

8.1.1

rethink
ACADEMY

มหาวิทยาลัยบูรพา	
รับที่	05067
วันที่	19 ก.ค. 2565
เวลา	11.19
Co-Hosted By:	



DUGA
The Digital Technology User Group Association
www.duga.or.th

สดท.ว270/2565

วันที่ 6 กรกฎาคม 2565

เรื่อง ขอเรียนเชิญเข้าร่วมอบรมเชิงปฏิบัติการหลักสูตรกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล และการวิเคราะห์ข้อมูลอย่างมีแบบแผน รุ่น 2 (Hybrid Learning)

เรียน อธิการบดีมหาวิทยาลัยบูรพา

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 เพื่อให้นักการตลาดเลือกใช้ อย่างไรก็ตามสิ่งที่ท้าทาย คือ ควรเลือกใช้เครื่องมือใดจากเครื่องมือที่มีมากมายเหล่านั้น นำมาประยุกต์ใช้อย่างไรจึงจะถูกต้อง และเป็นประโยชน์ต่อการทำการตลาดในการทำงานจริง

ด้วยวัตถุประสงค์และรูปแบบการจัดงานดังกล่าว ทางสมาคมผู้ใช้ดิจิทัลไทย (DUGA) จึงขอเรียนเชิญท่านและบุคลากรในหน่วยงานภายใต้สังกัด เข้าร่วมอบรมเชิงปฏิบัติการ (workshop) ในรูปแบบการเรียน Hybrid Learning ซึ่งจะประกอบด้วย การเรียนแบบออฟไลน์ (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

(นางสาวกัลยา แสงหาบุญ)

เรียน รองอธิการบดีฝ่ายวิจัยและนวัตกรรม

ด้วย สมาคมผู้ใช้ดิจิทัลไทย (DUGA) ขอเรียนเชิญเข้าร่วมอบรมเชิงปฏิบัติการหลักสูตรกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล และการวิเคราะห์ข้อมูลอย่างมีแบบแผน รุ่น 2 (Hybrid Learning) ในวันที่ ๑๔ - ๑๕ กันยายน ๒๕๖๕ ณ โรงแรมเมอร์เคียว กรุงเทพฯ สุขุมวิท ๒๔ หรือ อบรมออนไลน์ผ่าน Zoom Meeting

จึงเรียนมาเพื่อ

๑. เพื่อโปรดทราบ

๒. และเห็นควรเผยแพร่ให้ทราบทั่วกันและสามารถดาวน์โหลดหนังสือได้ที่

<https://docshare.buu.ac.th>

ดำเนินการตามเสนอ

๑๔ ก.ค. ๒๕๖๕

๑๔ ก.ค. ๒๕๖๕ ๑๑:๑๕น.

๑๔ ก.ค. ๒๕๖๕ บก.บว

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 สิ่งที่คุณค่าและสังคมนใจ การเพิ่มขึ้นอย่างมหาศาลของข้อมูลจะเป็นประโยชน์ในการทำธุรกิจและการตลาด หากธุรกิจสามารถทำการเก็บรวบรวม คัดกรอง และวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อหาแนวทางการนำข้อมูลไปต่อยอด เพื่อสร้างการเติบโตทางธุรกิจได้ ดังนั้นองค์กรจึงต้องยกระดับการทำการตลาด เพื่อที่จะสามารถเข้าใจผู้บริโภค 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	15,943.00	149.00	15,794.00	1%
บริษัทเอกชนหรือบุคคลทั่วไป	14,900.00	1,043.00	15,943.00	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	13,803.00	129.00	13,674.00	1%
บริษัทเอกชนหรือบุคคลทั่วไป	12,900.00	903.00	13,803.00	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. ๒๕๕๙ และที่แก้ไขเพิ่มเติม

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

วิธีชำระค่าลงทะเบียน

1. กรอกรายละเอียดตามแบบฟอร์มการลงทะเบียน
2. แนบเอกสารการชำระเงิน (Pay in slip) ส่งกลับไปที่ 02-661-7757 (แฟกซ์อัตโนมัติ) หรือ อีเมล Pimphatsara@absolutealliances.com
3. 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) และกรณานำใบหักภาษี ณ ที่จ่าย (ถ้ามี) มายื่น ณ จุดลงทะเบียน หมายเหตุ: สามารถชำระค่าลงทะเบียนก่อนวันที่ 31 สิงหาคม 2565 และการยกเลิกการลงทะเบียนจะสมบูรณ์ต้องแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรเท่านั้น และทำการยกเลิกก่อน 7 วันทำการก่อนวันสัมมนา (ผู้ร่วมสัมมนาจะไม่ได้รับค่าลงทะเบียนคืนแต่คงสิทธิ์ที่จะได้รับกระเปาะและเอกสารประกอบการสัมมนา)

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

เมื่อเข้าอบรมจบคอร์ส Digital Marketing Analytics for Growth ผู้เข้าอบรมจะมีความสามารถในการทำการตลาดดิจิทัลได้อย่างเชี่ยวชาญ 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.	ส่วนที่ 1 เข้าใจกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing Strategy) Get the foundation right: เริ่มจากความเข้าใจกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลในโลกที่เทคโนโลยีเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว และเข้าใจถึงเหตุผลที่ว่า “ทำไมองค์กรต้องปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่มีผลกระทบกับการทำงานด้านการตลาดในโลกยุคใหม่ (Marketing Transformation แบรินด์และองค์กรต้องสร้างระบบนิเวศทางการสื่อสารยุคดิจิทัลที่สามารถเชื่อมต่อกับลูกค้าและผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ เราจะเรียนรู้ถึงภาพรวมของ กรอบการดำเนินการสื่อสาร (Communication Operation Framework) พร้อมเครื่องมือดิจิทัล ที่มีส่วนทำให้ในแต่ละขั้นตอนของ กรอบแนวคิดดังกล่าวสมบูรณ์ เริ่มตั้งแต่การเก็บข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล การเพิ่มประสิทธิภาพของการสื่อสารผ่านช่องทางต่าง ๆ ด้วยการตลาดเชิงคาดการณ์ หรือ Predictive Marketing บนเส้นทางการประสบการณ์ของลูกค้า (Customer Journey) • ทำความรู้จัก Digitization, Digitalization และ Transformation • แนวคิดของการตลาดในโลกยุคใหม่ (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 ดันติยานนท์ 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 ดันติยานนท์ 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 ผ่านการเรียนรู้ถึงกระบวนการวางแผน 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 บนช่องทางการตลาดต่าง ๆ (ต่อ) • การประยุกต์ใช้การตลาดเชิงคาดการณ์บนช่องทางการตลาดต่าง 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 ตลอดเส้นทางประสบการณ์ของลูกค้า (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: กรณีศึกษาของการนำปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) และ Machine Learning มาประยุกต์ใช้ในการตลาดดิจิทัล และเตรียมพร้อมสำหรับอนาคตของโลกการตลาดดิจิทัล ผ่านกรณีศึกษา 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

หลักสูตรการตลาดดิจิทัล และการวิเคราะห์ข้อมูลอย่างมีแบบแผน รุ่น 2

วันที่ 14 - 15 กันยายน 2565

ณ โรงแรมเบอร์เคย์ว กรุงเกว สุขุมวิท 24 (BTS พร้อมพงษ์ ทางออก 4)

ไปรษณีย์พิเศษ



ลงทะเบียนเรียนแบบ Online 2 ล้านขึ้นไป เพียงท่านละ 12,733 บาท จากปกติ 1 ล้าน 14,873 บาท ลงทะเบียนตั้งแต่วันที่ - 26 สิงหาคม 2565

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ท่านต้องการเข้าร่วม

☐ แบบ Offline ☐ แบบ Online

[illegible][illegible]

(เขียนสัทอักษรไทย)

$\frac{1}{\sqrt{2}} \begin{pmatrix} 1 & i \\ 0 & 1 \end{pmatrix}$

E-mail
Tel.
Fax

(เขียนตัวพิมพ์ใหญ่)

นาม - ☐ ปกติ ☐ สาธารณ ☐ มังสวิรัติ

เลขประจำตัวผู้เสียภาษี 13 หลัก (หมายเลข)

☐ ดำเนินภายในไทย ☐ ต่างชาติ

ชื่อ.....
 ที่อยู่(สำหรับออกใบเสร็จ)เลขที่..... ถนน.....

แขวง.....เขต.....จังหวัด.....รหัสไปรษณีย์.....

[illegible][illegible]

www.thinkacademy.com

www.csbcr.com

23.66 02-661-7757

to see them to

f สนับสนุนการสอน PUGA
LINE @educatethailand

5. **การนำวัสดุธรรมชาติมาทำตุ๊กตาสัตว์**

www.lacoste.com

ลกะเบี่ยนเรียนแบบ On-Site 2 กำนขึ้นไป เพียงกานละ 15,943 บาท จากปกติ 1 กำน 18,083 บาท ลกะเบี่ยนตั้งแตวันนี้ - 26 สิงหาคม 2565

อัตราค่าลงทะเบียน On-Site

รายละเอียดของรายการ	จำนวนเงิน	ภาษีมูลค่าเพิ่ม	ยอดรวมภาษีมูลค่าเพิ่ม	ภาษี หัก ณ ที่จ่าย	ยอดรวมภาษี หัก ณ ที่จ่าย
รายการ / รายการอื่น ๆ	16,900	1,183	18,083	169	17,914
รวมยอด ภาษีมูลค่าเพิ่ม	16,900	1,183	18,083	507	17,576
รายละเอียดของรายการอื่น ๆ	13,900	1,043	15,943	149	15,794
รวมยอด ภาษีมูลค่าเพิ่ม	13,900	1,043	15,943	447	15,496

หมายเหตุ: อัตราค่าขนส่งสำหรับรถจักรยานยนต์ 2-3 วัน อัตรา 774/ชา กับฟ อัตรา 774/ชา และเอกสารประกอบในการจัดส่ง

บัตรนำชม: เปิด Online

ประเภทผลิตภัณฑ์	จำนวน	ราคาต่อหน่วย	มูลค่ารวม	ส่วนแบ่งการตลาด
ผลิตภัณฑ์ประเภท 1	1,000	1.00	1,000	1%
ผลิตภัณฑ์ประเภท 2	1,000	1.00	1,000	1%
ผลิตภัณฑ์ประเภท 3	1,000	1.00	1,000	1%
ผลิตภัณฑ์ประเภท 4	1,000	1.00	1,000	1%
ผลิตภัณฑ์ประเภท 5	1,000	1.00	1,000	1%
ผลิตภัณฑ์ประเภท 6	1,000	1.00	1,000	1%
ผลิตภัณฑ์ประเภท 7	1,000	1.00	1,000	1%
ผลิตภัณฑ์ประเภท 8	1,000	1.00	1,000	1%
ผลิตภัณฑ์ประเภท 9	1,000	1.00	1,000	1%
ผลิตภัณฑ์ประเภท 10	1,000	1.00	1,000	1%

วิธีการลงทะเบี่ยน

1. กรณีการลงชื่อขอตกลงแบบพร้อมกันการลงจะเป็น พร้อมแบบเอกสารกรสรเงิน (Pay in slip) ส่งกลับมาที่ (Email) D2-6617757 หรือ (line) pimphatsaraogabsolutelalliances.com, lanyagabsolutelalliances.com และ Manashanokabsolutelalliances.com หรือจะเป็นออนไลน์ www.rethinkacademyth.com ภายในวันที่ 31 สิงหาคม 2565
 2. เมื่อได้รับรายละเอียดการลงจะเป็น วิธีที่จะยืนยันการลงจะเป็นให้ทราบภายใน 3 วัน หากไม่ได้รับการยืนยันกรุณาดัดข้อขักรัก
 3. สำหรับข้าราชการ สามารถเปิดบัญชีเป็นกระแสรงการลงเป็นด้วยที่ใช้งานในการฝึกอบรมการลงเป็นและการประชุมระหว่างประเทศ พ.ศ. 2549 และสามารถใช้หักภาษี ณ ที่จ่าย 1 %
 4. สำหรับบริษัทเอกชน (กรณีที่อยู่ถูกต้องถึงได้ตรงกันเอกสาร พ.ศ.20 ของบริษัท) และสามารถหักภาษี ณ ที่จ่าย 3 % (กรณีไม่มีใบแจ้งส่งมอบการหัก ภาษี ณ ที่จ่าย 3 % จะต้องชำระค่าภาษีเป็นเงินจำนวน)
 5. รับไปรษณีย์บริษัทจาก กรุณา ไม่หักภาษี ณ ที่จ่าย (ถ้าเป็นบริษัท ณ จุดลงทะเบียนเงิน (โปรดกรอกข้อเท็จจริง) สำหรับบริษัท (ส่วนอื่น)
- การยกเลิกการลงเป็นเงิน จะสามารถขอเงินคืนและสามารถหักภาษีได้ทันที และหักการลงเป็นเงิน 7 วันทำการ
- ก่อนรับเงิน (ส่วนอื่น) การลงเป็นเงินจะได้รับเงินหักภาษีได้ (ส่วนอื่น) การลงเป็นเงิน

การชำระเงิน

สามารถชำระเป็นเช็ค หรือ โอนเงินผ่านธนาคาร (Pay In) เข้าบัญชี สิ่งง่ายในนาม

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

00101 45000000

เลขประจำตัวผู้เสียภาษี 0105545083803



ธนาคารกรุงไทย สาขาอาคารเสรีมนิตร
บัญชีออมทรัพย์ 085-0-12124-8



ธนาคารกรุงเทพ สาขานนทบุรี โทร. ๐๒-๕๖๑๖๖๖
 ๐๒-๕๖๑๖๖๖



ธนาคารกสิกรไทย สาขาสุขุมวิท 33 (บางกอก=0)
บัญชีออมทรัพย์ 003-2-42408-4