

หลักสูตร 4 G Marketing

การตลาดยุค 4G

วิทยากร: ดร.ธวัช ธีรขวัญโรจน์

อดีต General Manager - บริหารสินค้า บริษัท ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล จำกัด
อดีตผู้จัดการและบริหารการขายอุตสาหกรรมนมไทย(นมตราะลิ)
และผ่านงานด้านการขายและการตลาดจาก Marriott Royal Garden Resorts Group
รวมประสบการณ์การทำงานด้านการขาย การตลาดและการบริการมากกว่า 25 ปี

27 กุมภาพันธ์ 2563

เวลา 09.00 – 16.00 น.

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

****สถานที่จัดอบรมอาจเปลี่ยนแปลงได้ตามความเหมาะสม**

หลักการและเหตุผล

ปัจจุบันในโลกธุรกิจมีการแข่งขันกันอย่างมาก ซึ่งนับวันก็ยิ่งทวีความรุนแรงมากขึ้นเรื่อยๆ การตลาดก็นับเป็นอาวุธสำคัญ ที่แต่ละธุรกิจใช้เป็นอาวุธเพื่อชิงชัยความได้เปรียบในการแข่งขันหลายท่านอาจคิดว่า การตลาดที่ได้ผลนั้น จะต้องลงทุนมากกับสื่อจำพวกโทรทัศน์ หรือวิทยุเท่านั้น จึงจะเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง แต่ความจริงแล้วในโลกยุคดิจิทัลนี้ ยังมีการตลาดอีกแบบหนึ่ง ที่เราสามารถเข้าถึงผู้บริโภคจำนวนมากได้ โดยไม่ต้องลงทุนเยอะ และที่สำคัญสามารถสื่อสารแบบ 2 ทางกับผู้บริโภค หรือสามารถโต้ตอบกับผู้บริโภคบนอินเทอร์เน็ตได้...การตลาดแบบนี้ เราเรียกว่า **"การตลาดในยุค 4G"**

นอกจากนั้นการสื่อสารผ่านทางช่องทางออนไลน์นั้น ยังสามารถแทรกเข้าถึงได้ทุกวัยและทุกวงการอาชีพ ทำให้ผู้บริโภคสามารถเชื่อมเข้าถึงBrandสินค้าได้ง่ายขึ้น อย่างไรก็ตาม ยังมีผู้บริโภคบางกลุ่มที่ยังนิยมการตลาดแบบยุคเก่า หรือแบบ Offline หลักสูตรนี้จึงเน้นทั้งการตลาดบนโลกออนไลน์และ โลกออฟไลน์

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้ผู้เข้ารับการอบรมได้วิเคราะห์และเข้าใจกลยุทธ์การตลาดของตนเองในยุคปัจจุบัน
2. เพื่อให้ผู้เข้ารับการอบรมได้เรียนรู้และพัฒนากลยุทธ์การตลาดในยุคดิจิทัลให้กับองค์กร
3. เพื่อให้ผู้เข้ารับการอบรมสามารถคิดและเข้าใจการตลาด และการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ให้เหมาะกับสภาพตลาดและการแข่งขัน เพื่อนำไปสู่นวัตกรรมทางการตลาดขององค์กรได้
4. เพื่อให้ผู้เข้ารับการอบรมสามารถนำความรู้ที่ได้ ไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่องค์กร

หัวข้อการฝึกอบรม/สัมมนา

Module 1 การบริหาร Brand และ การสร้างนวัตกรรมในยุคดิจิทัล (4G)

1. การเตรียมความพร้อมสำหรับการตลาดในยุค 4G
2. พฤติกรรมของลูกค้าที่มีผลต่อการตลาดในยุค 4G
3. การบริหาร Brand ในยุค 4G

Module 2 บริหารแบรนด์อย่าง ผู้นำ และ ผู้ตาม

4. กลยุทธ์ของ ผู้นำ ที่ต้องทำ
5. กลยุทธ์ของ ผู้ตาม ที่ต้องลงมือปฏิบัติ

Module 3 การตลาดสำหรับ Mass Market และ Premium Market

6. การบริหาร Brand ของสินค้าที่เป็นตลาด Mass

7. การบริหาร Brand ของสินค้ากลุ่มพรีเมียม

Module 4 การบริหารงบประมาณ

8. ปัจจัยที่มีผลต่องบประมาณทางการตลาด

9. กิจกรรม การทำ budget plan อย่างมีประสิทธิภาพภายใต้งบประมาณจำกัด

Module 5 การสื่อสารในเชิงการตลาด

10. เทคนิคในการสื่อสารกับ ลูกค้าภายนอกองค์กร

11. เทคนิคในการสื่อสารกับ ลูกค้าภายในองค์กร

12. สรุปคำถามและคำตอบ

ประกาศนียบัตร: บริษัท ไฮโป เทรนนิ่ง แอนด์ คอนเซิร์ทเทนซ์ จำกัด

อัตราหลักสูตร (ต่อ 1 ท่าน)

ชำระภายใน 27 กุมภาพันธ์ 2563					
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	4,300.00	301.00	129.00	4,472.00	4,601.00
พิเศษ! ชำระภายใน 12 กุมภาพันธ์ 2563 (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	4,000.00	280.00	120.00	4,160.00	4,280.00

วิธีการชำระเงิน:

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

ชื่อบัญชี บริษัท ไฮโป เทรนนิ่ง แอนด์ คอนเซิร์ทเทนซ์ จำกัด
และแฟกซ์ใบ Pay in และหนังสือรับรองหัก ณ ที่จ่าย (ถ้ามี) ที่ 0-2615-4479
พร้อมระบุชื่อบริษัท เบอร์ติดต่อของท่าน และชื่อหลักสูตร
- ชำระด้วยเช็คบริษัท สั่งจ่าย บริษัท ไฮโป เทรนนิ่ง แอนด์ คอนเซิร์ทเทนซ์ จำกัด
- หัก ณ ที่จ่าย 3% เลขประจำตัวผู้เสียภาษี 0-1055-48105-59-0
บริษัท ไฮโป เทรนนิ่ง แอนด์ คอนเซิร์ทเทนซ์ จำกัด
40/81 ซอยอินทามระ 8 ถนนสุขุมวิทวินิจัย แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400
- บริษัทฯ ขอสงวนสิทธิ์ในการไม่คืนเงินที่ได้ชำระมาแล้ว

รายละเอียดเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ:

บริษัท ไฮโป เทรนนิ่ง แอนด์ คอนเซิร์ทเทนซ์ จำกัด

Telephone: 02-615-4499, 02-615-4477-8

Fax: 02-615-4479 Hotline: 086-3183151-2

Website: www.hipotraining.com

E-mail: hipotraining@gmail.com

Facebook: www.facebook.com/HIPOTraining

อบรม, สัมมนา, งานขาย, การตลาด, การตลาดยุค 4G