

**หลักสูตรการจัดกิจกรรมฝึกอบรมประชาชน**  
**หลักสูตรการค้าออนไลน์ กลยุทธ์การตลาดเชื่อมโยงจาก Online และ Offline**  
**จำนวน ๑๒ ชั่วโมง**

- กิจกรรม  เพื่อพัฒนาทักษะชีวิต  เพื่อพัฒนาสังคมและชุมชน  
 การส่งเสริมการค้าในชีวิตประจำวันตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง  
 การเรียนรู้การใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม

**ชื่อหลักสูตรการค้าออนไลน์ กลยุทธ์การตลาดเชื่อมโยงจาก Online และ Offline**

**ความเป็นมา**

พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วและมีตัวเร่งสำคัญคือสถานการณ์ของโรคระบาดโควิด-๑๙ ที่ช่วยเร่งให้ผู้บริโภคกระโจนเข้ามาใช้ชีวิตในโลกออนไลน์กันอย่างมากมายเกิดการยอมรับวิถีชีวิตใหม่ที่ทำให้การจับจ่ายซื้อสินค้าผ่านระบบ E-Commerce อย่างกว้างขวาง ประกอบกับโครงการสนับสนุนจากภาครัฐที่ช่วยกระตุ้นให้ประชาชนใช้งาน Mobile Application และเริ่มปรับสังคมไทยไปสู่สังคมไร้เงินสดอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้ธุรกิจต่างก็ต้องปรับตัวและนำธุรกิจเข้าสู่โลกออนไลน์อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

สิ่งที่เปลี่ยนแปลงไปมากที่สุดในโลกออนไลน์และกระทบกับส่วนงานการตลาดโดยตรง คือ สื่อ สื่อที่เคยตรงอิทธิพลอย่างเช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ถูกลดบทบาทและความสำคัญลงเป็นอย่างมากสวนทางกับสื่อสังคมออนไลน์ ที่เราเรียกขานกันติดปากไปแล้วว่า Social Media ไม่ว่าจะเป็น Facebook, Youtube, LINE, Instagram, Twitter, TikTok เป็นต้น

จากสถิติการใช้งานอินเทอร์เน็ตจากหลากหลายองค์กร ได้ผลสรุปไปในทิศทางเดียวกัน คือคนไทยเสพติด Social Media เป็นจำนวนมาก และคนไทยเป็นชนชาติที่ใช้งาน Social Media หลาย ๆ สื่อมากเป็นอันดับต้นของโลก ทำให้ทิศทางการตลาดในปัจจุบันถูกชี้นำโดยสื่อสังคมออนไลน์ พฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบันกำลังดำเนินไปอย่างเข้มข้นและรวดเร็ว จากข้อมูลที่กำลังมาข้างหน้า ทำให้ธุรกิจรับรู้จนเป็นที่ชัดเจนแล้วว่า งานขายและงานการตลาด ณ วันนี้ จำเป็นต้องพึ่งพาสื่อสังคมออนไลน์อย่างมาก และไม่ใช่ว่าแค่ระบบใดระบบหนึ่งเท่านั้น การตลาดออนไลน์จะต้องทำผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในแทบจะทุกระบบ เพราะผู้บริโภคเสพสื่อจากหลายช่องทางในเวลาเดียวกัน

การที่จะเข้าใจการตลาด Online ที่เชื่อมโยงกับการตลาด Offline ได้นั้น ไม่ว่าจะอยู่ในฐานะใด จำเป็นต้องจำลองตนเองให้เป็นผู้ขาย นักการตลาด พ่อค้าแม่ขาย แล้วเรียนรู้ เข้าใจกลไกการทำงานของสื่อสังคมออนไลน์เพื่อช่วยยกระดับการขายตรงไปสู่ผู้บริโภค ซึ่งต่างก็ใช้ชีวิตผ่านสื่อสังคมออนไลน์

**หลักการของหลักสูตร**

๑. เป็นหลักสูตรที่เน้นให้ผู้เข้ารับการอบรมได้มีความรู้ ความเข้าใจการค้าออนไลน์ กลยุทธ์การตลาดเชื่อมโยงจาก Online และ Offline
๒. ส่งเสริมให้ใช้เทคโนโลยีในการการค้าออนไลน์ กลยุทธ์การตลาด เชื่อมโยงจาก Online และ Offline
๓. เป็นหลักสูตรให้ผู้เข้าอบรมได้เรียนรู้การตลาดขั้นพื้นฐานที่จะนำไปใช้เชื่อมโยงระหว่างการตลาดแบบดั้งเดิมและการตลาดออนไลน์

## วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้ผู้เข้าอบรมได้เรียนรู้กลไกการทำงานของสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่องานการตลาดและการขาย
2. เพื่อให้ผู้เข้าอบรมได้เรียนรู้การตลาดขั้นพื้นฐานที่จะนำไปใช้เชื่อมโยงระหว่างการตลาดแบบดั้งเดิมและการตลาดออนไลน์
3. เพื่อให้ผู้เข้าอบรมได้เรียนรู้และลงมือฝึกปฏิบัติสร้าง Sale Content เพื่อใช้สื่อสารทางการตลาดกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
4. เพื่อให้ผู้เข้าอบรมได้เรียนรู้และลงมือปฏิบัติการตั้งค่าและการใช้งาน Facebook Page เพื่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายได้ตรงตามกลยุทธ์และวัตถุประสงค์ทางการตลาด

## กลุ่มเป้าหมาย

ผู้ว่างงาน เยาวชน นักศึกษา ประชาชนที่สนใจ

## ระยะเวลาเรียน ๑๒ ชั่วโมง

ภาคทฤษฎี จำนวน ๖ ชั่วโมง

ภาคปฏิบัติ จำนวน ๖ ชั่วโมง

## รายละเอียดโครงสร้าง

ที่	เรื่อง	จุดประสงค์การเรียนรู้	เนื้อหา	การจัดกระบวนการเรียนรู้	จำนวนชั่วโมง	
					ทฤษฎี	ปฏิบัติ
๑	- การวัดความรู้พื้นฐานก่อนอบรม - การตลาดพื้นฐาน	เพื่อให้ผู้เข้าอบรมได้เรียนรู้กลไกการทำงานของสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่องานการตลาดและการขาย	-แนวคิดการตลาดขั้นพื้นฐาน สิ่งที่เป็นฐานรากที่ขาดไม่ได้ -แนวคิดการแบ่งระดับข้อมูลสำหรับนำเสนอสินค้า - วิเคราะห์และรู้หลักการสร้างแผนผังคุณค่าให้กับสินค้า -วิเคราะห์และรู้หลักการสร้างแผนที่ความคิดสำหรับจัดทำ Content Marketing	- บรรยาย - ฝึกปฏิบัติ	๒ ชม. ๑ ชม.	
๒	-กลยุทธ์การทำ Facebook Page เพื่อขายสินค้าแบบน่าสนใจ	เพื่อให้ผู้เข้าอบรมได้เรียนรู้การตลาดขั้นพื้นฐานที่จะนำไปใช้เชื่อมโยงระหว่างการตลาดแบบดั้งเดิมและการตลาดออนไลน์	-กลยุทธ์การทำ Facebook Page เพื่อขายสินค้าแบบน่าสนใจ -การกำหนด Customer Journey ตาม Marketing Funnel -การตั้งค่า Facebook Page ให้ได้ตามมาตรฐานของ Facebook -ขั้นตอนการสร้าง Facebook Page -การสร้าง Sale Content มาตรฐาน	- บรรยาย - ฝึกปฏิบัติ	๑ ชม. ๒ ชม.	

ที่	เรื่อง	จุดประสงค์การเรียนรู้	เนื้อหา	การจัดกระบวนการเรียนรู้	จำนวนชั่วโมง	
					ทฤษฎี	ปฏิบัติ
๓	-สะสมข้อมูลลูกค้าและรักษาไว้ด้วย LINE OA - การวัดความรู้พื้นฐานหลังอบรม	- เพื่อให้ผู้เข้าอบรมได้เรียนรู้และลงมือฝึกปฏิบัติสร้าง Sale Content เพื่อใช้สื่อสารทางการตลาดกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย - เพื่อให้ผู้เข้าอบรมได้เรียนรู้และลงมือปฏิบัติการตั้งค่าและการใช้งาน Facebook Page เพื่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายได้ตรงตามกลยุทธ์และวัตถุประสงค์ทางการตลาด	-การสะสมข้อมูลลูกค้าและรักษาไว้ด้วย LINE OA -กลยุทธ์การเชื่อมโยงลูกค้าจาก Facebook สู่ LINE OA -รูปแบบและแนวทางการจัดการข้อมูลลูกค้าผ่าน LINE OA -กลยุทธ์การสร้างลูกค้าซื้อซ้ำด้วย LINE OA - ฝึกปฏิบัติการสร้างบัญชี LINE OA และตั้งค่าให้พร้อมสำหรับเก็บข้อมูลลูกค้าเชิงลึก -ฝึกปฏิบัติตั้งค่าการแจ้งเตือนและแบ่งกลุ่มลูกค้าแบบหลากหลายและนำเสนอสินค้าไปยังลูกค้าเพื่อเพิ่มยอดขายแบบซื้อซ้ำและซื้อเพิ่มผ่าน LINE OA -การสรุปองค์ความรู้ วัดความรู้และการนำไปใช้ในการค้าออนไลน์	- บรรยาย - ฝึกปฏิบัติ	๓ ชม.	๓ ชม.

### สื่อการเรียนรู้

ในการจัดการเรียนรู้ ใช้สื่อการเรียนรู้ที่หลากหลาย ได้แก่ คู่มือการอบรม Power point โพรทัศน์ โน้ตบุ๊ก

### การวัดผลประเมินผล

๑. การประเมินความรู้ภาคทฤษฎีระหว่างอบรมและจบหลักสูตร
๒. การประเมินพฤติกรรมการฝึกปฏิบัติ และการเรียนรู้ในกิจกรรมโดยใช้จากการสังเกตการมีส่วนร่วมในกิจกรรม

### เกณฑ์การจบหลักสูตร

๑. มีเวลาร่วมกิจกรรมตามหลักสูตร ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๐
๒. มีผลการประเมินผ่านตลอดหลักสูตร ทั้งภาคทฤษฎี และภาคฝึกปฏิบัติ ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๖๐
๓. มีผลงานการประเมินทดสอบที่มีคุณภาพตามหลักเกณฑ์

### เอกสารหลักฐานการศึกษาที่จะได้รับหลังจากการจบหลักสูตร

วุฒิบัตรการศึกษา ออกโดยศูนย์ส่งเสริมการเรียนรู้อำเภอบางคล้า