

Proactive CRM & CEM

การบริหารความสัมพันธ์และสร้างประสบการณ์ที่ดีให้ลูกค้า

ระยะเวลา 1 วัน

หลักการและเหตุผล

สถานการณ์การแข่งขันในสังคมธุรกิจที่รุนแรงอันเนื่องมาจากจำนวนคู่แข่งที่เพิ่มขึ้น, พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วตลอดเวลา, ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น, สินค้าและบริการจากหลากหลายแห่งที่จำหน่ายแทบไม่แตกต่างกัน, รวมถึงเงื่อนไขและอุปสรรคทางการตลาดที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจมากขึ้นเป็นทวีคูณ ปัจจัยต่างๆ เหล่านี้กลายเป็นตัวเร่งให้ธุรกิจและองค์กรหลายแห่ง ต่างเร่งปรับกลยุทธ์และวิธีการในการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า เพื่อยกระดับสินค้า ผลิตภัณฑ์และบริการของตน โดยเฉพาะอย่างยิ่งคือการรักษาลูกค้าไว้ให้อยู่กับองค์กรให้ยาวนานที่สุด ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่ผลักดันให้ธุรกิจประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนมากยิ่งขึ้น

หลักสูตร "Proactive CRM & CEM" มุ่งเน้นให้ผู้เรียนทราบถึงกลยุทธ์การบริหารความสัมพันธ์และสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า ซึ่งเปรียบเสมือนหัวใจที่สำคัญของทุกธุรกิจ ที่มุ่งเน้นให้ "ลูกค้า" เป็นส่วนสำคัญของการบริหารงานทางด้านการตลาดและการปฏิบัติงานภายในองค์กร ซึ่งต่อยอดจากการบริการที่ดีให้กับลูกค้า

นอกจากนี้ CRM ยังสามารถดึงลูกค้าเก่าให้กลับมาซื้อสินค้าหรือบริการจากบริษัทฯ อีก ตลอดจนหาลูกค้าใหม่ได้ด้วยในเวลาเดียวกัน หลักสูตรฝึกอบรมนี้จะเน้นเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจอย่างถูกต้องของการบริหารงานลูกค้าสัมพันธ์ผ่านการฝึกปฏิบัติจริง เพื่อนำไปสู่การสร้างความสัมพันธ์ในเบื้องต้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยผู้เรียนจะได้ร่วมกันวิเคราะห์กรณีศึกษาต่างๆ ที่ประสบความสำเร็จเพื่อต่อยอดความรู้กับการปฏิบัติงานจริง รวมถึงเรียนรู้และทำความเข้าใจพฤติกรรมของลูกค้าในเชิงลึก อันจะเป็นประโยชน์ต่อการเชื่อมโยงไปสู่การสร้างประสบการณ์เชิงบวกให้กับลูกค้าและบริหารประสบการณ์นั้นๆ ในระยะยาวอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

วัตถุประสงค์

- ผู้เข้ารับการอบรมเข้าใจ แนวคิดของ CRM & CEM รวมถึงมีทัศนคติที่ดีต่อการสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า
- ผู้เข้าอบรมมีความรู้และความเข้าใจใน การสร้างสัมพันธ์ระยะยาวและประสบการณ์ที่ดีกับลูกค้า ประยุกต์ใช้แนวคิดแบบ CRM & CEM เพื่อเพิ่มการใช้บริการและการซื้อซ้ำจากลูกค้า ซึ่งส่งผลถึงความสำเร็จขององค์กรอย่างยั่งยืน
- ผู้รับการอบรมได้ฝึกปฏิบัติการดูแลลูกค้าและการสร้างช่วงเวลาสัมพันธ์กับประสบการณ์ที่น่าประทับใจให้กับลูกค้า
- ผู้รับการอบรมสามารถประยุกต์ใช้การดูแลลูกค้าด้วยแนวคิด CRM & CEM
- ผู้เข้าอบรมสามารถวางแผนเบื้องต้นในการใช้งาน CRM & CEM ในองค์กรได้

รายละเอียดหลักสูตร

Session 1: (09.00 – 10.15 AM)

- 1.) ความหมายของ CRM & CEM ทำไมถึงเป็นแนวคิดที่องค์กรใหญ่หลายแห่งทั่วโลกนำมาใช้และประสบผลสำเร็จในการรักษาลูกค้าได้ในระยะยาว รวมถึงสามารถบริหารสินค้าและบริการได้เหมาะสมกับลูกค้าที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม
 - เพื่อให้ทราบและเข้าใจถึงวิธีการในการสร้าง การรักษา และความพยายามในการดึง Customer Value ออกมาและสร้างเป็นคุณค่าระยะยาว (Life time Customer Value) ดังนั้น "CRM" จึงเป็นเรื่องของการเรียนรู้ที่จะสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า และ "CEM" คือการสร้างประสบการณ์ด้านบวกให้กับลูกค้า เพื่อความจงรักภักดีต่อสินค้าและองค์กร
- 2.) กรณีศึกษาตัวอย่างเพื่อให้เห็นว่า CRM & CEM คืออะไร ทำไมช่วยทำให้หลายๆ องค์กรประสบความสำเร็จ ร่ำรวยและยิ่งใหญ่ได้ กรณีศึกษาองค์กรที่ประสบความสำเร็จในระดับประเทศและระดับโลก รวมถึงการค้นหารูปแบบการใช้ CRM & CEM ที่เหมาะกับองค์กรของท่านเป็นสไตล์แบบใด

เป็นการยกตัวอย่างองค์กรที่ประสบความสำเร็จในระดับโลกและระดับประเทศ โดยมีการใช้ CRM & CEM ที่ดี โดยสามารถสร้างการใช้บริการหรือซื้ออย่างต่อเนื่อง ก่อให้เกิดความจงรักภักดีจากลูกค้า ส่งผลถึงความเป็นเลิศและยิ่งใหญ่ขององค์กร (ชมวีดีโอ)

เช่น โรงแรมโอเรียนเต็ล , AIS , Toyota , Starbucks , Apple Inc. ฯลฯ

กิจกรรม: การดูแลลูกค้าในโซเชียลคณ

- เพื่อนำเสนอวิธีการดูแลลูกค้าที่ตนทำอยู่
- เพื่อวิเคราะห์แบบอย่าง (Role Model) ของคุณ เพื่อมาปรับใช้ในแนวทาง CRM & CEM
- เพื่อทราบถึงงานและกิจกรรมของตนเองที่สามารถใช้ CRM & CEM ให้เกิดผลสำเร็จของยอดขายและผลงานมากขึ้น

Break: (10.15 – 10.30 AM)

Session 2: (10.30 AM – 12.00 PM)

3.) ทักษะที่ดีในการใช้แนวทาง CRM & CEM โดยการสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มพนักงานภายในบริษัทฯ กลุ่มผู้ขายสินค้า กลุ่มพันธมิตรทางธุรกิจ การสร้าง Word-of-mouth ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการอยู่รอดขององค์กร

- เพื่อให้มีทัศนคติและวิธีคิดที่ถูกต้องในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในทุกๆ จุดสัมผัสของงานขายและบริการ (Touch Point)
- เพื่อให้ลูกค้ามีการบอกต่อในเชิงบวก Word-of-mouth)

4.) การจัดการข้อมูลของลูกค้า (Customer Database) และวงจรการเริ่มต้นเพื่อก้าวไปสู่แนวทาง CRM & CEM

- เพื่อให้เข้าใจถึงการจัดการข้อมูลของลูกค้า
- เพื่อให้ผู้เข้าอบรมสามารถนำไปประยุกต์ใช้อย่างเหมาะสม

กิจกรรม: ระดมสมองหาระบบและวิธีการจัดเก็บข้อมูลของลูกค้า (Customer Database)

- เพื่อให้สามารถมีแนวคิด แนวทางปฏิบัติในการจัดเก็บและบริหารข้อมูลของลูกค้า

Lunch: (12.00 – 13.00 PM)

Session 3: (13.00 – 14.30 PM)

5.) การค้นหาสิ่งที่ลูกค้าต้องการ (Customer Insight) และค้นหามูลค่าตลอดช่วงอายุการเป็นลูกค้า (Customer Lifetime Value)

กิจกรรม: ลูกค้าของเรามีวิธีการใช้ชีวิตและการทำงานอย่างไร

- เพื่อฝึกบทบาทสมมติในการเป็นลูกค้าของตนเองและให้เพื่อนในกลุ่มทายว่ามีสินค้าและบริการอะไรบ้างที่จะตอบสนองความต้องการที่ไม่เคยได้รับมาก่อน (New Product and Services) และค้นหามูลค่าตลอดช่วงอายุการเป็นลูกค้า (Customer Lifetime Value)

6.) การพัฒนาระบบการจัดการข้อร้องเรียน (Complaint Handling) เทคนิคในการบริการหลังการขาย (After Sale Service) การรับมือกับปัญหา ข้อร้องเรียน และ ข้อขัดแย้งในงานขายและบริการ เพื่อเปลี่ยนข้อร้องเรียนเป็นโอกาสพัฒนาการขายและบริการให้เป็นเลิศอย่างยั่งยืน

กิจกรรม: ฝึกการสื่อสารและรับมือกับข้อร้องเรียน

- เพื่อให้ทราบวิธีบริการหลังการขาย (After Sale Service) ที่ดีมีมาตรฐาน
- เพื่อปรับใช้ในการรับข้อร้องเรียนจากลูกค้า
- เพื่อให้เห็นวงจรของงานบริการที่ต้องมีการร้องเรียนและบริหารจัดการให้เป็นโอกาสที่ดีได้

Break: (14.30 – 14.45 PM)**Session 4: (14.45 – 16.00 PM)**

- 7.) กระบวนการ 7 ขั้นตอนเพื่อนำ CRM & CEM ไปประยุกต์ใช้ให้เกิดผลลัพธ์ได้จริงในองค์กรของท่านรวมถึงการใช้กลยุทธ์ Loyalty Program ในการมัดใจลูกค้าทุกกลุ่มทุกประเภท (Sticky) และมีความผูกพันกับองค์กรของเรา

กิจกรรมฝึกระดมสมองวางแผนงานตาม กระบวนการ 7 ขั้นตอนเพื่อนำ CRM & CEM ไปประยุกต์ใช้

- เพื่อให้เกิดแผนงานเชิงปฏิบัติการ ACTION PLAN ในการเริ่มต้นนำ CRM & CEM ไปประยุกต์ใช้
- เพื่อระดมสมองการเริ่มต้นทำ CRM & CEM ในงานขายและงานบริการเพื่อให้ลูกค้ามีความจงรักภักดี
- เพื่อฝึกปฏิบัติปรับใช้แนวคิด CRM & CEM ในงานขายและงานบริการ

วิธีการจะใช้รูปแบบการเขียน Mind Map หรืออื่นๆ ตามความเหมาะสม เพื่อรวบรวมแนวคิด CRM & CEM ที่ได้เรียนรู้มาเพื่อไปประยุกต์ใช้

รูปแบบการอบรม

การฝึกอบรมมีความหลากหลายเพื่อให้เกิดความเข้าใจได้โดยง่าย เพลิดเพลิน โดยมีความลึกซึ้งเพื่อให้ผู้เข้าอบรมเข้าใจ ยอมรับและนำไปปฏิบัติตาม อีกทั้งตรงตามเป้าหมายที่ทางองค์กรได้กำหนดไว้

- การบรรยายแบบผู้อบรมมีส่วนร่วม Participative Technique
- ฝึกปฏิบัติทีละขั้นตอนและแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับท่านอื่นๆ (Work Shop)
- แสดงการสาธิตจำลองให้เกิดการพัฒนา (Adult Learning Approach Role Playing)
- ฝึกปฏิบัติพัฒนาร่างกายและจิตใจ เพื่อเสริมบุคลิกภาพภายนอก และภายใน
- สื่อมัลติมีเดีย