

หลักสูตรจิตวิทยาอ่านใจและรับมือลูกค้า 5 ระดับ 4 สไตล์ เพื่องานขายและบริการ (Customer Psychology: The 5-Stage and 4-Style Approach for Sales & Service)

หลักการและเหตุผล

พฤติกรรมลูกค้าในยุคปัจจุบันไม่ได้เป็นเส้นตรงตามสมมติฐานการตลาดแบบเดิมอีกต่อไป การรับรู้ข้อมูลเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา จึงเป็นการยากที่จะวัดด้วยความพึงพอใจ (Customer Satisfaction) เพียงอย่างเดียว มีงานวิจัยซึ่งระบุอย่างชัดเจนว่า ลูกค้าที่แสดงความพึงพอใจในระดับ "ปานกลางถึงค่อนข้างดี" มีอัตราการเปลี่ยนไป (Defection Rate) สูงอย่างน่าตกใจ นี่หมายถึงลูกค้าพร้อมจะเปลี่ยนใจไปหาคู่แข่งทันทีที่มีข้อเสนอที่ดีกว่า หากทีมขายและบริการขาดเครื่องมือทางจิตวิทยาในการจำแนกพฤติกรรมและคาดการณ์ความพร้อมของลูกค้าหน้างาน องค์กรจะต้องเผชิญกับต้นทุนที่มองไม่เห็นจากการสูญเสียลูกค้าไปอย่างน่าเสียดาย

แนวทางหนึ่งที่สำคัญคือการเข้าใจลูกค้าตั้งแต่แรก โดยการใช้โมเดลประเมินการตระหนักรู้ของผู้บริโภคมาเป็นเข็มทิศในการอ่านใจ ประกอบกับเทคนิคการสื่อสารเพื่อส่งเสริมกันก็จะช่วยให้การขายหรือการบริการก็ตามมีโอกาสที่จะเกิดผลลัพธ์ในเชิงบวกมากขึ้น

โดยผู้ขายหรือให้บริการเองก็ต้องปรับบทบาท และเข้าใจตนเองผ่านเทคนิคและจิตวิทยาต่าง ๆ จากเดิมอาจเป็นการตั้งรับเชิงอารมณ์ (Reactive) ไปสู่การรุกคืบเกมอย่างมีชั้นเชิง (Proactive) ผ่านกระบวนการปรับกรอบความคิด (Cognitive Reframing) ให้มีจุดยึดเหนี่ยวเชิงคุณค่า (Anchoring Effect) ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมศาสตร์สมัยใหม่ เพื่อทีมขายหรืองานบริการสามารถปรับกลยุทธ์ได้ตามยุคตามสมัย

หลักสูตรนี้ไม่ใช้การฝึกรบรณทักทายการพูดทั่วไป แต่มุ่งปรับทัศนคติแนวคิดใหม่ และยังเน้นสร้างวิธีปฏิบัติสร้างบทพูดเฉพาะทาง (Tailored Scripts) เพื่อให้นำไปใช้ได้จริงในการรับมือกับความกดดันได้อย่างมืออาชีพ ให้สามารถรักษาลูกค้าอย่างยั่งยืน (ทั้งลูกค้าบุคคลและลูกค้าองค์กร B2B)

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้ผู้เข้าอบรมเข้าใจกลไกทางจิตวิทยาพฤติกรรมผู้บริโภค และสามารถปรับเปลี่ยนมุมมองในการวิเคราะห์ความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าได้มากขึ้น
2. เพื่อให้ผู้เข้าอบรมสามารถประเมินสภาวะความต้องการพร้อมทั้งคาดการณ์ความพร้อมของลูกค้าบุคคลหรือองค์กร ได้อย่างเป็นระบบ
3. เพื่อให้ผู้เข้าอบรมสามารถประยุกต์ใช้เครื่องมือจิตวิทยาการสื่อสารต่าง ๆ นำไปออกแบบบทพูด (Scripts) ให้ตอบโจทย์ลูกค้าแต่ละกลุ่ม
4. เพื่อให้ผู้เข้าอบรมฝึกปฏิบัติในสถานการณ์จำลองเสมือนจริง จนสามารถควบคุมอารมณ์ คลี่คลายข้อพิพาท และนิมนต์ใจเพื่อปิดการขายหรือส่งมอบบริการได้อย่างมืออาชีพ

กลุ่มเป้าหมาย

- กลุ่มบุคลากรที่จำเป็นต้องใช้ทักษะการสื่อสารโดยตรงกับลูกค้า
- กลุ่มบุคลากรที่อยากพัฒนาตนเองด้านการขายหรือการบริการ
- ส่วนงาน: ส่วนงานบริการและลูกค้า
- ระดับ: ระดับปฏิบัติการถึงผู้บริหารระดับกลาง

ระยะเวลาการอบรม

1 วัน / 6 ชั่วโมง 9.00 น. – 16.00 น.

หัวข้อการอบรม*

ครึ่งวันเช้า

1. Introduction: พื้นฐาน ความเป็นมาและความสำคัญ
2. โมดูล 1: จิตวิทยาความภักดีของลูกค้า (Psychology of Loyalty)
 - ความเชื่อและกลไกระดับความพึงพอใจ (The Myth of Satisfaction)
 - จิตวิทยาการรับรู้ และความภักดี (Human Perception & Brand Loyalty)
3. โมดูล 2: การจำแนกลูกค้า 4 ประเภท (The 4 Customer Segments)
 - เจาะลึก 4 พฤติกรรมของลูกค้าแต่ละกลุ่ม (Anatomy of the 4 Segments)
 - สัญญาณเตือนภัยผ่านพฤติกรรมจากลูกค้า (Behavioral Red Flags)
 - Workshop
4. โมดูล 3: กรอบการทำงานและแนวคิดการตระหนักรู้ของลูกค้า (Customer Awareness & Framework)
 - 5 ขั้นตอนของการตระหนักรู้ (The 5 Stages of Awareness)
 - แนวคิดการต่อรองลูกค้าองค์กร (Qualification Guide)
 - เทคนิคการถามเพื่อสืบค้น (Diagnostic Questioning)
 - Workshop

ครึ่งวันบ่าย

5. โมดูล 4: ศิลปะการสื่อสารเฉพาะทาง (Tailored Communication Scripts)
 - จิตวิทยาโน้มน้าวใจ (Cognitive Reframing)
 - การสื่อสารเพื่อก่อนการยึดติด (Anchoring Bias)
 - Workshop
6. โมดูล 5: การปรับใช้และต่อยอด Integrating and Simulation
 - กฎเหล็กของการสื่อสารในภาวะกดดัน (Rules of Crisis Communication)

- การจำลองสถานการณ์เชิงประสบการณ์ (Experiential Role-Play Simulation)

**อาจมีการปรับให้สอดคล้องกับเวลาและสถานการณ์ มีแทรกจังหวะผ่อนคลายสนุกสนานให้ไม่น่าเบื่อ พักเบรกตามเหมาะสม (ปกติ 10.30, 14.30 น.)*

รูปแบบการอบรมสัมมนา

1. อบรมภายใน In-house Training
2. สถานที่ห้องประชุมมีเครื่องฉายสไลด์/Projector, ไมโครโฟน, เครื่องขยายเสียง
3. จัดโต๊ะแบบกลุ่ม (Clusters)
4. การบรรยาย 50 %
5. กิจกรรมกลุ่ม / ฝึกปฏิบัติ Workshop และการนำเสนอผลงานกลุ่ม 50%

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- ลดอัตราการสูญเสียลูกค้า (Customer Defection Rate) จากกลุ่มลูกค้าที่อาจเปลี่ยนไป
- ปกป้องชื่อเสียงของแบรนด์ (Brand Reputation) จากการสื่อสารที่ผิดพลาด
- เพิ่มโอกาสการเติบโตทางรายได้ (Revenue Growth) จากการคัดกรองและปิดการขายที่ชัดเจนขึ้น
- ยกระดับมาตรฐานการขายและการบริการสู่ความเป็นเลิศด้วยจิตวิทยาพฤติกรรมศาสตร์
- มีเครื่องมือในการสื่อสารได้อย่างมีกลยุทธ์ตอบโจทย์ลูกค้าแต่ละกลุ่มโดยเฉพาะ
- ลดความเครียดในการทำงาน เปลี่ยนแรงกดดันทางอารมณ์หน้างานให้เป็นโจทย์ในการแก้ปัญหา
- เพิ่มความมั่นใจและความเป็นมืออาชีพ จากการเตรียมพร้อมรับมือกับทุกสถานการณ์

วิทยากร

[อ.ตา - ปรีตา ศิริชัยวัฒนนันท์](#) (คลิกเพื่อดูประวัติ)

กำหนดการจัดอบรม

หลักสูตร: การจิตวิทยาอ่านใจและรับมือลูกค้า 5 ระดับ 4 สไตล์ เพื่องานขายและบริการ

วิทยากร: อ.ดา - ปรีดา ศิริชัยวัฒนานันท์

วันที่จัดอบรม:

สถานที่จัดอบรม :

เวลา	หัวข้อหลัก	รายละเอียด / (รูปแบบ)
08:45-09:00 น.	ลงทะเบียน	ลงทะเบียน เตรียมความพร้อม/ ทำแบบทดสอบก่อนการอบรม (ถ้ามี)
09:00-09:15 น.	Introduction: ปรับพื้นฐาน	- ทบทวนพื้นฐานองค์ความรู้ - ความเป็นมาและความสำคัญ (บรรยายตามหัวข้อ – แลกเปลี่ยน)
09:15-10:00 น.	โมดูล 1: จิตวิทยาความภักดีของลูกค้า Psychology of Loyalty	- ความเชื่อและกลไกระดับความพึงพอใจ (The Myth of Satisfaction) - จิตวิทยาการรับรู้ และความภักดี (Human Perception & Brand Loyalty) (บรรยายตามหัวข้อ - แลกเปลี่ยน - ยกตัวอย่างประกอบ)
10:00-11:00 น.	โมดูล 2: การจำแนกลูกค้า 4 ประเภท (The 4 Customer Segments)	- เจาะลึก 4 พฤติกรรมของลูกค้าแต่ละกลุ่ม (Anatomy of the 4 Segments) - สัญญาณเตือนภัยผ่านพฤติกรรมจากลูกค้า (Behavioral Red Flags) - Workshop (บรรยายตามหัวข้อ - แลกเปลี่ยน - ยกตัวอย่างประกอบ)
11:00-12:00 น.	โมดูล 3: กรอบการทำงานและแนวคิดการตระหนักรู้ของลูกค้า (Customer Awareness & Framework)	- 5 ขั้นตอนของการตระหนักรู้ (The 5 Stages of Awareness) - แนวคิดการต่อรองลูกค้าองค์กร (Qualification Guide) - เทคนิคการถามเพื่อสืบค้น (Diagnostic Questioning) - Workshop (บรรยายตามหัวข้อ - กลุ่มทดลอง - นำเสนอ)
12:00-13:00 น.	พักกลางวัน	
13:00-14:00 น.	โมดูล 4: ศิลปะการสื่อสารเฉพาะทาง (Tailored Communication Scripts)	- จิตวิทยาโน้มน้าวใจ (Cognitive Reframing) - การสื่อสารเพื่อถอนการยึดติด (Anchoring Bias) - Workshop (บรรยายตามหัวข้อ - กลุ่มทดลอง - นำเสนอ)
14:00-16:00 น.	โมดูล 5: การปรับใช้และต่อยอด Integrating and Simulation	- กฎเหล็กของการสื่อสารในภาวะกดดัน (Rules of Crisis Communication) - การจำลองสถานการณ์เชิงประสบการณ์ (Experiential Role-Play Simulation) - Workshop (บรรยายตามหัวข้อ – ทดลองปรับใช้ -อภิปราย)
16:00-16:15 น.	สรุป Q&A , Post-test	สรุปภาพรวม ถาม-ตอบ / ทำแบบทดสอบ (หลังการอบรม)