



หลักสูตร

# SERVICE DELIVERY THROUGH CUSTOMER SEGMENTATION

## การส่งมอบบริการให้เหมาะกับกลุ่มประเภทลูกค้า

ด้วยรูปแบบของการเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี พร้อมกับความต้องการของลูกค้าที่มีสูงขึ้นอยู่ทุกวัน การตอบใจของลูกค้า จึงมีใช้เพียงแค่การให้บริการตามมาตรฐานเท่านั้น หากแค่ผู้ให้บริการจำเป็นต้องเข้าใจถึงกลุ่มลูกค้าที่มีพฤติกรรม และวิถีชีวิตที่แตกต่างไปจากเดิมดังเช่นในอดีตมีลูกค้าเป็นเพียงกลุ่ม ชาย หญิง Gen X Gen Y Baby Boomer หรืออาชีพรับจ้าง ข้าราชการ นักธุรกิจ แต่ปัจจุบันการแบ่งกลุ่มลูกค้าเกิดเป็นแบบ Life Style ของแต่ละบุคคล แต่ละกลุ่ม เช่นกลุ่ม ลูกค้ารักสุขภาพ รักสิ่งแวดล้อม คู่รักเพศที่สาม ชายรักชาย ชอบของแถม / โปรโมชัน เป็นต้น

เราจะเห็นได้ว่าผู้ให้บริการมีการปรับตัวในการส่งมอบสินค้าและบริการที่สอดคล้องกับ Life Style ของลูกค้ามากขึ้น อย่างเช่น มีการขายบ้านที่ทาสีผนังไว้อสำหรับบ้านคู่รัก เพศที่สาม ชายรักชาย หรือการจัดวางสินค้าของ B2S ที่มีใช้เป็นการจัดวางตามชนิดสินค้า แต่เป็นการจัดวางตาม Life Style ของลูกค้า

ดังนั้นหลักสูตรการส่งมอบบริการให้เหมาะกับกลุ่มประเภทลูกค้า จึงออกแบบมาเพื่อพัฒนาทักษะความรู้ของผู้เรียนให้เกิดมุมมองที่กว้าง และสามารถนำไปประยุกต์กับการให้บริการลูกค้าของตนเองในปัจจุบันได้



www.impressionconsult.com

# วัตถุประสงค์

- เพื่อเข้าใจถึงประเภทลูกค้า กลุ่มลูกค้า และความต้องการของลูกค้าที่มีในปัจจุบัน
- เพื่อออกแบบแนวทางการตอบใจภักย์ลูกค้า ในแต่ละกลุ่มได้อย่างเหมาะสมและต่อยอดจากการบริการในปัจจุบัน



## รูปแบบการอบรมสัมมนา

- ☑ บรรยาย
- ☑ กรณีศึกษา
- ☑ บทฝึก
- ☑ Workshop
- ☑ สถานการณ์จำลอง (Simulation)

## กลุ่มผู้เข้าอบรมสัมมนา

- ☑ หัวหน้างาน
- ☑ ผู้จัดการ
- ☑ พนักงานทั่วไป

ระยะเวลา

9:00 น.- 16:00 น. ( 1 วัน )



The Impression Training Co.,Ltd.  
TEL. 02-921-7291 / 085-5027921  
E-mail : [imp@impressionconsult.com](mailto:imp@impressionconsult.com)  
[www.impressionconsult.com](http://www.impressionconsult.com)





# เนื้อหาหลักสูตร

09.00 – 10.30

- การเปลี่ยนแปลงไปในตัวลูกค้าของเรา
- ความเข้าใจในตัวลูกค้า
- กลยุทธ์ลูกค้าเป็นศูนย์กลาง (Customer Centric)
- กรณีศึกษากลยุทธ์ลูกค้าเป็นศูนย์กลาง

10.30 – 10.45

Break

10.45 – 12.00

- การจำแนกประเภทของลูกค้า & Workshop
- การค้นหาความต้องการที่ซ่อนเร้นของลูกค้าในแต่ละประเภท & Workshop

12.00 – 13.00

รับประทานอาหารกลางวัน

13.00 – 14.30

- พฤติกรรมการแสดงออก การแต่งกาย และการสนทนาของลูกค้าแต่ละประเภท & Workshop
- เทคนิคการสังเกตภาษากาย น้ำเสียง คำพูด ของลูกค้า & Practice พร้อมกรณีศึกษา

14.30 – 14.45

Break

14.45 – 16.00

- เทคนิคการพูดคุยสอบถามลูกค้าอย่างแยบยล & Practice พร้อมกรณีศึกษา
- รูปแบบการส่งมอบบริการให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้า & Workshop
- สรุปแนวทางการส่งมอบบริการในกลุ่มลูกค้าของเราพร้อมบทฝึก (Simulation)
- ทถาม-ตอบ

