

บันทึกข้อความ



ส่วนราชการ สำนักงานคลังเขต ๒ ฉะเชิงเทรา กลุ่มงานตรวจสอบและกำกับกำกับการคลัง โทร. ๐๓๘-๕๑๔-๙๑๓ ต่อ ๓๒๕

ที่ กค ๐๔๒๔๒/ ๑๘๖

วันที่ ๑ มีนาคม ๒๕๖๗

เรื่อง อนุมัติโครงการ “พัฒนากลยุทธ์การตลาด SMEs Connected Marketing”

เรียน คลังจังหวัดชลบุรี

ตามหนังสือสำนักงานคลังจังหวัดชลบุรี ที่ ขบ ๐๐๐๓/๑๘๒ ลงวันที่ ๒๗ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๗ ได้เสนอโครงการ “พัฒนากลยุทธ์การตลาด SMEs Connected Marketing” ให้กรมบัญชีกลางโดยคลังเขต ๒ พิจารณออนุมัติโครงการ นั้น

กรมบัญชีกลางโดยสำนักงานคลังเขต ๒ พิจารณาแล้วเห็นว่า โครงการฯ เป็นประโยชน์ต่อหน่วยงาน เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานและผู้ที่เกี่ยวข้อง จึงอนุมัติโครงการดังกล่าวเพื่อดำเนินการต่อไป สำหรับการเบิกจ่ายค่าใช้จ่ายในการดำเนินโครงการให้เป็นไปตามกฎหมาย และระเบียบที่เกี่ยวข้องโดยเคร่งครัด

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

(นางพรอุมมา หมอยา)

คลังเขต ๒ ปฏิบัติราชการแทน

อธิบดีกรมบัญชีกลาง

☐ กลุ่มงานวิชาการ	☐ ฝ่ายบริหารทั่วไป
☐ กลุ่มงานระบบการคลัง	☒ กลุ่มงานนโยบายและเศรษฐกิจจังหวัด
☐ ถิ่นปฏิบัติ	☐ ตรวจสอบ
☒ ทราบ	☐ รวมเรื่อง
☐ ดำเนินการ	☐ ตอบรับ
☐ ทราบทั่วกัน	☐ ให้ความร่วมมือ
☐ เวียนส่วนราชการ	
☐	

ลงวันที่ 19 มี.ค. 2567

คุณเอกศักดิ์
- รวมเรื่อง

20 มี.ค. 67

031
20 มี.ค. 67

20 มี.ค. 67

10/03/67



บันทึกข้อความ

สำนักงานคลังเขต 2
เลขรับ 362
วันที่ -1 มี.ค. 2567
เวลา 11.44
☐ e-office ☒ ไปรษณีย์
☐ e-mail ☐ อื่นๆ

ส่วนราชการ สำนักงานคลังจังหวัดชลบุรี / โทรศัพท์ ๐-๓๘๒๘-๒๕๘๙ มหาไทย์ ๓๐๕๕๗
ที่ ขบ ๐๐๐๓/ ๑๙๒ วันที่ ๒๗ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๗
เรื่อง ขออนุมัติโครงการ “พัฒนากลยุทธ์การตลาด SMEs Connected Marketing”
เรียน คลังเขต ๒

ด้วยสำนักงานคลังจังหวัดชลบุรี ได้จัดทำโครงการ “พัฒนากลยุทธ์การตลาด SMEs Connected Marketing” เป็นไปตามเกณฑ์การพิจารณา คณะผู้บริหารการคลังประจำจังหวัด (คบก.) ดีเด่น ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๖๗ ด้านนโยบายการดำเนินงานที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์จังหวัดหรือความต้องการของพื้นที่ (Area Based) เพื่อส่งเสริม และสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนให้มีศักยภาพ สามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชนอย่างยั่งยืน ประชาชนในพื้นที่มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

ในการนี้ สำนักงานคลังจังหวัดชลบุรี จึงขออนุมัติ โครงการ “พัฒนากลยุทธ์การตลาด SMEs Connected Marketing” โดยใช้เงินนอกงบประมาณ เงินฝากค่าใช้จ่ายเก็บภาษีท้องถิ่นร้อยละ ๑๐ โครงการสนับสนุนการดำเนินการกิจกรรมคณะผู้บริหารการคลังประจำจังหวัด (คบก.) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ ของสำนักงานคลังจังหวัดชลบุรี รายละเอียดตามโครงการที่แนบมาพร้อม

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

(นายพิสิทธิ์ เนื่องจำนงค์)
คลังจังหวัดชลบุรี

- ☒ กลุ่มงานตรวจสอบและกำกับการณ์คลัง
☐ กลุ่มงานวิชาการและกำกับการณ์คลัง
☐ ฝ่ายบริหารทั่วไป
☐ ทราบ ☐ ทราบทั่วไป ☐ ถือปฏิบัติ
☐ ดำเนินการ ☐ ลงเว็บไซต์ สนง. ☐ รายงานเขต
☐ ตรวจสอบ ☐ เวียนคลังในเขต ☐ รวมเรื่อง

สำนักงานคลังเขต ๒

- 1 มี.ค. 2567

ผู้อำนวยการ

1.3.67

หัวหน้ากลุ่ม
ผู้จัดทำ

โครงการ “พัฒนากลยุทธ์การตลาด SMEs Connected Marketing”

๑. หลักการและเหตุผล

ตามที่กระทรวงการคลังได้มีการแต่งตั้งคณะกรรมการคลังประจำจังหวัด (คบจ.) เพื่อให้การกำหนดบทบาทของกระทรวงการคลังในการสนับสนุนเศรษฐกิจของภูมิภาคให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะช่วยสนับสนุนการบริหารงานจังหวัดแบบบูรณาการ และเพื่อให้การส่งต่อนโยบายจากกระทรวงการคลังลงสู่ภูมิภาค ได้อย่างรวดเร็ว คล่องตัว และสอดคล้องกับการดำเนินงานในปัจจุบัน โดยในปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๗ ทีมเฉพาะกิจวายุภักษ์เพื่อการแปลงยุทธศาสตร์กระทรวงการคลังสู่ภูมิภาค ได้มีมติเห็นชอบเกณฑ์การพิจารณาคณะผู้บริหารการคลังประจำจังหวัด (คบจ.) ดีเด่น ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๖๗ โดยแบ่งเกณฑ์การพิจารณาออกเป็น ๓ ด้าน ได้แก่

๑. ด้านนโยบายการดำเนินงานที่สอดคล้องกับนโยบายรัฐบาล/กระทรวงการคลัง (Top down /Agenda Based)

๒. ด้านนโยบายการดำเนินงานที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์จังหวัดหรือความต้องการของพื้นที่ (Area Based)

๓. งานตามภารกิจหลัก (Function Based)

โดยเกณฑ์การพิจารณาด้านนโยบายการดำเนินงานที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์จังหวัดหรือความต้องการของพื้นที่ (Area Based) มุ่งเน้นให้มีการช่วยเหลือสนับสนุน ส่งเสริมผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (SMEs) หรือวิสาหกิจชุมชนในจังหวัด โดยในปีนี้สามารถนำโครงการของปีก่อนมาดำเนินการต่อเนื่องเพื่อติดตามและขยายผลเพิ่มเติม เพื่อให้ธุรกิจชุมชนมีความมั่นคง ยั่งยืนต่อไปได้ ซึ่งจากการลงพื้นที่พัฒนาวิสาหกิจชุมชนที่ผ่านมา พบว่าวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเป้าหมายในอำเภอบ้านบึง อำเภอนันทนิคม และอำเภอบ่อทอง จังหวัดชลบุรี จำนวน ๕ แห่ง ได้แก่ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรบ้านตม วิสาหกิจชุมชนต้นกล้าบนดิน วิสาหกิจชุมชนกลุ่มจักสานจากวัสดุธรรมชาติบ้านตม วิสาหกิจชุมชนกลุ่มอาหารถิ่นบ้านตม และวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรกรรมยั่งยืนแห่งบ้านทับเจ็ก เป็นวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับองค์ความรู้ในการบริหารจัดการธุรกิจอย่างเป็นระบบแล้วสามารถดำเนินการได้อย่างต่อเนื่อง สามารถประกอบกิจการสร้างรายได้ให้กับชุมชนได้ แต่ยังไม่เต็มประสิทธิภาพ เนื่องจากกระบวนการและวิธีการนำสินค้าไปจำหน่ายในตลาดที่ต้องใช้เทคโนโลยีสารสนเทศต่างๆ ยังไม่พร้อม โดยวิสาหกิจชุมชนทั้ง ๕ แห่ง ดังกล่าว ยังต้องได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐเกี่ยวกับองค์ความรู้ในการนำสินค้าไปจำหน่ายในตลาดต่างๆ ให้ครอบคลุมผ่านกระบวนการและวิธีการที่ทันสมัย เพื่อให้การดำเนินกิจการวิสาหกิจชุมชนเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

คณะผู้บริหารการคลังประจำจังหวัด (คบจ.) ชลบุรี ได้ตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนซึ่งถือเป็นผู้ประกอบการขนาดเล็กที่เป็นกลไกสำคัญต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของจังหวัดและประเทศ จึงได้บูรณาการการทำงานร่วมกับสำนักงานพาณิชย์จังหวัดชลบุรี โดยจัดทำโครงการ “พัฒนากลยุทธ์การตลาด SMEs Connected Marketing” เพื่อส่งเสริม ต่อยอดและสนับสนุนการนำผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนให้เป็นที่รู้จักและสามารถจำหน่ายในตลาดเพิ่มมากขึ้นโดยการเชื่อมโยงทุกเครื่องมือของการตลาดเข้าหากัน เช่น การขายผ่านสื่อดิจิทัล การขายผ่าน E Commerce สามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชนได้อย่างยั่งยืน ประชาชนในพื้นที่ที่มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

๒. วัตถุประสงค์

- ๑) เพื่อช่วยเหลือ ส่งเสริม และสนับสนุน ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนฯ ให้สามารถดำเนินธุรกิจ มีช่องทางการนำสินค้าจำหน่ายในตลาดสร้างรายได้ให้กับชุมชน
- ๒) เพื่อสนับสนุนความรู้ ประสบการณ์ กลยุทธ์การตลาดที่ทันสมัย และมีประสิทธิภาพ
- ๓) เพื่อสร้างเครือข่าย ความสามัคคี และเกิดการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ที่ดีระหว่างวิสาหกิจชุมชน สามารถนำไปพัฒนาให้เกิดประโยชน์กับชุมชนอย่างเหมาะสม

๓. กลุ่มเป้าหมาย

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรบ้านตม วิสาหกิจชุมชนต้นกล้าบนดิน วิสาหกิจชุมชนกลุ่มจักสานจากวัสดุธรรมชาติบ้านตม วิสาหกิจชุมชนกลุ่มอาหารถิ่นบ้านตม และวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรกรรมยั่งยืนแห่งบ้านทับเจ็ก รวม ๕ แห่ง จำนวน ๒๕ คน และเจ้าหน้าที่ดำเนินโครงการจำนวน ๕ คน

๔. วิธีการดำเนินงาน/แผนปฏิบัติงาน

- ๑) สำรวจความพร้อม ช่องทางและความเป็นไปได้ในการพัฒนากลยุทธ์การตลาดสามารถเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่เหมาะสม
- ๒) ประสานหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการดำเนินการ เพื่อให้ความรู้
- ๓) กำหนดรูปแบบกระบวนการและวิธีการพัฒนากลยุทธ์การตลาดเพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์
- ๔) ดำเนินการอบรม และฝึกปฏิบัติในพื้นที่
- ๕) สรุป / ประเมินผลการดำเนินงาน

๕. ระยะเวลาการดำเนินการ

ระหว่างเดือน มีนาคม - กรกฎาคม ๒๕๖๗

๖. สถานที่ในการดำเนินการ

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเป้าหมายในจังหวัดชลบุรี ทั้ง ๕ แห่ง/สถานที่ที่เหมาะสม

๗. ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ

เบิกจ่ายจากเงินนอกงบประมาณ เงินฝากค่าใช้จ่ายเก็บภาษีท้องถิ่นร้อยละ ๑๐ โครงการสนับสนุนการดำเนินการกิจกรรมผู้บริหารการคลังประจำจังหวัด (คบจ.) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ ของสำนักงานคลังจังหวัดชลบุรี จำนวน ๑๒๔,๐๕๐ บาท (หนึ่งแสนสองหมื่นสี่พันห้าสิบบาทถ้วน) สำหรับผู้เข้าร่วมโครงการและเจ้าหน้าที่ดำเนินโครงการ จำนวน ๓๐ คน (รายละเอียดตามเอกสารแนบ)

๘. ตัวชี้วัดความสำเร็จของโครงการ

- ๑) สมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเป้าหมาย มีความพึงพอใจไม่น้อยกว่าร้อยละ ๙๐
- ๒) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเป้าหมาย มีช่องทางการนำสินค้าจำหน่ายในตลาดที่ทันสมัยสร้างรายได้ให้กับชุมชน ภายในเดือนกรกฎาคม ๒๕๖๗

๙. การประเมินผลโครงการ

ใช้แบบสอบถามติดตามประเมินผลหลังเสร็จสิ้นโครงการ

๑๐. ผู้รับผิดชอบโครงการ

คณะผู้บริหารการคลังประจำจังหวัด (คบจ.) ชลบุรี

๑๑. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

๑) วิสาหกิจชุมชน ได้รับการพัฒนาศักยภาพ สามารถนำสินค้าไปจำหน่ายตามช่องทางที่ได้รับการพัฒนา สร้างรายได้ให้กับชุมชนในพื้นที่

๒) วิสาหกิจชุมชนสามารถนำองค์ความรู้ที่ได้รับ สร้างตลาดผลิตภัณฑ์ของตนเองด้วยวิธีการที่ทันสมัย ได้อย่างมั่นคง ต่อเนื่อง และมีประสิทธิภาพ เกิดประโยชน์กับวิสาหกิจชุมชนและประชาชนในพื้นที่

๓) ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน เกิดการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ที่เป็นประโยชน์ นำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนที่เหมาะสมแต่ละพื้นที่ และมีความมั่นคง ยั่งยืน

ลงชื่อ.....ผู้เสนอโครงการ

(นายอิทธิพงษ์ ไพศรีสวัสดิ์)

นักวิชาการคลังชำนาญการพิเศษ

เลขานุการคณะผู้บริหารการคลังประจำจังหวัด (คบจ.) ชลบุรี

ลงชื่อ.....ผู้เห็นชอบโครงการ

(นายพิสิทธิ์ เนื่องจามงค์)

คลังจังหวัดชลบุรี

ประธานคณะผู้บริหารการคลังประจำจังหวัด (คบจ.) ชลบุรี

ลงชื่อ.....ผู้อนุมัติโครงการ

(นางพรอุมมา หมอยา)

คลังเขต ๒

ประมาณการค่าใช้จ่าย

โครงการ "พัฒนากลยุทธ์การตลาด SMEs Connected Marketing" ✓

รายการค่าใช้จ่าย	จำนวนเงิน	หมายเหตุ
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน		
๑. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปราชการ		
๑.๑ ค่าพาหนะ		
ค่าน้ำมันรถราชการ	๕,๐๐๐.๐๐	
ค่าพาหนะวิทยากร (กม.ละ ๕ บาทx๗๐๐กม.)	๒,๘๐๐.๐๐	
๑.๒ ค่าเช่าที่พักวิทยากรพักเดี่ยว (๑,๒๐๐บาทx๑ คนx๑๐คืน)	๑๒,๐๐๐.๐๐	
๒. ค่าตอบแทน		
๒.๑ ค่าตอบแทนวิทยากร		
- วิทยากรภาคเอกชน (จำนวน ๖๐ ชั่วโมงๆ ละ ๑,๒๐๐ บาท)	๗๒,๐๐๐.๐๐	
๓. ค่าใช้สอย		
- ค่าอาหารว่างและเครื่องดื่มผู้เข้าร่วมโครงการ (๒๕ คนx๕๐บาทx๔มือ)	๕,๐๐๐.๐๐	
- ค่าอาหารกลางวันผู้เข้าร่วมโครงการ (๒๕ คนx๒๐๐บาทx๒มือ)	๑๐,๐๐๐.๐๐	
- ค่าอาหารว่างและเครื่องดื่มผู้ดำเนินโครงการ (๕ คนx๕๐บาทx๒๐มือ)	๕,๐๐๐.๐๐	
- ค่าอาหารกลางวันผู้ดำเนินโครงการ (๕ คนx๒๐๐บาทx๑๐มือ)	๑๐,๐๐๐.๐๐	
- ค่าเอกสาร (๒๕ คนx๕๐ บาท)	๑,๒๕๐.๐๐	
- ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	๑,๐๐๐.๐๐	
รวมค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	๑๒๔,๐๕๐.๐๐	✓

หมายเหตุ เงินงบประมาณ ขอถัวจ่ายทั้งจำนวนคนและรายจ่ายทุกรายการ ตามวงเงินที่ได้รับอนุมัติ

รายละเอียดการให้ความรู้โครงการ “พัฒนากลยุทธ์การตลาด SMEs Connected Marketing”

1. Content Marketing / Market place / Social Media / Live Stream / set ระบบหลังบ้าน Market place / เทคนิคการทำภาพและคอนเทนต์ให้ตอบโจทย์แพลตฟอร์ม
2. ลงโฆษณา
3. วางแผนทำการตลาดออนไลน์
 - 3.1 หลักสูตร Digital Marketing Landscape (Strategies & Planning): วางกลยุทธ์การตลาด ออนไลน์อย่างเป็นระบบ
 - 3.2 สร้างธุรกิจให้แข็งแรง ก่อนลงมือทำการตลาดออนไลน์
4. หัวใจสำคัญที่เป็นฐานความสำเร็จของธุรกิจ
 - PRODUCT: ดุลสินค้า/บริการ
 - BRAND CONCEPT / UNIQUE SELLING POINTS: หาจุดเด่นที่แตกต่าง - BRAND DESIGN: การออกแบบแบรนด์
 - คำแนะนำด้านการสร้างแบรนด์และออกแบบแบรนด์
5. Digital Marketing Strategies & Planning: เรียนรู้ช่องทางและกลยุทธ์การตลาดออนไลน์ในแต่ละช่องทาง
6. SEM (Search Engine Marketing) – การตลาดผ่าน Search
 - สูตรเพิ่มยอดขายในโลกออนไลน์: ฝึกคิดวิธีเพิ่มยอดขายในช่องทาง
7. Social Media Marketing
 - การตลาดผ่านช่องทาง Social Media
 - Facebook
 - พื้นฐานการทำการตลาดบน Facebook
 - 3 ประเภทกลุ่มเป้าหมาย Facebook ที่ต้องรู้จัก
 - Instagram
 - Youtube
 - Line Official Account
 - สูตรเพิ่มยอดขายในโลกออนไลน์: ฝึกคิดวิธีเพิ่มยอดขายในช่องทาง Social Media Marketing
 - E-Marketplace
 - E-Marketplace คืออะไร
 - 7 คำแนะนำขายสินค้าใน E-Marketplace
8. กลยุทธ์และช่องทางการตลาดออนไลน์อื่นๆ - Online Agency
 - Influencer Marketing
 - Advertorial Marketing
9. Strategies & Planning: การเลือกออกแบบช่องทางการตลาดและกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับสินค้า และบริการของคุณ

10. หลักสูตร Content Marketing: การวางกลยุทธ์การวางแผนการสร้างคอนเทนต์

11. ภาพรวม Content Marketing - Content คืออะไร

- Content Marketing คืออะไร
- รูปแบบ (Format) ของ Content

12. 6 ขั้นตอนการทำ Content Marketing - Strategies

- Planning
- Content Team Building
- Content Creation
- Promotion & Distribution
- Optimization

ขั้นตอนที่ 1 Content Strategies: การวางกลยุทธ์ Content สำหรับธุรกิจ

- Sale Funnel & Content Marketing - Branding & Content Marketing

ขั้นตอนที่ 2 Content Planning: การวางแผน Content ของธุรกิจ

- 3 ประเภทของ Content ที่ต้องรู้จัก
- 20 Content Styles แนะนำสำหรับใช้กับวางแผน Content
- WORKSHOP: Content Brainstorm คิดหัวข้อ Content ของธุรกิจคุณให้ได้ มากที่สุด ในแต่ละประเภท
- การสร้าง Content Calendar ปฏิทินตารางโพสต์ Content ในแต่ละเดือน - WORKSHOP: Content Calendar

สำหรับโพสต์ 1 เดือน

ขั้นตอนที่ 3 Content Team Building การสร้างทีมงาน ใน การ ท า Content

- แนะนำตำแหน่งและทักษะที่จำเป็นสำหรับการทำ Content ในธุรกิจ
- แนะนำแหล่งจ้างงาน
- หลักการสร้างทีมงาน Content ที่มีประสิทธิภาพ ประหยัดเงิน และใช้ได้จริง
- แนะนำเครื่องมือ (Tools) ต่างๆ สำหรับทำงาน Content และประสานงานใน ทีม Content Marketing

ขั้นตอนที่ 4 Content Creation ลงมือสร้าง Content ตามแผนและ กลยุทธ์

- 3 องค์ประกอบหลักของ Content ที่ต้องใส่ใจ
- 4 หัวใจสำคัญของการเตรียมรูปภาพ ให้หยุดความสนใจตั้งแต่แรกเห็น
- เรียนเขียน Content ตามหลักการเขียน Content ที่ทรงพลัง เขียนอย่างไรให้ ขายดี - หลักการเขียน Valuable

Content ผ่านการสร้าง Blog

- แนะนำแหล่ง Download รูปและ Video สำหรับธุรกิจ

ขั้นตอนที่ 5 Content Promotion & Distribution

- เทคนิคการกระจาย Content สู่กว้าง ทาอย่างไรให้ Content ไปถึงกลุ่มเป้าหมาย
- แนะนำวิธีการ Promote คอนเทนต์ในช่องทางต่างๆ และเทคนิคการโฆษณา Content
- WORKSHOP: แผนการประชาสัมพันธ์คอนเทนต์ของธุรกิจคุณ

ขั้นตอนที่ 6 Content KPI & Optimization

- การวัดผล Content สำหรับธุรกิจ
- KPI ในการวัดผล Content ที่ธุรกิจต้องรู้จัก

13. หลักสูตร Intensive Facebook Ads: เจาะลึกการยิงโฆษณา Facebook อย่างแม่นยำ
14. The Right Mindset: สิ่งสำคัญที่ต้องรู้ก่อนทำโฆษณา Facebook - Customer Journey เส้นทางเดินของลูกค้า
 - เราจะใช้โฆษณา Facebook Ads ในทางเดินไหนของลูกค้าดี?
 - คำศัพท์พื้นฐานของการโฆษณาบน Facebook
15. ข้อห้ามของ Facebook ในการโฆษณา (ผิดกฎแล้วอาจโฆษณาไม่ได้)
16. โครงสร้างของ Facebook Ads
17. การยิงโฆษณาด้วยระบบหลังบ้าน Facebook (Facebook Ad Manager)
 - เคล็ดลับการเลือก Detailed Targeting เลือกกลุ่มเป้าหมายอย่างไรให้ ประหยัดค่า โฆษณา
 - การดูค่า Potential Reach เทียบกับงบประมาณการตลาดและเป้าหมาย โฆษณาที่ต้องการ
18. เทคนิคการคำนวณโฆษณา, ตั้งราคาและการ Bid ราคาโฆษณา
19. การดูแลผลลัพธ์โฆษณา Facebook Ads เบื้องต้น
20. การวัดผล: การอ่านค่าผลลัพธ์ต่างๆของโฆษณา เพื่อปรับปรุงการ โฆษณาให้ถูกลง ผ่านระบบ หลังบ้าน Facebook Ad Manager
21. วิธีการจ่ายเงินและรอบการตัดเงินของ Facebook
22. เทคนิคอื่นๆที่ควรรู้
 - WORKSHOP: การใช้เครื่องมือ Facebook Audience Insights
 - วิธีการเลือก Facebook Format รูปแบบการโพสต์ที่เหมาะสม สำหรับเป้าหมายทาง การตลาดในแบบต่างๆ
23. WORKSHOP: เทคนิคการท ำ A/B Testing เพื่อ Test ชุดโฆษณาที่ ให้ผลลัพธ์ที่ดีที่สุด
 - การทำ A/B Testing คืออะไร
 - ขั้นตอนการทำ A/B Testing ด้วยฟังก์ชันของ Facebook เอง - ขั้นตอนการทำ A/B Testing แบบ Manual
 - วิธีการเข้าไปดูและอ่านผลลัพธ์ของการทำ A/B Testing
24. บัญชี Facebook แบบ Business Manager
25. WORKSHOP: การโฆษณา Post (Facebook Post Ad) การเลือก “เป้าหมายของโฆษณา” (Campaign Goal)
26. การกำหนดกลุ่มเป้าหมายอย่างละเอียด (Target Audience ของ Ad) - เคล็ดลับการเลือก Location
 - Business Manager คืออะไร
 - ข้อดีของบัญชี Business
 - การเปิดบัญชีแบบ Business Manager และการตั้งค่าเบื้องต้น
27. WORKSHOP: การสร้าง Audience ของแบรนด์แบบ Custom Audience - เบอร์โทรและอีเมล
 - Website Visit
 - Video

- Canvas

- Engagement ใน Facebook Fanpage - Engagement ใน Instagram

28. WORKSHOP: การสร้าง Collection Ads, Carousel Ads

29. การทำ Retargeting Ads เพื่อสร้างโฆษณาซ้ำให้กับลูกค้า เพื่อเพิ่ม โอกาสในการปิดการขาย – การทำ Retargeting Ads คืออะไร

- Mindset ที่ถูกต้องและการวาง Sale Funnel สำหรับการทำ Retargeting ที่ดี

30. เทคนิคอื่นๆที่ควรรู้

- ทำความรู้จัก Facebook Pixel

- ทำความรู้จัก Facebook Dynamic Ads

31. WORKSHOP: การสร้าง Audience ของแบรนด์แบบ Lookalike Audience เพื่อเพิ่มฐาน ลูกค้าและยอดขาย

- Lookalike Audience คืออะไร

- ขั้นตอนการสร้าง Lookalike Audience

32. หลักสูตร Line Official Account: การใช้งาน Line Official Account สำหรับธุรกิจ

- Line Official Account เบื้องต้น

- ทำไมธุรกิจต้องใช้ Line Official Account

- ข้อแตกต่างระหว่าง LINE ส่วนตัว, LINE@ และ LINE Official Account การเปิดบัญชี LINE OA

33. ประเภทบัญชีและการขอบัญชีรับรอง

- 3 ประเภทบัญชีของ Line Official Account

- วิธีการขอบัญชีรับรอง (Verified Account)

34. การใช้งาน LINE OA เบื้องต้น

- การ Sign in เข้าสู่บัญชีผ่านคอมพิวเตอร์

- Dashboard หน้าตาการใช้งานบัญชี Line Official Account

- การตั้งค่าบัญชีพื้นฐาน เช่น รูป Profile, Cover

- การเพิ่ม Admin & Operator และสิทธิของแอดมินแต่ละประเภท(Manage Permission)

- การเปลี่ยนภาษา

- การตั้งค่าหน้า Profile Page ที่ช่วยแนะนำข้อมูลธุรกิจ เสมือน Mini- Website * Premium ID

- Premium ID คืออะไร สำคัญอย่างไรกับธุรกิจ

- วิธีการสมัคร Premium ID ผ่านมือถือ Android และ iOS

35. การตั้งค่าห้องแชท

- การสลับ Chat Mode

- การใส่ Chat Tag แยกประเภทลูกค้า

- กลยุทธ์การใช้ Chat Tag ช่วยแอดมินปิดการขาย

- การสร้าง LINE OA Quick Reply ช่วยแอดมินตอบลูกค้าอย่างรวดเร็ว - การใช้ Note บันทึกข้อความการขาย
- Chat Mode ในแบบต่างๆ

36. Greeting Message – ข้อความทักทายเพื่อนใหม่

- ขั้นตอนการสร้าง Greeting Message
- กลยุทธ์การสร้าง Greeting Message ให้ประทับใจลูกค้าและได้ประโยชน์ทาง การตลาด

37. Broadcast Message – การ broadcast ข้อความ พิเศษหัวใจของ LINE Official Account - แพคเกจรายเดือน Line OA ปี 2021: การเลือก แพคเกจให้คุ้มค่าและเหมาะกับธุรกิจ

- ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการสมัคร Line OA Package ผ่าน Agency - ขั้นตอนการ Broadcast Step-by-Step ผ่าน คอมพิวเตอร์

- ขั้นตอนการ Broadcast Step-by-Step ผ่านมือถือ
- กลยุทธ์การ Broadcast เพื่อเป้าหมายทางการตลาดต่างๆ
- New Feature! การ broadcast จะเจาะจงตามกลุ่มและตามคุณสมบัติ - New Feature! การ broadcast ตาม Chat Tag

Chat Tag

- New Feature! ใหม่ล่าสุดปี 2021 การใช้งาน Click Re-Target

38. Line Ads Platform – New Feature! ขั้นตอนการซื้อโฆษณา LAP ด้วยตนเอง · Timeline

- การโพสต์บน Timeline และกลยุทธ์การใช้งาน Timeline ให้ทรงพลัง - การ โปรโมทโพสต์บน Timeline

39. Automated Response – การตั้งค่าข้อความตอบกลับอัตโนมัติ

- Automated Response คืออะไร
- ขั้นตอนการสร้าง Automated Response ตอบกลับอัตโนมัติ เช่น แจ้งนอก เวลาทำการ - ขั้นตอนการสร้าง Automated Response ตอบกลับด้วยคำ Keyword

40. การสร้างและใช้งาน Rich Message

- Rich Message คืออะไร และควรนำมาใช้เมื่อไร
- ขั้นตอนการสร้าง Rich Message แบบ Step-by-Step
- ขั้นตอนการสร้าง Rich Video Message แบบ Step-by-Step
- ขั้นตอนการสร้าง Rich Menu แบบ Step-by-Step มีเมนูสวยๆขึ้นทันทีเมื่อ ลูกค้าเข้ามา ในห้องแชท

40. การสร้างและใช้งาน Card Message

- Card Message คืออะไร และควรนำมาใช้เมื่อไร
- ขั้นตอนการสร้าง Card Message แบบ Step-by-Step
- กลยุทธ์การใช้ Card Message ช่วยเป้าหมายทางการตลาด

41. การใช้งาน Coupon

- Coupon คืออะไร มีประโยชน์อย่างไรกับธุรกิจ

- ประเภทของ Coupon ใน Line Official Account
- ขั้นตอนการสร้าง Coupon และวิธีส่ง Coupon ให้ลูกค้า
- กลยุทธ์การใช้ Coupon เพื่อเพิ่ม Followers และสร้างยอดขาย พร้อม Case Study : การใช้บัตรสะสมแต้มและการแจกของรางวัล - Reward Card & Gift Voucher - บัตรสะสมแต้มคืออะไร มีประโยชน์อย่างไรกับธุรกิจ
- ขั้นตอนการสร้างบัตรสะสมแต้มในแบบต่างๆ
- วิธีการแจกแต้มที่หลากหลาย เลือกใช้ให้เหมาะกับธุรกิจ

42. Poll & Survey – การสร้างโพลและแบบสอบถาม

43. Gain Friends – กลยุทธ์หลากหลายที่จะมาช่วยให้คุณเพิ่ม Followers ได้อย่างรวดเร็ว

- Line OA มีอะไรมาให้บ้าง เพื่อช่วยเราเพิ่ม Followers
- กลยุทธ์การเพิ่ม Followers อย่างรวดเร็ว

44. Insights – ดูข้อมูลเชิงลึกของบัญชี

- เมนู Dashboard Insight
- การอ่านค่าข้อมูลต่าง ๆ สำหรับการวัดผลและการวิเคราะห์ข้อมูล

45. Line MyShop

- แนะนำ Line MyShop ฟีเจอร์ที่ทำให้ร้านค้ามีระบบเว็บไซต์ E-Commerce และ ระบบรับออเดอร์ของตัวเอง
- ขั้นตอนการสร้างและตั้งค่าร้านค้า และการชำระเงิน
- ขั้นตอนการเพิ่มและจัดการสินค้าในร้าน
- ขั้นตอนการรับออเดอร์ รับ-คอมเฟิร์มยอด-จัดการออเดอร์-จัดส่ง
- การโปรโมทร้านและดึงคนเข้ามาซื้อหน้าร้าน Line MyShop

46. Line Messaging API

- Messaging API คืออะไร และศักยภาพของ API ที่จะช่วยพัฒนาธุรกิจ - Case Study การสร้าง Line CHATBOT ผ่าน API

47. Shopee/Lazaa

- การเปิดร้านค้า
- ออกแบบร้านค้า
- ลงสินค้า
- ใช้เครื่องการตลาด
- เปิดพันธมิตร
- โปรโมท
- ระบบหลังบ้าน

48. Tiktok

49. Livestream

แผนการปฏิบัติงานมาตรการของรัฐบาลนโยบายการดำเนินงานที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์จังหวัด หรือความต้องการของพื้นที่ (Area Based)
(คะแนนเต็ม ๓๐ คะแนน)

หน่วยงานรับผิดชอบ : คบจ.ชลบุรี

โครงการ : พัฒนากลยุทธ์การตลาด SMEs Connected Marketing

กิจกรรม	ปีงบประมาณ ๒๕๖๖												หมายเหตุ
	ต.ค. ๖๕	พ.ย. ๖๕	ธ.ค. ๖๕	ม.ค. ๖๖	ก.พ. ๖๖	มี.ค. ๖๖	เม.ย. ๖๖	พ.ค. ๖๖	มิ.ย. ๖๖	ก.ค. ๖๖	ส.ค. ๖๖	ก.ย. ๖๖	
๑. สร้างความพร้อม ช่องทางและความเป็นไปได้ในการพัฒนากลยุทธ์การตลาดสามารถเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่เหมาะสม กลุ่มเป้าหมาย : วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรบ้านดอน วิสาหกิจชุมชนต้นกล้าบนดิน วิสาหกิจชุมชนกลุ่มจักสานจากวัสดุธรรมชาติ บ้านดอน วิสาหกิจชุมชนกลุ่มอาหารอินทรีย์บ้านดอน และวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรกรรมยั่งยืนแห่งบ้านทับเจ็ก รวม ๕ แห่ง				↕		↕							
๒. เสนอที่ประชุมคณะผู้บริหารการคลังประจำจังหวัด (คปจ.) เพื่อร่วมพิจารณาให้ความเห็นชอบการจัดทำโครงการที่ตอบสนองต่อยุทธศาสตร์จังหวัด หรือความต้องการของพื้นที่ โดยมุ่งเน้นการช่วยเหลือ ส่งเสริมต่อยอดและสนับสนุนการนำผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนไปเป็นที่รู้จักและสามารถจำหน่ายในตลาดเพิ่มมากขึ้น - คปจ. มีมติเห็นชอบให้จัดทำโครงการฯ				↕		↕							
๓. จัดทำแผนงานโครงการโดยระบุวัตถุประสงค์/ผลผลิต/ผลลัพธ์อย่างเป็นรูปธรรม				↕		↕							
๔. ประสานหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการดำเนินการ เพื่อให้ความรู้					↕		↕						
๕. กำหนดรูปแบบกระบวนการและวิธีการพัฒนากลยุทธ์การตลาดเพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ โดยบูรณาการการทำงานร่วมกับสำนักงานพาณิชย์จังหวัดชลบุรี เช่น การขยายผ่านสื่อดิจิทัล การขายผ่าน E Commerce สามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชน ได้อย่างยั่งยืน ประชาชนในพื้นที่มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น					↕		↕						
๖. ดำเนินการอบรม และฝึกปฏิบัติในพื้นที่												↕	

กิจกรรม	ปีงบประมาณ ๒๕๖๖												หมายเหตุ
	ด.ค. ๖๕	พ.ย. ๖๕	ธ.ค. ๖๕	ม.ค. ๖๖	ก.พ. ๖๖	มี.ค. ๖๖	เม.ย. ๖๖	พ.ค. ๖๖	มิ.ย. ๖๖	ก.ค. ๖๖	ส.ค. ๖๖	ก.ย. ๖๖	
๗. ติดตามผลการดำเนินงานตามแผนที่กำหนด								↔	↔	↔			
๘. สรุป/ประเมินผล และรายงานผลต่อผู้บริหาร คบจ.								↔	↔	↔			

แผนงานโครงการดำเนินงานที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์จังหวัด หรือความต้องการของพื้นที่ (Area Based)

การจัดทำโครงการที่ตอบสนองต่อยุทธศาสตร์จังหวัด หรือความต้องการของพื้นที่

โดยมุ่งเน้นการช่วยเหลือสนับสนุน ส่งเสริม วิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (SMEs) หรือวิสาหกิจชุมชนในจังหวัด จำนวน ๑ โครงการ

โดย คณะผู้บริหารการคลังประจำจังหวัด (คปจ.) ชลบุรี

ชื่อโครงการ	กลุ่มเป้าหมาย	วัตถุประสงค์	ผลผลิต	ผลลัพธ์	งบประมาณ	หมายเหตุ
โครงการ “พัฒนา กลยุทธ์การตลาด SMEs Connected Marketing”	วิสาหกิจชุมชน กลุ่มแม่ประ ผลิตภัณฑ์จาก สมุนไพรบ้านตม วิสาหกิจชุมชน ต้นกล้าบดิน วิสาหกิจชุมชน กลุ่มจักสานจาก วัสดุธรรมชาติ บ้านตม วิสาหกิจ ชุมชน กลุ่ม อาหารถิ่นบ้าน ตม และวิสาหกิจ ชุมชน กลุ่ม เกษตรกรรม ยั่งยืนแห่งบ้าน ทับเจ็ก รวม ๕ แห่ง	๑. เพื่อช่วยเหลือ ส่งเสริม และสนับสนุน ผู้ประกอบการวิสาหกิจ ชุมชนฯ ให้สามารถ ดำเนินธุรกิจ มีช่องทาง การนำสินค้าจำหน่าย ในตลาดสร้างรายได้ ให้กับชุมชน ๒. เพื่อสนับสนุนความรู้ ประสบการณ์ กลยุทธ์ การตลาดที่ทันสมัย และ มีประสิทธิภาพ ๓. เพื่อสร้างเครือข่าย ความสามัคคี และเกิด การแลกเปลี่ยน ประสบการณ์ที่ ระหว่างวิสาหกิจชุมชน สามารถนำไปพัฒนาให้ เกิดประโยชน์กับชุมชน อย่างเหมาะสม	๑. สำรวจความพร้อม ของทางและความเป็นไป ได้ในการพัฒนากลยุทธ์ การตลาดสามารถ เชื่อมโยงผลิตภัณฑ์ของ วิสาหกิจชุมชนกับลูกค้า กลุ่มเป้าหมาย ที่ เหมาะสม ๒. ประสานหน่วยงานที่ เกี่ยวข้อง ในการ ดำเนินการ เพื่อให้ ความรู้ ๓. กำหนดรูปแบบ กระบวนการและวิธีการ พัฒนากลยุทธ์การตลาด เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ๔. ดำเนินการอบรม และ ฝึกปฏิบัติในพื้นที่ ๕. สรุป / ประเมินผล การดำเนินงาน	๑. สมาชิกวิสาหกิจ ชุมชนกลุ่มเป้าหมาย มี ความพึงพอใจไม่น้อย กว่าร้อยละ ๘๐ ๒. วิสาหกิจชุมชน กลุ่มเป้าหมาย มีช่องทาง การนำสินค้าจำหน่าย ในตลาดที่ทันสมัยสร้าง รายได้ให้กับชุมชน ภายในเดือนกรกฎาคม ๒๕๖๗	เบิกจ่ายจากเงิน นอกงบประมาณ เงินฝากค่าใช้จ่าย เก็บภาษีท้องถิ่น ร้อยละ ๑๐ โครงการสนับสนุน การดำเนินการกิจ คณะผู้บริหารการ คลังประจำจังหวัด (คปจ.) ประจำปี งบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ ของ สำนักงานคลัง จังหวัดชลบุรี จำนวน ๑๒๔,๐๕๐ บาท (หนึ่งแสน สองหมื่นสี่พัน ห้าสิบบาทถ้วน)	ระยะเวลาดำเนินโครงการ มีนาคม - กรกฎาคม ๒๕๖๗