

พลังการสื่อสารเพื่อเชื่อมโยงและสร้างความร่วมมือ

The Power of Communication: Connect, Clarify, Collaborate

สื่อสารให้เข้าใจ ไม่ใช่เพียงพูดให้ครบ—ลดช่องว่าง สร้างความไว้วางใจ และทำให้งานเดินหน้า



1) ปัญหาที่หลักสูตรช่วยแก้

- สื่อสารครบแต่ผู้รับเข้าใจไม่ตรงกัน
- ไม่กล้าพูดกับผู้บริหารหรือหน่วยงานต่างระดับ
- ฟังเพื่อโต้ตอบมากกว่าฟังเพื่อเข้าใจ
- Feedback กลายเป็นความขัดแย้ง หรือไม่เกิดการเปลี่ยนแปลง



2) หลักการและแนวคิดโดยย่อ

การสื่อสารที่มีพลังเริ่มจากการเข้าใจตนเอง เข้าใจผู้รับสาร และเลือกวิธีสื่อสารให้เหมาะกับเป้าหมายและบริบท หลักสูตรพัฒนาการฟัง การถาม การจับประเด็น การสื่อสารความคาดหวัง และ Feedback เพื่อให้ความสัมพันธ์กับผลงานเดินไปด้วยกัน



3) เหมาะสำหรับใคร

- บุคลากรทุกระดับที่ต้องประสานงาน
- หัวหน้างานและผู้นำทีม
- ทีมที่มีความต่างด้านบุคลิกหรือ Generation



4) ผลลัพธ์ที่ผู้เรียนและองค์กรจะได้รับ



ผู้เรียนจะสามารถ:

- ✓ เข้าใจรูปแบบการสื่อสารของตนและผู้อื่น
- ✓ ฟัง จับประเด็น และตั้งคำถามได้ดีขึ้น
- ✓ สื่อสารเป้าหมาย ความคาดหวัง และเหตุผลอย่างชัดเจน
- ✓ ให้ Feedback และรับมือความเห็นต่างอย่างสร้างสรรค์



คุณค่าที่องค์กรจะได้รับ:

- ✓ ลดความผิดพลาดและต้นทุนจากความไม่เข้าใจ
- ✓ เพิ่มความไว้วางใจและความร่วมมือข้ามทีม
- ✓ สร้างมาตรฐานการสื่อสารที่ขับเคลื่อนผลงาน



5) หัวข้อและกิจกรรมการเรียนรู้

1. Communication Mindset และต้นทุนของความไม่เข้าใจ
2. Self-awareness & DISC Communication
3. Deep Listening และ Questioning
4. Key Message : สื่อสารเป้าหมาย ความคาดหวัง และเหตุผล
5. Feedback/Feedforward ที่ลดแรงต้าน
6. Communication Challenge และ Personal Commitment



6) รูปแบบและระยะเวลา

1 วัน หรือ 2 วัน สำหรับการฝึกสถานการณ์เฉพาะองค์กร; ปรับเป็นหลักสูตรสำหรับผู้นำ การประสานงาน หรือทีมบริการได้



7) จุดเด่นของกระบวนการ Activity-Based Learning (ABL)

ใช้เกมที่สร้างข้อมูลไม่ครบ ความหมายคลาดเคลื่อน และข้อจำกัดในการสื่อสาร ทำให้ผู้เรียนเห็นพฤติกรรมจริง ก่อนทดลองเครื่องมือและปรับวิธีใหม่



Experience:
ลงมือทำและ
เผชิญสถานการณ์



Reflection:
สะท้อนสิ่งที่เกิดขึ้น
กับตนและทีม



Conceptualization:
เชื่อมประสบการณ์กับ
หลักคิดและเครื่องมือ



Application:
ทดลองใหม่และกำหนด
แนวทางนำไปใช้จริง



ปรึกษาออกแบบหลักสูตรการสื่อสารจาก
Pain Point และสถานการณ์จริงขององค์กร



092 356 9249



GENIUS
COACHING CENTER

สื่อสารด้วยความเข้าใจ สู่บริการที่น่าประทับใจ

Empathic Communication & Service Excellence

มองให้เห็นคนหลังปัญหา ฟังให้ถึงความต้องการ
และเปลี่ยนทุกจุดสัมผัสให้เป็นความเชื่อมั่น



1) ปัญหาที่หลักสูตรช่วยแก้

- พนักงานใช้ถ้อยคำสุภาพแต่ลูกค้ายังรู้สึกไม่ถูกเข้าใจ
- รับมืออารมณ์หรือข้อร้องเรียนด้วยความเครียด
- มาตรฐานบริการไม่สม่ำเสมอในแต่ละจุดสัมผัส
- แก้ปัญหาเฉพาะหน้าแต่ไม่สร้างความเชื่อมั่นกลับคืน

2) หลักการและแนวคิดโดยย่อ

บริการที่ดีไม่ได้เกิดจากถ้อยคำสุภาพเพียงอย่างเดียว แต่เกิดจาก Empathy ความชัดเจน และความรับผิดชอบ ต่อประสบการณ์ของผู้รับบริการ หลักสูตรเชื่อม Service Mind, Emotional Awareness, Empathic Communication และ Service Recovery เข้ากับสถานการณ์จริง

3) เหมาะสำหรับใคร

- พนักงาน Frontline, Call Center และ Customer Service
- หน่วยงานภาครัฐ โรงพยาบาล ธนาคาร หรือธุรกิจบริการ
- หัวหน้างานที่ต้องพัฒนามาตรฐานบริการ

4) ผลลัพธ์ที่ผู้เรียนและองค์กรจะได้รับ

ผู้เรียนจะสามารถ:

- ✓ เข้าใจความรู้สึกและความต้องการ หลังคำพูดของลูกค้า
- ✓ ใช้ภาษาน้ำเสียง และท่าทีที่ สร้างความไว้วางใจ
- ✓ ควบคุมอารมณ์และรับมือ ผู้รับบริการที่ยาก
- ✓ ฟื้นฟูความสัมพันธ์หลังเกิด ข้อผิดพลาด

คุณค่าที่องค์กรจะได้รับ:

- ✓ ยกระดับประสบการณ์และความเชื่อมั่นของลูกค้า
- ✓ ลดข้อร้องเรียนซ้ำและการส่งต่อปัญหา
- ✓ สร้างพฤติกรรมบริการที่ สอดคล้องกับมาตรฐานองค์กร

5) หัวข้อและกิจกรรมการเรียนรู้

- 1 Service Psychology และ Moment of Truth
- 2 Empathy Map: สิ่งที่ถูกคำพูด คิด รู้สึก และต้องการ
- 3 Verbal & Nonverbal Communication
- 4 Difficult Customer & Emotional Regulation
- 5 Service Recovery: Listen-Acknowledge-Solve-Follow
- 6 Role Play จาก Service Scenario และ Service Commitment

6) รูปแบบและระยะเวลา

1 วัน หรือ 2 วันพร้อม Service Simulation; ปรับตาม Customer Journey และมาตรฐานบริการ ของแต่ละองค์กร

7) จุดเด่นของกระบวนการ Activity-Based Learning (ABL)

ผู้เรียนรับบทให้และผู้รับบริการ เผชิญสถานการณ์จริง หลายระดับอารมณ์ สังเกตผลของคำพูดและท่าที แล้วออกแบบวิธีตอบสนองใหม่ร่วมกัน



Experience:

ลงมือทำและเผชิญ สถานการณ์



Reflection:

สะท้อนสิ่งที่เกิดขึ้น กับตนเองและทีม



Conceptualization:

เชื่อมโยงประสบการณ์กับ หลักคิดและเครื่องมือ



Application:

ทดลองใหม่และกำหนด แนวทางนำไปใช้จริง



ปรึกษาออกแบบ **Empathic Service**
จาก Customer Journey และข้อร้องเรียนจริงขององค์กร



092 356 9249

ศิลปะการเล่าเรื่อง เพื่อการขาย

Storytelling for Sales :
Turn Attention into Decision



เล่าเรื่องให้ลูกค้าเห็นตนเอง เห็นคุณค่า และอยากก้าวต่อไปในบทสนทนา

1 ปัญหาที่หลักสูตรช่วยแก้

- ลูกค้าปฏิเสธตั้งแต่ต้นหรือไม่เห็นความต่างของข้อเสนอ
- พนักงานขายพูดข้อมูลมากแต่ไม่เชื่อมกับ Pain Point
- เรื่องเล่ายาว ไม่น่าเชื่อถือ หรือไม่จบด้วยการชวนตัดสินใจ
- ทีมขายขาดความมั่นใจในการรับมือข้อโต้แย้ง

2 หลักการและแนวคิดโดยย่อ

เรื่องเล่าที่ขายได้ไม่ใช้การแต่งเรื่อง แต่คือการจัดข้อมูลและประสบการณ์ให้ลูกค้าเห็นปัญหา ความเป็นไปได้ และคุณค่าที่เกี่ยวข้องกับตน หลักสูตรฝึก Story Structure, Voice, Empathy และ Call to Action สำหรับการขายทางโทรศัพท์ การขายเชิงที่ปรึกษา และการนำเสนอ

3 เหมาะสำหรับใคร

- Telesales, Sales, Business Development และ Customer Advisor
- ทีมที่ต้องนำเสนอผลิตภัณฑ์ บริการ หรือโครงการ
- ผู้ที่ต้องการเปลี่ยนข้อมูลซับซ้อนให้จดจำง่าย

4 ผลลัพธ์ที่ผู้เรียนและองค์กรจะได้รับ

ผู้เรียนจะสามารถ:

- ค้นหา Customer Insight และเลือกเรื่องให้ตรงผู้ฟัง
- สร้างเรื่องเล่าสั้นที่มี Hook-Tension-Value-Action
- ใช้น้ำเสียง จังหวะ และภาษาที่สร้างภาพ
- รับมือข้อโต้แย้งด้วยเรื่องเล่าและหลักฐาน

คุณค่าที่องค์กรจะได้รับ:

- ข้อความขายมีทิศทางและสอดคล้องกับคุณค่าแบรนด์
- เพิ่มคุณภาพบทสนทนาและความมั่นใจของทีมขาย
- สร้าง Sales Story Library ที่นำไปใช้และพัฒนาต่อได้

5 หัวข้อและกิจกรรมการเรียนรู้

1. Why Stories Work in Sales
2. Customer Insight & Story Mining
3. Story Structure: Hook-Problem-Turning Point-Value-Action
4. Voice, Tone & Micro-story สำหรับโทรศัพท์
5. Objection Story และ Social Proof
6. Story Lab: เขียน ซ้อม บันทึก รับ Feedback และปรับใหม่

6 รูปแบบและระยะเวลา

1 วัน;

ปรับเป็น Storytelling for Telesales, Consultative Sales หรือ Presentation และเพิ่ม Coaching จากคลิปจริงได้

7 จุดเด่นของกระบวนการ Activity-Based Learning (ABL)

ผู้เรียนลงมือสร้างเรื่องจากสินค้าหรือบริการจริง ช้อมในเวลาจำกัด รับบทลูกค้า ฟังตนเอง และปรับเรื่องจาก Feedback จนได้สคริปต์พร้อมใช้

Experience
ลงมือทำและเผชิญสถานการณ์

Reflection
สะท้อนสิ่งที่เกิดขึ้นกับตนและทีม

Conceptualization
เชื่อมประสบการณ์กับหลักคิดและเครื่องมือ

Application
ทดลองใหม่และกำหนดแนวทางนำไปใช้จริง



ปรึกษาออกแบบ Storytelling for Sales จาก
Customer Persona และสถานการณ์ขายจริงขององค์กร

092 356 9249