

กำหนดการ Digital Business Solutions Summit 2020

Theme: The NEXT Normal of Digital Business

วันที่ 26 - 27 สิงหาคม 2563 ณ ห้องวายุภักษ์ 5 ชั้น 5 และห้องถ่ายทอดสด BB406 ชั้น 4

โรงแรมเซ็นทารา ศูนย์ราชการและคอนเวนชันเซ็นเตอร์ แจ้งวัฒนะ

As of 19.08.2020

Day 1	August 26, 2020
เวลา	ห้องสัมมนาใหญ่
08.30 - 09.00 น.	ลงทะเบียนเข้าร่วมสัมมนา
09.00 - 09.20 น.	กล่าวรายงาน โดย คุณสุภาวดี ตันตียนานท์ อุปนายกสมาคมผู้ใช้ดิจิทัลไทย (DUGA)
08.00-10.00 น.	<p>กล่าวเปิดงานพร้อมปาฐกถาพิเศษ: The NEXT Normal of Digital Business</p> <p>ทำไม The NEXT Normal of Digital Business จึงสำคัญมาก เพราะเมื่อ “วิถีเดิม ถูกแทนที่ด้วย วิถีใหม่” ทุกสิ่งจึงต้องเปลี่ยนแปลง ผู้บริหารองค์กร ผู้นำธุรกิจ จึงต้องลบวิธีคิดเดิม แล้วนิยามวิธีดำเนินธุรกิจใหม่ ผนึกทรัพยากรมาประยุกต์ใช้กับองค์กร ผลักดันและขับเคลื่อนต่อไป ในโลกที่เต็มไปด้วยพลวัต และคาดเดาไม่ได้</p> <p><i>โดย คุณอัจฉรินทร์ พัฒนพันธ์ชัย ปลัดกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม</i></p>
10.00 – 10.30 น.	พักรับประทานอาหารว่าง และชมส่วนแสดงนวัตกรรมเทคโนโลยี
10.30 – 11.10 น. (40 นาที)	<p>ปาฐกถา 1: Brand Sustainability via Balancing Business with 3Ps: Profit/ People/ Planet</p> <p>คำถามใหม่ที่ก่อกองในเวทีระดับนานาชาติในการทำธุรกิจ เราจะสร้างแบรนด์อย่างไรให้ “ยั่งยืน” และ “เป็นที่รักของมหาชน” หมดยุคของระบบทุนนิยมเข้มข้น มาสู่ปฐมบทใหม่ แห่งการสร้างแบรนด์ ทั้งในวันนี้ และวันข้างหน้า ด้วย 3P Profit, People, Planet หัวใจสำคัญคือ ทั้ง 3 P นี้ จะเดินเคียงกันไปอย่างไร</p> <p><i>โดย ดร.ศิริกุล เลากัยกุล Brand Strategist & Sustainability Advisor The BrandBeing Consultant Co.Ltd.</i></p>
11.10 – 11.40 น.	<p>กรณีศึกษา 1: Freshwork And Digital Transformation</p> <p><i>โดย คุณณัฐกรณ์ แฉล้มวงศ์วาน CEO Monster Connect Co.,Ltd</i></p>
11.40 – 13.00 น.	พักรับประทานอาหารกลางวัน
13.00 – 13.40 น. (40 นาที)	<p>ปาฐกถา 2: Above the Ocean Strategy : Redesigning Ecosystem and Winning through Collaboration</p> <p>ในโลกของ Business as Usual ธุรกิจดำรงอยู่เพื่อกรอบโดยผลกำไรให้มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ แต่ในโลกของ Business as Unusual ซึ่งกำลังถูก Disrupt ทั้งจากการเติบโตของดิจิทัลเทคโนโลยี ปัญหาสิ่งแวดล้อม และความท้าทายด้านสุขภาพ ทำให้ระบบคุณค่าของสังคมและผู้บริโภคเปลี่ยนไป ธุรกิจจะปรับเปลี่ยนตัว (transformation) อย่างไร จะสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) ทั้งหมดอย่างไร และจะเปลี่ยนความสัมพันธ์เหล่านั้นเป็นการเติบโตครั้งใหม่ (Next Growth) ได้อย่างไร กลยุทธ์เหนือเวลาน้ำมีคำตอบ</p> <p><i>โดย คุณปิยะชาติ อิศรภักดี CEO, BRANDi และผู้เขียนหนังสือ BRANDiNG4.0 และ Business as Unusual</i></p>
13.40 – 14.10 น.	กรณีศึกษา 2: New Normal, New Commerce: How to Thrive in Uncertain Times with Data Science

กำหนดการ Digital Business Solutions Summit 2020

Theme: The NEXT Normal of Digital Business

วันที่ 26 - 27 สิงหาคม 2563 ณ ห้องวายุภักษ์ 5 ชั้น 5 และห้องถ่ายทอดสด BB406 ชั้น 4

โรงแรมเซ็นทารา ศูนย์ราชการและคอนเวนชันเซ็นเตอร์ แจ้งวัฒนะ

As of 19.08.2020

	<p>COVID-19 ทำให้ digital transformation เร่งตัวเร็วขึ้นในทุกภาคส่วน เกิดความเปลี่ยนแปลงอย่างฉับพลัน ทั้งใน ความคาดหวังของลูกค้า (new expectations) และศักยภาพใหม่ (new capabilities) ของคู่แข่ง กรณีศึกษานี้จะ ชี้ให้เห็นถึง “วิธีการค้ารูปแบบใหม่” จากตัวอย่างจริงในประเทศไทย ที่ทำให้วงจรเกิดแก่เจ็บตายของสินค้าและบริการ ตั้งแต่ช่วงการออกแบบไปจนถึงการขนส่ง เกิดความกระชับและฉลาดขึ้นด้วยพลังของ data science ซึ่งท้ายที่สุดจะ สะท้อนเป็น value proposition ที่ดีจนยากเกินจะปฏิเสธได้</p> <p>โดย ดร.ณภัทร จาตุศรีพิทักษ์ ประธานบริหารและผู้ก่อตั้ง บริษัทสยามเมทริกซ์ คอนซัลติ้ง จำกัด</p>
14.10 - 14.40 น.	พักรับประทานอาหารว่าง และชมส่วนแสดงนวัตกรรมเทคโนโลยี
14.40 - 15.20 น. (40 นาที)	<p>ปาฐกถา 3: Deep Dive into the Customer Insight</p> <p>ทำไม Customer Insight is the KEY ของการทำตลาด Digital Business ยุคนี้ ... เพราะผู้บริโภคทุกวันนี้ ถูก bombard ด้วยโฆษณาและข้อมูลการสื่อสาร ด้วยปริมาณมหาศาลตลอดเวลา แบนด์จึงมีอาจจะสื่อสารกับ กลุ่มเป้าหมายด้วย mass content ได้อีกต่อไป customer insight จึงถูกนิยามขึ้นมา เพื่อให้แบนด์สามารถ “จับ” ให้ลูกค้ามาสนใจได้อย่างไร ข้อมูล demographic ไม่พอเสียแล้ว แบนด์ต้องรู้ psychographic และต้องใส่ใจ behavior ข้อมูลทั้ง “ลึก” และ “กว้าง” เหล่านี้ จึงจะถูกวิเคราะห์และสังเคราะห์ออกมาเป็นแคมเปญการสื่อสารที่ “เฉพาะเจาะจง” และ “โดนใจ”</p> <p>โดย ดร.ตั้งใจเฉลิม อนันตชัย กรรมการผู้จัดการ บริษัท อินเทล (ประเทศไทย) จำกัด</p>
15.20 - 16.30 น. (70 นาที)	<p>เสวนา 1: Defining the Right Customer Segmentation in a Digital Business World</p> <p>เพราะ Customer is the KING และการทำ customer segment ที่ถูกต้องจะต้องครอบคลุมทั้ง Demographics, Psychographics, Geo-Location & Behavior ไม่เช่นนั้น segment ที่ได้ไป จะพารูจิกไปพัก ไม่ใช่ปังแน่นอน</p> <p>ร่วมเสวนา โดย</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ คุณวรรณมา สวัสดิกุล อติตรองประธานเจ้าหน้าที่บริหารกลุ่มการตลาด บริษัท ไทยซัมซุง อิเลคโทรนิคส์ จำกัด ❖ คุณฐากร ปิยะพันธ์ ประธานคณะเจ้าหน้าที่ด้านธุรกิจคอนซูเมอร์ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ❖ คุณกัญชลิ สำนีรัตน์ ผู้ก่อตั้ง และกรรมการผู้จัดการ บริษัท Diginative จำกัด <p>ดำเนินรายการ โดย</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ คุณชนิษฐา ตั้งวรพจน์วิธาน อุปนายกสมาคมผู้ใช้ดิจิทัลไทย (DUGA)
Day 2	August 27, 2020
เวลา	ห้องสัมมนาใหญ่
09.00 - 09.40 น. (40 นาที)	<p>ปาฐกถา 4: Customer Centric Strategy: Managing CX thru Technology</p> <p>“ใครรู้จักลูกค้าก่อน คนนั้นชนะ” วลีที่เรียบ่ง่ายในถ้อยคำ แต่การจะไปถึงจุดนั้น ไม่ง่าย เพราะลูกค้าปัจจุบันมีความ ซับซ้อนกว่าที่แบนด์คิด คาดหวังสูง ไม่อดทน และพร้อมเปลี่ยนใจตลอดเวลา การสร้างประสบการณ์ที่ดีที่สุด แบบ</p>

กำหนดการ Digital Business Solutions Summit 2020

Theme: The NEXT Normal of Digital Business

วันที่ 26 - 27 สิงหาคม 2563 ณ ห้องวายุภักษ์ 5 ชั้น 5 และห้องถ่ายทอดสด BB406 ชั้น 4

โรงแรมเซ็นทารา ศูนย์ราชการและคอนเวนชันเซ็นเตอร์ แจ้งวัฒนะ

As of 19.08.2020

	<p>anytime, anywhere จึงเป็นกลยุทธ์สำคัญที่ทุกแบรนด์ต้องทำให้เจอ และทำให้ได้ โดยมีเทคโนโลยีเป็นเครื่องมือสำคัญ</p> <p><i>โดย อาจารย์ ดร.เอกก์ ภทรธนกุล ประธานหลักสูตรปริญญาโท สาขาแบรนด์และการตลาด (ภาษาอังกฤษ) Chulalongkorn Business School คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย</i></p>
09.40 – 10.20 น. (40 นาที)	<p>ปาฐกถา 5: Scaling Business Opportunities via Implementing Digital Ecosystem Collaboration</p> <p>ในยุคที่ลูกค้าซื้อขายกันอยู่บนการ swipe smartphone ธุรกิจแบบ One-man-show แบบในอดีตจะไม่รอดอีกต่อไปแล้ว เพราะการจะขยายธุรกิจ เพิ่มยอด เพิ่มกำไร ต้องอาศัยระบบ หรือ แพลตฟอร์มที่มีคนสร้างขึ้นและมีลูกค้าใช้มากมายจึงจะเป็นทางรอด ทางสำเร็จในยุคนี้ ดังนั้นเพื่อจะเพิ่มโอกาสและต่อยอดในการทำธุรกิจในยุคดิจิทัลให้ดังให้ปัง จึงต้องเข้าใจว่าจะพาตัวเองไปอยู่ใน Digital Ecosystem ได้ยังไง และไม่พอ จะอยู่ยังไงให้ลูกค้าเห็น ลูกค้าเลิก ลูกค้าซื้อ เทคโนโลยีจึงเป็นเครื่องมือสำคัญสุดๆ</p> <p><i>โดย ดร.บุรณิน รัตนสมบัติ รองกรรมการผู้จัดการใหญ่บริหารกลยุทธ์กลุ่มธุรกิจปิโตรเลียมขั้นปลาย บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)</i></p>
10.20 – 10.50 น.	<p>พักรับประทานอาหารว่าง และชมส่วนแสดงนวัตกรรมเทคโนโลยี</p>
10.50 – 11.30 น. (40 นาที)	<p>ปาฐกถา 6: Leveraging Customer Journey for CX Design</p> <p>หมดยุคที่แบรนด์จะเป็นผู้สื่อสารฝ่ายเดียว หรือ เป็นฝ่ายที่จะกำหนดว่าลูกค้าจะรู้จัก หรือ ซื้อหาแบรนด์ได้จากช่องทางไหน วันนี้เราอยู่ในยุคที่ต้องรู้ว่า Customer Journey ที่มีกับแบรนด์เป็นอย่างไร ทำอย่างไร ด้วยเทคโนโลยี อะไร ที่จะทำให้แบรนด์เห็นภาพที่ชัดเจนว่าลูกค้ารู้จักเราจากไหน ค้นหาเราจากช่องทางใด ซื้อเราที่ไหนและกลับมาซื้ออีกครั้ง เพราะอะไร ไปจนถึงการเป็นผู้โปรโมทแบรนด์ (Advocacy) จึงต้องมาเข้าใจช่องทาง และหาวิธีให้แบรนด์เข้าถึง มัดใจ โดนใจ ลูกค้าได้อย่างเร็ว และดีที่สุด</p> <p><i>โดย Mr. Steven Ladd Director, Customer Experience and Consulting, Ogilvy Thailand</i></p>
11.30 – 12.10 น. (40 นาที)	<p>ปาฐกถา 7: How to Design the Right Interface to Win Business</p> <p>ถ้า Customer Journey เป็นหัวใจของความสำเร็จ Customer Interface ก็คือสายเลือดที่หล่อเลี้ยงและนำทางไปสู่ความสำเร็จการดีไซน์ประสบการณ์ลูกค้า หรือ interface design คือ การออกแบบกระบวนการต่าง ๆ ในการใช้งาน ในการติดต่อ ในการซื้อขายของลูกค้ากับแบรนด์ด้วยการนำเทคโนโลยีดิจิทัล + ความต้องการของลูกค้ามาใช้สร้าง interface ในการเข้าถึงแบรนด์ที่จะทำให้ชีวิตของลูกค้าสะดวก รวดเร็ว และง่ายขึ้นเพียงแค่ click</p> <p><i>โดย Mr. Dave Malhotra CEO & Lead Hustler at SoldOutt & ShakeSphere</i></p>
12.10 – 13.00 น.	<p>พักรับประทานอาหารกลางวัน</p>
13.00 – 13.40 น. (40 นาที)	<p>ปาฐกถา 8: Impact Measurement for Digital Business Success</p>

กำหนดการ Digital Business Solutions Summit 2020

Theme: The NEXT Normal of Digital Business

วันที่ 26 - 27 สิงหาคม 2563 ณ ห้องวายุภักษ์ 5 ชั้น 5 และห้องถ่ายทอดสด BB406 ชั้น 4

โรงแรมเซ็นทารา ศูนย์ราชการและคอนเวนชันเซ็นเตอร์ แจ้งวัฒนะ

As of 19.08.2020

	<p>วันนี้เรามาถึงยุคที่ถ้าธุรกิจไม่วัดผลคือไม่รอด โดยเฉพาะ 3Ps และต้องเปิดเผย และสื่อสารให้สาธารณชนรับรู้ ว่า ธุรกิจ หรือ แปรนดนั้นสร้างผลลัพธ์ที่ดีให้กับชุมชน สังคม และโลกอย่างไร นอกเหนือจากผลกำไรที่ตั้งขึ้นการสรรหาเทคโนโลยี และเครื่องมือในการวัดผลอย่างถูกต้อง และโปร่งใส จึงเป็นหน้าที่หลักของธุรกิจ และแปรนดอีกหนึ่งบทบาทที่ผู้นำต้อง เข้าใจ และนำไปมอบหมายให้เกิดกระบวนการนี้ขึ้นในองค์กร อย่างที่เค้าพูดกันในเวทีโลกว่า ROI ในยุคดิจิทัล ก็คือ Return on IMPACT นั่นเอง และการวัดผลทาง Impact นี้จำเป็นต้องมี</p> <ul style="list-style-type: none"> ● ข้อมูลเชิงลึกจากภายในองค์กร ● ข้อมูลเชิงลึกจากแหล่งข้อมูลภายนอก ● ข้อมูลจากการนำ AI เข้ามาช่วยทำการวิเคราะห์ <p><i>โดย คุณณัฐกรณ์ รัตนชัยสิทธิ์ ผู้ก่อตั้งและกรรมการผู้จัดการ บริษัท พรดิททิฟ จำกัด</i></p>
<p>13.40 – 14.50 น. (70 นาที)</p>	<p>Panel2: The DOWNSIDE of CX (Without Best-designed, Business can Collapse)</p> <p>การเรียนรู้ความล้มเหลวจากกรณีศึกษาของธุรกิจ หรือ แปรนดอื่น ๆ ในการจัดการ Customer Experience ผ่าน มุมมองของนักการตลาด นักเทคโนโลยี นักธุรกิจ จากตัวอย่างจริง ๆ ทั้งในโลก และ ประเทศไทย จะเป็น benchmark สำคัญที่จะช่วยให้เราไม่ก้าวพลาด และมีหลัก Do and Don't in CX Management ได้อย่างง่ายๆ สบายๆ โดยไม่ต้องผ่านการเจ็บตัวจริง ๆ</p> <p>ร่วมเสวนา โดย</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ รศ.กิตติ สิริพัฒนกุล ผู้ทรงคุณวุฒิภาควิชาการตลาด คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ❖ คุณณัฐพล ม่วงท่า เจ้าของเพจการตลาดวันละตอน ผู้เขียนหนังสือ Personalized Marketing Lecturer Data-Driven Communication ที่สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ Lecturer Data Analytic and Visialozation ที่ DIMC ป.โท ม.กรุงเทพ ❖ คุณฉัตรชัย ตั้งจิตตรง กรรมการผู้จัดการ บริษัท PMH HOLDING (Pomo House International and Thailand) <p>ดำเนินรายการ โดย</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ คุณสุภาวดี ตันตียนนท์ อุปนายกสมาคมผู้ใช้ดิจิทัลไทย (DUGA)
<p>14.50 - 15.20 น.</p>	<p>รับประทานอาหารว่าง และเดินทางกลับโดยสวัสดิภาพ</p>