Course outline

หลักสูตร : การขายเพื่อขยายฐานลูกค้าใหม่

(Effective Selling to Attract New Customers)

(หลักสูตร 1 วัน)

โดย

อาจารย์ วิโรจน์ สิทธิสรเดช

วิทยากรและที่ปรึกษา ประจำหมวดหลักสูตร

RETAILER & INDUSTRIAL , SALES & MARKETING KCT Academy

ที่มาและความสำคัญของการฝึกอบรม

การวางแผนการขายอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นหัวใจสำคัญต่อความสำเร็จในติดต่อกับลูกค้าใหม่ และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีรวมถึงเพิ่มโอกาสทางธุรกิจเพิ่มกับลูกค้าปัจจุบัน นอกจากนี้ยังช่วยให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างเหมาะสม ซึ่งทำให้ลดความจำเป็นในการใช้ราคาเป็นปัจจัยหลักในการแข่งขัน และการวางแผนการขายที่ดีในช่วงวิกฤตินี้ ยังทำให้สามารถลดผลกระทบจากวิกฤตได้

วัตถุประสงค์

1. ผู้เข้าอบรมเข้าใจและสามารถวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าได้ รวมทั้งนำเสนอสินค้าและบริการให้กับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. เพิ่มโอกาสในการขาย และบรรลุวัตถุประสงค์ด้านการขายขององค์กร
3. สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า รวมถึงเพิ่มโอกาสในการขายในอนาคต
4. เตรียมความพร้อมสำหรับการขายในสถานการณ์วิกฤต

วิธีการ-จุดเน้น-และการติดตามผล

ลักษณะของการอบรมในช่วงต้นเป็นการบรรยายเพื่อให้ผู้เรียนมีพื้นฐานความรู้เกี่ยวกับหลักการและกระบวนการขาย หลังจากนั้นจะเป็นการบรรยายสลับกับการปฏิบัติ (50:50) เช่น การฝึกปฏิบัติการ (Work Shop) และการนำเสนอ (Presentation) โดยเน้นการสร้างความเข้าใจจากการปฏิบัติ

ในส่วนการติดตามผล วิทยากรจะให้ผู้เข้ารับการอบรมนำความรู้ที่ได้เรียนไปประยุกต์ใช้ แล้วนำผลที่ได้ให้วิทยากรประเมินหลังจากการฝึกอบรมแล้วประมาณ 1 เดือน (ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความต้องการขององค์กรด้วย)

หลักสูตรนี้เหมาะสำหรับบุคลากรที่มีหน้าที่ขาย ผู้ที่สนับสนุนในการขาย และผู้ที่เป็นหัวหน้าทีม รวมถึงผู้บริหารในระดับต้นถึงระดับกลางที่เกี่ยวข้อง

หัวข้อการฝึกอบรม

Session	ช่วงเวลา	รายละเอียดเนื้อหา
1	วันที่ 1 09:00 – 10:00	***ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการขายเชิงพาณิชย์*** *(Commercial Selling)* ● หลักทั่วไปของการขายเชิงพาณิชย์ ● การขายอย่างมีประสิทธิภาพ
2	วันที่ 1 10:00 – 11:00	***เข้าใจความต้องการของลูกค้า*** ● การค้นหาความต้องการของลูกค้า ● วิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า
3	วันที่ 1 11:00 – 12:00	***การนำเสนอสินค้า*** ● การอธิบายคุณสมบัติสินค้า ● การโน้มน้าว (Persuasive) ลูกค้า
4	วันที่ 1 13:00 – 14:00	***การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน*** ● การสร้างความแตกต่าง vs. การเป็นผู้นำด้านราคา ● การหลีกเลี่ยงการตัดราคา
5	วันที่ 1 14:00 – 15:00	***การติดต่อลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ*** ● การวิเคราะห์ลูกค้า ● การเตรียมตัวในการเข้าพบลูกค้า ● เทคนิคการติดต่อลูกค้า
6	วันที่ 1 15:00 – 16:00	***การขายและการบริหารลูกค้าในช่วงสถานการณ์วิกฤต*** ● สร้างโอกาสการขายในช่วง COVID-19 ● การเตรียมพร้อมสำหรับการขายในสถานการณ์วิกฤติอื่น ๆ
7	วันที่ 1 16:00 – 16:30	***สรุปเนื้อหา และวางแผนการนำไปปฏิบัติ*** ● สรุปและทบทวนเนื้อหาของหลักสูตร ● วางแผนการนำไปปฏิบัติ

วิธีการฝึกอบรม

บรรยาย กรณีศึกษา การฝึกปฏิบัติการ (Work Shop) และ การนำเสนอ (Presentation)

ผู้เข้ารับการฝึกอบรม

ผู้เกี่ยวข้องในระดับปฏิบัติงาน จำนวน 30 คน

ระยะเวลาการฝึกอบรม

ระยะเวลาการฝึกอบรม 1 วัน

แนวทางที่ใช้ในการอบรม

แนวทางการอบรมและรูปแบบการเรียนรู้ : ทฤษฎี 50 : ปฏิบัติ 50

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

- การสัมมนาใช้รูปแบบการเรียนรู้แบบผู้ใหญ่ (Adult Learning) ด้วยวิธีการบรรยายควบคู่กับการปฏิบัติ เน้นการบรรยายแบบให้ผู้เข้าสัมมนาเป็นศูนย์กลางการอบรมการตั้งประเด็นคำถามเพื่อให้ผู้เรียนได้ใช้ความคิด แลกเปลี่ยนประสบการณ์ มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและนำเสนอ เพื่อให้เกิดความเข้าใจเนื้อหาอย่างแท้จริง และ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ทันที
- เนื้อหาของโปรแกรมมีทั้งการบรรยายให้ความรู้ พร้อมการฝึกปฏิบัติการ (Work Shop), กรณีศึกษาและสถานการณ์จำลอง (Case Study) และ การนำเสนอ (Presentation) ทำให้การเรียนรู้เกิดจากกาเข้าใจด้วยตัวเองอย่างแท้จริง
- เพื่อให้สามารถทำการฝึกอบรมได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด วิทยากรผู้สอนจะขอทำการสัมภาษณ์ผู้บริหาร หรือหัวหน้าทีม และพนักงานขายที่มีผลงานดีในปัจจุบัน เพื่อทำความเข้าใจสินค้าและบริบทที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำไปใช้เป็นตัวอย่างและกรณีศึกษาในการฝึกอบรม