หลักสูตร Digital Marketing Strategies รุ่นที่ 7

วันที่ 3 - 4 สิงหาคม 2567 | เวลา 09:00 - 17:00 น. | เรียนสดออนไลน์ผ่าน ZOOM

1. Course Description | รายละเอียดหลักสูตร:

สัมมนา Digital Marketing Strategies คือ สัมมนาเข้มข้น 2 วันในการให้ความรู้ผู้เรียนเพื่อสร้างสรรค์กลยุทธ์และวิธีการทางธุรกิจเพื่อการเติบโตอย่างมั่นคง ด้วยการปูพื้นฐานความเข้าใจในการทำการตลาดออนไลน์เชิงกลยุทธ์ การลงมือทำ ข้อควรระมัดระวัง และกรณีศึกษาต่างๆ เพื่อเป้าหมายในการบูรณาการผู้เรียนเพื่อนำไปใช้สร้างผลลัพธ์ทางธุรกิจ

2. Intended Learning Outcomes (ILOs) | ผลลัพธ์มุ่งหวังของหลักสูตร

1. ผู้เรียนเข้าใจกระบวนการและขั้นตอนในการตลาดออนไลน์ ทั้งในเชิงทฤษฎีและเชิงปฏิบัติการ เพื่อนำไปสู่การสร้างผลลัพธ์ทางธุรกิจได้อย่างมีแนวทาง
2. ผู้เรียนสามารถเข้าใจองค์ประกอบการวางกลยุทธ์การตลาด ลงมือปฏิบัติใช้จริง และประเมินผลการดำเนินการทางการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ
3. ผู้เรียนสามารถใช้เครื่องมือทางการตลาดในการวิเคราะห์ผลแคมเปญ (Campaign) การตลาดขององค์การได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. Topics and Sub-Topics | หัวข้อหลักและหัวข้อย่อย

ชื่อหัวข้อ	ชื่อหัวข้อย่อย
Digital Marketing Strategies Overview ภาพรวมกลยุทธ์การตลาดออนไลน์	▪ **Fundamental Marketing |** ปูพื้นฐานความเข้าใจการตลาดเบื้องต้น ▪ **Strategic Marketing: Choose what NOT to do |** กลยุทธ์การตลาดและการจัดสรรทรัพยากรและลำดับความสำคัญ ▪ **Strategy Models for Digital Marketing |** โมเดลกลยุทธ์รูปแบบต่างๆ ข้อดีและข้อเสียในการดำเนินการ ▪ **Artificial Intelligence for Marketing |** การใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการทำการตลาดให้มีประสิทธิภาพและลดค่าใช้จ่าย
Start with WHY ทำไมลูกค้าถึงต้องเลือกซื้อจากคุณ?	▪ **Why You? |** ทำไมลูกค้าถึงต้องเลือกคุณ ▪ **Job to be Done |** ความเข้าใจผลลัพธ์ที่ลูกค้าคาดหวังจากสินค้า/ บริการของคุณ ▪ **Marketing Myopia |** ขยายความเป็นไปได้ให้กลยุทธ์การตลาดเพื่อการนำเสนอรูปแบบใหม่ๆ
Understand Your Customer เข้าใจลูกค้าของคุณ	▪ **Customer Avatar |** รู้จักตัวตนและความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ▪ **Demographic |** หลักการกำหนดกลุ่มเป้าหมายด้วยหลักประชากรศาสตร์ ▪ **Psychographics |** หลักการกำหนดกลุ่มเป้าหมายด้วยหลักประชากรศาสตร์ ▪ **Decision Making |** หลักการกำหนดกลุ่มเป้าหมายด้วยวิธีการตัดสินใจ ▪ **Pain Point |** หลักการจำแนกกลุ่มเป้าหมายด้วยปัญหาที่กลุ่มเป้าหมายคุณมี
Define Your Unique Selling Proposition กำหนดจุดแข็ง/ จุดขายธุรกิจคุณ	▪ **3C Model |** การสำรวจและคัดเลือกจุดขายที่สร้างความโดดเด่นเหนือธุรกิจอื่นๆ ในอุตสาหกรรม ▪ **Features VS Benefits |** ความแตกต่างระหว่าง คุณสมบัติ และ คุณประโยชน์ ▪ **Deep Benefit |** การเข้าใจคุณประโยชน์เชิงลึกที่กลุ่มเป้าหมายต้องการ ▪ **Articulate Your Benefit |** การสร้างคุณประโยชน์ที่สะท้อนความต้องการลูกค้า ▪ **Avoid Pain VS Gain Benefits |** ความแตกต่างระหว่างการสร้างจุดขายที่แก้ปัญหาให้กับกลุ่มเป้าหมาย หรือ สร้างจุดขายที่ทำให้กลุ่มเป้าหมายมีความต้องการ

Content Marketing การตลาดสายคอนเทนต์	▪ **Content Formats |** การสร้างรูปแบบของคอนเทนต์ที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย ▪ **5 Ways to make Content that Converts + AI Leverage |** 5 แนวทางในการสร้างคอนเทนต์ที่ทำยอดขายได้กับธุรกิจ โดยการใช้ AI Application แบบต่างๆ
Offer & Promotion สร้างข้อเสนอและโปรโมชั่น	▪ **Offers VS Promotion |** ความแตกต่างระหว่างข้อเสนอ และโปรโมชั่น ▪ **Tactics for Creating Offers |** กลวิธีในการสร้างข้อเสนอ ▪
Marketing Allocation การจัดสรรงบการตลาด	▪ **Goal (5 W + 1 H) |** วิธีการตั้งเป้าหมายทางการตลาดด้วย 5W + 1H ▪ **Identify Channel |** การกำหนดช่องทางการตลาดที่สอดคล้องกับเป้าหมาย ▪ **Budget & Benchmark |** การจัดสรรงบประมาณ และการวางมาตรฐาน ▪ **Projected ROI |** การวางเกณฑ์ผลตอบแทนจากการทำการตลาด
Repeating Sales การทำให้ลูกค้ากลับมาซื้อซ้ำ	▪ **Collecting Data for Marketing |** หลักการจัดเก็บข้อมูลเพื่อนำไปใช้สร้างยอดขายที่มากขึ้น ▪ **Loyalty Program for Digital Marketing |** การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าระยะยาว

4. Speakers | วิทยากร:

สำหรับสัมมนา Digital Marketing Strategies จะถูกจัดขึ้นในวันที่ 3 - 4 สิงหาคม 2567 | เวลา 09:00 - 17:00 น. | เรียนสดออนไลน์ผ่าน ZOOM ดำเนินการสอนโดย:

1. **ผศ. ดร. ดิสสทัต ประเสริฐสกุล** - อาจารย์ประจำ วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยมหิดล และผู้เชี่ยวชาญด้านการวางกลยุทธ์ธุรกิจ
2. **คุณ ชัชวาล เดชาโรจนภัทท์** - อดีต CMO บริษัท ฟินันเซีย ไซรัส จำกัด (มหาชน) และอาจารย์ด้าน Digital Media Buying ให้แก่องค์กรชั้นนำ

5. Learning Format | รูปแบบการเรียนรู้:

หลักสูตร Digital Marketing Strategies จะถูกจัดในรูปแบบการสอนผ่านทางออนไลน์แบบ Virtual Interactive ที่ผู้เรียนสามารถเรียนได้จากทุกที่ทั่วประเทศไทย และสามารถสื่อสารกันได้แบบ Real – Time ดังนั้น จะมีทั้งการเรียนรู้ในรูปแบบ Lecture Based (การเรียนผ่านการเลคเชอร์) และ Workshop Based (การทำกิจกรรมเวิร์คช็อป) ตลอดทั้งหลักสูตร

6. Certificate of Completion | การได้รับประกาศนียบัตร:

ผู้เข้าร่วมหลักสูตรจะได้รับใบประกาศนียบัตรออกโดย บริษัท แพน โฟ จำกัด และ วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยมหิดล โดยจะต้องมีเกณฑ์ดังต่อไปนี้:

เกณฑ์ในการรับใบประกาศนียบัตร	การผ่านเกณฑ์
การเข้าเรียน	80% ของเวลาเรียนทั้งหมด

โดยผู้เรียนจะได้รับใบประกาศนียบัตรเป็นไฟล์ downloadable .PDF ผ่านทางอีเมล

7. Participants & Ex- Students | ผู้เรียนที่เคยผ่านการอบรม:

❖ ผู้เคยผ่านการอบรมมีตำแหน่งและสายงานดังต่อไปนี้:

Marketing Director	Vice-President	Managing Director
Senior Digital Marketing Specialist	Digital Marketing Officers	E-Commerce Supervisor
Digital Marketing Manager	Marketing Coordinator	และอื่นๆ อีกมากมาย
Content Marketing Manager	Product Owner	

❖ ผู้เคยผ่านการอบรม มีโปรไฟล์และรูปแบบธุรกิจดังนี้:

สื่อมัลติมีเดีย	สินค้าเพื่อสุขภาพ	เอเจนซี่การตลาด
โรงเรียนและสถาบันศึกษา	สินค้าทางการเกษตรแปรรูป	ที่ปรึกษาด้านธุรกิจ
อสังหาริมทรัพย์	อุปกรณ์ก่อสร้าง	การเงินและการบัญชี
ร้านอาหาร	สินค้าอุปโภคบริโภค	โรงแรมและการท่องเที่ยว

❖ ผู้เคยผ่านการอบรมมาจากพื้นที่หลากหลายในประเทศไทย อาทิ:

กรุงเทพมหานคร	สงขลา	ปทุมธานี
เชียงใหม่	ราชบุรี	ภูเก็ต
สุรินทร์	นครปฐม	นครศรีธรรมราช
มุกดาหาร	ขอนแก่น	สปป. ลาว

8. Registration Fees | ค่าสมัครอบรม

หลักสูตร Digital Marketing Strategies เปิดให้ลงทะเบียนแก่ผู้ที่สนใจในการทำการตลาดออนไลน์มีค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมอบรมทั้งสิ้น 7,900 บาท (ราคานี้ไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม 7%) โดยผู้สนใจสามารถกรอกรายละเอียดได้ในฟอร์มที่แนบมาไว้ในเอกสารฉบับนี้ หรือผ่านทางเว็บไซต์ **https://panpho.co/dms** ปิดลงทะเบียนวันที่ 31 กรกฎาคม 2567

ทั้งนี้ หากบริษัทมีความประสงค์ในการรับใบแจ้งหนี้สำหรับชำระค่าอบรมหลักสูตร สามารถกรอกรายละเอียดได้ที่ **https://panpho.com/quotation** หรือ LINE: @PANPHO เพื่อทำการติดต่อกับทีมงานที่ดูแลหลักสูตร