

หลักสูตร การตลาดเชิงกลยุทธ์ หัวใจแห่งความสำเร็จ

📌 หลักการและเหตุผล

ผู้จัดการฝ่ายการตลาดของบริษัททุกแห่งต่างก็ต้องเผชิญกับการตัดสินใจที่ยาก ในภาวะตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา พวกเขาต้องเลือกตลาดเป้าหมายอย่างรอบคอบ พัฒนาคุณสมบัติและคุณประโยชน์สูงสุดของผลิตภัณฑ์ กำหนดราคาอย่างมีประสิทธิภาพ ตัดสินใจเกี่ยวกับขนาดและการจัดสรรหน่วยงานขายและงบประมาณการตลาดอย่างเหมาะสม

การเปลี่ยนแปลงในด้านการตลาดจวบจนกระทั่งปัจจุบันถือว่ายิ่งใหญ่มากแล้ว แต่การเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นกับแนวคิดและหลักปฏิบัติด้านการตลาดในอนาคตจะยิ่งใหญ่กว่านี้อีก ปัจจัยด้านเทคโนโลยีและโลกาภิวัตน์ก็กำลังเคลื่อนไปอย่างรวดเร็ว คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมผู้บริโภคและการขายอย่างใหญ่หลวง

การตลาดเชิงกลยุทธ์จึงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อองค์กร ดังนั้นผู้จัดการและหัวหน้างานในหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับสินค้าและบริการขององค์กร ต้องร่วมกันระดมสมองในการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์, พฤติกรรมผู้บริโภค พร้อมกับร่วมกันกำหนดกลยุทธ์และนำกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติ จึงจะทำให้องค์กรประสบความสำเร็จอย่างแท้จริง

📌 วัตถุประสงค์

- เพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาด สินค้า/บริการ ขององค์กรมากยิ่งขึ้น สามารถที่จะนำไปชี้แจงและอธิบายให้ทีมงานเข้าใจได้
- เพื่อร่วมกันกำหนดแผนงานทางการตลาดตั้งแต่การวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด การพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด การนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติและการบริหารการตลาดให้สอดคล้องกัน
- เพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความคิดในเชิงกลยุทธ์ และสามารถร่วมจัดทำการตลาดเชิงกลยุทธ์กับทีมงานด้านการตลาดได้ในอนาคต
- เพื่อสร้างความสามัคคีในการร่วมกันคิดสินค้า/บริการขององค์กรซึ่งทุก ๆ คนต้องมีส่วนร่วมในการส่งมอบคุณค่าให้กับลูกค้า

📌 เนื้อหา

- วิเคราะห์ทิศทางขององค์กร
 - วิสัยทัศน์ (Vision)
 - ภารกิจ (Mission)
 - วัตถุประสงค์ (Objective)
 - เป้าหมาย (Goal)
- การวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด
 - ประเมินสถานการณ์ของตนเอง
 - ประเมินสถานการณ์การแข่งขัน
 - กลยุทธ์การตลาด
 - พฤติกรรมของผู้บริโภคเป้าหมาย

- การพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด
 - การแบ่งกลุ่มทางการตลาด
 - นโยบายผลิตภัณฑ์
 - การเข้าสู่ตลาด
 - การติดต่อสื่อสารทางการตลาด
 - การนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ
 - การบริหารงานขาย
 - การบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า
- การบริหารการตลาด
 - การจัดการการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ
 - การประเมินและควบคุมผลการปฏิบัติงานด้านการตลาด

รูปแบบการฝึกอบรม

บรรยาย และ Workshop กรณีศึกษา ฝึกปฏิบัติ

ระยะเวลา

1 วัน