

โครงการสัมมนาเรื่อง “Optimizing Online Business in COVID-19 Crisis”

วันเสาร์ที่ 2 พฤษภาคม 2563 เวลา 13.00 – 16.00 น. ทาง Zoom meeting

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

วิทยากร

1. อาจารย์ ดร.รวิ รุ่งเรืองศรี
2. อาจารย์ กอบลาภ จันทร์ศัพท์
3. อาจารย์ รติมา ศรีสมวงศ์

อาจารย์ประจำภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

หัวข้อการบรรยาย

ตอนที่ 1 ตั้งสติเพื่อตั้งหลัก

- ทบทวนศักยภาพทางการตลาดของตนเอง
- รู้จักคู่แข่งและรู้จักลูกค้าที่จะพบเจอใน online platform
- ทำกิจกรรม workshop เพื่อความเข้าใจ
- แนวทางสำหรับการตลาดภายในกิจการ
- แลกเปลี่ยนเรียนรู้การเตรียมรับมือหลังสถานการณ์ Covid-19

ตอนที่ 2 เตรียมพร้อมรับ The Next Normal

- เจาะลึกพฤติกรรมลูกค้ารับ re-opening
- ระดมความคิด แลกเปลี่ยนประสบการณ์พร้อมสู่ Next Normal
- WFH ต่อไปอย่างไรให้ทุกคน happy
- Marketing Path to the Next Normal

จำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรม

93 คน

ลิงค์เอกสารประกอบการบรรยาย

<http://www.ba.cmu.ac.th/th/covid-19-crisis/>



“ การนำข้อมูลมหาศาลที่เกิดขึ้นในแต่ละจุด stop ของ Digital channels มาใช้ประโยชน์ในการศึกษาและทำความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคให้รอบด้าน และลึกซึ้งมากยิ่งขึ้น ซึ่งข้อมูลที่เกิดขึ้นทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพเหล่านี้ จะมีความสำคัญมากขึ้นเรื่อยๆ ”

“ เน้นการเห็นอกเห็นใจลูกค้า (Empathy) ให้ความจริงใจ ทำสิ่งใจ และข้อมูลที่เป็นประโยชน์ ผสมผสานกับความเป็นของแท้ (Authentic) ของธุรกิจ ”

“ ถ้าเราดูแลพนักงานให้มีความสุข พนักงานก็จะส่งต่อความสุขแบบเดียวกันนี้ไปยังลูกค้าของเราเช่นกัน ดังนั้น ใส่ใจพนักงาน ให้เหมือนกับใส่ใจลูกค้า ”

วิกฤตครั้งนี้
ไม่เพียงกระทบกับยอดขายเท่านั้น แต่ทำให้เกิด **supply disruption** ด้วย ดังนั้น หากจะก้าววิกฤตครั้งนี้ได้ ต้องมองให้ครบทั้ง **supply and demand side**