

STRATEGIC MARKETING PLANNING



MAT
MARKETING ASSOCIATION OF THAILAND

การจัดทำแผน

“กลยุทธ์การตลาด”

แบบมืออาชีพ

รุ่นที่ 11

IDEA



ในการทำ “แผนกลยุทธ์การตลาด” จากการศึกษา พบว่า กลยุทธ์ส่วนใหญ่ สัมฤทธิ์ผล ถึง 70 - 90% จึงเกิดคำถามว่า หลักการตลาดที่ “รู้” อยู่นั้นมี “ความเข้าใจ” เพียงไร และ “ได้ทำจริง” หรือไม่ นักการตลาดที่จะประสบความสำเร็จ จะต้องตื่นตัวและเตรียมพร้อม เพื่อสร้างโอกาสในการแข่งขัน ทำให้ธุรกิจ **อยู่รอดได้ในระยะสั้น** และ **เติบโตได้ในระยะยาว**

2 วันนี้ จะได้เรียนรู้และทำความเข้าใจใน ความต้องการของผู้บริโภคเป้าหมาย ผ่านการวิเคราะห์, การวางแผนและการควบคุมทางการตลาด “แบบบูรณาการ” อย่างมืออาชีพ มีระบบ และใช้ได้จริง ...

พลาดไม่ได้!!



วันที่ 30-31 พฤษภาคม 2562
ณ โรงแรม เอทิส ลุมพินี ก.พระราม4

จัดโดยสมาคมการตลาดแห่งประเทศไทย

STRATEGIC MARKETING PLANNING



วันที่ 1

หลักการตลาด (What is Marketing?)

- การพัฒนาการตลาด ให้เป็นแรงขับเคลื่อนทางธุรกิจ

กระบวนการ วางแผนการตลาด (Marketing Plan Process)

- องค์ประกอบ และขั้นตอน การจัดทำแผนการตลาด
- กำหนด ขอบเขตของธุรกิจ (Business Scope)

กระบวนการวิเคราะห์ (Analysis)

- การแสวงหาโอกาสในการพัฒนาธุรกิจ (TOWS)
- กำหนด Key Issue เพื่อเป็นประเด็นหลัก
ในการกำหนดกลยุทธ์

หลักการวางแผน (Planning)

- การวางแผนกลยุทธ์ (Strategic Planning)
- การวางแผนการตลาด (Marketing Planning)

การวางแผนปฏิบัติการ และกระบวนการควบคุม (Control)

- การตรวจสอบทางการตลาด (Marketing Audit)
- การตั้งมาตรฐานตรวจวัด (Marketing Benchmarking)

เหตุผล ที่กลยุทธ์การตลาด ล้มเหลว

IDEA

วันที่ 2

Workshop กระบวนการวางแผนตลาด:

- กระบวนการ สร้างแผนการตลาด
(Marketing Plan Process)
- กระบวนการ สร้างคุณค่าทางการตลาด
(Value Driven Marketing Process)
- กระบวนการ วางแผนเชิงกลยุทธ์
(Strategic Planning Process)

วางแผนทางเลือกกลยุทธ์ จากจุดแข็งของแบรนด์

- กลยุทธ์ เห็นชัยแล้วจึงรบ - ผู้นำ ด้านต้นทุน
(Cost Leadership Strategy)
- กลยุทธ์ เห็นชัยแล้วจึงรบ - ผู้นำ ด้านความแตกต่าง
(Differentiation Strategy)
- กลยุทธ์ เห็นชัยแล้วจึงรบ - ผู้นำ ด้านตลาดเฉพาะ
(Focus Strategy)

วางแผนทางเลือกกลยุทธ์ จากสภาพการแข่งขัน

- กลยุทธ์ สงครามการตลาด สำหรับ ผู้นำ (Leader)
- กลยุทธ์ สงครามการตลาด สำหรับ ผู้ท้าชิง (Challenger)
- กลยุทธ์ สงครามการตลาด สำหรับ ผู้ตาม (Follower)
- กลยุทธ์ สงครามการตลาด สำหรับ รายย่อย (Nicher)

สรุป กลยุทธ์การวางแผนการตลาด ให้ประสบผลสำเร็จ

** จะได้รับ CD Worksheet เป็น Toolkit พร้อม คู่มือการใช้ ในการจัดทำแผนการตลาดที่สมบูรณ์แบบฟรี! หนังสือ "22 กลยุทธ์ การตลาด เพื่อเพิ่มยอดขาย และสร้างกำไรเงินล้าน"

หลักสูตร Strategic Marketing Planning
ได้สรุปหลักการและกระบวนการ
การวางแผนกลยุทธ์ตลาด
อย่างเป็นระบบ พร้อมตัวอย่าง 1 วัน
และ workshop 1 วัน



คุณมนต์ชัย สุนทราวัฒน์
อดีต Chief commercial Officer
บริษัท ดัชมิลล์ กรุ๊ป จำกัด

นักวางแผนกลยุทธ์การตลาดและการขายที่มีประสบการณ์ทำงานมากกว่า 30 ปี
สามารถเพิ่มยอดขายให้กับกลุ่มดัชมิลล์จนเป็นเบอร์ 1 ในตลาดนมพร้อมดื่ม
คุณมนต์ชัย ผ่านสมรภูมิการแข่งขันทางการตลาดมาอย่างโชกโชนในหลายองค์กร
เช่น ไทยน้ำทิพย์ โอเสกสภา ดิแทโฮล์ม ดัชมิลล์ กรุ๊ป สร้างชื่อเสียงและยอดขายให้กับสินค้ามากมาย
จนก้าวขึ้นสู่การบริหารงานการตลาดอย่างครบวงจร
ตำแหน่งสุดท้ายท่านเป็น Chief Commercial Officer ของบริษัท ดัชมิลล์ กรุ๊ป
ปัจจุบันเป็นที่ปรึกษาด้านการขายและการตลาดให้กับหลายองค์กร



ชำระค่าโปรแกรมเรียบร้อยแล้ว
ใบอนุญาตเลขที่ 204/2560
ปณ.ยานนาวา

ค่าลงทะเบียนอบรม

สมาชิกสมาคมฯ ท่านละ 13,900 (+ VAT 7% = 973) รวมเป็นเงิน 14,873 บาท
ผู้สนใจทั่วไป ท่านละ 14,900 (+ VAT 7% = 1,043) รวมเป็นเงิน 15,943 บาท
รวมอาหารเที่ยง, อาหารว่าง และเอกสารประกอบการอบรม

ชำระเงินโดย

- สั่งจ่ายเช็คในนาม สมาคมการตลาดแห่งประเทศไทย
เลขประจำตัวผู้เสียภาษี 099 3000 132483
- โอนเงินผ่านบัญชีออมทรัพย์ เลขที่ 256-1-03525-1
ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาชุมพูนี
ชื่อบัญชี สมาคมการตลาดแห่งประเทศไทย (โปรดส่ง Slip Pay In ทางโทรสาร 0-2285-5988)
- บัตรเครดิต VISA, MASTER CARD (โปรดขอรายละเอียดจากสมาคมฯ)



1168/21 อาคารชุมพูนีทาวเวอร์ ชั้นที่ 14 ถ.พระราม 4
แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120
โทร. 0-2679-7360-3 โทรสาร 0-2285-5988



center@marketingthai.or.th



www.facebook.com/marketingthai



www.marketingthai.or.th



@matsociety

