

การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship Management)

ธุรกิจในปัจจุบันมีการแข่งขันทางการตลาดที่สูงขึ้น เนื่องด้วยสินค้าที่มีความหลากหลายภายใต้จุดเด่นของสินค้าที่ไม่ค่อยมีความแตกต่างกันมากนัก การรักษาลูกค้าให้เก่าให้คงไว้ หรือการเพิ่มลูกค้าใหม่จึงเป็นเรื่องที่ยาก มีการขายตัดราคาเพื่อแย่งลูกค้า

ดังนั้น แต่ละธุรกิจจึงมีการสร้างกระบวนการใหม่ๆ ขึ้นมาเพื่อยึดฐานลูกค้าเอาไว้ อาทิ การจัดระบบการบริการลูกค้าให้เป็นมาตรฐาน การจัดระบบ CRM - Customer Relationship Management การฝึกอบรมเพื่อเพิ่มเติมกลยุทธ์ทางการตลาด



ดังนั้น หลักสูตรนี้ จึงถูกสร้างขึ้นให้เป็นหนึ่งในกระบวนการที่จะช่วยสร้างสัมพันธ์ภาพอันดีระหว่างพนักงานกับลูกค้าเอาไว้ และระหว่างพนักงานด้วยกัน ภายใต้หลักการลูกค้าภายนอก (External Customers) และลูกค้าภายใน (Internal Customers)

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้ผู้เข้ารับการอบรมมีความเข้าใจในหลักการบริหารและแนวทางปฏิบัติของ Customer Relationship Management
2. เพื่อให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อการนำ Customer Relationship Management มาใช้เป็นกลยุทธ์ ในการบริหารจัดการกับลูกค้า ทั้งภายในและภายนอก
3. สามารถนำความรู้แนวคิด ประสบการณ์ Customer Relationship Management ไปประยุกต์ใช้ในการวางแผน และผลักดันโดยกำหนดเป็นกลยุทธ์ขององค์กร แล้วนำไปใช้บริหารและปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship Management)

หัวข้อการอบรม :

- หัวใจของการบริการ
- Overview CRM Knowledge, CRM Vision
- ประเภทของลูกค้า
- ความสำคัญของ CRM
 - ความหมาย บทบาท องค์ประกอบของ CRM
 - ปัจจัยสู่ความสำเร็จในการทำ CRM
 - ประโยชน์ที่ได้รับจากการนำ CRM มาใช้
- ความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องของลูกค้า และแนวคิดพื้นฐานของลูกค้า (Customer Requirement and Customer Concept)
- บทบาทของบุคลากรต่อความสำเร็จของการดำเนินงานด้วย CRM
 - พัฒนาบุคลิกภาพ
 - สร้างวัฒนธรรมองค์กรที่มุ่งเน้น Customer Centric
- กลยุทธ์การตลาดที่แตกต่างด้วย CRM
- ทำไม CRM จึงเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่นิยมที่สุดในรอบทศวรรษ

- หลักการสร้าง CRM ให้แตกต่างอย่างเหนือชั้น
- กลไกและขั้นตอนการออกแบบ CRM อย่างเป็นระบบและโดนใจลูกค้า
- การสร้างความสัมพันธ์ เพื่อให้เกิดประสบการณ์ที่ดีกับลูกค้า
- กลยุทธ์สร้างความสัมพันธ์
- กระบวนการสร้างความสัมพันธ์
- การนำ CRM มาประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการลูกค้าภายใน/ภายนอก
- CEM (Customer Experience Management) การให้บริการที่เหนือชั้นของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า
- ตัวอย่าง กรณีศึกษา องค์กรที่ประสบความสำเร็จในการทำ CRM ในไทยและสากล
- Workshop
 - CRM Activity (ความคิดด้าน CRM สำหรับเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า)
 - CEM Activity (ความคิดด้าน CEM สำหรับเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า)

รูปแบบการอบรม :

- @ บรรยาย
- @ ฝึกปฏิบัติ
- @ กิจกรรมสัมพันธ์
- @ Workshop
- @ กรณีศึกษา

