

KEY ACCOUNT



การบริหารลูกค้า Key Account (Key Account Customer Management)

ในโลกของการแข่งขันทางธุรกิจอย่างรุนแรงเช่นทุกวันนี้ กลยุทธ์การบริหารลูกค้าที่ต้องคำนึงถึง คือ ลูกค้าในแต่ละรายมีความสำคัญไม่เท่ากัน เนื่องจากลูกค้าแต่ละรายทำรายได้ให้กับองค์กรแตกต่างกัน ดังนั้น การบริหารลูกค้า Key Account ที่สร้างรายได้ให้เรามาก จึงเป็นกลยุทธ์ที่ทุกองค์กรต้องให้ความสำคัญ เพราะทรัพยากรขององค์กร ไม่ว่าจะเป็นพนักงานขาย พนักงานผู้ให้บริการ รวมถึงงบประมาณนั้นมีอยู่อย่างจำกัด ความท้าทายผู้บริหารและพนักงานฝ่ายขาย “ต้องทำอะไร” ที่ให้ลูกค้า Key Account อยู่กับองค์กรให้นานแสนนานด้วย “ความภักดี” ต่อสินค้าและบริการ..... หลักสูตรนี้มีคำตอบ

วัตถุประสงค์ : หลักสูตรนี้มุ่งหมายให้ผู้เข้ารับการเรียนรู้...

- + เข้าใจหลักการและเทคนิคในการบริหารลูกค้ารายสำคัญ(Key Account Management: KAM)
- + เข้าใจแนวทางการการเลือกใช้กิจกรรมและการประสานงานกับการบริหารลูกค้า Key Account อย่างมีประสิทธิภาพ
- + เข้าใจแนวทางการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดให้สมดุลและมุ่งใจกับลูกค้ารายสำคัญระหว่าง "กลยุทธ์ดัน (Push Strategy)" และ "กลยุทธ์ดึง (Pull Strategy)"
- + แลกเปลี่ยนประสบการณ์และมุมมองกับผู้เข้าร่วมอบรมท่านอื่น และวิทยากร

หัวข้อเรียนรู้ :

- + แนวคิดและหน้าที่หลักของ “K-E-Y Account Management” ดังนี้
 - > K eep customer relationship รักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า
 - > E nhancing Profit together เพิ่มกำไรด้วยกันทั้งเราและลูกค้า
 - > Y es you can สนับสนุนการสร้างยอดขายแก่ลูกค้า
- + ขั้นตอนการสร้างความภักดีและรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า Key Account
 - > Delight การแสดงถึงความยินดี ปลายปล้มในผลงานของลูกค้า Key Account
 - > Discovery การค้นหาถึงปัจจัย/ความคาดหวังในการให้การสนับสนุนลูกค้า Key Account
 - > Dream การกระตุ้นถึงความใฝ่ฝันที่อยากเห็นความสำเร็จในธุรกิจของลูกค้า Key Account
 - > Design การเป็นคู่ค้าทางธุรกิจในการออกแบบการบรรลุความสำเร็จของลูกค้า Key Account
 - > Destiny การปฏิบัติการสู่ความสำเร็จ เช่น โปรแกรมส่งเสริมการขายต่าง ๆ ให้ลูกค้า Key Account
- + การร่วมวางแผนและสร้างกลยุทธ์ทางธุรกิจกับลูกค้า Key Account (Workshop)
 - > การร่วมวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้ากับลูกค้า Key Account ของเรา
 - > การวิเคราะห์ข้อมูลคู่ค้ากับลูกค้า Key Account ของเรา
 - > การวิเคราะห์คู่แข่งกับลูกค้า Key Account ของเรา
 - > การวิเคราะห์ SWOT & TOWS ของลูกค้า Key Account
 - > การคิดโปรแกรมส่งเสริมการขายและการทำการตลาดให้ลูกค้า Key Account

หัวข้อเรียนรู้ (ต่อ) :

- + การทำ Cross Selling & Up Selling กับลูกค้า Key Account (Workshop)
- + เครื่องมือในการบริหารลูกค้า Key Account และการนำไปใช้
 - > การทำ IMC : Integrated Marketing Communication
 - > การทำ CRM : Customer Relationship Management
 - > การทำ CEM : Customer Experiential Management
 - > การทำ CE : Customer Engagement
- + สรุปสิ่งที่ได้เรียนรู้

รูปแบบการเรียนรู้ :

- + บรรยายเชิงกระตุ้นการคิดวิเคราะห์
- + เล่ากรณีศึกษา ของผู้ประสบความสำเร็จในการทำงานขาย
- + กิจกรรมที่ส่งเสริมการเรียนรู้ของผู้เข้าอบรม
- + วิดีโอคลิป พร้อมอภิปรายร่วมกัน และคำแนะนำของวิทยากร

ระยะเวลา : 1 วัน ตามที่องค์กรกำหนด

กลุ่มเป้าหมายผู้เข้ารับการเรียนรู้ :

- + ผู้จัดการ หัวหน้าทีมขาย หัวหน้าเขตการขาย
- + พนักงานขายที่สนใจเรียนรู้เพื่อพัฒนาความสามารถในการบริหารลูกค้า Key Account

หมายเหตุ : เนื้อหา Tailor-made ได้ตามความต้องการของลูกค้า โดยสามารถปรึกษาโดยตรงกับวิทยากร ที่ไอดีไลน์ C_orawong