

2nd
Professional
Exhibition
Management :
Project Coordinator

งานอบรมหลักสูตร
ผู้เชี่ยวชาญการจัดการ
งานนิทรรศการ ครั้งที่ 2



February 27, 2024
Bangkok, Thailand



การประสานงาน**การขาย** สำหรับงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ

SALES



การประสานงาน**การตลาด** สำหรับงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ



WANIDA

WANJITRAWONG CEM, CIS, CED, EMD



Work:

2019-Now: Thailand Convention & Exhibition Bureau (TCEB)

Position: Senior Manager, MICE Capabilities Department

2016-2019: Aksom Education Co., Ltd.

Position: Associate Director – Products and BD

2012-2016: Reed Tradex

Position: Conference & BD Manager

Education:

King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

2011-2013

Master's degree of Business Administration (MBA)

Assumption University

1997-2001

Bachelor's degree of Business Administration (BBA)

JOBE SMITHTUN, PhD.



Work:

1999-2021: NCC Group of Companies

Queen Sirikit National Convention Center

Last Position: Project Director

Specialization: Exhibitions

Industry Certification: EMD, CEM, CIS, CED

Education:

2019-2024: Ph.D. in Tourism, Hotel, Event Management

Silpakorn University (GPA 4.0)

Years ago: - Master of Arts with Merits

The University of Sydney

- Master of Business in Marketing

University of Technology, Sydney

- Master of Management

College of Management, Mahidol University

เห็นโฆษณา
แบบนี้แล้ว
“คุณอยากไปดู
หนังเรื่องนี้
หรือไม่”



ONAL
ON
MENT

10/10

เห็นโฆษณาแบบนี้แล้ว
“คุณว่าการ
ถอยหมอน
จะให้ความรู้สึก
อย่างไร”



การประสานงาน**การขาย** สำหรับงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ

SALES



สมรรถนะย่อยและเกณฑ์

• การรวบรวมและนำเสนอสารสนเทศของผลิตภัณฑ์ (Sale Kit/Package)

- ข้อมูลที่จะนำมาลงในสารสนเทศ
- การแบ่งประเภทของข้อมูล
- จุดขายของผลิตภัณฑ์
- การนำเสนอและอธิบายเอกสารแต่ละประเภทที่อยู่ในสารสนเทศ



• การรวบรวมฐานข้อมูลของลูกค้าทั้งเก่า-ใหม่ (Database)

- เข้าใจอุปกรณ์เก็บฐานข้อมูล (Manual หรือ System)
- การเข้าถึง (Accessibility) และการนำมาใช้ (Utilization)
- ประเภทของข้อมูลที่ถูกจัดเก็บ (Existing data) และกำลังจะถูกจัดเก็บ (Importing data)
- ขั้นตอนการปรับปรุงให้ทันสมัย แก้ไข เปลี่ยนแปลง ย้ายออก นำเข้าของข้อมูล (Modification)

สมรรถนะย่อยและเกณฑ์

• การประสานงานขายกับหน่วยงานภายนอก (External Coordination)

- นัดหมายติดต่อลูกค้า
- เทคนิคการเปิด-ปิดการขาย
- เทคนิคการนำเสนอ
- ปัญหาเฉพาะหน้าและการแก้ไข



• ประสานงานขายกับหน่วยงานภายใน (Internal Coordination)

- โครงสร้างองค์กรและฝ่ายที่เกี่ยวข้อง
- ติดตามเอกสารที่เกี่ยวข้อง
- ปัญหาเฉพาะหน้าและการแก้ไข

Sale Kit/Package (ชุดอุปกรณ์การขาย)

Traditional

- แฟ้มเอกสาร : แบบกระดาษแข็ง หรือพลาสติกอ่อน
- โบรชัวร์งาน : Key Visual, Logo, Fact Sheet (วัน-เวลา-สถานที่-ประเภทผู้ออกร้าน/ผู้เข้าชมงาน-ติดต่อผู้จัดงาน), Industry Insight/Overview, Testimonial, Track Records
- แผนที่งาน : Zoning, Legends, Surroundings
- ใบสมัครและเงื่อนไขการชำระเงิน : รายละเอียดบริษัท ผู้ประสานงาน ผู้มีอำนาจลงนาม PDPA ตำแหน่งบูธที่เลือก ราคา ส่วนลด ข้อเสนอพิเศษ มัดจำ ชำระเต็ม เอกสารผูกพันทางกฎหมาย ลงนามยอมรับเงื่อนไข ประทับตรา
- ขອງที่ระลึก : ถือเป็นส่วนหนึ่งของชุดสารสนเทศหรือไม่?

Digital

- One single file (Single attachment) หรือ Multiple attachments?
- เงื่อนไขก่อนการ DL เอกสาร (ลงทะเบียน?)
- เอกสารแต่ละชนิดสื่อความหมายใด?

COSE Energy Efficiency Program

Running yr means stl
An energy accurate f
savings ar
will direct

COSE Energy Efficiency Program

Save an average of 20% on annual energy costs!

Reduce your operating costs and allow them to pay for themselves. Sign up for an energy assessment today! Visit www.coenergy.com

Elegance
Small business customers are first of quality. High COSE incentives are available for energy efficiency improvements in your business.

I work with an organization that owns 4 restaurants, and a full service catering company including two large pizza locations. Last July I talked to Mike and he set up an energy assessment for all of our locations. He had the pleasure of meeting with COSE to perform an energy assessment for all of our locations. I was amazed to see how happy we were with the work of Andrew and his team. They were friendly, professional, and the location specific, detailed reports were very thorough and helpful. Having the assessment done will allow us a lot of money to be saved by making them more efficient. As in all we were thrilled with the work that COSE did to help our businesses, and in addition, there was no need to us to have the assessment done. What a wonderful asset COSE is to our community, and thank you to Andrew Steyer and his team for all their hard work!

Michael Negrelli - General Manager
Phone: (614) 884-1000

Financing
COSE has collaborated with key partners to remove financial barriers to getting more energy efficient. Financing options are available through:

- KeyBank Business Loan Program
- COSE Energy Loan Guarantee Program
- Ohio Efficiency Reserve Fund

Visit www.coenergy.com/financing to learn more.

With COSE, saving energy is easy.
Call our energy team at (614) 939-2300. Email us at info@coenergy.org.

COSE | 10001 E. | 216.362.2222 | 4300 North Rd. E., Columbus, OH 43218, USA



Application Form

A. General Questions

Proposed Insured's Name: _____
(Please use capital letters)

Birth Date: _____ Gender: Male Female

Address: _____ Email Address: _____

Phone Number: _____ Social Security Number: _____

ID Number: _____ Others: _____

Status: Single Married Divorced Others

Occupation: _____ Are you a retiree? Yes No

B. Type of Health Coverage

Employee: Yes No
Plan Choice: _____

Spouse: Yes No
Plan Choice: _____

Children: Yes No
Plan Choice: _____

Complete if Spouse/Children are Proposed for Insurance:

Name	SSN No.	Relationship to proposed insured	Birth Date	Age	Sex

C. The Policy

Annual Premium: _____

Units: _____

Payment Mode: Annual Semi-Annual Monthly PAT (complete PAT card)

Cash with Application: \$ _____

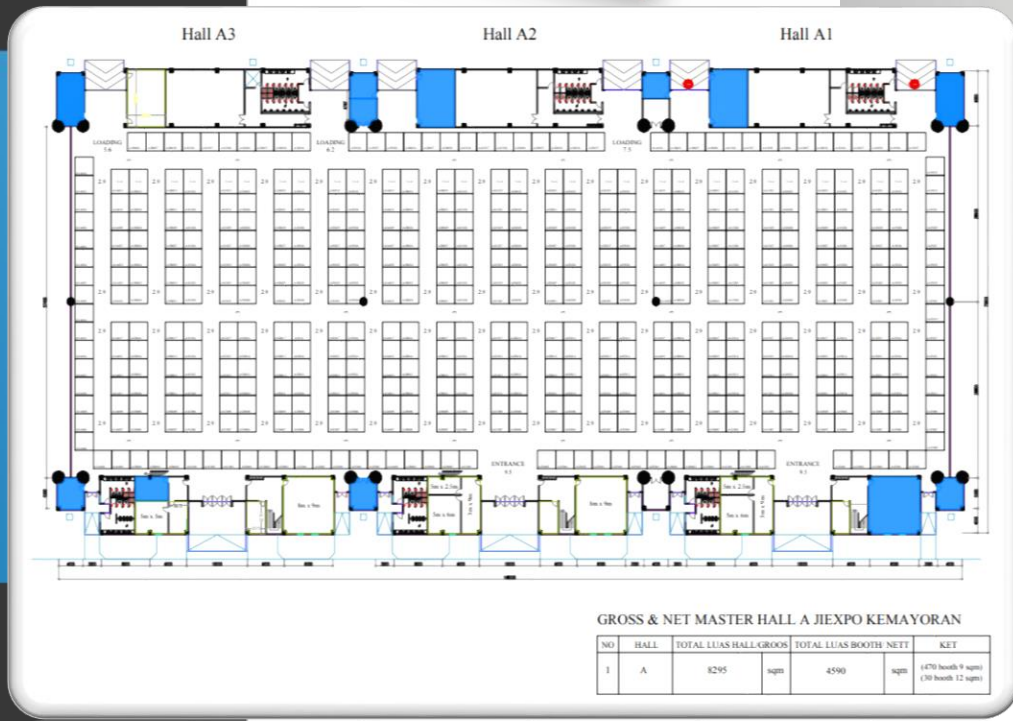
Planned modal premium: \$ _____

Signature: _____

Date: _____

Terms & Conditions
Improvement should be measured regularly and assessed in order for you to know what's beneficial and what is not. This will help you set new targets.

Page 1 of 4



Sponsorship Package (แพ็คเกจผู้สนับสนุนงาน)

ประเภทและสิทธิประโยชน์ (Types and Privileges)

Bundled/Packaged

- Platinum/Gold/Silver/Bronze
- มูลค่าของสิทธิประโยชน์จะลดหลั่นกันไปตามราคาค่าสปอนเซอร์
- จำนวนและมูลค่าของสิทธิประโยชน์บ่งชี้ประเภทของผู้สนับสนุนงาน

Customized/Personalized


- Lanyards, Lunch, Seminar, Billboard, Banner, Shuttle Bus, Parking, Tickets
- Handpicked เลือกประเภทของสิ่งที่ต้องการสปอนเซอร์ได้ตามอัธยาศัย ตามงบประมาณที่บริษัทมี


Use of 'International Strategy for Disaster Risk Reduction' logo on corporate material
Company logo on Global Platform homepage
Company logo on Global Platform promotional material
Business banners at Global Platform
Reserved slot for presentation at Ignite Stage
Full staff support to organise Preparatory Event
Corporate stand at the Market Place
VIP Invitation for high-level networking event
Private meeting room throughout Global Platform
Distribute company's promotional items
Opportunity for recorded video statement
Use of special "We support the Global Platform for Disaster Risk Reduction" logo on corporate material
Company Logo on Global Platform sponsorship website
Opportunity to write something for Global Platform website, newsletter or blog
Express registration for company representatives
Sponsorship of conference publications – Company logo

GOLD


(\$2,500)


Name or company name will be sent to FIRST as a major sponsor

Name or company's name & logo on any newsletters sent out 

Name or company logo on the robot : 5 inches 

Individual banner will be on display during all our competitions

Access to sponsor newsletter 


Slide dedicated to name or company name will be displayed in our pit via slideshow 

SILVER

(\$1,000+)

Logo on our sponsor banner to bring to events and to our competitions

Name or company's name and logo on any newsletters sent out

Name or company logo on the robot : 3 inches 


Name or company's name on our website with links to your main site

Access to the newsletter

A slide dedicated to name or company name will be displayed in our pit via slideshow


BRONZE

(\$100+)

Name or company's name on our website with links to your main site 


Displayed in our pit via slideshow on our "Bronze Sponsors" slide


Name or company's name on any newsletters sent out

Access to the newsletter 

FRIENDS

(under \$100)

Access to the newsletter 

Letter of thanks 

Database (ฐานข้อมูล)

Manual

- Excel sheet : Check Duplications? Categories? Search?
- Label Printer : Printed materials
- Exported Data : e-Mail marketing, direct marketing
- การเข้าถึง (Accessibility) การเพิ่ม/แก้ไข/เปลี่ยนแปลง (Authorization) การใช้ (Utilization) : PDPA

System

- CRM ระบบบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์
- Other tailormade system? MySQL?
- การเข้าถึง (Accessibility) การเพิ่ม/แก้ไข/เปลี่ยนแปลง (Authorization) การใช้ (Utilization) : PDPA

- แหล่งในการหาข้อมูล (Source)



SQL สำคัญอย่างไร กับอาชีพสาย Data



What are the different types of Databases?



Sale Process (ขั้นตอนการขาย)

การขายทางโทรศัพท์ (Teleselling)

- การเปิดการสนทนา : วิธีการ เทคนิค การแนะนำตัว น้ำเสียง กระจกส่องหน้า เอกสาร บทพูด สมุด ปากกา คอมฯ
- เนื้อหาการสนทนา : ปัญหา การยกระดับ ทางออก การพัฒนา -> แนวคิด You message/I message, แนวคิด Sale Funnel)
- เวลาที่ใช้ : เท่าไหร่ถึงเหมาะสม
- การปิดการขาย/ปิดการสนทนา : วลีปลายปิด วลีปลายเปิด คำเด็ด การติดตามการตัดสินใจ รายงาน

การนัดหมายเข้าพบ (Appointment)

- พบกับใคร และใครควรไป?
- มารยาทในการเข้าพบ : การไปถึงก่อนเวลา การเลือกที่นั่ง การเตรียมอุปกรณ์เพื่อเชื่อมต่อการนำเสนอ นามบัตร เอกสาร
- การเปิดการสนทนา - เนื้อหา - ถาม/ตอบ - การให้คำมั่นสัญญา (Commitment) - เวลาที่ใช้ - การปิดการขาย และนัดหมายครั้งต่อไป - รูปแบบรายงาน (Sale Report)

Revenues (แหล่งรายได้)

สปอนเซอร์ของงาน (Sponsors)

- สัดส่วนของรายได้ทั้งหมด
- ส่วนหลักหรือส่วนเสริมของโครงสร้างรายได้
- กี่ราย (หรือเท่าไร) In-Kind, In-Cash หรือ Both (%)
- Negotiation Gap/Holding Period/Deal or no deal

ผู้สนับสนุน (Supporters)

- ไซเชอริ บนชั้นเดย์หรือไม่? Nice to have หรือ Must have?
- กี่ราย (หรือเท่าไร) องค์กรรัฐ? องค์กรเอกชน?

ผู้ออกร้าน/ผู้เข้าร่วมแสดงงาน (Exhibitors)

- ส่วนลด Early bird/Rebooking
- กฎแห่งการมองเห็น (Laws of Exposure)/Zoning)
- เงื่อนไขการเลือกบูธ (Booth selection criteria)

Revenues (แหล่งรายได้)

สปอนเซอร์ของงาน (Sponsors)

- **In Cash:** สปอนเซอร์เป็นเงินสด
 - แบ่งชำระเป็นงวด
 - ชำระเต็มก่อนงาน
 - ชำระเต็มหลังงาน
- **In Kind:** สปอนเซอร์เป็นอย่างอื่นที่ไม่ใช่เงินสด
 - สินค้า/ผลิตภัณฑ์
 - บริการ

Revenues (แหล่งรายได้)

การแลกเปลี่ยนเชิงมูลค่า (Barter)

- 100:150%
- 100:100%

การเก็บค่าบริการจากยอดขาย (Gross Profit)

- สัดส่วนการตัด GP ที่แตกต่างกันตามนโยบายขององค์กร (20-50%?)
- รวม VAT ไม่รวม VAT
- การจัดเก็บและตรวจสอบยอดขายระหว่าง Exhibitors และ Organizer



Stakeholders (ผู้มี**ส่วนได้ส่วนเสีย**)

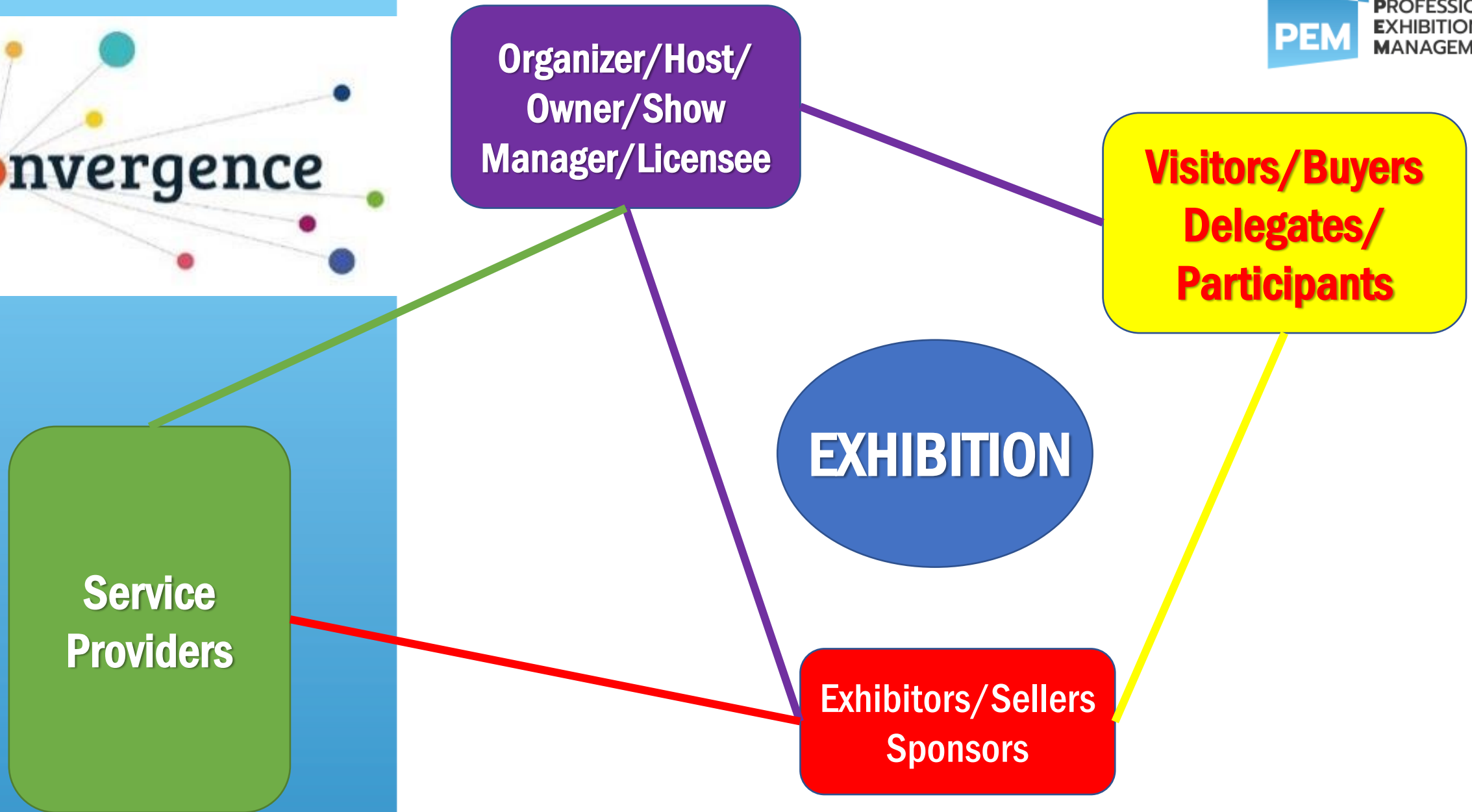
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับการขาย

ภายในองค์กร (Internal)

- Marketing
- Operations
- Contractors? (กรณีใช้ In-House)
- FB? (กรณีใช้ In-House)

ภายนอกองค์กร (External)

- Venue?
- Service Providers?
- Supporting organizations?



การประสานงาน**การตลาด** สำหรับงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ



Marketing

สมรรถนะย่อยและเกณฑ์

• การนำแผนงานไปปฏิบัติและการประสานงาน

- ปฏิบัติ ประสานงานกับแผนกต่างๆ แก้ไข รายงานผล

• การประสานงานกับผู้ให้บริการภายนอก

- ประสาน คัดเลือกผู้ให้บริการต่าง ๆ
- เข้าใจทฤษฎี แนวคิด หลักการการตลาด และเทคนิคการขาย
- เข้าใจการติดต่อผู้ออกบูธ/ผู้เข้าร่วมแสดงงาน (Exhibitors) และสปอนเซอร์ (Sponsors)
- ประสานแผนการประชาสัมพันธ์
- เข้าใจเทคนิคการเจรจาต่อรอง



Project Coordinator – Marketing Roles (In Brief)

Roles & Responsible



Manage

- Manages the development of marketing templates
- Develops milestone schedules to ensure marketing projects are delivered on time and on budget
- Providing updates and reviews to stakeholders
- Participates in the analysis and evaluation and conduct Reports

Coordinate

- Coordination of projects with Core Product Marketing, Global Sales Strategy and Marketing, In-house and Marketing Suppliers
- Proactively supports of all members in Project Marketing Campaign related
- Coordinates the flow of information externally and internally

Support

- Work closely with other teams in the Marketing Department
- Follow up Project Marketing timeline and plan
- Coordination and monitoring the overall schedule of marketing projects

Skills Set - ทักษะที่จำเป็น

MS Offices

Coordination

Highly organized/

Detail conscious

Strong verbal and written communication, prioritization, organizational and interpersonal skills

Handle confidential matters with discretion and good judgment

Ability to drive projects, think creatively and meet deadlines with minimal supervision

Create Reports

Business Plan (แผนธุรกิจ)

องค์ประกอบของแผนธุรกิจ*

1. บทสรุปผู้บริหาร (Executive Summary)
2. คำอธิบายธุรกิจ (Company Description)
3. การวิจัยตลาด (Market Research & Analysis)
4. รายละเอียดองค์กรและการจัดการ (Organization and Management Structure)
5. คำอธิบายบริการและผลิตภัณฑ์ (Service/Product Description)
6. แผนการขายและแผนการตลาด (Sales & Marketing Plans)
7. รายละเอียดเงินลงทุน (Funding/Investment)
8. แผนการเงิน (Financial Plan/Projections)
9. ภาคผนวก (Appendices)
10. แผนฉุกเฉิน (Emergency/Contingency/Risk Management Plans)

* รูปแบบแตกต่างกันตามองค์กร/สถาบันขึ้นอยู่กับการใช้

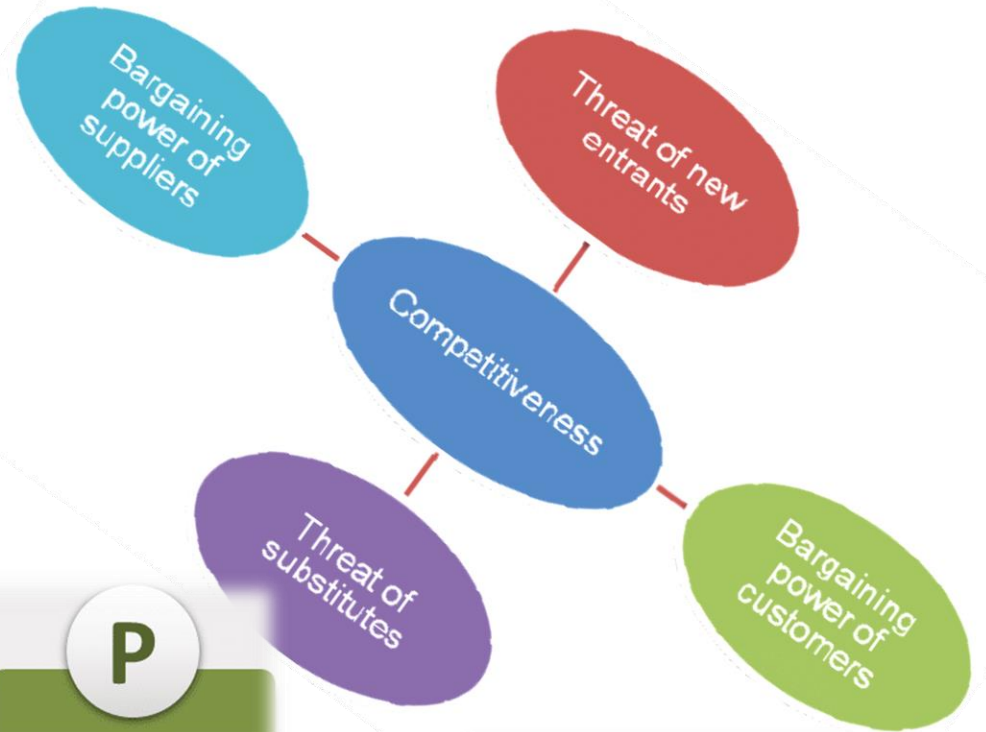
Sales & Marketing Plans (**แผน**การขายและการตลาด)

แผนการขาย (Sale Plan)

- งบประมาณ และโครงสร้างของงบประมาณ (Budget)
- กลุ่มเป้าหมาย (Target Market)
- วิธีการทำงบประมาณ/ประเภทของงบประมาณ (+/=/-)
- ดัชนีชี้วัดความสำเร็จของงานขาย (KPIs)
- Sponsorship Packages ปัจจัยในการออกแบบแพ็คเกจ

แผนการตลาด (Marketing Plan)

- ส่วนประสมการตลาดของสินค้า (4Ps) และบริการ (7Ps)
- เครื่องมือวิเคราะห์ตลาด SWOT/5-Force/STP/Competitor Analysis/Funnel/Customer Journey
- การบริหารงบประมาณส่วนการตลาด Budget Allocation and Utilization



Strengths



Weaknesses



Opportunities



Threats



Exhibitor Promotion

การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผู้เข้าร่วมจัดงาน

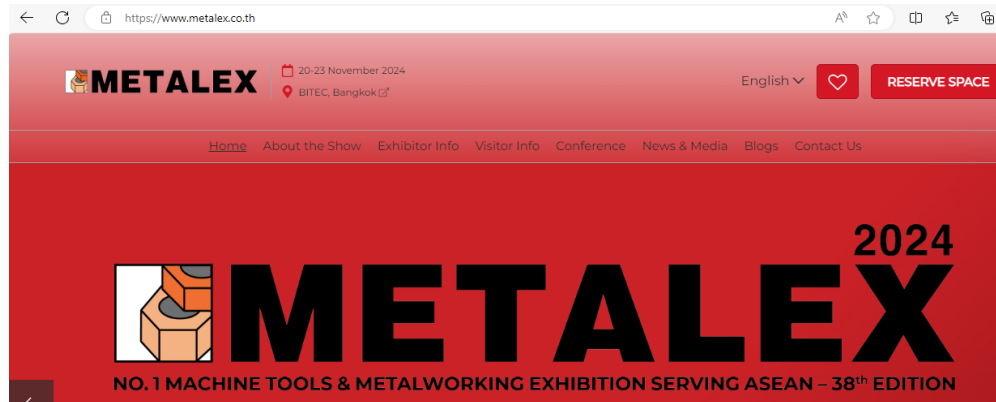
- ประเภทของสื่อที่เลือกใช้ (Media Used)
- ช่องทางที่ตรงกลุ่ม (Channels Used)
- เนื้อหาที่น่าสนใจ สร้างการจดจำ (Content Marketing)
- เดินสายเข้าพบ (Knock doors)
- เดินสายออกบูธงานที่เกี่ยวข้อง (Roadshows)
- เครือข่ายของพันธมิตร/ผู้สนับสนุนการจัดงาน

Exhibitor Promotion - การทำการตลาดสำหรับผู้จัดงาน

Advertisement



Website



Sales (Onsite/ Knock door)



Visitor Promotion

การโฆษณาประชาสัมพันธ์**ผู้เข้าชมงาน**

- Social Media Marketing
- E-Mail Marketing
- Above/Between/Below the line
- Roadshows
- Press Conference
- Advertisement/Advertorial/Photo Caption/Photo Release
- (Hosted) Buyer Program
- Business Matching



YOU'RE INVITED
AS MY GUEST TO THE *Fall*
PROMOEXPO
SEPT 12, 2017
COLLEGE PARK, MD

[Register As My Guest](#)

The CPFA Fall Promo EXPO is a promotional advertising trade show, featuring the latest items available in promotional marketing. Consider it a large showcase of ideas that will inspire new ideas to enhance your brand and your marketing strategy.

EVENT DETAILS
Tuesday, Sept 12, 2017

The Hotel at The University of Maryland
7777 Baltimore Ave, College Park, MD 20740

8-10 am Pre-show Education Session & Continental Breakfast
10 am-2 pm On-site Open

FREE ADMITTANCE AS MY GUEST
Parking will be validated

THE HOTEL
at the University of Maryland

PRE-SHOW EDUCATION WITH PAUL BELLIARDONE, CPE
Please join us for a free pre-show education session with Paul Belliardone, CPE. He will discuss the effectiveness of promotional products and marketing tools.

RACIManchester

ACQUINTEX
SUMMIT
MANCHESTER
12 OCTOBER | 2022

THE NORTH'S
#1 EVENT FOR
ACCOUNTANCY
& FINANCE

[BOOK FREE TICKETS](#)

Accountex Summit Manchester 2022
Wednesday 11:00am - 12:00pm

A photograph of people interacting at a trade show booth. A woman in a white jacket is talking to a man in a black t-shirt. There are other people and a laptop in the background.

Visitor Promotion - การทำการตลาดสำหรับผู้เข้าชมงาน

Suppliers (ผู้ให้บริการต่าง ๆ)

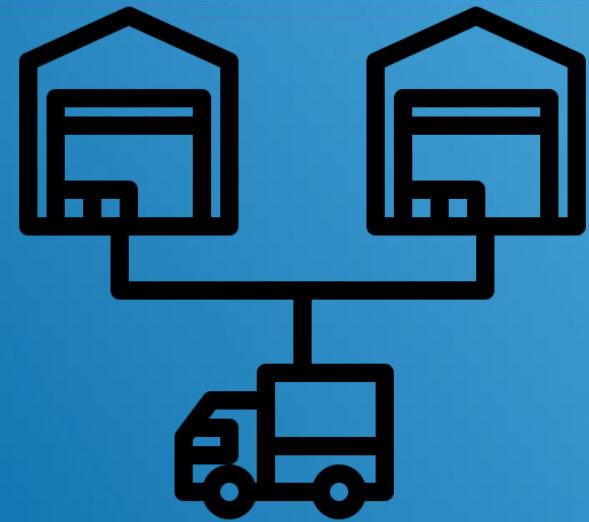
Media Agency

PR Agency

Creative/Production House

ปัจจัยในการเลือก

- หน้าที่ และความรับผิดชอบของแต่ละผู้ให้บริการ
- การให้โจทย์หรือความต้องการ
- การประสานงานและการติดตาม
- การปรับเปลี่ยน แก้ไข ปรับปรุงแผน
- ความคุ้มค่า -> Exposure, Media Value, Clippings
- บริการเสริม/Add-on?



ความแตกต่างระหว่าง Media และ PR ในบริบทผู้จัดงาน

Media (Advertising)	PR (Public Relations)
1. ใช้งบประมาณมากกว่า	1. ใช้งบประมาณน้อยกว่า
2. รับประกันการลงสื่อ/ควบคุมได้ (กบว*)	2. ไม่รับประกัน/ควบคุมไม่ได้ (อยู่ที่เนื้อหา)
3. ส่งแบบไหนได้ลงแบบนั้น (99%)	3. เนื้อหาอาจถูกดัดแปลง (โดย บก.)
4. ตรงไปที่ประเด็น	4. อธิบายความว่าจะถึงประเด็น
5. เนื้อหาต้องสั้น เข้าใจได้ทันที	5. ได้เนื้อหามากกว่า
6. Media Agency เป็นผู้ดูแล (วางแผนลงสื่อ)	6. PR Agency เป็นผู้ดูแล (วางแผนกิจกรรม)

Tools

Media Works	PR Works
<ol style="list-style-type: none">1. Tie-in, Ad2. FP, HP, QP, FC, BW, ROP, FOC3. 15s/30s Spot4. Scoop5. OHM6. Insertions7. Supplement	<ol style="list-style-type: none">1. งานแถลงข่าว (Press Conference)2. ข่าวแจก (Press Releases) สามารถเป็นรูปแบบภาพข่าว (Photo Caption/Photo Release) หรือรูปแบบบทความ (Advertorials) ก็ได้3. สัมภาษณ์เดี่ยว (Exclusive Interview)4. สัมภาษณ์กลุ่ม (Group Interview)5. เยี่ยมสื่อมวลชน (Press Visit)6. พิธีเปิดงาน (Opening Ceremony)

รูปแบบ

Media Agency	PR Agency
<ol style="list-style-type: none">1. มืออาชีพด้านการวางสื่อโฆษณา2. รายได้จาก Volume และ Fee (3-10%)3. สามารถให้รายละเอียด และเปรียบเทียบสื่อแต่ละประเภทได้4. ปรับเปลี่ยนได้หลายครั้ง (ตามที่ตกลงกัน)5. ทำหน้าที่ประสานการลง ชื่อ ส่งตรวจติดตามการลง และเก็บรวบรวมเป็น Footage (แต่ไม่ได้ผลิตเนื้อหาเอง ผู้จัดงานต้องเป็นผู้ผลิต)	<ol style="list-style-type: none">1. มืออาชีพด้านการวางแผนประชาสัมพันธ์2. มีความสนิทแนบแน่นกับสื่อ3. มีมุมมองในการเขียนข่าวให้น่าสนใจ4. มีวิธีการโน้มน้าวสื่อให้ลงข่าว5. กิจกรรมต้องออกบ่อย หรือเป็นประจำ6. หน้าที่หลัก คือ คิดประเด็น เขียนข่าว ส่งข่าว ติดตามการลงข่าว เก็บรวบรวมข่าวที่ลงเป็น Clippings ส่งรายงานมูลค่า

Content

Media Main Objectives	PR Main Objectives
<ol style="list-style-type: none">1. เชิญชวน โน้มน้าว2. ตอกย้ำ (ใกล้งานแล้วนะ)3. ได้ทั้ง ภาพ แสง สี เสียง4. เพิ่มความมั่นใจ (งานจัดแน่)	<ol style="list-style-type: none">1. เผยแพร่ข่าวสารการจัดงานใน รายละเอียด กิจกรรม รายชื่อผู้ออกร้าน โปรโมชั่น ประโยชน์ สิทธิพิเศษต่างๆ2. สร้างความน่าเชื่อถือ ความไว้วางใจ3. สร้างทัศนคติที่ดี เกิดภาพลักษณ์ที่ดี

TimeLine

Media Time Interval	PR Time Interval
<ol style="list-style-type: none">1. ระยะสั้น (ต้องการ Impact)2. ปกติ 1-2 สัปดาห์ก่อนงาน<ul style="list-style-type: none">- เน้นเชิญชวนผู้ซื้อในงาน (Visitor Promotion)*	<ol style="list-style-type: none">1. ระยะยาว (ต้องการ Awareness)2. ปกติแบ่งเป็น 2 ช่วง คือ<ul style="list-style-type: none">- การประชาสัมพันธ์ช่วงขายพื้นที่ (Exhibitor Promotion) ส่วนใหญ่เสริมการขายแบบ Direct Sale และ Telesales- การประชาสัมพันธ์ช่วงเชิญเข้าชมงาน (Visitor Promotion) เชิญชวนผู้ซื้อในงาน

Customer Engagement

- Retention Program - รักษาลูกค้า สร้างให้ Loyalty
- สินค้า/บริการ/กิจกรรมสมนาคุณ/คืนกำไร
- กิจกรรมสานสัมพันธ์ลูกค้า
- Award/Recognition Award
- Appreciation Night/Thank you Party
- Key Account Birthday/Anniversary
- Incentive Travel

Required Skills (ทักษะที่ควรมี)

การเจรจาต่อรอง (Negotiation)

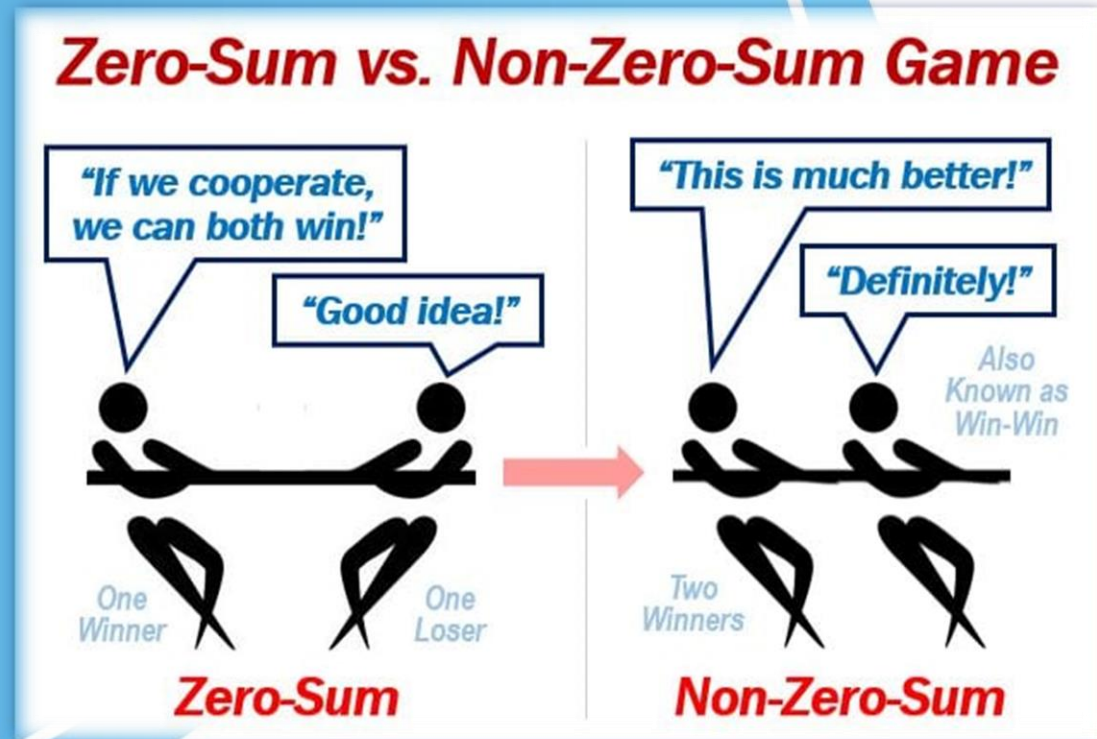
- สถานการณ์ที่ต้องใช้ทักษะดังกล่าว
- ใครเป็นต่อ ใครเป็นรอง
- แนวคิด “เกมผลรวมศูนย์ (Zero Sum Game)”

การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า (Problem Solving)

- สถานการณ์ที่ต้องใช้ทักษะดังกล่าว
- ผลลัพธ์ ข้อสรุป ระดับความพึงพอใจ

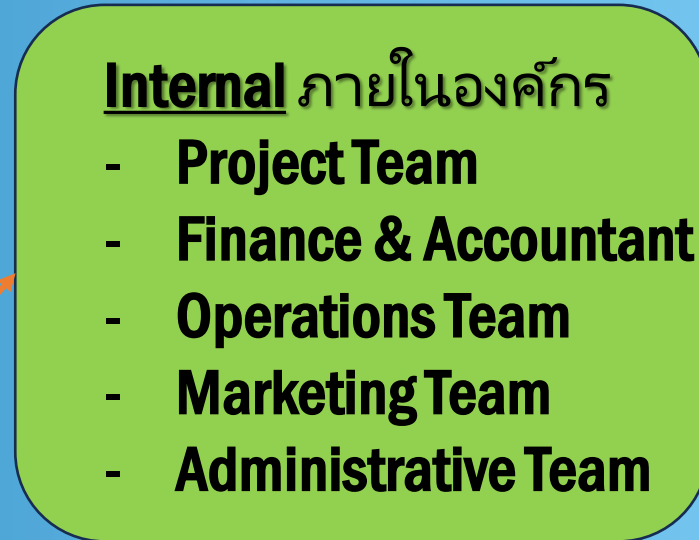
ตรรกะ/สามัญสำนึก (Common Sense)

- ตัวอย่างในอุตสาหกรรม/ธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้า
- การพัฒนาสามัญสำนึก 8 ขั้นตอน (<https://th.wikihow.com/พัฒนาสามัญสำนึก>)



Flow Chart PC

ด้านการขาย & การตลาด



2nd Professional Exhibition Management : Project Coordinator

งานอบรมหลักสูตร
ผู้เชี่ยวชาญการจัดการ
งานนิทรรศการ ครั้งที่ 2



February 27, 2024
Bangkok, Thailand

