

AI for Marketing Playbook : From Data to Impacts

หลักสูตรกลยุทธ์การตลาดยุคใหม่ด้วย AI ขับเคลื่อนผลลัพธ์จากข้อมูล

สาระสำคัญของหลักสูตร

หลักสูตร AI-Driven Marketing Strategy จึงถูกออกแบบมาเพื่อตอบโจทย์นักการตลาด ผู้บริหาร และผู้ที่ต้องการนำ AI มาเป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนกลยุทธ์การตลาด หลักสูตรนี้ไม่เพียงแต่ให้ความเข้าใจเกี่ยวกับแนวโน้มและการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมที่ได้รับผลกระทบจาก AI แต่ยังมุ่งเน้นไปที่การประยุกต์ใช้ AI ในการวิเคราะห์ข้อมูล การแบ่งกลุ่มลูกค้า การทำโฆษณา และการสร้างคอนเทนต์ อย่างมีประสิทธิภาพ

หลักสูตร AI-Driven Marketing Strategy เป็นหลักสูตรอบรมเชิงปฏิบัติการที่เข้มข้นและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริง โดยมีระยะเวลาการเรียนรู้ทั้งหมด 2 วัน หลักสูตรนี้ออกแบบมาเพื่อช่วยให้องค์กร นักการตลาด และผู้บริหารสามารถใช้ปัญญาประดิษฐ์ และข้อมูล เพื่อพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพของกลยุทธ์การตลาดให้ทันสมัยและแข่งขันได้ในยุคดิจิทัล เนื้อหาของหลักสูตรครอบคลุมแนวทางในการ ใช้ AI วิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า เพื่อสร้างความเข้าใจเชิงลึกเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค รวมถึงการนำ AI มาปรับปรุงประสบการณ์ลูกค้าแบบเฉพาะบุคคล และเพิ่มประสิทธิภาพของแคมเปญการตลาด, โฆษณาออนไลน์, และระบบอัตโนมัติทางการตลาด ผู้เข้าร่วมจะได้ศึกษา กรอบแนวคิดและกลยุทธ์ทางการตลาดที่ขับเคลื่อนด้วย AI ตลอดจนการประเมินผลกระทบของ AI ต่อโครงสร้างการทำงานของธุรกิจ รวมถึงการกำกับดูแลและแนวทางปฏิบัติที่ถูกต้องเกี่ยวกับ Ethical AI & Compliance เพื่อให้มั่นใจว่าการใช้ AI ในตลาดเป็นไปอย่างเหมาะสมและมีความรับผิดชอบ นอกจากนี้ หลักสูตรยังมุ่งเน้นไปที่ การสำรวจโอกาสและความเสี่ยง ที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี AI รวมถึงการวิเคราะห์แนวโน้มของตลาดและพฤติกรรมของลูกค้าในอนาคต ผู้เรียนจะได้เรียนรู้ผ่าน Case Studies, Workshops และ Hands-on Training ที่ช่วยให้สามารถนำ AI ไปใช้ในงานการตลาดได้จริง และสามารถออกแบบ AI-Driven Marketing Strategy สำหรับองค์กรของตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพการตลาดยุคใหม่ต้องอาศัย "AI as a Strategic Enabler" ไม่ใช่แค่เครื่องมือเสริม แต่เป็นหัวใจสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจ

ผู้เข้าร่วมหลักสูตรจะได้เรียนรู้ผ่าน Case Studies, Workshop และ Hands-on Training ที่ช่วยให้สามารถนำ AI ไปใช้ในงานการตลาดได้จริง โดยครอบคลุมตั้งแต่ การวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า, การสร้างแคมเปญโฆษณาที่ขับเคลื่อนด้วย AI, การใช้ AI ในการสร้างคอนเทนต์, ไปจนถึงการวางแผนกลยุทธ์ AI-Driven Marketing อย่างเป็นระบบ ซึ่งสามารถนำไปปรับใช้กับองค์กรของตนเองได้ทันที

หลักสูตรนี้จะช่วยให้ผู้เรียนสามารถ

- เข้าใจบทบาทของ AI ในตลาด และแนวทางการนำ AI มาปรับใช้กับธุรกิจ
- ใช้ AI วิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า เพื่อพัฒนากลยุทธ์การตลาดที่แม่นยำ
- สร้างและปรับแต่งแคมเปญการตลาด ที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นด้วย AI
- เรียนรู้กรณีศึกษาจากแบรนด์ชั้นนำ และฝึกใช้เครื่องมือ AI จริง
- พัฒนาแผนกลยุทธ์ AI-Driven Marketing ที่สามารถนำไปใช้ได้จริงในองค์กร

กลุ่มเป้าหมาย

เหมาะสำหรับผู้บริหารระดับสูง นักการตลาด นักการตลาดดิจิทัล นักวิเคราะห์ข้อมูล เจ้าของธุรกิจ ที่มพัฒนาผลิตภัณฑ์ และบุคลากรสายงานโฆษณาและครีเอทีฟ ที่ต้องการนำ AI มาใช้เพิ่มประสิทธิภาพในการวิเคราะห์ข้อมูล วางแผนกลยุทธ์การตลาด ปรับปรุงประสบการณ์ลูกค้า และพัฒนาแคมเปญที่แม่นยำและมีประสิทธิภาพมากขึ้น คอร์สนี้เหมาะสำหรับทั้งองค์กรขนาดใหญ่ ธุรกิจขนาดเล็ก และสตาร์ทอัพ ที่ต้องการใช้ AI เป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนการเติบโตทางธุรกิจ และปรับตัวให้ทันกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในยุคดิจิทัล

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับผู้เข้าอบรมสามารถ

- ผู้เรียนเข้าใจแนวทางการใช้ AI ในการตลาดอย่างเป็นระบบ ตั้งแต่การวิเคราะห์ข้อมูล การสร้างคอนเทนต์ ไปจนถึงการวางแผนและปรับกลยุทธ์ทางการตลาด
- สามารถใช้ AI วิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า (Customer Insights) ได้อย่างแม่นยำ และนำข้อมูลมาพัฒนาแคมเปญการตลาดที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น
- เรียนรู้การใช้ AI เพื่อช่วยเพิ่มผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) และปรับกลยุทธ์การตลาดให้เหมาะสมกับพฤติกรรมของลูกค้าและแนวโน้มตลาด
- เข้าใจแนวทางการใช้ AI ในการทำ Personalisation และ Automation เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของแคมเปญทางการตลาดและสร้างประสบการณ์ลูกค้าเฉพาะบุคคล
- ได้รับประสบการณ์จริงจาก Workshop และ Case Studies ที่ช่วยให้สามารถนำ AI ไปใช้ในงานจริงได้ ทั้งในด้านการโฆษณา การสร้างคอนเทนต์ และการบริหารจัดการลูกค้า
- เรียนรู้เกี่ยวกับเครื่องมือและแพลตฟอร์ม AI ขั้นนำที่สามารถนำไปใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของการตลาดดิจิทัลและการบริหารงบประมาณโฆษณา
- เข้าใจแนวทางการใช้ AI ในการทำ Marketing Analytics และ Data-Driven Decision Making เพื่อปรับกลยุทธ์ให้ตอบโจทย์เป้าหมายทางธุรกิจ
- สามารถนำ AI มาช่วยออกแบบและวางแผนแคมเปญการตลาดที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล และสร้างกลยุทธ์ที่สามารถนำไปใช้ได้จริงภายในองค์กร

ระยะเวลาและสถานที่ในการอบรม

วันที่ 11 - 12 กันยายน 2568 ณ โรงแรมแกรนด์เซ็นเตอร์ พอยต์ ราชดำริ (BTS สถานีราชดำริ ทางออก 4)

ค่าใช้จ่ายแบบลงทะเบียนปกติ

อัตราค่าลงทะเบียน	ราชการ / รัฐวิสาหกิจ		บริษัทเอกชน / บุคคลทั่วไป	
	1 ท่าน	โปรโมชั่น 2 ท่าน ท่านละ	1 ท่าน	โปรโมชั่น 2 ท่าน ท่านละ
ราคา/ท่าน (ไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม)	17,900	15,900	17,900	15,900
ภาษีมูลค่าเพิ่ม 7 %	1,253	1,113	1,253	1,113
ยอดรวมภาษีมูลค่าเพิ่ม	19,153	17,013	19,153	17,013
หัก ณ ที่จ่าย (ถ้ามี)	179 (1%)	159 (1%)	537 (3%)	477 (3%)
ยอดรวมหักภาษี ณ ที่จ่าย	18,974	16,854	18,616	16,536

ค่าใช้จ่ายแบบลงทะเบียนสมาชิก (ระยะเวลา 12 เดือน หลักสูตรใดก็ได้)

แพ็คเกจ Premier (16 คน)	ยอดก่อน Vat.	ภาษีมูลค่าเพิ่ม	ยอดรวมภาษีมูลค่าเพิ่ม	ภาษีหัก ณ ที่จ่าย	ยอดหลังหักภาษี ณ ที่จ่าย	
ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	199,000.00	13,930.00	212,930.00	1,990.00	210,940.00	1%
บริษัทเอกชนหรือบุคคลทั่วไป	199,000.00	13,930.00	212,930.00	5,970.00	206,960.00	3%
แพ็คเกจ Platinum (12 คน)	ยอดก่อน Vat.	ภาษีมูลค่าเพิ่ม	ยอดรวมภาษีมูลค่าเพิ่ม	ภาษีหัก ณ ที่จ่าย	ยอดหลังหักภาษี ณ ที่จ่าย	
ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	159,000.00	11,130.00	170,130.00	1,590.00	168,540.00	1%
บริษัทเอกชนหรือบุคคลทั่วไป	159,000.00	11,130.00	170,130.00	4,770.00	165,360.00	3%
แพ็คเกจ Gold (8 คน)	ยอดก่อน Vat.	ภาษีมูลค่าเพิ่ม	ยอดรวมภาษีมูลค่าเพิ่ม	ภาษีหัก ณ ที่จ่าย	ยอดหลังหักภาษี ณ ที่จ่าย	
ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	109,000.00	7,630.00	116,630.00	1,090.00	115,540.00	1%
บริษัทเอกชนหรือบุคคลทั่วไป	109,000.00	7,630.00	116,630.00	3,270.00	113,360.00	3%

สำหรับหน่วยงานข้าราชการ โดยผู้เข้ารับการอบรมสามารถเบิกค่าใช้จ่ายในการศึกษาอบรมตามระเบียบกระทรวงมหาดไทยว่าด้วย ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมและการเข้ารับการฝึกอบรมของเจ้าหน้าที่ท้องถิ่น พ.ศ. ๒๕๕๗ ข้อ ๒๘ (๑) และข้าราชการสามารถเบิกค่าลงทะเบียนตามระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมการจัดงานและการประชุมระหว่างประเทศ พ.ศ.๒๕๕๙ และที่แก้ไขเพิ่มเติม และสำหรับหน่วยงานเอกชน สามารถติดต่อขอรับ Invoice หรือ ใบแจ้งหนี้ เพื่อทำการเบิกจ่ายกับทางต้นสังกัดได้ที่อีเมล aribella@duga.or.th

วิธีชำระค่าลงทะเบียน

- กรอกรายละเอียดตามแบบฟอร์มการลงทะเบียนและแนบเอกสารการชำระเงิน (Pay in slip) มาที่อีเมล aribella@duga.or.th
- ชำระค่าลงทะเบียนโดยโอนเงินค่าลงทะเบียนล่วงหน้าก่อนวันประชุมสัมมนาฯ เข้าชื่อบัญชี บริษัท แอ็บโซลูท์ อัลลายแอนซ์ (ประเทศไทย) จำกัด

- ธนาคารกรุงไทย บัญชีออมทรัพย์ สาขาการทางพิเศษแห่งประเทศไทย เลขที่บัญชี 085-0-12124-8
- ธนาคารกรุงไทย บัญชีออมทรัพย์ สาขา สุขุมวิท 33 (บางกะปิ) เลขที่บัญชี 003-2-42408-4

หมายเหตุ: สามารถชำระค่าลงทะเบียนก่อนวันที่ 22 สิงหาคม 2568 การยกเลิกการลงทะเบียนจะสมบูรณ์ต้องแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรเท่านั้น และทำการยกเลิกก่อนวันที่ 29 สิงหาคม 2568 (ผู้ร่วมสัมมนาจะไม่ได้รับค่าลงทะเบียนคืนแต่คงสิทธิ์ที่จะได้รับกระเป๋าสตางค์และเอกสารประกอบการอบรม)

เลขานุการการจัดงาน และบริหารการจัดงานโดย : บริษัท แอ็บโซลูท์ อัลลายแอนซ์ (ประเทศไทย) จำกัด
สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติม อริสเบลล์ (อลิซ) 02-661-7750 ต่อ 221, 230 และ 233
Line Official : @dugathailand FB : สมาคมผู้ใช้ดิจิทัลไทย – DUGA

AI for Marketing Playbook : From Data to Impacts

หลักสูตรกลยุทธ์การตลาดยุคใหม่ด้วย AI ขับเคลื่อนผลลัพธ์จากข้อมูล

วันที่ 11 กันยายน 2568

วันที่ 1 พื้นฐานและการนำ AI มาใช้ในกลยุทธ์การตลาด

Day 1	หัวข้อการอบรม
09:00 – 10:30 น.	หัวข้อที่ 1 AI & Data-Driven Marketing Landscape แนวโน้ม AI Marketing & Digital Transformation - AI-Driven Digital Transformation AI กำลังเปลี่ยนแปลงวงการธุรกิจและการตลาดอย่างไร และความจำเป็นเชิงกลยุทธ์ในการนำ AI มาใช้ - AI as Your Copilot & The Future of Work in Marketing – บทบาทของ AI คู่คิดในอนาคตของงานด้านการตลาด - Key AI Trends in Marketing (2024 & Beyond) – อัปเดตแนวโน้มล่าสุด เช่น AI Personalisation, Predictive Analytics, Generative AI - AI for Competitive Advantage – AI ช่วยสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจได้อย่างไร - AI-Powered Customer Journey Mapping – การวิเคราะห์เส้นทางการตัดสินใจของลูกค้าด้วย AI AI กับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค - AI & Consumer Behavior Shifts – การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคจากการใช้ AI - Hyper-Personalisation with AI – AI กับการสร้างประสบการณ์ลูกค้าเฉพาะบุคคล - AI in Social Listening & Sentiment Analysis – การใช้ AI วิเคราะห์ความคิดเห็นของลูกค้าผ่าน Social Media - Predictive Analytics & Consumer Trends – AI กับการทำนายแนวโน้มพฤติกรรมของลูกค้า - AI & Voice/Search Behavior – ผลกระทบของ AI ต่อพฤติกรรมการค้นหาของผู้บริโภค Case Study – บริษัทที่ประสบความสำเร็จจาก AI - AI-Driven Marketing Success Stories – กรณีศึกษาจากธุรกิจที่ใช้ AI ในการตลาดอย่างประสบความสำเร็จ - AI in E-Commerce: Amazon & AI Recommendation Systems – Amazon ใช้ AI สร้างระบบแนะนำสินค้าอย่างไร - AI in Social Media Marketing: TikTok & Algorithm-Driven Content – TikTok ใช้ AI ปรับแต่งฟีดคอนเทนต์เพื่อเพิ่ม Engagement - AI in Advertising: Google & Facebook Ads Automation – การใช้ AI ในโฆษณาแบบ Programmatic Advertising - AI-Powered Customer Service: Chatbots & AI-Driven CRM – Chatbots และ AI ในการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ - AI-Powered Personalisation – ตัวอย่างการใช้ AI เพื่อวางกลยุทธ์การตลาดในแบบ The Segment of One กิจกรรม: Workshop: เกมสัจจับคู่เทรนด์ AI เช่น เช่น Generative AI, Predictive Analytics, AI Chatbots กับ ปัญหา/โอกาส ในธุรกิจ

	Workshop: ใช้ CustomGPT สำหรับ AI-based Market Gap Analysis วิเคราะห์คู่แข่งและโอกาสทางการตลาด โดยป้อน Keyword/ข้อมูลอุตสาหกรรมของตน เพื่อให้ AI วิเคราะห์ Market Gap (เช่น ช่องว่างด้านสินค้า, ช่องว่างด้าน positioning) เพื่อค้นหาว่า ตลาดปัจจุบันมีอะไร-เราขาดอะไร-ควรเสริมด้วยอะไร
10:30 – 10:45 น.	พักเบรก
10:45 – 12:00 น.	หัวข้อที่ 2: การใช้ AI ใน Customer Insights & Segmentation - ความสำคัญของข้อมูลลูกค้า (Customer Data) ในการตลาดยุคใหม่ - AI กับ Customer Insights: เปลี่ยนข้อมูลให้เป็นกลยุทธ์ทางการตลาด - เทคโนโลยี AI ที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์ลูกค้า เช่น Machine Learning, Predictive Analytics, Natural Language Processing (NLP) - Case Studies: แปรณดีที่ประสบความสำเร็จในการใช้ AI วิเคราะห์ลูกค้า การวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า (First-Party Data & CDPs) - ประเภทของข้อมูลลูกค้า: First-Party, Second-Party, Third-Party Data - ผลกระทบของการยกเลิกใช้งานคุกกี้นในการเก็บข้อมูล - เครื่องมือและแพลตฟอร์มที่ใช้ในการรวบรวมและบริหารจัดการข้อมูลลูกค้า (Customer Data Platforms - CDPs) - การเชื่อมโยงข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ เช่น CRM, Social Media, Website, Mobile App - AI ในการทำ Data Cleaning & Data Integration - วิธีใช้ AI วิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้าและพัฒนากลยุทธ์ตามข้อมูลที่ได้ การใช้ AI แบ่งกลุ่มลูกค้า (Predictive Analytics & Customer Lifetime Value - CLV) - การแบ่งกลุ่มลูกค้าด้วย AI: Rule-Based vs. AI-Powered Segmentation - การใช้ AI และ Machine Learning ในการวิเคราะห์พฤติกรรมและความต้องการของลูกค้า - Predictive Analytics: การคาดการณ์พฤติกรรมลูกค้าและแนวโน้มในอนาคต - Customer Lifetime Value (CLV) ใช้ AI คำนวณและประเมินมูลค่าของลูกค้าแต่ละกลุ่ม - Case Studies: การนำ AI ไปใช้เพื่อปรับกลยุทธ์การตลาดให้เหมาะกับแต่ละกลุ่มเป้าหมาย การนำ AI-Powered Customer Insights ไปใช้ในกลยุทธ์การตลาด - การใช้ข้อมูลลูกค้าเพื่อออกแบบ Personalised Marketing Campaigns - การนำ AI มาใช้ใน Customer Retention & Loyalty Programs - AI กับการสร้าง Predictive Customer Journey Mapping - การวัดผลและปรับปรุงกลยุทธ์การตลาดด้วย AI กิจกรรม: Workshop: สร้าง Customer Persona ด้วย AI Workshop: จัดทำ RFM Model (Recency, Frequency, and Monetary value) เพื่อคำนวณ CLV เบื้องต้น และระดมสมองกำหนดกลยุทธ์สำหรับลูกค้าแต่ละกลุ่ม
12:00 – 13:00 น.	พักรับประทานอาหารกลางวัน
13:00 – 14:30 น.	หัวข้อที่ 3: AI-Powered Personalisation & Content Marketing AI ในการสร้าง Personalised Ads & Dynamic Pricing หลักการทำงานของ AI ในการสร้างโฆษณาแบบเฉพาะบุคคล (AI-Powered Personalised Ads)

	- การใช้ AI ในการปรับราคาสินค้าแบบไดนามิก (Dynamic Pricing) - ตัวอย่างแพลตฟอร์ม AI ที่ใช้ใน Personalised Ads และ Dynamic Pricing เช่น Google AI, Facebook AI, Adobe Sensei การใช้ Generative AI ใน Content Marketing - Generative AI คืออะไร และมีบทบาทอย่างไรในการตลาด - การใช้ AI เพื่อสร้างคอนเทนต์ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น บทความ โพสต์โซเชียลมีเดีย วิดีโอ และอีเมล - หลักการของ AI Copywriting – การเขียนข้อความโฆษณาและเนื้อหาโดยใช้ AI - AI กับการสร้างวิดีโอและกราฟิกแบบอัตโนมัติ กิจกรรม: - Workshop: ทดลองใช้ AI วิเคราะห์ข้อมูลลูกค้าและสร้างแคมเปญโฆษณาที่ปรับแต่งตามพฤติกรรมลูกค้า - Workshop: ทดลองใช้ AI สร้างคอนเทนต์
14:30 – 14:45 น.	พักเบรก
14:45 – 16:00 น.	หัวข้อที่ 4: AI-Driven Advertising & Budget Optimisation AI กับ Programmatic Ads & Media Buying - Programmatic Advertising คืออะไร และ AI มีบทบาทอย่างไร - Real-Time Bidding (RTB) และ AI-Optimised Bidding Process - การทำ Audience Targeting และ Retargeting ด้วย AI - Case Study: ตัวอย่างการใช้ AI ในการซื้อโฆษณาแบบอัตโนมัติ การใช้ AI วิเคราะห์ ROI ของแคมเปญโฆษณา - การวิเคราะห์ Key Performance Indicators (KPIs) ของแคมเปญโฆษณา - วิธีใช้ AI วิเคราะห์ Conversion Rates, Click-Through Rates (CTR) และ Cost per Acquisition (CPA) - AI Attribution Models: การวิเคราะห์ช่องทางที่มีผลต่อ Conversion - การใช้ AI ทำนายแนวโน้มประสิทธิภาพโฆษณา (Predictive Analytics) - Case Study: การใช้ AI วิเคราะห์ ROI และลดค่าใช้จ่ายโฆษณา AI Bidding Strategies & Budget Optimisation - AI Bidding Strategies (Smart Bidding, Target CPA, Maximize Conversions) - การใช้ AI เพื่อปรับงบประมาณให้เหมาะสมแบบอัตโนมัติ - AI Budget Allocation: การจัดสรรงบประมาณโฆษณาให้แต่ละแพลตฟอร์ม - การใช้ AI ปรับแคมเปญตามพฤติกรรมผู้บริโภคแบบเรียลไทม์ กิจกรรม: Workshop: วิเคราะห์ข้อมูลโฆษณา & ปรับกลยุทธ์ AI Bidding
สรุปวันที่ 1 Reflectio	

วันที่ 12 กันยายน 2568	
วันที่ 2 กลยุทธ์เชิงลึกและการนำไปใช้จริง	
Day 2	หัวข้อการอบรม
09:00 – 10:30 น.	หัวข้อที่ 5: AI & Predictive Analytics for Marketing Strategy การใช้ AI คาดการณ์แนวโน้มตลาด (AI-Powered Market Forecasting) - Market Trends Prediction with AI – วิเคราะห์ AI วิเคราะห์แนวโน้มและพฤติกรรมของตลาด - Real-Time Market Intelligence – การนำ AI มาวิเคราะห์ข้อมูลเรียลไทม์ เพื่อคาดการณ์การเปลี่ยนแปลงของตลาด - AI-Driven Competitor Analysis – การใช้ AI วิเคราะห์การแข่งขันทางการตลาดและแนวโน้มของคู่แข่ง AI และการวิเคราะห์ Customer Churn & Retention - Understanding Customer Churn & Retention – ความหมายและความสำคัญของอัตราการรักษาลูกค้า - AI-Driven Customer Segmentation – วิเคราะห์ AI แบ่งกลุ่มลูกค้าเพื่อคาดการณ์พฤติกรรม - Predicting Churn with AI – การใช้ AI และ Machine Learning คาดการณ์ลูกค้าที่อาจเลิกใช้บริการ - Retention Strategies Powered by AI – การใช้ AI ออกแบบกลยุทธ์รักษาลูกค้าและเพิ่ม Lifetime Value Case Study – Predictive Analytics ในธุรกิจจริง - Case Study 1: AI-Driven E-commerce Strategy – ตัวอย่างการใช้ AI วิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้าและคาดการณ์ยอดขาย - Case Study 2: AI in Subscription-based Business – การใช้ AI คาดการณ์ Churn และพัฒนากลยุทธ์ Retention - Case Study 3: AI-Powered Customer Experience – ตัวอย่างการใช้ AI สร้างประสบการณ์ลูกค้าผ่านการคาดการณ์พฤติกรรม กิจกรรม: Workshop: ใช้ AI วิเคราะห์แนวโน้มตลาดในอุตสาหกรรมที่สนใจ Workshop: วิเคราะห์ข้อมูล Churn และออกแบบกลยุทธ์ Retention โดยใช้ AI
10:30 – 10:45 น.	พักเบรก
10:45 – 12:00 น.	หัวข้อที่ 6: AI-Driven Customer Engagement & Automation AI Chatbots & Voice Assistants ใน Customer Experience - ความสำคัญของ AI Chatbots และ Voice Assistants ในการยกระดับ Customer Engagement - ประเภทของ AI Chatbots: Rule-based, NLP-driven, Generative AI - ความแตกต่างระหว่าง Chatbots, Voice Assistants และ Conversational AI - AI Chatbots ใน Omni-Channel Experience: การใช้งานใน Website, Social Media, และ Messaging Apps - Case Study: ตัวอย่างการใช้ AI Chatbots & Voice Assistants ที่ประสบความสำเร็จ การใช้ AI Automation เชื่อมโยง Omni-Channel Marketing - พื้นฐานของ AI Marketing Automation: การทำงานของ AI ในระบบ CRM และ Marketing Automation - AI กับ Omni-Channel Marketing: การเชื่อมโยงลูกค้าให้ไร้รอยต่อระหว่างช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ - AI และ Predictive Analytics: การใช้ AI คาดการณ์พฤติกรรมลูกค้าเพื่อปรับแต่งข้อความและข้อเสนอ - การใช้ AI ใน Email Marketing, Social Media Automation, และ Programmatic Ads

	- Case Study: การใช้ AI Automation เพิ่ม Conversion Rate และ Customer Retention กิจกรรม: - Workshop: ออกแบบ Customer Journey ด้วย AI - Workshop: ออกแบบ Automatic Workflow ด้วย AI
12:00 – 13:00 น.	รับประทานอาหารกลางวัน
13:00 – 14:30 น.	หัวข้อที่ 7: Ethical AI & Data Privacy Compliance การปฏิบัติตามกฎหมาย PDPA & Data Ethics - พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (Personal Data Protection Act – PDPA) คืออะไร และมีผลกระทบอย่างไรต่อการทำการตลาด - บทบาทของ AI ในการจัดการข้อมูลลูกค้าและความเป็นส่วนตัว - ทำไม PDPA จึงสำคัญต่อการตลาดที่ขับเคลื่อนด้วย AI - การขอ Consent และการใช้ AI ในการทำ Personalisation อย่างถูกต้อง - การใช้ AI Transparency & Explainability เพื่อให้ลูกค้าเข้าใจการใช้ข้อมูล - การออกแบบ AI Compliance Strategy ให้สอดคล้องกับ PDPA เทคนิคการใช้ AI อย่างมีจริยธรรมและความโปร่งใสในงานการตลาด - AI Transparency & Explainability: ทำให้ AI มีความโปร่งใสและเข้าใจได้ง่าย - Fairness & Bias Mitigation: วิธีลดอคติของ AI เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมในการทำการตลาด - Informed Consent & Data Minimisation: การขอความยินยอมจากลูกค้าและลดการใช้ข้อมูลที่ไม่จำเป็น - AI in Targeted Advertising & Personalisation: แนวปฏิบัติที่ปลอดภัยในการทำ AI-Powered Ads กิจกรรม: - Workshop: วิเคราะห์แคมเปญการตลาดจากกรณีศึกษาที่ละเมิด PDPA และแนวทางแก้ไข - Workshop: การเลือกกิจกรรมที่ต้องขอความยินยอมเพื่อรับมือกับ Privacy Concerns ของลูกค้า
14:30 – 14:45 น.	พักเบรก
14:45 – 16:00 น.	หัวข้อที่ 8: AI Marketing Strategy & Implementation Plan การออกแบบ AI-First Marketing Roadmap สำหรับธุรกิจ - Understanding AI-First Marketing - ความหมาย และ องค์ประกอบหลัก ของ AI-First Marketing - องค์ประกอบที่ทำให้กลยุทธ์ AI ประสบความสำเร็จ - AI Tools & Platforms for Marketing Strategy - บทวนเครื่องมือ AI ที่ใช้ในการวางแผนและดำเนินกลยุทธ์ เช่น CRM, Chatbot, Predictive Analytics - บทวนการนำ AI มาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า และ Customer Journey - Building an AI-Driven Marketing Roadmap - AI Marketing Maturity Model: ระดับของการใช้ AI ในองค์กร - กำหนดระดับ Maturity และ เป้าหมายองค์กรด้าน AI - ออกแบบ AI-Driven Strategy และ Marketing Funnel ที่สอดคล้องกับเป้าหมายธุรกิจของท่าน - Aligning with IT

	○ วางแผนการทำงานร่วมกับ Chief Information Officer (CIO) เพื่อวางกลยุทธ์ IT ○ หลักการประเมินและเลือก AI Tools และ Vendors ทั้งในกรณี Build or Buy ● Building AI Capability within the Organisation ○ Human Resource Development จัดแผนการให้ความรู้ด้าน AI กับฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ทั้งส่วนการ Reskill และ Upskill สำหรับเจ้าหน้าที่ทั้งระดับผู้บริหาร และ ระดับปฏิบัติการ ตามระดับทักษะหลังการประเมิน ○ Human Resource Management การจัดโครงสร้างของทีมทำงานแบบ Cross-functional pods (Marketer – Data Scientist – IT) และ จัดให้มีบุคลากรที่มีทักษะเรื่อง Data Analysis ในทีมการตลาด กิจกรรม: ● Workshop: สร้างกลยุทธ์ AI Marketing สำหรับองค์กรของคุณ
สรุปวันที่ 2 Reflection	

ทีมวิทยากร



ผศ. ดร.มยุรี ศรีกุลวงศ์

ผู้เชี่ยวชาญด้านการขับเคลื่อนเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล การตลาดดิจิทัล และการจัดการการเรียนรู้ อาจารย์ประจำ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
 อาจารย์พิเศษ บัณฑิตวิทยาลัยและวิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
 กรรมการ คณะกรรมการ Digital Economy หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย
 ที่ปรึกษา ด้านการขับเคลื่อนเปลี่ยนแปลงสู่ดิจิทัล ให้กับหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนชั้นนำ
 ที่ปรึกษา โครงการ SME Big Data สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)



คุณอานวย เลิศรุ่งพาณิชย์

Managing Director, Work360 (<https://work360.in.th>)

เจ้าของ Facebook Page AI ทำอะไรได้บ้าง และ

ผู้เขียนหนังสือ ChatGPT Playbook เพิ่มยอดขายให้ฟังด้วยพลังของ ChatGPT

อาจารย์พิเศษ บัณฑิตวิทยาลัยและวิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

อาจารย์พิเศษ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ที่ปรึกษาและวิทยากร ด้านการตลาด ให้กับหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนชั้นนำ

และทีมผู้ช่วยวิทยากร

เลขานุการการจัดงาน และบริหารการจัดงานโดย : บริษัท แอ็บโซลูท์ อัลลายแอนซ์ (ประเทศไทย) จำกัด

สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติม อริสเบลล์ (อลิซ) 02-661-7750 ต่อ 221, 230 และ 233

Line Official : @dugathailand FB : สมาคมผู้ใช้ดิจิทัลไทย – DUGA