



สถาบันเพิ่มพูนผลิตภาพแห่งชาติ
ขอเชิญเข้าอบรมหลักสูตร

จับทิศทางลูกค้า สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้วยนวัตกรรมโมเดลธุรกิจ

15-16 และ 29-30
พฤษภาคม 2562

หลักการและเหตุผล

ในศตวรรษที่ 21 จะมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นมากมาย ไม่ว่าจะเป็นด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม เทคโนโลยี ฯลฯ ซึ่งล้วนส่งผลกระทบต่อองค์กรทั้งสิ้น ดังนั้น การบริหารจัดการให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงจึงเป็นปัจจัยสำคัญ โดยมี “ลูกค้า” เป็นจิ๊กซอว์สำคัญในการอยู่รอด องค์กรจึงต้องมีวิธีการรับฟังเสียงของลูกค้า (Voice of Customer : VOC) ให้ทราบความต้องการ และความคาดหวังเพื่อนำมาวิเคราะห์ประเด็นสำคัญ ค้นหาแนวทางสร้างความผูกพันกับองค์กร (Customer Engagement) เช่น การปรับปรุงกระบวนการ การทำ CRM CEM หรือ Experience Co-Creation



และการที่จะได้มาซึ่งความยั่งยืน ต้องมีการกำหนดกลยุทธ์เพื่อสร้างธุรกิจรูปแบบใหม่ และสร้างนวัตกรรมโมเดลธุรกิจเพื่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน รวมถึงปรับปรุงโมเดลธุรกิจให้ทันกับการเปลี่ยนแปลง ส่งผลให้เกิดธุรกิจใหม่ๆ ที่สร้างคุณค่าแตกต่างให้กับลูกค้าอนาคต และสามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน

แล้วจะสามารถสร้างสรรค์ธุรกิจใหม่ได้อย่างไร?

กระบวนการ	เหตุผล	ผลลัพธ์
วิเคราะห์บริบทภายนอกที่มีผลกระทบ	สามารถใช้กำหนดกรอบแนวทางการจัดการ (Foresight Framework) และจำลองสถานการณ์	ทำให้ทราบโอกาสและอุปสรรคการดำเนินงานขององค์กรอนาคต
ทวนสอบความต้องการของกลุ่มลูกค้าอนาคต หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	1. เพื่อวิเคราะห์ Business Model 2. ตอบคำถาม : Who What How ด้วยการกำหนดกลยุทธ์ แผนที่กลยุทธ์ และตัวชี้วัดตามหลัก BSC 3. จัดทำโครงการ/แผนปฏิบัติการดำเนินงาน	สร้างความผูกพันของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้องค์กรเติบโตอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์

1. แนวทางการรับฟังเสียงลูกค้าทั้งอดีต ปัจจุบัน อนาคต
2. เทคนิค วิธีการ แนวทางการวิเคราะห์ VOC และเครื่องมือด้าน CRM, CEM, Experience Co- Creation เพื่อให้เกิดความผูกพัน (Customer Engagement)
3. เข้าใจแนวคิดและหลักการจัดการเชิงกลยุทธ์สมัยใหม่
4. หลักการการสร้างโมเดลธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ
5. แนวทางการสร้าง Business Model Innovation
6. แนวทางกระบวนการวางแผน เพื่อการเปลี่ยนแปลงสำหรับอนาคต
7. การจัดทำแผนที่กลยุทธ์ และ Balanced Scorecard พร้อมแผนงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อสามารถนำไปปฏิบัติได้

AGENDA

Module

01

เสียง

Voice of Customer to Customer Engagement

ต้องรู้จักลูกค้า ทั้งอดีต ปัจจุบัน อนาคต และสร้างความผูกพัน

- o แนวทางการจัดการเชิงกลยุทธ์สมัยใหม่
- o ความสำคัญ ความหมายของ VOC
- o แนวคิดด้านลูกค้า และความต้องการของลูกค้า
- o ขั้นตอนการทำ VOC
- o Workshop การทำ VOC
- o การวิเคราะห์ VOC สู่การสร้าง Customer Engagement
- o เครื่องมือ CRM , CEM , Experience Co-Creation
- o Workshop การสร้าง Customer Engagement Plan

Module

02

รู้จัก วิธี

Reinvent Business Model

หาโอกาสการทำธุรกิจในอนาคตและแผนที่เชิงกลยุทธ์รับมือกับ
การเปลี่ยนแปลงให้ประสบความสำเร็จ

- o วิเคราะห์โอกาสธุรกิจ โดยการสร้างภาพจำลองเหตุการณ์
อนาคต
- o สร้างโมเดลธุรกิจ ด้วยการกำหนด Who, What, How
- o Workshop การสร้างโมเดลธุรกิจ
- o นวัตกรรมโมเดลธุรกิจ (Business Innovation Model)
- o Workshop นวัตกรรมโมเดลธุรกิจ
- o การจัดทำ Case for Change และการกำหนดกลยุทธ์
(Strategy)
- o Workshop การจัดทำ Case for Change
- o การจัดทำแผนที่กลยุทธ์ (Strategy Map) เพื่อจัดการการ
เปลี่ยนแปลง (Change Management)
- o Workshop การจัดทำแผนที่กลยุทธ์

วิทยากร

คุณพัชรีพร คุณาวุฒิ
คุณณัฐพล เอกไพศาล

วิทยากรที่ปรึกษา

สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ

สถานที่อบรม

บุเลอวอร์ด โฮเทล แบงค็อก (BTS นานา)

ติดต่อสอบถาม

ส่วนบริการฝึกอบรม

โทรศัพท์ 02-619-5500 ต่อ 454 (นรินทร์)

โทรสาร 02-619-8098

Email : nirun@ftpi.or.th

Line : @FTPI

รายละเอียดเพิ่มเติม

<https://www.ftpi.or.th/event/25100/>



ระยะเวลาอบรม 4 วัน

Module 1 อบรมวันที่ 15-16 พฤษภาคม 2562

Module 2 อบรมวันที่ 29-30 พฤษภาคม 2562

ค่าธรรมเนียม

สถานะสมาชิก	ราคา	ราคารวม Vat 7%	Promotion สมัคร 3 เหลือท่านละ
Member	16,000	17,120	15,500
Non-Member	17,200	18,404	16,700