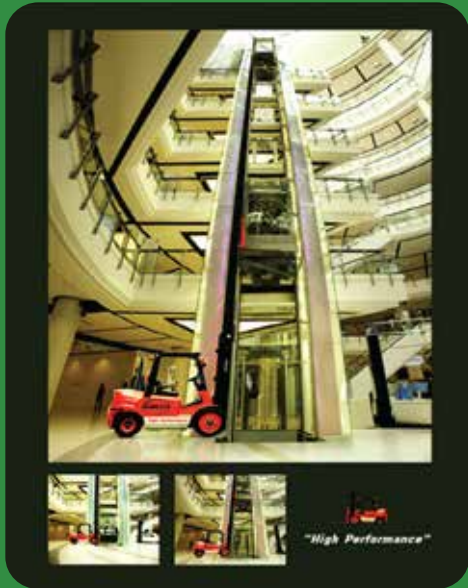


# Customer Insight Creating Marketing Strategy

พฤหัสบดี ที่ 21 กุมภาพันธ์ 2562

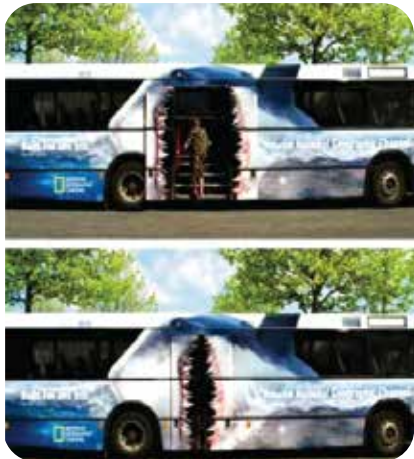


การสร้างความผูกพันกับลูกค้าคือหัวใจของการตลาด ไม่ใช่แค่การสร้างให้เกิดความพึงพอใจเท่านั้น การเข้าใจพฤติกรรมของผู้บริโภคและการค้นหา Customer Insight คือกุญแจที่สำคัญที่จะทำให้เราบรรลุถึงเป้าหมายดังกล่าว ดังนั้นกุญแจสู่ความสำเร็จทางการตลาดก็คือการที่เราจะจะทำอย่างไรถึงจะให้ได้มาซึ่ง Customer Insight และสามารถเชื่อมั่นได้อย่างมีประสิทธิภาพในการสร้างกลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Strategy) เพื่อสร้างความสำเร็จที่แท้จริงและยั่งยืนทางการตลาด เห็นोकุแข่ง ดังนั้นในหลักสูตรนี้จะมุ่งเน้นที่จะให้เกิดการเรียนรู้ ในการด้านความเข้าใจต่อลูกค้าของเราอย่างลึกซึ้งด้วยเทคนิคและแนวทางการวิเคราะห์ Customer Insight เพื่อนำมาเชื่อมโยงกับการสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดใหม่ๆ ต่อไป อาทิเช่น กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ หรือกลยุทธ์การสื่อสาร

## หลักสูตรการหา Customer Insight เพื่อกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด

### Course Outline

- แนวคิดทางการตลาดแบบบูรณาการสมัยใหม่
  - Insight = Mental vision
  - Thailand 4.0 (From Traditional to Digital)
  - Thailand Online Landscape
- การวิเคราะห์อื่นไ้ทของลูกค้ (Customer Insight Analysis) เพื่อสร้างความผูกพันต่อลูกค้ (Customer Engagement)
  - Consumer Trend
  - Customer Insight
  - Customer Engagement (Emotional Attachment)
- Marketing Best Practices Developed from Consumer Insight
- การเข้าใจพฤติกรรมลูกค้อย่างยั่งยืน
  - Digital Consumers
  - Tree Theory: Brand Core Value
  - Personalization Of Marketing
  - Word-of-Mouth: Consumer-Generated Media (CGM)
  - Forms of advertising
  - Internet Behavior
  - Model of Buyer Behavior
- กลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategy) ที่มีประสิทธิผล
  - Human Value Marketing
  - Consumer Centric Marketing
- Customer Experience Management Strategy
  - Customer Experience Management (CEM)
  - Positive Experience
- Integrated Brand Communication Through Consumer Sensory Marketing



" Brand ต้องหา Consumer Insight ที่ตอบ "Want" ไม่ใช่ "Need" ของลูกค้ ซึ่งลูกค้ต้องการอะไรเพิ่มเติมมากกว่า Function หลักของสินค้ค้ันนั้นๆ เสมอ "

# Customer Insight Creating Marketing Strategy

## หลักสูตรการหา Customer Insight เพื่อกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด

### Objective

- ทราบถึงแนวคิดทางการตลาดแบบบูรณาการสมัยใหม่ และหลักการวิเคราะห์ Customer Insight เพื่อยกระดับความผูกพันต่อลูกค้าให้เกิดความยั่งยืน
- เข้าใจกลยุทธ์การตลาด และพฤติกรรมลูกค้าที่มีความหลากหลาย เพื่อนำมาปรับเปลี่ยนทัศนคติให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าได้อย่างเหมาะสม
- สามารถนำเทคนิค และเครื่องมือสื่อต่างๆ มาประยุกต์ใช้ในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดให้ Insight มากขึ้นและมีประสิทธิภาพสูงสุด



ค่าธรรมเนียม 6,800 บาท (ไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม)  
สถานที่ โรงแรม สวิสโซเทล เลอคองคอร์ด (รัชดาภิเษก)  
พฤษภาคมที่ 21 กุมภาพันธ์ 2562 (เวลา 09.00 - 16.00 น.)

#### วิทยากร

ผศ.ดร.วิเลิศ ภูริวัชร

อาจารย์ประจำ ภาควิชาการตลาด คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ผู้เชี่ยวชาญและที่ปรึกษาทางด้านการตลาด องค์กรภาครัฐและเอกชน

คอลัมน์สัปดาห์การตลาด Marketing is all around ของกรุงเทพธุรกิจ



LINE  
@strategiccenter

หรือสมัครบนเว็บไซต์  
WWW.SBDC.CO.TH



สนใจสมัคร ส่งใบตอบรับ มาที่ >>>

- 1 ชื่อ   
ตำแหน่ง/ฝ่าย  มือถือ   
E-mail
- 2 ชื่อ   
ตำแหน่ง/ฝ่าย  มือถือ   
E-mail
- 3 ชื่อ   
ตำแหน่ง/ฝ่าย  มือถือ   
E-mail   
ชื่อบริษัท/องค์กร   
 สำนักงานใหญ่  สาขา   
เลขประจำตัวผู้เสียภาษี   
ประเภทธุรกิจ   
ที่อยู่   
ชื่อผู้ประสานงาน   
ตำแหน่ง/ฝ่าย   
โทรศัพท์  มือถือ   
โทรสาร   
E-mail

#### สมาชิกศูนย์ฯ รับส่วนลด 10 %

สมาชิกศูนย์ฯ 1,500 บาท / ปี  
พร้อมรับสิทธิประโยชน์กับทางศูนย์ฯ  
(ขอสงวนสิทธิ์สำหรับสมาชิกและผู้ที่เกี่ยวข้องที่นั้ง  
ล่วงหน้าก่อน)

01

#### การชำระเงิน

- ชำระโดยสั่งจ่ายเช็ค/แคชเชียร์เช็ค ชิดค่อม  
สั่งจ่ายในนาม  
"บริษัท ศูนย์พัฒนากลยุทธ์ทางธุรกิจ จำกัด"  
เลขประจำตัวผู้เสียภาษี 0105539066692  
1755 ซ.ลาดพร้าว 94 ถ. ลาดพร้าว แขวงพลับพลา  
เขตวังทองหลาง กรุงเทพฯ 10310

02

#### โอนเงินเข้าบัญชี

ธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน)  
สาขาศรีวิภาทวารนอินทาวน  
บัญชีออมทรัพย์ เลขที่ 609-2-01313-6

ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน)  
สาขาสี่แยกศรีวิภา บัญชีออมทรัพย์  
เลขที่ 140-2-12879-3

03

\*\*\*หมายเหตุ หากต้องการยกเลิกหลักสูตรต้องแจ้งล่วงหน้าอย่างน้อย 3 วัน  
มิฉะนั้นท่านต้องชำระค่าใช้จ่ายร้อยละ 30 ของค่าธรรมเนียมการอบรม