

:: หลักสูตร ::

การบริหารงานขายและการตลาดสมัยใหม่

หลักการและเหตุผล

ทักษะด้านการตลาดเป็นสิ่งสำคัญที่นักขายมักหลงลืมไปมากที่สุด ทั้งที่ทักษะด้านนี้เป็นสิ่งที่สำคัญเป็นอย่างยิ่งสำหรับพนักงานขาย การจัดการด้านการตลาดไม่ใช่เรื่องเฉพาะเจ้าที่ด้านการตลาดเท่านั้น พนักงานขายที่ดีต้องมี Marketing Mind อยู่ในตัว สามารถสร้างช่องทางตลาด การขายของตนเองได้ ต้องรู้จักกลุ่มเป้าหมายลูกค้า การสร้างฐานลูกค้าใหม่ตลอดจนถึงสามารถทำงานสัมพันธ์สอดคล้องกับแผนการตลาดของบริษัทได้เป็นอย่างดี ตัวอย่างเหล่านี้ล้วนเป็นเรื่องทักษะทางการตลาดทั้งสิ้น

วัตถุประสงค์ของหลักสูตร

1. เพื่อเรียนรู้ศิลปะการขายที่ดี
2. เพื่อการวิเคราะห์และการคัดเลือกลูกค้าในงานขาย
3. เพื่อรู้หลักการตอบข้อโต้แย้งกับลูกค้า
4. เพื่อให้เข้าใจวิธีปิดการขายในสถานการณ์ต่าง ๆ
5. เพื่อการสร้างสัมพันธ์ภาพกับลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ

ประเด็นสำคัญ

- ความสัมพันธ์ระหว่างการตลาดกับการขาย
- บทบาทของการตลาดต่อพนักงานขาย
- แนวคิดการตลาดสมัยใหม่ที่พนักงานขายควรรู้
- ส่วนประสมการตลาดสมัยใหม่
- Modern trade สำหรับพนักงานขาย
- การสื่อสารทางการตลาด IMC สำหรับพนักงานขาย
- พนักงานขายจะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและตลาดเป้าหมายอย่างไร
- การใช้ข้อมูลทางการตลาดเพื่อประโยชน์ในงานขาย
- การทำตลาดเพื่อเพิ่มยอดขาย

ผู้เข้ารับฟังการอบรม

กลุ่มหลัก หัวหน้างาน / ผู้บริหารระดับกลาง หรือเจ้าหน้าที่ระดับบริหาร

ระยะเวลา

1 วัน วันละจำนวน 6 ชั่วโมง

รูปแบบการฝึกอบรม

การบรรยาย, ฝึกปฏิบัติ Workshop , กรณีศึกษา, การนำเสนอผลงาน

วิทยากร

อาจารย์ชัยยะ ไชยาคม หรือ ดร.พลิชฐ์ ธนโชติอนันต์กุล หรือ
อาจารย์ภารวี ศรีกัลยานนท์