



บันทึกข้อความ

มส 1147

ส่วนราชการ ส่วนพัฒนาทรัพยากรบุคคล สำนักบริหารทรัพยากรบุคคล โทร ๐ ๒๕๘๓ ๔๑๙๒ - ๔

ที่ สบค ๑๑๔๑๒

วันที่ ๒๒ กรกฎาคม ๒๕๖๕ ก.ม 05443 / 91 ก.ค. 65

เรื่อง ขอเชิญเข้ารับการอบรมเชิงปฏิบัติการหลักสูตรกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล และการวิเคราะห์ข้อมูล 03/1143

อย่างมีแบบแผน รุ่น ๒ (Hybrid Learning)

เรียน ผู้อำนวยการสำนัก/กอง/กลุ่ม/ศูนย์/สถาบัน

ด้วยสมาคมผู้ใช้ดิจิทัลไทย มีหนังสือ ที่ สดท.ว๒๗๐/๒๕๖๕ ลงวันที่ ๖ กรกฎาคม ๒๕๖๕ แจ้งว่ากำหนดจัดอบรมเชิงปฏิบัติการหลักสูตรกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล และการวิเคราะห์ข้อมูลอย่างมีแบบแผน รุ่น ๒ (Digital Marketing Analytics for Growth Course #2) ระหว่างวันที่ ๑๔ - ๑๕ กันยายน ๒๕๖๕ รายละเอียดตามเอกสารที่แนบ โดยกำหนดจัดอบรม ๒ รูปแบบ ดังนี้

๑. แบบออฟไลน์ (เดินทางมายังสถานที่จัดงาน) ณ โรงแรมเมอร์เคียว กรุงเทพฯ สุขุมวิท ๒๔ (BTS สถานีพร้อมพงษ์ ทางออก ๔) โดยมีค่าใช้จ่ายในการลงทะเบียนคนละ ๑๘,๐๘๓ บาท (หนึ่งหมื่นแปดพันแปดสิบสามบาทถ้วน) กรณีชำระค่าลงทะเบียนก่อนวันที่ ๒๖ สิงหาคม ๒๕๖๕ โปรโมชั่นพิเศษ ลงทะเบียน ๒ คนขึ้นไป คนละ ๑๕,๙๔๓ บาท (หนึ่งหมื่นห้าพันเก้าร้อยสี่สิบสามบาทถ้วน)

๒. แบบออนไลน์ (Zoom Meeting) โดยมีค่าใช้จ่ายในการลงทะเบียนคนละ ๑๕,๙๔๓ บาท (หนึ่งหมื่นห้าพันเก้าร้อยสี่สิบสามบาทถ้วน) กรณีชำระค่าลงทะเบียนก่อนวันที่ ๒๖ สิงหาคม ๒๕๖๕ โปรโมชั่นพิเศษ ลงทะเบียน ๒ คนขึ้นไป คนละ ๑๓,๘๐๓ บาท (หนึ่งหมื่นสามพันแปดร้อยสามบาทถ้วน)

สำนักบริหารทรัพยากรบุคคล ขอให้หน่วยงานท่านแจ้งบุคลากรในสังกัดทราบและหากมีผู้สนใจเข้าร่วมอบรมเชิงปฏิบัติการหลักสูตรดังกล่าว ขอให้ส่งรายชื่อให้ฝ่ายฝึกอบรมภายนอกและจัดการความรู้ ส่วนพัฒนาทรัพยากรบุคคล สำนักบริหารทรัพยากรบุคคลภายในวันที่ ๑๐ สิงหาคม ๒๕๖๕ เพื่อขออนุมัติตัวบุคคลต่อไป ทั้งนี้ เมื่อกรมอนุมัติแล้วท่านสามารถลงทะเบียนแบบตอบรับเข้าร่วมอบรมตามเอกสารที่แนบ และสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ คุณพิมพ์ภัสรา กนิษฐสุต โทร ๐๒ ๖๖๑ ๗๗๕๐ ต่อ ๒๒๑ อีเมล pimphatsara@absolutealliances.com หรือ www.rethinkacademyth.com

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ว่าที่ร้อยตรี

(ยุทธนา จันทโรภาส)

ผพ.บค. ปฏิบัติราชการแทน ผส.บค.

เรียน ผอ.ส่วน ผอ.ช.ภาค และ ทน.๑-๙ บอ.

เพื่อโปรดทราบและแจ้งบุคลากรในสังกัดทราบหากมีผู้สนใจเข้าร่วมอบรมหลักสูตรดังกล่าว
แจ้งรายชื่อให้ส่วนบริหารทั่วไป ภายในวันที่ ๕ สิงหาคม ๒๕๖๕

(นางฐิตาภา ทุมวงษา)

ผบ.ท.บอ.

๒๕ ก.ค. ๒๕๖๕

สดท.ว270/2565

วันที่ 6 กรกฎาคม 2565

เรื่อง ขอเรียนเชิญเข้าร่วมอบรมเชิงปฏิบัติการหลักสูตรกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล และการวิเคราะห์ข้อมูลอย่างมีแบบแผน รุ่น 2 (Hybrid Learning)

เรียน อธิบดีกรมชลประทาน

สิ่งที่แนบมาด้วย 1.รายละเอียดหลักสูตรและกำหนดการ 2.แบบลงทะเบียน

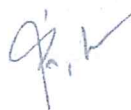
ด้วยกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (MDES) และสมาคมผู้ใช้ดิจิทัลไทย (DUGA) เป็นเจ้าภาพร่วมในงาน Rethink Academy 2022 ได้กำหนดจัดอบรมเชิงปฏิบัติการหลักสูตรกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล และการวิเคราะห์ข้อมูลอย่างมีแบบแผน รุ่น 2 (Digital Marketing Analytics for Growth Course #2) ในวันที่ 14-15 กันยายน 2565 ณ โรงแรมเมอร์เคียว กรุงเทพฯ สุขุมวิท 24 (BTS สถานีพร้อมพงษ์ ทางออก 4) หรืออบรมออนไลน์ผ่าน Zoom Meeting

วิเคราะห์การตลาด หรือ Market Analysis การวางกลยุทธ์และการวางแผนการตลาดต้องอาศัยทักษะความสามารถในการวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาดเพื่อใช้ในการตัดสินใจ โดยการวิเคราะห์ที่ดีนั้นจะต้องเป็นไปอย่างมีระบบ แบบแผน มีหลักการ และความน่าเชื่อถือได้ ซึ่งในปัจจุบันได้มีการนำเสนอแนวคิด เครื่องมือที่หลากหลาย เพื่อให้การการตลาดเลือกใช้ อย่างไรก็ตามสิ่งที่ท้าทาย คือ ควรเลือกใช้เครื่องมือใดจากเครื่องมือที่มีมากมายเหล่านั้น นำมาประยุกต์ใช้อย่างไรจึงจะถูกต้อง และเป็นประโยชน์ต่อการทำการตลาดในการทำงานจริง

ด้วยวัตถุประสงค์และรูปแบบการจัดงานดังกล่าว ทางสมาคมผู้ใช้ดิจิทัลไทย (DUGA) จึงขอเรียนเชิญท่านและบุคลากรในหน่วยงานภายใต้สังกัด เข้าร่วมอบรมเชิงปฏิบัติการ (workshop) ในรูปแบบการเรียนรู้ Hybrid Learning ซึ่งจะประกอบด้วย การเรียนแบบออฟไลน์ (เดินทางมายังสถานที่จัดงาน) และการเรียนแบบออนไลน์ (Zoom Meeting) ตามวัน เวลาและสถานที่ดังกล่าว สำหรับหน่วยงานราชการสามารถเบิกค่าใช้จ่ายในการอบรมสัมมนาจากต้นสังกัดตามระเบียบกระทรวงการคลัง ว่าด้วยค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรม การจัดงาน และการประชุมระหว่างประเทศ พ.ศ. 2549 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ทั้งนี้กรุณาส่งแบบลงทะเบียนการเข้าร่วมอบรมหลักสูตรตามสิ่งที่ส่งมาด้วย2 สามารถสอบถามรายละเอียดได้ที่ คุณพิมพ์ภัทรา กนิษฐสุต โทร. 02-661-7750 ต่อ 221, 222 และ 223 อีเมล pimphatsara@absolutealliances.com หรือ www.rethinkacademyth.com

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและขอขอบคุณล่วงหน้า ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถืออย่างสูง



(นางสาวกัลยา แสงหาบุญ)

เลขาธิการสมาคมผู้ใช้ดิจิทัลไทย

Digital Marketing Analytics for Growth #2

หลักสูตรกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล และการวิเคราะห์ข้อมูลอย่างมีแบบแผน รุ่น 2

ที่มาและความสำคัญ

โลกสมัยใหม่รอบตัวเราได้อำนวยความสะดวกใหม่ ๆ ในการใช้ชีวิตประจำวันและการเข้าถึงโอกาสสำหรับอนาคต เทคโนโลยีใหม่ ๆ ได้เข้ามาช่วยขับเคลื่อน ปรับปรุง เปลี่ยนแปลง ให้ธุรกิจและองค์กร ไม่ว่าจะเล็กหรือใหญ่ สามารถเข้าถึงลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น วิธีการทางการตลาดแบบดั้งเดิมถูกปรับปรุงและเสริมแทนที่ด้วยการตลาดดิจิทัลเพื่อช่วยให้ธุรกิจของคุณเติบโตและขยายขนาดได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

อนาคตของการตลาดดิจิทัลมุ่งเน้นไปที่ตลาดออนไลน์และผู้ชมที่เติบโตอย่างรวดเร็วและสร้างผลกำไร มีเครื่องมือและแผนที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นที่จะขยายธุรกิจของคุณบนอินเทอร์เน็ตเพื่อเชื่อมต่อคุณกับลูกค้าใหม่และลูกค้าเป้าหมายทางออนไลน์ สร้างโอกาสในการขาย และขายบริการและผลิตภัณฑ์ของคุณอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ในการใช้เครื่องมือเหล่านี้ซึ่งข้อมูล (data) ที่เกิดขึ้น มีมากมายจากระบบที่ต้องเก็บและบันทึกการสื่อสารทางตรงและทางอ้อม การซื้อขาย สิ่งของลูกค้า และสังคมใจ การเพิ่มขึ้นอย่างมหาศาลของข้อมูลจะเป็นประโยชน์ในการทำธุรกิจและการตลาด หากธุรกิจสามารถทำการเก็บรวบรวม คัดกรอง และวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อหาแนวทางการนำข้อมูลไปต่อยอด เพื่อสร้างการเติบโตทางธุรกิจได้ ดังนั้นองค์กรจึงต้องยกระดับการทำการตลาด เพื่อที่จะสามารถมัดใจผู้บริโภค ด้วยการทำความเข้าใจ และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างถูกต้อง ถูกที่ และถูกเวลา ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะสำเร็จและเกิดขึ้นได้ หากธุรกิจสามารถยกระดับศักยภาพในการวางแผน การดำเนินการ การเลือกใช้เครื่องมือแบบบูรณาการและการประเมินผลทางการตลาดได้อย่างถูกวิธี ในหลักสูตรนี้ ได้จัดเตรียมรวบรวม แนวคิด วิธีการ กรณีศึกษา พร้อมทั้งแบบฝึกหัด ในหัวข้อการวางแผนกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing) และการวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด (Marketing Analytics) เพื่อยกระดับศักยภาพทางธุรกิจสำหรับองค์กรของคุณ

วัตถุประสงค์

- เพื่อประเมินระดับความสามารถในการทำการตลาดดิจิทัลขององค์กรของท่าน
- เพื่อทำความเข้าใจ และสามารถออกแบบกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing)
- เพื่อออกแบบช่องทางการสื่อสารและเลือกเครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาดที่เหมาะสมกับองค์กร
- เพื่อกำหนดตัวชี้วัดเพื่อประเมินผลการดำเนินงานและคิดค้นกลวิธีที่จะสามารถเพิ่มอัตราส่วนผลตอบแทนจากการลงทุน
- (Return on Investment: ROI) ด้วยการตลาดเชิงคาดการณ์ (Predictive Marketing)
- เพื่อเตรียมพร้อมสำหรับโอกาสในอนาคตที่จะเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคยุคดิจิทัล

กลุ่มเป้าหมาย

ผู้บริหารระดับสูง ผู้บริหารระดับกลางขององค์กร ที่รับผิดชอบ กลยุทธ์องค์กร การตลาด การสร้างแบรนด์ การสื่อสารแบรนด์ สื่อสารองค์กร การสร้างสัมพันธ์กับลูกค้า และแคมเปญการตลาด

ระยะเวลาในการอบรม

วันที่ 14 - 15 กันยายน 2565 ณ ห้องประชุมสุขุมวิท ชั้น 8 โรงแรมเมอร์เคียว กรุงเทพฯ สุขุมวิท 24

งบประมาณค่าใช้จ่าย

รายละเอียด (สำหรับลงทะเบียน 1 ท่าน)	ยอดก่อน Vat.	ภาษีมูลค่าเพิ่ม	ยอดรวมภาษีมูลค่าเพิ่ม	ภาษีหัก ณ ที่จ่าย	ยอดหลังหักภาษี ณ ที่จ่าย	
ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	16,900	1183.00	18083.00	169.00	17,914.00	1%
บริษัทเอกชนหรือบุคคลทั่วไป	16,900	1183.00	18083.00	507.00	17,576.00	3%
รายละเอียด (สำหรับลงทะเบียน 2 ท่านขึ้นไป)	ยอดก่อน Vat.	ภาษีมูลค่าเพิ่ม	ยอดรวมภาษีมูลค่าเพิ่ม	ภาษีหัก ณ ที่จ่าย	ยอดสุทธิ	
ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	14,900	1043.00	15943.00	149.00	15,794.00	1%
บริษัทเอกชนหรือบุคคลทั่วไป	14,900	1043.00	15943.00	447.00	15,496.00	3%

ค่าลงทะเบียนสำหรับผู้เข้ารับการอบรมแบบ Offline คนละ 18,083 บาท ถ้าหากลงทะเบียนก่อนวันที่ 26 สิงหาคม 2565 ท่านจะได้รับโปรโมชั่นพิเศษ ลงทะเบียน 2 ท่านขึ้นไป ราคาท่านละ 15,943 บาท (ค่าใช้จ่ายดังกล่าวรวมภาษีมูลค่าเพิ่มเรียบร้อยแล้ว) เพื่อจ่ายเป็นค่าใช้จ่ายในการอบรม เช่น เอกสารในการอบรม ค่าอาหารกลางวัน อาหารว่าง ค่าตอบแทนวิทยากร (ไม่รวมค่าที่พัก อาหารเช้า อาหารเย็น และค่าเดินทาง)

รายละเอียด (สำหรับลงทะเบียน 1 ท่าน)	ยอดก่อน Vat.	ภาษีมูลค่าเพิ่ม	ยอดรวมภาษีมูลค่าเพิ่ม	ภาษีหัก ณ ที่จ่าย	ยอดหลังหักภาษี ณ ที่จ่าย	
ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	14,900.00	1,043.00	15943.00	149.00	15,794.00	1%
บริษัทเอกชนหรือบุคคลทั่วไป	14,900.00	1,043.00	15943.00	447.00	15,496.00	3%
รายละเอียด (สำหรับลงทะเบียน 2 ท่านขึ้นไป)	ยอดก่อน Vat.	ภาษีมูลค่าเพิ่ม	ยอดรวมภาษีมูลค่าเพิ่ม	ภาษีหัก ณ ที่จ่าย	ยอดหลังหักภาษี ณ ที่จ่าย	
ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	12,900.00	903.00	13803.00	129.00	13,674.00	1%
บริษัทเอกชนหรือบุคคลทั่วไป	12,900.00	903.00	13803.00	387.00	13,416.00	3%

ค่าลงทะเบียนสำหรับผู้เข้ารับการอบรมแบบ Online คนละ 15,943 บาท ถ้าหากลงทะเบียนก่อนวันที่ 26 สิงหาคม 2565 ท่านจะได้รับโปรโมชั่นพิเศษ ลงทะเบียน 2 ท่านขึ้นไป ราคาท่านละ 13,803 บาท (ค่าใช้จ่ายดังกล่าวรวมภาษีมูลค่าเพิ่มเรียบร้อยแล้ว) เพื่อจ่ายเป็นค่าใช้จ่ายในการอบรม เช่น เอกสารในการอบรม ค่าตอบแทนวิทยากร

สำหรับหน่วยงานข้าราชการโดยผู้เข้ารับการอบรมสามารถเบิกค่าใช้จ่ายในการศึกษาอบรมตามระเบียบกระทรวงมหาดไทยว่าด้วย ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมและการเข้ารับการฝึกอบรมของเจ้าหน้าที่ท้องถิ่น พ.ศ. ๒๕๕๗ ข้อ ๒๘ (๑) และข้าราชการสามารถเบิกค่าลงทะเบียนตามระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมการจัดงานและการประชุมระหว่างประเทศ พ.ศ. ๒๕๔๙ และที่แก้ไขเพิ่มเติม

สำหรับหน่วยงานเอกชนโดยผู้เข้ารับการอบรมสามารถเบิกค่าใช้จ่ายในการศึกษาอบรมจากต้นสังกัดของตนเอง ถ้าหากทางหน่วยงานต้องการ Invoice (ใบแจ้งหนี้) หรือ ใบเสนอราคา สามารถแจ้งกับเจ้าหน้าที่ได้ทางอีเมล Pimphatsara@absolutealliances.com

วิธีชำระค่าลงทะเบียน

- กรอกรายละเอียดตามแบบฟอร์มการลงทะเบียน
- แนบเอกสารการชำระเงิน (Pay in slip) ส่งกลับไปที่ 02-661-7757 (แฟกซ์อัตโนมัติ) หรือ อีเมล Pimphatsara@absolutealliances.com
- ชำระค่าลงทะเบียนโดยโอนเงินค่าลงทะเบียนล่วงหน้าก่อนวันประชุมสัมมนาฯ เข้าชื่อบัญชี บริษัท แอ็บโซลูท อัลลายแอนซ์ (ประเทศไทย) จำกัด
 - ธนาคารกรุงไทย บัญชีออมทรัพย์ สาขาอาคารเสริมมิตร เลขที่บัญชี 085-0-12124-8

- ธนาคารกรุงเทพ บัญชีออมทรัพย์ สาขานนทบุรี เลขที่บัญชี 925-0-07304-7
- ธนาคารกรุงไทย บัญชีออมทรัพย์ สาขา สุขุมวิท 33 (บางกะปิ) เลขที่บัญชี 003-2-42408-4

วิธีการรับใบเสร็จรับเงิน

ใบเสร็จ ทางสถาบันฯ สามารถจัดส่งทางไปรษณีย์หรือรับใบเสร็จหน้างาน (กรณีลงทะเบียนเรียนในรูปแบบออฟไลน์) และ
กรุณานำใบหักภาษี ณ ที่จ่าย (ถ้ามี) มายื่น ณ จุดลงทะเบียน หมายเหตุ: สามารถชำระค่าลงทะเบียนก่อนวันที่ 31 สิงหาคม
2565 และการยกเลิกการลงทะเบียนจะสมบูรณ์ต้องแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรเท่านั้น และทำการยกเลิกก่อน 7 วันทำการ
ก่อนวันสัมมนา (ผู้ร่วมสัมมนาจะไม่ได้รับค่าลงทะเบียนคืนแต่คงสิทธิ์ที่จะได้รับกระเป๋าสตางค์และเอกสารประกอบการสัมมนา)

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

เมื่อเข้าอบรมจบคอร์ส Digital Marketing Analytics for Growth ผู้เข้าอบรมจะมีความสามารถในการทำการตลาดดิจิทัล
ได้อย่างเชี่ยวชาญ สามารถออกแบบกลยุทธ์ และวางแผนดำเนินงานทางการตลาด ที่สอดคล้องกับองค์กร ด้วยองค์ความรู้ใน
การ

- ประเมินระดับความสามารถในการทำการตลาดดิจิทัลขององค์กรของท่าน
- ทำความเข้าใจ และสามารถออกแบบกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing)
- ออกแบบช่องทางการสื่อสาร และเลือกเครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาดที่เหมาะสมกับองค์กร
- กำหนดตัวชี้วัดเพื่อประเมินผลการดำเนินงานและคิดค้นกลวิธีที่สามารถเพิ่มอัตราส่วนผลตอบแทนจากการลงทุน
- (Return on Investment: ROI) ด้วยการตลาดเชิงคาดการณ์ (Predictive Marketing)
- เตรียมพร้อมสำหรับโอกาสในอนาคตที่จะเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคยุคดิจิทัล

เลขานุการการจัดงาน และบริหารการจัดงานโดย

บริษัท แอ็บโซลูท์ อัสลายแอนซ์ (ประเทศไทย) จำกัด 159/21 อาคารเสริมมิตรทาวเวอร์

ซอย 21 ถนนสุขุมวิท 21 (อโศก) แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110

โทรศัพท์ 0-2661-7750 โทรสาร 0-2661-7757

Digital Marketing Analytics for Growth #2

หลักสูตรกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล และการวิเคราะห์ข้อมูลอย่างมีแบบแผน รุ่น 2

วันที่ 14 กันยายน 2565	
Day 1	หัวข้อการอบรม
09.00 – 10.00 น.	ส่วนที่ 1 เข้าใจกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing Strategy) Get the foundation right: เริ่มจากความเข้าใจกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลในโลกที่เทคโนโลยีเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว และเข้าใจถึงเหตุผลที่ว่า “ทำไมองค์กรต้องปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่มีผลกระทบกับการทำงานด้านการตลาดในยุคใหม่ (Marketing Transformation แปรนตร์และองค์กรต้องสร้างระบบนิเวศทางการสื่อสารยุคดิจิทัลที่สามารถเชื่อมต่อกับลูกค้าและผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ เราจะเรียนรู้ถึงภาพรวมของ กรอบการดำเนินการสื่อสาร (Communication Operation Framework) พร้อมเครื่องมือดิจิทัล ที่มีส่วนทำให้ในแต่ละขั้นตอนของ กรอบแนวคิดดังกล่าวสมบูรณ์ เริ่มตั้งแต่การเก็บข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล การเพิ่มประสิทธิภาพของการสื่อสารผ่านช่องทางต่าง ๆ ด้วยการตลาดเชิงคาดการณ์ หรือ Predictive Marketing บนเส้นทางการประสบการณ์ของลูกค้า (Customer Journey) ● ทำความรู้จัก Digitization, Digitalization และ Transformation ● แนวคิดของการตลาดในยุคใหม่ (Marketing Transformation) ● เส้นทางการประสบการณ์ของลูกค้า (Customer Journey) โดย: คุณสุภาวดี ดันตียนนท์ Founder Experience Matters Co.Ltd., Former CEO Mulluen Lowe Group Thailand
10.00 – 10.15 น.	พักเบรก
10.15 – 12.00 น.	ส่วนที่ 2 การวางกลยุทธ์ส่วนประสมช่องทางการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing Channel Mix) Get the Mixes right: เรียนรู้ส่วนประสมช่องทางการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing Channel Mix) ตลอดเส้นทางการประสบการณ์ของลูกค้า รวมถึงเครื่องมือที่ช่วยวิเคราะห์ช่องทางการตลาดดิจิทัล และตัวชี้วัดที่เกี่ยวข้อง เข้าใจว่า “การปรับปรุงพัฒนาส่วนประสมช่องทางการตลาด จะช่วยยกระดับศักยภาพในการดำเนินธุรกิจอย่างไร และจะใช้เครื่องมือวิเคราะห์ทางการตลาด เพื่อการวางกลยุทธ์ วัดผล และปรับปรุงพัฒนาแคมเปญทางการตลาดได้อย่างไร” พร้อมกรณีศึกษาที่ประสบความสำเร็จในการปรับปรุงพัฒนาส่วนประสมช่องทางการตลาด ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ● ส่วนประสมช่องทางการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing Channel Mix) ● ตัวชี้วัดสำหรับการตลาดดิจิทัล ● เครื่องมือสำหรับวิเคราะห์ช่องทางการตลาดดิจิทัล ● การปรับปรุงพัฒนาการส่วนประสมช่องทางการตลาดดิจิทัล โดย: คุณสุภาวดี ดันตียนนท์ Founder Experience Matters Co.Ltd., Former CEO Mulluen Lowe Group Thailand

12.00 – 13.00 น.	รับประทานอาหารกลางวัน
13.00 – 14.30 น.	ส่วนที่ 3 เข้าใจ Predictive Analytics และ Predictive Marketing Predict the future: เข้าใจทฤษฎีความเกี่ยวข้อง และความแตกต่างของการวิเคราะห์เชิงพยากรณ์ (Predictive Analytics) และการตลาดเชิงคาดการณ์ (Predictive Marketing) เรียนรู้ผ่านกรณีศึกษาจากองค์กร ทั้งในระดับประเทศและระดับโลกที่ประสบความสำเร็จจากการทำ Predictive Marketing ทำความเข้าใจระบบนิเวศของการตลาดเชิงคาดการณ์ (Predictive Marketing Ecosystem) และลงมือทำแบบประเมินความพร้อมขององค์กร เพื่อเป็นจุดเริ่มต้นในการทำการตลาดเชิงคาดการณ์ต่อไป ● เข้าใจ Predictive Analytics และ Predictive Marketing ● แนวคิด และกรณีศึกษา ของ Predictive Marketing ● ระบบนิเวศของการตลาดเชิงคาดการณ์ (Predictive Marketing Ecosystem) ● แหล่งของข้อมูล (Data Source) ● การเปลี่ยนแปลงข้อมูล (Data Transform) โดย: คุณสุภาวดี ดันตียนานท์ Founder Experience Matters Co.Ltd., Former CEO Mulluen Lowe Group Thailand
14.30 – 14.45 น.	พักเบรก
14.45 – 16.00 น.	ส่วนที่ 3 เข้าใจ Predictive Analytics และ Predictive Marketing (ต่อ) ● ระบบวิเคราะห์ข้อมูล และกระบวนการวิเคราะห์เชิงพยากรณ์ (Data Analytics System & Prediction Method) ● การประยุกต์ใช้ Predictive Analytics ● ระบบสนับสนุนอื่น ๆ ● แบบประเมินความพร้อมขององค์กร ในการทำ Predictive Marketing โดย: คุณสุภาวดี ดันตียนานท์ Founder Experience Matters Co.Ltd., Former CEO Mulluen Lowe Group Thailand
บทสรุป Day 1	
วันที่ 15 กันยายน 2565	
Day 2	หัวข้อการอบรม
09.00 – 10.30 น.	ส่วนที่ 4 การประยุกต์ใช้ Predictive Marketing บนช่องทางการตลาดต่าง ๆ สามารถเริ่มต้นประยุกต์ทำการตลาดเชิงคาดการณ์ (Predictive Marketing) ภายในองค์กรของผู้เรียนได้ ผ่านการเรียนรู้ถึงกระบวนการการวางแผน และการดำเนินการทำ Predictive Marketing บนช่องทางการตลาดต่าง ๆ เข้าใจตัวชี้วัดและประเมินผล การวิเคราะห์ทางสถิติเบื้องต้น (Statistical Analysis) กระบวนการทางด้านข้อมูล (Data Process) และโมเดลการวิเคราะห์การถดถอย (Regression Model) ที่เกี่ยวข้องกับการประยุกต์ใช้ Predictive Marketing บนช่องทางการตลาดต่าง ๆ ผ่านกรณีศึกษา และ Workshop

	● การวางแผนเชิงกลยุทธ์สำหรับ Predictive Marketing ● กระบวนการทางด้านข้อมูล และโมเดลการพยากรณ์ (Predictive Model) โดย คุณสุภาวดี ดันตียนนท์ Founder Experience Matters Co.Ltd., Former CEO Mulluen Lowe Group Thailand
10.30 – 10.45 น.	พักเบรก
10.45 – 12.00 น.	ส่วนที่ 4 การประยุกต์ใช้ Predictive Marketing บนช่องทางทางการตลาดต่าง ๆ (ต่อ) ● การประยุกต์ใช้การตลาดเชิงคาดการณ์บนช่องทางทางการตลาดต่าง ๆ ● Workshop สำหรับ Predictive Marketing โดย: คุณสุภาวดี ดันตียนนท์ Founder Experience Matters Co.Ltd., Former CEO Mulluen Lowe Group Thailand
12.00 – 13.00 น.	รับประทานอาหารกลางวัน
13.00 – 15.00 น.	ส่วนที่ 5 การเพิ่มอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนทางการตลาด (Return on Investment: ROI) เข้าใจโครงสร้างของแคมเปญ ตลอดเส้นทางการประสบการณ์ของลูกค้า (Customer Journey) และการตัดสินใจในการบริหาร (Management Decision) ที่มีผลกระทบต่ออัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Return on Investment: ROI) สามารถออกแบบแผนการ และกลวิธี ที่สามารถเพิ่มประสิทธิภาพของการทำการตลาด เพื่อเพิ่มอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนได้ ● การบริหารจัดการแคมเปญทางการตลาด ● สูตรคำนวณ อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Return on Investment: ROI) ● การเพิ่มประสิทธิภาพ การวางแผนการลงทุนทางการตลาดสำหรับผู้จัดการ ● คำแนะนำสำหรับการประยุกต์ใช้ภายในองค์กร โดย: คุณสุภาวดี ดันตียนนท์ Founder Experience Matters Co.Ltd., Former CEO Mulluen Lowe Group Thailand
15.00 – 15.15 น.	พักเบรก
15.15 – 17.00 น.	ส่วนที่ 6 อนาคตของโลกการตลาดดิจิทัล (The Future of Digital Marketing) Master the future: กรณีกิจของการนำปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) และ Machine Learning มาประยุกต์ใช้ในการตลาดดิจิทัล และเตรียมพร้อมสำหรับอนาคตของโลกการตลาดดิจิทัล ผ่านกรณีกิจ และบทความวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำไปประยุกต์ใช้สำหรับโอกาสในอนาคต ● AI และ Machine Learning ในโลกของการตลาดดิจิทัล ● อนาคตของการตลาด (Future of Marketing): AI, Metaverse, Behaviour Science โดย: สุภาวดี ดันตียนนท์ Founder Experience Matters Co.Ltd., Former CEO Mulluen Lowe Group Thailand
บทสรุป Day 2	

