

สตท.ว033/2566

วันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2566

เรื่อง ขอเรียนเชิญเข้าร่วมอบรมเชิงปฏิบัติการหลักสูตรกลยุทธ์การสร้างประสบการณ์ลูกค้า (CX) เนือระดับ

เรียน อธิบดีกรมการพัฒนาชุมชน

สิ่งที่แนบมาด้วย 1.รายละเอียดหลักสูตรและกำหนดการ 2.แบบลงทะเบียน

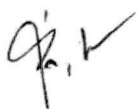
ด้วยกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (MDES) และสมาคมผู้ใช้ดิจิทัลไทย เป็นเจ้าภาพร่วมในงาน Rethink Academy 2023 ได้กำหนดจัดอบรมเชิงปฏิบัติการหลักสูตรกลยุทธ์การสร้างประสบการณ์ลูกค้า (CX) เนือระดับ (Breakthrough Customer Experience (CX) Strategy Course) ในวันที่ 11 – 12 พฤษภาคม 2566 ณ โรงแรมเมอร์เคียว กรุงเทพฯ สุขุมวิท 24 (BTS สถานีพร้อมพงษ์ ทางออก 4)

ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กร คือ การสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่ลูกค้าขององค์กรผ่านทางกลยุทธ์ในรูปแบบต่าง ๆ การดำเนินการธุรกิจที่ชัดเจนทั้งในภาครัฐและเอกชน กลยุทธ์ที่ใช้ การจัดการประสบการณ์ลูกค้าโดยการกำหนดและหาวิธีการประเมินผลเพื่อการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า จะช่วยลดต้นทุนและเพิ่มคุณค่าของธุรกิจให้น่าสนใจ ต้องอาศัยความเข้าใจในเรื่องมนุษย์หรือลูกค้า และความเข้าใจในเรื่องพฤติกรรมของลูกค้ามาวิเคราะห์ข้อมูล ต้องทำให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการได้อย่างรวดเร็วและง่ายที่สุด การทำงานอย่างต่อเนื่องเพื่อให้บริการที่ดีขึ้นและตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้มากที่สุด มีหลายวิธีที่จะรวบรวมและใช้ประโยชน์จากข้อมูลของลูกค้านำมาวิเคราะห์ วางแผน เพื่อสร้างผลลัพธ์ที่ดีให้กับลูกค้าและองค์กร

ด้วยวัตถุประสงค์และรูปแบบการจัดงานดังกล่าว ทางสมาคมผู้ใช้ดิจิทัลไทย (DUGA) จึงขอเรียนเชิญท่านและบุคลากรในหน่วยงานภายใต้สังกัด เข้าร่วมอบรมเชิงปฏิบัติการหลักสูตรการบริหารการเปลี่ยนแปลงเชิงกลยุทธ์ขั้นสูง ตามวันเวลาและสถานที่ดังกล่าว โดยผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ สามารถเบิกจ่ายค่าลงทะเบียนจากต้นสังกัด ได้ตามระเบียบกระทรวงมหาดไทย ว่าด้วยค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมและการเข้ารับการฝึกอบรมของเจ้าหน้าที่ท้องถิ่น พ.ศ.2557 ข้อ 28 (2) สำหรับหน่วยงานราชการสามารถเบิกค่าใช้จ่ายในการอบรมสัมมนาจากต้นสังกัดตามระเบียบกระทรวงการคลัง ว่าด้วยค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรม การจัดงาน และการประชุมระหว่างประเทศ พ.ศ. 2549 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ทั้งนี้กรุณาส่งแบบลงทะเบียนการเข้าร่วมอบรมหลักสูตรตามสิ่งที่ส่งมาด้วย2 สามารถสอบถามรายละเอียดได้ที่ คุณพิมพ์ภัทรา กนิษฐสุด โทร. 02-661-7750 ต่อ 221 และ 223 อีเมล pimphatsara@absolutealliances.com หรือ www.rethinkacademyth.com

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและขอขอบคุณล่วงหน้ามา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถืออย่างสูง



(นางสาวกัลยา แสงหาบุญ)

เลขาธิการสมาคมผู้ใช้ดิจิทัลไทย

กรมการพัฒนาชุมชน	
เลขรับ.....	4865
วันที่.....	- 9 มี.ค. 2566
Co-Hosted By:	11.4x
เวลา.....	
 DUGA Thai Digital Technology User Group Association สมาคมผู้ใช้ดิจิทัลไทย	
สถาบันการพัฒนาชุมชน	
เลขรับที่.....	852
วันที่.....	09 มี.ค. 2566
เวลา.....	12.13x
ศูนย์วิทยุสื่อสาร	กทศ.6
เลขรับที่.....	
วันที่.....	
เวลา.....	

หลักสูตรกลยุทธ์การสร้างประสบการณ์ลูกค้า (CX) เหนือระดับ Breakthrough Customer Experience (CX) Strategy Course

ที่มาและความสำคัญ

ปัญหาสำคัญประการหนึ่งในปัจจุบันคือการที่องค์กรต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นองค์กรที่ก่อตั้งมานาน หรือองค์กรใหม่ก็ตาม ต้องประสบคือ การพยายามสร้างการขับเคลื่อนเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล หรือ Digital Transformation การสรรหากลยุทธ์ใหม่ ๆ เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน รวมไปถึง ปัญหาการนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้เป็นเครื่องมือในการแข่งขันกับคู่แข่งในตลาด นอกจากนั้นแล้ว ในปัจจุบันนี้ ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กรและองค์กรส่วนใหญ่ใช้เป็นเครื่องมือในการแข่งขันกันอย่างดุเดือด คือ การสร้างประสบการณ์ที่ดีเลิศให้แก่ลูกค้าขององค์กรผ่านทางกลยุทธ์ประสบการณ์ลูกค้ารูปแบบเฉพาะต่าง ๆ ดังนั้น การเผชิญกับปัญหาต่าง ๆ ข้างต้นนั้น องค์กรจำเป็นต้องมีความความเข้าใจเรื่องกลยุทธ์เกี่ยวกับลูกค้าอย่างลึกซึ้ง โดยกลยุทธ์ดังกล่าวประกอบไปด้วย องค์ประกอบใหญ่ 2 องค์ประกอบด้วยกัน กล่าวคือ ความเข้าใจในเรื่องมนุษย์หรือลูกค้า และ ความเข้าใจในเรื่องข้อมูลพฤติกรรมของลูกค้า

สาระสำคัญของหลักสูตร

หลักสูตรกลยุทธ์การสร้างประสบการณ์ลูกค้าที่ก้าวล้ำ (Breakthrough Customer Experience (CX) Strategy) นี้ เป็นหลักสูตรการเรียนรู้อย่างเข้มข้น โดยเน้นการวิจัยและการปฏิบัติ และใช้ระยะเวลาทั้งสิ้น 2 วัน ซึ่งเนื้อหาของหลักสูตรจะเป็นการนำเสนอวิธีการประยุกต์ศาสตร์และศิลป์ของหลักการตลาดยุคใหม่ (Marketing 5.0) การจับสัญญาณของแนวโน้มผู้บริโภค (Consumer Trends Radar) เศรษฐศาสตร์พฤติกรรม (Behavioral Economics) โดยเฉพาะแนวคิด การสะกดความคิดสะกดพฤติกรรม (Nudge) และ การจูงใจ (Persuasion) เข้ากับ จิตวิทยาอคติหรือความลำเอียงในการตัดสินใจ (Cognitive Biases) ทั้งสำหรับผู้นำและสำหรับนักการตลาด เพื่อนำมาพัฒนากลยุทธ์ด้านการตลาดเชิงนวัตกรรมที่ช่วยสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันผ่านการสร้างสรรค์คุณค่ารูปแบบต่าง ๆ ให้แก่ลูกค้า

หลักสูตรมุ่งให้ผู้เข้ารับการอบรมได้ศึกษาปัจจัยการเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐศาสตร์ดิจิทัล การเปลี่ยนแปลงระหว่างลูกค้าและแบรนด์ ซึ่งผลของการเปลี่ยนแปลงนี้ก่อให้เกิดคุณค่าใหม่ ๆ ในใจลูกค้า การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงระหว่างธุรกิจไปยังลูกค้าและการขับเคลื่อนลูกค้าใหม่โดยอาศัยอิทธิพลของลูกค้าเดิม การสร้างโอกาสและคุณค่าใหม่ ๆ ให้แก่ธุรกิจ โดยอาศัยการคิดนอกกรอบเกี่ยวกับการสร้างสรรค์ช่องทางปฏิสัมพันธ์ (Touchpoints) ใหม่ให้แก่ลูกค้า เพื่อก่อให้เกิดประสบการณ์ลูกค้าที่ดี หลักการประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence - AI) และการเรียนรู้ของเครื่องด้วยข้อมูล (Machine Learning - ML) รวมถึง เทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น ความเป็นจริงเสริม (Augmented Reality - AR) และนวัตกรรมอื่น ๆ เพื่อยกระดับประสบการณ์ของลูกค้า แนะนำเทคนิคการเก็บข้อมูลในภาคสนามและการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องมือคิดด้วยภาพ (Visual Thinking) เพื่อก่อให้เกิดความเข้าใจในข้อมูลเชิงลึกของลูกค้า รวมไปถึงแนะนำเครื่องมืออื่น ๆ ที่สามารถช่วยให้องค์กรกลายเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Change Agent) และ นักออกแบบทางเลือก (Choice Architect) ที่สามารถจัดวางองค์ประกอบต่าง ๆ ของสภาพแวดล้อมที่จะมีการตัดสินใจเกิดขึ้นตามความตั้งใจและสามารถออกแบบประสบการณ์ของลูกค้าเชิงดิจิทัลเพื่อปรับเปลี่ยนให้องค์กรสามารถเข้าสู่วัฒนธรรมที่ตอบรับกับการเปลี่ยนแปลงทางด้านต่าง ๆ อยู่เสมอ และสามารถประยุกต์ใช้และประสานนวัตกรรมใหม่ให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าได้

วัตถุประสงค์และประโยชน์คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ผู้บริหารระดับสูงของหน่วยงานสามารถพัฒนากลยุทธ์ด้านการตลาดเชิงนวัตกรรมที่ช่วยสร้างรายได้เปรียบเทียบการแข่งขันผ่านการสร้างสรรค์คุณค่ารูปแบบต่าง ๆ ให้แก่ลูกค้า ผ่านการศึกษาและทำความเข้าใจศาสตร์และศิลปการตลาดยุคใหม่ที่ทันสมัย รวมถึงแนวคิดจิตวิทยาและแนวคิดเศรษฐศาสตร์เชิงพฤติกรรมต่าง ๆ
2. เพื่อให้ผู้บริหารระดับสูงของหน่วยงานสามารถออกแบบและบริหารประสบการณ์ลูกค้าผ่านการเพิ่มพูนความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีอัจฉริยะต่าง ๆ ที่สามารถนำมาใช้สร้างโอกาสและคุณค่าใหม่ ๆ ให้แก่ธุรกิจ รวมถึงสามารถสร้างทักษะในการออกแบบสภาพแวดล้อมที่จะมีการตัดสินใจและการออกแบบทางเลือกสำหรับลูกค้า ที่จะช่วยยกระดับประสบการณ์ของลูกค้าเชิงดิจิทัล
3. เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้บริหารระดับสูงมีการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ระหว่างองค์กร วิสัยทัศน์ และประสบการณ์ระหว่างผู้บริหารระดับสูงที่เข้ารับการศึกษาร่วมกันเพื่อพัฒนาวิสัยทัศน์ในการกำหนดนโยบายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดกลยุทธ์การสร้างประสบการณ์ลูกค้าเหนือระดับ

กลุ่มเป้าหมาย

ผู้บริหารองค์กรระดับสูงที่ต้องรับผิดชอบงานด้านกลยุทธ์และการตลาด ทั้งในภาครัฐ ภาคเอกชน และรัฐวิสาหกิจ ในทุกกลุ่มอุตสาหกรรม อาทิ ด้านการศึกษา ด้านสาธารณสุข ด้านสินค้าอุปโภคบริโภค ด้านพลังงาน และกลุ่มอุตสาหกรรมอื่น ๆ รวมถึงผู้ประกอบการและผู้บริหารองค์กรธุรกิจที่อยู่มาอย่างยาวนาน รวมไปถึงธุรกิจรูปแบบสตาร์ทอัพที่ต้องการเพิ่มพูนทักษะและศักยภาพในการวิเคราะห์และการคาดเดา เหตุการณ์ในอนาคตที่อาจส่งผลกระทบต่อองค์กร เพื่อวางแผนกลยุทธ์การสร้างประสบการณ์ให้กับลูกค้าให้สอดคล้องกับการรับมือ ให้ทันกับความเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ

ระยะเวลาและสถานที่ในการอบรม

วันที่ 11 – 12 พฤษภาคม 2566 ณ โรงแรมเมอร์เคียว แบงค็อก สุขุมวิท 24 (BTS สถานีพร้อมพงษ์ ทางออก 4)

งบประมาณค่าใช้จ่าย

อัตราค่าลงทะเบียนเรียนรูปแบบ Offline

รายละเอียด (สำหรับลงทะเบียน 1 ท่าน)	ยอดก่อน Vat.	ภาษีมูลค่าเพิ่ม	ยอดรวมภาษีมูลค่าเพิ่ม	ภาษีหัก ณ ที่จ่าย	ยอดหลังหักภาษี ณ ที่จ่าย	
ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	16,900.00	1,183.00	18083.00	169.00	17,914.00	1%
บริษัทเอกชนหรือบุคคลทั่วไป	16,900.00	1,183.00	18083.00	507.00	17,576.00	3%
รายละเอียด (สำหรับลงทะเบียน 2 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 3 ท่านขึ้นไป)	ยอดก่อน Vat.	ภาษีมูลค่าเพิ่ม	ยอดรวมภาษีมูลค่าเพิ่ม	ภาษีหัก ณ ที่จ่าย	ยอดหลังหักภาษี ณ ที่จ่าย	
ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	13,900.00	973.00	14873.00	139.00	14,734.00	1%
บริษัทเอกชนหรือบุคคลทั่วไป	13,900.00	973.00	14873.00	417.00	14,456.00	3%

สำหรับหน่วยงานข้าราชการโดยผู้เข้ารับการอบรมสามารถเบิกค่าใช้จ่ายในการศึกษาอบรมตามระเบียบกระทรวงมหาดไทยว่าด้วย ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมและการเข้ารับการฝึกอบรมของเจ้าหน้าที่ท้องถิ่น พ.ศ. ๒๕๕๓ ข้อ ๒๘ (๑) และข้าราชการสามารถเบิกค่าลงทะเบียนตามระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมการจัดงานและการประชุมระหว่างประเทศ พ.ศ. ๒๕๕๔ และที่แก้ไขเพิ่มเติม และสำหรับหน่วยงานเอกชน สามารถติดต่อขอรับ Invoice ใบแจ้งหนี้หรือใบเสนอราคา เพื่อทำการเบิกจ่ายกับทางต้นสังกัดได้ที่อีเมล 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 แอ็บโซลูท์ อัลลายแอนซ์ (ประเทศไทย) จำกัด
 - ธนาคารกรุงไทย บัญชีออมทรัพย์ สาขาการทางพิเศษแห่งประเทศไทย เลขที่บัญชี 085-0-12124-8
 - ธนาคารกรุงเทพ บัญชีออมทรัพย์ สาขานนอศกมนตรี เลขที่บัญชี 925-0-07304-7
 - ธนาคารกสิกรไทย บัญชีออมทรัพย์ สาขา สุขุมวิท 33 (บางกะปิ) เลขที่บัญชี 003-2-42408-4

หมายเหตุ: สามารถชำระค่าลงทะเบียนก่อนวันที่ 27 เมษายน 2566 และการยกเลิกการลงทะเบียนจะสมบูรณ์ต้องแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรเท่านั้น และทำการยกเลิกก่อน 7 วันทำการ ก่อนวันสัมมนา (ผู้ร่วมสัมมนาจะไม่ได้รับค่าลงทะเบียนคืนแต่คงสิทธิ์ที่จะได้รับกระเป๋าสตางค์และเอกสารประกอบการสัมมนา)

เลขานุการการจัดงาน และบริหารการจัดงานโดย : บริษัท แอ็บโซลูท์ อัลลายแอนซ์ (ประเทศไทย) จำกัด

หลักสูตรกลยุทธ์การสร้างประสบการณ์ลูกค้า (CX) เน้นระดับ
Breakthrough Customer Experience (CX) Strategy Course

11 พฤษภาคม 2566

Day 1	หัวข้อการอบรม
09:00 – 10:25 น.	หัวข้อที่ 1 Marketing 5.0 - Marketing 5.0 ภาพการตลาดในอนาคต และ ผลกระทบของเทคโนโลยีที่จะมีต่อพฤติกรรมและประสบการณ์ของลูกค้า รวมถึงผลกระทบที่มีต่อการทำตลาด - Predictive Marketing - Contextual Marketing - Augmented Marketing กิจกรรม: แลกเปลี่ยนเป้าหมายการออกแบบประสบการณ์ลูกค้าขององค์กรของท่านขององค์กรในปัจจุบัน
10:40 – 12:00 น.	หัวข้อที่ 2 The New Era of Customer Experience - Customer & Market Focus: ทำความรู้จักตัวตนและความต้องการของลูกค้าผ่าน Customer Journey Map - Case Studies: เรียนรู้จากกรณีศึกษา - เทคโนโลยี AI, ML เทคโนโลยีและเครื่องมือ Data Management Tools อื่น ๆ ที่ช่วยเสริมประสบการณ์ของลูกค้า กิจกรรม: Data Management Tools mapping with Customer Experience Journey
13:00 – 14:25 น.	หัวข้อที่ 3 Introduction to Visual Thinking for Consumer Insights การใช้เครื่องมือ Visual Decoder เพื่อช่วยแก้ปัญหาทางธุรกิจ และ ทำความเข้าใจข้อมูลเชิงลึก - หลักการคิดด้วยภาพ Visual thinking คืออะไร และทำไมถึงจำเป็น เพื่อการมองเห็นลูกค้าด้วยสายตาภายใน (Seeing inner-sights) - ตัวอย่างการใช้ Visual Thinking ขององค์กรระดับโลก - ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับกลยุทธ์การเก็บข้อมูลเพื่อก่อให้เกิดความเข้าใจในข้อมูลเชิงลึกของลูกค้า - ทำความรู้จักเครื่องมือ Visual Decoder - วิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องด้วยโหมดการเห็นแบบ Who / What ด้วยการใช้ภาพเค้าโครง (Portrait) - การเห็นน้ำหนักและจำนวนด้วยโหมดการเห็นแบบ How much ด้วยการใช้ภาพกราฟ (Graph) แบบต่างๆ เช่น การวาดกราฟแท่ง เส้นแนวโน้ม การเปรียบเทียบขนาด - การเห็นความสัมพันธ์ ตำแหน่ง และสถานที่ด้วยโหมดการเห็นแบบ Where ด้วยการใช้ภาพในกลุ่มแผนที่ (Map) ทั้ง Physical Map และ Conceptual Map กิจกรรม: - กิจกรรม Who & What

	2. กิจกรรม How much 3. กิจกรรม Where
14:40 – 16:00 น.	หัวข้อที่ 3 การใช้เครื่องมือ Visual Decoder เพื่อช่วยแก้ปัญหาทางธุรกิจ และ ทำความเข้าใจข้อมูลเชิงลึก (ต่อ) ● การเห็นการเปลี่ยนแปลงด้านมิติของเวลาต่อปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นด้วยโหมด When ด้วยการใชภาพกลุ่มเส้นเวลา (Timeline) กิจกรรม: 1. Connecting Moments: การสร้างประสบการณ์ที่พิเศษอย่างมีประสิทธิภาพ 2. กิจกรรม Customer Experience Journey & Need Stage
สรุปวันที่ 1 & Reflection	
12 พฤษภาคม 2566	
Day 2	หัวข้อการอบรม
09:00 – 10:25 น.	หัวข้อที่ 4 การจับสัญญาณของแนวโน้มผู้บริโภค (Consumer Trends Radar) ● องค์ประกอบของเทรนด์ (Elements of Trends): พื้นฐานของความต้องการ (Basic of Needs), ตัวขับเคลื่อนความเปลี่ยนแปลง (Driver of Change), และ นวัตกรรม (Innovations) ● พื้นฐานของความต้องการ (Basic of Needs) - วิเคราะห์พื้นฐานของความต้องการ โดยอ้างอิงหลักการ Maslow's Hierarchy of Needs และ Manfred Max-Neef's Fundamental Human Needs เพื่อให้เข้าใจเหตุผลที่แท้จริงเบื้องหลังการตัดสินใจซื้อสินค้าของลูกค้า ● ตัวขับเคลื่อนความเปลี่ยนแปลง (Driver of Change) - ทำความรู้จัก ความเปลี่ยนแปลงมหัพภาค (Shifts) ซึ่งกำหนดทิศทางของเทรนด์ และ สิ่งกระตุ้นการเปลี่ยนแปลง (Triggers) ซึ่งส่งผลต่อวิธีคิดและทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ ● นวัตกรรม (Innovations) - ทำความรู้จักนวัตกรรมประเภทต่าง ๆ ซึ่งไม่จำกัดอยู่เพียงแค่นวัตกรรมสินค้าและบริการ แต่ยังรวมถึง แนวคิดธุรกิจ แนวทางการตลาด ฯลฯ กิจกรรม: ● Opportunity Sweet Spot ● กิจกรรม Consumer Trends Radar
10:40 – 12:00 น.	หัวข้อที่ 5 Consumer Trends Canvas ● หลักการในการวิเคราะห์ลูกค้าเพื่อกำหนดโอกาสทางธุรกิจจากเทรนด์ (what, where, when) โดยพิจารณาจาก 3 มิติ จากภายในองค์กร ได้แก่ 1. ประเภทของนวัตกรรมที่เหมาะสมกับธุรกิจในปัจจุบัน 2. ความเร่งด่วน และ 3. ความมุ่งมั่นที่จะสร้างโอกาสธุรกิจใหม่ กิจกรรม: Consumer Trends Canvas
13:00 – 14:25 น.	หัวข้อที่ 6 การสะกิดความคิดสะกิดพฤติกรรม (Nudge) จิตวิทยาอคติหรือความลำเอียงในการตัดสินใจ (Cognitive Biases) และ การจูงใจ (Persuasion) ● ทฤษฎีการตัดสินใจของสมอง 2 ระบบ (System 1, System 2) และสมองแบบคิดเร็ว คิดช้า (Thinking Fast & Slow)

	• เศรษฐศาสตร์พฤติกรรม กับ การตัดสินใจซื้อของมนุษย์ และเทคนิคการจูงใจ • จิตวิทยาอคติหรือความลำเอียงในการตัดสินใจ (Cognitive Biases) สำหรับผู้นำ และสำหรับ นักการตลาด กิจกรรม: Consumer Trends Canvas
14:40 – 16:00 น.	หัวข้อที่ 7 Designing Customer Experience Strategy • การประยุกต์เนื้อหาทั้งหมด เพื่อออกแบบกลยุทธ์การสร้างประสบการณ์ลูกค้า กิจกรรม: ระดมสมอง + นำเสนองาน • กิจกรรมการสะกิด – โครงการ “พุงนี้ฉันจะบริจาคมากขึ้น”
สรุปวันที่ 2	
1) Key takeaways 2) Reflection	

วิทยากร โดย:



ดร.ศิริกัญ โปตะวนิช

ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด และ การคิดด้วยภาพ (Visual Thinking)
อาจารย์ประจำ วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
วิทยากรและที่ปรึกษาด้านธุรกิจและการสื่อสารทางธุรกิจให้กับหน่วยงานรัฐและเอกชน
วิทยากรที่ได้รับการรับรองจากหลักสูตร The Back of the Napkin ที่ใช้หลักการ Visual Thinking
ของ Dan Roam ซึ่งใช้ในองค์กรชั้นนำทั่วโลก
Producer โฆษณาและรายการทีวี



ผศ. ดร.มยุรี ศรีกุลวงศ์

ผู้เชี่ยวชาญด้านการขับเคลื่อนเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล การตลาดดิจิทัล และการจัดการการ
เรียนรู้ อาจารย์ประจำ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย อาจารย์พิเศษ
บัณฑิตวิทยาลัยและวิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
กรรมการ คณะกรรมการ Digital Economy หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย
ที่ปรึกษา ด้านการขับเคลื่อนเปลี่ยนแปลงสู่ดิจิทัล ให้กับหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนชั้นนำ



ดร.อรรถศิษฐ์ พัฒนะศิริ

ผู้เชี่ยวชาญด้านการขับเคลื่อนเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล และ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในองค์กร
รองผู้อำนวยการสำนักคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ และอาจารย์ประจำวิทยาลัย
นวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
อาจารย์พิเศษ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ที่ปรึกษาหน่วยงานภาครัฐในโครงการเกี่ยวกับการสร้างนวัตกรรม

หลักสูตรกลยุทธ์การสร้างประสบการณ์ลูกค้า (CX) เหนือระดับ
Breakthrough Customer Experience (CX) Strategy Course

วันที่ 11 - 12 พฤษภาคม 2566

ณ โรงแรมเมอร์เคียว กรุงเทพฯ สุขุมวิท 24 (BTS สถานีพร้อมพงษ์ ทางออก 4)

โปรโมชั่นพิเศษ

ได้รับกระเป๋าผ้าแคนวาส
พร้อมใบประกาศนียบัตร



การชำระเงิน

สามารถชำระเป็นเช็ค หรือ โอนเงินผ่านธนาคาร
(Pay In) เข้าบัญชี สั่งจ่ายในนาม

ที่อยู่บริษัท แอ็บโซลูท อัลลายแอนซ์ (ประเทศไทย) จำกัด
เลขที่ 159/21 อาคารเสริมมิตร ทาวเวอร์ ชั้น 14 ห้อง 1401
ถนนสุขุมวิท 21 (อโศก) แขวงคลองเตยเหนือเขตวัฒนา
กรุงเทพฯ 10110

เลขประจำตัวผู้เสียภาษี 0105545083803



ธนาคารกรุงไทย สาขาการทางพิเศษแห่งประเทศไทย
บัญชีออมทรัพย์ 085-0-12124-8



ธนาคารกรุงเทพ สาขานนทบุรี
บัญชีออมทรัพย์ 925-0-07304-7



ธนาคารสกลนคร สาขาสุขุมวิท 33 (บางกะปิ)
บัญชีออมทรัพย์ 003-2-42408-4

กรอกรายละเอียดให้ถูกต้องและชัดเจน

ลงทะเบียนตั้งแต่วันที่ - 20 เมษายน 2566

ลงทะเบียน 2 ท่าน ท่านละ 15,943 บาท จากปกติ 1 ท่าน 18,083 บาท
ลงทะเบียน 3 ท่านขึ้นไป ท่านละ 14,873 บาท จากปกติ 1 ท่าน 18,083 บาท

** รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม **

อัตราค่าลงทะเบียนแบบ On-Site

รายละเอียด (สำหรับลงทะเบียน 1 ท่าน)	ก่อน VAT	ภาษีมูลค่าเพิ่ม	รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม	หักภาษี ณ ที่จ่าย	หลังหักภาษี ณ ที่จ่าย	
ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	16,900	1,183	18,083	169	17,914	1%
บริษัทเอกชน/บุคคลทั่วไป	16,900	1,183	18,083	507	17,576	3%
รายละเอียด (สำหรับลงทะเบียน 2 ท่าน)	ก่อน VAT	ภาษีมูลค่าเพิ่ม	รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม	หักภาษี ณ ที่จ่าย	หลังหักภาษี ณ ที่จ่าย	
ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	14,900	1,043	15,943	149	15,794	1%
บริษัทเอกชน/บุคคลทั่วไป	14,900	1,043	15,943	447	15,496	3%
รายละเอียด (สำหรับลงทะเบียน 3 ท่าน)	ก่อน VAT	ภาษีมูลค่าเพิ่ม	รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม	หักภาษี ณ ที่จ่าย	หลังหักภาษี ณ ที่จ่าย	
ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	13,900	973	14,873	139	14,734	1%
บริษัทเอกชน/บุคคลทั่วไป	13,900	973	14,873	417	14,456	3%

วิธีการลงทะเบียน

1. กรอกรายละเอียดตามแบบฟอร์มการลงทะเบียน พร้อมแนบเอกสารการชำระเงิน (Pay in slip) ส่งกลับไปที่ (แฟกซ์) 02-6617757 หรือ (อีเมล) pimphatsara@absolutealliances.com และ Manashanok@absolutealliances.com หรือลงทะเบียนออนไลน์ได้ที่ www.rethinkacademyth.com
2. สามารถชำระค่าลงทะเบียนล่วงหน้า ภายในวันที่ 27 เมษายน 2566
3. การยกเลิกการลงทะเบียน จะสมบูรณ์ต้องแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรเท่านั้น!! และทำการยกเลิก ก่อน 7 วันทำการก่อนวันอบรม (ผู้เข้าร่วมอบรมจะไม่ได้รับค่าลงทะเบียนคืน แต่คงสิทธิ์ที่จะได้รับเอกสารการอบรม กระเป๋าผ้าแคนวาส)

1. ชื่อ.....นามสกุล.....ตำแหน่ง.....

E-mail Tel.มือถือ

(อีเมลตัวพิมพ์ใหญ่)

อาหาร : ☐ ปกติ ☐ งดอาหาร ☐ มังสวิรัติ

2. ชื่อ.....นามสกุล.....ตำแหน่ง.....

E-mail Tel.มือถือ

(อีเมลตัวพิมพ์ใหญ่)

อาหาร : ☐ ปกติ ☐ งดอาหาร ☐ มังสวิรัติ

เลขประจำตัวผู้เสียภาษี 13 หลัก (หน่วยงาน) ☐ สำนักงานใหญ่ ☐ สาขาที่.....

หน่วยงาน.....ที่อยู่(สำหรับออกใบเสร็จ)เลขที่.....ถนน.....

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

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

ข้าพเจ้ายินยอมที่จะเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลและอีเมลจากการลงทะเบียนนี้แก่ บริษัท แอ็บโซลูท อัลลายแอนซ์ (ประเทศไทย) จำกัด และหน่วยงานร่วมสนับสนุน

เพื่อวัตถุประสงค์ในการแจ้งยืนยันผลการลงทะเบียนผ่านทางอีเมล รวมไปถึงจัดเก็บและนำไปวิเคราะห์ด้านการตลาด ไม่ยินยอม ☐

สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ : บริษัท แอ็บโซลูท อัลลายแอนซ์ (ประเทศไทย) จำกัด