

สตท.ว143/2567

วันที่ 11 มิถุนายน 2567

เรื่อง ขอเรียนเชิญเข้าร่วมอบรมเชิงปฏิบัติการหลักสูตรกลยุทธ์การสร้างประสบการณ์ลูกค้า (CX) เหนือระดับ รุ่น 3  
เรียน อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

สิ่งที่แนบมาด้วย 1.รายละเอียดหลักสูตรและกำหนดการ 2.แบบลงทะเบียน

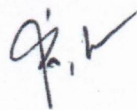
สถาบัน Rethink Academy โดย กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (MDES) และสมาคมผู้ใช้ดิจิทัลไทย (DUGA) ได้กำหนดจัดอบรมเชิงปฏิบัติการหลักสูตรกลยุทธ์การสร้างประสบการณ์ลูกค้า (CX) เหนือระดับ รุ่น 3 (Breakthrough Customer Experience CX Strategy #3) ในวันที่ 29 – 30 สิงหาคม 2567 ณ ห้องประชุม สุขุมวิท 3 โรงแรมเมอร์เคียว กรุงเทพฯ สุขุมวิท 24

**เนื้อหาหลักในการอบรม** หลักสูตรกลยุทธ์การสร้างประสบการณ์ลูกค้า (CX) เหนือระดับ จัดขึ้นเพื่อการพัฒนากลยุทธ์ด้านการตลาดเชิงนวัตกรรมที่ช่วยสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันผ่านการสร้างสรรค์คุณค่ารูปแบบต่าง ๆ ให้แก่ลูกค้า ศึกษาและทำความเข้าใจศาสตร์และศิลป์การตลาดยุคใหม่ที่ทันสมัย รวมถึงแนวคิดจิตวิทยา และแนวคิดเศรษฐศาสตร์เชิงพฤติกรรมต่าง ๆ สามารถออกแบบและบริหารประสบการณ์ลูกค้าผ่านการเพิ่มพูนความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีอัจฉริยะต่าง ๆ ที่สามารถนำมาใช้สร้างโอกาสและคุณค่าใหม่ ๆ ให้แก่ธุรกิจ **หลักสูตรนี้เหมาะกับ** ผู้บริหาร ฝ่ายวางแผนและกลยุทธ์ ฝ่ายสื่อสารองค์กรและลูกค้าสัมพันธ์ ฝ่ายการตลาดและพาณิชย์ ฝ่ายทรัพยากรบุคคล ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ และ ดิจิทัล

จึงขอเรียนเชิญพิจารณาในการส่งบุคลากรเข้าร่วมอบรมหลักสูตรดังกล่าว ท่านสามารถลงทะเบียนได้ทั้งแบบทั่วไป และ/หรือ แบบรับสิทธิพิเศษในรูปแบบ Membership (ข้าราชการและบุคลากรภาครัฐ สามารถเบิกค่าใช้จ่ายได้ตามระเบียบที่อยู่ในเอกสารแนบนี้) สอบถามรายละเอียดได้ที่ คุณอริสเบลล์ เบ็ญหิม โทร. 02-661-7750 ต่อ 221, 223 และ 233 อีเมล [Arisbella@absolutealliances.com](mailto:Arisbella@absolutealliances.com) หรือ [www.rethinkacademyth.com](http://www.rethinkacademyth.com)

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและขอขอบคุณล่วงหน้า ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถืออย่างสูง



(นางสาวกัลยา แสงหาบุญ)  
เลขาธิการสมาคมผู้ใช้ดิจิทัลไทย

## Breakthrough Customer Experience (CX) Strategy Course #3

หลักสูตร: กลยุทธ์การสร้างประสบการณ์ลูกค้า (CX) เหนือระดับ รุ่น 3

### ที่มาและความสำคัญ

ปัญหาสำคัญประการหนึ่งในปัจจุบันคือการที่องค์กรต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นองค์กรที่ก่อตั้งมานาน หรือองค์กรใหม่ก็ตาม ต้องประสบคือ การพยายามสร้างการขับเคลื่อนเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล หรือ Digital Transformation การสรรหากลยุทธ์ใหม่ ๆ เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน รวมไปถึง ปัญหาการนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้เป็นเครื่องมือในการแข่งขันกับคู่แข่งในตลาด นอกจากนี้แล้ว 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 6.0) การจับสัญญาณของแนวโน้มผู้บริโภค (Consumer Trends Radar) เศรษฐศาสตร์พฤติกรรม (Behavioral Economics) โดยเฉพาะแนวคิด การสะกดความคิดสะกดพฤติกรรม (Nudge) และการจูงใจ (Persuasion) เข้ากับ จิตวิทยาอคติหรือความลำเอียงในการตัดสินใจ (Cognitive Biases) ทั้งสำหรับผู้นำและสำหรับนักการตลาด เพื่อนำมาพัฒนากลยุทธ์ด้านการตลาดเชิงนวัตกรรมที่ช่วยสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันผ่านการสร้างสรรค์คุณค่ารูปแบบต่าง ๆ ให้แก่ลูกค้า

หลักสูตรมุ่งให้ผู้เข้ารับการอบรมได้ศึกษาปัจจัยการเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐศาสตร์ดิจิทัล การเปลี่ยนแปลงระหว่างลูกค้าและแบรนด์ ซึ่งผลของการเปลี่ยนแปลงนี้ก่อให้เกิดคุณค่าใหม่ ๆ ในใจลูกค้า การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงระหว่างธุรกิจไปยังลูกค้าและการขับเคลื่อนลูกค้าใหม่โดยอาศัยอิทธิพลของลูกค้าเดิม การสร้างโอกาสและคุณค่าใหม่ ๆ ให้แก่ธุรกิจ โดยอาศัยการคิดนอกกรอบเกี่ยวกับการออกแบบห่วงโซ่คุณค่าประสบการณ์ (Experience Value Chain) เพื่อทำความเข้าใจเส้นทางประสบการณ์ของลูกค้า (Customer Journey) และสร้างสรรค์ช่องทางปฏิสัมพันธ์ (Touchpoints) ใหม่ให้แก่ลูกค้า เพื่อก่อให้เกิดประสบการณ์ลูกค้าที่ดี หลักการประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence - AI) ปัญญาประดิษฐ์แบบสร้างสรรค์ (Generative AI) และ การเรียนรู้ของเครื่องด้วยข้อมูล (Machine Learning - ML) รวมถึงเทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น ความเป็นจริงเสริม (Augmented Reality - AR) ความเป็นจริงเสมือน Virtual Reality (VR) เทคโนโลยีที่ช่วยสร้างประสบการณ์ที่สมจริง (Immersive Technology) และนวัตกรรมอื่น ๆ เพื่อยกระดับประสบการณ์ของลูกค้า แนะนำเทคนิคการเก็บข้อมูลในภาคสนามและการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องมือคิดด้วยภาพ (Visual Thinking) เพื่อก่อให้เกิดความเข้าใจในข้อมูลเชิงลึกของลูกค้า รวมไปถึงแนะนำเครื่องมืออื่น ๆ ที่สามารถช่วยให้องค์กรกลายเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Change Agent) และ นักออกแบบทางเลือก (Choice Architect) ที่สามารถจัดวางองค์ประกอบต่าง ๆ ของสภาพแวดล้อมที่จะมีการตัดสินใจเกิดขึ้นตามความตั้งใจและสามารถออกแบบประสบการณ์ของลูกค้าเชิงดิจิทัลเพื่อ

ปรับเปลี่ยนให้องค์กรสามารถเข้าสู่วัฒนธรรมที่ตอบรับกับการเปลี่ยนแปลงทางด้านต่าง ๆ อยู่เสมอ และสามารถประยุกต์ใช้และประสานนวัตกรรมใหม่ให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าได้



**วัตถุประสงค์ และประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ**

1. เพื่อให้ผู้บริหารระดับสูงของหน่วยงานสามารถพัฒนากลยุทธ์ด้านการตลาดเชิงนวัตกรรมที่ช่วยสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันผ่านการสร้างสรรค์คุณค่ารูปแบบต่าง ๆ ให้แก่ลูกค้า ผ่านการศึกษาและทำความเข้าใจศาสตร์และศิลป์การตลาดยุคใหม่ที่ทันสมัย รวมถึงแนวคิดจิตวิทยาและแนวคิดเศรษฐศาสตร์เชิงพฤติกรรมต่าง ๆ
2. เพื่อให้ผู้บริหารระดับสูงของหน่วยงานสามารถออกแบบและบริหารประสบการณ์ลูกค้าผ่านการเพิ่มพูนความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีอัจฉริยะต่าง ๆ ที่สามารถนำมาใช้สร้างโอกาสและคุณค่าใหม่ ๆ ให้แก่ธุรกิจ รวมถึงสามารถสร้างทักษะในการออกแบบสภาพแวดล้อมที่จะมีการตัดสินใจและการออกแบบทางเลือกสำหรับลูกค้า ที่จะช่วยยกระดับประสบการณ์ของลูกค้าเชิงดิจิทัล
3. เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้บริหารระดับสูงมีการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ระหว่างองค์กร วิสัยทัศน์ และประสบการณ์ระหว่างผู้บริหารระดับสูงที่เข้ารับการศึกษาร่วมกันเพื่อพัฒนาวิสัยทัศน์ในการกำหนดนโยบายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดกลยุทธ์การสร้างประสบการณ์ลูกค้าเหนือระดับ
4. เข้าใจถึงความคาดหวังของลูกค้าและบริการที่ตอบโจทย์
5. ทราบถึงพฤติกรรม และเข้าใจความต้องการของลูกค้าได้อย่างชัดเจน
6. เรียนรู้หลักการเศรษฐศาสตร์เชิงพฤติกรรมและประยุกต์ใช้ความรู้ดังกล่าวเพื่อออกแบบกลยุทธ์ ด้านการตลาดที่ช่วยสร้างประสบการณ์ลูกค้าที่ก้าวล้ำ
7. เรียนรู้แนวทางการเดินทางของประสบการณ์และการสร้างหรือปรับปรุงประสบการณ์ในแต่ละช่วงเวลาของการติดต่อระหว่างธุรกิจกับลูกค้า
8. สามารถวิเคราะห์หาจุดบกพร่องทางการบริการและหาแนวทางปรับปรุงในการเพิ่มความพึงพอใจและประสบการณ์ที่ดีขึ้นในแต่ละจุดสัมผัส (Touch Point) ของลูกค้า

**กลุ่มเป้าหมาย**

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

**ระยะเวลาในการอบรม**

วันที่ 29 – 30 สิงหาคม 2567 ณ ห้องประชุมสุขุมวิท 3 โรงแรมเมอร์เคียว กรุงเทพ สุขุมวิท 24

**งบประมาณค่าใช้จ่าย**

รายละเอียด (สำหรับลงทะเบียน 1 ท่าน)	ยอดก่อน Vat.	ภาษีมูลค่าเพิ่ม	ยอดรวมภาษีมูลค่าเพิ่ม	ภาษีหัก ณ ที่จ่าย	ยอดหลังหักภาษี ณ ที่จ่าย	
ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	16,900	1183.00	18083.00	169.00	17,914.00	1%
บริษัทเอกชนหรือบุคคลทั่วไป	16,900	1183.00	18083.00	507.00	17,576.00	3%
รายละเอียด (สำหรับลงทะเบียน 2 ท่านขึ้นไป)	ยอดก่อน Vat.	ภาษีมูลค่าเพิ่ม	ยอดรวมภาษีมูลค่าเพิ่ม	ภาษีหัก ณ ที่จ่าย	ยอดสุทธิ	
ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	14,900	1043.00	15943.00	149.00	15,794.00	1%
บริษัทเอกชนหรือบุคคลทั่วไป	14,900	1043.00	15943.00	447.00	15,496.00	3%



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 หรือใบแจ้งหนี้ เพื่อทำการเบิกจ่ายกับทางต้นสังกัดได้ที่ อีเมล [Arisbella@absolutealliances.com](mailto:Arisbella@absolutealliances.com) ; [manashanok@absolutealliances.com](mailto:manashanok@absolutealliances.com)

วิธีชำระค่าลงทะเบียน

- กรอกรายละเอียดตามแบบฟอร์มการลงทะเบียนและแนบเอกสารการชำระเงิน (Pay in slip) มาที่อีเมล [Arisbella@absolutealliances.com](mailto:Arisbella@absolutealliances.com) ; [manashanok@absolutealliances.com](mailto:manashanok@absolutealliances.com)
- ชำระค่าลงทะเบียนโดยโอนเงินค่าลงทะเบียนล่วงหน้าก่อนวันประชุมสัมมนา เข้าชื่อบัญชี บริษัท แอ็บโซลูทท์ อัลลายแอนซ์ (ประเทศไทย) จำกัด
  - ธนาคารกรุงไทย บัญชีออมทรัพย์ สาขาการทางพิเศษแห่งประเทศไทย เลขที่บัญชี 085-0-12124-8
  - ธนาคารกรุงเทพ บัญชีออมทรัพย์ สาขานนอโตกมนตรี เลขที่บัญชี 925-0-07304-7
  - ธนาคารกสิกรไทย บัญชีออมทรัพย์ สาขา สุขุมวิท 33 (บางกะปิ) เลขที่บัญชี 003-2-42408-4

หมายเหตุ: สามารถชำระค่าลงทะเบียนก่อนวันที่ 9 สิงหาคม 2567 การยกเลิกการลงทะเบียนจะสมบูรณ์ต้องแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรเท่านั้น และทำการยกเลิกก่อนวันที่ 16 สิงหาคม 2567 (ผู้ร่วมสัมมนาจะไม่ได้รับค่าลงทะเบียนคืนแต่คงสิทธิ์ที่จะได้รับกระเปาะและเอกสารประกอบการอบรม)

เลขานุการการจัดงาน และบริหารการจัดงานโดย  
บริษัท แอ็บโซลูทท์ อัลลายแอนซ์ (ประเทศไทย) จำกัด 159/21 อาคารเสริมมิตรทาวเวอร์  
ซอย 21 ถนนสุขุมวิท 21 (อโศก) แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110  
โทรศัพท์ 0-2661-7750 โทรสาร 0-2661-7757



**Breakthrough Customer Experience (CX) Strategy Course #3**

**หลักสูตร กลยุทธ์การสร้างประสบการณ์ลูกค้า (CX) เหนือระดับ รุ่น 3**

29 สิงหาคม 2567

Day 1	
หัวข้อการอบรม	
09:00 – 10:25 น.	<p>หัวข้อที่ 1 Marketing 6.0</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• แนวคิด Marketing 6.0 ภาพการตลาดในอนาคต และ ผลกระทบของเทคโนโลยีที่จะมีต่อพฤติกรรมและประสบการณ์ของลูกค้า รวมถึงผลกระทบที่มีต่อการทำตลาด</li> <li>• Predictive Marketing</li> <li>• Contextual Marketing</li> <li>• Augmented Marketing</li> </ul> <p>กิจกรรม: แลกเปลี่ยนเป้าหมายการออกแบบประสบการณ์ลูกค้าขององค์กรของท่านขององค์กรในปัจจุบัน</p>
<b>พักเบรก</b>	
10:40 – 12:00 น.	<p>หัวข้อที่ 2 Introduction to Visual Thinking for Consumer Insights การใช้เครื่องมือ Visual Decoder เพื่อช่วยแก้ปัญหาทางธุรกิจ และ ทำความเข้าใจข้อมูลเชิงลึก</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• หลักการคิดด้วยภาพ Visual thinking คืออะไร และทำไมถึงจำเป็น เพื่อการมองเห็นลูกค้าด้วยสายตาภายใน (Seeing inner-sights)</li> <li>• ตัวอย่างการใช้ Visual Thinking ขององค์กรระดับโลก</li> <li>• ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับกลยุทธ์การเก็บข้อมูลเพื่อก่อให้เกิดความเข้าใจในข้อมูลเชิงลึกของลูกค้า</li> <li>• ทำความรู้จักเครื่องมือ Visual Decoder</li> <li>• วิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องด้วยโหมดการเห็นแบบ Who / What ด้วยการใช้ภาพเค้าโครง (Portrait)</li> <li>• การเห็นน้ำหนักและจำนวนด้วยโหมดการเห็นแบบ How much ด้วยการใช้ภาพกราฟ (Graph) แบบต่างๆ เช่น การวาดกราฟแท่ง เส้นแนวโน้ม การเปรียบเทียบขนาด</li> <li>• การเห็นความสัมพันธ์ ตำแหน่ง และสถานที่ด้วยโหมดการเห็นแบบ Where ด้วยการใช้ภาพในกลุ่มแผนที่ (Map) ทั้ง Physical Map และ Conceptual Map</li> <li>• การเห็นการเปลี่ยนแปลงด้านมิติของเวลาต่อปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นด้วยโหมด When ด้วยการใช้ภาพกลุ่มเส้นเวลา (Timeline)</li> </ul> <p>กิจกรรม:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. กิจกรรม Who &amp; What</li> <li>2. กิจกรรม How much</li> <li>3. กิจกรรม Where</li> <li>4. Connecting Moments: การสร้างประสบการณ์ที่พิเศษอย่างมีประสิทธิภาพ</li> </ol>
<b>พักเบรก</b>	
13:00 – 14:25 น.	<p>หัวข้อที่ 3 การสะกิดความคิดสะกิดพฤติกรรม (Nudge) จิตวิทยาอคติหรือความลำเอียงในการตัดสินใจ (Cognitive Biases) และ การจูงใจ (Persuasion)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ทฤษฎีการตัดสินใจชื่อ สมอง 2 ระบบ (System 1, System 2) และสมองแบบคิดเร็ว คิดช้า (Thinking Fast &amp; Slow)</li> <li>• เศรษฐศาสตร์พฤติกรรม กับ การตัดสินใจชื่อของมนุษย์ และเทคนิคการจูงใจ</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>จิตวิทยาอคติหรือความลำเอียงในการตัดสินใจ (Cognitive Biases) สำหรับผู้นำ และสำหรับนักการตลาด</li> </ul>
<b>พักเบรก</b>	
14:40 – 16:00 น.	<p>หัวข้อที่ 4 Designing Customer Experience Strategy</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>การประยุกต์เนื้อหาของวันที่ 1 เพื่อออกแบบกลยุทธ์การสร้างประสบการณ์ลูกค้า</li> </ul> <p>กิจกรรม: ระดมสมอง + นำเสนองาน กิจกรรมการสะกิด - โครงการ “พรุ่งนี้ฉันจะบริจาคมากขึ้น”</p>
<b>สรุปวันที่ 1 &amp; Reflection</b>	
<b>30 สิงหาคม 2567</b>	
<b>Day 2</b>	<b>หัวข้อการอบรม</b>
09:00 – 10:25 น.	<p>หัวข้อที่ 5 การจับสัญญาณของแนวโน้มผู้บริโภค (Consumer Trends Radar)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>องค์ประกอบของเทรนด์ (Elements of Trends): พื้นฐานของความต้องการ (Basic of Needs), ตัวขับเคลื่อนความเปลี่ยนแปลง (Driver of Change), และ นวัตกรรม (Innovations)</li> <li>พื้นฐานของความต้องการ (Basic of Needs) - วิเคราะห์พื้นฐานของความต้องการ โดยอ้างอิงหลักการ Maslow’s Hierarchy of Needs และ Manfred Max-Neef’s Fundamental Human Needs เพื่อให้เข้าใจเหตุผลที่แท้จริงเบื้องหลังการตัดสินใจซื้อสินค้าของลูกค้า</li> <li>ตัวขับเคลื่อนความเปลี่ยนแปลง (Driver of Change) - ทำความรู้จัก ความเปลี่ยนแปลงมหัพภาค (Shifts) ซึ่งกำหนดทิศทางของเทรนด์ และ สิ่งกระตุ้นการเปลี่ยนแปลง (Triggers) ซึ่งส่งผลต่อวิถีคิดและทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ</li> <li>นวัตกรรม (Innovations) - ทำความรู้จักนวัตกรรมประเภทต่าง ๆ ซึ่งไม่จำกัดอยู่เพียงแค่นวัตกรรมสินค้าและบริการ แต่ยังรวมถึง แนวคิดธุรกิจ แนวทางการตลาด ฯลฯ</li> </ul> <p>กิจกรรม:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Opportunity Sweet Spot</li> <li>กิจกรรม Consumer Trends Radar</li> </ul>
<b>พักเบรก</b>	
10:40 – 12:00 น.	<p>หัวข้อที่ 5 (ต่อ) การจับสัญญาณของแนวโน้มผู้บริโภค (Consumer Trends Radar)</p> <p>หัวข้อที่ 6 Consumer Trends Canvas</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>หลักการในการวิเคราะห์ลูกค้าเพื่อกำหนดโอกาสทางธุรกิจจากเทรนด์ (what, where, when) โดยพิจารณาจาก 3 มิติ จากภายในองค์กร ได้แก่ 1. ประเภทของนวัตกรรมที่เหมาะสมกับธุรกิจในปัจจุบัน 2. ความเร่งด่วน และ 3. ความมุ่งมั่นที่จะสร้างโอกาสธุรกิจใหม่</li> </ul> <p>กิจกรรม: Consumer Trends Canvas</p>
<b>พักเบรก</b>	
13:00 – 14:25 น.	<p>หัวข้อที่ 7 Tools for CX Journey เทคโนโลยีที่ช่วยในการเสริมประสบการณ์ลูกค้า</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>เครื่องมือ Data Management Tools ที่ช่วยเสริมประสบการณ์ของลูกค้า</li> <li>เทคโนโลยีต่าง ๆ ได้แก่ AR, VR, Spatial Computing, AI, ML และ Generative AI</li> <li>Immersive Technology และ การสร้าง Immersive Experience</li> <li>Use Cases และ Case Studies</li> </ul> <p>กิจกรรม: การใช้ Generative AI เพื่อช่วยออกแบบการสร้างประสบการณ์ลูกค้า</p>
<b>พักเบรก</b>	
14:40 – 16:00 น.	<p>หัวข้อที่ 8 Designing Breakthrough Customer Experience</p>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Experience Value Chain - สร้างมูลค่าทางธุรกิจ ด้วยการออกแบบห่วงโซ่มูลค่าประสบการณ์ และแก้ปัญหาประสบการณ์การใช้งานของผู้ใช้</li> <li>• Customer &amp; Market Focus: ทำความรู้จักตัวตนและความต้องการของลูกค้าผ่าน Customer Journey Map</li> <li>• การประยุกต์เนื้อหาของวันที่ 1 และ 2 เพื่อออกแบบกลยุทธ์การสร้างประสบการณ์ลูกค้า</li> </ul> <p>กิจกรรม:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ออกแบบ Experience Value Chain</li> <li>- ออกแบบ Customer Experience Journey</li> </ul>
<p><b>สรุปวันที่ 2</b></p> <p>1) Key takeaways</p> <p>2) Reflection</p>	

วิทยากร โดย:



**ดร.รัฐศิริกนก โปตะวณิช**

ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด และ การคิดด้วยภาพ (Visual Thinking)  
 อาจารย์ประจำ วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม 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  
 บัณฑิตวิทยาลัยและวิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ  
 กรรมการ คณะกรรมการ Digital Economy หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย  
 ที่ปรึกษา ด้านการขับเคลื่อนเปลี่ยนแปลงสู่ดิจิทัล ให้กับหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนชั้นนำ



**ดร.อรรถศิษฐ์ พัฒนะศิริ**

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



# Breakthrough Customer Experience (CX) Strategy #3

## หลักสูตรกลยุทธ์การสร้างประสบการณ์ลูกค้า (CX) เหนือระดับ รุ่น 3

วันที่ 29 - 30 สิงหาคม 2567

ณ ห้องประชุม สุขุมวิท ชั้น 8 โรงแรมเมอร์เคียว กรุงเทพ สุขุมวิท 24 (BTS พร้อมพงษ์ ทางออก 4)

ได้รับกระเป๋าแคนวาส  
พร้อมใบประกาศนียบัตร



### การชำระเงิน

สามารถชำระเป็นเช็ค หรือ โอนเงินผ่านธนาคาร (Pay In) เข้าบัญชี สั่งจ่ายในนาม  
ที่อยู่บริษัท แอ็บโซลูทก์ 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

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

### กรอกรายละเอียดให้ถูกต้องและชัดเจน

### โปรโมชั่นพิเศษ

ลงทะเบียนตั้งแต่วันที่ - 1 สิงหาคม 2567  
ลงทะเบียน 2 ท่าน ท่านละ 14,900 บาท  
(จากปกติ 1 ท่าน 16,900 บาท)

\*\* ราคาดังกล่าวยังไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม \*\*

### อัตราค่าลงทะเบียนแบบ On-Site

รายละเอียด (อัตราค่าลงทะเบียน 1 ท่าน ท่านละ)	ก่อน VAT	ภาษีมูลค่าเพิ่ม	ยอดรวมภาษีมูลค่าเพิ่ม	ภาษี หัก ณ ที่จ่าย	ยอดหลังหักภาษี ณ ที่จ่าย	
รายการ / รัฐวิสาหกิจ	16,900	1,183	18,083	169	17,914	1%
บริษัทเอกชน หรือบุคคลทั่วไป	16,900	1,183	18,083	507	17,576	3%
รายละเอียด (อัตราค่าลงทะเบียน 2 ท่าน ท่านละ)	ก่อน VAT	ภาษีมูลค่าเพิ่ม	ยอดรวมภาษีมูลค่าเพิ่ม	ภาษี หัก ณ ที่จ่าย	ยอดหลังหักภาษี ณ ที่จ่าย	
รายการ / รัฐวิสาหกิจ	14,900	1,043	15,943	149	15,794	1%
บริษัทเอกชน หรือบุคคลทั่วไป	14,900	1,043	15,943	447	15,496	3%

### วิธีการลงทะเบียน

- กรอกรายละเอียดตามแบบฟอร์มการลงทะเบียน พร้อมแนบเอกสารการชำระเงิน (Pay in slip) ส่งกลับไปที่ (แฟกซ์) 02-6617757 หรือ (อีเมล) Arisbella@absolutealliances.com และ Manashanok@absolutealliances.com หรือลงทะเบียนออนไลน์ได้ที่ [www.rethinkacademyth.com](http://www.rethinkacademyth.com)
- สามารถชำระค่าลงทะเบียนล่าช้า ภายในวันที่ 9 สิงหาคม 2567
- การยกเลิกการลงทะเบียน จะสมบูรณ์ต้องแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรเท่านั้น!! และทำการยกเลิกก่อนวันที่ 16 สิงหาคม 2567 (ผู้เข้าร่วมอบรมจะไม่ได้รับค่าลงทะเบียนคืน แต่คงสิทธิ์ที่จะได้รับเอกสารอบรม กระเป๋าผ้าแคนวาส)

1. ชื่อ.....นามสกุล.....ตำแหน่ง.....

E-mail  Tel.มือถือ

(อีเมลตัวพิมพ์ใหญ่)

อาหาร :  ปกติ  ชาลาล  มังสวิรัติ

2. ชื่อ.....นามสกุล.....ตำแหน่ง.....

E-mail  Tel.มือถือ

(อีเมลตัวพิมพ์ใหญ่)

อาหาร :  ปกติ  ชาลาล  มังสวิรัติ

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

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

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

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

ข้าพเจ้ายินยอมที่จะเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลและอีเมลจากการลงทะเบียนนี้แก่ บริษัท แอ็บโซลูทก์ อัลลายแอนซ์ (ประเทศไทย) จำกัด และหน่วยงานร่วมสนับสนุน

เพื่อวัตถุประสงค์ในการแจ้งยืนยันผลการลงทะเบียนผ่านทางอีเมล รวมไปถึงจัดเก็บและนำไปวิเคราะห์ด้านการตลาด ไม่ยินยอม

สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ : บริษัท แอ็บโซลูทก์ อัลลายแอนซ์ (ประเทศไทย) จำกัด



เลขที่ สดท.ว 143/2567 • วันที่ 20 มิถุนายน 2567

เรื่อง ขอเรียนเชิญเข้าร่วมอบรมเชิงปฏิบัติการหลักสูตรกลยุทธ์การสร้างประสบการณ์ลูกค้า CX เหนือระดับ รุ่น 3 ประจำปี พ.ศ. 2567 ในวันที่ 29-30 สิงหาคม 2567

รายชื่อผู้ลงนาม (หน้าที่ 1/4)



เลขที่ สดท.ว 143/2567 • วันที่ 20 มิถุนายน 2567

เรื่อง ขอเรียนเชิญเข้าร่วมอบรมเชิงปฏิบัติการหลักสูตรกลยุทธ์การสร้างประสบการณ์ลูกค้า CX เหนือระดับ รุ่น 3 ประจำปี พ.ศ. 2567 ในวันที่ 29-30 สิงหาคม 2567

รายชื่อผู้ลงนาม (หน้าที่ 2/4)



เลขที่ สดท.ว 143/2567 • วันที่ 20 มิถุนายน 2567

เรื่อง ขอเรียนเชิญเข้าร่วมอบรมเชิงปฏิบัติการหลักสูตรกลยุทธ์การสร้างประสบการณ์ลูกค้า CX เหนือระดับ รุ่น 3 ประจำปี พ.ศ. 2567 ในวันที่ 29-30 สิงหาคม 2567

รายชื่อผู้ลงนาม (หน้าที่ 3/4)



เลขที่ สดท.ว 143/2567 • วันที่ 20 มิถุนายน 2567

เรื่อง ขอเรียนเชิญเข้าร่วมอบรมเชิงปฏิบัติการหลักสูตรกลยุทธ์การสร้างประสบการณ์ลูกค้า CX เหนือระดับ รุ่น 3 ประจำปี พ.ศ. 2567 ในวันที่ 29-30 สิงหาคม 2567

รายชื่อผู้ลงนาม (หน้าที่ 4/4)