

TRAINING OUTLINE

หลักสูตร เทคนิคการบริหารลูกค้ารายสำคัญ

(Key Account Management: KAM)

วิทยากร: อาจารย์สุพจน์ กฤษฎาธาร

PRINCIPLES

ในโลกของการแข่งขันทางธุรกิจอย่างรุนแรงเช่นทุกวันนี้ แนวความคิดใหม่ที่ทุกคนควรต้องคำนึงถึง คือ **ลูกค้าในแต่ละรายมีความสำคัญไม่เท่ากัน** เนื่องจากเขาทำรายได้ให้กับองค์กรแตกต่างกัน ดังนั้น การบริหารลูกค้ารายสำคัญ หรือ ลูกค้าที่สร้างรายได้ให้เราสูง จึงเป็นกลยุทธ์ที่ทุกองค์กรต้องให้ความสำคัญ เนื่องจาก ทรัพยากรขององค์กร ไม่ว่าจะเป็นพนักงานขาย พนักงานผู้ให้บริการ รวมถึงงบประมาณนั้น มีอยู่อย่างจำกัด ความท้าทายผู้บริหาร และ พนักงานทุกคน คือ จะทำอย่างไรที่จะทำให้ลูกค้ารายสำคัญอยู่กับองค์กรให้นานแสนนานบนพื้นฐานของความประทับใจต่อสินค้าและบริการ..... หลักสูตรนี้มีคำตอบ

หลักสูตรนี้ จึงได้พัฒนาขึ้นมาเพื่อให้ทีมนักขาย ทีมผู้ให้บริการ หัวหน้าทีมขาย ผู้จัดการฝ่ายบริการ รวมถึงผู้บริหารในทุกระดับ ได้เรียนรู้เทคนิค กลไก และ กระบวนการในการบริหารลูกค้ารายสำคัญอย่างเป็นระบบ การสร้างความสัมพันธ์ในระยะยาว เรียนรู้หลักเกณฑ์ในการจัดความสำคัญของลูกค้า ระดมสมองทำกิจกรรมประยุกต์การบริหารลูกค้ารายสำคัญ เมื่อจบการอบรม ผู้เข้าสัมมนาจะสามารถประยุกต์และต่อยอดความรู้ด้านการให้บริการอย่างเป็นเลิศได้ด้วยตนเอง

OBJECTIVES

1. เพื่อให้ผู้เข้าอบรมเข้าใจหลักการและเทคนิคในการบริหารลูกค้ารายสำคัญ
(Key Account Management: KAM)
2. เพื่อทำกิจกรรมที่เกี่ยวกับ การบริหารลูกค้ารายสำคัญ
3. เพื่อให้ผู้เข้าอบรมสามารถนำความรู้และประสบการณ์ที่ได้ไปประยุกต์ใช้ได้อย่างเหมาะสมในงานที่รับผิดชอบ

AREAS OF STUDY

1. มุมมองของความสำเร็จของธุรกิจในยุคนี้
 - ความสำเร็จของธุรกิจในยุคนี้ พิจารณาจากอะไร
2. เปลี่ยนแนวคิดการมองลูกค้า

- ลูกค้าทุกรายสำคัญเท่ากัน หรือไม่
 - ใครคือ ลูกค้ารายสำคัญของธุรกิจ
3. กิจกรรม Workshop: “ลูกค้ารายสำคัญของธุรกิจของคุณ”
 4. ตัวอย่างการบริหารลูกค้ารายสำคัญในโลกธุรกิจ
 5. การวิเคราะห์ และการแบ่งประเภทของลูกค้ารายสำคัญ
 - เกณฑ์ทั่วไปที่นำมาใช้ในการแบ่งประเภทลูกค้ารายสำคัญ
 - เกณฑ์ที่เหมาะสมกับธุรกิจของคุณ
 6. กิจกรรม Workshop: “เกณฑ์ในการแบ่งประเภทลูกค้ารายสำคัญ”
 7. มิติการเรียนรู้ และ เข้าใจธุรกิจของลูกค้ารายสำคัญ
 8. วิเคราะห์ความต้องการที่แท้จริงของลูกค้ารายสำคัญในแต่ละกลุ่ม
 9. ลำดับ/ ขั้นตอนการสร้างและรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้ารายสำคัญ
 10. การวางแผน และ การสร้างกลยุทธ์บริหารลูกค้ารายสำคัญ
 11. กิจกรรม Workshop: “การสร้างกลยุทธ์สำหรับลูกค้ารายสำคัญ สำหรับธุรกิจของคุณ”
 12. เครื่องมือในการบริหารลูกค้าคนสำคัญ และการนำไปใช้
 13. การจัดทีมงาน และ การปรับเปลี่ยนโครงสร้างองค์กร ในการให้บริการลูกค้ารายสำคัญ
 14. คำถามและคำตอบที่ผู้เรียนต้องการรู้
 15. สรุปหลักสูตร

หมายเหตุ หัวข้อที่เสนอสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความต้องการของลูกค้าหรือตามความคิดเห็นของวิทยากร

การติดต่อ: 02-615-4499, 0-2615-4477-8 hipotraining@hotmail.com, www.hipotraining.co.th