

## :: หลักสูตร ::

# การวางแผนและกำหนดกลยุทธ์การตลาดสมัยใหม่

### หลักการและเหตุผล

การประสบความสำเร็จทางธุรกิจย่อมเป็นเป้าหมายสำคัญของกิจการ การที่จะพิชิตเป้าหมายให้ได้นั้นย่อมต้องมียุทธศาสตร์ประกอบมากมาย การวางแผนธุรกิจ การขาย และการตลาด ผู้บริหารรุ่นใหม่จำเป็นที่จะต้องมีความเข้าใจองค์ประกอบต่าง ๆ นั้นเป็นอย่างดี การวางแผนและกำหนดกลยุทธ์การตลาด เป็นศาสตร์ที่ต้องเรียนรู้ และปรับปรุงตลอดเวลา เนื่องจากสภาพการแข่งขันที่ทวีความรุนแรงขึ้น การขยายตัวของตลาด การปรับเปลี่ยนเทคโนโลยี ความต้องการของผู้บริโภคที่มากขึ้น และสภาพเศรษฐกิจที่ยากลำบาก นักบริหารและนักการตลาดในยุคการแข่งขันนี้ จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องทำความเข้าใจอย่างถ่องแท้ และพัฒนาศักยภาพด้านการวางแผน การวิเคราะห์ การดำเนินงาน และการประเมินผลการปฏิบัติงานด้านการตลาดได้เป็นอย่างดี การอบรมในหัวข้อนี้ จะช่วยให้นักบริหารและนักการตลาดมีมุมมองที่ถูกต้อง และพัฒนาศักยภาพในการวางแผน และกำหนดกลยุทธ์การตลาดเพื่อเอาชนะการแข่งขันสภาพเศรษฐกิจในยุคปัจจุบันนี้ได้

### วัตถุประสงค์ของหลักสูตร

- 1) เพื่อให้เกิดการเรียนรู้และเข้าใจถึงสภาพแวดล้อมทางการตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป
- 2) เพื่อการเตรียมตัวรองรับการเติบโตของเทคโนโลยี และความซับซ้อนของสภาพธุรกิจในปัจจุบัน
- 3) เพื่อการบูรณาการองค์ความรู้ด้านการตลาด เศรษฐศาสตร์ และการขายเข้าด้วยกัน
- 4) เพื่อให้สามารถมองทะลุและวางแผนงานด้านการขายและการตลาดเพื่อพิชิตเป้าหมาย ขององค์กรได้

### ประเด็นสำคัญ

- 1) วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ทางการขาย และทางการตลาดในปัจจุบัน
- 2) การวิเคราะห์การตลาดและความต้องการของลูกค้า
  - ความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า
  - การวางแผนการตลาดแบบ Inside-Out
  - การวางแผนการตลาดแบบ Outside-In
- 3) การประเมินข้อมูลทางการตลาดและตัวแบบเพื่อกำหนดกลยุทธ์สมัยใหม่
- 4) การวิเคราะห์พื้นที่ตลาดสำหรับกำหนดกลยุทธ์การแข่งขัน
- 5) การประยุกต์ข้อมูลการตลาดกับการกำหนดกลยุทธ์สมัยใหม่

### ผู้เข้ารับฟังการอบรม

กลุ่มหลัก หัวหน้างาน / ผู้บริหารระดับกลาง หรือเจ้าหน้าที่ระดับบริหาร

### ระยะเวลา

1 วัน วันละจำนวน 6 ชั่วโมง

### รูปแบบการฝึกอบรม

การบรรยาย, กรณีศึกษา, กิจกรรม Workshop

### วิทยากร

อาจารย์ชัยยะ ไชยาคม หรือ ดร.พลิชฐ์ ธนาโชติอนันต์กุล