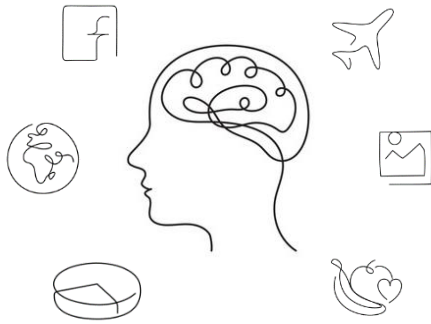


Customer Insights ฟันฟูยอดงายหลังวิกฤติ COVID-19

วัตถุประสงค์

ทำความเข้าใจการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคในยุค New Normal เพื่อปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ หรือปรับเปลี่ยนสินค้าและบริการให้ตอบโจทย์สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป



วันที่ พุธที่ 22 กรกฎาคม 2564
 ระยะเวลา 9.00 – 16.00 น. (6 ชั่วโมง)
 ช่องทาง 
 รูปแบบ บรรยายเชิงวิชาการ + แร่ประสบการณ์

เวลา	สาระสำคัญ*
9.00 – 12.00 น.	Break through the crisis by understanding the customer insights เข้าใจการเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภคท่ามกลางวิกฤติโควิดมากขึ้น Customer data analysis tools เรียนรู้วิธีการประยุกต์ใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์ต่างๆ สำหรับธุรกิจ
12.00 – 13.00 น.	พักรับประทานอาหารกลางวัน
13.00 – 16.00 น.	Special Talk “The show must go on!” พบกับคุณจำ นักรุกทักผู้เมกโอเวอร์การแสดงโชว์ระดับโลกที่สร้างความภาคภูมิใจให้คนไทย เจ้าของร้านลา บาเกตต์ (La Baguette) และโรงแรม Woodlands Hotel & Resort พักยา กับกลยุทธ์การปรับตัวเพื่ออยู่รอดในช่วงสถานการณ์โควิด New value, new market, new channels การมองหาโอกาสจากการคิดค้นคุณค่าใหม่ๆ ในการนำเสนอลูกค้า จากสินค้าหรือบริการเดิมที่มีอยู่ หรือการมองหาตลาดกลุ่มใหม่ เพื่อการอยู่รอด

พักเบรกประมาณ 15 นาทีระหว่างการบรรยายแต่ละหัวข้อ ทั้งช่วงเช้าและบ่าย

วิทยากร



ผศ.ดร.มานา ปิจจิมนันท์

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย และ
 อาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์
 มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

แกร์รับเชิญพิเศษ



คุณอลิสา พันธุศักดิ์

กรรมการผู้จัดการ
 บริษัท กิฟฟานี่โชว์ พักยา จำกัด

ลงทะเบียนตั้งแต่วันนี้ – 12 ก.ค. 2564

คลิกที่นี่

หมายเหตุ * อาจมีการปรับเปลี่ยน/เพิ่มเนื้อหาบางส่วน หรือแกร์รับเชิญตามความเหมาะสม



หลักสูตร I Customer Insights

ฟื้นฟูยอดขายหลังวิกฤติ COVID-19

บรรยายเชิงวิชาการ

วันที่ พฤหัสบดีที่ 22 กรกฎาคม 2564
ระยะเวลา 9.00 – 16.00 น. (6 ชั่วโมง)
ช่องทาง 

9.00 – 12.00 น.

1. Break through the crisis by understanding the customer insights

เข้าใจการเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภคท่ามกลาง
วิกฤติโควิดมากขึ้น

2. Customer data analysis tools

เรียนรู้วิธีการประยุกต์ใช้เครื่องมือในการ
วิเคราะห์ต่างๆ สำหรับธุรกิจ

13.00 – 16.00 น.

1. Special Talk | “The show must go on!”

พบกับคุณจำ นักรธุรกิจผู้เมกโอเวอร์การแสดง
โชว์ระดับโลกที่สร้างความภาคภูมิใจให้คนไทย
เจ้าของร้านลา บาแกตต์ (La Baguette) และ
โรงแรม Woodlands Hotel & Resort พัทยา
กับกลยุทธ์การปรับตัวเพื่ออยู่รอดในช่วง
สถานการณ์โควิด

4. New value, new market, new channels

การมองหาโอกาสจากการคิดค้นคุณค่าใหม่ๆ
ในการนำเสนอลูกค้า จากสินค้าหรือบริการ
เดิมที่มีอยู่ หรือการมองหากลุ่มตลาดกลุ่มใหม่
เพื่อการอยู่รอด

พักกลางวัน 12.00 – 13.00 น. พักเบรกประมาณ 15 นาทีระหว่างการบรรยายแต่ละหัวข้อ ทั้งช่วงเช้าและบ่าย

วิทยากร



ผศ.ดร.มานา ปิจอัมรินทร์

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย และ
อาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

แถมรับเชิญพิเศษ



คุณอลิสา พันธศักดิ์

กรรมการผู้จัดการ
บริษัท กิฟฟานีโซว์ พัทยา จำกัด

บรรยายเชิงปฏิบัติการ

วันที่ พฤหัสบดีที่ 29 – ศุกร์ที่ 30 กรกฎาคม 2564
ระยะเวลา 9.00 – 16.00 น. (6 ชั่วโมงต่อวัน)
ช่องทาง 

วันที่ 1

9.00 – 12.00 น.

Workshop 1 |

- Art of noticing – กำหนด Persona ลูกค้า
- How to empathize your customers? – เข้าใจ
ความรู้สึก กับคนคิด และพฤติกรรมของลูกค้าได้
ลึกซึ้ง

13.00 – 16.00 น.

Workshop 2 |

- Adjusting value proposition canvas for new
market
- Data for segmentation – วิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า
จาก Google analytics และ Facebook insights

วันที่ 2

9.00 – 12.00 น.

Workshop 3 |

- Customer journey and empathy map
- Omni-channel planning

13.00 – 16.00 น.

Workshop 4 |

- Brand appearance in social media
- Mind mapping of customer network and
Space and time design for marketing

Clinic

วันที่ พุธที่ 25 สิงหาคม 2564
ระยะเวลา บริษัทละ 1-2 ชั่วโมง
ช่องทาง 
รับคำปรึกษาเพิ่มเติมหลังจากทดลองนำ Customer Journey,
Value Proposition Canvas และ Omni Channels ไปปฏิบัติ

หมายเหตุ * อาจมีการปรับเปลี่ยน/เพิ่มเนื้อหา
บางส่วน หรือแถมรับเชิญตามความเหมาะสม