



# ลูกผสม ผสมผสาน บูรณาการ...แบบไหนถึงเหมาะ ?

เพื่อให้งานแสดงสินค้าประสบความสำเร็จ  
(Building Experience)

มนตรี วิจิตรสาระวงค์ (CEO)

**JAN  
 2021**

## DEVICE OWNERSHIP

PERCENTAGE OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64 WHO OWN EACH KIND OF DEVICE

MOBILE PHONE  
 (ANY TYPE)



**97.1%**



SMART  
 PHONE



**96.6%**

GW.

NON-SMARTPHONE  
 MOBILE PHONE



**9.0%**



LAPTOP OR DESKTOP  
 COMPUTER



**64.4%**

GW.

TABLET  
 DEVICE



**34.3%**

TV STREAMING  
 STICK OR DEVICE



**14.4%**

GW.

GAMES  
 CONSOLE



**21.4%**

we  
 are  
 social

SMART HOME  
 DEVICE



**12.3%**

GW.

SMART WATCH  
 OR WRISTBAND



**23.3%**



VIRTUAL  
 REALITY DEVICE



**4.4%**



## B2B MARKETING

**54%**  
 Expectation  
 for discount in 24hrs.

**71%**  
 Dissatisfied  
 no personalized experience

## Visitors Behavior

ONE CONTENT, EVERY DEVICE, EVERY TECHNOLOGY

- |  |   |  |  |
|--|---|--|--|
| <b>บน</b><br>Events Portal Online                    | <b>เชื่อม</b><br>Integrate Content With Social    | <b>แชร์</b><br>Social Share Linkage          | <b>ใช้</b><br>Multi Device With Responsive       |
| <b>บอก</b><br>Link to send opinion and collaboration | <b>ช่วย</b><br>Supported Channel with Full Search | <b>บท</b><br>Live Streaming to Communication | <b>ับ</b><br>Push & Pull Content And Interactive |

**44%**  
 Brand loyalty  
 special personal shopping

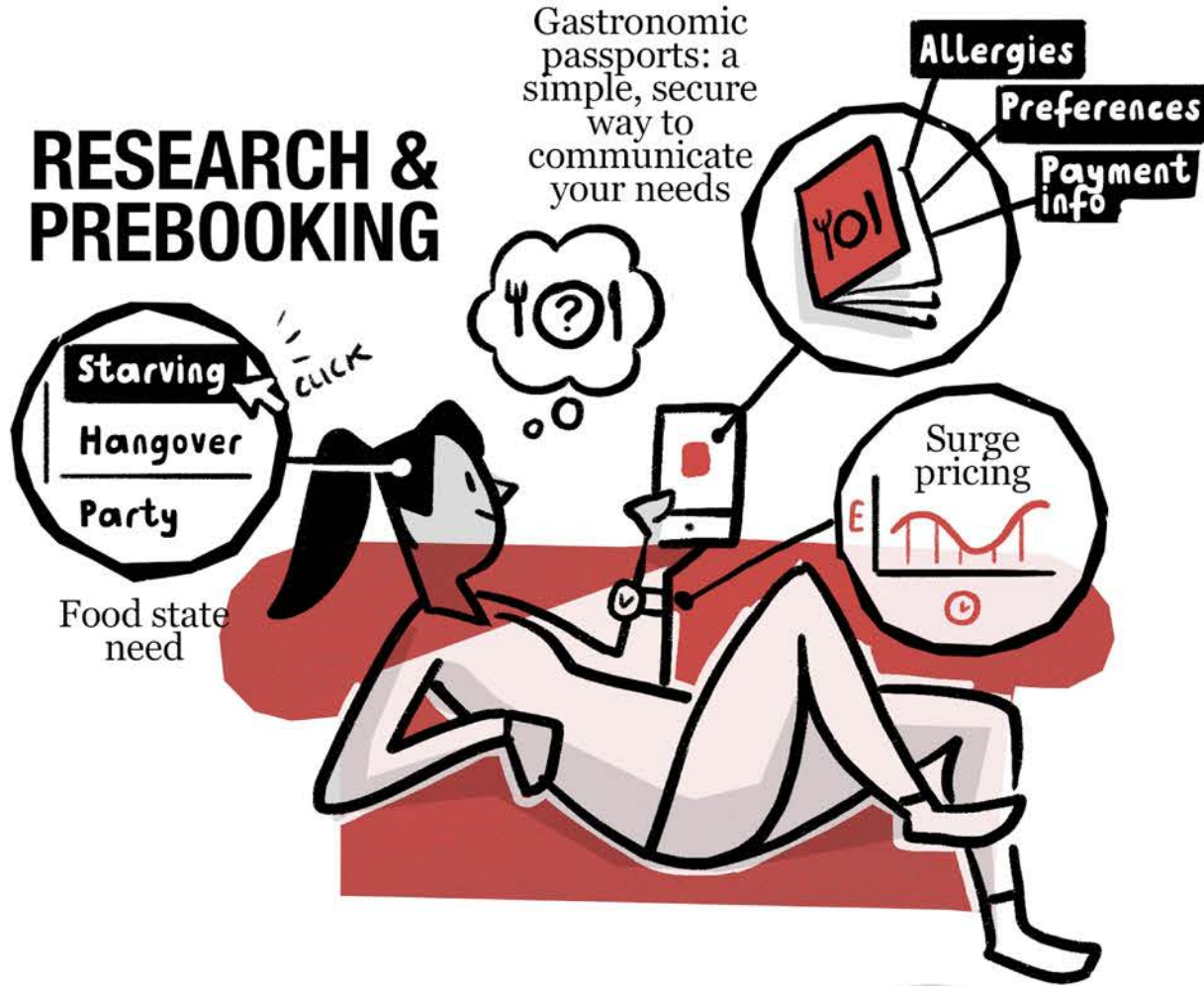
**49%**  
 Instant shopping  
 from influencer



# Building Experience

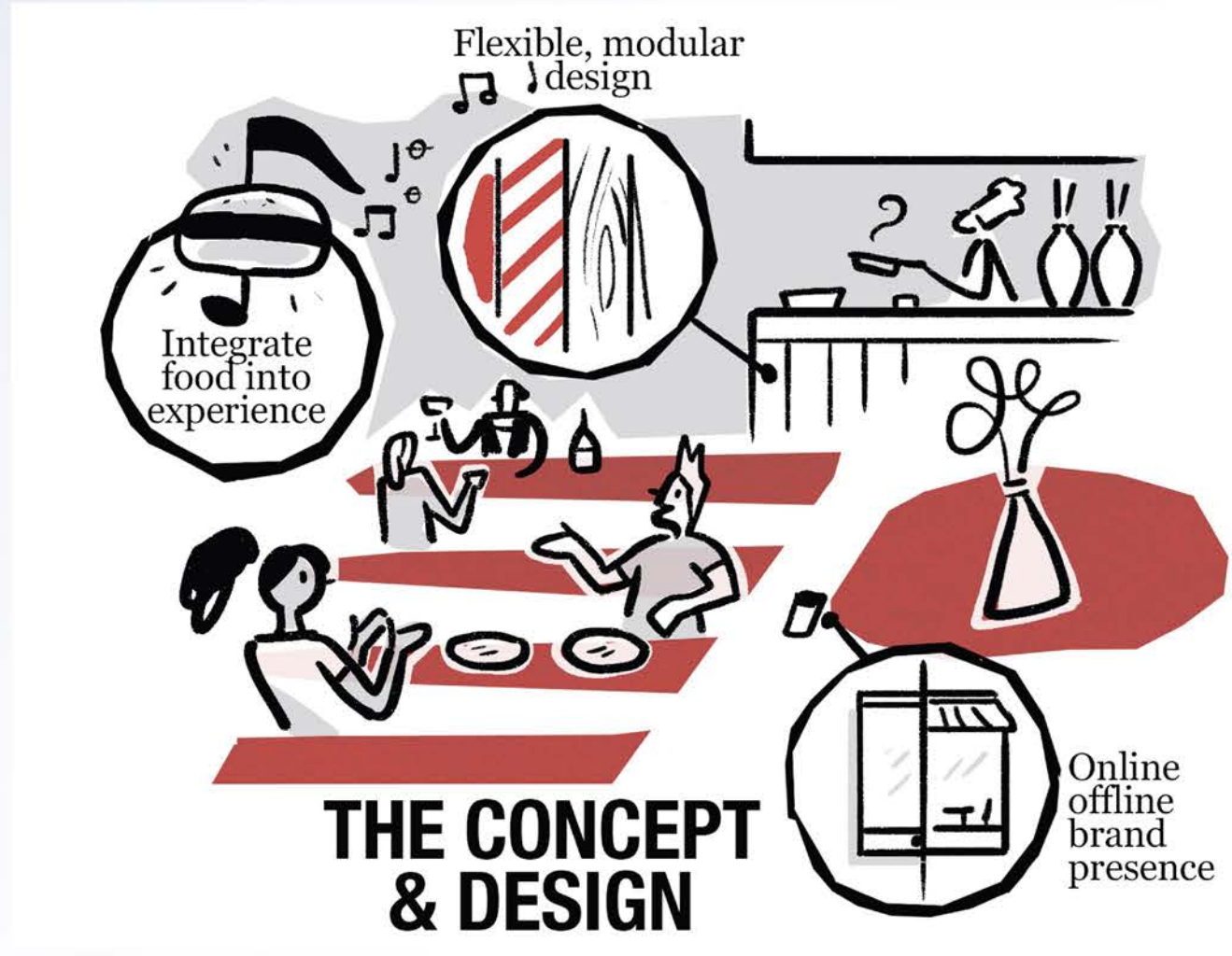
ลูกผสม ประสบการณ์ บุคลากร...แบบไหนถึงเหมาะ ?

## RESEARCH & PREBOOKING



# Building Experience

ลูกผสม ผสมผสาน บูรณาการ...แบบไหนถึงเหมาะ? :



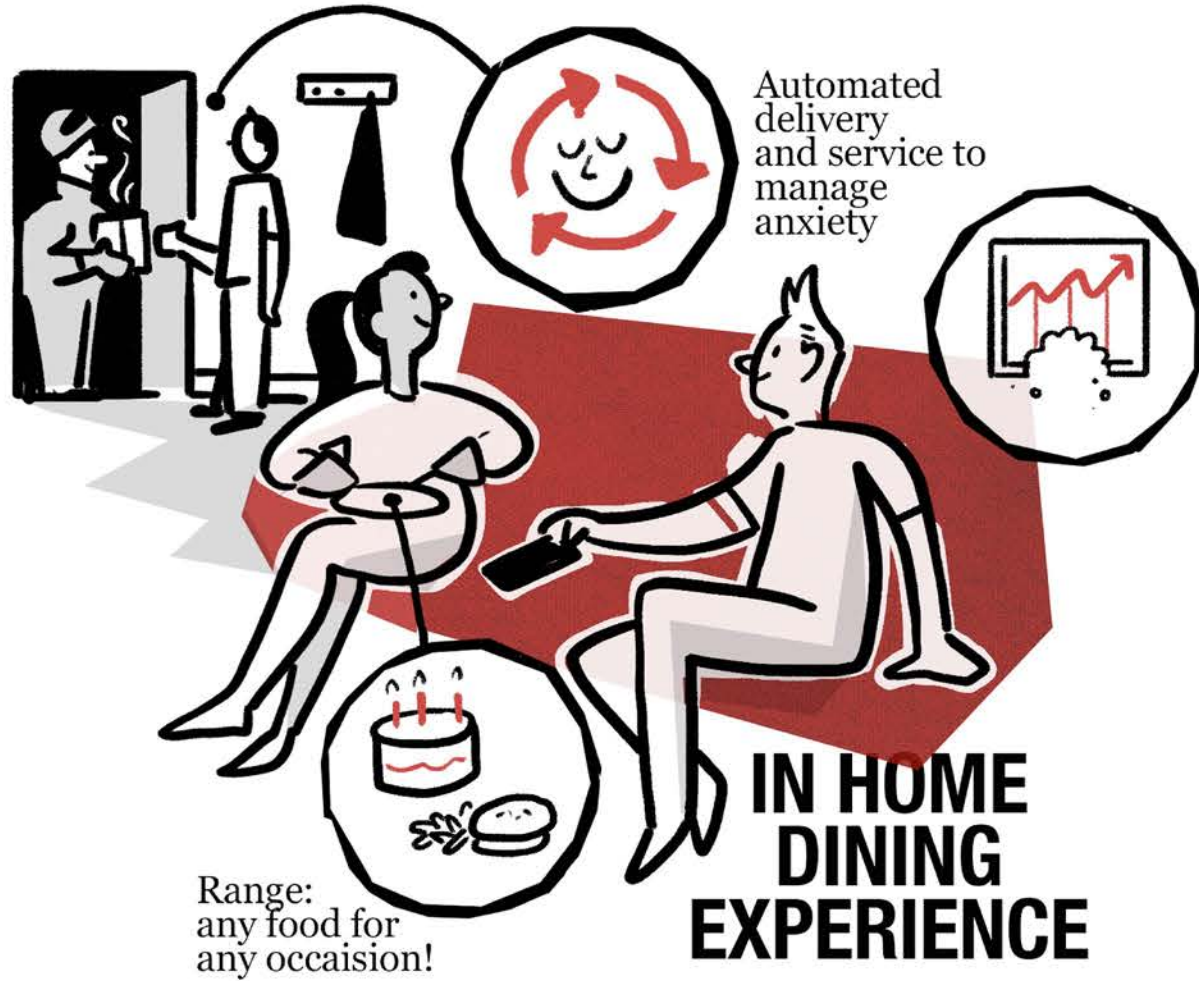
# Building Experience

ลูกค้าผสมผสาน บุคลากร...แบบไหนถึงเหมาะ? :

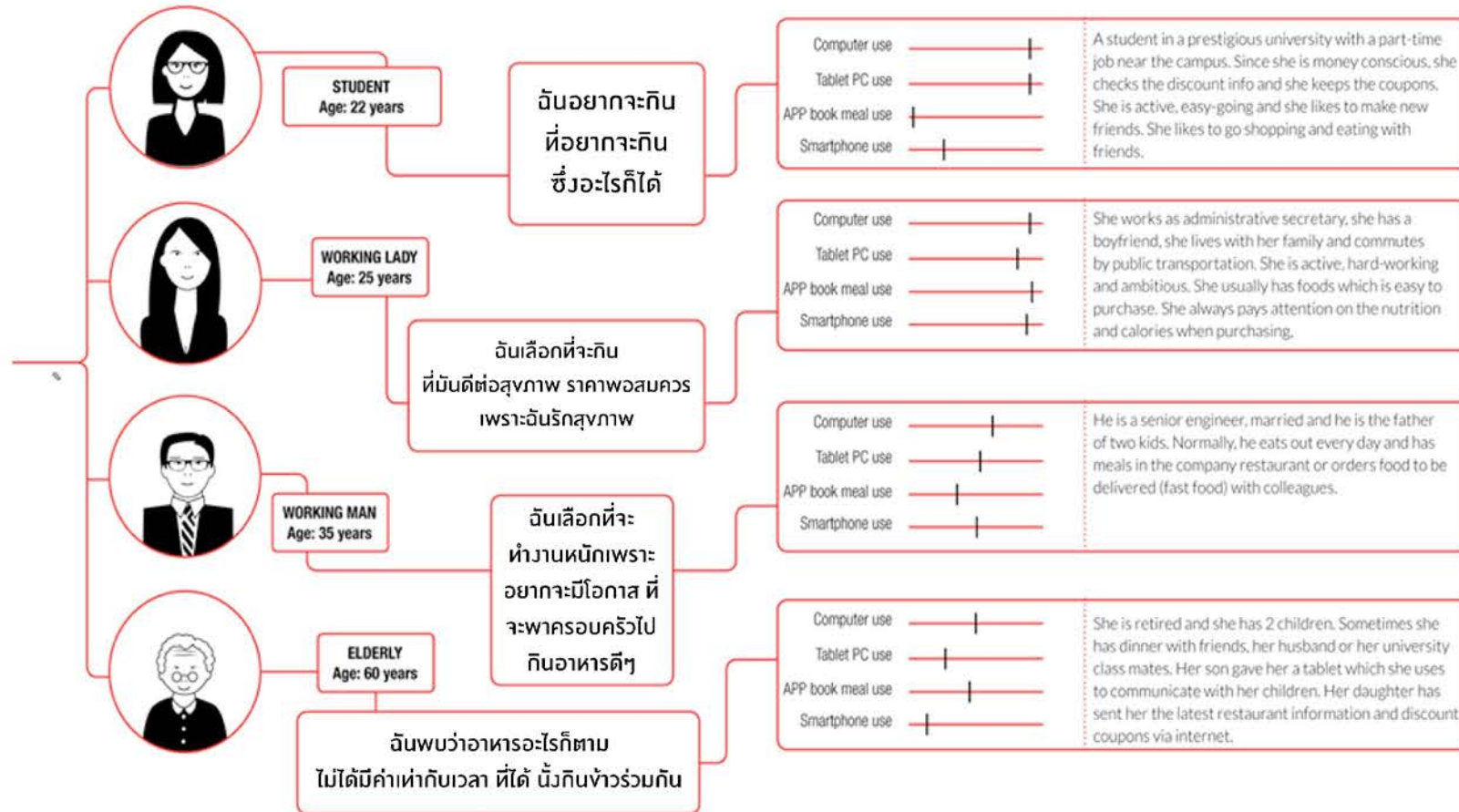


# Building Experience

ลูกผสม ประสบการณ์ บุคลากร...แบบไหนถึงเหมาะ? :

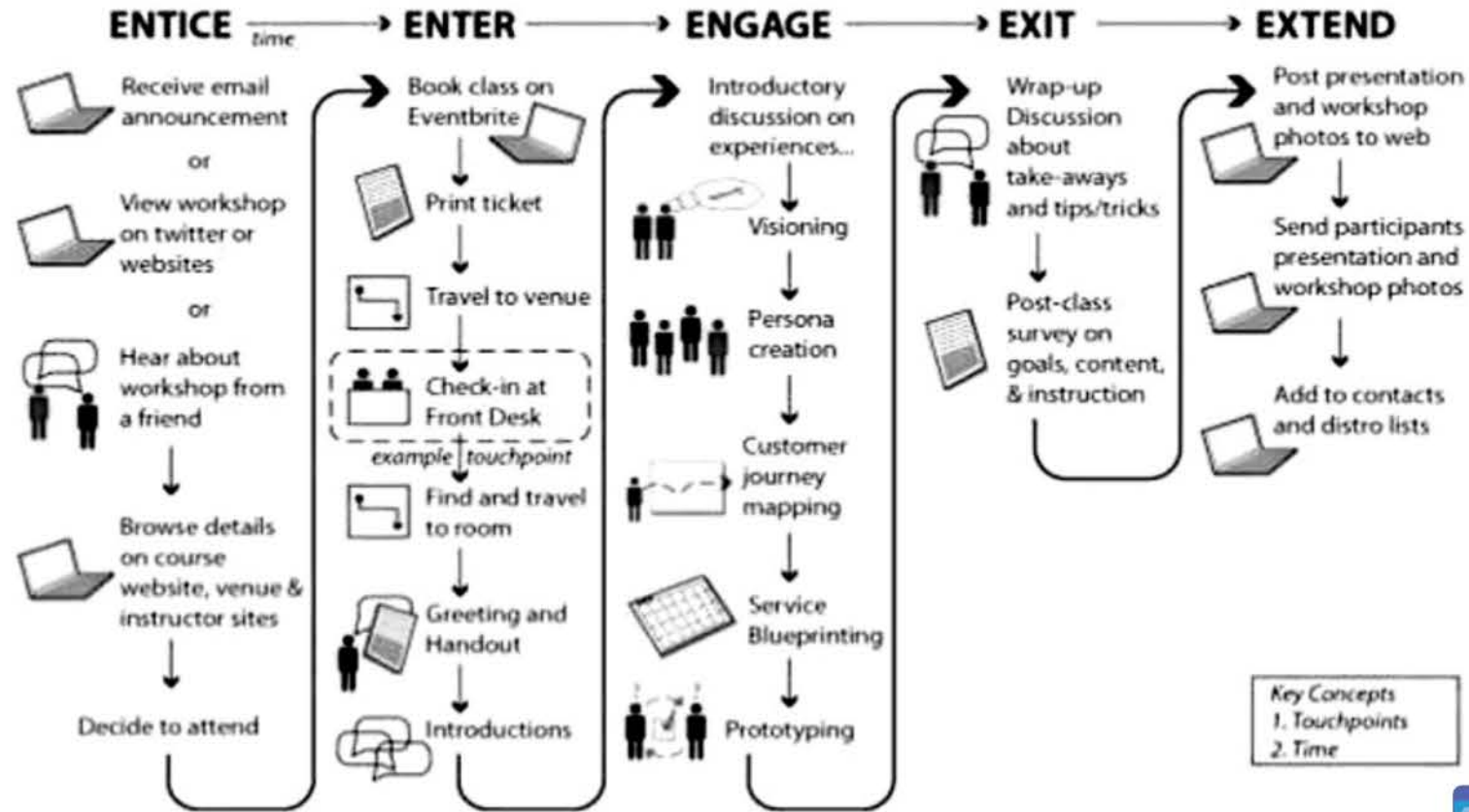


## 3 | 3 restaurant case >> persona >> identity





## Customer journey map for shop experience



# Building Experience

ลูกผสม ผสมผสาน บุรณาการ...แบบไหนถึงเหมาะ? :

**Showcase**

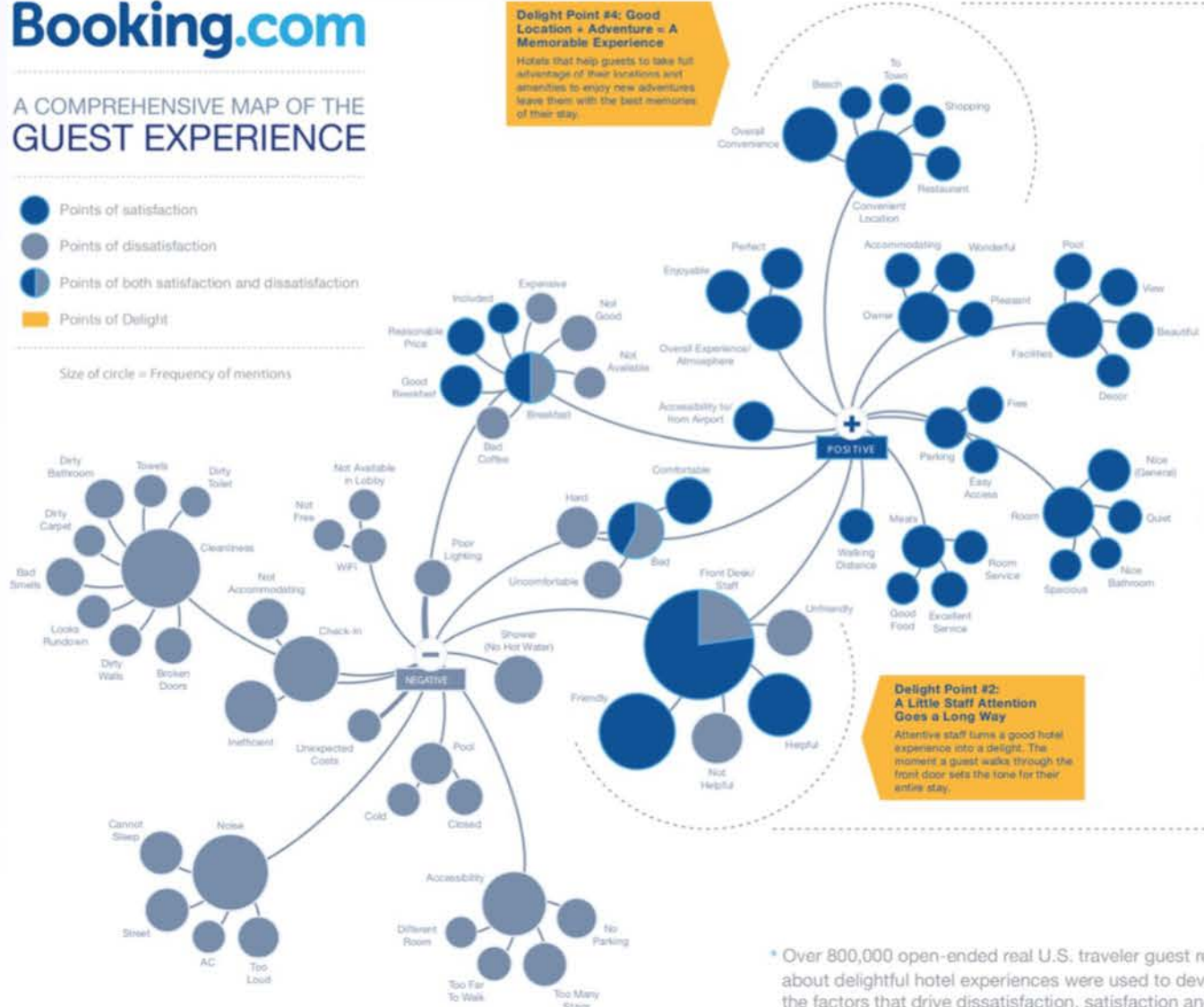


## Booking.com

### A COMPREHENSIVE MAP OF THE GUEST EXPERIENCE

- Points of satisfaction
- Points of dissatisfaction
- Points of both satisfaction and dissatisfaction
- Points of Delight

Size of circle = Frequency of mentions



**Delight Point #4: Good Location + Adventure = A Memorable Experience**  
 Hotels that help guests to take full advantage of their locations and amenities to enjoy new adventures leave them with the best memories of their stay.

**Delight Point #1: The Total Package**  
 Whether for business or pleasure, guests say that they only truly relax and enjoy their stay when they have confidence that they can hand over all aspects of their stay to the "hotel that does it all."

**Delight Point #3: Falling in Love**  
 A coup de coeur always ensures repeat business. Accommodations that have that something extra that guests can fall in love with get the most applause from guests.

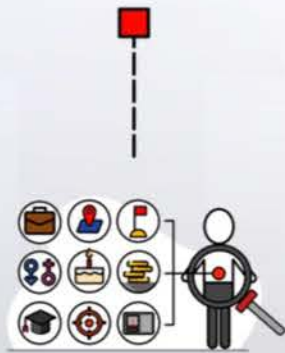
**Delight Point #5: Discovering Something New**  
 Travel has always meant opening up to new experiences. The hotel that helps its guests discover new things delivers the most delight for travelers.

**Delight Point #6: Beyond Family Friendly**  
 Family friendly is par for the course these days. Guests favor hotels that are "family supportive" and foster quality togetherness.

**Delight Point #2: A Little Staff Attention Goes a Long Way**  
 Attentive staff turn a good hotel experience into a delight. The moment a guest walks through the front door sets the tone for their entire stay.

\* Over 800,000 open-ended real U.S. traveler guest reviews and 1,200 stories about delightful hotel experiences were used to develop this visualization of the factors that drive dissatisfaction, satisfaction and delight during a hotel or accommodation stay.

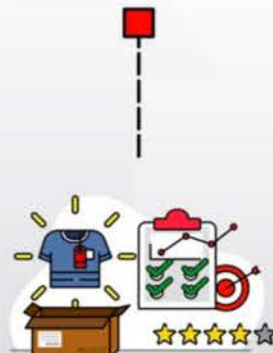
# Customer Persona



**Profile**



**Priority Initiatives**



**Success Factor**



**Perceived Barriers**



**Decision Criteria**



**Customer Journey**

# Building Experience

ลูกผสม พสมพสาน บูรณาการ...แบบไหนถึงเหมาะ ?

## สิ่งที่ผู้เข้าร่วมงานคำนึงถึง

- การนำเสนอนี้เปรียบเทียบกับการนำเสนออื่นที่เยี่ยมชมมาเป็นอย่างดีอย่างไร?
- คุณสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ประสงค์ของคุณในการเข้าร่วมงานนี้หรือไม่?
- คุณรู้สึกว่กิจกรรมส่งเสริมการขายของผู้ประกอบการเพียงพอหรือไม่?
- คุณมีปัญหาในการนำทางไปยังส่วนงานที่สนใจนี้หรือไม่?
- พนักงานที่นำเสนอต่อคุณมีประโยชน์อย่างไร?
- คุณจะเยี่ยมชม/จัดแสดงที่งานนี้อีกหรือไม่?
- เวิร์คช็อป/สัมมนา/การต้อนรับดีแค่ไหน?



ปัญหาหนึ่งของ SMEs ไทย คือ

**ไม่ยอมทำ CRM**

ทำให้ต้องคอยหาลูกค้าใหม่

ตลอดเวลา

CRM (Customer Relationship Management) :

**สานสัมพันธ์**

CEM (Customer Experience Management) :

**สร้างประสบการณ์**

CE (Customer Engagement) :

**สร้างความเชื่อมั่น ผูกพันลึกซึ้ง**



# Statistic

ไม่เคยหลอกเรา

**อย่าวิเคราะห์ผลลัพธ์**

จากความรู้อีก



ข้อมูลมีปริมาณไม่จำกัด  
**VOLUME**



มีรูปแบบที่หลากหลาย  
**VARIETY**

**BIG  
DATA**

**VELOCITY**

เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว



**VERACITY**

ยังไม่อยู่ในรูปแบบของข้อมูล  
ที่เป็นประโยชน์ต่อองค์กร



# รูปแบบของ Big Data

- \* ข้อมูลเชิงพฤติกรรมการใช้งานต่างๆ (Behavioral data)  
เช่น server log, พฤติกรรมการคลิกดูข้อมูล, ข้อมูลการใช้ ATM เป็นต้น
- \* ภาพถ่าย, วิดีโอ, รูปภาพ (Image & sounds)  
เช่น ภาพถ่ายจาก google street view, ภาพถ่ายทางการแพทย์, ลายมือ, ข้อมูลเสียงที่ถูกบันทึกไว้ เป็นต้น
- \* ข้อความที่เป็นลายลักษณ์อักษร (Languages)  
เช่น text message, ข้อความที่ถูก tweet, เนื้อหาต่างๆ ในเว็บไซต์ เป็นต้น
- \* บันทึก (Records)  
เช่น ข้อมูลทางการแพทย์, ข้อมูลผลสำรวจที่มีขนาดใหญ่, ข้อมูลทางภาษี เป็นต้น
- \* ตัววัดค่าต่างๆ (Sensors)  
เช่น ข้อมูลอุณหภูมิ, ดัชนีวัดความเร่ง, ข้อมูลทางภูมิศาสตร์ เป็นต้น





# การจัดงานแสดงสินค้า ให้ประสบความสำเร็จ

**(Building Experience)**

“ก้าวอย่างใหม่ของงานแสดงสินค้าไทย”

ลูกผสม ผสมผสาน บูรณาการ...แบบไหนถึงเหมาะ ?

**4P**



**4C**



**4E**



ผู้ประกอบการ



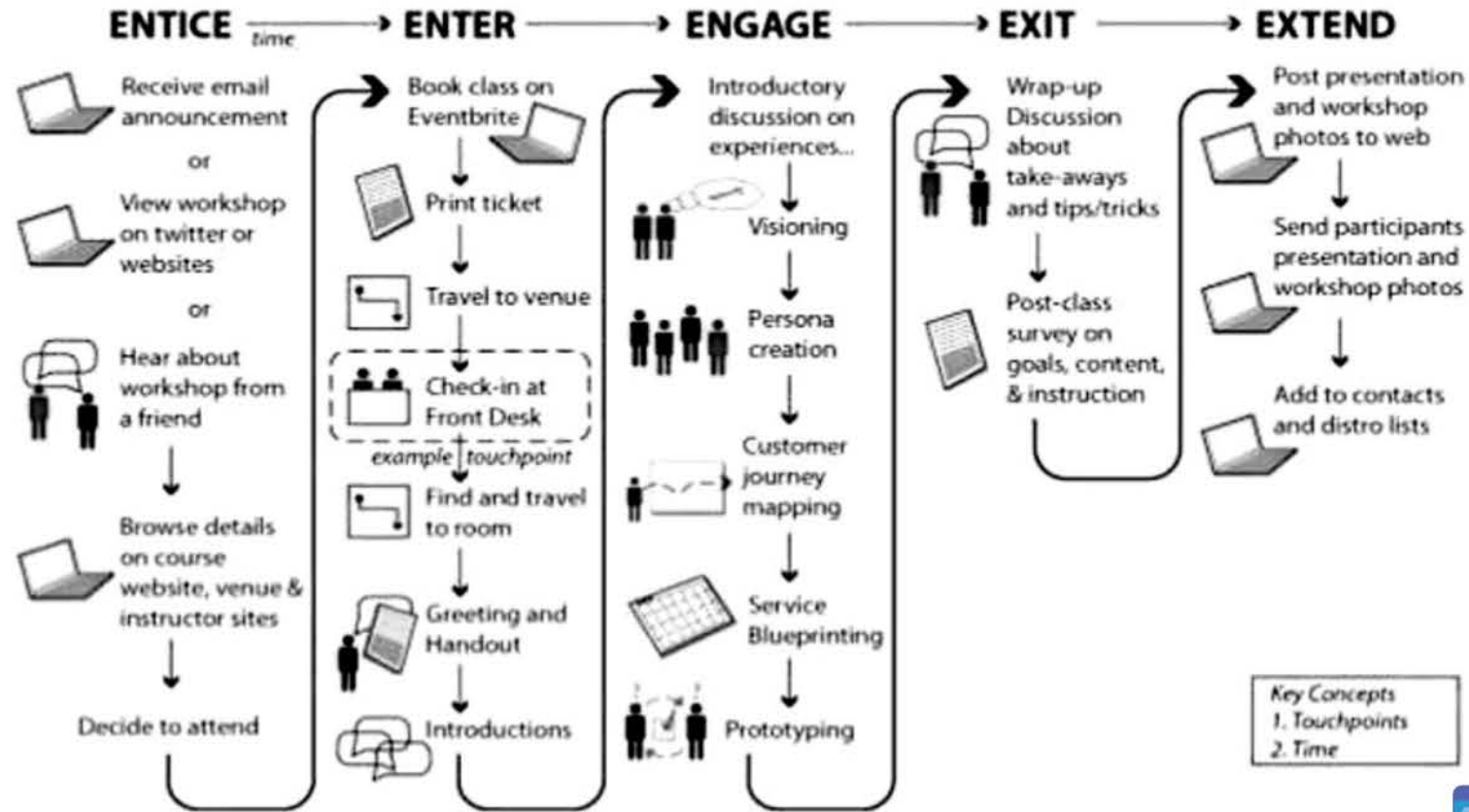
ผู้ประกอบการ



ผู้ประกอบการ

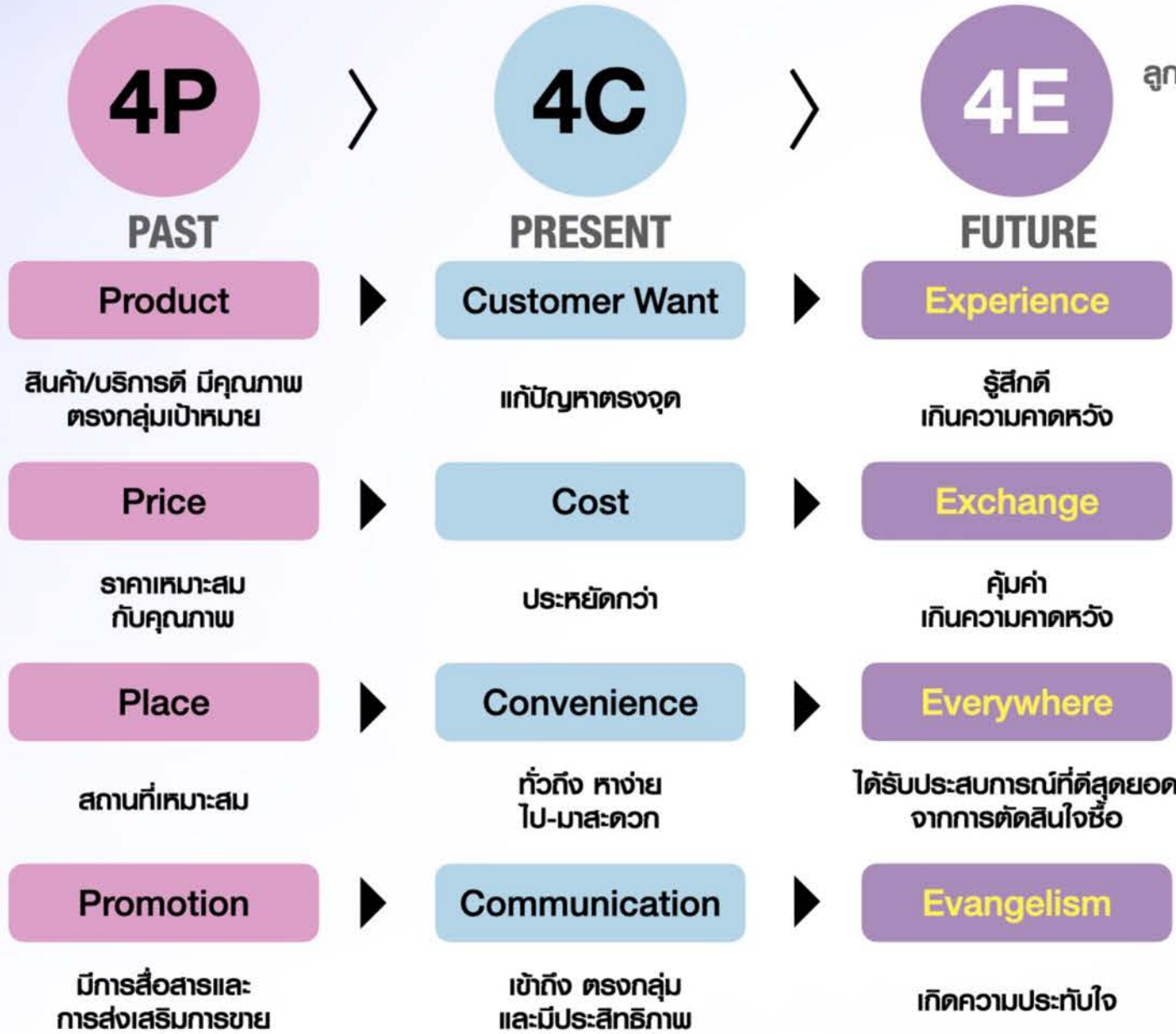


## Customer journey map for shop experience

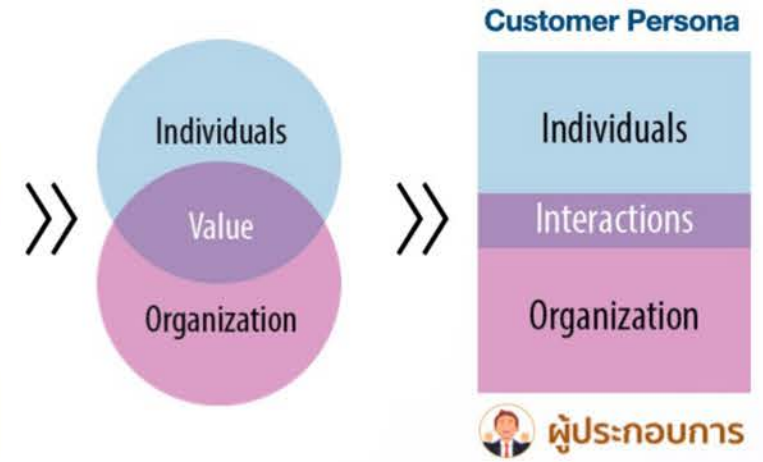


# Building Experience

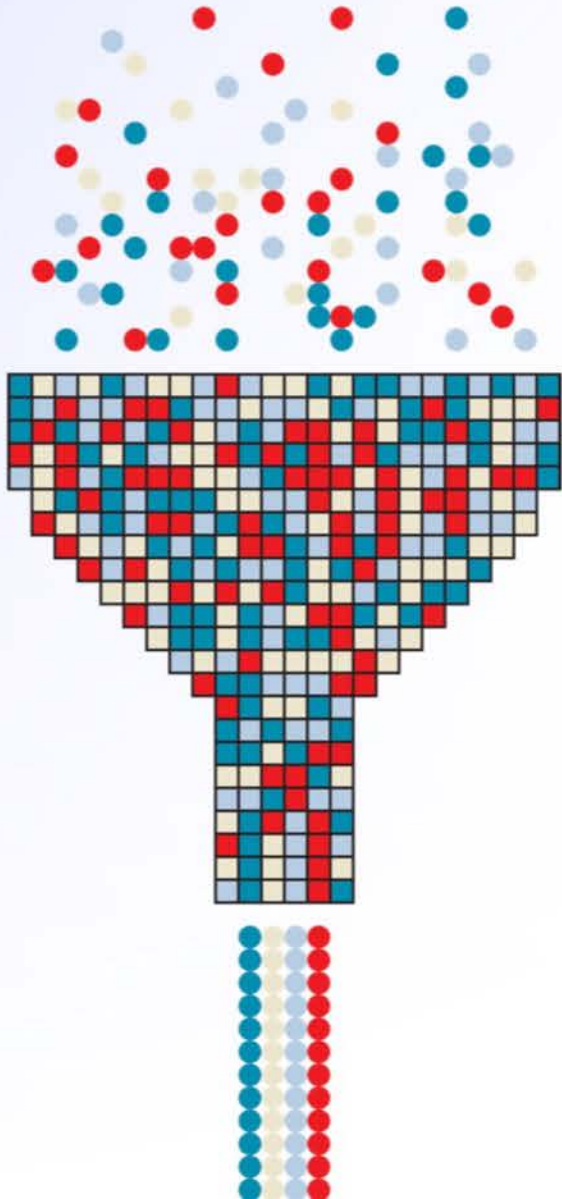
ลูกผสม ผสมผสาน บูรณาการ...แบบไหนถึงเหมาะ ?



“ให้มากกว่าสิ่งที่ลูกค้าคาดหวัง”



- เราจะรับรู้ได้อย่างไร
- เรารับรู้ได้ครอบคลุมหรือไม่
- เราจะมีความหมายดำเนินการอย่างไร
- เราจะดำเนินการอย่างไรให้ได้ผลดีที่สุด

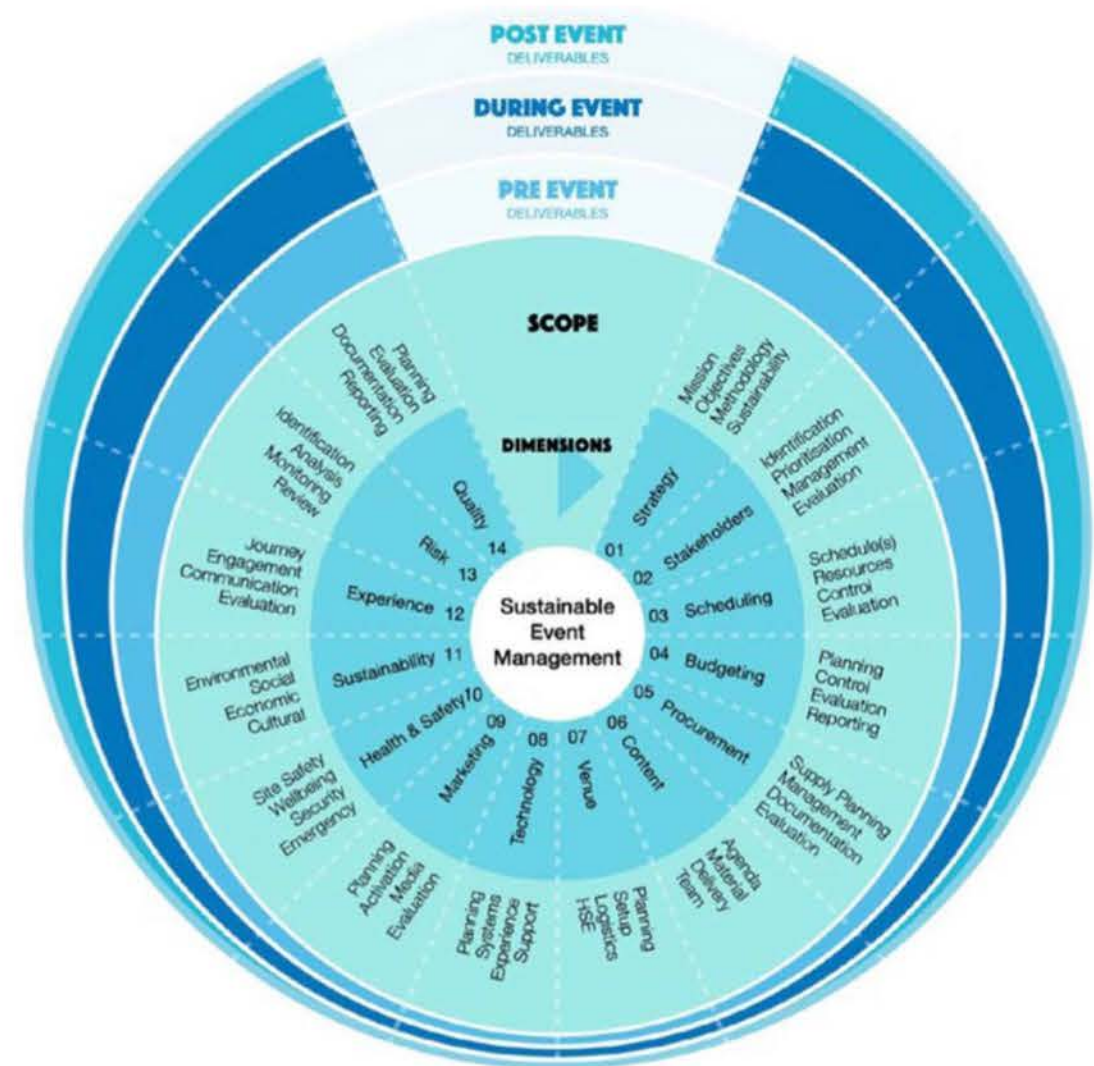


CULTURAL PERCEPTIONS OF COLOR				
สี	ยุโรปตะวันตก	ญี่ปุ่น	จีน	อาหรับ
แดง	Danger, aristocracy (France)	Anger, danger	Joy, festive occasions	
เหลือง	Caution, cowardice	Grace, nobility, childish, gaiety	Honor, royalty	Happiness, prosperity
เขียว	Safe, sour, criminality (France)	Future, youth, energy		Fertility, strength
น้ำเงิน	Masculinity, sweet, calm, authority	Villainy		Virtue, faith, truth
ขาว	Purity, virtue	Death, mourning	Death, mourning	
ดำ	Death, devil			

## การขับเคลื่อนด้วยข้อมูลสู่ก้าวอย่างใหม่ ของงานแสดงสินค้าไทย

จะช่วยให้สามารถ...

- วิเคราะห์สภาพแวดล้อมระดับมหภาค
- วิเคราะห์ลูกค้า ส่วนแบ่งการตลาด กลยุทธ์ เป้าหมาย
- วิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้า
- ทราบความคาดหวังของลูกค้า
- วิเคราะห์คู่แข่งและการวางตำแหน่งทางการตลาด
- สนับสนุนการตัดสินใจทางการตลาดเชิงกลยุทธ์
- ขยายช่องทางการตลาดได้มากขึ้น
- ช่วยในการวางแผนระยะยาว



BIG DATA

ANALYTICS

SOLUTIONS

DATA WAREHOUSE (คลังฐานข้อมูล)



DATA MINING (วิเคราะห์ฐานข้อมูล)



Cross-Selling (ขายสินค้าใหม่ ให้ลูกค้ากลุ่มเดิม)



NICHE SERVICE  
MARKETPLACE

APP  
MONETIZATION

MULTI-DEVICE  
TARGETING

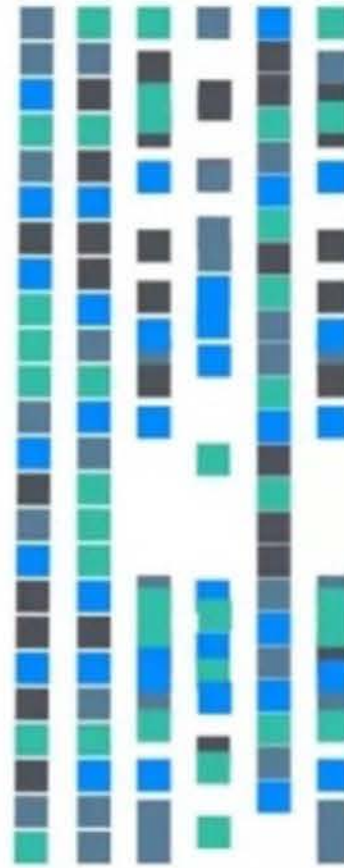
# Building Experience

ลูกผสม ผสมผสาน บูรณาการ...แบบไหนถึงเหมาะ ?

## DATA



## ANALYTICS



## DECISIONS



## ความต้องการเชิงลึก (INSIGHTS)

หา insight อย่างไรให้ได้ insight ที่แท้จริง

user insight คือความต้องการของคน ซึ่งบางครั้งเขาอาจจะบอกออกมาได้เลย หรือบางครั้งตัวเขาเองก็ยังไม่รู้หรืออธิบายออกมาไม่ได้ และในบางที่ด้วยเหตุผลอะไรบางอย่าง เขาจะไม่ยอมบอกความจริง

สิ่งสำคัญที่สุดคือ เราจะต้องหาเหตุผลให้ได้ว่า ทำไมเขาถึงต้องการสิ่งนั้น เพราะอะไร ดังนั้น insight เป็นเหมือนความต้องการที่มาพร้อมความเข้าใจ

DISCOVER INSIGHTS BY UNLOCKING  
THE HIDDEN VALUE IN YOUR DATA



COMMAND  
CENTER



REAL-TIME  
ANALYSIS



DATA  
VISUALIZATION



DATA  
INTEGRATION



BUSINESS  
INSIGHTS



BIG DATA  
CONSULTANT

DATA INTELLIGENCE



## ความต้องการเชิงลึก (INSIGHTS)

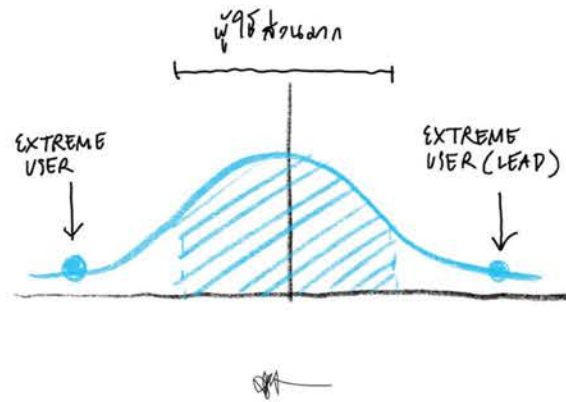
เขาบอกมาเลย และเราก็เห็นว่า  
“น่าจะจริง”



เลือก user ให้ถูกต้อง

วิธีการนี้เป็นวิธีการที่ได้ insight มาง่ายที่สุด  
เพียงแค่เรา พูดคุย สัมภาษณ์ บางคนสามารถ  
บอกออกมาได้เลย ว่ามีปัญหา (pain) อะไรบ้าง  
หรือบางคนบอกได้เลยว่าอยากได้อะไร (want)

“เขาทำ เราเห็น เราแปล”



ถอดรหัสให้เป็น

การเก็บข้อมูลจากคนที่อยู่ในค่าเฉลี่ยทั่วไป เป็น  
ข้อมูลพื้นฐานเพื่อให้เราได้เข้าใจ แต่ extreme  
user จะทำให้เราได้เจอกับวิธีการแก้ปัญหาที่  
น่าสนใจ

“เขาบอกใช้ แต่เราบอกไม่(จริง)”



จับประเด็นให้ได้ และรู้ว่าอะไรคือ  
สิ่งที่น่าสนใจ

empathy ที่ใช้กัน ไม่ได้แปลว่าให้เชื่อทุกสิ่งที่  
user บอก แต่คือการเอาตัวเองเข้าไปคิดไป  
เข้าใจเป็นตัว user ว่าทำไมเขาถึงทำและนึกคิด  
แบบนั้น

## APPROACHING NEW MEDIA

Online Tracking, monitoring and Benchmark all interaction

UGC



# User Generated Content (UGC)

## แหล่งที่เกิด UGC

- Social Media Content
  - YouTube
  - Facebook
  - Instagram
- Forums หรือ เว็บไซต์ต่างๆ
  - ฟันทิป
  - อื่นๆ

## วิธีทำให้เกิด UGC

- สร้างพื้นที่รีวิวและให้คะแนน
- สร้างแคมเปญกิจกรรม
- สร้างแฮชแท็กของคุณเองขึ้นมา
- สร้างแคมเปญเฉพาะบุคคล (Personalized)

# ตัวอย่าง UGC : แคมเปญกิจกรรม

- การรีวิวเทศกาลและเมือง แลกของรางวัล
- แข่งจัดทำวิดีโอสอนการรีวิวเทศกาลที่สร้างสรรค์ที่สุด
- แข่งจัดทำวิดีโอรีวิวเทศกาลและเมืองที่ดีที่สุด
- แข่งจัดทำภาพถ่ายเทศกาลและเมืองที่สวยงามที่สุด หรือสร้างสรรค์ที่สุด



**PLANNING**  
**CREATOR**  
**SUPPORT**  
**OPERATION**

**SERVICE TYPES**

We innovate experiences



## BUSINESS ENTERPRISE

ตอบโจทย์ทางธุรกิจด้วยยุทธศาสตร์สารสนเทศ



## IT MANAGEMENT

บริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ รวดเร็ว คู่คุณค่า



## SERVICE SOLUTIONS

เพิ่มโอกาสทางธุรกิจในรูปแบบแพลตฟอร์มออนไลน์



## DIGITAL MARKETING

เสริมศักยภาพด้วยการตลาดแบบดิจิทัลอย่างมั่นใจ



## FESTIVAL + EVENTS DESIGN

สร้างความยั่งยืนทางธุรกิจเชิงพื้นที่อย่างมีเอกลักษณ์



## KNOWLEDGE BASED PORTAL

เสริมศักยภาพด้วยการตลาดแบบดิจิทัลอย่างมั่นใจ

## TEA PLATFORM

Hybrid Solutions : Next Normal, Next Experience

### HYBRID

- TEA's Member Fanbase Community Platform (Individual Social Media Network Solution)

### ONLINE

- Virtual Showroom and Academy (TEA Interactive Portal and Community)
- Digital Knowledge Management System (TEA's Member Resources for Creators)
- Social Video Content Management System (TEA's Member with Social Linkage)

### OFF-LINE

- Registration System, Survey, QR Information, Digital Signage, Live Voting

## TEA PLATFORM

Hybrid Solutions : Next Normal, Next Experience

**FANBASE** Live / Share / Post / Group / Story / Articles / Forums / Geofencing

- Users can go live and share their moments instantly
- Users can like, wonder, dislike or react to a post
- Create and manage unlimited group, pages, live events
- Upload and store all media to global cloudspaces
- Users are able to create their own story within 24 hours
- Users can create articles, threads, sections and forums
- Able to find and follow friends near by using GPS
- Generate points by liking, commenting, creating posts
- Share videos from biggest video sharing websites

### RELATION INFLUENCERS

#### UGC





# TEA PLATFORM

Hybrid Solutions : Next Normal, Next Experience

NEW SYSTEM

RELATION INFLUENCERS

UGC



### MULTI MAPS

LOAD MULTIPLE MAPS LAYERS BY ASSIGNING THEM SCENES AND VIEW THE ANGLE OF DIRECTION BASED ON VIEW



### GALLERY

SHOW A DEDICATED IMAGE'S GALLERY ON YOUR VIRTUAL TOUR

### LIVE SESSIONS

INVITE PEOPLE TO JOIN YOUR SHARED VIRTUAL TOUR WITH VIDEO CALL AND CHAT



### 360° VIDEO

SUPPORT FOR 360 DEGREE VIDEOS AS PANORAMA OR HOTSPOT



### PRESENTATION

A NEW WAY TO PRESENTATE VIRTUAL TOURS, CREATING YOUR OWN STORY TELLING



### WEBVR

EXPERIENCE VIRTUAL TOUR IN 3D VIRTUAL REALITY MODE DIRECTLY INSIDE THE BROWSER

VIRTUAL SHOWROOM

VIRTUAL ACADEMY

VIRTUAL COMMUNITY



# TEA PLATFORM

Hybrid Solutions : Next Normal, Next Experience

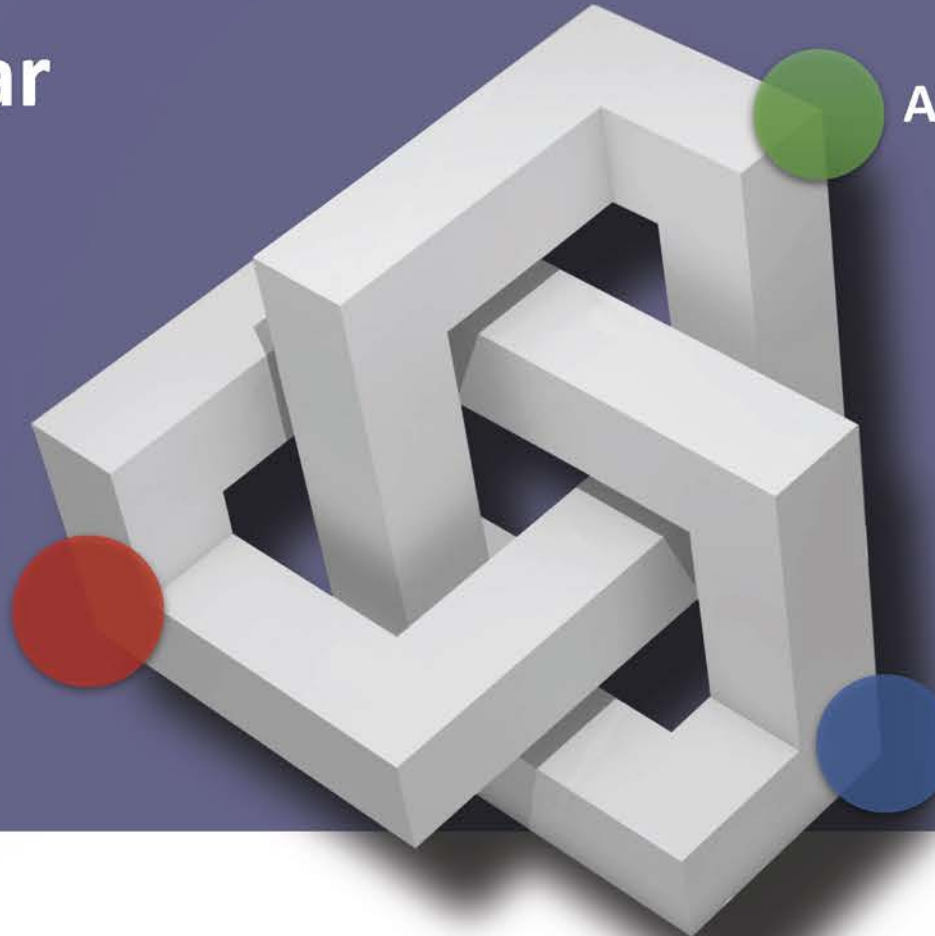
RELATION INFLUENCERS

## ONLINE EVENTS TECHNOLOGY



## Service Modular

Core Modular



Add-On Services

Core Framework

Service Modular

Core Modular



Registration



Survey



E-Catalog



Virtual 360



Media Gallery



Marketplace



Web Portal



ERM



Analytics



IoT

## Service Modular Add-on

- |  |  |  |   |   |  |  |  |  |   |
|--|--|--|---|---|--|--|--|--|---|
| <br>Alert         | <br>Phonebook     | <br>Campaign      | <br>Favorite Content | <br>Multi Device | <br>Pin-up Content  | <br>Service Point | <br>Advergaming   | <br>Urgent Talk | <br>Announce |
| <br>Working Space | <br>Feedback      | <br>Know Customer | <br>Check Location   | <br>Forms        | <br>Printable       | <br>Voting        | <br>Scanable      | <br>Emergency   | <br>Redeem   |
| <br>Check-up    | <br>Save Energy | <br>Charging    | <br>Honourable     | <br>Queue      | <br>Content Reuse | <br>News Board  | <br>Photo Booth |  |   |
- |  |   |   |  |  |   |   |
|--|---|---|--|--|---|---|
| <br>Edutainment | <br>Landmark       | <br>Checklist    | <br>Reservation | <br>Agenda  | <br>Satisfaction | <br>Card Payment |
| <br>Ask Guru    | <br>Connect Social | <br>Access Point | <br>Detection   | <br>Payment | <br>Public Wi-Fi | <br>Check-in     |

## Service Modular

# Core Framework



## SERVICES LIST

	On-Ground	Online	Kiosk	Mobile
1. การลงทะเบียนล่วงหน้า & ลงทะเบียนเข้างาน (Self-Checkin)	●	●	●	●
2. การแจ้งข่าวประชาสัมพันธ์งาน (Connect The Dot) Edge Area & Zone	●	●	●	
3. การรับข้อมูลประชาสัมพันธ์ (E-Leaflet QR Code)	●	●	●	●
4. ระบบค้นหาและสอบถามข้อมูล	●	●	●	●
5. ระบบ Interactive Sensor (Tracking & Advertising Alert)	●		●	
6. ระบบ Advergaming & Quiz & Voting	●	●	●	●
7. ระบบนำเสนอสินค้า ( Story Telling) + Mechanism Stand + AR	●	●	●	●
8. ระบบ Notification (แจ้งคิว กิจกรรมบนเวที ข้อมูลสินค้าที่สนใจ)	●	●	●	●
9. ระบบแผนที่ในงาน (Navigated Map)	●	●	●	●
10. Special Events 4D (Virtual, Background, Scene Generation, Smart Lighting)	●		●	
11. ถ่ายทอดสดการจัดงาน (Connect The Dot)	●	●	●	●
12. ระบบ Queue Ordering	●	●		●
13. ระบบประมูลสินค้า	●	●		●
14. ระบบวิเคราะห์ข้อมูลการจัดงาน (Event Metrics)	●	●	●	●
15. ระบบรักษาความปลอดภัยในงาน (CCTV)	●		●	

**Hybrid Solutions**  
**Virtual Events**  
**Event Management**  
**Event Activities**



## EVENT SERVICES



Creative Thinking | Service System | Content Design

Venue	Organizer	Agency	Exhibitor	Visitor
●	●		●	
●	●	●	●	●
●	●	●	●	●
	●	●	●	●
●	●		●	

## ลดค่าใช้จ่ายการผลิต และติดตั้ง

Directory	Floor Plan	Information Board
Catalog	Guide	Smart Search

Hybrid	Interactive	Online	Re-use	Real-Time Management
Paperless	Zero-Waste	Setup Costs	Labourless	

## เพิ่มพื้นที่ประชาสัมพันธ์

Agenda	News	Announcement
Next Event	Awards	Testimonials

Gallery	E-Brochure	Presentation	Re-use	Interactive Signage
Borderless	Engagement	In Time	Coverage	

## สร้างการรับรู้และการมีส่วนร่วมได้อย่างไร

Virtual 360	Meeting	Demonstration
AR/VR	Community	Survey/Inquiry

Hybrid	Touchless	Navigation	Channel	Live Streaming
Social Distancing	Share/Referral/Reward	Security	Personalize	

## พื้นที่สำหรับผู้สนับสนุนการจัดงาน

Video Clip	Banner	Advergaming
Brand	Virtual Space	Mixed Media

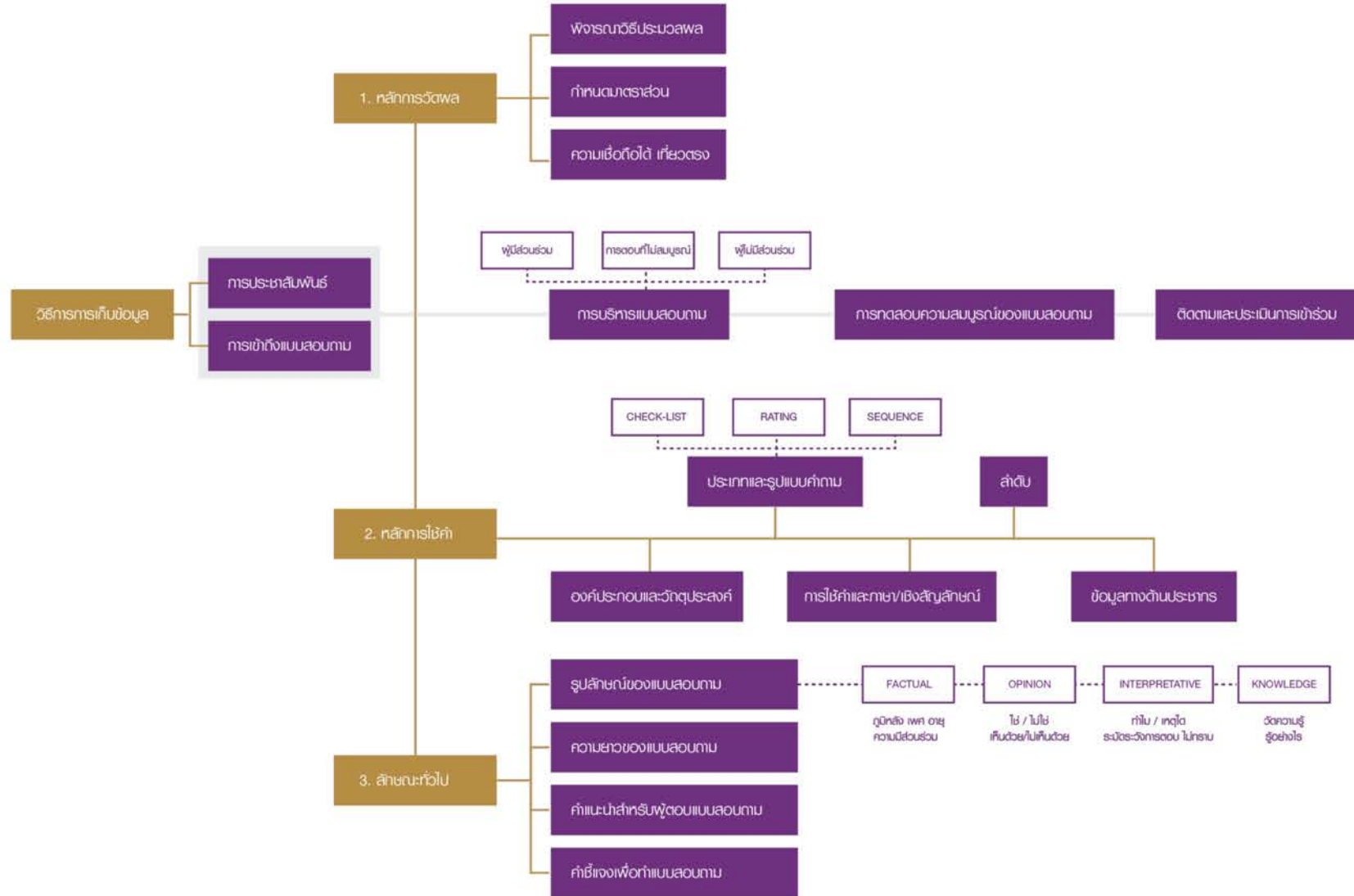
Website	Channel	Community	Re-run	Live Streaming
Collaboration	Exchange	Linkage	Contributor	

## ส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ

Disassemble	Movable	Redesign Theme
Plug-n-Play	Swap Battery	Re-use Equipment

Reshape	Theme Design	Hot Swap	IoT	Energy Charger
Transformation	Mobile	Sustainable	Storage	







**พจนฺเจน**

ประเภทผู้ชอบแบบสอบถาม	จำนวนผู้ตอบเป็น	จำนวนผู้ชอบแบบสอบถาม	สัดส่วนผู้ชอบแบบสอบถาม (ร้อยละ)
นักเขียน/นักศึกษ	548	286	54.57
ประชาชนทั่วไป	374	163	32.02
พนักงานทั่วไป/สำนักงาน (PEA)	146	45	8.89
องค์กรภาครัฐ/หน่วยงานราชการ	14	12	2.57
<b>รวมทั้งสิ้น</b>	<b>1,082</b>	<b>506</b>	<b>100.00</b>

**โงะเอ็ด**

ประเภทผู้ชอบแบบสอบถาม	จำนวนผู้ตอบเป็น	จำนวนผู้ชอบแบบสอบถาม	สัดส่วนผู้ชอบแบบสอบถาม (ร้อยละ)
นักเขียน/นักศึกษ	280	277	52.56
ประชาชนทั่วไป	237	155	29.41
พนักงานทั่วไป/สำนักงาน (PEA)	171	79	15.03
องค์กรภาครัฐ/หน่วยงานราชการ	24	16	3.03
<b>รวมทั้งสิ้น</b>	<b>712</b>	<b>527</b>	<b>100.00</b>



LOGIN SIGN UP

Static Dynamic What does dynamic mean?

URL VCARD TEXT E-MAIL SMS WIFI  
BITCOIN TWITTER FACEBOOK PDF MP3 APP STORES  
IMAGES

Enter your website, text or drop a file here  
(Your QR Code will be generated automatically)

FRAME NEW

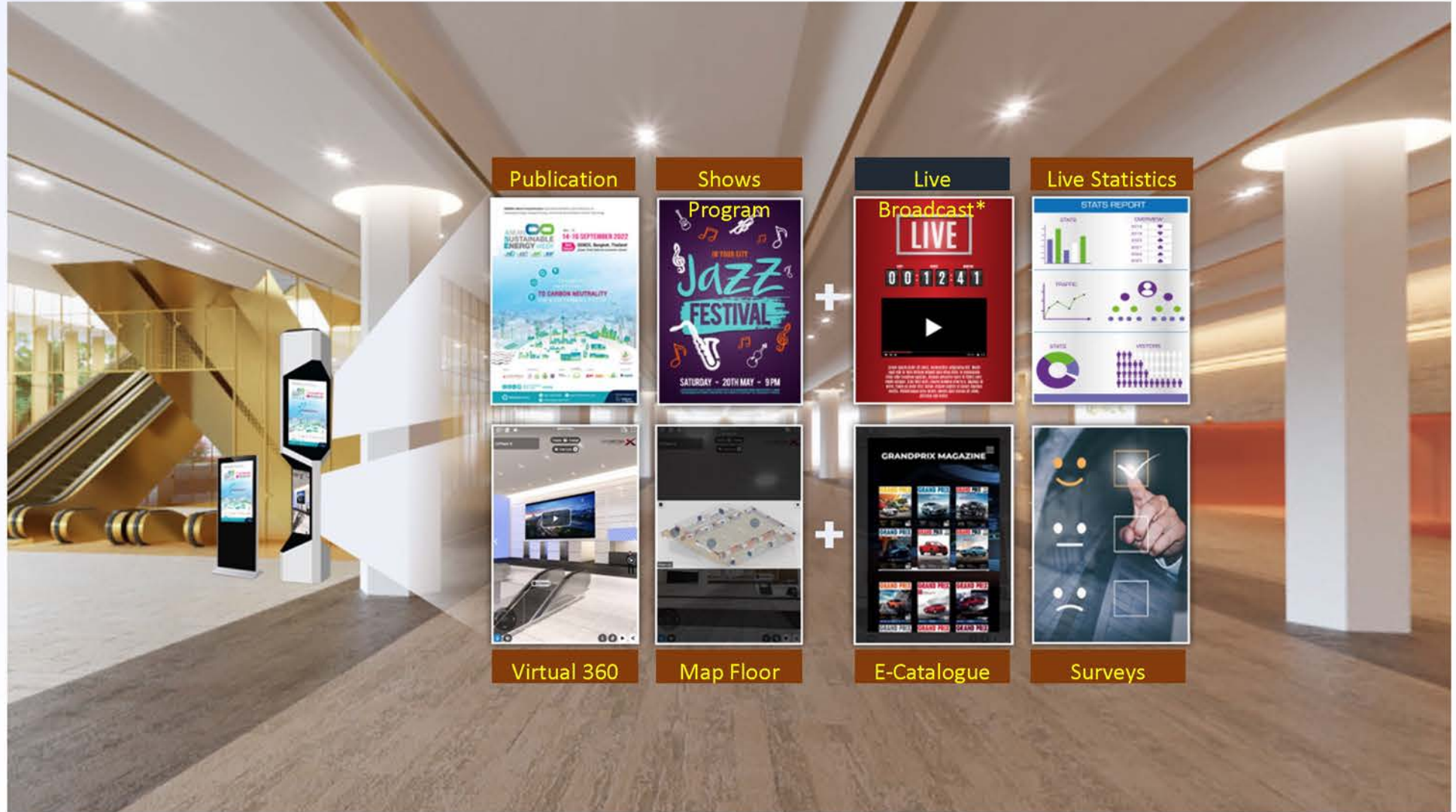
SHAPE & COLOR  
LOGO

Download Vector

Upload any file (.jpg, .pdf, .mp3, .docs, .ppt)

# Building Experience

ลูกผสม พผสมผสาน บูรณาการ...แบบไหนถึงเหมาะ ?



มีเวลามากขึ้น

ได้สิ่งที่ต้องการตรงประเด็น

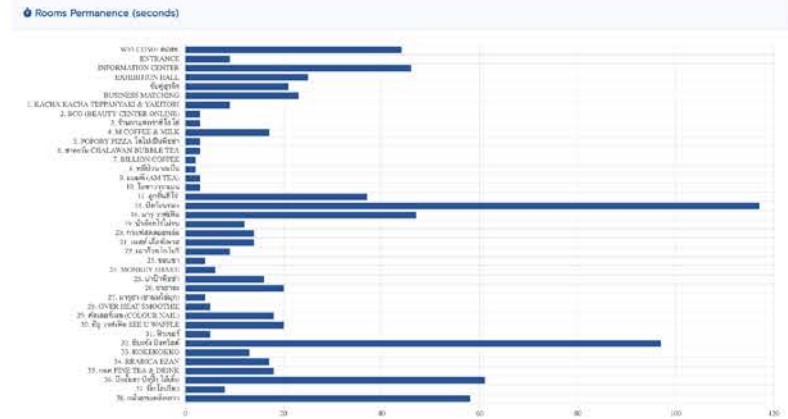
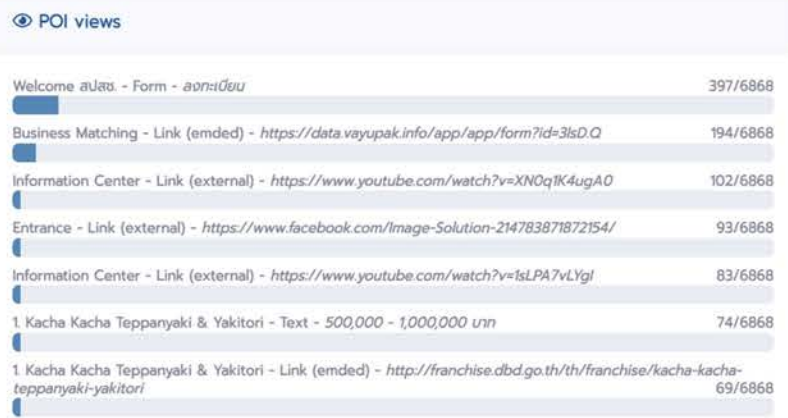
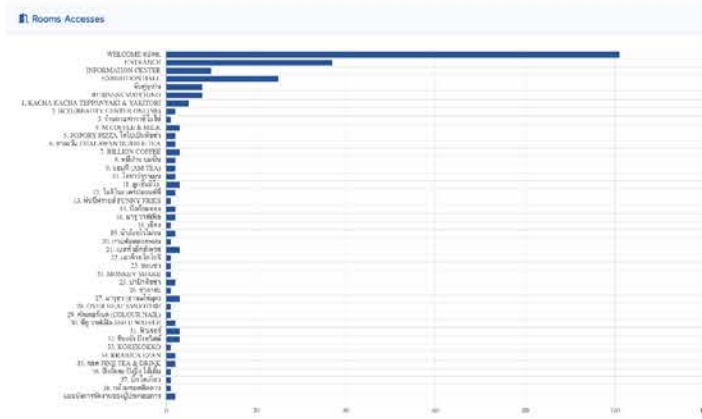
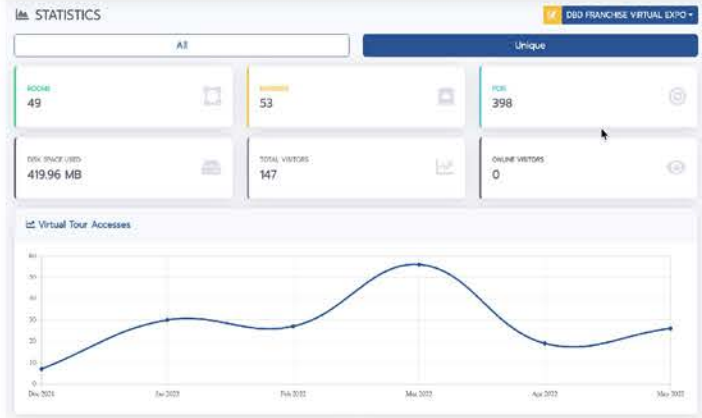
ครบถ้วน

ข้อมูลตัดสินใจที่เหมาะสม

เพิ่มยอดขาย

เพิ่มโอกาสทางธุรกิจ

ลดต้นทุน



Events Metrix

Total Visitors

Total Unique Visitors

Place Access

Unique Place Access

Brand Performance

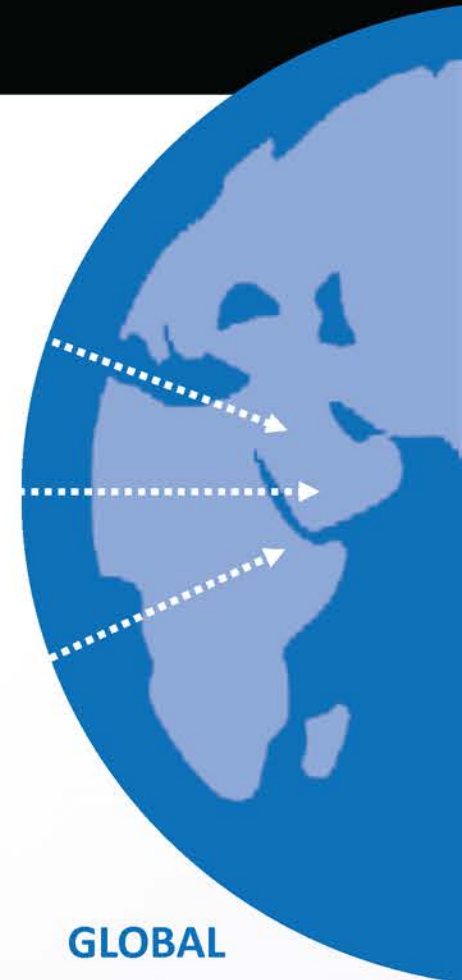
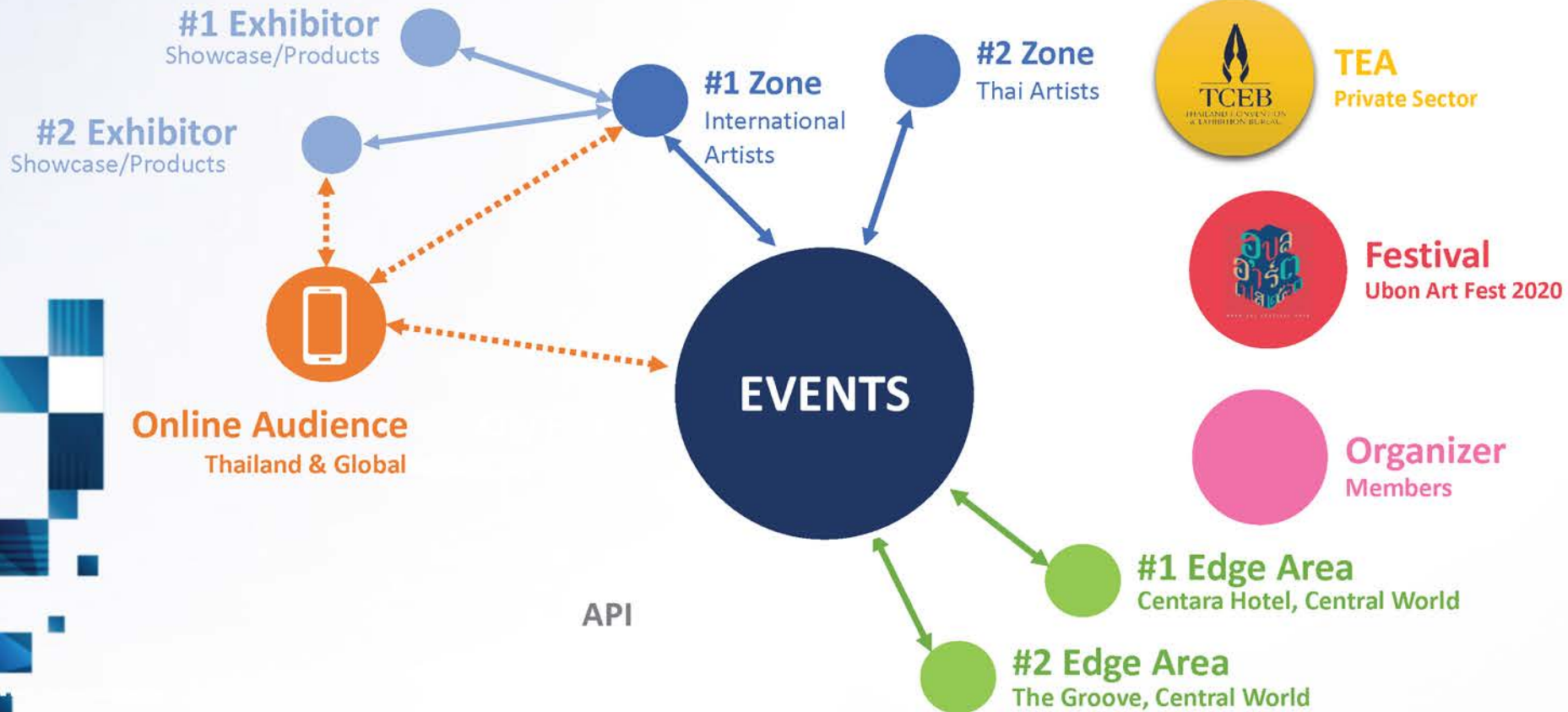
Content Performance

Registration Data

Survey Data

Time Usage

More  Opportunities  Advantage  Flexibility



GLOBAL

## TEA STRATEGY

Intrusive and Engagement Communication

### The challenges facing communicators



Lack of resources/funds



Lack of time to try new strategies/  
technologies



Finding the right measures/metrics  
to evaluate work results



Limited internal skills/competencies

## TEA STRATEGY

Intrusive and Engagement Communication

What you see as the biggest obstacles?

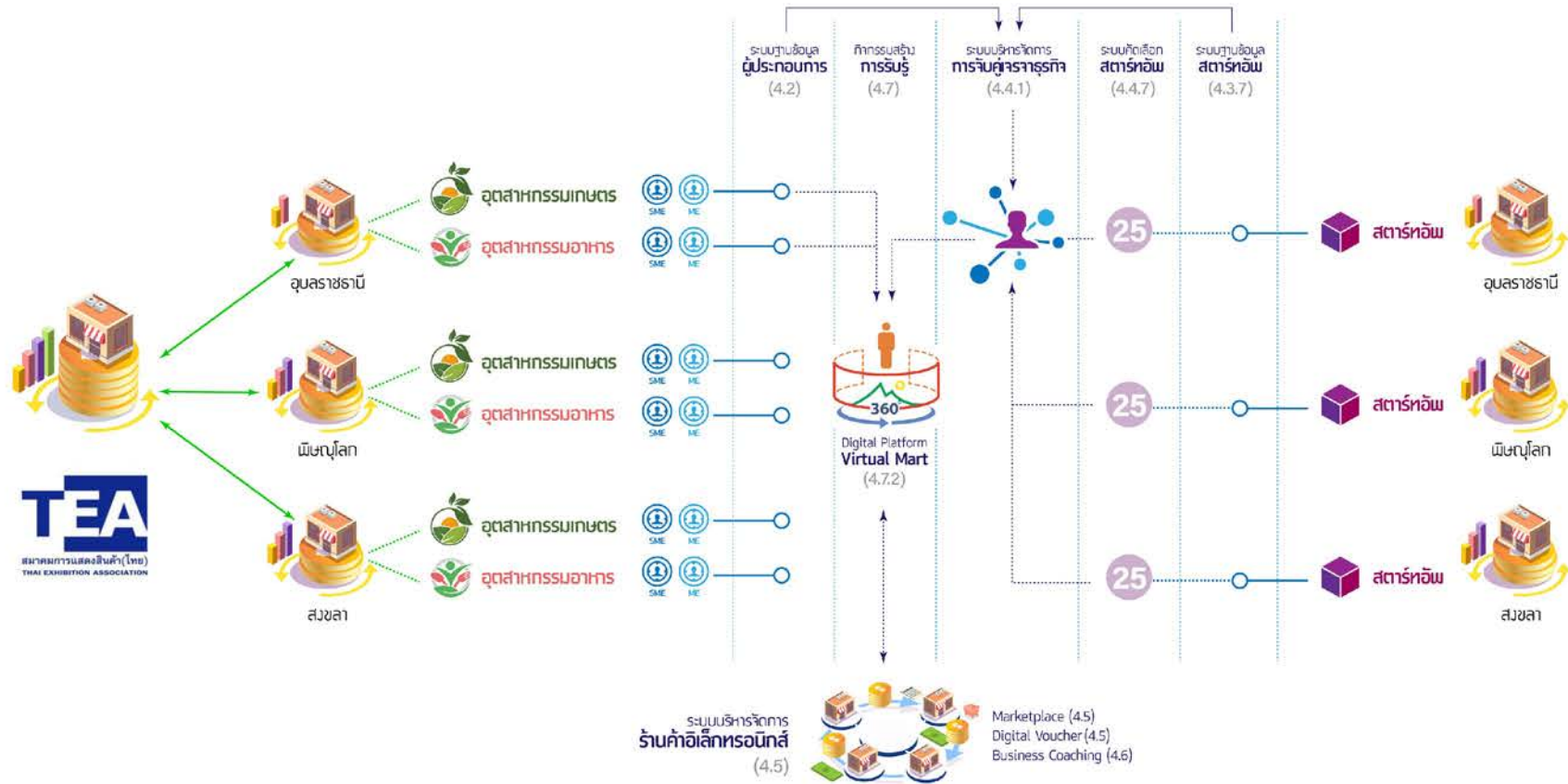
Competence Sales **Communication** **Strategy** Reach **Media**

Knowledge **Skills** Technical **Technology** Management ROI

Clients Team Focus **Resources** Organization Channels

Content Measure Money **Funding** Budget

# Smart Economy Framework

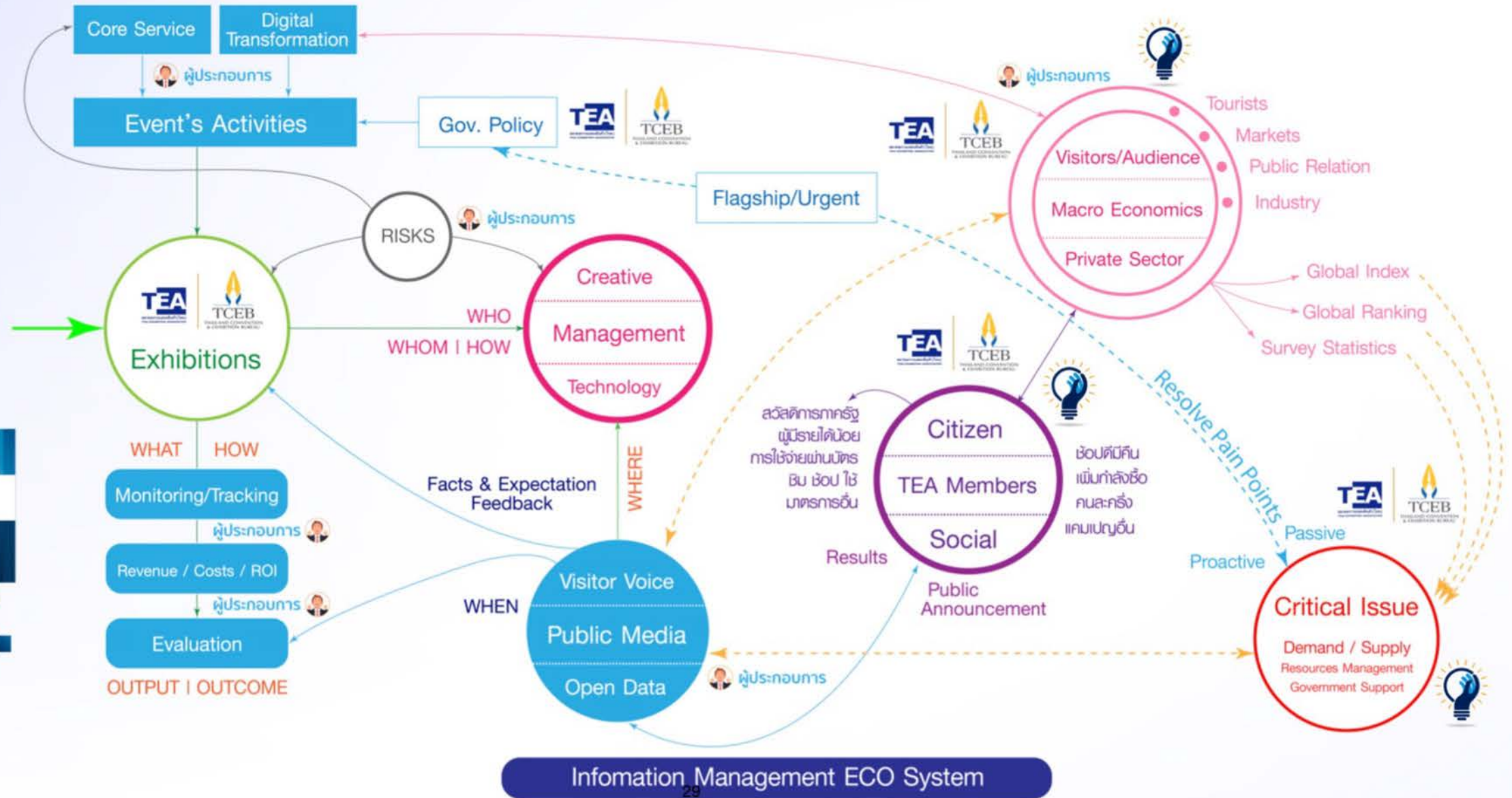




# Building Experience

ลูกผสม ผสมผสาน บูรณาการ...แบบไหนถึงเหมาะ ?

**Showcase**



# Building Experience

ลูกผสม ประสบพสามน บุรณการ...แบบไหนถึงเหมาะ ?



**opendata.tceb.or.th**

Date	Value	Last Modified Date	Action
Average length of stay and expense of MICE travelers per person (Fiscal Year)	102	01 Jun 2020	Details
Number of MICE Travelers by province (Fiscal Year)	101	01 October 2020	Details
Number of MICE travelers and revenue by quarter (Fiscal Year)	103	01 August 2021	Details
Number of MICE travelers by country of residence by quarter (Fiscal Year)	102	01 Jun 2020	Details

**data.go.th**

# Give - and - Take

The more you give, the more you take

ยิ่งให้ ยิ่งได้รับ

DATA IS ASSETS

Digital Transformation as an investment, not a Cost.

# Building Experience

ลูกผสม ประสบการณ์ บุคลากร...แบบไหนถึงเหมาะ ?

**BUSINESS  
HAS ONLY TWO  
FUNCTIONS  
MARKETING  
AND  
INNOVATION**



**INNOVATION**

**NEWMEDIA X**  
Business Solution Channels

**CONTACT:**

มณเทียร 080 6989778



Showcase

