



Co-Hosted By:



DUGA
The Digital Technology User Group Association
สมาคมผู้ใช้ดิจิทัลไทย

วันที่ 6 กรกฎาคม 2565

เรื่อง ขอเรียนเชิญเข้าร่วมอบรมเชิงปฏิบัติการหลักสูตรกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล และการวิเคราะห์ข้อมูลอย่างมีแบบแผน รุ่น 2 (Hybrid Learning)

เรียน อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

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 การวางแผนกลยุทธ์และการวางแผนการตลาดต้องอาศัยทักษะความสามารถในการวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาดเพื่อใช้ในการตัดสินใจ โดยการวิเคราะห์ที่ดีนั้นจะต้องเป็นไปอย่างมีระบบ มีแบบแผน มีหลักการ และความน่าเชื่อถือได้ ซึ่งในปัจจุบันได้มีการนำเสนอแนวคิด เครื่องมือที่หลากหลาย เพื่อให้การการตลาดเลือกใช้ อย่างไรก็ตามสิ่งที่ท้าทาย คือ ควรเลือกใช้เครื่องมือใดจากเครื่องมือที่มีมากมายเหล่านั้น นำมาประยุกต์ใช้อย่างไรจึงจะถูกต้อง และเป็นประโยชน์ต่อการทำการตลาดในการทำงานจริง

ด้วยวัตถุประสงค์และรูปแบบการจัดงานดังกล่าว ทางสมาคมผู้ใช้ดิจิทัลไทย (DUGA) จึงขอเรียนเชิญท่านและบุคลากรในหน่วยงานภายใต้สังกัด เข้าร่วมอบรมเชิงปฏิบัติการ (workshop) ในรูปแบบการเรียน Hybrid Learning ซึ่งจะประกอบด้วย การเรียนแบบออนไลน์ (เดินทางมายังสถานที่จัดงาน) และการเรียนแบบออนไลน์ (Zoom Meeting) ตามวัน เวลาและสถานที่ดังกล่าว สำหรับหน่วยงานราชการสามารถเบิกค่าใช้จ่ายในการอบรมสัมมนาจากต้นสังกัดตามระเบียบกระทรวงการคลัง ว่าด้วยค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรม การจัดงาน และการประชุมระหว่างประเทศ พ.ศ. 2549 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ทั้งนี้กรุณาส่งแบบลงทะเบียนการเข้าร่วมอบรมหลักสูตรตามสิ่งที่ส่งมาด้วย 2 สามารถสอบถามรายละเอียดได้ที่ คุณพิมพ์ภัสรา กนิษฐสุต โทร. 02-661-7750 ต่อ 221, 222 และ 223 อีเมล pimphatsara@absolutealliances.com หรือ www.rethinkacademyth.com

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและขอขอบคุณล่วงหน้ามา ณ โอกาสนี้
ขอแสดงความนับถืออย่างสูง

(Signature)

(Signature)
18 กค 65
(ผศ.ดร.วิจิต สุพทร)
รองอธิการบดี

เรียน อธิการบดี

๑) เพื่อโปรดทราบและพิจารณา

๒) เห็นควรมอบ *(Signature)*

(นางสาวกัลยา แสงหาญ)
เลขาธิการสมาคมผู้ใช้ดิจิทัลไทย

(Signature)
18 ก.ค 2565

เรียน คณบดี

- เพื่อโปรดทราบ/นิตยสาร
- เห็นควรมอบ *(Signature)*

(นางสาววิจิตรา ขุนไชยการ)
นักวิชาการศึกษา ปฏิบัติการ

๒๐ ก.ค. ๒๕๖๕

(Signature)
๒๑/๗/๖๕

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 สิ่งที่คุณค่าและสิ่งคมสนใจ การเพิ่มขึ้นอย่างมหาศาลของข้อมูลจะเป็นประโยชน์ในการทำธุรกิจและการตลาด หากธุรกิจสามารถทำการเก็บรวบรวม คัดกรอง และวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อหาแนวทางการนำข้อมูลไปต่อยอด เพื่อสร้างการเติบโตทางธุรกิจได้ ดังนั้นองค์กรจึงต้องยกระดับการทำการตลาด เพื่อที่จะสามารถมัดใจผู้บริโภค ด้วยการทำความเข้าใจ และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างถูกต้อง ถูกที่ และถูกเวลา ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะสำเร็จและเกิดขึ้นได้ หากธุรกิจสามารถยกระดับศักยภาพในการวางแผน การดำเนินการ การเลือกใช้เครื่องมือแบบบูรณาการและการประเมินผลทางการตลาดได้อย่างถูกต้อง 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. ๒๕๕๔ 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
- ธนาคารกสิกรไทย บัญชีออมทรัพย์ สาขา สุขุมวิท 33 (บางกะปิ) เลขที่บัญชี 003-2-42408-4

วิธีการรับใบเสร็จรับเงิน

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

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

เมื่อเข้าอบรมจบคอร์ส Digital Marketing Analytics for Growth ผู้เข้าอบรมจะมีความสามารถในการทำการตลาดดิจิทัล ได้อย่างเชี่ยวชาญ สามารถออกแบบกลยุทธ์ และวางแผนดำเนินงานทางการตลาด ที่สอดคล้องกับองค์กร ด้วยองค์ความรู้ในการ

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

เลขานุการการจัดงาน และบริหารการจัดงานโดย

บริษัท แอ็บโซลูท์ อัลลายแอนซ์ (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.	<p>ส่วนที่ 1 เข้าใจกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing Strategy)</p> <p>Get the foundation right: เริ่มจากความเข้าใจกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลในโลกที่เทคโนโลยีเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว และเข้าใจถึงเหตุผลที่ว่า “ทำไมองค์กรต้องปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่มีผลกระทบกับการทำงานด้านการตลาดในโลกยุคใหม่ (Marketing Transformation) แปรนัยและองค์กรต้องสร้างระบบนิเวศทางการสื่อสารยุคดิจิทัลที่สามารถเชื่อมต่อกับลูกค้าและผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ เราจะเรียนรู้ถึงภาพรวมของ กรอบการดำเนินการสื่อสาร (Communication Operation Framework) พร้อมเครื่องมือดิจิทัล ที่มีส่วนทำให้ในแต่ละขั้นตอนของ กรอบแนวคิดดังกล่าวสมบูรณ์ เริ่มตั้งแต่การเก็บข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล การเพิ่มประสิทธิภาพของการสื่อสารผ่านช่องทางต่าง ๆ ด้วยการตลาดเชิงคาดการณ์ หรือ Predictive Marketing บนเส้นทางประสบการณ์ของลูกค้า (Customer Journey)</p> <ul style="list-style-type: none"> • ทำความรู้จัก Digitization, Digitalization และ Transformation • แนวคิดของการตลาดในโลกยุคใหม่ (Marketing Transformation) • เส้นทางประสบการณ์ของลูกค้า (Customer Journey) <p>โดย: คุณสุภาวดี ดันตยานนท์ Founder Experience Matters Co.Ltd., Former CEO Mulluen Lowe Group Thailand</p>
10.00 – 10.15 น.	พักเบรก
10.15 – 12.00 น.	<p>ส่วนที่ 2 การวางกลยุทธ์ส่วนประสมช่องทางการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing Channel Mix)</p> <p>Get the Mixes right: เรียนรู้ส่วนประสมช่องทางการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing Channel Mix) ตลอดเส้นทางประสบการณ์ของลูกค้า รวมถึงเครื่องมือที่ช่วยวิเคราะห์ช่องทางการตลาดดิจิทัล และตัวชี้วัดที่เกี่ยวข้อง เข้าใจว่า “การปรับปรุงพัฒนาส่วนประสมช่องทางการตลาด จะช่วยยกระดับศักยภาพในการดำเนินธุรกิจอย่างไร และจะใช้เครื่องมือวิเคราะห์ทางการตลาด เพื่อการวางกลยุทธ์ วัดผล และปรับปรุงพัฒนาแคมเปญทางการตลาดได้อย่างไร” พร้อมกรณีศึกษาที่ประสบความสำเร็จในการปรับปรุงพัฒนาส่วนประสมช่องทางการตลาด ได้อย่างมีประสิทธิภาพ</p> <ul style="list-style-type: none"> • ส่วนประสมช่องทางการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing Channel Mix) • ตัวชี้วัดสำหรับการตลาดดิจิทัล • เครื่องมือสำหรับวิเคราะห์ช่องทางการตลาดดิจิทัล • การปรับปรุงพัฒนาส่วนประสมช่องทางการตลาดดิจิทัล <p>โดย: คุณสุภาวดี ดันตยานนท์ Founder Experience Matters Co.Ltd., Former CEO Mulluen Lowe Group Thailand</p>

12.00 – 13.00 น.	รับประทานอาหารกลางวัน
13.00 – 14.30 น.	<p>ส่วนที่ 3 เข้าใจ Predictive Analytics และ Predictive Marketing</p> <p>Predict the future: เข้าใจทฤษฎีความเกี่ยวข้อง และความแตกต่างของการวิเคราะห์เชิงพยากรณ์ (Predictive Analytics) และการตลาดเชิงคาดการณ์ (Predictive Marketing) เรียนรู้ผ่านกรณีศึกษาจากองค์กร ทั้งในระดับประเทศและระดับโลกที่ประสบความสำเร็จจากการทำ Predictive Marketing ทำความเข้าใจระบบนิเวศของการตลาดเชิงคาดการณ์ (Predictive Marketing Ecosystem) และลงมือทำแบบประเมินความพร้อมขององค์กร เพื่อเป็นจุดเริ่มต้นในการทำการตลาดเชิงคาดการณ์ต่อไป</p> <ul style="list-style-type: none"> • เข้าใจ Predictive Analytics และ Predictive Marketing • แนวคิด และกรณีศึกษา ของ Predictive Marketing • ระบบนิเวศของการตลาดเชิงคาดการณ์ (Predictive Marketing Ecosystem) • แหล่งของข้อมูล (Data Source) • การเปลี่ยนแปลงข้อมูล (Data Transform) <p>โดย: คุณสุภาวดี ตันตียนนท์ Founder Experience Matters Co.Ltd., Former CEO Mulluen Lowe Group Thailand</p>
14.30 – 14.45 น.	พักเบรก
14.45 – 16.00 น.	<p>ส่วนที่ 3 เข้าใจ Predictive Analytics และ Predictive Marketing (ต่อ)</p> <ul style="list-style-type: none"> • ระบบวิเคราะห์ข้อมูล และกระบวนการวิเคราะห์เชิงพยากรณ์ (Data Analytics System & Prediction Method) • การประยุกต์ใช้ Predictive Analytics • ระบบสนับสนุนอื่น ๆ • แบบประเมินความพร้อมขององค์กร ในการทำ Predictive Marketing <p>โดย คุณสุภาวดี ตันตียนนท์ Founder Experience Matters Co.Ltd., Former CEO Mulluen Lowe Group Thailand</p>
บทสรุป Day 1	
วันที่ 15 กันยายน 2565	
Day 2	หัวข้อการอบรม
09.00 – 10.30 น.	<p>ส่วนที่ 4 การประยุกต์ใช้ Predictive Marketing บนช่องทางการตลาดต่าง ๆ</p> <p>สามารถเริ่มต้นประยุกต์ทำการตลาดเชิงคาดการณ์ (Predictive Marketing) ภายในองค์กรของผู้เรียนได้ ผ่านการเรียนรู้ถึงกระบวนการวางแผน และการดำเนินการทำ Predictive Marketing บนช่องทางการตลาดต่าง ๆ เข้าใจตัวชี้วัดและประเมินผล การวิเคราะห์ทางสถิติเบื้องต้น (Statistical Analysis) กระบวนการทางด้านข้อมูล (Data Process) และโมเดลการวิเคราะห์การถดถอย (Regression Model) ที่เกี่ยวข้องกับการประยุกต์ใช้ Predictive Marketing บนช่องทางการตลาดต่าง ๆ ผ่านกรณีศึกษา และ Workshop</p>

	<ul style="list-style-type: none"> • การวางแผนเชิงกลยุทธ์สำหรับ Predictive Marketing • กระบวนการทางด้านข้อมูล และโมเดลการพยากรณ์ (Predictive Model) <p>โดย คุณสุภาวดี ตันติยานนท์ Founder Experience Matters Co.Ltd., Former CEO Mulluen Lowe Group Thailand</p>
10.30 – 10.45 น.	พักเบรก
10.45 – 12.00 น.	<p>ส่วนที่ 4 การประยุกต์ใช้ Predictive Marketing บนช่องทางการตลาดต่าง ๆ (ต่อ)</p> <ul style="list-style-type: none"> • การประยุกต์ใช้การตลาดเชิงคาดการณ์บนช่องทางการตลาดต่าง ๆ • Workshop สำหรับ Predictive Marketing <p>โดย: คุณสุภาวดี ตันติยานนท์ Founder Experience Matters Co.Ltd., Former CEO Mulluen Lowe Group Thailand</p>
12.00 – 13.00 น.	รับประทานอาหารกลางวัน
13.00 15.00 น.	<p>ส่วนที่ 5 การเพิ่มอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนทางการตลาด (Return on Investment: ROI) เข้าใจโครงสร้างของแคมเปญ ตลอดเส้นทางการประสบการณ์ของลูกค้า (Customer Journey) และการตัดสินใจในการบริหาร (Management Decision) ที่มีผลกระทบต่ออัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Return on Investment: ROI) สามารถออกแบบแผนการ และกลวิธี ที่สามารถเพิ่มประสิทธิภาพของการทำการตลาด เพื่อเพิ่มอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนได้</p> <ul style="list-style-type: none"> • การบริหารจัดการแคมเปญทางการตลาด • สูตรคำนวณ อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Return on Investment: ROI) • การเพิ่มประสิทธิภาพ การวางแผนการลงทุนทางการตลาดสำหรับผู้จัดการ • คำแนะนำสำหรับการประยุกต์ใช้ภายในองค์กร <p>โดย: คุณสุภาวดี ตันติยานนท์ Founder Experience Matters Co.Ltd., Former CEO Mulluen Lowe Group Thailand</p>
15.00 – 15.15 น.	พักเบรก
15.15 – 17.00 น.	<p>ส่วนที่ 6 อนาคตของโลกการตลาดดิจิทัล (The Future of Digital Marketing)</p> <p>Master the future: กรณีศึกษาของการนำปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) และ Machine Learning มาประยุกต์ใช้ในการตลาดดิจิทัล และเตรียมพร้อมสำหรับอนาคตของโลกการตลาดดิจิทัล ผ่านกรณีศึกษา และบทความวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำไปประยุกต์ใช้สำหรับโอกาสในอนาคต</p> <ul style="list-style-type: none"> • AI และ Machine Learning ในโลกของการตลาดดิจิทัล • อนาคตของการตลาด (Future of Marketing): AI, Metaverse, Behaviour Science <p>โดย: สุภาวดี ตันติยานนท์ Founder Experience Matters Co.Ltd., Former CEO Mulluen Lowe Group Thailand</p>

หลักสูตรการตลาดดิจิทัล และการวิเคราะห์ข้อมูลอย่างมีแบบแผน รุ่น 2

วันที่ 14 - 15 กันยายน 2565

ณ โรงแรมเบอร์เคียว กรุงเทพ สุขุมวิท 24 (BTS พร้อมพงษ์ ทางออก 4)

Illegals



ลงทะเบียนเรียนแบบ Online 2 ท่านขึ้นไป เพียงท่านละ 12,733 บาท จากปกติ 1 ท่าน 14,873 บาท ลงทะเบียนตั้งแต่วันนี้ - 26 สิงหาคม 2565

ครอบครัวและชุมชนในไทยต้องยอมรับ

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ท่านต้องการเข้าร่วม

THE

[illegible]

อาหาร: ☐ ปกติ ☐ ขาดสาร ☐ มังสวิรัติ

2. ⁴⁵ 2006-07-01

E-mail _____
Tel./Fax _____

ภาษา: ☐ ปกติ ☐ ภาษา ☐ อังกฤษ

[illegible]

นาย.....

นางสาว.....เขต.....จังหวัด.....วิทยาลัย.....

[illegible]

ข้าพเจ้านายสุภาวดี นามสกุลและนามสกุลการลงทะเบียนได้ครบถ้วน (ปะทะพิมพ์) จาก และหน่วยงานสนับสนุน เพื่อวัตถุประสงค์ในการ
แจ้งยืนยันผลการลงทะเบียนดำเนินการขอรับใบสำคัญการขึ้นทะเบียน

THE UNIVERSITY OF CHICAGO PRESS

☐ Yes ☒ No
NAME _____
ADDRESS _____
CITY _____ STATE _____ ZIP _____

 02-001-750 616 22/222
 +60 02-001-7131
 F: 02-001-7131
 E: impin@alpha@corporeality.com
 www.rathinacademyth.com

 สมาคมผู้สื่อข่าวไทย DUGA

 edugathailand

วิธีการลงทะเบียน


1. ทรูकार्डจะระบุชื่อชื่อบุคคลตามแบบฟอร์มการลงทะเบียน พร้อมแนบเอกสารการชำระเงิน (Pay in slip) ส่งกลับทันที (whatsapp) 02-6617757 หรือ (อีเมล) pimphatsoatso@solutesalliances.com, tongyodso@solutesalliances.com และ Manashtano@solutesalliances.com หรือจะลงทะเบียนได้ที่ www.rexthailandcitymyth.com ภายในวันที่ 31 สิงหาคม 2565
 2. เมื่อได้รับรหัสจะแจ้งชื่อโครงการเรียบร้อยแล้ว รหัสเข้าจะเปิดเป็นการเฉพาะเพื่อใช้ในการเข้ามาได้ 3 วัน หากไม่ได้รับการยืนยันกรุณาติดต่อบริษัทได้ทันที หมายเลข 02-6617757 ต่อ 221, 222 และ 223
 3. สำหรับผู้บริหารสามารถสามารถเปิดค่าลงทะเบียนตามระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมการดำเนินงานและการประชุมระหว่างประเทศ พ.ศ. 2549 และสามารถลดหย่อนภาษี ณ ที่จ่าย 1 %
 4. สำหรับผู้บริหารเอกชน (private) - ที่อยู่ได้ทุกจุดที่ได้ลงทะเบียนเอกสาร ก.พ.20 ของบริษัท) และสามารถหักภาษี ณ ที่จ่าย 3 % (กรณีไม่ประสงค์ขอล้างเงินบริจาคภาษีหัก ณ ที่จ่าย 3 % จะต้องจ่ายค่าลงทะเบียนเต็มจำนวน)
 5. รับใบเสร็จรับเงินเป็นหลักฐานการหักภาษี ณ ที่จ่ายหักภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา (โปรดตรวจสอบค่าส่งค่าส่งผ่านบริษัทก่อนหักภาษี)
 6. การออกใบสัปดาห์การลงทะเบียน จะสมบูรณ์ได้ต้องแจ้งในเอกสารบันทึกการขึ้นทะเบียน และทำการกรอกเอกสารภาคผนวก 7 วันทำการ
- สำหรับวันขึ้นทะเบียน (ผู้จัดงานสามารถจะได้รับค่าลงทะเบียนคืนและเอกสารหักภาษีที่ส่งได้รับเอกสารคืน)


การชำระเงิน

สามารถชำระเป็นเช็ค หรือ โอนเงินผ่านธนาคาร (Pay to) เข้าบัญชี สั่งจ่ายในนาม

ที่อยู่ บริษัท เอเชียโซลูทส์ (ประเทศไทย) จำกัด
เลขที่ 159/21 อาคารเสริมมิตร ทาวเวอร์ ชั้น 14 ห้อง 1401
ถนนสุขุมวิท 21 (อโศก) แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา
กรุงเทพมหานคร 10110
เลขประจำตัวผู้เสียภาษี 0105545083803

ธนาคารกรุงไทย สาขาอาคารเสริมมิตร
บัญชีออมทรัพย์ 085-0-12124-8

 ธนาคารกรุงเทพ สาขานนทบุรี
บัญชีออมทรัพย์ 925-0-07304-7


รณการกสิกรไทย สาขาสุมวิท 33 (บางกะปิ)
บัญชีออมทรัพย์ 003-2-42408-4

รายละเอียดการดำเนินงาน 1 งาน	จำนวนเงิน	ภาษีมูลค่าเพิ่ม	ยอดรวมภาษีมูลค่าเพิ่ม	ภาษี หัก ณ ที่จ่าย	ยอดหักภาษี ณ ที่จ่าย
รายการ / วัสดุ-ค่าจ้าง	16,900	1,183	18,083	169	17,914
จัดซื้อแบบ หักภาษีลดค่าไป	16,900	1,183	18,083	507	17,576
รายละเอียดการดำเนินงาน 2 งาน					
รายการ / วัสดุ-ค่าจ้าง	13,900	1,043	15,943	149	15,794
จัดซื้อแบบ หักภาษีลดค่าไป	13,900	1,043	15,943	447	15,496

หมายเหตุ: ผู้ที่ราชทานส่วยหัวเมืองประเทจีนเป็นผู้เสิกรตลอดทั้ง 2 วัน สาธารณชน/ชา กภาพ ชาติกรากงัน และเทศารประกอบเทารัฐมทา

ประเภทผลิตภัณฑ์	จำนวน	ราคาต่อหน่วย	มูลค่ารวม	ส่วนแบ่งการตลาด	ส่วนแบ่งกำไร	ส่วนแบ่งกำไรต่อหน่วย
ประเภทผลิตภัณฑ์ 1	1,000	100	100,000	10%	10,000	10,000
ประเภทผลิตภัณฑ์ 2	2,000	50	100,000	20%	20,000	20,000
ประเภทผลิตภัณฑ์ 3	3,000	33.33	100,000	30%	30,000	30,000
ประเภทผลิตภัณฑ์ 4	4,000	25	100,000	40%	40,000	40,000
ประเภทผลิตภัณฑ์ 5	5,000	20	100,000	50%	50,000	50,000
ประเภทผลิตภัณฑ์ 6	6,000	16.67	100,000	60%	60,000	60,000
ประเภทผลิตภัณฑ์ 7	7,000	14.29	100,000	70%	70,000	70,000
ประเภทผลิตภัณฑ์ 8	8,000	12.5	100,000	80%	80,000	80,000
ประเภทผลิตภัณฑ์ 9	9,000	11.11	100,000	90%	90,000	90,000
ประเภทผลิตภัณฑ์ 10	10,000	10	100,000	100%	100,000	100,000