

## การวิเคราะห์สภาวะตลาด กลุ่มลูกค้า และคู่แข่ง

### หลักการและเหตุผล

การวางแผนการขายและการตลาดนั้นยากที่จะประสบความสำเร็จ หากขาดความสามารถในการวิเคราะห์สภาวะตลาด การแข่งขันที่สำคัญคือไม่สามารถที่จะกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนได้ หรือไม่ทราบว่าลูกค้าของท่านต้องการอะไร ตรงกันข้ามหากท่านเข้าใจสภาพแวดล้อมทางการตลาด สภาพการแข่งขันและลูกค้าเป็นอย่างดีแล้ว โอกาสที่ท่านจะประสบความสำเร็จนั้นสูงมาก ในหลักสูตรนี้ ท่านจะได้เรียนรู้ถึงหลักที่สำคัญในการวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมทางการตลาด การแบ่งส่วนตลาดรวมถึงการระบุคู่แข่งและกลุ่มเป้าหมายอย่างชัดเจน ซึ่งจะทำให้ท่านมีความเข้าใจในสภาวะตลาดและสภาพการแข่งขันในธุรกิจของท่านเป็นอย่างดี อันจะส่งผลให้ท่านสามารถนำผลที่ได้ไปใช้ในการวางแผนการตลาดและการขายเพื่อสร้างความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ

### วัตถุประสงค์

- ✓ ทราบปัจจัยที่สำคัญที่ใช้ในการวิเคราะห์ตลาด ลูกค้า และคู่แข่ง
- ✓ เพื่อสร้างโอกาสทางการตลาด และความได้เปรียบในการแข่งขัน
- ✓ ประยุกต์ใช้ในหลักการต่าง ๆ เพื่อนำเสนอกกลยุทธ์ที่แตกต่างจากคู่แข่ง
- ✓ ทราบถึงวิธีและหลักการในการหาช่องว่างทางการตลาด
- ✓ เรียนรู้ถึงการระบุกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน

### เนื้อหา

- การวิเคราะห์สภาวะตลาดในธุรกิจ
- ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการบริหารการตลาดและงานขาย
- ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก
- ขนาดของตลาดเป้าหมาย
- สัดส่วนครองตลาดของบริษัท
- การวิเคราะห์ส่วนแบ่งทางการตลาด
- ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิเคราะห์ส่วนแบ่งทางการตลาด
- หลักเกณฑ์ในการแบ่งส่วนตลาด
- การประยุกต์ใช้หลักการให้สอดคล้องกับสินค้าและบริการของบริษัท
- การวิเคราะห์คู่แข่งทางการตลาด
- คู่แข่งรายสำคัญ
- การวิเคราะห์หาตำแหน่งทางผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง
- การวิเคราะห์หาจุดขาย จุดแข็ง และจุดอ่อนของคู่แข่ง
- พฤติกรรมผู้บริโภค
- การวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มลูกค้า
- การระบุหากกลุ่มลูกค้าเฉพาะเจาะจง
- กางแบ่งประเภทลูกค้า
- การจัดทำตารางบริการลูกค้า
- พฤติกรรมของลูกค้า เป้าหมายหลักของลูกค้า
- ความสัมพันธ์ของบริษัทกับลูกค้า
- เทคนิคการค้นหาความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า
- สิ่งที่ลูกค้าคาดหวังจากการซื้อสินค้าและบริการ
- การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน

- ตำแหน่งของผลิตภัณฑ์
- การวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนของสินค้าและบริการ
- เทคนิคการนำเสนอจุดขาย
- แนวโน้มการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรม
- ช่องว่างทางการตลาด
- เทคนิคการหาโอกาสทางการตลาด

## การประเมินผล

- ✓ การประเมินผลแบบ 360 องศา