

กลยุทธ์การบริหารลูกค้าด้วย CRM เพื่อเพิ่มยอดขายและรักษาสายสัมพันธ์

วิทยากร: อาจารย์พรเทพ จันทนารี

ผู้อำนวยการฝ่ายฝึกอบรมและพัฒนา กลุ่มบริษัท TCC Capital Group
ผู้จัดการฝ่ายฝึกอบรมและพัฒนา กลุ่มบริษัท เทเลคอมเอเชีย คอร์ปอเรชั่น
ผู้จัดการส่วนสรรหาและฝึกอบรม เครือบริษัทไอเอสเอส
ผู้จัดการฝ่ายฝึกอบรมด้านขาย-ตลาด บริษัทในเครือไอเอสเอส
ผู้จัดการฝ่ายฝึกอบรมและพัฒนา กลุ่มบริษัทในเครือยูคอม

21 พฤศจิกายน 2562

09.00 – 16.00 น.

**** โรงแรมโกลด์ ออร์คิด แบงค็อก (ถนนวิภาวดีฯ-สุทธิสาร)**

*สถานที่จัดอบรมอาจเปลี่ยนแปลงได้ตามความเหมาะสม

หลักการและเหตุผล

ในโลกของการแข่งขันทางธุรกิจอย่างรุนแรงเช่นทุกวันนี้ กลยุทธ์การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าจึงมีความสำคัญยิ่ง และประเด็น ที่ต้องคำนึงถึง คือ ลูกค้าในแต่ละรายมีความสำคัญไม่เท่ากัน เนื่องจากลูกค้าแต่ละรายทำรายได้ให้กับองค์กรแตกต่างกัน ดังนั้น การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า จึงเป็นกลยุทธ์ที่ทำให้จัดระบบ "การตอบสนองลูกค้า" ได้อย่างคุ้มค่าและเฉพาะเจาะจง เพราะทรัพยากรขององค์กร ไม่ว่าจะเป็นพนักงานขาย พนักงานผู้ให้บริการ รวมถึงงบประมาณนั้นมีอยู่อย่างจำกัด ความท้าทายผู้บริหารและพนักงานฝ่ายขาย "ต้องทำอะไร" ที่ให้ลูกค้าที่มีอยู่นั้น อยู่กับองค์กรให้นานแสนนานด้วย "ความภักดี" ต่อสินค้าและบริการหลักสูตรนี้มีคำตอบ

วัตถุประสงค์

1. สามารถประยุกต์ใช้หลักการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. สามารถรักษาและขยายฐานลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง

หัวข้อการบรรยายและWorkshop

- กระบวนการทางธุรกิจเกี่ยวกับลูกค้า
- 3 เสาหลักผู้เกี่ยวข้องในการสร้าง รักษาและขยายฐานลูกค้า
- CRM (Customer Relationship Management) คืออะไร
- อะไรคือประโยชน์ที่ได้จากการทำ CRM
- เกณฑ์การดูแลลูกค้าด้วยแนวคิด Customer Pyramid Model Analysis
- หลักการในการสร้างโปรแกรมและการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า
- อะไรคือเกณฑ์การกำหนดระดับความสำคัญของลูกค้า
- กระบวนการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า
- หลักการในการเก็บฐานข้อมูลของลูกค้า
- แนวทางการวิเคราะห์และพยากรณ์พฤติกรรมการซื้อของลูกค้า
- Get & Give Strategy : กลยุทธ์การสร้างสมดุลแห่งความภักดีระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ
- โปรแกรมการหาข้อบกพร่องและกลางบอกเหตุการณ์จากไปของลูกค้า
- กลยุทธ์การแย่งชิงลูกค้ากลับคืนมาต้องทำอย่างไร
- กลยุทธ์การรักษาลูกค้าให้อยู่กับเราไม่หนีจากไปไหนต้องทำอย่างไร
- กลยุทธ์การขยายฐานลูกค้า/ช่วงชิงลูกค้ามาจากคู่แข่งชั้นต้องทำอย่างไร



- โปรแกรมการขายขอบเขตความสัมพันธ์ เพื่อความคงอยู่และความต่อเนื่องทางธุรกิจ ประกอบด้วย
 1. การขายต่อเนื่อง (Cross Selling)
 2. การขายต่อยอด (Up Selling)
 3. การขายขยายวง (Affinity Selling)
 4. การคงอยู่ของลูกค้า (Customer Retention)
 5. การพยากรณ์พฤติกรรมของลูกค้า (Customer Behavior Prediction)

ประกาศนียบัตร: บริษัท ไฮโพ เทรนนิ่ง แอนด์ คอนเซิร์ทแทนซ์ จำกัด

อัตราหลักสูตร (ต่อ 1 ท่าน)

ชำระภายใน 21 พฤศจิกายน 2562					
ประเภท	ค่าสัมมนา	VAT 7%	หัก ณ ที่จ่าย 3 %	รวมจ่ายสุทธิ	กรณีไม่มีหนังสือหัก ณ ที่จ่าย
บุคคลทั่วไป	4,500.00	315.00	135.00	4,680.00	4,815.00
สมาชิก HIPO	-	-	-	-	-
พิเศษ! ชำระภายใน 7 พฤศจิกายน 2562 (โอนเงิน หรือ แฟกซ์สำเนาหน้าเช็ค)					
ประเภท	ค่าสัมมนา	VAT 7%	หัก ณ ที่จ่าย 3 %	รวมจ่ายสุทธิ	กรณีไม่มีหนังสือหัก ณ ที่จ่าย
บุคคลทั่วไป	4,300.00	301.00	129.00	4,472.00	4,601.00
สมาชิก HIPO	-	-	-	-	-

วิธีการชำระเงิน:

1. โอนผ่านบัญชีธนาคาร ดังนี้
 - 1.1 ธนาคารกรุงเทพ บัญชีสะสมทรัพย์ สาขา ซอยอารี เลขที่ 127-4-66322-6
 - 1.2 ธนาคารไทยพาณิชย์ บัญชีออมทรัพย์ สาขา พหลโยธิน เลขที่ 014-2-63503-8

ชื่อบัญชี บริษัท ไฮโพ เทรนนิ่ง แอนด์ คอนเซิร์ทแทนซ์ จำกัด
และแฟกซ์ใบ Pay in และหนังสือรับรองหัก ณ ที่จ่าย (ถ้ามี) ที่ 0-2615-4479
พร้อมระบุชื่อบริษัทของท่าน และชื่อหลักสูตร
2. ชำระด้วยเช็คบริษัท ส่งจ่าย บริษัท ไฮโพ เทรนนิ่ง แอนด์ คอนเซิร์ทแทนซ์ จำกัด
3. หัก ณ ที่จ่าย 3% ทะเบียนนิติบุคคลเลขที่ 0-1055-48105-59-0
บริษัท ไฮโพ เทรนนิ่ง แอนด์ คอนเซิร์ทแทนซ์ จำกัด
40/81 ซอยอินทามระ 8 ถนนสุทธิสารวินิจฉัย แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400
4. บริษัทฯ ขอสงวนสิทธิ์ในการไม่คืนเงินที่ได้ชำระมาแล้ว

รายละเอียดเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ:

บริษัท ไฮโพ เทรนนิ่ง แอนด์ คอนเซิร์ทแทนซ์ จำกัด
โทรศัพท์ 02-615-4499, 02-615-4477-78
โทรสาร 02-615-4479
เว็บไซต์ www.hipotraining.co.th
อีเมล hipotraining@gmail.com
เฟสบุ๊ค www.facebook.com/HIPOtraining

อบรม, สัมมนา, กลยุทธ์, การบริหารลูกค้า, CRM, เพิ่มยอดขาย, รักษาสายสัมพันธ์