

TQAT

คุย เคาะ เจาะ
ประเด็น
เจาะ

Live Series EP. 3-6

แลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ กับการสนทนาไขข้อข้องใจ
ด้วยการถ่ายทอดสดผ่านทาง Facebook Group

คุย เคาะ เจาะ
ประสบการณ์
ไขข้อข้องใจ
ของชุมชน

**Business
Excellence
Community**

อบรมตามสไตล์ Digital
เรียนรู้ผ่านประสบการณ์
เปิดโอกาสสอบถามจากผู้รู้

ราคาตลอดโปรแกรม

2,800

บาท

รวม Vat 7%



**10 สิงหาคม
2560**

13.30 – 15.30 น.



Leadership Matters

เปิดหัวใจผู้บริหารยุค 4.0 พลั้งล้มเคลื่อนองค์กรสู่ความเป็นเลิศ

ดร. รุจิวัฒน์ สืบแสง กรรมการและที่ปรึกษา บมจ.สหยูเนี่ยน และผู้ตรวจประเมินรางวัลคุณภาพแห่งชาติ

ถอดรหัสความท้าทายด้าน “บุคลากร : วิธีการนำองค์กร” ของผู้บริหารองค์กรกับคำถามที่ว่า “จะสามารถนำพาองค์กรของตนให้อยู่ในฐานะผู้นำการเปลี่ยนแปลงได้หรือไม่” เพราะผู้นำเปรียบเสมือนหัวขบวนรถจักรที่ต้องไม่หยุดวิ่งกลางทาง แต่ต้องขับเคลื่อนองค์กรไปสู่จุดหมายที่ชื่อว่า “สถานีความสำเร็จ” ด้วยการตัดสินใจที่รวดเร็ว ส่องโอกาสจากเทรนด์ธุรกิจ หาโอกาสปรับปรุงและพัฒนาองค์กรในโลกแห่งอนาคตกับสารพัดมิติ

Topic

- ผู้นำกับการกำหนดและถ่ายทอดวิสัยทัศน์และค่านิยม (Review หมวด 1)
- บทบาทผู้นำกับการนำองค์กรอย่างมีวิสัยทัศน์ และยึดหลักคุณธรรม
- การทบทวนทิศทางขององค์กรเพื่อพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง
- แนวทางการสร้างสภาพแวดล้อมที่เกื้อหนุนให้เกิดนวัตกรรม
- การกำกับดูแลองค์กรและความรับผิดชอบต่อสังคม

**15 สิงหาคม
2560**

13.30 – 15.30 น.



รู้จัก รู้ใจ เข้าถึงลูกค้า ด้วย

Customer Journey Mapping

คุณณัฐพัชร์ ล้อประดิษฐ์พงษ์
ที่ปรึกษา สถาบันการแพทย์จักรีนฤเบดินทร์
ผู้ตรวจประเมินรางวัลคุณภาพแห่งชาติ

มุมมองในด้าน “ลูกค้าและการตลาด : Customer & Market focus” ที่การทำความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคที่มีความซับซ้อนมากขึ้น มีไลฟ์สไตล์เปลี่ยนไป กิจกรรมการตลาดจึงต้องอัปเดตให้ทันข้อมูลตลอดเวลา ซึ่งจะช่วยกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภค สร้างประสบการณ์ที่ดี นำไปสู่ความจงรักภักดีต่อแบรนด์ รวมถึงสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้องค์กรอีกด้วย

Topic

- Customer Journey Mapping : Step-by-Step

- Customer & Market Focus overview
- Digital Customer Life Cycle & Traditional Customer Life Cycle
- Customer Life Cycle Engagement
- Customer Journey Mapping
- การวาง Customer Journey Mapping ในมุมมองลูกค้า
- กำหนด Customer Touch Point
- ค้นหา Pain point และประเมินความพึงพอใจ
- การศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Method) เพื่อระบุ Touch Point ที่สำคัญ
- การวิเคราะห์เพื่อค้นหาโอกาสในการปรับปรุง สร้างนวัตกรรมบริการ การวางแผน การทำแคมเปญ กิจกรรมทางการตลาดต่างๆ

- กรณีศึกษา Customer Journey Mapping และวิเคราะห์ธุรกิจชั้นนำ

