

Mastering the Power of Persuasion in Digital Era

หลักสูตรพลังจิตวิทยาแห่งการโน้มน้าวขั้นสูง

สาระสำคัญของหลักสูตร

ในโลกยุคดิจิทัลที่เปลี่ยนแปลงรวดเร็ว ผู้ที่มีพลังในการโน้มน้าวใจ ไม่ใช่ผู้ที่พูดเสียงดังที่สุด แต่คือผู้ที่ “พูดตรงใจ” ผู้ฟังได้มากที่สุด หลักสูตรนี้ มุ่งเน้นให้ผู้เรียนเข้าใจศาสตร์แห่งจิตวิทยา การเจรจาต่อรอง และศาสตร์การสื่อสาร เพื่อสร้าง “อิทธิพลเชิงบวก” ในการทำงานและชีวิตจริง ผู้เข้าอบรมจะได้เรียนรู้เทคนิคการอ่านใจ เข้าใจพฤติกรรมมนุษย์ และออกแบบคำพูดให้สามารถโน้มน้าวได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งในการพูดคุยตัวต่อตัวและในโลกออนไลน์ จิตวิทยาการโน้มน้าวใจไม่ใช่เรื่องง่าย เพราะผู้โน้มน้าวใจต้องมีจิตวิทยาในการสื่อสารที่เข้าถึงจิตใต้สำนึกของคน ทำให้เข้าใจว่า คำพูดต่าง ๆ จะส่งผลถึงอารมณ์ความรู้สึกของคนที่ถูกโน้มน้าวใจได้อย่างไร

หลักสูตรนี้ผสมผสานแนวคิดทางจิตวิทยา กลยุทธ์การเจรจา และการออกแบบอิทธิพลอย่างมีจริยธรรม เพื่อให้ผู้เข้าอบรมสามารถสื่อสารอย่างมั่นใจ สร้างความเชื่อมั่นและขับเคลื่อนผลลัพธ์ได้จริง ดังเช่นผู้นำระดับโลกล้วนแต่ใช้หลักจิตวิทยาการโน้มน้าวใจ มาเป็นเครื่องมือและกลไกที่สำคัญในการขับเคลื่อนให้คนรอบข้างนั้นมีความยินดีที่จะให้ความช่วยเหลือทั้งร่างกายและจิตใจ หรือบางคน ใช้เป็น กลยุทธ์การเจรจาต่อรอง แบบ Win-Win

วัตถุประสงค์และประโยชน์ที่จะได้รับ

1. เข้าใจศาสตร์ รากฐานจิตวิทยาของ Persuasion และกระบวนการเปลี่ยนพฤติกรรม
2. เชี่ยวชาญเทคนิค Persuasion เชิงจริยธรรม และ evidence-based
3. วิเคราะห์และปรับกลยุทธ์การสื่อสารให้ตรงกับผู้ฟังเพื่อ engagement สูงสุด
4. วางกลยุทธ์ Persuasion vs Negotiation ให้เหมาะสมกับสถานการณ์
5. สร้างอิทธิพลและความน่าเชื่อถือ เพื่อขับเคลื่อนผลลัพธ์ที่มีคุณค่า
6. สร้างความเป็นผู้นำที่ขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงด้วย Persuasion อย่างยั่งยืน
7. พัฒนา “แผนแม่บทแห่งการโน้มน้าวใจ Persuasion Blueprint” สำหรับการสื่อสารของตนหรือทีม

กลุ่มเป้าหมาย

หลักสูตร “จิตวิทยาการโน้มน้าวใจในยุคดิจิทัล” เหมาะสำหรับผู้บริหาร หัวหน้างาน และผู้นำทีมในทุกระดับที่ต้องใช้ทักษะการสื่อสารเพื่อสร้างอิทธิพล แรงจูงใจ และความร่วมมือภายในองค์กร รวมถึงบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาองค์กร การบริหารทรัพยากรบุคคล และการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงนอกจากนี้ ยังเหมาะสำหรับบุคลากรสายงานการตลาด การขาย การบริการลูกค้า และการสื่อสารองค์กร ที่ต้องออกแบบข้อความ เจรจา หรือนำเสนอแนวคิดเพื่อสร้างความเชื่อมั่นและโน้มน้าวผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอกองค์กร

ระยะเวลาและสถานที่ในการอบรม

วันที่ 12 - 13 กุมภาพันธ์ 2569 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)	16,900	14,900	16,900	14,900
ภาษีมูลค่าเพิ่ม 7 %	1,183	1,043	1,183	1,043
ยอดรวมภาษีมูลค่าเพิ่ม	18,083	15,943	18,083	15,943
หัก ณ ที่จ่าย (ถ้ามี)	169 (1%)	149 (1%)	507 (3%)	447 (3%)
ยอดรวมหักภาษี ณ ที่จ่าย	17,914	15,794	17,576	15,496

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) และข้าราชการสามารถเบิกค่าลงทะเบียนตามระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรม การจัดงานและการประชุมระหว่างประเทศ พ.ศ.๒๕๔๙ และที่แก้ไขเพิ่มเติม และสำหรับหน่วยงานเอกชน สามารถติดต่อขอรับ Invoice หรือใบแจ้งหนี้ เพื่อทำการเบิกจ่ายกับทางต้นสังกัดได้ที่อีเมล arisbella@duga.or.th

วิธีชำระค่าลงทะเบียน

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

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

หมายเหตุ: **สามารถชำระค่าลงทะเบียนก่อนวันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2569** การยกเลิกการลงทะเบียนจะสมบูรณ์ต้องแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรเท่านั้น **และทำการยกเลิกก่อนวันที่ 6 กุมภาพันธ์ 2569** (ผู้ร่วมสัมมนาจะไม่ได้รับค่าลงทะเบียนคืนแต่คงสิทธิ์ที่จะได้รับเอกสารประกอบการอบรม)

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

Mastering the Power of Persuasion in Digital Era

หลักสูตรพลังจิตวิทยาแห่งการโน้มน้าวขั้นสูง

วันที่ 12 กุมภาพันธ์ 2569	
Day 1: พื้นฐานสำคัญของการวิเคราะห์ข้อมูลและกลยุทธ์ People Analytics	
09.00 – 10.30 น.	Module 1: จิตวิทยาแห่งการโน้มน้าวใจ จากอารมณ์สู่การลงมือทำ ● หลักการสำคัญของการโน้มน้าวใจในยุคดิจิทัล ● กลไกทางจิตวิทยาที่ส่งผลต่อการตัดสินใจและพฤติกรรมของคน ● การใช้ความฉลาดทางอารมณ์ บริบทและภาษาในการสร้างพลังในการโน้มน้าว ● จริยธรรมของการโน้มน้าวใจ สร้างความไว้วางใจ ไม่ใช่การบังคับ Case Study 1: การเล่าเรื่องของ Steve Jobs และ ตัวอย่างผู้นำไทยที่ใช้การสื่อสารอย่างทรงพลัง Workshop 1: “ถอดรหัสข้อความ” วิเคราะห์คลิปวิดีโอเพื่อระบุสิ่งกระตุ้นทางอารมณ์ของผู้ฟัง Reflection : สไตล์การโน้มน้าวใจของคุณเป็นแบบใด และคุณควรพัฒนาอะไรเพิ่มเติม
10.30 – 10.45 น.	พักเบรก
10.45 – 12.00 น.	Module 2: ทฤษฎีเกมและจิตวิทยาแห่งการเจรจา ● การใช้ Game Theory เพื่อวางกลยุทธ์ Persuasion ● เข้าใจพลวัตของการตัดสินใจของมนุษย์ในสถานการณ์ต่างๆ ● วิเคราะห์พฤติกรรมตอบสนองและสิ่งกระตุ้นที่มีผลต่อการตัดสินใจ ● สร้างสคริปต์การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวคน 3 บุคลิกที่แตกต่างกัน Workshop 2: “ห้องทดลองอิทธิพลเชิงกลยุทธ์” ออกแบบบทพูดโน้มน้าวใจให้เหมาะกับแต่ละบุคลิก Case Study 2: เทคนิคการโน้มน้าวลูกค้าในยุคดิจิทัลของทีมขายมีออซิฟในไทย ทำอย่างไร
12.00 – 13.00 น.	พักรับประทานอาหารกลางวัน
13.00 – 14.30 น.	Module 3: องค์ประกอบและหลักจิตวิทยาในการโน้มน้าวใจ ในยุคดิจิทัล ● องค์ประกอบของการโน้มน้าวใจ ที่มีออซิฟนำมาใช้ สร้างความสำเร็จให้ตนเอง ● องค์ประกอบของความสำเร็จในการโน้มน้าวใจแบบ “ชนะ” ทุกกรณี ● วิเคราะห์ การตัดสินใจของคน เพื่อสร้างโอกาสของความสำเร็จในการโน้มน้าวใจ ● รู้เขา รู้เรา ด้วยการวิเคราะห์จิตวิทยาการตอบตกลงของคนส่วนใหญ่ ● วิเคราะห์ แนวทางการโน้มน้าวใจของแต่ละบุคคล เพื่อออกแบบให้ตรงกับคนแต่ละประเภท Workshop 3: วิเคราะห์ คน 3 กลุ่ม ที่มีลักษณะการโน้มน้าวใจในรูปแบบที่ต่างกัน Workshop 4: วิเคราะห์ จริยธรรมทางการโน้มน้าวใจ เพื่อสร้างธุรกิจระยะยาว
14.30 – 14.45 น.	พักเบรก
14.45 – 16.00 น.	Module 4: อ่านใจคน ศิลปะการเข้าใจผู้อื่นเพื่อการโน้มน้าวใจ ● ระบุอุปสรรคที่มักเกิดขึ้นในการโน้มน้าวใจ ● วิเคราะห์จุดอ่อนที่เป็นจุดตายของคน ทำให้ถูกโน้มน้าวใจได้ง่าย

	- เรียนรู้เครื่องมือ 8 ประเภทในการเพิ่มอัตราการตอบตกลง - ใช้เทคนิค Empathy และ Micro-Expression เพื่ออ่านอารมณ์และท่าทีของผู้ฟัง Workshop 5: Mind Mapping the Listener แผนที่จิตใจของผู้ฟัง ฝึกวิเคราะห์แรงจูงใจและปฏิกิริยาของผู้อื่น
บทสรุป Day 1	
วันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2569	
Day 2: การสร้างอิทธิพลในระดับลึก เพื่อการโน้มน้าวใจ ที่ทรงพลังและอย่างยั่งยืน	
09.00 – 10.30 น.	Module 5: การสร้างอิทธิพลและพลังในการเจรจา - จิตวิทยาแห่งอำนาจและการแลกเปลี่ยนเชิงบวก - วิเคราะห์การตัดสินใจและจุดตายของคู่สื่อสาร - ปรากฏการณ์ย้อนแย้ง เทคนิค Persuasion จากความขัดแย้ง - การใช้นิทาน การเล่าเรื่อง และการเสริมแรงเชิงบวกเพื่อสร้างอิทธิพล Workshop 6: การกิจอิทธิพล 3 นาที โน้มน้าวใจเพื่อรวมกลุ่มภายใน 3 นาที ด้วยเครื่องมือต่างๆ
10.30 – 10.45 น.	พักรับประทานอาหารกลางวัน
10.45 – 12.00 น.	Module 6: การสร้างการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมด้วยจิตวิทยา - หลักจิตวิทยาของการสร้างนิสัยและการเปลี่ยนมุมมอง - เทคนิคการเปลี่ยนความคิดโดยไม่สร้างแรงต้าน - Persuasion vs Negotiation เลือกใช้ให้ถูกจังหวะ - Building Consensus เพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงที่ยั่งยืน จากพลังกระแสสังคม Social Proof Workshop 7: Change by Design ออกแบบการเปลี่ยนแปลง ประยุกต์ใช้หลักการโน้มน้าวเพื่อสร้างพฤติกรรมใหม่ในทีม
12.00 – 13.00 น.	พักรับประทานอาหารกลางวัน
13.00 – 14.30 น.	Module 7: การจัดการความขัดแย้งและแรงต้านทางจิตใจด้วยการเปลี่ยนพฤติกรรม - เข้าใจ “กำแพงทางจิตใจ” ที่ขัดขวางการโน้มน้าวใจ - เทคนิคการสร้างความเคยชินและการโน้มน้าวทางอ้อม - การปรับกรอบความคิด Reframing อย่างมีจริยธรรม - เทคนิคการเปลี่ยนแรงต้านให้กลายเป็นแรงสนับสนุน อย่างเป็นระบบและชัดเจน Workshop 8: “From No to Yes: เปลี่ยนคำว่าไม่ ให้เป็นคำว่า ใช่” ฝึกเจรจาเชิงสถานการณ์เพื่อเรียนรู้การใช้ความเข้าใจแทนการโต้แย้ง
14.30 – 14.45 น.	พักรับประทานอาหารกลางวัน
14.45 – 15.50 น.	Module 8: การออกแบบแผนแม่บทแห่งการโน้มน้าวใจ วางกลยุทธ์ Persuasion แบบมีโครงสร้างและแบบแผน Template-Based Influence

	• สร้างกรอบแนวคิดการโน้มน้าวใจเฉพาะบุคคล ด้วย Trust & Credibility • ฝึกฝนศาสตร์การโน้มน้าวเข้ากับภาวะผู้นำ Become an Agent for Positive Change Workshop 9: Your Persuasion Playbook ออกแบบกลยุทธ์การโน้มน้าวส่วนบุคคลที่ใช้ได้จริงในชีวิตประจำวัน / Reflection คุณอยากเป็นนักโน้มน้าวใจแบบใด ในอนาคต เวิร์กช็อปและการฝึกปฏิบัติ • Workshop ชมวิดีโอทัศน์ ประชุมกลุ่ม ระดมสมอง • การประยุกต์ใช้ในการโน้มน้าวใจในชีวิตจริง • วิทยากรให้ข้อมูลย้อนกลับเพื่อปรับปรุงพฤติกรรม
บทสรุป Day 2	



ผู้อำนวยการหลักสูตร และวิทยากร :

ดร.สุรัชย์ โหมจิตบวรชัย เกียรตินิยมอันดับ 1 สาขาการบริหารจัดการ และ สำเร็จการศึกษาโดยตรงด้านการขายและการเจรจาต่อรอง จากประเทศสหรัฐอเมริกา

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