



สตท.2567/ว221

วันที่ 12 กรกฎาคม 2567

วิทยาลัยการสาธารณสุขสิรินธร	
จังหวัดตรัง	
เลขที่	1346
วันที่	16 กค 2567
	09.30

เรื่อง ขอเรียนเชิญเข้าร่วมอบรมเชิงปฏิบัติการหลักสูตรกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ที่ยิ่งใหญ่ และยั่งยืน รุ่น 2

เรียน ผู้อำนวยการ วิทยาลัยการสาธารณสุขสิรินธร จังหวัดตรัง

สิ่งที่แนบมาด้วย 1.รายละเอียดและกำหนดการ 2.แบบลงทะเบียน

สถาบัน Rethink Academy โดย กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (MDES) และสมาคมผู้ใช้ดิจิทัลไทย (DUGA) ได้กำหนดจัดอบรมเชิงปฏิบัติการหลักสูตรกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ที่ยิ่งใหญ่ และยั่งยืน รุ่น 2 (Building the Winning & Sustainable Brand #2) วันที่ 3 - 4 กันยายน 2567 ณ ห้องประชุม สุขุมวิท 3 โรงแรมเมอร์เคียว กรุงเทพ สุขุมวิท 24 (BTS สถานีพร้อมพงษ์ ทางออก 4)

เนื้อหาในการอบรม เพื่อให้เข้าใจเรื่องการสร้างแบรนด์ที่ยิ่งใหญ่ และยั่งยืน ไปใช้กับองค์กร หรือธุรกิจของตนเอง และเรียนรู้การเปิดมุมมอง เสริมทักษะด้านการขับเคลื่อนธุรกิจผ่านการสร้างตัวตน จุดยืนของแบรนด์ เพื่อการพัฒนาคุณภาพธุรกิจ การตลาด การสื่อสารให้ตอบโจทย์โลกในปัจจุบัน และเปิดโอกาสในการแลกเปลี่ยนแนวคิด และประสบการณ์กับวิทยากรเพื่อสร้างเครือข่ายผู้นำด้านการเปลี่ยนแปลงสู่ยุคดิจิทัลเพื่อให้เกิดสังคมแห่งการแบ่งปันความรู้และประสบการณ์ ก่อให้เกิดความสัมพันธ์และการสร้างเครือข่ายระหว่างผู้บริหารองค์กรต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงสู่ยุคดิจิทัล

หลักสูตรนี้เหมาะสำหรับ ผู้บริหารฝ่ายการตลาดและฝ่ายขาย ฝ่ายวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด ฝ่ายวิเคราะห์นโยบายและแผน และฝ่ายที่เกี่ยวข้อง

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

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและขอขอบคุณล่วงหน้ามา ณ โอกาสนี้

จึงเรียน ดร.วิจิตร-สง

กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม และ

ขอแสดงความนับถืออย่างสูง

สมาคมผู้ใช้ดิจิทัลไทย จัดอบรมแล้วสุดตามเอกสารแนบ

นายสุนทร ปราบเขต

(นางสาวกัลยา แสงหาบุญ)

ขอบคุณ HRD ประชานันท์ ไชยใส

ผู้อำนวยการวิทยาลัยการสาธารณสุขสิรินธร จังหวัดตรัง
เลขาธิการสมาคมผู้ใช้ดิจิทัลไทย

จบ IDP

ไม่ลบบน
ดร. อานันท์ กิจจิ นวัตกรรม ?
16 ก.ค. 67

หลักสูตรกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ที่ยิ่งใหญ่ และยั่งยืน รุ่น 2

Building the Winning & Sustainable Brand #2

ที่มาและความสำคัญ

การทำธุรกิจในยุคนี้ที่การเปลี่ยนแปลงแบบฉับพลันเกิดขึ้นได้ตลอดเวลาแถมเศรษฐกิจโลกที่มีการชะลอตัวและการค้าที่มีสินค้าจากเพื่อนบ้านละแวกใกล้เคียงหรือข้ามทวีปเข้ามาแข่งขันตลอดเวลาทำให้การทำตลาดไม่ว่าจะเป็นภาครัฐหรือ ภาคเอกชน ธุรกิจขนาดเล็ก หรือขนาดใหญ่ ล้วนเต็มไปด้วยอุปสรรค ต่าง ๆ มากมายกว่าที่จะสามารถทำให้ธุรกิจของตนเอง หรือ ขององค์กรนั้นๆอยู่รอด สร้างผลกำไรขึ้นมาได้และยังคำนึงถึงการสร้างผลกระทบที่ดีให้กับชุมชน สังคม หรือสิ่งแวดล้อม หรือ โลก ในเวลาเดียวกันได้หรือไม่

เพราะการสร้างแบรนด์ คือการสำรวจวิเคราะห์เพื่อกำหนด “ตัวตน” ของธุรกิจให้สอดคล้องไปกับสินค้าหรือบริการ และสอดคล้องกับความต้องการของผู้ซื้อหรือกลุ่มเป้าหมายการสร้างแบรนด์ช่วยให้ผู้ซื้อเข้าถึงคุณค่าของแบรนด์ได้อย่างแม่นยำทำให้แบรนด์มีแผนและแนวทางที่ชัดเจนในการขับเคลื่อนธุรกิจไม่สะเปะสะปะหาจุดบกพร่องเพื่อปรับปรุงได้ง่ายถูกต้องและเป็นระบบช่วยให้สามารถวิเคราะห์และพัฒนาตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ การสร้างแบรนด์จึงเป็นความจำเป็นทั้งเพื่อการพัฒนาธุรกิจและสร้างโอกาสในการแข่งขันไปด้วยพร้อมๆ กัน

การสร้างแบรนด์เป็นมากกว่าการสร้างภาพลักษณ์การกำหนดอัตลักษณ์ที่ถูกต้องจะสามารถช่วยพัฒนาธุรกิจอย่างรอบด้านพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการธุรกิจเข้าใจพฤติกรรมและความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ฯลฯ การสร้างแบรนด์จึงไปไกลกว่าแค่การสร้างภาพลักษณ์ที่ชัดเจน แต่เป็นการวิเคราะห์เพื่อกำหนดตัวตนของแบรนด์ในทุกๆด้านเพื่อให้สัมพันธ์สอดคล้องและส่งเสริมกันและเป็นเครื่องมือที่ทรงพลังที่จะช่วยขับเคลื่อนให้แบรนด์มีพื้นฐานที่มั่นคง สร้างโอกาสในการแข่งขัน และมีแนวทางในการพัฒนาอย่างต่อเนื่องชัดเจน

การสร้างแบรนด์ช่วยให้มีแผนและการประเมินผลที่ชัดเจนการสร้างแบรนด์และตัวตนของธุรกิจเป็นกระบวนการที่ต้องรวบรวมข้อมูลหลากหลายใช้ทั้งศาสตร์และศิลป์วิเคราะห์และกำหนดเป็นแนวทางในการขับเคลื่อน “แผนการสร้างแบรนด์” ซึ่งต้องใช้เวลาในการพัฒนาแผนการพัฒนาแบรนด์จึงอาจเป็นหนึ่งเดียวกับแผนธุรกิจการมีแผนในการขับเคลื่อนธุรกิจเป็นพื้นฐานที่แม่นยำในการวิเคราะห์ตรวจสอบประเมินผลเพื่อปรับแนวทางของธุรกิจอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามที่ธุรกิจกำหนดไว้ โดยมีแบรนด์เป็นเสาหลักในการยึดโยงนั่นเอง

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้ผู้บริหารระดับสูง และ ระดับปฏิบัติการของหน่วยงานได้ศึกษา เรียนรู้ จนสามารถพัฒนาการสร้างเป้าประสงค์ จุดยืน และบุคลิก ลักษณะของแบรนด์
2. เพื่อเข้าใจถึงความสำคัญของการตรวจสอบสุขภาพแบรนด์และเลือกวิธีการที่เหมาะสมกับธุรกิจของเรา
3. เพื่อเปิดโอกาสให้มีการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ระหว่างองค์กร วิสัยทัศน์และประสบการณ์ระหว่างผู้บริหารระดับสูง และ ระดับปฏิบัติการ ที่เข้ารับการศึกษาดูด้วยกัน
4. เพื่อเข้าใจความแตกต่างระหว่างการใช้มาสเตอร์แบรนด์เพียงแบรนด์เดียวและมัลติแบรนด์ เพื่อวางกลยุทธ์เข้าถึงผู้บริโภคที่หลากหลายได้อย่างมีประสิทธิภาพ
5. เพื่อพัฒนาวิสัยทัศน์ในการกำหนดนโยบายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างแบรนด์ที่ส่งผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืนและมีผู้บริโภคมีส่วนร่วม

กลุ่มเป้าหมาย

ผู้บริหารองค์กรระดับสูงและ ระดับปฏิบัติการ ทั้งในภาครัฐ ภาคเอกชน รัฐวิสาหกิจ ในทุกกลุ่มอุตสาหกรรมที่ต้องการสร้างกลยุทธ์ทางธุรกิจ การตลาด การสื่อสารที่มีเป้าประสงค์เพื่อความยั่งยืน ไม่ว่าจะเป็น ด้านการท่องเที่ยว ด้านการศึกษา ด้านสาธารณสุข ด้านสินค้าอุปโภคบริโภค ด้านพลังงาน และกลุ่มอุตสาหกรรมอื่น ๆ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผู้เข้าร่วมอบรมมีความเข้าใจเรื่อง สร้างแบรนด์ที่ยิ่งใหญ่ และ ยั่งยืน ไปใช้กับองค์กร หรือ ธุรกิจของตนเอง
2. ผู้เข้าร่วมอบรมร่วมเรียนรู้เปิดมุมมอง เสริมทักษะด้านการขับเคลื่อนธุรกิจผ่านการสร้างตัวตน จุดยืนของแบรนด์ เพื่อการพัฒนาคุณภาพธุรกิจการตลาด การสื่อสารให้ตอบโจทย์โลกในปัจจุบัน
3. ผู้เข้าอบรมจะเข้าใจวิธีการตรวจสอบสุขภาพแบรนด์และเลือกวิธีการที่เหมาะสมกับธุรกิจของเราผู้เข้าร่วมอบรม อย่างถ่องแท้
4. ผู้เข้าอบรมสามารถแยกแยะความแตกต่างระหว่างการใช้มาสเตอร์แบรนด์เพียงแบรนด์เดียวและมัลติแบรนด์ เพื่อวางกลยุทธ์เข้าถึงผู้บริโภคที่หลากหลายได้อย่างมีประสิทธิภาพ
5. ผู้เข้าร่วมอบรมได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนแนวคิด และประสบการณ์กับวิทยากรและผู้เข้าอบรมเพื่อสร้างเครือข่ายผู้นำด้านการเปลี่ยนแปลงสู่ยุคดิจิทัลเพื่อให้เกิดสังคมแห่งการแบ่งปันความรู้และประสบการณ์
6. เพื่อให้เกิดความสัมพันธ์และการสร้างเครือข่ายระหว่างผู้บริหารองค์กรต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงสู่ยุคดิจิทัล

ระยะเวลาในการอบรม

วันที่ 3 – 4 กันยายน 2567 ณ ห้องประชุม สุขุมวิท 3 โรงแรมเมอร์เคียว กรุงเทพ สุขุมวิท 24 (BTS สถานีพร้อมพงษ์ ทางออก 4)

ค่าใช้จ่ายแบบลงทะเบียนปกติ

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.๒๕๔๙ และที่แก้ไขเพิ่มเติม และสำหรับหน่วยงานเอกชน สามารถติดต่อขอรับ Invoice หรือ ใบแจ้งหนี้ เพื่อทำการเบิกจ่ายกับทางต้นสังกัดได้ที่ อีเมล Arisbella@absolutealliances.com ; manashanok@absolutealliances.com

วิธีชำระค่าลงทะเบียน

1. กรอกรายละเอียดตามแบบฟอร์มการลงทะเบียนและแนบเอกสารการชำระเงิน (Pay in slip) มาที่อีเมล Arisbella@absolutealliances.com ; manashanok@absolutealliances.com
2. ชำระค่าลงทะเบียนโดยโอนเงินค่าลงทะเบียนล่วงหน้าก่อนวันประชุมสัมมนาฯ เข้าชื่อบัญชี บริษัท แอ็บโซลูท์ อัลลายแอนซ์ (ประเทศไทย) จำกัด
 - ธนาคารกรุงไทย บัญชีออมทรัพย์ สาขาการทางพิเศษแห่งประเทศไทย เลขที่บัญชี 085-0-12124-8
 - ธนาคารกรุงเทพ บัญชีออมทรัพย์ สาขานนอศกมนตรี เลขที่บัญชี 925-0-07304-7
 - ธนาคารกสิกรไทย บัญชีออมทรัพย์ สาขา สุขุมวิท 33 (บางกะปิ) เลขที่บัญชี 003-2-42408-4

หมายเหตุ: สามารถชำระค่าลงทะเบียนก่อนวันที่ 16 สิงหาคม 2567 การยกเลิกการลงทะเบียนจะสมบูรณ์ต้องแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรเท่านั้น และทำการยกเลิกก่อนวันที่ 30 สิงหาคม 2567 (ผู้ร่วมสัมมนาจะไม่ได้รับค่าลงทะเบียนคืนแต่คงสิทธิ์ที่จะได้รับกระเป๋าและเอกสารประกอบการอบรม)

เลขานุการการจัดงาน และบริหารการจัดงานโดย : บริษัท แอ็บโซลูท์ อัลลายแอนซ์ (ประเทศไทย) จำกัด
สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติม : อริสเบลล์ เบ็ญหิม 02-661-7750 ต่อ 221, 230 และ 233
Line Official : @dugathailand FB : สมาคมผู้ใช้งานดิจิทัลไทย – DUGA www.rethinkacademyth.com

หลักสูตรกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ที่ยิ่งใหญ่ และยั่งยืน รุ่น 2
Building the Winning & Sustainable Brand #2

วันที่ 3 กันยายน 2567

Day 1	
รายละเอียดการอบรม	
09.00-10.30 น.	<p>หัวข้อที่ 1: The Power and Challenge of Winning Branding in 5.0 era ทำความเข้าใจบทบาทและหน้าที่ของแบรนด์</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ แบรนด์ไม่ได้เกิดมาแค่สร้างประโยชน์ให้กับตัวเองเท่านั้นในยุคนี้ การวางจุดยืนของ แบรนด์ที่ผิดพลาดสร้างความเสียหายให้ธุรกิจได้ทันที ▪ การสร้างแบรนด์ที่ให้ผู้บริโภคเป็นคนเล่าเรื่องให้เรา (Brand Fans) ▪ 2024 เทรนด์ความต้องการของผู้บริโภคที่มีผลต่อแบรนด์ในวันนี้ <p>ดร. ตั้งใจฉวีล อนันตชัย: Chairman of Management Board, INTAGE Thailand Co.,Ltd.</p>
10.30-10.45	พักเบรก
10.45-12.15 น.	<p>หัวข้อที่ 2: เข้าใจความแตกต่างระหว่างมาสเตอร์แบรนด์ การใช้กลยุทธ์แบรนด์เดี่ยว หรือมัลติแบรนด์</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ความแตกต่างระหว่างการทำการตลาดและการสร้างแบรนด์ และ โมเดลในการสร้างแบรนด์ และการจัดโครงสร้างของแบรนด์ (Branding vs Marketing vs Communication) ▪ เคสวิเคราะห์เพื่อให้เข้าใจจุดดี จุดพึงระวังของ การขยายตราสินค้า (brand extension) หรือการสร้างแบรนด์ใหม่ <p>กิจกรรม 1: ทดลองทำเคสร่วมวิเคราะห์เพื่อให้เข้าใจจุดดี จุดพึงระวังของ การขยายตราสินค้า (brand extension) หรือการสร้างแบรนด์ใหม่</p> <p>คุณชนิษฐา ตั้งวรพจน์วิธาน: Business & Brand Advisor, eXperience Matters Co.,Ltd. ดร. ตั้งใจฉวีล อนันตชัย: Chairman of Management Board, INTAGE Thailand Co.,Ltd.</p>
12.15-13.15 น.	พักรับประทานอาหารกลางวัน
13.15 – 14.30 น.	<p>หัวข้อที่ 3: Understanding and Designing Brand DNA Framework and its Purpose ทำความเข้าใจองค์ประกอบของ Brand DNA และสร้าง Brand DNA Framework ของแบรนด์ตัวเอง</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ จัดทำโครงสร้าง Brand DNA Framework ▪ กำหนด POP(จุดเหมือน) , POD (จุดต่าง) ของแบรนด์ตัวเอง เพื่อสร้างจุดยืน (Positioning) ของแบรนด์ตัวเอง <p>คุณชนิษฐา ตั้งวรพจน์วิธาน: Business & Brand Advisor, eXperience Matters Co.,Ltd. ดร. ตั้งใจฉวีล อนันตชัย: Chairman of Management Board, INTAGE Thailand Co.,</p>
14.30 – 14.45 น.	พักเบรก
14.45 – 16.00 น.	<p>หัวข้อที่ 3: Understanding and Designing Brand DNA Framework and its purpose (ต่อ)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ กิจกรรม 2: วิเคราะห์จุดเหมือน และจุดต่างของแบรนด์เมื่อเทียบกับคู่แข่ง ที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค เพื่อสร้างจุดยืน (Positioning) ของแบรนด์ตัวเอง <p>คุณชนิษฐา ตั้งวรพจน์วิธาน: Business & Brand Advisor, eXperience Matters Co.,Ltd. ดร. ตั้งใจฉวีล อนันตชัย: Chairman of Management Board, INTAGE Thailand Co.,</p>
สรุปวันที่ 1	

วันที่ 4 กันยายน 2567	
Day 2	รายละเอียดการอบรม
09.00 – 12.00 น.	หัวข้อที่ 4: Managing Your Brand Health Check เรียนรูปแบบต่างๆของการตรวจสอบสุขภาพแบรนด์ <ul style="list-style-type: none"> ▪ ความสำคัญของการตรวจสอบสุขภาพแบรนด์ not only functional, emotional but social impact ▪ ข้อดี ข้อพึงระวังของการตรวจสอบสุขภาพแบรนด์วิธีต่างๆ เพื่อเลือกวิธีที่เหมาะสมกับแบรนด์ของเรามากที่สุด ▪ การตรวจสอบสุขภาพแบรนด์ด้วยตัวเอง vs บริษัทวิจัย ดร. ตั้งใจถวิล อนันตชัย: Chairman of Management Board, INTAGE Thailand Co.,Ltd.
10.30 – 10.45 น.	พักเบรก
12.00 - 13.00 น.	พักรับประทานอาหารกลางวัน
13.00 - 14.30 น.	หัวข้อที่ 5: Strategy for Sustainable Brand Growth <ul style="list-style-type: none"> ▪ ความสำคัญของการสร้างแบรนด์ที่ยั่งยืนที่มีผู้บริโภคมมีส่วนร่วม ▪ แนวทางการเลือกการทำ social impact โดยมีผู้รับผลประโยชน์เป็นตัวตั้ง และจุดยืนของแบรนด์เป็นตัวสนับสนุน คุณชนิษฐา ตั้งวรพจน์วิธาน: Business & Brand Advisor, eXperience Matters Co.,Ltd.
14.30 – 14.45 น.	พักเบรก
14.45 - 16.00 น.	หัวข้อที่ 5: Strategy for Sustainable Brand Growth (ต่อ) กิจกรรม 3: วาง roadmap ของการสร้างแบรนด์ที่ยั่งยืน ที่สร้างผลกระทบต่อ People, Planet และ Profit ขององค์กรของท่าน คุณชนิษฐา ตั้งวรพจน์วิธาน: Business & Brand Advisor, eXperience Matters Co.,Ltd. ดร. ตั้งใจถวิล อนันตชัย: Chairman of Management Board, INTAGE Thailand Co.,Ltd.
สรุปวันที่ 2	

***หมายเหตุ: กำหนดการอาจมีการเปลี่ยนแปลงตามความเหมาะสม ***

- ดร. ตั้งใจถวิล อนันตชัย: Chairman of Management Board, INTAGE Thailand Co.,Ltd. คร่ำหวอดอยู่ในวงการจิตวิทยาผู้บริโภค และ เป็นที่ปรึกษาทางวิจัยการตลาด มานานกว่า 20 ปี และยังเป็น Panel Trainer และ Speaker on Annual Consumer Trend to Annual Marketing Day ประจำปีของสมาคมการตลาด มาตลอดกว่า 10 ปี
- ชนิษฐา ตั้งวรพจน์วิธาน: Business & Brand Advisor, eXperience Matters Co.,Ltd. มีประสบการณ์การทำงาน และการสร้างแบรนด์มากกว่า 20 ปี ด้วยการทำงานในด้าน Strategic Planning ให้กับบริษัท เอเจนซีโฆษณาระดับโลก อาทิ Dentsu Young & Rubicam Thailand, Ogilvy Advertising & McCann Worldgroup
- ทั้ง 2 คน รวมทั้งยังเป็น Speaker & Trainer ให้กับนิสิต นักศึกษา SMEs และ นักธุรกิจ นักการตลาดทั่วประเทศมา มากกว่า 10 ปี โดยเฉพาะการสอนการตลาด การสร้างแบรนด์ที่เน้นความเชื่อมั่น ความศรัทธาในแนวคิดของปรัชญา เศรษฐกิจพอเพียง

สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติม

อริสแบลด์ เบ็ญหิม 02-661-7750 ต่อ 221, 230 และ 233

Line Official : @dugathailand FB : สมาคมผู้ใช้ดิจิทัลไทย – DUGA

www.rethinkacademyth.com

Building the Winning & Sustainable Brand #2

หลักสูตรกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ที่ยิ่งใหญ่ และยั่งยืน รุ่น 2

วันที่ 3 - 4 กันยายน 2567

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

ได้รับกระเป๋าใบใหญ่
พร้อมใบประกาศนียบัตร



โปรโมชันพิเศษ

ลงทะเบียนตั้งแต่วันที่ - 5 สิงหาคม 2567

ลงทะเบียน 2 ท่าน ท่านละ 14,900 บาท

(จากปกติ 1 ท่าน 16,900 บาท)

** ราคาดังกล่าวยังไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม **

อัตราค่าลงทะเบียนแบบ On-Site

การชำระเงิน

สามารถชำระเป็นเช็ค หรือ โอนเงินผ่านธนาคาร

(Pay In) เข้าบัญชี สั่งจ่ายในนาม

ที่อยู่บริษัท แอ็บโซลูทก์ อัลลายแอนซ์ (ประเทศไทย) จำกัด

เลขที่ 159/21 อาคารเสริมมิตร ทาวเวอร์ ชั้น 14 ห้อง1401

ถนนสุขุมวิท 21 (อโศก) แขวงคลองเตยเหนือเขตวัฒนา

กรุงเทพฯ 10110

เลขประจำตัวผู้เสียภาษี 0105545083803



ธนาคารกรุงไทย สาขาการทางพิเศษแห่งประเทศไทย
บัญชีออมทรัพย์ 085-0-12124-8



ธนาคารกรุงเทพ สาขานนทบุรี
บัญชีออมทรัพย์ 925-0-07304-7



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

วิธีการลงทะเบียน

- กรอกรายละเอียดตามแบบฟอร์มการลงทะเบียน พร้อมแนบเอกสารการชำระเงิน (Pay in slip) ส่งกลับไปที่ (แฟกซ์) 02-6617757 หรือ (อีเมล) Arisbella@absolutealliances.com และ Manashanok@absolutealliances.com หรือลงทะเบียนออนไลน์ได้ที่ www.rethinkacademyth.com
- สามารถชำระค่าลงทะเบียนล่วงหน้า ภายในวันที่ 16 สิงหาคม 2567
- การยกเลิกการลงทะเบียน จะสมบูรณ์ต้องแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรเท่านั้น! และ **ทำการยกเลิกก่อนวันที่ 30 สิงหาคม 2567** (ผู้เข้าร่วมอบรมจะไม่ได้รับค่าลงทะเบียนคืน แต่คงสิทธิ์ที่จะได้รับเอกสารอบรม กระเป๋าผ้าแคนวาส)

กรอกรายละเอียดให้ถูกต้องและชัดเจน

1. ชื่อ.....นามสกุล.....ตำแหน่ง.....

E-mail Tel.มือถือ

(อีเมลตัวพิมพ์ใหญ่)

อาหาร : ปกติ ฮาลาล มังสวิรัติ

2. ชื่อ.....นามสกุล.....ตำแหน่ง.....

E-mail Tel.มือถือ

(อีเมลตัวพิมพ์ใหญ่)

อาหาร : ปกติ ฮาลาล มังสวิรัติ

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

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

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

โทรศัพท์..... E-Mail.....ผู้ประสานงาน.....

ข้าพเจ้ายินยอมที่จะเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลและอีเมลจากการลงทะเบียนนี้แก่ บริษัท แอ็บโซลูทก์ อัลลายแอนซ์ (ประเทศไทย) จำกัด และหน่วยงานร่วมสนับสนุน เพื่อวัตถุประสงค์ในการแจ้งยืนยันผลการลงทะเบียนผ่านทางอีเมล รวมไปถึงจัดเก็บและนำไปวิเคราะห์ด้านการตลาด ไม่ยินยอม

สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ : บริษัท แอ็บโซลูทก์ อัลลายแอนซ์ (ประเทศไทย) จำกัด