

# นี่ลเห็นนำเสนอการวิจัยการตลาดด้วยประสาทวิทยา ศาสตร์ และกลยุทธ์เสริมสร้างความพึงพอใจผู้บริโภค ในงานสัมมนา “Marketing Research & Consumer Insights 2013”

กรุงเทพฯ 1 สิงหาคม 2556 - เพื่อตอกย้ำความเป็นผู้นำด้านการค้นคว้ามุมมองของผู้บริโภค ผู้เชี่ยวชาญจากบริษัท นี่ลเห็น (ประเทศไทย) จำกัด ได้ถูกรับเชิญในฐานะวิทยากร สำหรับงาน “Marketing Research & Consumer Insights 2013” จัดขึ้นโดย Asia Business Connect ผู้นำด้านการจัดประชุมสัมมนาด้านการพัฒนาธุรกิจ



ผู้เข้าร่วมประชุม และตัวแทนจากบริษัทเอกชนต่างๆ ได้มารับฟังการบรรยายภายใต้หัวข้อ “Develop and Manage Effective Strategy to Better Serve Shoppers’ Needs” โดยคุณสง่า บรรจงประเสริฐ, ผู้อำนวยการฝ่ายการวิจัยผู้บริโภค

คุณสง่าได้เล่าถึงประสบการณ์ทำงาน สอดแทรกไปด้วยความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับผู้บริโภคที่มีประโยชน์ เช่น ความไม่แน่นอนในพฤติกรรมผู้บริโภค, ความภักดี, รวมไปถึงการให้คำแนะนำเกี่ยวกับกลยุทธ์การรักษาลูกค้าให้อยู่คู่องค์กร

“การบรรยายครั้งนี้ถือเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมจากบริษัทต่างๆ ได้ลองค้นหากลุ่มตลาดที่มีแนวโน้มที่จะตอบสนองต่อแผนการตลาดที่ปล่อยออกไป การแบ่งกลุ่มลูกค้าตามผลประโยชน์ ถือเป็นอีกหนทางหนึ่งในการแบ่งกลุ่มตลาดที่จะช่วยครอบคลุมบางกลุ่มที่อาจถูกละเลยไป” คุณสง่ากล่าว “โดยการแบ่งกลุ่มตามผลประโยชน์นี้ สามารถทำได้หลายๆ ทาง ซึ่งทางนี่ลเห็นเองก็มีความพร้อมที่จะช่วยเหลือในเรื่องนี้ ทางเราสามารถช่วยร่างแผนการตลาดที่มีประสิทธิภาพที่สุดที่จะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และรวมไปถึงการเพิ่มยอดขาย”

ในงานเดียวกันนี้ Kaushal Upadhyay, Executive Director and NeuroFocus APMEA Head ที่นี่ลเห็นได้

บรรยายในหัวข้อ “New Frontier in Marketing Research Techniques with a Focus on Neuroscience” ที่กล่าวถึงการศึกษาการทำงานของระบบประสาทและสมองของมนุษย์ แสดงให้เห็นว่าการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคนั้น บ่อยครั้งจะมาจากจิตใต้สำนึก โดยทางนิตเสนเอง ก็มีเครื่องมือที่จะช่วยศึกษาและจับความสนใจของลูกค้า เรียกว่า NeuroFocus ซึ่งจะช่วยให้นักการตลาดและนักการโฆษณาเข้าใจลึกซึ้งถึงความต้องการของลูกค้า ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพให้กับแคมเปญและแผนการตลาดในทุกแวดวงธุรกิจ

งาน “Marketing Research & Consumer Insights 2013” จัดขึ้นที่โรงแรม The Landmark Bangkok ในวันที่ 25 – 26 กรกฎาคม 2556