

## โครงการศูนย์ดิจิทัลชุมชน กิจกรรมศูนย์ดิจิทัลชุมชน

หลักสูตรการค้าออนไลน์ กลยุทธ์การตลาดเชื่อมโยงจาก Online และ Offline (จำนวน 12 ชั่วโมง)

ศูนย์ส่งเสริมการเรียนรู้อำเภอราชสาส์น

\*\*\*\*\*

### ความเป็นมา

พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วและมีตัวเร่งสำคัญคือสถานการณ์ของโรคระบาดโควิด-19 ที่ช่วยเร่งให้ผู้บริโภคกระโจนเข้ามาใช้ชีวิตในโลกออนไลน์กันอย่างมากมาย เกิดการยอมรับวิถีชีวิตใหม่ที่ทำให้การจับจ่ายซื้อสินค้าผ่านระบบ E-Commerce อย่างกว้างขวาง ประกอบกับโครงการสนับสนุนจากภาครัฐที่ช่วยกระตุ้นให้ประชาชนใช้งาน Mobile Application และเริ่มปรับสังคมไทยไปสู่สังคมไร้เงินสดอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้ธุรกิจต่างก็ต้องปรับตัวและนำธุรกิจเข้าสู่โลกออนไลน์อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

สิ่งที่เปลี่ยนแปลงไปมากที่สุดในโลกออนไลน์และกระทบกับส่วนงานการตลาดโดยตรง คือ สื่อ สื่อที่เคยทรงอิทธิพลอย่างเช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ถูกลดบทบาทและความสำคัญลงไปอย่างมาก สวนทางกับสื่อสังคมออนไลน์ ที่เราเรียกขานกันติดปากไปแล้วว่า Social Media ไม่ว่าจะ Facebook, Youtube, LINE, Instagram, Twitter, TikTok เป็นต้น

จากสถิติการใช้งานอินเทอร์เน็ตจากหลากหลายองค์กร ได้ผลสรุปไปในทิศทางเดียวกัน คือ คนไทยเสพติด Social Media เป็นจำนวนมาก และคนไทยเป็นชนชาติที่ใช้งาน Social Media หลาก ๆ สื่อมากเป็นอันดับต้นของโลก ทำให้ทิศทางการตลาดในปัจจุบันถูกชี้นำโดยสื่อสังคมออนไลน์ พฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบันกำลังดำเนินไปอย่างเข้มข้นและรวดเร็ว จากข้อมูลที่กำลังมาข้างหน้า ทำให้ธุรกิจรับรู้จนเป็นที่ชัดเจนแล้วว่า งานขายและงานการตลาด ณ วันนี้ จำเป็นต้องพึ่งพาสื่อสังคมออนไลน์อย่างมาก และไม่ใช่เพียงแค่ระบบใดระบบหนึ่งเท่านั้น การตลาดออนไลน์จะต้องทำผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในแทบจะทุกระบบ เพราะผู้บริโภคเสพสื่อจากหลายช่องทางในเวลาเดียวกัน

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

### หลักการของหลักสูตร

1. เป็นหลักสูตรที่มุ่งให้ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจการตลาด Online ที่เชื่อมโยงกับการตลาด Offline
2. เป็นหลักสูตรที่เน้นให้ผู้เรียนสามารถลงมือฝึกปฏิบัติในการสร้าง การตั้งค่า และการใช้งานแอปพลิเคชัน เพื่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายได้ตรงตามกลยุทธ์และวัตถุประสงค์ทางการตลาด

## จุดมุ่งหมาย

1. เพื่อให้ผู้เข้าอบรมมีความเข้าใจอย่างแท้จริงถึง พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคโควิด
2. เพื่อให้ผู้เข้าอบรมได้เรียนรู้กลไกการทำงานของสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่องานการตลาดและการขาย
3. เพื่อให้ผู้เข้าอบรมได้เรียนรู้การตลาดขั้นพื้นฐานที่จะนำไปใช้เชื่อมโยงระหว่างการตลาดแบบดั้งเดิมและการตลาดออนไลน์
4. เพื่อให้ผู้เข้าอบรมได้เรียนรู้และลงมือฝึกปฏิบัติสร้าง Sale Content เพื่อใช้สื่อสารทางการตลาดกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
5. เพื่อให้ผู้เข้าอบรมได้เรียนรู้และลงมือปฏิบัติการตั้งค่าและการใช้งาน Facebook Page เพื่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายได้ตรงตามกลยุทธ์และวัตถุประสงค์ทางการตลาด
6. เก็บข้อมูลลูกค้าเชิงลึกผ่าน LINE OA เพื่อนำไปสู่การรักษาลูกค้า และสร้างกลไกลูกค้าซื้อเพิ่มและลูกค้าซ้ำ

## กลุ่มเป้าหมาย

ประชาชนทั่วไปที่ابدลงน้อย

## ระยะเวลา

จำนวน 12 ชั่วโมง

- ภาคทฤษฎี 8 ชั่วโมง
- ภาคปฏิบัติ 4 ชั่วโมง

โครงสร้างหลักสูตร

ที่	เรื่อง	จุดประสงค์การเรียนรู้	เนื้อหา	การจัดการเรียนรู้	จำนวนชั่วโมง	
					ทฤษฎี	ปฏิบัติ
1.	แนวโน้ม การตลาดดิจิทัล 2023	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. เพื่อให้มีความรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมกา รเสพสื่อของผู้บริโภค</li> <li>2. เพื่อให้มีความรู้เกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์ มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างไร</li> <li>3. เพื่อให้ทราบกลไกการทำงานของสื่อ สังคมออนไลน์ที่มีผลต่อความสนใจและ พฤติกรรมผู้บริโภค</li> <li>4. เพื่อให้ทราบผลลัพธ์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรม ผู้บริโภคยุคโควิด</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. พฤติกรรมการเสพสื่อของผู้บริโภค</li> <li>2. สื่อสังคมออนไลน์มีผลต่อพฤติกรรม ผู้บริโภคอย่างไร</li> <li>3. กลไกการทำงานของสื่อสังคม ออนไลน์ที่มีผลต่อความสนใจและ พฤติกรรมผู้บริโภค</li> <li>4. ผลลัพธ์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมผู้ บริโภคยุคโควิด</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- วิทยากรบรรยายให้ความรู้</li> <li>- แลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่าง วิทยากรและกลุ่มผู้เรียน</li> </ul>	3 ชั่วโมง	-
2.	การตลาดพื้นฐาน	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. เพื่อให้รู้จักแนวคิดการตลาดขั้นพื้นฐาน สิ่งที่เป็นฐานรากที่ขาดไม่ได้</li> <li>2. เพื่อให้รู้จักแนวคิดการแบ่งระดับข้อมูล สำหรับนำเสนอสินค้า</li> <li>3. เพื่อวิเคราะห์และรู้หลักการสร้างแผนผัง คุณค่าให้กับสินค้า</li> <li>4. เพื่อวิเคราะห์และรู้หลักการสร้างแผนที่ ความคิดสำหรับจัดทำ Content Marketing</li> <li>5. เพื่อเรียนรู้รูปแบบการเขียน Caption โดนใจ เพื่อใช้พาดหัวให้สะดุด หยุดนิ้วโป้ง</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. แนวคิดการตลาดขั้นพื้นฐาน สิ่งที่เป็น ฐานรากที่ขาดไม่ได้</li> <li>2. แนวคิดการแบ่งระดับข้อมูลสำหรับ นำเสนอสินค้า</li> <li>3. วิเคราะห์และรู้หลักการสร้างแผนผัง คุณค่าให้กับสินค้า</li> <li>4. วิเคราะห์และรู้หลักการสร้างแผนที่ ความคิดสำหรับจัดทำ Content Marketing</li> <li>5. รูปแบบการเขียน Caption โดนใจ เพื่อใช้พาดหัวให้สะดุด หยุดนิ้วโป้ง</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- วิทยากรบรรยายให้ความรู้</li> <li>- แลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่าง วิทยากรและกลุ่มผู้เรียน</li> </ul>	3 ชั่วโมง	-

ที่	เรื่อง	จุดประสงค์การเรียนรู้	เนื้อหา	การจัดการเรียนรู้	จำนวนชั่วโมง	
					ทฤษฎี	ปฏิบัติ
3.	กลยุทธ์การทำ Facebook Page เพื่อขายสินค้า แบบน่าสนใจ	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. เพื่อให้มีความเข้าใจและกำหนด Customer Journey ตาม Marketing Funnel</li> <li>2. เพื่อให้มีความเข้าใจและสามารถตั้งค่า Facebook Page ให้ได้ตามมาตรฐานของ Facebook เพื่อเป็น page ที่พร้อมใช้งาน</li> <li>3. เพื่อให้มีความเข้าใจกลยุทธ์การสร้าง Facebook Page สำหรับขั้นตอนการสร้างการรับรู้</li> <li>4. เพื่อให้มีความเข้าใจแนวทางการสร้าง Sale Content มาตรฐาน</li> <li>5. เพื่อฝึกปฏิบัติสร้าง Sale Content ให้เหมาะกับสินค้า</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. เข้าใจและกำหนด Customer Journey ตาม Marketing Funnel</li> <li>2. เข้าใจและสามารถตั้งค่า Facebook Page ให้ได้ตามมาตรฐานของ Facebook เพื่อเป็น page ที่พร้อมใช้งาน</li> <li>3. เข้าใจกลยุทธ์การสร้าง Facebook Page สำหรับขั้นตอนการสร้างการรับรู้</li> <li>4. เข้าใจแนวทางการสร้าง Sale Content มาตรฐาน</li> <li>5. ฝึกปฏิบัติสร้าง Sale Content ให้เหมาะกับสินค้า</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- วิทยากรบรรยายให้ความรู้</li> <li>- ฝึกปฏิบัติ</li> <li>- แลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่าง วิทยากรและกลุ่มผู้สูงอายุ</li> </ul>	1 ชั่วโมง	2 ชั่วโมง

ที่	เรื่อง	จุดประสงค์การเรียนรู้	เนื้อหา	การจัดการเรียนรู้	จำนวนชั่วโมง	
					ทฤษฎี	ปฏิบัติ
4.	สะสมข้อมูลลูกค้าและรักษาไว้ด้วย LINE OA	<p>1. เพื่อให้มีความเข้าใจกลยุทธ์การเชื่อมโยงลูกค้าจาก Facebook สู่ LINE OA</p> <p>2. เพื่อให้มีความเข้าใจรูปแบบและแนวทางการจัดการข้อมูลลูกค้าผ่าน LINE OA</p> <p>3. เพื่อให้มีความเข้าใจกลยุทธ์การสร้างลูกค้าซ้ำด้วย LINE OA</p> <p>4. เพื่อฝึกปฏิบัติการสร้างบัญชี LINE OA และตั้งค่าให้พร้อมสำหรับเก็บข้อมูลลูกค้าเชิงลึก</p> <p>5. เพื่อฝึกปฏิบัติตั้งค่าการจัดเก็บและแบ่งกลุ่มลูกค้าแบบหลากหลายและนำเสนอสินค้าไปยังลูกค้าเพื่อเพิ่มยอดขายแบบซ้ำและซื้อเพิ่มผ่าน LINE OA</p>	<p>1. เข้าใจกลยุทธ์การเชื่อมโยงลูกค้าจาก Facebook สู่ LINE OA</p> <p>2. เข้าใจรูปแบบและแนวทางการจัดการข้อมูลลูกค้าผ่าน LINE OA</p> <p>3. เข้าใจกลยุทธ์การสร้างลูกค้าซ้ำด้วย LINE OA</p> <p>4. ฝึกปฏิบัติการสร้างบัญชี LINE OA และตั้งค่าให้พร้อมสำหรับเก็บข้อมูลลูกค้าเชิงลึก</p> <p>5. ฝึกปฏิบัติตั้งค่าการจัดเก็บและแบ่งกลุ่มลูกค้าแบบหลากหลายและนำเสนอสินค้าไปยังลูกค้าเพื่อเพิ่มยอดขายแบบซ้ำและซื้อเพิ่มผ่าน LINE OA</p>	<p>- วิทยากรบรรยายให้ความรู้</p> <p>- ฝึกปฏิบัติ</p> <p>- แลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างวิทยากรและกลุ่มผู้สูงอายุ</p>	1 ชั่วโมง	2 ชั่วโมง

## สื่อการเรียนรู้

- VDO
- Powerpoint

## การวัดและประเมินผล

1. แบบทดสอบ
2. ผลงาน/ชิ้นงาน
3. แบบประเมินความพึงพอใจ

## เกณฑ์การจบหลักสูตร

1. ผู้เรียนผ่านการทดสอบคิดเป็นร้อยละ 60
2. ผู้เรียนมีผลงาน/ชิ้นงานครบทุกเรื่อง/เนื้อหา

ลงชื่อ.....ผู้เสนอหลักสูตร

(นางสาวอังคณา บรรพระตะติ)

ครู กศน.ตำบลดงน้อย

ลงชื่อ.....ผู้อนุมัติหลักสูตร

(นางกนิษฐา จิตรวงค์นันท์)

ครู (ชำนาญการพิเศษ)

รักษาการในตำแหน่ง ผู้อำนวยการ กศน.อำเภอราชสาส์น

ปฏิบัติหน้าที่ผู้อำนวยการศูนย์ส่งเสริมการเรียนรู้อำเภอราชสาส์น

ปฏิบัติราชการแทนอธิบดีกรมส่งเสริมการเรียนรู้