

Course outline

หลักสูตร : หลักการตลาดร้านค้า

(Trade Marketing Essential)

(หลักสูตร 1 วัน)

โดย

วิทยากรและที่ปรึกษาประจำสถาบัน KCT Academy

หลักการและความสำคัญ :

**“เข้าใจผู้ซื้อ บริหารช่องทางเป็น วางแผนหน้าร้านอย่างมืออาชีพ เพื่อสร้างความได้เปรียบ
ทางการแข่งขันในตลาด”**

ในยุคที่การแข่งขันด้านการขายและการตลาดซับซ้อนขึ้น พฤติกรรมผู้บริโภคและผู้ซื้อเปลี่ยนแปลงรวดเร็ว และช่องทางจัดจำหน่ายหลากหลาย องค์กรจำเป็นต้องบริหารช่องทาง (Route to Market) และผลักดันยอดขาย ณ จุดขาย (Point of Purchase) อย่างมีประสิทธิภาพ Trade Marketing จึงเป็นตัวเชื่อมระหว่างกลยุทธ์แบรนด์และการปฏิบัติจริงในตลาด เพื่อให้สินค้าเข้าถึงลูกค้าได้ถูกช่องทาง ถูกที่ ถูกเวลา และเกิดการซื้อจริง

บทบาทสำคัญของ Trade Marketing คือการแปลงกลยุทธ์สู่ผลเชิงพาณิชย์ ผ่านการเลือกและบริหารช่องทาง การเข้าใจเส้นทางการตัดสินใจของผู้ซื้อ การออกแบบราคา โปรโมชัน และการจัดวางสินค้าในร้านค้า รวมถึงการติดตามตัวชี้วัดสำคัญ เพื่อให้สินค้าเข้าถึงลูกค้าอย่างเพียงพอ สร้างความโดดเด่น และเพิ่มโอกาสปิดการขาย

การเสริมทักษะด้านนี้ช่วยผลักดันยอดขายและกำไรขององค์กร ด้วยการวางกลยุทธ์ช่องทางที่แม่นยำ สนับสนุนทีมขายด้วยข้อมูลและแผนงานที่ชัดเจน และใช้งบการค้ำอย่างคุ้มค่า ทำให้ฝ่ายขายเจรจาได้มั่นใจ ขยายสินค้าได้มีประสิทธิภาพ และสร้างความสัมพันธ์ที่แข็งแกร่งกับคู่ค้าสู่การเติบโตระยะยาว นอกจากนี้ยังช่วยให้การทำงานระหว่างฝ่ายขาย การตลาด และซัพพลายเชนสอดคล้องกัน รวดเร็ว ส่งผลให้การพยากรณ์อุปสงค์ การจัดการสต็อก และการกระจายสินค้าเป็นระบบ ลดความเสี่ยงสินค้าขาดตลาด และยกระดับประสบการณ์ให้ลูกค้าและพันธมิตรทางธุรกิจ

หลักสูตรนี้จึงมุ่งให้ผู้เข้าอบรมเข้าใจและประยุกต์ใช้ Trade Marketing เพื่อขับเคลื่อนยอดขาย กำไร และการเติบโตอย่างยั่งยืน ผ่านทั้งทฤษฎีและการปฏิบัติจริง โดยเน้นการวิเคราะห์ตลาด การใช้ข้อมูลและตัวชี้วัด และการประสานงานระหว่าง Marketing – Trade – Sales – Supply Chain เพื่อส่งมอบผลลัพธ์ทางธุรกิจที่ชัดเจนและนำไปใช้ได้ทันที

วัตถุประสงค์ของการอบรม :

1. **เพิ่มความรู้และความเข้าใจด้าน Trade Marketing:** เพื่อให้ผู้เข้าอบรมเข้าใจบทบาทหน้าที่และความสำคัญของ Trade Marketing ในการขับเคลื่อนยอดขาย การบริหารช่องทาง และการเติบโตทางธุรกิจ

2. พัฒนาศักยภาพการวิเคราะห์ตลาด ช่องทาง และพฤติกรรมผู้ซื้อ (Shopper Insight): สามารถประเมินโอกาสทางการขาย วางแผนสินค้า ราคา โปรโมชั่น และการจัดวางสินค้าในแต่ละช่องทางได้อย่างเหมาะสม
3. เสริมขีดความสามารถในการวางแผนและดำเนินกิจกรรม Trade Marketing อย่างเป็นระบบ: ออกแบบ Trade Promotion, POP Execution และ Perfect Store Checklist พร้อมใช้ข้อมูลและตัวชี้วัดที่สำคัญในการติดตามผล
4. เสริมประสิทธิภาพการทำงานร่วมกันระหว่างการตลาด ฝ่ายขาย และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: เพื่อสนับสนุนการขาย ให้การดำเนินงานหน้าร้านและการกระจายสินค้าเป็นไปอย่างราบรื่น และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีร่วมกับคู่ค้าช่องทาง

หัวข้อและสาระการเรียนรู้ :

Session	ช่วงเวลา	รายละเอียดเนื้อหา
1	09:00-09:30	Trade Marketing & Ecosystem ทำความเข้าใจภาพใหญ่ของระบบนิเวศการตลาดเชิงช่องทาง (Ecosystem) ผ่านกรณีจริงและกรอบคิด 3-Lens (Consumer–Shopper–Customer) เพื่อสร้างพื้นฐานเกี่ยวกับ Trade Marketing ● ความหมายของ Trade Marketing vs Consumer Marketing ● บทบาท Brand – Trade – Sales – Retailer – Shopper ● 3-Lens Framework: Consumer – Shopper – Customer ● บทบาท Trade Marketing ใน Omnichannel Retail Mini - Workshop: 3-Lens: Consumer vs Shopper vs Customer
2	09:30-10:30	Channel Management & Route-to-Market ศึกษาบทบาทและความแตกต่างของช่องทางจัดจำหน่ายต่าง ๆ พร้อมเข้าใจตัวชี้วัดสำคัญ และระบบผู้จัดจำหน่าย (Distributor System) ผ่านโมเดลและตัวอย่างตลาดของไทย ● ช่องทาง: MT / TT / CVS / e-Commerce / HORECA ● Route-to-Market / Distributor role ● Trade KPIs: ND - Numeric Distribution, WD - Weighted Distribution, SOS - Share of Shelf, ROS - Rate of Sale, SCD - Stock Cover Day Mini - Workshop: Product and Channel

Session	ช่วงเวลา	รายละเอียดเนื้อหา
3	10:45-12:00	<i>Shopper Behavior & Insight</i> เจาะลึกพฤติกรรม Shopper ตั้งแต่แรงจูงใจ จุดตัดสินใจ ไปจนถึง Customer Decision Tree โดยเน้นการอ่านสัญญาณการตลาดจากมุมมองผู้บริโภค ● Shopper Mission & Trip type ● Path to Purchase ● Trigger – Barrier – RTB Model ● Customer Decision Tree (CDT) Mini - Workshop: Shopper Mission และกิจกรรมการตลาด
4	13:00-14:00	<i>Category Management Fundamentals</i> วางโครงสร้างความเข้าใจ Category Role และ Pack-Price Ladder และการบริหารพื้นที่หน้าร้านเบื้องต้น เพื่อใช้สร้างข้อเสนอเชิง Category ให้กับร้านค้า ● Category Roles: Destination / Routine / Impulse / Seasonal ● Assortment & Pack-Price Ladder ● Shelf & Space logic (planogram basics) Mini - Workshop: Pack ladder & must-have SKU per channel
5	14:00-14:45	<i>Trade Promotion & POP / Store Operation Basics</i> ทำความเข้าใจเครื่องมือ Trade Promotion, การออกแบบ POP และหลักการจัดวางสินค้าแบบมีอาชีพ พร้อมใช้ POP Drivers เป็น Checklist การชนะ ณ จุดขาย ● Promotion Objective & Mechanics ● Key shopper touchpoints in store และ POP Drivers ● Shelf rules: Eye-level, Blocking, Hotspots ● Store Operation Basics Mini - Workshop: วิจารณ์ตัวอย่างจากหน้าร้านจริงในไทย

Session	ช่วงเวลา	รายละเอียดเนื้อหา
6	15:00-16:30	Workshop: จัดทำ Trade Marketing Plan (Light Version) สร้างแผน Trade Marketing แบบครบวงจรจากกรอบคิดที่เรียนมา โดย เชื่อม Shopper → Channel → Category → Promotion → Execution ● Target Shopper & Insight ● Channel Role ● Category & Pack Strategy ● Key SKU / Promo / POP ● Perfect Store / POP Drivers checklist ● Metrics & KPI
7	16:30-17:00	● ทบทวนหลักคิดสำคัญ ● สรุปเนื้อหาการอบรม ● ถาม-ตอบ

ผู้เข้ารับการอบรม :

พนักงานระดับปฏิบัติการถึงหัวหน้างาน และผู้ที่มีบทบาทในการทำงานที่ต้องต้องประสานงานหรือทำงานร่วมกับหลายฝ่าย

ระยะเวลาอบรม :

การอบรมใช้ระยะเวลาทั้งสิ้นจำนวน 1 วัน (09.00 น. - 16.30 น.)

แนวทางการเรียนรู้(วิธีการฝึกอบรม)

ทฤษฎี 30% : ปฏิบัติ 70%

- ★ บรรยาย : ถ่ายทอดความรู้ให้ผู้เข้าอบรม
- ★ กิจกรรมกลุ่มระดมความคิด : ผู้เข้าอบรมได้เข้าไป “มีส่วนร่วม”
- ★ ตัวอย่าง/กรณีศึกษาประกอบ : เพื่อเห็น “ภาพที่ชัดเจน” ยิ่งขึ้น
- ✚ การสัมมนาใช้รูปแบบการเรียนรู้แบบผู้ใหญ่และการฝึกประสบการณ์ (Adult Learning & Experiential Learning) ด้วยวิธีการบรรยายควบคู่กับการปฏิบัติ เน้นการบรรยายแบบให้ผู้เข้าสัมมนาเป็นศูนย์กลางการอบรมการตั้งประเด็นคำถามเพื่อให้ผู้เรียนได้ใช้ความคิด

แลกเปลี่ยนประสบการณ์ มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและนำเสนอ เพื่อให้เกิดความเข้าใจเนื้อหาอย่างแท้จริง และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ทันที

- ✚ เนื้อหาของโปรแกรมมีทั้งการบรรยายให้มุมมองหลักคิดผ่านกิจกรรมกลุ่ม และเดี่ยว การฝึกปฏิบัติการ (Work Shop), กรณีศึกษา (Case Study) และ การนำเสนอ (Present) ทำให้การเรียนรู้ เกิดเข้าใจด้วยตัวเองอย่างแท้จริง