



หลักสูตร เทคนิคการพยากรณ์ยอดขาย เพื่อวิเคราะห์การขายจริงให้ได้ตามเป้า (Sales Forecast Analysis Technique)

❑ หลักการและเหตุผล

การขายที่เน้นขายให้ลูกค้าไม่ว่าจะเป็นรายบุคคล รายใหญ่ หรือขายให้แก่องค์กร ต้องเน้นความสำคัญของลูกค้าเป็นหลัก ไม่ว่าจะเป็นผู้จัดการ หัวหน้างาน และพนักงานขายที่ดีต้องสร้าง Customer Value ขึ้นให้ได้ การขายสินค้าและบริการให้แก่ลูกค้าเราไม่ได้เน้นการขายเพื่อวันนี้เท่านั้น การขายแบบ Sales Forecast Analysis จะส่งผลถึงการขายในระยะยาวเพื่อเป็นการเพิ่มยอดขายได้อย่างต่อเนื่อง เพราะฉะนั้นพนักงานขายควรจะต้องรู้กระบวนการวางแผนการขาย การพยากรณ์ยอดขาย เทคนิคในการวิเคราะห์คู่แข่งในการวางแผนด้านการขาย ไม่ว่าจะอยู่ในกระบวนการใดก็ตามของการขาย เนื้อหาของการฝึกอบรมนั้นจะเน้นให้ได้เรียนรู้หลักการต่างๆ การทำกิจกรรมฝึกปฏิบัติเพื่อให้ผู้เข้าฝึกอบรมนั้นมีความเข้าใจในเนื้อหาอย่างแท้จริงก่อนที่จะนำความรู้นั้นไปในการทำงานเพื่อเสริมสร้างเทคนิคการขายอย่างมืออาชีพนั่นเอง

❑ วัตถุประสงค์การเรียนรู้

1. ผู้เข้าอบรมมีความรู้ความเข้าใจการบริหารงานขายอย่างเป็นระบบ
2. ผู้เข้าอบรมสามารถกระบวนการวางแผนการขายและการพยากรณ์ยอดขายอย่างเป็นขั้นตอน
3. ผู้เข้าอบรมพัฒนาประสิทธิภาพของการขายให้เพิ่มมากขึ้นเพื่อการเพิ่มยอดขายได้อย่างต่อเนื่องด้วยการฝึกปฏิบัติการนำเสนอแผนการขาย

หลักสูตร เทคนิคการพยากรณ์ยอดขายเพื่อวิเคราะห์การขายจริงให้ได้ตามเป้า

□ เนื้อหาหลักสูตร

- ความหมายและความเข้าใจของการบริหารการขาย
- กระบวนการที่สร้างความสำเร็จในงานขาย
 - Workshop : Sales Forecast Analysis Problem
- อุปสรรคสำคัญของการบริหารการขาย
- ความเกี่ยวข้องระหว่างงานด้านการตลาดและการขาย
- ทำไมเราต้องรู้และเป็นทั้งนักการตลาด และนักขาย
- เทคนิคการบริหารการขายเชิงการตลาดในเชิงรุก
- กลยุทธ์การวิเคราะห์ตลาดเพื่อกำหนดกลยุทธ์การขาย
- กลยุทธ์เลือกตลาด STP และ 4 P เพื่อเอาชนะคู่แข่ง
- เทคนิคการวางแผนการขายเชิงการตลาดในเชิงรุกที่ถูกที่ถูกเวลา
- การวิเคราะห์พยากรณ์ยอดขาย และการตั้งเป้าหมายการขาย
- การกระจายเป้าหมายการขายเป็นรูปธรรม
- การตั้งเป้าหมายผู้มุ่งหวังเพื่อรองรับเป้าหมายการขาย
- การจัดสรรงบประมาณการขายเพื่อสนับสนุนงานขาย
- เทคนิคการวางแผนและเตรียมตัวก่อนพบลูกค้าอย่างมืออาชีพ
- วิเคราะห์ Competitor for Competitive Planning
- เทคนิคการระบุคู่แข่งเพื่อเอาชนะคู่แข่งทั้งทางตรงและทางอ้อม
- การวิเคราะห์ส่วนแบ่งทางการตลาด (Market Share)
- การวิเคราะห์จุดยืนของผลิตภัณฑ์ (Product Positioning)
- Workshop : Sales Forecast Analysis Solution

□ หลักสูตรนี้เหมาะสำหรับ ผู้จัดการ หัวหน้างานและพนักงานขายทุกระดับในองค์กร

□ ระยะเวลาการอบรม 1 วัน (09.00 -16.00 น.)

□ รูปแบบการฝึกอบรม

- ◎ การบรรยาย การระดมความคิดเห็น การทำแบบฝึกปฏิบัติ ตลอดจนการระดมปัญหาทางการขายที่เกิดขึ้นจากลูกค้าในหน่วยงานของผู้เข้าฝึกอบรม และข้อสรุปการแก้ไขปัญหาทางการขายจากบริบทของหลักสูตร และนำมาทำ Workshop