

AI for Marketing Playbook: From Data to Impact #2

หลักสูตรกลยุทธ์การตลาดใหม่ด้วย AI ขับเคลื่อนผลลัพธ์จากข้อมูล รุ่น 2

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 และเพิ่มประสิทธิภาพของ แคมเปญการตลาด, โฆษณาออนไลน์, และระบบอัตโนมัติทางการตลาด ผู้เข้าร่วมจะได้ศึกษา กรอบแนวคิดและกลยุทธ์ทางการตลาดที่ขับเคลื่อนด้วย AI ตลอดจนการประเมินผลกระทบของ AI ต่อโครงสร้างการทำงานของธุรกิจ รวมถึงการกำกับดูแลและแนวทางปฏิบัติที่ถูกต้องเกี่ยวกับ Ethical AI & Compliance เพื่อให้มั่นใจว่าการใช้ AI ในการตลาดเป็นไปอย่างเหมาะสมและมีความรับผิดชอบ 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 ในการตลาด 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 19 - 20 กุมภาพันธ์ 2569 ณ โรงแรมแกรนด์เซ็นเตอร์ พอยท์ 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. ๒๕๔๔ และที่แก้ไขเพิ่มเติม และสำหรับหน่วยงานเอกชน สามารถติดต่อขอรับ Invoice หรือ ใบแจ้งหนี้ เพื่อทำการเบิกจ่ายกับทางต้นสังกัดได้ที่อีเมล Apinya@duga.or.th

วิธีชำระค่าลงทะเบียน

- 1.กรอกรายละเอียดตามแบบฟอร์มการลงทะเบียนและแนบเอกสารการชำระเงิน (Pay in slip) มาที่อีเมล Apinya@duga.or.th
- 2.ชำระค่าลงทะเบียนโดยโอนเงินค่าลงทะเบียนล่วงหน้าก่อนวันประชุมสัมมนาฯ เข้าชื่อบัญชี บริษัท แอ็บโซลูท์ ออลายแอนซ์ (ประเทศไทย) จำกัด

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

หมายเหตุ: **สามารถชำระค่าลงทะเบียนก่อนวันที่ 6 กุมภาพันธ์ 2569** การยกเลิกการลงทะเบียนจะสมบูรณ์ต้องแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรเท่านั้น และ**ทำการยกเลิกก่อนวันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2569** (ผู้ร่วมสัมมนาจะไม่ได้รับค่าลงทะเบียนคืนแต่คงสิทธิ์ที่จะได้รับเอกสารประกอบการอบรม)

เลขานุการการจัดงาน และบริหารการจัดงานโดย : บริษัท แอ็บโซลูท์ ออลายแอนซ์ (ประเทศไทย) จำกัด

สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติม อภิญา (หมีว) 02-661-7750 ต่อ 230,233

Line Official : @dugathailand FB : สมาคมผู้ใช้ดิจิทัลไทย – DUGA

AI for Marketing Playbook: From Data to Impact #2

หลักสูตรกลยุทธ์การตลาดใหม่ด้วย AI ขับเคลื่อนผลลัพธ์จากข้อมูล รุ่น 2

วันที่ 19 กุมภาพันธ์ 2569	
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 - การใช้ Generative AI และ การเขียน Prompt Engineering Workshop 1: การเขียน Prompt - The Power Trio Workshop 2: Kill My Idea - 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 – อัปเดตแนวโน้มล่าสุด เช่น AI Personalisation, Predictive Analytics, Generative AI - AI for Competitive Advantage – AI ช่วยสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจได้อย่างไร Workshop 3 : เกมส์จับคู่เทรนด์ AI เช่น เช่น Generative AI, Predictive Analytics, AI Chatbots กับปัญหา/โอกาส ในธุรกิจ
10:30 – 10:45 น.	พักเบรก
10:45 – 12:00 น.	หัวข้อที่ 2: การใช้ AI ใน Customer Insights & Segmentation AI กับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค - AI & Consumer Behavior Shifts – การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคจากการใช้ AI - AI-Powered Customer Journey Mapping – การวิเคราะห์เส้นทางการตัดสินใจของลูกค้าด้วย AI Workshop 4 : สร้าง Customer Journey ด้วย Gemini Deep Research - Hyper-Personalisation with AI – AI กับการสร้างประสบการณ์ลูกค้าเฉพาะบุคคล - AI in Social Listening & Sentiment Analysis – การใช้ AI วิเคราะห์ความคิดเห็นของลูกค้าผ่าน social media Case Study – บริษัทที่ประสบความสำเร็จจาก AI

	- 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 กับหลักการการตลาด - Marketing Strategy and Marketing Plan - ใครคือลูกค้าของเรา Target Audience - STP / The Segment of One - Blue Ocean Shift Workshop 5 : The Segment of One
12:00 – 13:00 น.	พักรับประทานอาหารกลางวัน
13:00 – 14:30 น.	หัวข้อที่ 3: AI-Powered Personalisation & Content Marketing AI ในการสร้าง Content Marketing - หลักการพื้นฐานของ AI ในการสร้างโฆษณาเฉพาะบุคคล - USP to ISP - การใช้ Generative AI ใน Content Marketing Workshop 6 : ใช้ Custom ชื่อ Copy ads GPT - การใช้ AI เพื่อสร้างคอนเทนต์ภาพ (Text to Image) Workshop 7 : สร้างภาพด้วย Nano Banana - การใช้ AI เพื่อสร้างคอนเทนต์เสียง (Text to Speech) Workshop 8: สร้างเสียงด้วย Google AI Studio - การใช้ AI เพื่อสร้างคอนเทนต์วิดีโอ (Text to Video) Workshop 9 : สร้างวิดีโอด้วย Sora
14:30 – 14:45 น.	พักเบรก
14:45 – 16:00 น.	หัวข้อที่ 4: AI-Driven Advertising & Budget Optimisation AI ในงานโฆษณา - AI ในการสร้าง Personalised Ads & Dynamic Pricing - กรณีศึกษา AI กับ Programmatic Ads & Media Buying - Programmatic Advertising คืออะไร และ AI มีบทบาทอย่างไร - Case Study: ตัวอย่างการใช้ AI ในการซื้อโฆษณาแบบอัตโนมัติ AI กับ การจัดการโฆษณาในแพลตฟอร์มต่าง ๆ - AI Facebook Ads - AI Google Ads - AI Tiktok Ads

	• Kalodata เครื่องมือวิเคราะห์ Tiktok เชิงลึก Workshop 10 : วิเคราะห์ข้อมูลโฆษณา & ปรับกลยุทธ์ AI Bidding
สรุปวันที่ 1 Reflectio	
วันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2569	
วันที่ 2 กลยุทธ์เชิงลึกและการนำไปใช้จริง	
Day 2	หัวข้อการอบรม
09:00 – 10:30 น.	หัวข้อที่ 5: AI & Predictive Analytics for Marketing Strategy การวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า (First-Party Data & CDPs) • ความสำคัญของข้อมูลลูกค้า (Customer Data) ในการตลาดยุคใหม่ • ประเภทของข้อมูลลูกค้า: First-Party, Second-Party, Third-Party Data • ผลกระทบของการยกเลิกใช้งานคุกกี้ในการเก็บข้อมูล • การใช้ AI ในการทำ Data Cleansing & Integration • เครื่องมือและแพลตฟอร์มที่ใช้ในการรวบรวมและบริหารจัดการข้อมูลลูกค้า (Customer Data Platforms - CDPs) 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 • RFM Model (Recency, Frequency, Monetary) Workshop 11 : RFM Model
10:30 – 10:45 น.	พักเบรก
10:45 – 12:00 น.	หัวข้อที่ 5: AI & Predictive Analytics for Marketing Strategy (ต่อ) การนำ AI-Powered Customer Insights ไปใช้ในกลยุทธ์การตลาด • การใช้ข้อมูลลูกค้าเพื่อออกแบบ Personalised Marketing Campaigns • การนำ AI มาใช้ใน Customer Retention & Loyalty Programs การใช้ AI คาดการณ์แนวโน้มตลาด (AI-Powered Market Forecasting) • Market Trends Prediction with AI – วิธีใช้ AI วิเคราะห์แนวโน้มและพฤติกรรมของตลาด • Real-Time Market Intelligence – การนำ AI มาวิเคราะห์ข้อมูลเรียลไทม์ เพื่อคาดการณ์การเปลี่ยนแปลงของตลาด • 5 กลุ่มเครื่องมือ พร้อมแนะนำตัวอย่าง Martech และ AI ที่เหมาะสม 1. Data Collection and Market Listening 2. Consumer Behavior Analysis (AI and Predictive) 3. Market & Trend Forecasting Tools 4. Martech for Engagement & Testing 5. Generative AI for Insights and Strategy

	• Data Visualisation • Brand Voice & Brand Archetype Workshop 12 : สร้างกลยุทธ์การตลาด Brand Playbook, Marketing Playbook, Content Playbook
12:00 – 13:00 น.	รับประทานอาหารกลางวัน
13:00 – 14:30 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 Workshop 13 : ออกแบบการสื่อสารผ่าน Line OA การใช้ AI Automation เชื่อมโยง Omni-Channel Marketing • พื้นฐานของ AI Marketing Automation: การทำงานของ AI ในระบบ CRM และ Marketing Automation • เครื่องมือสำหรับทำ Marketing Automation ได้แก่ Make, Zapier, n8n และ Pabbly • ตัวอย่าง Workflow สำหรับงาน Marketing Automation 1. Workflow แหบทบทเลขาส่วนตัว 2. Workflow ระบบตอบคอมเมนต์และทัก Inbox อัตโนมัติ 3. Workflow ระบบสร้างเนื้อหาและโพสต์เฟซบุ๊กอัตโนมัติ 4. Workflow ระบบ OCR แปลงภาพเป็น Text • ตัวอย่างไอเดียการทำ AI Automation อื่น ๆ Workshop 14 : ออกแบบ Automatic Workflow ด้วย AI
14:30 – 14:45 น.	พักเบรก
14:45 – 16:00 น.	หัวข้อที่ 7: Ethical AI & Data Privacy Compliance การปฏิบัติตามกฎหมาย PDPA & Data Ethics • พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (Personal Data Protection Act – PDPA) คืออะไร และมีผลกระทบอย่างไรต่อการทำการตลาด • Informed Consent & Data Minimisation: การขอความยินยอมจากลูกค้าและลดการใช้ข้อมูลที่ไม่จำเป็น • กรณศึกษา • ผลกระทบของ PDPA ต่อการตลาดที่ขับเคลื่อนด้วย AI • แนวทางการปรับตัวสำหรับนักการตลาด AI • Data Protection Impact Assessment (DPIA) เทคนิคการใช้ AI อย่างมีจริยธรรมและความโปร่งใสในงานการตลาด

- แนวทางการใช้ Generative AI: Do's and Don'ts
- AI Transparency & Explainability: ทำให้ AI มีความโปร่งใสและเข้าใจได้ง่าย
- กรณีศึกษา

หัวข้อที่ 8: AI Marketing Strategy & Implementation Plan

Workshop 15 : AI Readiness Scan (Powered by ETDA)

การออกแบบ AI-First Marketing Roadmap สำหรับธุรกิจ

- AI for Executives
- AI Transformation
- AI Follow-up Plan

Strategy & Implementation Plan

- บทเรียนจากความล้มเหลวของ Digital Transformation
- จาก Idea Marathon System สู่ AI Marathon System

Workshop 16 : 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.)



คุณอำนวยการ 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 และบริหารจัดการงานโดย : บริษัท แอ็บโซลูท์ อัลลายแอนซ์ (ประเทศไทย) จำกัด

สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติม อริสเบสท์ (อริช) 02-661-7750 ต่อ 221, 230 และ 233

Line Official : @dugathailand FB : สมาคมผู้ใช้ดิจิทัลไทย – DUGA