



## ขอบเขตของงาน (Term of Reference - TOR)

### โครงการจัดทำการตลาดแบบบูรณาการในรูปแบบออนไลน์ (E-Marketing plan)

#### ๑. ชื่อโครงการ

โครงการจัดทำการตลาดแบบบูรณาการในรูปแบบออนไลน์ (E-Marketing plan)

#### ๒. หลักการและเหตุผล

ปัจจุบันการสื่อสารด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์นับได้ว่าเป็นปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในยุคบริโภคนิยม (Consumerism) รวมทั้งการกำหนดทิศทางด้านการตลาดเพื่อให้สอดคล้องต่อวัตถุประสงค์ที่กำหนดขึ้นภายใต้รูปแบบสื่อต่างๆที่ปรากฏ นับได้ว่าใช้อิทธิพลจากการสื่อสารต่อการประชาสัมพันธ์ทางการตลาดแทบทั้งสิ้น

ด้วยสังคมและเทคโนโลยีสมัยใหม่พัฒนาไปอย่างรวดเร็ว ทำให้การพัฒนาด้านการสื่อสารเป็นไปอย่างรวดเร็วเช่นกัน โดยรูปแบบของการสื่อสารถูกแบ่งออกเป็น ๒ ประเภทใหญ่ได้แก่ การสื่อสารรูปแบบเก่า (Old Media) ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ใบปลิวป้ายโฆษณา แผ่นพับ เป็นต้น อีกประเภท คือ การสื่อสารรูปแบบใหม่ (New Media) เป็นการสื่อสารที่ส่วนใหญ่อยู่ในรูปแบบดิจิทัลที่เน้นการสื่อสารสองทาง (two ways) ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ แอปพลิเคชัน เป็นต้น รวมถึงการสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งได้รับความนิยมต่อผู้คนทั่วโลกอย่างรวดเร็วโดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้งานผ่านสังคมออนไลน์ (Social Network) ซึ่งมีโปรแกรมที่ใช้กันอย่างแพร่หลายและได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายนั่นก็คือ เฟซบุ๊ก (Facebook) ถือเป็นสื่อสังคมออนไลน์ประเภทหนึ่งที่มีผู้ใช้งานมากกว่า ๑๐๐๐ ล้านคนทั่วโลกและนับวันก็ยิ่งใช้กันอย่างแพร่หลายมากยิ่งขึ้นโดยเฉพาะด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ผ่านระบบออนไลน์

โดยแนวทางด้านการสื่อสารการตลาดต่อกลุ่มเป้าหมาย (Target Group) กลุ่มผู้บริโภคมีความแตกต่างกันแต่พฤติกรรม (Behavior) ความสนใจ (Interest) ซึ่งเฟซบุ๊กได้จัดจำแนกกลุ่มบุคคลเหล่านั้นออกเป็นส่วนๆตามหลักอัลกอริทึม (Algorithm) ซึ่งเหมาะแก่การตลาดไปยังกลุ่มเฉพาะที่ต้องการให้รับทราบถึงการสื่อสารได้เป็นอย่างดี ซึ่งหลักการในการสื่อสารแบ่งเป็น ๔ กลุ่มใหญ่ๆ (Objective) ตามเป้าประสงค์ของผู้ทำการตลาด ดังนี้

๑. สร้างแบรนด์ให้คนเห็นและรู้จักแบรนด์ในวงกว้าง (List) โดยสร้างความรู้จักจนกระทั่งความคุ้นเคยระหว่างความเป็นองค์กร ตัวตนขององค์กร ภาพแทน ฯลฯ ให้กับผู้รับสื่อ

๒. สร้างการปฏิสัมพันธ์กับแบรนด์ (Interactive) จากสื่อโฆษณาแบบต่างๆ (ดูรายละเอียดการสร้าง Ad Content) โดยสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มที่กำหนดของสื่อโฆษณาแต่ละชิ้น

๓. ดึงดูดกลุ่มคนให้สร้างความคุ้นเคยมากยิ่งขึ้นและเกิดความรักต่อองค์กรหรือผลิตภัณฑ์ โดยมีตัวชี้วัดจากยอดการเป็นผู้ติดตาม (Follow)

### วัตถุประสงค์

- เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพด้านสื่อประชาสัมพันธ์และการโฆษณาในรูปแบบออนไลน์ให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้มีทิศทางอย่างชัดเจนและทั่วถึงยิ่งขึ้น
- เพื่อศึกษา วิเคราะห์ พัฒนากลยุทธ์ด้านการตลาดออนไลน์ (e-Marketing) ในอุทยานหลวงราชพฤกษ์ให้มีทิศทางที่ชัดเจน มีรูปแบบเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

### ๓. ขอบเขตของงานที่ว่าจะจ้าง

อุทยานมีความต้องการในการจัดทำที่ปรึกษาตามขอบเขตงานที่ว่าจะจ้างดังต่อไปนี้

- ๓.๑ ศึกษาความสามารถหลัก (Core-competencies) สินทรัพย์ที่สำคัญและข้อจำกัดขององค์กรโดยกักรทบทรนวิสัยทัศน์/พันธกิจ และยุทธศาสตร์ของอุทยานเพื่อระบบแนวทางการทำงานที่เหมาะสม
- ๓.๒ ศึกษาและวิเคราะห์แนวโน้มที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่และรูปแบบวิถีการปรับตัวทางธุรกิจ และกำหนดปัจจัยที่ส่งผลต่อโอกาสทางธุรกิจนั้นๆ
- ๓.๓ วิเคราะห์ผลการดำเนินงาน ของอุทยานและเปรียบเทียบกับผลการดำเนินงานของผู้ให้บริการที่ใกล้เคียงชั้นนำของโลก/ในภูมิภาค
- ๓.๔ ระบุรูปแบบทางธุรกิจที่เหมาะสมที่สุดสำหรับอุทยานฯ และพัฒนาแผนงานเบื้องต้นที่สำคัญเพื่อผลักดันกลยุทธ์ใหม่ขององค์กรและประสานงาน ทำความเข้าใจกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
- ๓.๕ จัดลำดับความสำคัญของแผนงานเบื้องต้นและระบุรายละเอียดของแผนงานเพื่อเป็นต้นแบบในการนำแผนงานไปปฏิบัติในอนาคต
- ๓.๖ จัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์และรายงานสรุปสำหรับผู้บริหาร

### ๔. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- ๔.๑. รูปแบบที่เหมาะสมในกรณีดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนของอุทยานที่มีความสอดคล้องกับธุรกิจสินทรัพย์และโครงสร้างทรัพยากรบุคคลที่มีอยู่
- ๔.๒. แผนการดำเนินงาน (Implementation Plan) ที่ประกอบด้วยเป้าหมายของรูปแบบการดำเนินธุรกิจที่น่าเสนอ ที่สามารถทำให้อุทยานดำเนินการได้อย่างราบรื่น

### ๕. ระยะเวลาดำเนินการ

ระยะเวลา ๑๕๐ วัน ตั้งแต่วันที่ ๒ ตุลาคม ๒๕๖๐ ถึง ๒๘ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๑

## ๖. หลักเกณฑ์การพิจารณา

๖.๑. อุทยานจะพิจารณาคัดเลือกผู้รับจ้างที่มีคุณสมบัติถูกต้องตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด (TOR) โดยพิจารณาจากความเหมาะสมในการนำเสนอ

๖.๒. การตัดสินใจของอุทยานไม่ว่าในขั้นตอนใดถือเป็นเด็ดขาด และอุทยานจะพิจารณายกเลิกการเสนอรับงานครั้งนี้เสียก็ได้แต่อุทยานจะเห็นสมควร โดยผู้รับจ้างจะเรียกร้องค่าเสียหายใดๆมิได้

## ๗. ระยะเวลาการส่งมอบงาน

ดำเนินการตามแผนโดยสอดคล้องกับเป้าหมายที่กำหนดในแต่ละขั้นตอนโดยระยะเวลาทั้งหมด ๑๕๐ วัน แบ่งเป็น ๒ งวด ดังนี้

งวดที่ ๑ จำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๔๐ ของค่าจ้างเมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงาน ดังต่อไปนี้ (ระยะเวลา ๖๐ วัน)

๑.๑ วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย ออกแบบวิธีนำเสนอและรูปแบบโฆษณาจากการวิเคราะห์การตลาด วิธีการใช้เครื่องมือจัดการสื่อและตรวจวัดผล

๑.๒ กำหนดกลุ่มเป้าหมายจากการวิเคราะห์ข้อมูลตามคุณลักษณะ ได้แก่ อายุ เพศ พื้นที่ที่ต้องการโปรโมท

ความสนใจ (Interest) ตำแหน่งโฆษณา

๑.๓ โดยกำหนด Campaign แต่ละเดือน และ Value Content แต่ละสัปดาห์ให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ โดยมีสื่อโฆษณาในรูปแบบที่กำหนด ดังนี้

๑.๓.๑ รูปภาพ จำนวนการแสดงผลไม่น้อยกว่า ๕ รูป/สัปดาห์

๑.๓.๒ ภาพชุด จำนวนการแสดงผลไม่น้อยกว่า ๕ ชุด/สัปดาห์

๑.๓.๓ วิดีโอ/Gif จำนวนการแสดงผลไม่น้อยกว่า ๑ วิดีโอ/Gif

๑.๓.๔ หรือสื่อโฆษณารูปแบบอื่นๆ ตามความเหมาะสม (รวมแล้วไม่น้อยกว่า ๑๑ สื่อโฆษณา)

๑.๔ บริหารและจัดการด้านกลยุทธ์การตลาดออนไลน์

๑.๔.๑ จัดการข้อมูลและชื่อโฆษณา

๑.๔.๒ ลงโฆษณาในเพจ

๑.๔.๓ สรุปรายงานและติดตามผลตอบรับ

๑.๔.๔ ปรับปรุงกลยุทธ์ให้เหมาะสม

๑.๕ มีจำนวนการมองเห็นโฆษณาตลอด ๙๐ วัน ไม่น้อยกว่า ๕๐๐,๐๐๐ Viewer

งวดที่ ๒ จำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๖๐ ของค่าจ้างเมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงาน ดังต่อไปนี้ (ระยะเวลา ๖๐ วัน)

๑.๑ นำผลจากการสรุป ติดตามผลตอบรับ และปรับปรุงกลยุทธ์มาปรับใช้กับกลุ่มเป้าหมายและการโฆษณา โดยทำเป็นรายงานสรุปผล

๑.๒ โดยกำหนด Campaign แต่ในละเดือน และ Value Content แต่ละสัปดาห์ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย โดยมีสื่อโฆษณาในรูปแบบที่กำหนด ดังนี้

- ๑.๒.๑ รูปภาพ จำนวนการแสดง ไม่น้อยกว่า ๕ รูปภาพ
- ๑.๒.๒ ภาพชุด จำนวนการแสดง ไม่น้อยกว่า ๕ ชุดภาพ
- ๑.๒.๓ วิดีโอ,Gif จำนวนการแสดง ไม่น้อยกว่า ๑ วิดีโอ,Gif
- ๑.๒.๔ หรือสื่อโฆษณารูปแบบอื่นๆ ตามความเหมาะสม (รวมแล้วไม่น้อยกว่า ๑๑ สื่อโฆษณา)

๑.๓ บริหารและจัดการด้านการตลาดออนไลน์

- ๑.๓.๑ จัดการข้อมูลและชื่อโฆษณา
  - ๑.๓.๒ ลงโฆษณาในเพจ
  - ๑.๓.๓ สรุปรายงานและติดตามผลตอบรับ
  - ๑.๓.๔ ปรับปรุงกลยุทธ์ให้เหมาะสม
- มีจำนวนการมองเห็นโฆษณาตลอด ๖๐ วัน ไม่น้อยกว่า ๕๐๐,๐๐๐ Viewer

๔. งบประมาณโครงการ

งบประมาณประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๐ ๒.แผนงานการตลาดและกิจกรรม ๒.๑ การประชาสัมพันธ์อุทยานหลวงราชพฤกษ์ จำนวน ๓๐๐,๐๐๐ บาท (สามแสนบาทถ้วน)

รายละเอียด	งบประมาณ	หมายเหตุ
จ้างจัดทำการตลาดแบบบูรณาการในรูปแบบออนไลน์	๓๐๐,๐๐๐	งบประชาสัมพันธ์
รวม (สามแสนบาทถ้วน)	๓๐๐,๐๐๐	

ลงชื่อ.....ประธานกรรมการ.....ลงชื่อ.....กรรมการ

นายชัยรัตน์ นันทิยา

นายชวกันต์ ปัญญาวงศ์

ลงชื่อ.....กรรมการและเลขานุการ

นางสาวอารีย์ พัวพันธ์สกุล