



OMEGAWORLDCCLASS

15th Anniversary Celebration

ONLY

21,500 THB/PERSON
2 DAY (SAVE 7,000 THB)

Grande Centre Point Ratchadamri Bangkok

29 - 30
OCTOBER 2024

ADVANCED PSYCHOLOGY of SELLING & BUYING

สุดยอดจิตวิทยาการขายและการตัดสินใจซื้อ

Dr. Kriengsin Prasongsukarn
Former Managing Director
Inspire Research

CONTACT

+66 (0) 89692 9900

+66 (0) 2158 9892

200% TAX DEDUCTION

Line Official



@omegaworldclass

Register



www.omegaworldclass.org

เปลี่ยนร้อยครั้ง ชะนั้อยครั้ง... เป็นร้อยครั้ง ชะนั้อยครั้ง
ด้วยการ**เข้าใจ จิตวิทยาการขายและการตัดสินใจซื้อ**

ที่ครั้งที่ **นำเสนอข้อมูล** ยังไม่ทันจะจบ...
ลูกค้าก็ **หมดความอดทน** ที่จะฟัง



ที่ครั้งที่ **ท่อมคำโฆษณา** แล้ว **ไม่ได้ผล** อย่างที่ต้องการ



ที่ครั้งที่ต้อง**ตอบปัญหา**ให้กับลูกค้า
แต่สุดท้ายลูกค้าไป**ซื้อ**กับคนอื่น... ?

จะอย่างไรเพื่อ... **เพิ่มยอดขาย**ให้ได้ **50 - 150%** โดยไม่เพิ่มต้นทุน



เหตุใด...?

เรื่องบางเรื่องจึง**อิตติกระแส** ชณะบางเรื่อง**ดับวูบ**



จะอย่างไรให้**ลูกค้าอยากได้**ของที่เราขาย

ADVANCED PSYCHOLOGY OF SELLING & BUYING

สุดยอดจิตวิทยาการขายและการตัดสินใจซื้อ

*"Turning a hundred defeats into a victory a hundred times"
through understanding the psychology of sales and purchasing decisions.*

Although buyers nowadays have access to vast amounts of information and data through online systems, research indicates that for high-priced products and/or products perceived as risky, **buyers still seek interaction with sales personnel to build confidence before making a purchase decision.**

แม้ว่าในปัจจุบันผู้ซื้อสามารถเข้าถึงข้อมูลและแหล่งข้อมูลจำนวนมากผ่านระบบ Online ผลวิจัยรายงานว่าสำหรับสินค้าที่มีราคาสูงและ/หรือสินค้าที่ผู้ซื้อมีความรู้สึกเสี่ยง **ผู้ซื้อยังต้องการการปฏิสัมพันธ์กับพนักงานขายเพื่อสร้างความมั่นใจก่อนจะตัดสินใจซื้อ**

ADVANCED PSYCHOLOGY OF SELLING & BUYING

สุดยอดจิตวิทยาการขายและการตัดสินใจซื้อ

*"Turning a hundred defeats into a victory a hundred times"
through understanding the psychology of sales and purchasing decisions.*

Research conducted among 100,000 B2B decision-makers found that the effectiveness of sales personnel is the most crucial factor in purchase decisions. Another study on repeat purchase/loyalty revealed that the most significant reason for customers to choose the same company again is not the company itself, its products, or services, but rather the effectiveness of sales personnel (53%).

จากการวิจัยจากกลุ่มผู้ตัดสินใจซื้อขององค์กรธุรกิจ (B2B decision maker) 100,000 ราย พบว่าประสิทธิภาพของพนักงานขายเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญสูงสุดต่อการตัดสินใจซื้อ ผลวิจัยในเหตุผลที่ลูกค้าตัดสินใจซื้อซ้ำ/ภักดี (repeat purchase/loyalty) กับบริษัทเดิมพบว่าเหตุผลที่สำคัญที่สุดไม่ใช่ บริษัท สินค้า หรือการบริการแต่เกิดจากประสิทธิภาพของพนักงานขาย (53%) เป็นสำคัญ

ADVANCED PSYCHOLOGY OF SELLING & BUYING

สุดยอดจิตวิทยาการขายและการตัดสินใจซื้อ

*"Turning a hundred defeats into a victory a hundred times"
through understanding the psychology of sales and purchasing decisions.*

Sales experts suggest that the current abundance of **sales knowledge and selling techniques** often leads to inefficiency, rendering sales personnel unable to perform effectively. They recommend **that sales personnel must understand the buyer's decision-making process to guide their thinking in alignment** until the process is completed.

ผู้เชี่ยวชาญด้านศาสตร์การขายให้ความเห็นว่า **กลยุทธ์ความรู้ และรูปแบบการขาย** จำนวนมากในปัจจุบัน **ยังด้อยประสิทธิภาพ** ทำให้พนักงานขายไม่สามารถทำงานได้ดี และแนะนำว่า **พนักงานขายจำเป็นต้องเข้าใจกระบวนการตัดสินใจซื้อ** ของผู้ซื้อเพื่อสามารถ **ชี้นำความคิดของผู้ซื้ออย่างสอดคล้อง** จนจบกระบวนการ

DAY ONE: 29 OCTOBER 2024



Dr. Kriengsin Prasongsukarn

Former Managing Director
Inspire Research

Marketing Re-visited

9.00 - 17.00

Buyer's thought processes and decision-making

การที่จะประสบความสำเร็จในการตลาดไม่เพียงแต่ต้องมีความเข้าใจทางธุรกิจเท่านั้น แต่ยังต้องมีความเข้าใจที่ลึกซึ้งใน**จิตวิทยาของผู้บริโภค** การสัมมนานี้จึงเป็นโอกาสที่ดีที่จะได้เรียนรู้และปฏิบัติการในหลายๆ ด้านที่สำคัญสำหรับ**การสร้างยอดขายและสร้างความเชื่อมั่นในตลาดการค้า** ในปัจจุบัน

ในวันแรกของสัมมนาเรื่อง "**การตลาด: การตระหนักใหม่**" เราจะพาท่านไปสำรวจถึงความสัมพันธ์ระหว่าง**จิตวิทยากับการตลาด** และเหตุผลที่การเข้าใจจิตวิทยาของผู้บริโภคอย่างละเอียดมีความสำคัญอย่างมาก การเข้าใจและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย เราจะเน้นที่**การแบ่งตลาด**เพื่อเข้าใจถึงความหลากหลายภายในกลุ่มผู้บริโภค **การเลือกกลุ่มเป้าหมายและการตำแหน่งสินค้าหรือบริการ** และ**การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย** (ลักษณะการให้บริการที่มุ่งเน้นลูกค้า) **การค้นหาคู่ต่อคุณภาพ (ROQ)** เน้นไปที่พร้อมที่จะให้คุณค่าแก่ลูกค้า

- 1 — Understanding and accessing the target audience.
- 2 — Market segmentation emphasizes the importance of recognizing the diversity within consumer groups.
- 3 — Targeting & positioning focus on the significance of defining the target audience and product/service positioning.
- 4 — Understanding and accessing the target audience (Customer Centric Orientation).
- 5 — Return on Quality (ROQ) emphasizes the value proposition

DAY TWO: 30 OCTOBER 2024



Dr. Kriengsin Prasongsukarn

Former Managing Director
Inspire Research

Consumers' Psychology

9.00 - 17.00

How does psychology intersect with marketing, and why is a thorough understanding of consumer psychology essential?

ในวันที่สองของสัมมนา เราจะเสนอสาระสำคัญเกี่ยวกับจิตวิทยาของผู้บริโภค ซึ่งเป็นแนวคิดที่สำคัญสำหรับการเข้าใจกระบวนการคิดและการตัดสินใจของผู้ซื้อ **จิตวิทยาการตลาดที่มีผลต่อสมองของผู้ซื้อ** การเข้าใจกระบวนการคิดและการตัดสินใจของผู้ซื้อเพื่อให้ผู้ผลิตสามารถประยุกต์ใช้ความรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพในการสื่อสาร การสร้างความเชื่อมั่นในสาธารณะ การออกแบบผลิตภัณฑ์ เว็บไซต์ เป็นต้น

นอกจากนี้ยังมีการสำรวจเส้นทางรอบของความต้องการและเส้นทางในการตัดสินใจ ซึ่งถือเป็นการทำความเข้าใจเกี่ยวกับจิตวิทยาของผู้บริโภคในระดับลึกลง และเทคนิคการขายโดยใช้แนวคิดที่ได้มา เช่น '**เส้นทางเสริมและเส้นทางกลาง**' และ '**System 1 และ System 2**' รวมถึงการเข้าใจเกี่ยวกับสมองเก่าและสมองใหม่ และวิธีการขายสินค้าให้สอดคล้องกับสมองเก่าและสมองใหม่ ซึ่งมีการนำเสนอโมเดล '**Six Whys**' ในการขายสินค้าให้สอดคล้องกับสมองใหม่ รวมถึงวิธีการเอาชนะข้อขัดแย้งในการขายสินค้า

6 ☐ **Marketing psychology** that impacts the buyer's brain

7 ☐ **Understanding the buyer's thought processes and decision-making** to enable manufacturers to apply this knowledge effectively in communication, public relations, product design, web design, etc.

8 ☐ **Peripheral route & Central route**

9 ☐ **System 1 & System 2**

10 ☐ **Old Brain & New Brain**

11 ☐ **Mental reflex "Heuristics"**

12 ☐ **Characteristics of old Brain** and how to sell to old brain

13 ☐ **Characteristics of new Brain** and how to sell to new brain

14 ☐ **'Six Whys' Model** for selling to new brain

15 ☐ **Overcoming Objections**

Learning Objectives

This Materclass emphasizes understanding the thought processes and decision-making of buyers, enabling sellers to apply this knowledge effectively in communication, advertising, product design, web design, and sales of products/services. Key topics covered include: the buyer's decision-making process, the neuroscience of sales, motivation techniques and psychology, and turning rejection into purchase.

This course is suitable for **business owners, mid- to senior-level managers, marketers both offline and online, sales team managers, product/service designers, and communicators.**

การบรรยาย เน้นให้เข้าใจกระบวนการคิดและการตัดสินใจของผู้ซื้อ

เพื่อให้ผู้ขายสามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการสื่อสาร, การโฆษณา, การดีไซน์สินค้า, การดีไซน์ web, และการขายสินค้า/บริการ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประเด็นที่บรรยาย: กระบวนการคิดและการตัดสินใจของผู้ซื้อ, จิตวิทยาการขายที่ส่งผลต่อสมอง, เทคนิคและจิตวิทยาการจูงใจ, เปลี่ยนการปฏิเสธให้เป็นการขาย

คอร์สนี้เหมาะกับ **เจ้าของกิจการ, ผู้บริหารระดับกลาง - สูง, นักการตลาดทั้ง offline & Online, ผู้บริหารทีมขาย, ผู้ design สินค้า/การบริการ และการสื่อสาร**

About Your Course Leader...

DR. KRIENG SIN PRASONGSUKARN

*Former Managing Director
Inspire Research*



ดร.เกรียงสินเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดของประเทศไทยที่มีชื่อเสียงอย่างแพร่หลาย เขามีความสามารถในการสอนระดับสูงในการนำเสนอในการประชุมและสัมมนาเกี่ยวกับการตลาดที่ชั้นสูง และได้รับการยอมรับทั้งในประเทศไทยและออสเตรเลีย

ประวัติการทำงานในการปรึกษาของดร.เกรียงสินที่โดดเด่นใน อินสไปร์ รีเสิร์ช รวมถึงการจัดการพฤติกรรมของผู้บริโภค การวางแผนการตลาด กลยุทธ์ รวมทั้งการควบคุมกิจกรรมวิจัยทางปริมาณ และคุณภาพสำหรับ รถจักรยานยนต์ฮอนด้า, ทีซีซี แคปิตอล แลนด์, เมเจอร์ ดีเวลลอปเม้นท์, ธนาคารกสิกรไทย, ธนาคารทหารไทย, ธนาคารธนชาต, สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์, บริษัท ไทยพลาสติกและเคมีภัณฑ์ (TPC), ธนาคารแห่งประเทศไทย (BOT), สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (TDRI), บริษัท เฟมไลน์ จำกัด, บริษัท ครีเอทีฟ อิน-เฮาส์ จำกัด, บริษัท บาวฟส์, บริษัท บีบีดีโอ, แอปเปิล (ประเทศไทย), ซัมซุง (ทั่วโลก) และอื่นๆ อีกมากมาย

และอดีตเคยเป็นคณะกรรมการของสมาคมการวิจัยทางการตลาดของประเทศไทย



OMEGAWORLDCASS

15th Anniversary Celebration

ONLY

21,500 THB /PERSON
2 DAY (SAVE 7,000 THB)

Grande Centre Point Ratchadamri Bangkok

29 - 30
OCTOBER 2024

ADVANCED PSYCHOLOGY

of SELLING & BUYING

สุดยอดจิตวิทยาการขายและการตัดสินใจซื้อ

15th Anniversary Celebration

When:

29 - 30 OCTOBER 2024

Where:

Grande Centre Point
Ratchadamri

***If there are any changes, we will
inform you again.

Online Registration

<http://www.omegaworldclass.org/register-online/>

E-mail:

conference@omegaworldclass.org

กรุณาส่งเอกสารที่
ภายในวันที่ 22 OCTOBER 2024



Class Timetable

หลักสูตรภาษาไทย

8.30

Register & Morning Coffee

9.00 - 10.30

Program Commences

10.30 - 10.45

Morning Break

10.45 - 12.15

Program Continued

12.15 - 13.30

Lunch & Networking

13.30 - 15.00

Program Continued

15.00 - 15.15

Afternoon Break

15.15 - 16.45

Program Continued

17.00

End of Program

Registration Fee	Normal Price	★ Super Discount (Save 7,000 THB)
Fee Per 1 Person	28,500.00	✓ 21,500.00
VAT 7 %	1,995.00	1,505.00
Total Amount (Bath)	30,495.00	23,005.00

พิเศษ!!! ค่าสัมมนาที่สถาบันไอเอ็มที
รับสิทธิลดหย่อนภาษีได้ 200%

**สามารถภาษีหัก ณ ที่จ่าย 3% ได้

Best
Value

ด้วย
ฉลอง 15 ปี
ลดสุดพิเศษ!!!

จองด่วน...จำกัดที่นั่ง