

## หลักสูตร

### Modern Marketing for Non-Marketer

#### สิ่งที่ได้จากการอบรมหลักสูตรนี้

- ✓ เข้าใจถึงความหมายของการตลาด
- ✓ เข้าใจและสามารถนำกลยุทธ์ทางการตลาดสมัยใหม่ไปใช้ในการดำเนินธุรกิจได้จริง
- ✓ เข้าใจกระบวนการบริหารงานทางการตลาด
- ✓ สามารถวิเคราะห์และวางแผนการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ในโลกของการแข่งขันทางการตลาดในปัจจุบัน ได้ทวีความรุนแรงขึ้นอย่างเห็นได้ชัด จากการออกผลิตภัณฑ์ บริการใหม่ๆ มากมาย เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้า จากสินค้าและบริการมากมายดังกล่าว แต่มีผู้บริโภคเป้าหมายกลุ่มเดียวกัน

การตลาดปัจจุบันเป็นการตลาดที่เรียกได้ว่ามุ่งเน้นลูกค้าเป็นจุดศูนย์กลางอย่างแท้จริง ผู้ให้บริการต้องเข้าใจถึงกลุ่มเป้าหมาย จากช่องทางที่หลากหลายขึ้น และยังสามารถรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า / ครอบใจลูกค้าได้ เพื่อให้ลูกค้าอยู่กับเราในระยะยาว ซึ่งไม่ใช่เรื่องง่ายเลย ในสถานการณ์ที่ลูกค้ามีทางเลือกสินค้าอย่างมากในปัจจุบัน

#### เนื้อหาการบรรยาย

##### ครั้งที่ 1

- ภาพรวมทางการตลาด
- ความแตกต่างระหว่างการตลาด กับ การขาย
- การเปลี่ยนแปลงทางการตลาด
- นวัตกรรมทางการตลาดยุคใหม่
- ภาพรวมระบบการตลาดสมัยใหม่

##### ครั้งที่ 2

- Workshop : กลยุทธ์ทางการตลาด (4P)
- Workshop : ผลิตภัณฑ์และการสร้างแบรนด์
- Workshop : การวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า และกลุ่มเป้าหมาย
- Workshop : การวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด
- Workshop : การวิเคราะห์การแข่งขันในตลาด

### ครั้งที่ 3

- **Workshop: การสร้างความประทับใจและความพึงพอใจให้กับลูกค้า**
- **Workshop : การสื่อสารและส่งเสริมการตลาด**
  - การสื่อสารการตลาดอย่างบูรณาการ
  - กรอบแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร
  - ช่องทางและเครื่องมือในการสร้าง IMC เพื่อการโฆษณา
  - การจัดรายการส่งเสริมการขายให้ลูกค้าพึงพอใจ
- การทำ Marketing PR และ Event Marketing
- **ระบบสารสนเทศทางเพื่อการตลาดและบริการลูกค้า**
  - การสร้าง E-marketing ให้เหมาะสมกับองค์กร
  - การใช้ Internet เพื่อโฆษณาและช่องทางการกระจายสินค้า

### ครั้งที่ 4

- **เทคนิคการวางแผนการตลาด**
  - ภาพรวมกระบวนการบริหาร
  - องค์ประกอบของแผนการตลาด
  - กระบวนการในการจัดทำแผนการตลาด
- **การวิเคราะห์และปรับปรุงแผนงานการตลาด**
- **Workshop :** ในการเขียนแผนการตลาด (Marketing Plan) เพื่อต่อยอดธุรกิจที่มีอยู่ และนำเสนอแผนการตลาด

### คุณสมบัติผู้เข้าอบรมและการคัดเลือก

พนักงาน หัวหน้างาน ผู้บริหารทุกระดับ ที่ต้องการเรียนรู้ และวิธีการ  
การบริหารการตลาด

### ระยะเวลาในการอบรม

4 วัน (จำนวน 24 ชั่วโมง)

### การประเมินผลการอบรม

ทำแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้เข้าอบรม เพื่อประเมินผลโครงการ  
หลังเสร็จสิ้นการอบรมเพื่อนำมาวิเคราะห์ และประเมินผล