

## โปรแกรมฝึกอบรมหลักสูตร : กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร

ระยะเวลาในการฝึกอบรม : 1 วัน เวลา 09.00-16.00 น.

วิทยากร : รศ.ชื่นจิตต์ แจ่มเจนกิจ

### 1. หลักการและเหตุผล

ในสภาพตลาดปัจจุบันจะเห็นได้ว่าการดำเนินการทางการตลาดแบบต่าง ๆ มักไม่สามารถทำให้การตลาดประสบความสำเร็จเท่าที่ควร การลงทุนเกินงบประมาณที่บานปลาย ไม่สามารถควบคุมกิจกรรมการตลาดให้เป็นไปอย่างมีระบบไม่สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายได้มากนัก เป็นเหตุให้นักการตลาดหันมาพิจารณากลยุทธ์และกลวิธีทางการสื่อสารในหลากหลายรูปแบบจากแนวคิดการตลาดแบบมวลรวม (MASS MARKETING) กลายเป็นการตลาดแบบหนึ่งต่อหนึ่ง (ONE ON ONE MARKET) และจากการสื่อสารมวลชน (MASS COMMUNICATION) นำไปสู่การสื่อสารแบบรายบุคคล (INDIVIDUAL COMMUNICATION) โดยใช้พื้นฐานทางการสื่อสารในรูปแบบการโฆษณา (ADVERTISING: AD) การประชาสัมพันธ์ (PUBLIC RELATION :PR) การส่งเสริมการขาย (SALES PROMOTION: SP) การตลาดทางตรง (DIRECT MARKETING:DM) การขายโดยใช้พนักงาน (PERSONAL SELLING :PS) และการตลาดกิจกรรมพิเศษ(EVENT MARKETING :EM) มาบูรณาการ(INTEGRATION) ให้พอเหมาะโดยมุ่งสู่ตลาดและกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย ซึ่งการบูรณาการที่เหมาะสมหมายถึง "จุดแห่งการติดต่อ" (CONTACT POINT) ที่ดีที่สุด

### 2. วัตถุประสงค์ เพื่อให้ผู้เข้าอบรม

- ได้เข้าใจหลักแนวคิดของการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ (INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION: IMC) และการส่งเสริมการตลาด (PROMOTION) ที่เหมาะกับสภาพแวดล้อมไทย
- สามารถตระหนักถึงความสำคัญ องค์ประกอบและขั้นตอนต่าง ๆ ที่ IMC จะมีส่วนช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในงานด้านการตลาด การขาย โฆษณา ประชาสัมพันธ์ และสื่อสารมวลชน
- สามารถวัดผลสำเร็จของ IMC ได้อย่างเป็นรูปธรรมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ด้วยงบประมาณที่จำเป็นอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

### 3. หัวข้ออบรมสัมมนา:

1. การปรับกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร (INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION : IMC) ในภาวะปัจจุบัน
2. การจัดสรรงบประมาณ ABOVE THE LINE MARKETING และ BELOW THE LINE MARKETING
3. ขั้นตอนการออกแบบแผนโปรแกรม IMC
4. การเลือกเครื่องมือสื่อสารการตลาดให้มีประสิทธิผล
5. เจาะลึกเครื่องมือสื่อสารประเภทต่าง ๆ
  - การโฆษณา
  - การจัดรายการส่งเสริมการขาย
  - การขายโดยใช้พนักงาน
  - การตลาดโดยตรง

- เครื่องมือสื่อสารอื่น ๆ เช่น AFFILIATE MARKETING , CRM, CEM ฯลฯ
6. การประเมินผลโปรแกรม IMC
7. WORKSHOP และ กรณีศึกษา/ตอบปัญหา

#### 4. วิธีการสัมมนา บรรยาย กรณีศึกษา ตัวอย่าง

#### 5. ระยะเวลาฝึกอบรม

ระยะเวลา 1 วัน , วันละ 6 ชั่วโมง

#### 6.วิทยากร **ผศ.ชื่นจิตต์ แจ่มเจนกิจ**

รองศาสตราจารย์ระดับ 9

ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

##### ประสบการณ์

- ผู้จัดการทั่วไปและฝ่ายขาย บริษัท ไทยวาสโก้ จำกัด
- ผู้ช่วยผู้จัดการ บริษัท พัทธาคอนโดเทลเซน จำกัด
- วิทยากรบรรยายให้ภาคเอกชน และโครงการอบรมเกษตรมินิเอ็มบีเอ รุ่นที่ 24-25 , ศรีราชามินิเอ็มบีเอ รุ่นที่ 2-ปัจจุบัน
- อาจารย์ประจำวิชาการบริหารการตลาดชั้นสูง โครงการปริญญาโทสำหรับผู้บริหาร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

**สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมที่**

**สถาบันฝึกอบรม เทรนนิ่ง เซ็นเตอร์ เซอร์วิส (TCS) (บริษัท อากาศาย จำกัด)**



Tel No. 0-2736-0408



Fax No.02-736-0050



e-mail: admin@trainingservice.co.th



id-line: pisit131918