

วันที่ 6 กรกฎาคม 2565

เรื่อง ขอเรียนเชิญเข้าร่วมอบรมเชิงปฏิบัติการหลักสูตรกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล และการวิเคราะห์ข้อมูลอย่างมีแบบแผน รุ่น 2 (Hybrid Learning)

เรียน อธิการบดีมหาวิทยาลัยสวนดุสิต

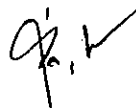
สิ่งที่แนบมาด้วย 1.รายละเอียดหลักสูตรและกำหนดการ 2.แบบลงทะเบียน

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 เพื่อให้ให้นักการตลาดเลือกใช้ อย่างไรก็ตามสิ่งที่ท้าทาย คือ ควรเลือกใช้เครื่องมือใดจากเครื่องมือที่มีมากมายเหล่านั้น นำมาประยุกต์ใช้อย่างไรจึงจะถูกต้อง และเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนการตลาดในการทำงานจริง

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

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและขอขอบคุณล่วงหน้ามา ณ โอกาสนี้
ขอแสดงความนับถืออย่างสูง



(นางสาวกัลยา แสงหาบุญ)
เลขาธิการสมาคมผู้ใช้ดิจิทัลไทย

Co-Hosted By:



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

มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

เลขที่รับ

๑๐๙.

วันที่

๒๐ ก.ค. ๖๕.

เวลา

16.31 น.

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 และสังคมสนใจ 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
- เพื่อกำหนดตัวชี้วัดเพื่อประเมินผลการดำเนินงานและคิดค้นกลยุทธ์ที่จะสามารถเพิ่มอัตราส่วนผลตอบแทนจากการลงทุน
- (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. ๒๕๕๙ และที่แก้ไขเพิ่มเติม

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

วิธีชำระค่าลงทะเบียน

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

Co-Hosted By:

rethink
ACADEMY



DUGA
Digital Marketing Institute of Thailand
www.duga.ac.th

- ธนาคารกรุงเทพ บัญชีออมทรัพย์ สาขานนทบุรี เลขที่บัญชี 925-0-07304-7
- ธนาคารกสิกรไทย 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 (ผู้ร่วมสัมมนาจะไม่ได้รับค่าลงทะเบียนคืนแต่คงสิทธิ์ที่จะได้รับกระเป๋าและเอกสารประกอบการสัมมนา)

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 อีลลายนซ์ (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 แปรนตร์และองค์กรต้องสร้างระบบนิเวศทางการสื่อสารยุคดิจิทัลที่สามารถเชื่อมต่อกับลูกค้าและผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ เราจะเรียนรู้ถึงภาพรวมของ กรอบการดำเนินการสื่อสาร (Communication Operation Framework) พร้อมเครื่องมือดิจิทัล ที่มีส่วนทำให้ในแต่ละขั้นตอนของกรอบแนวคิดดังกล่าวสมบูรณ์ 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 ตันติยานนท์ 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 ● การปรับปรุงพัฒนาการส่วนประสมช่องทางการตลาดดิจิทัล <p>โดย: คุณสุภาวดี ตันติยานนท์ 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) เรียนรู้ผ่านกรณีศึกษา จากองค์กร ทั้งในระดับประเทศและระดับโลกที่ประสบความสำเร็จจากการทำ Predictive Marketing ทำความเข้าใจระบบนิเวศของการตลาดเชิงคาดการณ์ (Predictive Marketing Ecosystem) และลงมือ ทำแบบประเมินความพร้อมขององค์กร 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 ดันตียนนท์ 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 ดันตียนนท์ Founder Experience Matters Co.Ltd., Former CEO Mulluen Lowe Group Thailand</p>
วันที่ 15 กันยายน 2565	
Day 2	หัวข้อการอบรม
09.00 – 10.30 น.	<p>ส่วนที่ 4 การประยุกต์ใช้ Predictive Marketing บนช่องทางทางการตลาดต่าง ๆ</p> <p>สามารถเริ่มต้นประยุกต์ทำการตลาดเชิงคาดการณ์ (Predictive Marketing) ภายในองค์กรของผู้เรียนได้ ผ่านการเรียนรู้ถึงกระบวนการวางแผน และการดำเนินการทำ Predictive Marketing บนช่องทาง การตลาดต่าง ๆ เข้าใจตัวชี้วัดและประเมินผล การวิเคราะห์ทางสถิติเบื้องต้น (Statistical Analysis) กระบวนการทางด้านข้อมูล (Data Process) และโมเดลการวิเคราะห์การถดถอย (Regression Model) ที่เกี่ยวข้องกับการประยุกต์ใช้ Predictive Marketing บนช่องทางทางการตลาดต่าง ๆ ผ่านกรณีศึกษา และ Workshop</p>

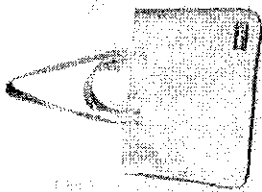
	<ul style="list-style-type: none"> • การวางแผนเชิงกลยุทธ์สำหรับ Predictive Marketing • กระบวนการทางด้านข้อมูล และโมเดลการพยากรณ์ (Predictive Model) <p>โดย คุณสุภาวดี ตันตียนนท์ Founder Experience Matters Co.Ltd., Former CEO Mulluen Lowe Group Thailand</p>
10.30 – 10.45 น.	พักเบรก
10.45 – 12.00 น.	<p>ส่วนที่ 4 การประยุกต์ใช้ Predictive Marketing บนช่องทางทางการตลาดต่าง ๆ (ต่อ)</p> <ul style="list-style-type: none"> • การประยุกต์ใช้การตลาดเชิงคาดการณ์บนช่องทางทางการตลาดต่าง ๆ • Workshop สำหรับ Predictive Marketing <p>โดย: คุณสุภาวดี ตันตียนนท์ 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 ตลอดเส้นทางประสบการณ์ของลูกค้า (Customer Journey) และการตัดสินใจในการบริหาร (Management Decision) ที่มีผลกระทบต่ออัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Return on Investment: ROI) สามารถออกแบบแผนการ และกลยุทธ์ ที่สามารถเพิ่มประสิทธิภาพของการทำการตลาด เพื่อเพิ่มอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนได้</p> <ul style="list-style-type: none"> • การบริหารจัดการแคมเปญทางการตลาด • สูตรคำนวณ อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Return on Investment: ROI) • การเพิ่มประสิทธิภาพ การวางแผนการลงทุนทางการตลาดสำหรับผู้จัดการ • คำแนะนำสำหรับการประยุกต์ใช้ภายในองค์กร <p>โดย: คุณสุภาวดี ตันตียนนท์ 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 ตันตียนนท์ Founder Experience Matters Co.Ltd., Former CEO Mulluen Lowe Group Thailand</p>

หลักสูตรกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล และภาวะวิเคราะห์ข้อมูลอย่างมีแบบแผน รุ่น 2 Digital Marketing Analytics for Growth Course 2

วันที่ 14 - 15 กันยายน 2565

ณ โรงแรมเมอร์เคียว กรุงเทพมหานคร สุขุมวิท 24 (BTS พร้อมพงษ์ ทางออก 4)

ใบยืนยันสิทธิ์



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

การขอรับใบยืนยันสิทธิ์เรียนออนไลน์

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ท่านต้องการเข้าร่วม
 แบบ Offline แบบ Online

1. ชื่อ.....นามสกุล.....ตำแหน่ง.....
E-mail:

อาชีพ: ปกติ ขาดงาน มั่งคั่งร่ำรวย

2. ชื่อ.....นามสกุล.....ตำแหน่ง.....
E-mail:

อาชีพ: ปกติ ขาดงาน มั่งคั่งร่ำรวย

เลขประจำตัวผู้เสียภาษี 13 หลัก (หรือเลขงาน)

หน่วยงาน..... ที่อยู่(สำหรับขอใบเสร็จ)สาขาที่.....จังหวัด.....
แขวง.....

โทรศัพท์..... โทรสาร..... ผู้ประสานงาน.....

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

เรียน.....

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

02-561-7550 ต่อ 221222 โทร +66 02-561-7757 Email: rethink@rethinkacademy.com www.rethinkacademy.com

Facebook: [rethinkacademy](https://www.facebook.com/rethinkacademy) @rethinkacademy

แบบลงทะเบียน

ลงทะเบียนเรียนแบบ On-Site 2 ท่านขึ้นไป เพียงท่านละ 15,943 บาท
จากปกติ 1 ท่าน 18,083 บาท ลงทะเบียนตั้งแต่วันที่ - 26 สิงหาคม 2565

บัตรค่าลงทะเบียน On-Site

ประเภท/ผู้ลงทะเบียน	จำนวนคน	ค่าลงทะเบียน	ค่าลงทะเบียนสุทธิ	ค่าลงทะเบียนสุทธิต่อคน	ค่าลงทะเบียนสุทธิต่อคน	ค่าลงทะเบียนสุทธิต่อคน
ประเภท/ผู้ลงทะเบียน 3 ท่าน	15,900	1,183	18,083	169	17,914	1%
ประเภท/ผู้ลงทะเบียน 2 ท่าน	16,500	1,183	18,083	507	17,576	3%
ประเภท/ผู้ลงทะเบียน 1 ท่าน	13,900	1,043	15,943	149	15,794	1%
ประเภท/ผู้ลงทะเบียน 1 ท่าน	13,900	1,043	15,943	447	15,496	3%

หมายเหตุ: ค่าใช้จ่ายรวมทั้งของเบ็ดเตล็ด 2 วัน สัปดาห์แรก หากมีอาหารกลางวัน และเอกสารประกอบการเรียน

บัตรค่าลงทะเบียน Online

ประเภท/ผู้ลงทะเบียน	จำนวนคน	ค่าลงทะเบียน	ค่าลงทะเบียนสุทธิ	ค่าลงทะเบียนสุทธิต่อคน	ค่าลงทะเบียนสุทธิต่อคน	ค่าลงทะเบียนสุทธิต่อคน
ประเภท/ผู้ลงทะเบียน 3 ท่าน	14,900	1,043	15,943	149	15,794	1%
ประเภท/ผู้ลงทะเบียน 2 ท่าน	14,900	1,043	15,943	447	15,496	3%
ประเภท/ผู้ลงทะเบียน 1 ท่าน	12,900	903	13,803	129	13,674	1%
ประเภท/ผู้ลงทะเบียน 1 ท่าน	12,900	903	13,803	387	13,416	3%

วิธีการลงทะเบียน

- ลงทะเบียนเรียนแบบ Online: ส่งใบยืนยันสิทธิ์เรียนออนไลน์ พร้อมแบบฟอร์มการลงทะเบียน (Pay form) ส่งกลับมาที่ (โทรฟรี) 02-5617757 หรือ (ผ่านบลูทูป) rethink@rethinkacademy.com, myrethink@rethinkacademy.com และ Marketing@rethinkacademy.com
- ลงทะเบียนเรียนแบบ On-Site: www.rethinkacademy.com ภายในวันที่ 31 สิงหาคม 2565
- ผู้ยืนยันสิทธิ์เรียนแบบ Online: ส่งใบยืนยันสิทธิ์เรียนออนไลน์ พร้อมแบบฟอร์มการลงทะเบียน (Pay form) ส่งกลับมาที่ (โทรฟรี) 02-5617757 หรือ (ผ่านบลูทูป) rethink@rethinkacademy.com, myrethink@rethinkacademy.com และ Marketing@rethinkacademy.com
- ชำระเงินมัดจำก่อนเรียน (กรณีซื้อบัตรก่อนเรียน) - กรณีที่ผู้ลงทะเบียนแบบ Online: 30% ของค่าลงทะเบียน และกรณีเรียนแบบ On-Site: 50% ของค่าลงทะเบียน
- กรณีผู้ลงทะเบียนแบบ On-Site: 50% ของค่าลงทะเบียน และกรณีเรียนแบบ Online: 30% ของค่าลงทะเบียน
- กรณีผู้ลงทะเบียนแบบ On-Site: 50% ของค่าลงทะเบียน และกรณีเรียนแบบ Online: 30% ของค่าลงทะเบียน

การชำระเงิน

สามารถชำระเป็นเช็ค หรือ โอนเงินเข้าธนาคาร (Pay to) เข้าบัญชี ชื่อบัญชีธนาคาร (ธนาคารไทย) จำกัด เลขที่ 199/71 สาขาเสริมมิตร ถนนเพชรบุรี 14 คลองเตย กรุงเทพมหานคร 21 (โอนค่า) เลขที่บัญชีของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเมืองทองธานี กรุงเทพมหานคร 10100

เลขประจำตัวผู้เสียภาษี: 0105545083903

