

# แนวทางการวิจัยตลาด: เครื่องมือและวิธีวิเคราะห์

## Marketing Research: Tools & Analysis



“สินค้าและบริการใหม่ ๆ ก่อให้เกิด Disruption เราจึงต้องหาแนวทางวิจัยตลาด”

วันที่จัด **รุ่น 1** :วันอังคารที่ 15 – วันพุธที่ 16 มิถุนายน 2564

สมาชิก : 6,200 + VAT 7% 434 = 6,634 บาท

เวลา 09:00-16:30 น. (ลงทะเบียนเวลา 08.00 น.) รับจำนวน 20 ท่าน

(สมาชิก ส.ส.ท., นักศึกษาปริญญาตรี, หน่วยงานราชการ, รัฐวิสาหกิจ)

สถานที่ ห้องสัมมนา สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) ซอยพัฒนาการ 18

บุคคลทั่วไป : 6,700 + VAT 7% 469 = 7,169 บาท

โลกมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างต่อเนื่องและตลอดเวลา การเข้ามาของเทคโนโลยี สินค้าและบริการใหม่ๆ ก่อให้เกิด Disruption จำนวนมากต่อภาคธุรกิจ โดยเฉพาะการทำให้พฤติกรรมลูกค้าหรือผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปอย่างสิ้นเชิง การวิจัยตลาดทำให้ธุรกิจสามารถติดตามสถานการณ์ตลาดได้ทันต่อเหตุการณ์ สามารถเข้าใจพฤติกรรมของลูกค้าหรือผู้บริโภค ตลอดจนเข้าใจสถานการณ์ของตลาดและนำข้อมูลจากการวิจัยไปสู่การจัดทำกลยุทธ์หรือการเขียนแผนการตลาดที่เหมาะสม เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยการขับเคลื่อนกลยุทธ์การตลาดบนพื้นฐานข้อมูล

### สิ่งที่คุณจะได้รับ

1. เรียนรู้แนวคิดและวิธีการวิจัยตลาด
2. เรียนรู้และฝึกปฏิบัติการออกแบบกระบวนการวิจัยตลาดทั้งเชิงคุณภาพและปริมาณ
3. เรียนรู้เครื่องมือวิจัยตลาดที่เหมาะสมต่อการวิจัยแต่ละแบบ
4. เรียนรู้และฝึกปฏิบัติการใช้เทคนิค Conjoint Analysis ในการออกแบบแพคเกจสินค้าและบริการ

### คุณสมบัติผู้เข้าอบรมและสัมมนา

นักขาย นักการตลาด พนักงานด้านกลยุทธ์ ผู้ประกอบการ และผู้ที่ทำงานเกี่ยวข้องกับการพัฒนาองค์กรด้านการตลาด หรือผู้สนใจทั่วไป

### หัวข้อการฝึกอบรมและสัมมนา

#### วันแรก

- 09.00-10.30 น. ● แนวคิดและวิธีการวิจัยตลาด การออกแบบกระบวนการวิจัยตลาด
- 10.45-12.00 น. ● การวิจัยแบบ Desk Research และการเลือกแหล่งที่มาของข้อมูล
- 13.00-14.30 น. ● การวิจัยตลาดด้วยเทคนิคการวิจัยเชิงคุณภาพ
- 14.45-16.00 น. ● การวิจัยตลาดด้วยเทคนิคการวิจัยเชิงคุณภาพ (ต่อ)

#### วันที่สอง

- 09.00-10.30 น. ● การวิจัยตลาดด้วยเทคนิคการวิจัยเชิงปริมาณ
- 10.45-12.00 น. ● การวิจัยตลาดด้วยเทคนิคการวิจัยเชิงปริมาณ
- 13.00-14.30 น. ● การเลือกเครื่องมือในการวิเคราะห์ผลข้อมูล
- 14.45-16.00 น. ● เทคนิคการใช้ข้อมูลวิจัยเพื่อทำ Conjoint Analysis ในการออกแบบแพคเกจสินค้าและบริการ



“บรรยายโดยวิทยากรผู้เชี่ยวชาญด้าน  
การวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาด”

Marketing Analytics

วิทยากร

ดร.ปวงบุญณ เทพประสิทธิ์

กรรมการผู้บริหาร

บริษัท เอ็มวีพี คอนซัลท์แทนท์ จำกัด

และอาจารย์ประจำโครงการปริญญาโท

การจัดการอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยรามคำแหง



Marketing Research:  
Tools & Analysis

😊 หลักสูตรที่แนะนำเพื่อต่อยอดการเรียนรู้ 😊

1. การทำการตลาดดิจิทัลและการสร้างคอนเทนต์ทางการตลาด (1 วัน)
2. กลยุทธ์การสร้างตราขาย (2 วัน)
3. แนวทางการทำวิจัยทางการตลาด : เครื่องมือและวิธีวิเคราะห์ (2 วัน)
4. การหา Customer Insight เพื่อกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด (1 วัน)

ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมสามารถหักลดหย่อนภาษีได้ 200%

จัดโดย สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) โทร.0-2717-3000 ต่อ 81