

CUSTOMER CENTRIC UNDER DESIGN THINKING CONCEPTUAL



อาจารย์กิริณา จิรเศรษฐากุล

ปรึกษา วิทยากร โค้ชผู้เชี่ยวชาญด้านกลยุทธ์ธุรกิจ การตลาด การขาย
การสร้างแบรนด์ และภาพลักษณ์

ในยุคปัจจุบันความต้องการของลูกค้าต้องการความเร็วและเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เพิ่มสูงขึ้น การพัฒนากระบวนการทำงานที่มีประสิทธิภาพ, การบริการที่เป็นเลิศ และผลิตภัณฑ์ที่คุณภาพดี จึงเป็นหัวใจหลักที่สำคัญที่สุด เพราะความสำเร็จในอดีต ไม่สามารถจะการันตีความสำเร็จในอนาคตได้ การมี Mindset “ที่เริ่มจากความเข้าใจในความต้องการของลูกค้าเป็นหลักแทนที่จะคาดหวังให้ลูกค้าเปลี่ยนพฤติกรรมความต้องการ”

โดยการออกแบบแนวทางการแก้ไขโดยที่เข้าใจถึงลูกค้าเป็นหลักผ่านกระบวนการ Design Thinking เพื่อผสมผสานการคิดสร้างสรรค์ (Creative thinking) และการคิดเชิงธุรกิจ (Business thinking) จะช่วยให้ผลิตภัณฑ์และการบริการสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างสูงสุด รองรับกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วตลอดเวลาเป็นที่ทราบกันดีว่าการทำธุรกิจในยุคปัจจุบันมีการแข่งขันสูง การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมที่เปลี่ยนไป และยังมีความต้องการสินค้าและบริการในรูปแบบเฉพาะตนมากขึ้น องค์กรจำเป็นต้องมีการปรับตัวในการให้บริการโดยมุ่งเน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง (Customer Centric) เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดต่อลูกค้า

วัตถุประสงค์ของการอบรม

- เข้าใจกรอบแนวคิดของ Customer Centric through Empathy
- เข้าใจปัญหาความต้องการ Pain Point, Gain Point ของลูกค้าแบบ 360 องศาเพื่อพัฒนาประสิทธิภาพการทำงาน, บริการ และผลิตภัณฑ์ให้ตรงใจ
- รู้เทคนิคและกระบวนการวิเคราะห์ และเข้าใจลูกค้า เพื่อแก้ปัญหาและพัฒนาประสิทธิภาพการทำงาน, บริการและผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า
- เข้าใจกระบวนการพัฒนานวัตกรรมโดยใช้ Design Thinking Process & Creative Toolkits ได้อย่างเหมาะสม
- เข้าใจทักษะการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) และสามารถนำเทคนิค/วิธีการไปประยุกต์ใช้กับการทำงาน เพื่อการแก้ปัญหาและสร้างสรรค์การทำงานที่ตอบสนองความต้องการให้กับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เนื้อหาการบรรยาย วันที่ 1

Time	Content	Workshop
9.00 – 10.30 น.	Module 1 : รู้จักและเข้าใจการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคแต่ละยุค เพื่อรับมือกับความเปลี่ยนแปลง ○ การตลาดยุค 1.0 – 5.0 ○ พฤติกรรมผู้บริโภคและการสื่อสารการตลาดแต่ละยุค ○ กลยุทธ์การมัดใจลูกค้ายุคดิจิทัล (Customer Journey 5A)	เสริมสร้างความเข้าใจในการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคในแต่ละยุค
10.45 – 12.00 น.	Module 2 : กรอบแนวคิดและความสำคัญของ Customer Centric ○ กรอบแนวคิดและประโยชน์ ○ เข้าใจปัญหาความต้องการ Pain Point, Gain Point ของลูกค้าแบบ 360 องศา ○ เทคนิคการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า 4 แบบ	ฝึกออกแบบการให้บริการที่ลูกค้าพึงพอใจ
13.00 – 16.00 น.	Module 3-4 : เรียนรู้และเข้าใจกระบวนการพัฒนานวัตกรรมเพื่อแก้ไขปัญหาและสร้างสรรค์การทำงานโดยใช้ Design Thinking Process & Creative Toolkits ○ เข้าใจความหมายของนวัตกรรม (Innovation) ○ แนวคิดด้านนวัตกรรมทั้ง 10 ประการ ○ แนวคิดและที่มาของ Design Thinking ○ ประโยชน์ต่างๆ จากกระบวนการ Design Thinking ○ การนำไปใช้ในการพัฒนานวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovation), การพัฒนาผลิตภัณฑ์นวัตกรรม (Product Innovation) และนวัตกรรมบริการ (Service Innovation) ที่ให้ความสำคัญกับกลุ่มเป้าหมาย ลูกค้า ผู้ใช้	ฝึกแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าด้วยนวัตกรรมใหม่

CONTACT



089 -234 -3057



info@challengeto.com



www.challengeto.com

เนื้อหาการบรรยาย วันที่ 2

Time	Content	Workshop
9.00 – 12.00 น.	Module 1-2 : เรียนรู้ 5 หลักการของกระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) - กระบวนการ Empathize เข้าใจปัญหาของผู้ใช้งานอย่างลึกซึ้ง - กระบวนการ Define ระบุความต้องการ และปัญหาของผู้ใช้งาน - sign Thinking เพื่อสร้างความมั่นใจให้ลูกค้าและพัฒนาบริการ - การหาวิธีการแก้ไข Ideate โดยมองหาไอเดียจากแต่ละคน - สร้างต้นแบบ Prototype เพื่อทดลองว่าใช้ได้มั้ย - ทดลอง (Test) กับผู้ใช้งานจริง และนำไปปรับเปลี่ยนให้ดีขึ้น	ฝึกทำแต่ละขั้นตอนให้เข้าใจจากโจทย์ตัวอย่าง
13.00 – 14.30 น.	Module 3 : การนำ Design Thinking มาพัฒนาการทำงานต่างๆ ในองค์กร - นโยบายองค์กร - บทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบ - การออกแบบการให้บริการที่ดีขึ้นเพื่อสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า และแก้ปัญหาให้กับลูกค้า	ระดมสมองช่วยกัน มองหาเหตุและช่วย ออกแบบเพื่อ แก้ปัญหา
14.45 – 16.00 น.	Module 4 : เทคนิคการนำ Design Thinking มาต่อยอด และทำออกมาให้เห็นเป็นรูปธรรม - บทวน Design Thinking - ร่วมกันออกแบบ Role Model เพื่อนำไปใช้สร้างความมั่นใจให้ลูกค้าและพัฒนาบริการ - Design Thinking Show Case	Customer Centric by Design Thinking

ข้อมูลของหลักสูตร (Course Detail)

รูปแบบการเรียนรู้ (Methodology):

การบรรยาย 40 % / Workshop 60 %

คุณสมบัติของผู้เข้ารับการเรียนรู้ (Target Participants):

ผู้จัดการและผู้บริหารที่ปฏิบัติงานร่วมกับลูกค้า

จำนวนผู้เข้ารับการเรียนรู้ (No. of Participants):

20 คน/รุ่น

ระยะเวลาการอบรม (Training period):

2 วัน

CONTACT



089 -234 -3057



info@challengeto.com



www.challengeto.com