

กำหนดการ
หลักสูตรการสร้างแบรนด์ให้แข็งแรงในยุคดิจิทัล รุ่นที่ 2
(How to Build Strong Branding in Digital Era: BSB2)
ระหว่างวันที่ 1 – 2 กุมภาพันธ์ 2560
ณ โรงแรมเจ้าพระยา ปาร์ค กรุงเทพฯ

วิทยากร: อาจารย์บ๊อง สุวรรณมงคล

ผู้เชี่ยวชาญด้านการสร้างแบรนด์ การวางกลยุทธ์การตลาด และการทำตลาดออนไลน์

Managing Director & Founder

Hummingbirds Research and Marketing Consultan

ภาพรวมเนื้อหาหลักสูตร: การสร้างแบรนด์ที่แข็งแรงในยุคดิจิทัล ต้องมีหลายองค์ประกอบด้วยกัน เริ่มจากการเข้าใจพื้นฐานและกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ก่อน ต่อมาจึงเป็นกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดที่มีประสิทธิภาพ ทำให้กลุ่มเป้าหมายรับรู้และเชื่อมโยงกับแบรนด์ของเรา และสุดท้ายจะเรียนรู้การสร้างแบรนด์ในยุคดิจิทัลโดยเริ่มจากการเข้าใจผู้บริโภคในยุคดิจิทัลว่ามีความคิดและพฤติกรรมเปลี่ยนไปอย่างไร การสร้างแบรนด์ในโลกออนไลน์ด้วยการใช้เครื่องมือการตลาดในยุคดิจิทัลประเภทต่างๆ แบบผสมผสานกับสื่อออนไลน์แบบบูรณาการเพื่อประสิทธิผลสูงสุด การเรียนรู้ทั้งหมดนี้จะมีทั้งภาคทฤษฎีและปฏิบัติ โดยมีกำหนดการ ดังนี้

วันพฤหัสบดีที่ 26 มกราคม 2560	
08.30 – 09.00 น.	ลงทะเบียน
09.00 – 10.30 น.	<u>วางแผนดีมีชัยไปกว่าครึ่ง</u> ● เข้าใจปัญหาของตลาดแบบไม่มีกลยุทธ์ หรือทำไมบางสินค้าและบริการจึงไม่สามารถทำกำไรได้มากเท่าที่ควร? ทำไมบางแบรนด์ถึงได้เป็นที่หนึ่งในใจกลุ่มเป้าหมาย? ● ทำอย่างไรให้แบรนด์ของเราจะโดดเด่นกว่าแบรนด์อื่นๆ? ● ทำไมต้องสร้างแบรนด์? เหมือนจะง่ายแต่ทำไมหลายๆ แบรนด์จึงยังทำไม่ได้? ● ขั้นตอนการสร้างแบรนด์และวางแผนกลยุทธ์การตลาดผ่านการหา Consumer Insight โดยเจาะลึกและมีกรณีศึกษาประกอบการเรียนรู้ ○ Segmentation ทำไมต้องแบ่งกลุ่ม วิธีการแบ่งกลุ่มตลาดทำอย่างไร? ○ Targeting การเข้าใจลูกค้าของเราเชิงลึก วิธีการหา Insight ○ Positioning การวางจุดยืนที่แข็งแรงของแบรนด์ หรือตรวจสอบว่าจุดยืนของแบรนด์คุณที่มีอยู่แข็งแรงแค่ไหนและมีการพัฒนาอย่างไร?
10.45 – 12.00 น.	<u>ของดีต้องมีการสื่อสารที่โดน จึงแข็งแกร่งได้ในยุคนี้</u> ● กลยุทธ์การออกแบบการสื่อสารการตลาดที่มีประสิทธิภาพ ● เทคนิคในการสร้างการสื่อสารที่โดนใจและขายได้ ● แนวคิดของ ABC ○ Attention Getting ความสามารถในการดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย

	○ Branding การสื่อสารที่ดี ต้องบอกจุดยืนของแบรนด์ชัดเจน ○ Communication กลุ่มเป้าหมายต้องเข้าใจ “Key Success” ที่เราต้องการจะสื่อสาร ● ตัวอย่างและกรณีศึกษาจริงในไทยและต่างประเทศ
12.00 – 13.00 น.	พักรับประทานอาหารกลางวัน
13.00 – 14.00 น.	ของดีต้องมีการสื่อสารที่โดน จึงแจ้งเกิดได้ในยุคนี้ (ต่อ)
14.15 – 16.30 น.	● Workshop ทำกิจกรรมกลุ่ม โดยมีกรณีศึกษาให้และวิเคราะห์วางแผน โดยการฝึกใช้เนื้อหาที่เรียนมา ● นำเสนองานแต่ละกลุ่ม และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเพื่อต่อยอด รวมถึงวิทยากรให้คำแนะนำ
วันศุกร์ที่ 27 มกราคม 2560	
09.00 – 11.00 น.	<u>เจาะลึกผู้บริโภคและการวางแผนการตลาดในยุคดิจิทัล</u> ● Trend ของผู้บริโภคยุคใหม่ที่นักการตลาดต้องก้าวตามให้ทัน ● การวางแผนการตลาดในโลกออนไลน์อย่างมีกลยุทธ์
11.00 – 12.00 น.	<u>เข้าใจอาวุธการตลาดในยุคดิจิทัลในภาพรวม</u> ● Social Media สื่อยุคใหม่ แรนด์จะจัดการอย่างไร? ● Content Marketing ยุคของการบริโภคเนื้อหา แรนด์จะต้องปรับตัวอย่างไร? ● Online Advertising โฆษณาแบบเดิมๆ จะรอดไหมในยุคดิจิทัล? ● Online Campaign ปั่นออนไลน์แคมเปญให้แจ้งเกิด ● Website จริงหรือที่บอกว่าเว็บไซต์หมดยุคแล้ว? ● SEO/SEM แจ้งเกิดใน Search Engine ● Application ใช้แอปพลิเคชันช่วยแบรนด์เราได้อย่างไร? ● การออกแบบการสื่อสารทั้งออนไลน์และออฟไลน์แบบบูรณาการ เพื่อบริหารประสบการณ์ทั้งหมดของลูกค้า ● การตรวจสอบและการประเมินผล หัวใจสำคัญของการบริหารการตลาด
12.00 – 13.00 น.	พักรับประทานอาหารกลางวัน
13.00 – 14.00 น.	เข้าใจอาวุธการตลาดในยุคดิจิทัล (ต่อ)
14.15 – 16.30 น.	● Workshop ทำกิจกรรมกลุ่ม โดยมีกรณีศึกษาให้และวิเคราะห์วางแผน โดยการฝึกใช้เนื้อหาที่เรียนมา ● นำเสนองานแต่ละกลุ่ม และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเพื่อต่อยอด รวมถึงวิทยากรให้คำแนะนำ

หมายเหตุ: กำหนดการและสถานที่อาจเปลี่ยนแปลงได้ตามความเหมาะสมและความจำเป็น โดยยังคงเนื้อหาและสาระสำคัญของการอบรมไว้