

Course outline

หลักสูตร : การตลาดผู้ซื้อสำหรับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ (Shopper Marketing for Real Estate)

(หลักสูตร 1 วัน)

โดย

อาจารย์ วิโรจน์ สิทธิสรเดช

วิทยาการและที่ปรึกษา ประจำหมวดหลักสูตร

RETAILER & INDUSTRIAL , SALES & MARKETING KCT Academy

ที่มาและความสำคัญของการฝึกอบรม

สินค้าหรือบริการที่ขายขายได้ดี นอกจากคุณสมบัติที่ตรงความต้องการในการใช้สอย และคุณภาพที่ดีแล้ว ยังต้องมีกระบวนการจำหน่ายหรือนำเสนอที่เหมาะสม สอดคล้องกับพฤติกรรม การเลือกซื้อของผู้ซื้อด้วย ซึ่งรวมไปถึงธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เช่นกัน

การตลาดผู้ซื้อ หรือ Shopper Marketing คือ กระบวนการทำความเข้าใจความต้องการในการเลือกซื้อของลูกค้า แล้วเพื่อจัดให้มีกระบวนการเสนอสินค้าได้สอดคล้องกับความต้องการในการซื้อ ซึ่งช่วยเพิ่มโอกาสที่สินค้าหรือบริการนั้นจะถูกเลือกซื้อ

หลักสูตรนี้จะเริ่มจากหลักของ Shopper Marketing และพฤติกรรม การเลือกซื้อ โดยเฉพาะส่วนที่เกี่ยวข้องกับการซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการด้านอสังหาริมทรัพย์ต่างๆ จากนั้นจะเป็นการนำ Insight ที่ได้จากความเข้าใจผู้ซื้อไปใช้ในการสร้าง Shopping Experience ให้สอดคล้องกับพฤติกรรม การเลือกซื้อสินค้า เพื่อกระตุ้นการจับจ่ายของ หรือเพิ่มโอกาสในการขาย ซึ่งประกอบด้วย 3 ส่วนที่สำคัญ

ส่วนแรกคือ ความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า (Shopping Convenience) หรือการจัดสภาพแวดล้อมเพื่อให้ลูกค้าสามารถเลือกซื้อสินค้าได้อย่างสะดวก ไม่ติดขัด และเกิดความเพลิดเพลินในการเลือกซื้อสินค้า การสร้างอารมณ์ (Mood Enhancement) ด้วยการปรับสภาพแวดล้อมที่ทำให้ลูกค้าอยู่ในอารมณ์ หรือ Mood ที่ดี มีความเพลิดเพลิน เหมาะสม และเพิ่มโอกาสในการขาย และ เรื่องของการให้บริการ (Satisfying Service) ที่สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า



หลักสูตรนี้เหมาะสำหรับผู้ที่อยู่ในธุรกิจด้านอสังหาริมทรัพย์ต่างๆ โดยเฉพาะผู้ที่รับผิดชอบด้านการขาย (Sales)

วัตถุประสงค์

1. เพิ่มโอกาสในการขาย และยอดขายของสินค้าและบริการ
2. ผู้เข้าอบรมมีความเข้าใจหลักการของ Shopper Marketing และเข้าใจความต้องการของผู้ซื้อ
3. ผู้เข้าอบรมสามารถนำความรู้เกี่ยวกับ Shopping Experience ไปประยุกต์ใช้ทำแผนสำหรับการขายสินค้าและบริการด้านอสังหาริมทรัพย์

วิธีการ-จุดเน้น-และการติดตามผล

ลักษณะของการอบรมในช่วงต้นเป็นการบรรยายเพื่อให้ผู้เรียนมีพื้นฐานความรู้เกี่ยวกับหลักการที่เกี่ยวข้องกับ Shopping Experience ในช่วงถัดไปจะเป็นการบรรยายสลับกับการปฏิบัติ (60:40) เช่น การฝึกปฏิบัติการ (Work Shop) โดยเน้นการสร้างทักษะจากการปฏิบัติ เช่น การจัดทำแผนปรับปรุง Point of Purchase เพื่อพัฒนา Shopping Experience เป็นต้น

ในส่วนการติดตามผล วิทยากรจะให้ผู้เข้ารับการอบรมนำทักษะที่ได้เรียนไปใช้ในการทำแผนเพื่อพัฒนา Shopping Experience และส่งข้อมูลให้วิทยากรประเมินหลังจากการฝึกอบรมแล้วประมาณ 3 เดือน (ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความต้องการขององค์กรด้วย)

หลักสูตรนี้เหมาะสำหรับบุคลากรระดับปฏิบัติการ และระดับบริหารขั้นต้นถึงระดับกลาง โดยเฉพาะจากหน่วยงานการตลาดร้านค้า การขาย และการตลาดทั่วไป

หัวข้อการฝึกอบรม

Session	ช่วงเวลา	รายละเอียดเนื้อหา
1	วันที่ 1 9:00-10:00	ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับ Shopper Marketing <ul style="list-style-type: none"> ● หลักของ Shopper Marketing ● ความต้องการในการเลือกซื้อ (Shopping Need)

Session	ช่วงเวลา	รายละเอียดเนื้อหา
		<ul style="list-style-type: none"> รูปแบบการเลือกซื้อ (Shopping Mission)
2	10:00 – 11:00	เข้าใจผู้ซื้อผลิตภัณฑ์อสังหาริมทรัพย์ (Understand Real Estate Shopper) <ul style="list-style-type: none"> การเลือกหา พื้นที่สำหรับพักอาศัย พื้นที่สำหรับธุรกิจ และ พื้นที่สำหรับอุตสาหกรรม
3	11:00 -12:00	การสร้างประสบการณ์การเลือกซื้อสินค้า (Shopping Experience) <ul style="list-style-type: none"> ความสำคัญของ Shopping Experience องค์ประกอบของการพัฒนา Shopping Experience
4	13:00 -14:00	ความสะดวกในการเลือกซื้อ (Shopping Convenience) <ul style="list-style-type: none"> ความสะดวกที่ลูกค้าต้องการ การพัฒนาความสะดวก การให้บริการ (Satisfying Service) ที่พึงพอใจ <ul style="list-style-type: none"> แนวทางในการให้บริการที่เหมาะสม
5	14:00 -15:00	การสร้างอารมณ์ (Mood Enhancement) ในการซื้อสินค้า <ul style="list-style-type: none"> พฤติกรรมในการเลือกซื้อ และอารมณ์ที่เหมาะสม องค์ประกอบในการสร้างอารมณ์
6	15:00 – 16:00	Shopping Experience ภาคปฏิบัติ <ul style="list-style-type: none"> การทำแผนพัฒนา Shopping Experience กลยุทธ์ และ เทคนิค Online vs. Offline

วิธีการฝึกอบรม

บรรยาย กรณีศึกษา (Case Study) อภิปรายแลกเปลี่ยน และการฝึกปฏิบัติการ (Work Shop)

ผู้เข้ารับการฝึกอบรม

ผู้เกี่ยวข้องในระดับปฏิบัติการและระดับบริหารขั้นต้นถึงระดับกลาง จำนวน 30 คน

ระยะเวลาการฝึกอบรม

ระยะเวลาการฝึกอบรม 1 วัน

แนวทางที่ใช้ในการอบรม

แนวทางการสัมมนาและรูปแบบการเรียนรู้ : ทฤษฎี 60 : ปฏิบัติ 40

บรรยาย	ถ่ายทอดความรู้ให้ผู้เข้าอบรม
กิจกรรมกลุ่มระดมความคิด	ผู้เข้าอบรมได้เข้าไป “มีส่วนร่วม”
ตัวอย่าง/กรณีศึกษาประกอบ	เพื่อเห็น “ภาพที่ชัดเจน” มากยิ่งขึ้น

- ⊕ การสัมมนาใช้รูปแบบการเรียนรู้แบบผู้ใหญ่ (Adult Learning) ด้วยวิธีการบรรยายควบคู่กับการปฏิบัติ เน้นการบรรยายแบบให้ผู้เข้าสัมมนาเป็นศูนย์กลางการอบรมการตั้งประเด็นคำถามเพื่อให้ผู้เรียนได้ใช้ความคิด แลกเปลี่ยนประสบการณ์ มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและนำเสนอ เพื่อให้เกิดความเข้าใจเนื้อหาอย่างแท้จริง และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ทันที
- ⊕ เนื้อหาของโปรแกรมมีทั้งการบรรยายให้ความรู้ พร้อมการฝึกปฏิบัติการ (Work Shop) อภิปราย แลกเปลี่ยน และกรณีศึกษา (Case Study) ทำให้การเรียนรู้เกิดจากการเข้าใจด้วยตัวเองอย่างแท้จริง