

# Customer & Non Customer Analysis

หลักสูตร เทคนิคการวิเคราะห์ผู้ที่เป็นและยังไม่ได้เป็นลูกค้าเพื่อขยายตลาด



## Course Outline

พฤหัสบดีที่ 28 มิถุนายน 2561

### เรียนรู้แนวคิด การขยายตลาด ที่ Blue Ocean สุดๆ

การวิเคราะห์ถึงกลุ่มลูกค้าและกลุ่มที่เป็นลูกค้าเป้าหมายเพื่อขยายตลาดถือเป็นสิ่งสำคัญมาก ซึ่งนักการตลาดจะต้องให้ความสำคัญกับความ ต้องการของลูกค้าและผู้ที่ยังไม่ได้เป็นลูกค้า หลักสูตรเทคนิคการวิเคราะห์ลูกค้าและผู้ที่ยังไม่ได้เป็นลูกค้าเพื่อขยายตลาด จึงถูกสร้างขึ้นมา เพื่อเน้นการวิเคราะห์ลูกค้าเดิมและเพิ่มลูกค้าใหม่ ในการขยายตลาดที่ไม่มีในตำรา ใครคือลูกค้า? ลูกค้าต้องการซื้ออะไร? ทำไมลูกค้าถึงซื้อ? ลูกค้าซื้อที่ไหน? ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ? ทำไมถึงวิเคราะห์แต่ลูกค้าเดิม? ลูกค้าใหม่เราจะเป็ใคร? จะหาลูกค้าใหม่จากไหน? ใครยังไม่มาเป็นลูกค้าเรา? ทำอย่างไรถึงจะมาเป็นลูกค้าเรา? ผ่านแนวคิดการ วิเคราะห์การตลาดแบบเดิมๆ ด้วยแนวคิดที่ Blue Ocean สุดๆ ที่จะเปิดมุมมองใหม่ของคุณ

- ทบทวนและท้าทายแนวคิดทางการตลาดที่เน้นลูกค้าเป็นหลักที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน
  - ◀ ปัญหาของการแบ่งส่วนตลาด (Segmentation) ที่ยิ่งแบ่งยิ่งทำให้ตลาดเล็กลงและมีโอกาส ทำกำไรได้น้อยลง
  - ◀ ปัญหาของการเพิ่มดัชนีความพึงพอใจของลูกค้าผ่าน Customer Satisfaction Index ทำให้ลูกค้าที่ให้คะแนนความพึงพอใจเราสูงแต่ยังเปลี่ยนไปเป็นลูกค้าของคู่แข่ง
  - ◀ จะทำอย่างไรต่อไปเมื่อคะแนนความพึงพอใจใกล้เต็ม 100%
- เข้าใจผู้ที่ไม่ใช่ลูกค้า (ปัจจุบันของเรา) ผ่าน Tree Tier of Non-Customer Analysis
  - ◀ Tree Tier of Non-Customer Analysis
  - ◀ กรณีตัวอย่างของ Non-Customer Analysis
- Non-Customer Pain Point หาจุดเจ็บของผู้ที่ไม่ใช่ลูกค้า เพื่อให้เขาเข้ามาเป็นลูกค้า
  - ◀ Non-Customer Pain Point Analysis Tools
  - ◀ Workshop : การหา Non-Customer Pain Point
- Desegmentation เครื่องมือในการทลายขอบเขตตลาดของ Segmentation เพื่อนำไปสู่ตลาดใหม่ที่ใหญ่กว่าเดิม
  - ◀ Desegmentation Tools
  - ◀ กรณีศึกษาการทำ Desegmentation
- ปัญหาและข้อจำกัดของการทำการตลาดผ่าน Non-Customer และ Desegmentation
- Customer and Non-Customer Mixes การจัดส่วนผสมของ กลุ่มกลยุทธ์ทางการตลาด
- ของบริษัทเพื่อเข้าถึง Non-customer พร้อมกับการรักษา ลูกค้าเดิมเอาไว้
  - ◀ Product Mixes Strategy For Customer and Non-Customer
  - ◀ 2 Tier Pricing For Customer and Non-Customer
  - ◀ Channel and Design เพื่อหลีกเลี่ยงข้อขัดแย้งระหว่าง For Customer and Non-Customer
  - ◀ Marketing Communication Strategy For Customer and Non-Customer

# Customer & Non Customer Analysis

หลักสูตร เทคนิคการวิเคราะห์ผู้ที่เป็นและยังไม่ได้เป็นลูกค้าเพื่อขยายตลาด

## Objective



- 1) เปิดมุมมองใหม่ในการกำหนดลูกค้า ค้นหา และเข้าถึงลูกค้าใหม่
- 2) เรียนรู้เทคนิคในการศึกษาและวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า
- 3) ทดลองปรับเปลี่ยนหรือสร้างกลยุทธ์ในการกำหนดกลุ่มลูกค้า
- 4) ทดลองออกแบบวัดความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า



ศาสตราจารย์วิทวัส รุ่งเรืองผล

- อาจารย์ประจำภาควิชาการตลาด คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการตลาดระดับประเทศ

พฤหัสบดีที่ 28 มิถุนายน 2561 ลงทะเบียน 8.30 น. อบรม 9.00-16.00 น.

สถานที่ โรงแรม สวิสไฮเทล เลอคองคอร์ด (รัชดาภิเษก)

ค่าธรรมเนียม 5,900 บาท (ไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม)



สนใจสมัคร ส่งใบตอบรับ มาที่ >>>

LINE @strategiccenter

หรือสมัครบนเว็บไซต์ WWW.SBDC.CO.TH



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  
(ขอสงวนสิทธิ์สำหรับสมาชิกและผู้ที่เกี่ยวข้องที่นั่ง  
ล่วงหน้าก่อน)

01

การชำระเงิน

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

02

โอนเงินเข้าบัญชี

ธนาคารสิริกไทย จำกัด(มหาชน)  
สาขาศรีวิภาทาวนอินทาวน  
บัญชีออมทรัพย์ เลขที่ 609-2-01313-6

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

03

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