



BOSTON ÷ NETWORK

The Global Knowledge Network

Course:

Customer Management by Sales Touch Point

กลยุทธ์การบริหารลูกค้าแบบ Sales Touch Point

Duration: 1 Day (9:00 – 16:00)

เพิ่มยอดขาย มัดใจลูกค้า

ต้องจัดการ Touchpoint ให้เป็น สร้างประสบการณ์
ความพึงพอใจให้กับลูกค้าของคุณ

BOSTON ÷ NETWORK

The Global Knowledge Network



PRACTICAL WORKSHOP



CUSTOMER MANAGEMENT BY SALES TOUCH POINT

กลยุทธ์การบริหารลูกค้าแบบ
SALES TOUCH POINT

เรียนรู้การรักษาลูกค้าเก่า ดึงดูดลูกค้าใหม่
ได้อย่างต่อเนื่อง สร้างกลยุทธ์การบริหารลูกค้าแบบมืออาชีพ

พัฒนาสารและบริการที่ยากจะปฏิเสธ
ด้วยการสร้าง Touch Point ที่ทรงประสิทธิภาพ
เพื่อความสำเร็จของธุรกิจของคุณ

สอนโดย
คณาจารย์
มืออาชีพ

Class
Inhouse

Class
Public

Live
Distance
Training



www.bostonnetwork.com

02-949-0955



**หลักการและเหตุผล:**

ในภาวะเศรษฐกิจปัจจุบัน ลูกค้ามีตัวเลือกในด้านของผลิตภัณฑ์และบริการเพิ่มขึ้นอย่างมาก ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในเรื่องของการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ เป็นเหตุให้องค์กรต้องพัฒนาศักยภาพกลยุทธ์และความสามารถของทีมบุคลากรให้มากขึ้น เพื่อรักษาลูกค้าเก่าและสร้างความจงรักภักดี มิให้ลูกค้าเปลี่ยนใจไปเลือกใช้บริการของคู่แข่ง นอกจากนี้ยังต้องแสวงหาลูกค้าใหม่ไปพร้อมๆ กัน เพื่อเพิ่มความแข็งแกร่งให้กับองค์กร ดังนั้นหากสามารถยกระดับความสามารถในการจัดการบริหารลูกค้าแบบ Sales Touch Point ได้ตลอดเวลาและในทุกๆ ครั้งที่ลูกค้าเข้ามาสัมผัสองค์กรได้มากขึ้นเท่าใด ก็จะสามารถสร้าง ขยายฐาน และรักษาลูกค้าไว้กับองค์กรได้มากขึ้นเท่านั้น

หัวข้อการสัมมนา:

- กลยุทธ์การเป็นผู้นำตลาด
- Sales Touch Point ในยุคตลาดปัจจุบัน
- ความสำคัญของ Sensory Marketing กับ Sales Touch Point
- Sales Touch Point กับ Customer Experience Marketing
- ความลับในการเข้าหาลูกค้า ลูกค้าเข้าหาได้ง่ายกว่าที่คิด
- ผู้บริหารระดับสูงจึงต้องทำตัวให้ลูกค้าเข้าหาได้ง่าย
- การทำงานเป็นทีม
- ความผิดพลาด 10 ประการในการพัฒนาทีมงาน
- หลักการบริการลูกค้าแบบนุ่มนวลแรง
- การแสวงหาความใกล้ชิดกับลูกค้า
- การเชิญฟังลูกค้า
- Customer Panel
- ทำอย่างไร จึงได้รับคำตำหนิมากขึ้น
- กับดักที่พึงระวังในการบริการ
- การจัดการกับคำตำหนิซึ่งเป็นสิ่งง่ายมาก
- การเผชิญหน้ากับลูกค้า
- การแต่งกายและอารมณ์เพื่อความสำเร็จในการเข้าพบลูกค้า
- การแสดงออกเพื่อความสำเร็จในการพบลูกค้า
- วิธีการจำชื่อลูกค้า
- การสร้างความเพลิดเพลินให้ลูกค้า
- ลูกค้าภายใน
- การแก้ไขเมื่อผู้มาติดต่อ ดิหรือบ่น
- Customer Service Evolution
- การสร้างบรรยากาศและวัฒนธรรมในการมุ่งสู่ลูกค้า
- มาตรฐานการทำงานและให้ข้อมูล



- วงจร Sales Touch Point ที่มีประสิทธิภาพ
- CEM Loyalty Ladder
- 10 แนวทางในการสร้างสัมพันธ์ภาพเชิงประสบการณ์
- การสร้างสัมพันธ์ภาพผ่าน Brand, CEM, People Touch Point
- ผลเสียจากการสร้างประสบการณ์แย่ๆ เดิมๆ ให้กับลูกค้า
- 5 ขั้นตอนในการสร้างและบริหารประสบการณ์ภาคปฏิบัติระหว่างพนักงานกับลูกค้าในการสร้างประสบการณ์ใหม่
- กลยุทธ์การสร้างลูกค้าที่จงรักภักดี
- กรณีศึกษา และ Workshop

เหมาะสำหรับ:

- เจ้าหน้าที่ฝ่ายขาย การตลาด ผู้จัดการฝ่ายขาย/ผลิตภัณฑ์/การตลาด ผู้ประกอบการและผู้สนใจทั่วไป

วิทยากร:

วิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิจาก บริษัท บอสตันเน็ตเวิร์ค จำกัด

วัน เวลา สถานที่ และค่าใช้จ่าย ในการเข้าร่วมงานสัมมนา

วันที่ 22 ตุลาคม 2569 เวลา 09.00 - 16.00 น. โดยสามารถเลือกการเข้าอบรมได้ 2 ช่องทาง ดังนี้

1. เข้าร่วมอบรมที่โรงแรมโนโวเทล กรุงเทพฯ สุขุมวิท 20 หรือโรงแรมที่เทียบเท่า
(สถานที่อาจมีการเปลี่ยนแปลงกรุณาติดต่อเจ้าหน้าที่ประสานงาน)
ค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมงานสัมมนา ราคา 6,500 บาท (ราคานี้ยังไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม 7%)
2. เข้าร่วมอบรมแบบทางไกลโดยการประชุม Distance Learning Instructor-led Virtual Class via Face to Face Application
ค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมงานสัมมนา ราคา 5,500 บาท (ราคานี้ยังไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม 7%)

สำหรับรายละเอียดเพิ่มเติม กรุณาติดต่อผู้ประสานงานอบรม โทร: 02 949 0955, 02 318 6891, 086 337 8266, Email: seminar@bostonnetwork.com และ Line ID: @bostonnetwork





BOSTON NETWORK

The Global Knowledge Network

ค่าฝึกอบรม สามารถหักค่าใช้จ่ายทางภาษีได้ 200%ของค่าใช้จ่ายจริง
(พระราชกฤษฎีกาฉบับที่ 437 ใช้ 19 ตุลาคม พ.ศ. 2548 เป็นต้นไป)

สร้างสรรค์หลักสูตรสัมมนาคุณภาพเยี่ยมโดย



BOSTON NETWORK

The Global Knowledge Network

แผนที่ โรงแรมโนโวเทล กรุงเทพ สุขุมวิท 20 (สถานที่อาจมีการเปลี่ยนแปลงกรุณาติดต่อเจ้าหน้าที่ประสานงาน)

