

หลักการและแนวคิด

“จะทำอย่างไรถ้าสินค้าเราไม่มีจุดเด่นในเชิงการแข่งขันเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งของเราในตลาด?”

ปกติแล้วแบรนด์บางตัวอาจมีจุดเด่นและคุณค่าที่ไม่เหมือนกัน แต่ความไม่เหมือนกันนั้น “คืออะไร” ซึ่งความไม่เหมือนกันนั่นเองคือ “จุดเด่นหรือจุดที่แตกต่าง” ไม่ใช่แตกต่างจากคู่แข่งเท่านั้น แต่จำเป็นต้องเป็นจุดแตกต่างที่ถูกค้ำและตลาดคาดหวังและต้องการ

การสร้างคุณค่าให้กับสินค้าเพียงอย่างเดียวอาจจะไม่เพียงพอแล้วสำหรับตลาดยุคปัจจุบันที่ลูกค้ามีช่องทางการเลือกและเข้าถึงทั้งสินค้าและบริการต่างๆ ในรูปแบบที่หลากหลายขึ้น ดังนั้นการสร้างคุณค่าของแบรนด์บริการ (Services Brand and Values Management) จึงเริ่มมีบทบาทมากขึ้น เพื่อต้องการเข้าถึงพฤติกรรมไลฟ์สไตล์ และความสนใจของกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มให้เร็วและครองใจอยู่ได้นานที่สุด

สำหรับตลาดที่เน้นสินค้าด้วย “การบริการ” นั้น ลูกค้าอาจมองไม่เห็นว่าการบริการนั้นๆ เป็นรูปธรรมและจับต้องได้ ดังนั้น “บริการ” จะเป็นรูปธรรมได้นั้น จำเป็นต้องอาศัยวิธีการและกลยุทธ์ค้นหาคุณค่าและพฤติกรรมด้านการบริการ เพื่อนำไปปฏิบัติใช้ให้เกิดเป็นนิสัยและเป็นวัฒนธรรมบริการที่สามารถสะท้อนเอกลักษณ์ของแบรนด์ได้อย่างชัดเจนที่สุด โดยที่เริ่มต้นจากการสร้างพฤติกรรมของพนักงานที่ให้บริการลูกค้าสู่กิจกรรมสื่อสารที่ครบวงจร (IMC)

สิ่งที่ได้รับประโยชน์จากหลักสูตร

- เข้าใจภาพรวมของการค้นหา “คุณค่า” แบรนด์ ที่ไม่ใช่เป็นเพียงแค่ “คุณค่าจากสินค้า” เพียงอย่างเดียว โดยใช้เครื่องมือการวิเคราะห์และค้นหาคุณค่าแบรนด์ทั้ง 5 ด้าน (Brand Values Analysis and Engagement)
- เข้าใจถึงจุดเริ่มต้นของการค้นหาคุณค่าและกระบวนการสร้างพฤติกรรมด้านการบริการภายใต้ “แบรนด์บริการ” นั้นๆ ก่อนนำไปใช้และบริหารจัดการในรูปแบบของการสื่อสารที่ครบวงจร (IMC)
- พนักงานที่ให้บริการหรือติดต่อกับลูกค้าสามารถปฏิบัติงานตามแนวทางและสาระหลักของ “คุณค่าแบรนด์บริการ” เพื่อให้เกิดผลลัพธ์ในเชิงรูปธรรมมากขึ้น

หมายเหตุ : ด้วยเป้าหมายเพื่อปรับปรุงพฤติกรรมแห่งคุณค่าเพื่อสร้างงานบริการในรูปแบบที่เรียกว่า Service Brand ให้สอดคล้องกับธุรกิจ นั้นจำเป็นต้องเริ่มตั้งแต่การเปลี่ยนทัศนคติ ผู้การลงมือทำอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อให้เกิดเป็นวัฒนธรรมบริการนั่นเอง

หลักสูตรนี้เหมาะสำหรับ

- ผู้บริหารแบรนด์ในตลาด SMEs
- นักบริหารจัดการแบรนด์และการตลาด
- นักบริการจัดการการขายสินค้าและบริการ
- นักโฆษณาประชาสัมพันธ์ขององค์กร
- นักวางแผนกลยุทธ์ขององค์กร

รูปแบบการอบรม

- บรรยายพร้อมยกตัวอย่างจาก Case Study
- แบบฝึกหัด และแบ่งกลุ่มทำงาน

ระยะเวลาการฝึกอบรม : 1 วัน (9.00 – 16.00 น.)

วิทยากร : อาจารย์สุวรรณา พุ่มเกิดและทีมงาน

สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ :

บริษัท แมนเนจเอจเรียลเอ็กเซลเลนซ์ จำกัด

3388/ 50 ชั้น 15 อาคารสิรินรัตน์ ถนนพระราม 4 แขวงคลองตัน เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110

โทรศัพท์: 02-367-5641-6 โทรศัพท์มือถือ: 081-2492800 โทรสาร: 02-367-5640

E-mail: sales@managerial-excellence.com Website: www.managerial-excellence.com