Course outline

หลักสูตร : การตลาดร้านค้าเบื้องต้น

(Introduction to Trade Marketing)

(หลักสูตร 1 วัน)

โดย

อาจารย์ วิโรจน์ สิทธิสรเดช

วิทยากรและที่ปรึกษา ประจำหมวดหลักสูตร

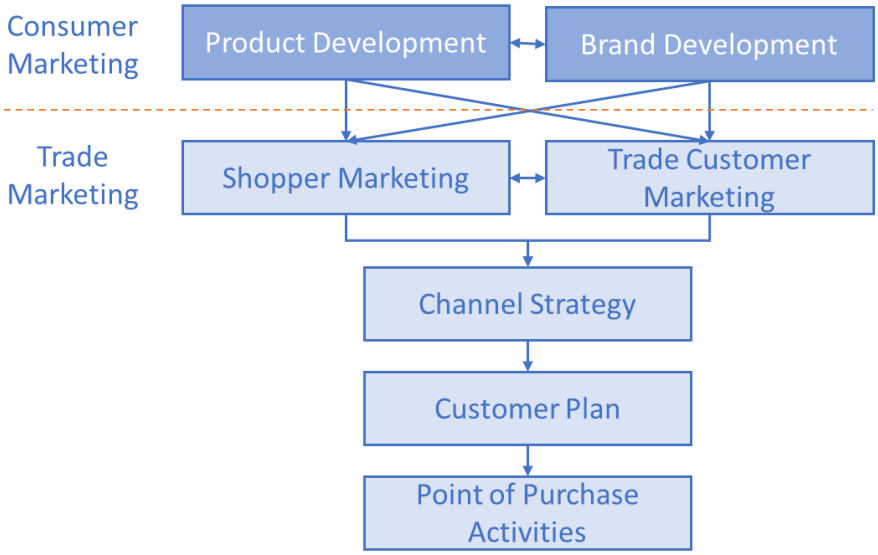
RETAILER & INDUSTRIAL , SALES & MARKETING KCT Academy

ที่มาและความสำคัญของการฝึกอบรม

ในปัจจุบัน การกระจายสินค้าไปสู่มือผู้บริโภคส่วนใหญ่แล้วจำเป็นต้องจำหน่ายผ่านช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel) ซึ่งรวมถึงผู้ค้า (Trader) ต่าง ๆ ทั้งรายใหญ่และเล็ก โดยแต่ละช่องทางการจัดจำหน่ายล้วนมีข้อเด่นและข้อด้อยสำหรับสินค้าแต่ละชนิด รวมถึงส่วนแบ่งผลประโยชน์ที่แตกต่างกันไป การตลาดร้านค้าช่วยเพิ่มโอกาสในการขายและเสริมความแข็งแกร่งของแบรนด์ผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายต่าง ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ ลดต้นทุนที่ไม่จำเป็น และเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ค้า รวมถึงสร้างความแข็งแกร่งของตราสินค้า (Brand) ในแต่ละช่องทาง ซึ่งสามารถช่วยให้องค์กรสามารถบรรลุเป้าหมายการตลาดและการขายโดยมีผลกำไรที่เหมาะสมและเติบโตอย่างยั่งยืน

หลักสูตรนี้จะให้ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับความสำคัญ และหลักการของการตลาดร้านค้า โดยอธิบายถึงความสัมพันธ์ของการตลาดผู้บริโภค (Consumer Marketing) และการตลาดร้านค้า (Trade Marketing) โดยแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) และการพัฒนาตราสินค้า (Brand Development) กับ การตลาดผู้ซื้อ (Shopper Marketing) และการตลาดลูกค้าการค้า (Trade Customer Marketing)

จากนั้นจึงนำเข้าสู่กระบวนการวางกลยุทธ์สำหรับช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel Strategy) แล้วนำไปสู่แผนการดำเนินงานร่วมกับลูกค้า (Customer Plan) และสุดท้ายถูกพัฒนาขึ้นเป็นแผนสำหรับปฏิบัติการที่จุดขาย (Point of Purchase)



เนื่องจากการตลาดร้านค้า (Trade Marketing) มีเนื้อหาที่กว้างและมีรายละเอียดมาก หลักสูตรนี้จึงถูกออกแบบสำหรับผู้ที่ต้องการมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการตลาดร้านค้า (Trade Marketing) ขั้นพื้นฐาน เพื่อเป็นพื้นฐานในการพัฒนาทักษะความรู้ด้านการตลาดร้านค้า (Trade Marketing) ในระดับที่สูงขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์

1. ผู้เข้าอบรมมีความเข้าใจภาพรวมของกระบวนการทำงานด้าน Trade Marketing ได้
2. ผู้เข้าอบรมความเข้าใจความสำคัญของหลักการที่เกี่ยวข้องกับ Trade Marketing เช่น Channel Management, Customer Marketing, และ Shopper Marketing ได้
3. ผู้เข้าอบรมสามารถนำความรู้เกี่ยวกับ Trade Marketing ไปประยุกต์ใช้ทำแผนสำหรับการปฏิบัติการที่จุดขาย (Point of Purchase) ในขั้นพื้นฐานได้

วิธีการ-จุดเน้น-และการติดตามผล

ลักษณะของการอบรมในช่วงต้นเป็นการบรรยายเพื่อให้ผู้เรียนมีพื้นฐานความรู้เกี่ยวกับหลักการที่เกี่ยวข้องกับ Trade Marketing ในช่วงถัดไปจะเป็นการบรรยายสลับกับการปฏิบัติ (70:30) เช่น การฝึกปฏิบัติการ (Work Shop) โดยเน้นการสร้างทักษะจากการปฏิบัติ เช่น การจัดทำแผน Trade Marketing ขั้นต้น

ในส่วนการติดตามผล วิทยากรจะให้ผู้เข้ารับการอบรมนำทักษะที่ได้เรียนไปใช้ในการวางแผน Trade Marketing รวมถึงทำแผนสำหรับลูกค้าและนำเสนอแก่ลูกค้า และส่งข้อมูลให้วิทยากรประเมินหลังจากการฝึกอบรมแล้วประมาณ 3 เดือน (ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความต้องการขององค์กรด้วย)

หลักสูตรนี้เหมาะสำหรับบุคลากรระดับปฏิบัติการ และระดับบริหารขั้นต้นถึงระดับกลาง โดยเฉพาะจากหน่วยงานการตลาดร้านค้า การขาย และการตลาดทั่วไป

หัวข้อการฝึกอบรม

Session	ช่วงเวลา	รายละเอียดเนื้อหา
1	วันที่ 1 9:00-10:30	***ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับ Trade Marketing*** ● บทบาท หน้าที่ และความสำคัญ ● Trade Marketing และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ● ทักษะและความรู้ที่จำเป็นสำหรับ Trade Marketing
2	วันที่ 1 10:30 -12:00	***การตลาดผู้ซื้อ (Shopper Marketing)*** ● ความเข้าใจเกี่ยวกับผู้ซื้อ (Shopper) ● พฤติกรรมการซื้อสินค้า
3	วันที่ 1 13:00 -14:00	***การบริหารช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel Management)*** ● ความเข้าใจเกี่ยวกับช่องทางการจัดจำหน่าย ● ช่องทาง Online และการตลาดร้านค้า ● ความรู้เบื้องต้นการวางกลยุทธช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel Strategy) ***Channel Marketing หรือ Customer Marketing*** ● ความสำคัญ และความรู้เบื้องต้น
4	วันที่ 1 14:00 -15:30	***แผนปฏิบัติการสำหรับจุดขาย (Point of Purchase)*** ● กลยุทธ์ (Strategy) สำหรับ (Point of Purchase – POP) ● กิจกรรมหลัก (Key Activities) สำหรับจุดขาย
5	วันที่ 1 15:30 – 16:30	***กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับ Trade Marketing*** ● การบริหารกลุ่มผลิตภัณฑ์ (Category Management) ● การวางแผนอุปสงค์ (Demand Planning) ● การวางแผนปฏิบัติการขาย (Sales Operation Planning)
6	16:30-17:00	ถาม-ตอบ และสรุปเนื้อหา

วิธีการฝึกอบรม

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

ผู้เข้ารับการฝึกอบรม

ผู้เกี่ยวข้องในระดับปฏิบัติการและระดับบริหารขั้นต้นถึงระดับกลาง จำนวน 30 คน

ระยะเวลาการฝึกอบรม

ระยะเวลาการฝึกอบรม 1 วัน

แนวทางที่ใช้ในการอบรม

แนวทางการสัมมนาและรูปแบบการเรียนรู้ : ทฤษฎี 70 : ปฏิบัติ 30

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

- การสัมมนาใช้รูปแบบการเรียนรู้แบบผู้ใหญ่ (Adult Learning) ด้วยวิธีการบรรยายควบคู่กับการปฏิบัติ เน้นการบรรยายแบบให้ผู้เข้าสัมมนาเป็นศูนย์กลางการอบรมการตั้งประเด็นคำถามเพื่อให้ผู้เรียนได้ใช้ความคิด แลกเปลี่ยนประสบการณ์ มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและนำเสนอ เพื่อให้เกิดความเข้าใจเนื้อหาอย่างแท้จริง และ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ทันที
- เนื้อหาของโปรแกรมมีทั้งการบรรยายให้ความรู้ พร้อมการฝึกปฏิบัติการ (Work Shop) อภิปราย แลกเปลี่ยน และกรณีศึกษา (Case Study) ทำให้การเรียนรู้เกิดจากกาเข้าใจด้วยตัวเองอย่างแท้จริง