

เทคนิคการสร้างโอกาสทางการขายและการตลาด

Building Sales and Marketing Opportunity Techniques

หลักการและเหตุผล

อาจารย์ครับ....ทำอย่างไรดีหากสินค้าของเรานั้นไม่มีจุดขาย?

อาจารย์ครับ....เราจะขายอย่างไรเมื่อคู่แข่งนำสินค้าเหมือนกับเรามาขาย?

อาจารย์ครับ....ทำอย่างไรดีจึงจะขายสินค้าได้ราคา?

อาจารย์ครับ....ทำอย่างไรจึงจะให้สินค้านั้นสะดุดตาลูกค้า?

ข้างต้นคือบางส่วนของคำถามที่มักจะเกิดขึ้นจากผู้เข้าอบรมในหลักสูตรด้านการขาย หลักสูตรด้านการตลาดและหลักสูตรอื่นๆ ที่พยายามหาคำตอบเพื่อเป็นแนวทางในการเสนอขายสินค้าให้ประสบความสำเร็จ เนื่องจากบุคคลเหล่านี้ไม่สามารถที่จะสร้างความแตกต่างของสินค้าที่ตนเองจำหน่ายได้ ผลที่ตามก็คือความสำเร็จในการขายสินค้านั้นลดลง หรือไม่ก็ต้องตัดราคาเพื่อสร้างยอดขายจากสาเหตุดังกล่าวข้างต้นทางวิทยากร จึงพัฒนาหลักสูตรนี้ขึ้นมาเพื่อต้องการให้ผู้ทำงานทางด้านงานขายการตลาดผู้ประกอบการและผู้สนใจทั่วไปได้ทราบหลักการที่สำคัญในการสร้างความโดดเด่นให้กับตัวสินค้าและบริการ อีกทั้งยังสามารถนำเสนอคุณสมบัติต่างๆ ของสินค้าไปประกอบการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการได้สอดคล้องกับความต้องการอันจะส่งผลให้ผู้ประกอบการประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ

วัตถุประสงค์

- เรียนรู้หลักการที่สำคัญในการสร้างความโดดเด่นที่แตกต่างให้กับตัวสินค้า
- เทคนิคต่างๆ ที่ใช้ในการสร้างจุดขายให้กับตัวสินค้า
- เรียนรู้เทคนิคในการหาโอกาสทางการตลาดและโอกาสในการขายและการแสวงหาช่องว่างทางการตลาด
- เข้าใจสิ่งที่ผู้บริโภคคาดหวังจากการใช้สินค้าบริการ
- สร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันและการเติบโตทางธุรกิจที่ยั่งยืนและสามารถนำความรู้หลักการต่างๆ ไปประยุกต์ใช้ทางธุรกิจได้อย่างแท้จริง

เนื้อหา

Workshop “การสร้างความสำเร็จที่ยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจ”

- > เรียนรู้สิ่งที่ลูกค้าคาดหวังอะไรจากการซื้อสินค้าและบริการ
- > เทคนิคการตอบสนองความต้องการของลูกค้า
- > การกำหนดและวิเคราะห์กลุ่มลูกค้าเป้าหมายก่อนการสร้างจุดขาย
- > การวิเคราะห์คู่แข่งขั้นก่อนการสร้าง ความแตกต่างจากคู่แข่ง

Workshop “เทคนิคการค้นหาและจุดขายที่โดดเด่นและแตกต่าง”

- > เทคนิคการแสวงหาช่องว่างทางการตลาด (Market Niche)
- > องค์ประกอบของสินค้าที่ต้องพิจารณาเพื่อสร้างความแตกต่างให้กับตัวสินค้า
- > เทคนิคการกำหนดจุดยืนให้โดดเด่นและต่างจากคู่แข่ง (Positioning)
- > เทคนิคต่างๆ ในการสร้างจุดขายที่โดดเด่นและแตกต่างจากคู่แข่ง
- การนำเสนอความโดดเด่นด้วยข้อดี
- การเสนอความแตกต่างด้วยข้อดี
- การสร้างจุดขายด้วยตำแหน่งผลิตภัณฑ์ที่แตกต่าง
- การประยุกต์ใช้กลยุทธ์การตลาดแบบ “ทุกสัมผัส”
- การตอบสนองลูกค้าในตลาดที่คู่แข่งไม่ให้ความสำคัญ



วิธีการฝึกอบรม

บรรยาย และ Workshop กรณีศึกษา ฝึกปฏิบัติ