



รหัสวิชา : CM-01

หมวดวิชา : Customer & Market Focus

ปรับปรุงเนื้อหาล่าสุด 24 กันยายน 2550

การบริหารการตลาดและการขายสโตร์ทีคิวเอ็ม

Manage Marketing and Selling Using TQM Tools

พบกับกรณีศึกษา ซึ่งได้ผ่านการพิสูจน์ในหลายองค์กรที่นำ Know-How ของเรานี้ไปใช้มาแล้ว

กระบวนการบริหารงานการตลาดและงานขาย ที่มีแบบฉบับเฉพาะตัว

โดยประยุกต์ใช้แนวคิดและเครื่องมือการบริหารตามแบบฉบับของทีคิวเอ็ม

ในการออกแบบสร้างสรรค์กระบวนการปฏิบัติงานทางการตลาดให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูง นำข้อมูลความต้องการเชิงลึกของลูกค้าและการเปรียบเทียบความสามารถแข่งขันกับคู่แข่งมาวิเคราะห์ เพื่อกำหนดเป้าหมายและกลยุทธ์ที่จะปรับปรุงความสามารถด้านการตลาดและการขายอย่างเหมาะสม ซึ่งช่วยทำให้องค์กรที่นำ Know-How ของเรานี้ไปใช้มาแล้ว

สามารถเพิ่มยอดขายและส่วนแบ่งตลาดของพวกเขาให้เติบโตขึ้นอย่างเห็นได้ชัดเจน

วิชานี้ออกแบบโดยเฉพาะสำหรับ

- 1) เจ้าของกิจการ
- 2) ผู้บริหารระดับสูง
- 3) ผู้จัดการฝ่ายขาย/ฝ่ายการตลาด
- 4) พนักงานขาย/พนักงานการตลาด

วัตถุประสงค์

เพื่อให้ผู้ร่วมสัมมนาเข้าใจและสามารถประยุกต์ใช้ เครื่องมือการบริหารแบบทีคิวเอ็ม ในการ

- 1) สร้างระบบกระบวนการบริหารการตลาดและขายที่มี ประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูง
- 2) ปรับปรุงความสามารถแข่งขันของธุรกิจ ในด้านการตลาด และด้านการขายให้สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง
- 3) พัฒนาความสามารถของพนักงานขายและปรับเปลี่ยน กระบวนทัศน์ในการบริหารงานขายตามแนวทางใหม่ แบบทีคิวเอ็ม

จำนวนวันสัมมนา

2 วัน

วิทยากร

ดร.วีรพจน์ ลือประสิทธิ์สกุล
ประธานบริษัท ทีคิวเอ็ม เบสท์ จำกัด

เอกสารประกอบ

เอกสารประกอบการสัมมนาครบทุกหัวข้อสัมมนา 1 ชุด

หัวข้อสัมมนา

ภาค ๑ สร้างระบบบริหารการตลาดและขายแบบทีคิวเอ็ม

- 1) กระบวนการปฏิบัติงานการตลาดและงานขายในองค์กรทีคิวเอ็ม
 - 1.1 กระบวนการปฏิบัติงานการตลาดและงานขาย
 - 1.2 ดัชนีวัดคุณภาพของงานการตลาดและงานขายในองค์กรทีคิวเอ็ม
 - 1.3 กระบวนการหาลูกค้าใหม่
 - 1.4 กระบวนการเรียนรู้ความต้องการของลูกค้า
 - 1.5 กระบวนการพัฒนาสินค้าใหม่ (จัดทำแผนสินค้าใหม่)
 - 1.6 การจัดองค์กรในฝ่ายขายแบบมุ่งที่ลูกค้าและตลาด
- 2) การบริหารสัมพันธ์ภาพกับลูกค้า
 - 2.1 กระบวนการเยี่ยมลูกค้า
 - 2.2 การบริหารจุดสัมผัสกับลูกค้า
 - 2.3 การนำข้อมูลจากการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าไปใช้ประโยชน์
- 3) การบริหารความรู้และความเชี่ยวชาญของพนักงานขาย
 - 3.1 การวิเคราะห์ความรู้และความเชี่ยวชาญ ของ พนักงานขาย
 - 3.2 การแบ่งปันความรู้และความเชี่ยวชาญของพนักงานขาย

ภาค ๒ ปรับปรุงความสามารถด้านการตลาดและขายแบบทีคิวเอ็ม

- 4) "บ้านแห่งคุณภาพ (The House of Quality)"
 - 4.1 บัจฉิตัดสินใจซื้อของลูกค้า
 - 4.2 การเปรียบเทียบความสามารถแข่งขัน
 - 4.3 การประเมินความพึงพอใจของลูกค้า
- 5) กรณีศึกษา กระบวนการปรับปรุงคุณภาพของงานการตลาดและขาย
 - 5.1 เพิ่มอัตราส่วน โบนัสราคาขายได้
 - 5.2 รักษาลูกค้าเก่า
 - 5.3 เพิ่มส่วนแบ่งชื่อของลูกค้าแต่ละราย
- 6) เกร็ดความรู้อื่นๆ
 - 6.1 สหสัมพันธ์ระหว่าง "ความถี่ในการเยี่ยม" กับ "ยอดขาย"
 - 6.2 การตั้งเป้าหมายยอดขายมีผลทำให้ยอดขายเพิ่มขึ้นได้จริงหรือ?