

เทคนิคการเจรจาต่อรองและการจับคู่ธุรกิจเชิงรุก

Strategic Negotiation & Proactive Business Matching for Business Growth

รูปแบบ: Workshop-Based Training การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ

ระยะเวลา: 1 วัน

เวลา: 09.00–16.00 น.

วิทยากร: ดร.อรัญญา พงศ์สะอาด

หลักการและเหตุผล

ในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจปัจจุบัน การเติบโตของธุรกิจไม่ได้ขึ้นอยู่กับการมีสินค้าหรือบริการที่ดีเพียงอย่างเดียว แต่ขึ้นอยู่กับความสามารถในการสร้างโอกาสทางธุรกิจ การสื่อสารคุณค่าของสินค้าและบริการ การเจรจาต่อรองอย่างเหมาะสม ตลอดจนการสร้างความร่วมมือกับลูกค้า คู่ค้า และพันธมิตรทางธุรกิจ โดยเฉพาะธุรกิจ B2B กระบวนการตัดสินใจซื้อมีความซับซ้อนและเกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหลายฝ่าย ลูกค้าไม่ได้พิจารณาเฉพาะเรื่องราคา แต่ยังให้ความสำคัญกับคุณค่าที่ได้รับ ความเสี่ยง ความน่าเชื่อถือ ความสามารถในการส่งมอบ คุณภาพของ Solution และความสามารถในการสร้างความร่วมมือในระยะยาว ดังนั้น การเจรจาที่ดีจึงไม่ใช่เพียงการทำให้ได้ราคาที่ต้องการ แต่ต้องสามารถสร้างข้อตกลงที่เหมาะสมกับผลประโยชน์และความต้องการของแต่ละฝ่าย

ในอีกด้านหนึ่ง การจับคู่ธุรกิจในปัจจุบันไม่ควรจบลงเพียงการพบปะ แนะนำบริษัท หรือแลกเปลี่ยนข้อมูล การติดต่อ แต่ควรนำไปสู่การค้นหาความต้องการที่แท้จริงของแต่ละฝ่าย การมองเห็นความสามารถที่สามารถเสริมกัน และการพัฒนาแนวคิดความร่วมมือให้เกิดเป็นโอกาสทางธุรกิจที่มีความเป็นไปได้ในทางปฏิบัติ

หลักสูตรนี้จึงออกแบบในลักษณะ Experiential Workshop โดยให้ผู้เข้าอบรมนำสถานการณ์ทางธุรกิจ ดีล ลูกค้า หรือโอกาสทางธุรกิจที่กำลังดำเนินการอยู่มาใช้เป็นกรณีศึกษาในการฝึกปฏิบัติจริง ผู้เข้าอบรมจะได้ฝึกวิเคราะห์คุณค่าของดีล เตรียมกลยุทธ์การเจรจา ฝึกนำเสนอคุณค่าของ Solution ฝึกการสนทนากับคู่ธุรกิจ และพัฒนาโอกาสจากการพบปะไปสู่ความร่วมมือที่มีขั้นตอนดำเนินงานชัดเจน

เนื้อหาของหลักสูตรครอบคลุมตั้งแต่ การวิเคราะห์ดีลและเตรียมความพร้อมก่อนการเจรจา การเจรจาต่อรอง การนำเสนอคุณค่าของสินค้าและ Solution การค้นหาและประเมินพันธมิตรทางธุรกิจ การจับคู่ธุรกิจเชิงรุก ตลอดจนการติดตามและผลักดันโอกาสไปสู่การปิดการขาย

แนวทางสำคัญของหลักสูตรคือ ผู้เข้าอบรมจะไม่ได้เรียนรู้จากทฤษฎีเพียงอย่างเดียว แต่จะได้ทดลองใช้เครื่องมือกับสถานการณ์จริง แลกเปลี่ยนมุมมองกับผู้ประกอบการรายอื่น และนำผลจากกิจกรรมมาปรับใช้กับธุรกิจของตนเอง โดยมุ่งให้ผู้เข้าอบรมกลับไปพร้อม **Business Opportunity ที่มี Next Step ชัดเจน** ไม่ใช่เพียงรายชื่อผู้ติดต่อใหม่เพื่อให้สามารถนำสิ่งที่ได้จากการอบรมกลับไปใช้ได้ทันที

กระบวนการเรียนรู้เชื่อมโยงเป็นสายเดียว คือ B2B Business Growth & Deal-Making Framework ได้แก่

- 1) Deal Analysis วิเคราะห์ดีล ต้นทุน ราคา ความเสี่ยง และเงื่อนไขทางธุรกิจ
- 2) Negotiation วางกลยุทธ์และเทคนิคการเจรจาต่อรอง
- 3) Solution Selling นำเสนอคุณค่าและโซลูชันให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า

- 4) Business Matching สร้างและคัดเลือกพันธมิตรทางธุรกิจที่มีศักยภาพ
- 5) Deal Closing ผลักดันโอกาสทางธุรกิจไปสู่การปิดการขาย

วัตถุประสงค์ เมื่อสิ้นสุดการฝึกอบรม ผู้เข้าร่วมจะสามารถ

- 1) เข้าใจหลักคิดและกลยุทธ์การเจรจาต่อรองทางธุรกิจในยุคปัจจุบัน
- 2) สามารถเตรียมเป้าหมาย ข้อมูล และทางเลือกก่อนการเจรจา
- 3) สามารถวิเคราะห์ผลประโยชน์และสร้างทางเลือกที่ตอบโจทย์ทั้งสองฝ่าย
- 4) สามารถเจรจาเรื่องราคา เงื่อนไข Scope และผลประโยชน์ทางธุรกิจอย่างเป็นระบบ
- 5) สามารถนำเสนอ Value Proposition และ Business Value ได้อย่างน่าเชื่อถือ
- 6) สามารถค้นหา Strategic Partner ที่มีศักยภาพ
- 7) สามารถใช้ Business Matching เพื่อค้นหาโอกาสทางธุรกิจใหม่
- 8) สามารถพัฒนาแนวคิดความร่วมมือให้เป็น Joint Business Opportunity
- 9) สามารถกำหนด Next Step และแผนติดตามผลหลังการเจรจาและ Business Matching

ระยะเวลาดำเนินการ การอบรมเชิงปฏิบัติการ จำนวน 1 วัน รูปแบบ การบรรยาย (Lecture) ควบคู่กับการฝึกปฏิบัติ (Workshop) และการอภิปรายกลุ่ม เน้นการเรียนรู้จากกรณีศึกษาและการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างผู้เข้าร่วม

โครงสร้างหลักสูตร และ ตารางฝึกอบรม

Section 1: Business Economics & Executive Negotiation

เจรจาอย่างไรไม่ให้ “ขายได้แต่ขาดทุน”

- 1) ต้นทุนจมและต้นทุนส่วนเพิ่ม
- 2) Opportunity Cost
- 3) ต้นทุนของทรัพยากรและทีมงาน
- 4) ต้นทุนความเสี่ยง
- 5) การกำหนด Minimum Acceptable Price
- 6) การกำหนด Negotiation Range
- 7) หลักการเจรจาต่อรองระดับบริหาร
- 8) การรับมือกับการกดราคา
- 9) การต่อรองเรื่อง Scope, Payment Term และ Credit Term

Workshop 1: Deal Economics

ผู้เข้าอบรมนำตัวเลขจริงมาวิเคราะห์

- 1) มูลค่าดีล
- 2) ต้นทุนตรง
- 3) ต้นทุนทึม
- 4) Opportunity Cost

- 5) Risk Buffer
- 6) Minimum Acceptable Price
- 7) เงื่อนไขที่สามารถต่อรองได้ / ต่อดังไม่ได้

ผลลัพธ์จากกิจกรรม: Deal Negotiation Sheet และ Minimum Acceptable Price

Section 2: Strategic Negotiation & Deal-Making

การเจรจาที่มุ่งสร้างคุณค่า ไม่ใช่เพียงการต่อรองราคา

ผู้เข้าอบรมจะเรียนรู้ว่าการเจรจาทางธุรกิจที่ดีไม่ได้มีเป้าหมายเพียงการเอาชนะอีกฝ่าย แต่ต้องสามารถค้นหาผลประโยชน์ที่แท้จริงของแต่ละฝ่าย และใช้สิ่งเหล่านั้นเป็นพื้นฐานในการสร้างทางเลือกและข้อตกลงที่เหมาะสมเนื้อหาสำคัญ ได้แก่

- 1) Negotiation Mindset
- 2) Position และ Interest
- 3) BATNA และทางเลือกในการเจรจา
- 4) Negotiation Power
- 5) การสร้างคุณค่าและการแบ่งปันคุณค่า
- 6) Trade-off และ Concession
- 7) การกำหนดข้อเสนอและการรับมือกับข้อเสนอของอีกฝ่าย
- 8) การจัดการกับ Price Pressure
- 9) การรับมือกับ Objection
- 10) การเจรจา Scope และเงื่อนไขทางธุรกิจ
- 11) เทคนิคการนำการเจรจาไปสู่ข้อสรุป

Workshop 2: Live Negotiation Simulation

ผู้เข้าอบรมฝึกเจรจาจากสถานการณ์ทางธุรกิจที่ใกล้เคียงกับสถานการณ์จริง โดยสลับบทบาทเป็นผู้ซื้อ ผู้ขาย หรือคู่ค้า เช่น การต่อรองราคา การขอเพิ่มขอบเขตงาน การเจรจาส่วนแบ่งรายได้ หรือการกำหนดเงื่อนไขความร่วมมือ หลังการฝึกจะมีการถอดบทเรียนร่วมกัน เพื่อวิเคราะห์จุดแข็ง จุดที่ควรปรับปรุง และวิธีรับมือกับสถานการณ์ที่แตกต่างกัน

ผลลัพธ์จากกิจกรรม: Negotiation Strategy และ Personal Negotiation Improvement Map

Section 3: Solution Selling for Large Projects

จาก “การเสนอราคา” สู่ “การขายคุณค่า”

- 1) หลักการขายงานระบบและโครงการ B2B
- 2) การวิเคราะห์ Buying Committee
- 3) ผู้ใช้ ผู้อนุมัติ ผู้มีอิทธิพล และผู้ต่อต้าน
- 4) การสร้าง Value Proposition
- 5) การนำเสนอปัญหาในรูปแบบ Business Impact

- 6) Solution Presentation
- 7) Evidence & Proof
- 8) Price & Commercial Terms
- 9) Next Step

Workshop 3: 5-Slide Sales Pitch

ผู้เข้าอบรมจัดทำ Sales Presentation 5 หน้า

- 1) Customer Problem / Business Impact ปัญหาหรือความต้องการของลูกค้า ผลกระทบทางธุรกิจ
- 2) Solution
- 3) Evidence / Proof
- 4) Price & Conditions
- 5) Next Step + Date

จากนั้นนำเสนอและรับ Feedback จากเพื่อนร่วมกลุ่ม

ผลลัพธ์จากกิจกรรม: 5-Slide Sales / Solution Pitch ที่สามารถนำไปปรับใช้ในการเข้าพบลูกค้าได้

Section 4: Business Matching Preparation & Soft Skills

เปลี่ยนการพบปะทางธุรกิจให้เป็น Opportunity

- 1) Mindset ของ Business Matching
- 2) การเลือกคู่ธุรกิจที่มี Complementary Capability
- 3) เทคนิคเปิดบทสนทนาใน 30 วินาที
- 4) Strategic Questioning
- 5) Active Listening
- 6) การค้นหา Unmet Need
- 7) การนำเสนอ Value Proposition แบบสั้น
- 8) การสร้างความน่าเชื่อถือ
- 9) การปิดบทสนทนาด้วย Next Step
- 10) การเปลี่ยน “นามบัตร” ให้เป็น “Business Opportunity”

Workshop 4: 60-Second Business Pitch & Proactive Business Matching

ผู้เข้าอบรมฝึกแนะนำธุรกิจภายใน 60 วินาที โดยสื่อสารให้ชัดเจนว่าธุรกิจของตนเองทำอะไร มีความเชี่ยวชาญด้านใด สามารถสร้างคุณค่าอะไร และกำลังมองหาพันธมิตรลักษณะใด

“เราคือใคร เราแก้ปัญหาอะไร เราสร้างคุณค่าอะไร เราต้องการ Partner แบบใด”

จากนั้นเข้าสู่ Proactive Business Matching

ผู้เข้าอบรมหมุนเวียนพบคู่ธุรกิจตามรอบที่กำหนด โดยแต่ละรอบมีเวลาในการพูดคุยและบันทึกผลลง Business Matching Card

ผลลัพธ์จากกิจกรรม: Business Matching Card พร้อมข้อมูลคู่ธุรกิจ ความสนใจร่วม และ Next Step

Section 5: B2B Deal Closing

การพบลูกค้าหรือคู่ธุรกิจที่ดีจะไม่มีจุดหมาย หากไม่มีการติดตามอย่างต่อเนื่องและไม่มีการกำหนดขั้นตอนถัดไปที่ชัดเจน ส่วนนี้จึงมุ่งให้ผู้เข้าอบรมเรียนรู้วิธีประเมินโอกาส ติดตามความคืบหน้า รับมือกับข้อโต้แย้ง และสร้างแรงส่งให้ดีลเดินหน้าต่อ

เนื้อหาสำคัญ ได้แก่

เรียนรู้จากดีลที่ชนะและดีลที่แพ้

- 1) ปัจจัยที่ทำให้ดีลชนะ
- 2) สัญญาณเตือนว่าดีลกำลังจะไม่สำเร็จ
- 3) จุดผิดพลาดในการเจรจา
- 4) การบริหาร Objection
- 5) การสร้าง Momentum หลังการพบลูกค้า
- 6) Follow-up Strategy
- 7) Deal Closing
- 8) การสร้าง Sales Playbook ขององค์กร

Workshop 5: Deal Closing Clinic

ผู้เข้าอบรมนำประสบการณ์จากดีลจริงมาวิเคราะห์ร่วมกัน

- 1) ดีลที่ชนะเพราะอะไร
- 2) ดีลที่แพ้เพราะอะไร
- 3) จุดเปลี่ยนของการเจรจาอยู่ตรงไหน
- 4) สิ่งใดควรทำเหมือนเดิม
- 5) สิ่งใดควรเปลี่ยน

จากนั้นร่วมกันจัดทำ

“B2B Deal Closing Playbook”

ประกอบด้วย

- 1) 5 ปัจจัยที่ทำให้ชนะ
- 2) 5 สัญญาณที่กำลังจะแพ้
- 3) 3 สิ่งที่ต้องเตรียมก่อนเข้าพบลูกค้า

ผลลัพธ์จากกิจกรรม: Joint Business Opportunity Plan และ B2B Deal-Making Playbook

ตารางฝึกอบรม

เวลา	หัวข้อ / กิจกรรม	รูปแบบการเรียนรู้	ผลลัพธ์
09.00–09.15	Business Growth Challenge และกำหนด Deal / Opportunity ที่ต้องการนำมาพัฒนา	Briefing + Individual Activity	กำหนดโจทย์ธุรกิจจริง
09.15–09.45	Business Economics & Executive Negotiation	Interactive Lecture + Case	เข้าใจต้นทุน คุณค่า และ กรอบการเจรจา
09.45–10.20	Workshop 1: Deal Economics	Hands-on Workshop	Deal Economics & Negotiation Sheet
10.20–10.30	Deal Review & Peer Challenge	Peer Review	ปรับปรุงกรอบการเจรจา
10.30–10.45	พัก		
10.45–11.15	Strategic Negotiation & Deal-Making	Interactive Lecture	เข้าใจกลยุทธ์การเจรจา
11.15–11.50	Workshop 2: Live Negotiation Simulation	Role Play / Simulation	ฝึกเจรจาในสถานการณ์จริง
11.50–12.00	Debrief & Reflection	Facilitated Discussion	Negotiation Improvement Map
12.00–13.00	พักกลางวัน		
13.00–13.30	Solution Selling	Interactive Lecture + Case	Value Proposition & Business Value
13.30–14.00	Workshop 3: 5-Slide Value Pitch	Hands-on Workshop	Sales / Solution Pitch
14.00–14.15	Pitch Practice & Peer Challenge	Simulation	ปรับปรุงการนำเสนอ
14.15–14.30	พัก		
14.30–14.50	Proactive Business Matching	Interactive Lecture	เข้าใจหลักการสร้าง Strategic Connection
14.50–15.00	60-Second Business Pitch	Practice	Business Introduction
15.00–15.35	Proactive Business Matching	Structured Business Matching	Business Matching Card
15.35–15.45	Opportunity Mapping	Group Discussion	ระบุโอกาสความร่วมมือ
15.45–15.55	Workshop 5: Business Opportunity & Deal Closing Clinic	Collaborative Workshop	Joint Business Opportunity Plan
15.55–16.00	Deal-to-Grow Action Commitment	Reflection + Commitment	Next Step และ Action Plan

สัดส่วนการเรียนรู้: เน้นการลงมือปฏิบัติ โดยให้ผู้เข้าอบรมนำโจทย์จริงของกิจการมาใช้เป็นหลักตลอดหลักสูตร

วิทยากร

ดร.อรัญญา พงศ์สะอาด

- อาจารย์หลักสูตรทวีปปริญญาโททางรัฐประศาสนศาสตรและบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- อาจารย์พิเศษ หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต สาขารัฐประศาสนศาสตร คณะสหวิทยากร มหาวิทยาลัยขอนแก่น วิทยาเขตหนองคาย (วิชา การบริหารการประกอบการทางสังคม: ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการประกอบการทางสังคม, กระบวนการค้นหาปัญหาทางการประกอบการทางสังคม, เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น, เศรษฐศาสตร์สำหรับรัฐประศาสนศาสตร, วิสาหกิจชุมชนและเกษตรยั่งยืน, ศาสนากับการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน, การบริหารความหลากหลายทางสังคม)
- อาจารย์พิเศษ หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการองค์การยุคใหม่ มหาวิทยาลัยเกริก (การสร้างธุรกิจและการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่: การคิดเชิงระบบและทักษะการคิดวิพากษ์ (System Thinking and Critical Thinking), การออกแบบโครงสร้างองค์การยุคใหม่ (Arts of Modern Organization Design))
- รองผู้อำนวยการ และอาจารย์พิเศษ ศูนย์พัฒนาธุรกิจเชิงนวัตกรรมสู่นานาชาติ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ International Innovative Business Development Center (IIBD) ABAC
- KEYNOTE SPEAKER of Competency Conceptual: System Thinking (Systematized Thinking for Sustainable Business Growth), Analysis Thinking, Critical Thinking, Design Thinking
- KEYNOTE SPEAKER of Business Model Design and Management หลักสูตร DIPO (DRIVE UP FPR FUNDING TO IPO) โดย MSME Business School บริหารธุรกิจ และ เศรษฐศาสตร์ Assumption University ร่วมกับ Unicorn X Academy
- KEYNOTE SPEAKER CFO Accelerator, CEO Management, Risk Management, Business Model Design, Leadership and Growth Mindset, AI for Organizational Growth, Change Management ฯลฯ
- ที่ปรึกษาด้านกลยุทธ์ และ การบริหารธุรกิจเพื่อความยั่งยืน
- ที่ปรึกษาและวิทยากรด้านการบริหารภาครัฐและเอกชน, การจัดทำแผนพัฒนาบุคลากรภาครัฐ, งานคลังภาครัฐและการคลังท้องถิ่น (กระทรวงวัฒนธรรม, กระทรวงวิทยาศาสตร์ฯ, กรมการปกครอง, กพ. ฯลฯ)
- นักวิชาการและนักวิจัยด้านการบริหารธุรกิจ การบริหารงานคลัง การพัฒนาองค์กร และการจัดการภาครัฐและเอกชน
- ผู้จัดการทั่วไป และที่ปรึกษาการจัดการองค์กร และระบบองค์กร OASIS ADVISORY CO.,LTD, VALUE BEYOND CO., LTD. และสถาบันกายจิต (บริษัท กายจิต จำกัด)
- ผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารองค์กรภาครัฐและเอกชน, ภาวะผู้นำ, การพัฒนาศักยภาพบุคลากร, การวิเคราะห์นโยบาย สังคม และธุรกิจ รวมทั้งมีประสบการณ์ให้คำปรึกษาเชิงกลยุทธ์ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ จิตวิทยาการบริหาร การรับมือทางอารมณ์และการจัดการความเสี่ยงในระดับองค์กร



- เชี่ยวชาญด้านกลยุทธ์และบริหารองค์กร เชี่ยวชาญ Organization Strategy, Human Rights Assessment, ESG, Stakeholder Engagement, Systems Management, Competency, Risk Management & Internal Control, AI Automation for HR & Strategic Management
- เชี่ยวชาญด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์และการสื่อสารองค์กร มากกว่า 30 ปี
- เชี่ยวชาญ *People Development, Leadership, Communication, Cross-functional Collaboration*

ผลลัพธ์ที่จะได้รับ

ผู้เข้าอบรมจะได้รับ **Business Development & Deal-Making Toolkit** ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับธุรกิจและตลาดจริง ประกอบด้วย

1. **Deal Economics & Negotiation Sheet** สำหรับวิเคราะห์ต้นทุน มูลค่าดีล ความเสี่ยง และกรอบการเจรจา
2. **Minimum Acceptable Price & Negotiation Range** เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจและกำหนดขอบเขตในการเจรจา
3. **Negotiation Strategy & Improvement Map** สำหรับวางแผนการเจรจาและนำบทเรียนจากการฝึกไปปรับใช้
4. **5-Slide Sales / Solution Pitch** สำหรับนำเสนอสินค้า บริการ หรือ Solution ให้กับลูกค้าและคู่ค้า
5. **Business Matching Card** สำหรับบันทึกข้อมูลคู่ธุรกิจ ความสนใจร่วม และโอกาสในการพัฒนาความร่วมมือ
6. **Business Opportunity & Partner Map** เพื่อระบุคู่ธุรกิจและโอกาสที่สามารถพัฒนาร่วมกันได้
7. **Joint Business Opportunity Plan** สำหรับพัฒนาแนวคิดความร่วมมือให้มีรูปแบบการดำเนินงานที่ชัดเจน
8. **B2B Deal-Making Playbook** สำหรับนำไปใช้เป็นแนวทางในการเตรียมตัว เสร็จเจรจา ติดตาม และผลักดันดีล
9. **30/60/90-Day Action Plan** สำหรับติดตามและพัฒนาโอกาสทางธุรกิจหลังการอบรม

สิ่งที่ผู้เข้าอบรมสามารถนำไปใช้ได้ทันที

- 1) เตรียมตัวก่อนเข้าสู่การเจรจาทางธุรกิจ
- 2) ประเมินต้นทุน ความเสี่ยง และเงื่อนไขของดีล
- 3) เปรียบเทียบ Scope และเงื่อนไขทางธุรกิจอย่างมีหลักการ
- 4) นำเสนอ Solution และ Business Value ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า
- 5) ค้นหาและประเมิน Strategic Partner
- 6) สร้างความร่วมมือจากความสามารถที่สามารถเสริมกัน
- 7) เปลี่ยนการ Business Matching ให้เกิดโอกาสทางธุรกิจที่ชัดเจน
- 8) ติดตามและผลักดัน Opportunity ไปสู่การเจรจาและการทำธุรกิจจริง

ผลลัพธ์สำคัญของหลักสูตร

หลักสูตรนี้ไม่ได้มุ่งเพียงการพัฒนาทักษะการเจรจาต่อรอง แต่ต้องการให้ผู้เข้าอบรมสามารถนำทักษะดังกล่าวไปใช้ในการสร้างและพัฒนาโอกาสทางธุรกิจได้จริง เมื่อสิ้นสุดการอบรม ผู้เข้าอบรมควรมีทั้ง คีลที่ได้รับการวิเคราะห์ กลยุทธ์การเจรจา เครื่องมือการนำเสนอ คู่ธุรกิจที่มีศักยภาพ และโอกาสทางธุรกิจที่มี Next Step ชัดเจน ซึ่งสามารถนำไปติดตามและพัฒนาต่อหลังการอบรมได้

ตัวชี้วัดความสำเร็จ

ด้าน	ตัวชี้วัด
การมีส่วนร่วม	ผู้เข้าอบรมเข้าร่วมกิจกรรม Workshop และ Simulation ไม่น้อยกว่า 90%
การเรียนรู้	ผู้เข้าอบรมสามารถจัดทำ Negotiation Strategy สำหรับกรณีธุรกิจของตนเองได้ไม่น้อยกว่า 80%
การประยุกต์ใช้	ผู้เข้าอบรมสามารถจัดทำ Value / Solution Pitch ได้ไม่น้อยกว่า 80%
Business Matching	ผู้เข้าอบรมสามารถระบุคู่ธุรกิจที่มีศักยภาพในการพัฒนาความร่วมมือได้ไม่น้อยกว่า 80%
Business Opportunity	เกิดแนวคิดความร่วมมือหรือ Business Opportunity ที่สามารถนำไปพัฒนาต่อได้อย่างน้อย 3 โอกาส
Next Step	Business Opportunity ที่เกิดขึ้นมีผู้รับผิดชอบและขั้นตอนดำเนินงานต่ออย่างชัดเจน ไม่น้อยกว่า 70%
การนำไปใช้	ผู้เข้าอบรมมีแผนดำเนินงานภายใน 30/60/90 วันไม่น้อยกว่า 80%
ความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจต่อหลักสูตรไม่น้อยกว่า 90%