

โปรแกรมฝึกอบรมหลักสูตร : เทคนิคการสร้างสรรค้กิจกรรม ทางการตลาด (อีเว้นท์) อย่างมืออาชีพ

ระยะเวลาในการฝึกอบรม : 1 วัน เวลา 09.00-16.00 น.

วิทยากร : อ.ชูลิทธิ์ ชาญสง่าเวช

1. หลักการและเหตุผล

ปัจจุบันการทำกิจกรรมการตลาดเป็นส่วนสำคัญอย่างมาก ทั้งเป็นปัจจัยสำคัญในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้า หรือกลุ่มเป้าหมายกิจกรรมทางการตลาดต้องเกิดจากการสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มการรับรู้ตราสินค้า การสร้างการจดจำ เพิ่มยอดขาย และสร้างความแตกต่าง สร้างจุดเด่นให้กับสินค้าและบริการ ซึ่งบริษัทหรือองค์กรส่วนใหญ่ มีความเข้าใจว่าการทำกิจกรรมทางการตลาดนั้นเป็นสิ่งที่ยุ่งยาก และวุ่นวาย แต่ในความเป็นจริงแล้วการจัดกิจกรรมการตลาดนั้นหากมีการวางแผนอย่างถูกต้องแล้วนั้น กิจกรรมสามารถสำเร็จตามลู่ทางตามเป้าหมาย และยังช่วยให้บริษัทหรือองค์กรของท่านสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายในการว่าจ้างบริษัทจัดงาน

หลักสูตรนี้จึงได้พัฒนาขึ้นเพื่อที่จะเพิ่มความสามารถของบุคลากรทุกฝ่าย ในการจัดกิจกรรมทางการตลาดให้เกิดประสิทธิภาพได้เทียบเท่ากับมืออาชีพ

2. ประโยชน์ที่จะได้รับ

1. แนวคิดในการสร้างสรรค์กิจกรรมทางการตลาด
2. วิธีการคิดงานที่เหมาะสมกับองค์กร หน่วยงาน สินค้า และบริการแต่ละประเภท
3. เข้าใจกระบวนการสร้างกิจกรรม การทำงานร่วมกับฝ่ายกิจกรรมและประชาสัมพันธ์ และสามารถวางแผนขั้นตอนการทำงานอย่างมืออาชีพ

3. รูปแบบการสัมมนา

บรรยาย พร้อมกับการทำเวิร์คชอป รวมทั้งแก้ไขปัญหาและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในกิจกรรมต่างๆ จากตัวอย่างจริง เพื่อสร้างให้เกิดความเข้าใจในกระบวนการสร้างกิจกรรมทางการตลาดอย่างถ่องแท้

4. ผู้เข้าสัมมนา

พนักงานด้านการตลาด ฝ่ายโฆษณาประชาสัมพันธ์ การขาย และผู้สนใจเรื่องกิจกรรมการตลาด

5. หัวข้อการสัมมนา

- บทบาทของงานอีเว้นท์ในการตลาดยุคใหม่
 - บทบาทสำคัญในการสร้าง
 - Promotion การส่งเสริมการตลาด และเพิ่มยอดขาย
 - Customer Awareness สร้างความตระหนักถึง สร้างให้ลูกค้ารู้จักและจดจำสินค้าของเรา

- Brand Awareness สร้างความจดจำตราสินค้า
- ประเภทและความสำคัญของงานอีเวนท์

การตั้งจุดประสงค์ของงานEvent และเลือกประเภทงานให้เหมาะกับเป้าหมาย ชนิดของสินค้า เหมาะกับสินค้าประเภทไหน? เมื่อไหร่? ทำอย่างไร?

 - Launching (การเปิดตัวสินค้า) เพื่อเปิดตัวสินค้าใหม่
 - Marketing Promotion ส่งเสริมการตลาด
 - Booth Exhibition การจัดBooth นิทรรศการ
 - CSR การจัดกิจกรรมเพื่อสังคม
 - Party for Royalty Customer (Direct Customer and Dealer)
- ประเภทสินค้าแบบไหนควรใช้อีเวนท์อะไร

การแยกประเภทสินค้าและเลือกประเภทEvent ให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้า

 - Tangible Product : Daily Product
 - Consumer Product
 - Luxury Product
 - Industrial Product
 - Intangible Product : Tourism and Hotel
 - Airline
 - Training
 - Organization
- บทบาทของอีเวนท์กับงานประชาสัมพันธ์
- กระบวนการและเทคนิคในการสร้างงานอีเวนท์
 - การวางแผนงาน
 - การวางงบประมาณ
- บริพอย่างใดไม่หลงทาง
 - การวางเป้าหมายและผลลัพธ์ที่แน่นอน
 - การแบ่งงานให้เหมาะสม
 - การทำเอกสารมอบหมายงาน Check List and Script
- แนวคิดรวบยอดและการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์
- การประเมินผลงานกิจกรรม
 - วิธีการ และเอกสารที่ใช้ในการประเมิน
- ขั้นตอนการทำงานและการทำงานร่วมกับหน่วยงาน Event (Supplier)
 - การวางเป้าหมาย แผนงาน ระยะเวลา
 - การทำงานร่วมกับ Supplier
 - การติดต่อสถานที่ และข้อควรคำนึง
 - การติดต่อระบบภาพ แสง เสียง และเทคนิคพิเศษ และข้อควรคำนึง
 - การติดต่อ PC Pretty และ พนักงานPer Time

- การหาของที่ระลึก

- ตัวอย่างอีเวนท์ที่น่าสนใจ
- Workshop1 ชม. กับแบบฝึกหัดงานอีเวนท์ตั้งแต่briefจนถึงการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ เพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายทางการตลาด

6. วิทยากร อาจารย์ ชุติทธิ์ ชาญสง่าเวช

Managing Director of Ideation Co.,Ltd.

ประสบการณ์การทำงาน :

- ผู้จัดการฝ่ายการตลาด บริษัท เวิร์ลพูล (ประเทศไทย) จำกัด
- ผู้จัดการฝ่ายการตลาด บริษัท ภัทร เซรามิก จำกัด
- ผู้จัดการฝ่ายการตลาด บริษัท เซ็นทรัล การ์เมนต์ จำกัด
- ผู้จัดการฝ่ายการตลาด บริษัท เวิร์ลพูล (ประเทศไทย) จำกัด
- วิทยากรพิเศษบรรยายให้กับ IRF (International Retail and Franchise Business R&D Center)
- อาจารย์พิเศษ บรรยายให้กับมหาวิทยาลัยกรุงเทพ และมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมที่

สถาบันฝึกอบรม เทรนนิ่ง เซ็นเตอร์ เซอร์วิส (TCS) (บริษัท อาภาฉาย จำกัด)



Tel No. 0-2736-0408



Fax No.02-736-0050



e-mail: admin@trainingservice.co.th



id-line: pisit131918

public.
course

