

มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
เลขรับ 2622.
วันที่ 14 มิ.ย. 66.
เวลา 15.06 น.



สตท.ว058/2566

วันที่ 1 มิถุนายน 2566

เรื่อง ขอเรียนเชิญเข้าร่วมอบรมเชิงปฏิบัติการหลักสูตรกลยุทธ์การตลาด B2B ชนะใจลูกค้าองค์กร (On-Site)
เรียน อธิการบดีมหาวิทยาลัยสวนดุสิต

สิ่งที่แนบมาด้วย 1.รายละเอียดและกำหนดการ 2.แบบลงทะเบียน

ด้วยกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (MDES) และสมาคมผู้ใช้ดิจิทัลไทย เป็นเจ้าภาพร่วมในงาน Rethink Academy 2023 ได้กำหนดจัดอบรมเชิงปฏิบัติการหลักสูตรกลยุทธ์การตลาด B2B ชนะใจลูกค้าองค์กร (B2B Marketing Strategies in Action Course) วันที่ 7, 8, และ 9 สิงหาคม 2566 ณ ห้องประชุมสุขุมวิท ชั้น 8 โรงแรมเมอร์เคียว กรุงเทพมหานคร สุขุมวิท 24 (BTS สถานีพร้อมพงษ์ ทางออก 4)

Business to Business (ธุรกิจ B2B) คือ การทำธุรกิจระหว่างคนทำธุรกิจด้วยกัน อาทิ ผู้ผลิตกับผู้ผลิต ผู้ผลิตกับผู้ส่งออก ผู้ผลิตกับผู้นำเข้า ผู้ผลิตกับผู้ค้าส่งและค้าปลีก และอีกหนึ่งธุรกิจ Business to Customer หรือ ธุรกิจ B2C คือ ธุรกิจที่ขายสินค้าหรือบริการให้กับลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคทั่วไป โดยมีการส่งมอบสินค้าจากผู้ประกอบการถึงมือผู้บริโภคโดยตรง อาจเป็นธุรกิจในรูปแบบของบริษัททำการซื้อขายกับลูกค้า เช่น การเข้าร้านทำผม การรับประทานในร้านอาหาร การใช้บริการคลินิกหรือโรงพยาบาล ในสภาพแวดล้อมที่มีการแข่งขันสูงสุดในปัจจุบัน องค์กรเองจะต้องสามารถวางแผน ออกแบบ กลยุทธ์การตลาดแบบ B2B & B2B2C ได้วางแผนกิจกรรมการตลาดแบบ B2B ในยุคดิจิทัล ที่ทันสมัย ทันใจ ถูกใจลูกค้า ทำทุกทำกับคู่แข่ง และท้าทายประสบการณ์ครั้งสุดท้ายที่ลูกค้ามีกับแบรนด์ของตัวเองให้ดียิ่งขึ้นตลอดเวลา

ด้วยวัตถุประสงค์และรูปแบบการจัดงานดังกล่าว ทางสมาคมผู้ใช้ดิจิทัลไทย (DUGA) จึงขอเรียนเชิญท่าน ผู้บริหารฝ่ายการตลาดและสื่อสารองค์กร ผู้บริหารฝ่ายนโยบาย ผู้บริหารฝ่ายวิจัย วิเคราะห์ กลยุทธ์องค์กร และบุคลากรในหน่วยงานภายใต้สังกัด เข้าร่วมอบรมเชิงปฏิบัติการหลักสูตรกลยุทธ์การตลาด B2B ชนะใจลูกค้าองค์กร ตามวันเวลาและสถานที่ดังกล่าว โดยผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ สามารถเบิกจ่ายค่าลงทะเบียนจากต้นสังกัด ได้ตามระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรม การจัดงาน และการประชุมระหว่างประเทศ พ.ศ. 2549 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ทั้งนี้กรุณาส่งแบบลงทะเบียนการเข้าร่วมอบรมหลักสูตรตามสิ่งที่ส่งมาด้วย2 สามารถสอบถามรายละเอียดได้ที่ คุณพิมพ์ภัสรา กนิษฐสุต โทร. 02-661-7750 ต่อ 221 และ 223 อีเมล pimphatsara@absolutealliances.com หรือ www.rethinkacademyth.com

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและขอขอบคุณล่วงหน้ามา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถืออย่างสูง

(นางสาวกัลยา แสงหาบุญ)

เลขาธิการสมาคมผู้ใช้ดิจิทัลไทย

หลักสูตรกลยุทธ์การตลาด B2B ชนະใจลูกค้าองค์กร B2B Marketing Strategies in Action Course

ที่มาและความสำคัญ

คุณจะได้สัมผัสแนวคิดล้ำหน้า นำเทรนด์ในการดำเนินธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ และสำรวจความเข้าใจเชิงลึกเกี่ยวกับพื้นฐานใหม่ กระบวนการใหม่ เครื่องมือใหม่ ของกลยุทธ์การตลาดแบบ B2B ในสภาพแวดล้อมที่มีการแข่งขันสูงสุดในปัจจุบัน คลาสเรียน 3 วันนี้จะเป็นคลาสเชิงปฏิบัติการ ที่มีการโต้ตอบสูงและมุ่งเน้นไปที่การเรียนรู้แบบ critical thinking เพื่อนำไปใช้งานได้จริง แนวการสอนจะเน้นวิธีการกำหนดเข้าไปในหัวใจลูกค้าทั้ง B & C และกำหนดลูกค้าเป้าหมายที่เหมาะสม ที่เข้าใจแรงจูงใจและพฤติกรรมของลูกค้าธุรกิจ ไปถึงลูกค้าปลายทางของลูกค้าของคุณ เรียนรู้กลยุทธ์การกำหนดราคาและวางข้อเสนอของคุณ และรู้วิธี เครื่องมือในการทบทวนองค์กรและกระบวนการทางการตลาดของคุณในแนวทางใหม่ๆ ที่ไปกับโลกยุค 5.0 ในสภาพแวดล้อมการทำงานร่วมกันกับกลุ่มเพื่อนจากหลากหลายแบรนด์ คลาสนี้จะให้คุณได้วิเคราะห์กลยุทธ์ทางการตลาดแบบใหม่ ๆ ได้แบ่งปันประสบการณ์ และขยายมุมมองของคุณกับทั้งวิทยากร เคสตัวอย่างต่างๆ และเพื่อนนักธุรกิจร่วมชั้นเรียน

วัตถุประสงค์และประโยชน์คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ผู้บริหารระดับสูง และระดับปฏิบัติการของหน่วยงานได้ศึกษา เข้าใจ และสามารถวางแผนออกแบบ กลยุทธ์การตลาดแบบ B2B & B2B2C ได้วางแผนกิจกรรมการตลาดแบบ B2B ในยุคดิจิทัล ที่ทันสมัย ทันใจ ถูกใจลูกค้า ทันทุกท่ากับคู่แข่ง และท้าทายประสบการณ์ครั้งสุดท้ายที่ลูกค้ามีกับแบรนด์ของตัวเองให้ดียิ่งขึ้นตลอดเวลา
2. เพื่อพัฒนาทักษะด้านการสร้างกลยุทธ์การตลาดแบบ B2B ผ่านการ ออกแบบ การสร้างโปรแกรม หรือ กิจกรรมสนับสนุนต่างๆที่เหมาะสมกับธุรกิจ และ ลูกค้า B & B2C ยุคดิจิทัล เพื่อให้เกิดการพัฒนาคุณภาพการตลาด ที่ตอบโจทย์ลูกค้า สร้างยอดขาย และการเติบโตของแบรนด์ อย่างก้าวกระโดด และแบบโดนใจที่สุด
3. เพื่อสร้างเสริมความรู้ และ ทิศทางการตลาดแบบใหม่ที่เน้นกระบวนการ New Digital Marketing Strategies
4. เพื่อเปิดโอกาสให้มีการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ระหว่างองค์กร วิทยุทัศน์และประสบการณ์ระหว่างผู้บริหารระดับสูง และ ระดับปฏิบัติการ ที่เข้ารับการศึกษาด้วยกัน

กลุ่มเป้าหมาย

ผู้บริหารองค์กรระดับสูงและระดับปฏิบัติการ ทั้งในภาครัฐ ภาคเอกชน รัฐวิสาหกิจ ในทุกกลุ่มอุตสาหกรรมที่ต้องการสร้างกลยุทธ์ทางธุรกิจ B2B & B2B2C การตลาดดิจิทัลในรูปแบบใหม่ ๆ ที่ทันสมัย และทันการเปลี่ยนแปลงของโลกที่มีเป้าประสงค์เพื่อสร้างการเติบโตของธุรกิจอย่างยั่งยืน

ระยะเวลาและสถานที่ในการอบรม

วันที่ 7, 8, และ 9 สิงหาคม 2566 ณ ห้องประชุมสุขุมวิท ชั้น 8 โรงแรมเมอร์เคียว กรุงเทพฯ สุขุมวิท 24 (BTS สถานีพร้อมพงษ์ ทางออก 4)

งบประมาณค่าใช้จ่าย

รายละเอียด (สำหรับลงทะเบียน 1 ท่าน ท่านละ)	ยอดก่อน Vat.	ภาษีมูลค่าเพิ่ม	ยอดรวมภาษีมูลค่าเพิ่ม	ภาษีหัก ณ ที่จ่าย	ยอดหลังหักภาษี ณ ที่จ่าย	
ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	18,900	1323.00	20223.00	189.00	20,034.00	1%
บริษัทเอกชนหรือบุคคลทั่วไป	18,900	1323.00	20223.00	567.00	19,656.00	3%
รายละเอียด (สำหรับลงทะเบียน 2 ท่าน ท่านละ)	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 3 ท่านขึ้นไป ท่านละ)	ยอดก่อน Vat.	ภาษีมูลค่าเพิ่ม	ยอดรวมภาษีมูลค่าเพิ่ม	ภาษีหัก ณ ที่จ่าย	ยอดหลังหักภาษี ณ ที่จ่าย	
ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	15,900.00	1,113.00	17013.00	159.00	16,854.00	1%
บริษัทเอกชนหรือบุคคลทั่วไป	15,900.00	1,113.00	17013.00	477.00	16,536.00	3%

สำหรับหน่วยงานข้าราชการโดยผู้เข้ารับการอบรมสามารถเบิกค่าใช้จ่ายในการศึกษาอบรมตามระเบียบกระทรวงมหาดไทยว่าด้วย ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมและการเข้ารับการฝึกอบรมของเจ้าหน้าที่ท้องถิ่น พ.ศ. ๒๕๕๗ ข้อ ๒๘ (๑) และข้าราชการสามารถเบิกค่าลงทะเบียนตามระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมการจัดงานและการประชุมระหว่างประเทศ พ.ศ.๒๕๔๙ และที่แก้ไขเพิ่มเติม และสำหรับหน่วยงานเอกชน สามารถติดต่อขอรับ Invoice หรือใบแจ้งหนี้ เพื่อทำการเบิกจ่ายกับทางต้นสังกัดได้ที่อีเมล Pimphatsara@absolutealliances.com

วิธีชำระค่าลงทะเบียน

- กรอกรายละเอียดตามแบบฟอร์มการลงทะเบียน
- แนบเอกสารการชำระเงิน (Pay in slip) ส่งกลับมายัง 02-661-7757 (แฟกซ์อัตโนมัติ) หรือ อีเมล Pimphatsara@absolutealliances.com
- ชำระค่าลงทะเบียนโดยโอนเงินค่าลงทะเบียนล่วงหน้าก่อนวันประชุมสัมมนาฯ เข้าชื่อบัญชี บริษัท แอ็บโซลูท์ อัลลายแอนซ์ (ประเทศไทย) จำกัด
 - ธนาคารกรุงไทย บัญชีออมทรัพย์ สาขาการทางพิเศษแห่งประเทศไทย เลขที่บัญชี 085-0-12124-8
 - ธนาคารกรุงเทพ บัญชีออมทรัพย์ สาขานนอโคกมนตรี เลขที่บัญชี 925-0-07304-7
 - ธนาคารกสิกรไทย บัญชีออมทรัพย์ สาขา สุขุมวิท 33 (บางกะปิ) เลขที่บัญชี 003-2-42408-4

หมายเหตุ: สามารถชำระค่าลงทะเบียนก่อนวันที่ 14 กรกฎาคม 2566 และการยกเลิกการลงทะเบียนสมบูรณ์ต้องแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรเท่านั้น และทำการยกเลิกก่อนวันที่ 27 กรกฎาคม 2566 (ผู้ร่วมสัมมนาจะไม่ได้รับค่าลงทะเบียนคืนแต่คงสิทธิ์ที่จะได้รับกระเป๋าและเอกสารประกอบการสัมมนา)

เลขานุการการจัดงาน และบริหารการจัดงานโดย : บริษัท แอ็บโซลูท์ อัลลายแอนซ์ (ประเทศไทย) จำกัด

หลักสูตรกลยุทธ์การตลาด B2B ชนะใจลูกค้าองค์กร

B2B Marketing Strategies in Action Course

วันที่ 7, 8, และ 9 สิงหาคม 2566 เวลา 09.00 – 16.30 น.

ณ ห้องประชุมสุขุมวิท ชั้น 8 โรงแรมเมอร์เคียว กรุงเทพ สุขุมวิท 24 (BTS สถานีพร้อมพงษ์ ทางออก 4)

โดย คุณชนินชฎา ตั้งวราพรนิเวธาน: Partner & Brand Advisor, eXperience Matters Co.,Ltd.

และสุภาวดี ตันตียนานท์: CEO and Founder, eXperience Matters Co.,Ltd.

วันที่ 7 สิงหาคม 2566	
09.00-10.30 น.	<p>หัวข้อที่ 1: Creating a Market-and-Customer-Oriented Organization</p> <ul style="list-style-type: none"> • รู้จักลูกค้า รู้จักเทรนด์ ทั้ง B2B and B2B2C • เข้าใจว่าลูกค้าแบบ 5.0: Segmentation as ONE <p>กิจกรรม 1: กิจกรรมเดี่ยว หรือ คู่ ตามแบรนด์/ธุรกิจ: B2B Customer Persona Canvas</p>
10.45-12.30 น.	<p>หัวข้อที่ 1: Creating a Market-and-Customer-Oriented Organization</p> <ul style="list-style-type: none"> • เรียนรู้เครื่องมือสร้างจุดขาย และ จุดต่างของธุรกิจ customer value propositions Construct <p>กิจกรรม 2: กิจกรรมเดี่ยว หรือ คู่: B2B Customer Value Proposition Canvas</p>
13.30 – 16.00 น.	<p>หัวข้อที่ 1: Creating a Market-and-Customer-Oriented Organization</p> <ul style="list-style-type: none"> • ทำความเข้าใจกับการตลาด B2B ว่าต่างหรือเหมือนกับ B2C อย่างไร และเพื่อให้ทันกับโลกที่เปลี่ยนไป ทำไมเราถึงต้องเริ่มทำ B2B2C เพื่อการเติบโตแบบยั่งยืน • เรียนรู้การสร้างกลยุทธ์การตลาดที่โดดเด่น เน้นคู่แข่ง Develop competitive marketing strategy (Best Practice Cases) • เรียนรู้การตลาดแนวลึก ใช้ได้จริง โมเดล STP (segmentation, targeting and positioning strategies) • เรียนรู้การออกแบบ ดีไซน์ กลุ่มลูกค้า/ ข้อเสนอทางธุรกิจ ผ่านการออกแบบข้อมูลลูกค้า Manage customer segments and market offerings + Customer Data Platform example
16:15-16:30 น.	<p>กิจกรรม 3: กิจกรรมกลุ่ม: B2B Customer Data Planning</p>
สรุปวันที่ 1	
วันที่ 8 สิงหาคม 2566	
09.00 – 12.00 น.	<p>หัวข้อที่ 2: Creating and Building Business to Business Brands</p> <ul style="list-style-type: none"> • เรียนรู้การสร้างแบรนด์ (Understand B2B Branding) • เรียนรู้การพัฒนา ออกแบบกลยุทธ์การสร้างแคมเปญ activation ที่แตกต่าง ไม่ซ้ำใคร • เรียนรู้เข้าใจการสร้างแคมเปญการตลาด การสื่อสารของโลกยุค 5.0 & Metaverse <p>กิจกรรม 3: ฝึกทำ ออกแบบ กลยุทธ์การตลาดในธุรกิจที่กำหนดมาให้ตาม New Digital Marketing Funnel ที่เรียนรู้ไป: B2B Marketing Strategy & Campaign Design</p>
13.00 – 14.30 น.	<p>หัวข้อที่ 2: Creating and Building Business to Business Brands</p>

	<ul style="list-style-type: none"> • เรียนรู้การสร้างแบรนด์ (Understand B2B Branding) • เรียนรู้การพัฒนา ออกแบบกลยุทธ์การสร้างแคมเปญ activation ที่แตกต่าง ไม่ซ้ำใคร • เรียนรู้เข้าใจการสร้างแคมเปญการตลาด การสื่อสารของโลกยุค 5.0 & Metaverse <p>กิจกรรม 3: ฝึกทำ ออกแบบ กลยุทธ์การตลาดในธุรกิจที่กำหนดมาให้ตาม New Digital Marketing Funnel ที่เรียนรู้ไป: B2B Marketing Strategy & Campaign Design</p>
14.45 - 16.00 น.	<p>หัวข้อที่ 3: Driving Organic Growth Through Business Innovation</p> <ul style="list-style-type: none"> • เรียนรู้การพัฒนา และ จัดการผลิตภัณฑ์ใหม่ภายใต้แนวคิด หรือ นวัตกรรมใหม่ๆผ่านเคสจริงในโลกธุรกิจ Develop and manage new products through innovations
<p>สรุปวันที่ 2 วันที่ 9 สิงหาคม 2566</p>	
09.00 - 12.00 น.	<p>หัวข้อที่ 4: Transforming Your Organization</p> <ul style="list-style-type: none"> • เรียนรู้บทบาทของนักการตลาดในการเปลี่ยนแปลงองค์กรสู่โลกธุรกิจใหม่ B2B แบบใหม่ Understand marketing's role in enterprise transformation. • เรียนรู้เครื่องมือการตลาดแบบ Agile
13.00 - 16.00 น.	<p>Into-Action Workshop</p> <p>กิจกรรม 4: ฝึกทำ ออกแบบ กลยุทธ์การตลาดในธุรกิจของตนเองตาม B2B New Digital Marketing Funnel Practices ที่เรียนรู้ไปทั้ง 2 วัน โดยมีวิทยากรเดินให้คำปรึกษาและแก้ไขจนได้แผนการตลาด B2B ที่ใช้งานได้จริง</p>

หมายเหตุ: กำหนดการอาจมีการเปลี่ยนแปลงตามความเหมาะสม

