

# 100 Prompt ธุรกิจ

**Pack 2: การสร้างรายได้จากการเติบโต  
(Growth & Monetization)**

สร้างมูลค่าด้วยพลัง AI

# บทแนะนำ

## จุดประสงค์ในการออกแบบ

Prompt ชุดนี้ยกระดับจาก “ทำแคมเปญ” ไปสู่ “ออกแบบธุรกิจให้ชนะระยะยาว” ครอบคลุมการตลาดดิจิทัลขั้นสูง, คอนเทนต์เชิงกลยุทธ์, กลยุทธ์-นวัตกรรม, HR ขั้นสูง และการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ เน้นกรอบคิดเชิงระบบ, การทดลองเชิงกลยุทธ์, และการวัดผลที่ผูกกับ OKR/ROI

## สิ่งที่คุณจะได้จาก Prompt ชุดนี้

- Playbook กำหนดกลยุทธ์: Positioning/Portfolio/Pricing/Go-to-Market
- Prompt สำหรับ Insight-to-Strategy: จากข้อมูลกระจัดกระจาย → แผนปฏิบัติที่วัดผลได้
- Pattern การตัดสินใจเมื่อข้อมูลไม่พอ + วิธีลดความไม่แน่นอนอย่างเป็นขั้นตอน

# สารบัญ

- หมวด 1: การตลาดดิจิทัลขั้นสูง (Advanced Digital Marketing)  
< Prompts 1–40 >
- หมวด 2: การสร้างคอนเทนต์เชิงกลยุทธ์ (Strategic Content Creation)  
< Prompts 41–60 >
- หมวด 3: กลยุทธ์ธุรกิจและนวัตกรรม (Business Strategy & Innovation)  
< Prompts 61–80 >
- หมวด 4: การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ขั้นสูง (Advanced HR Development)  
< Prompts 81–90 >
- หมวด 5: การวิเคราะห์ข้อมูลและการตัดสินใจ (Data Analysis & Decision Making)  
< Prompts 91–100 >

# หมวด 1 การตลาดดิจิทัลขั้นสูง (Advanced Digital Marketing)

# หมวด 1 • Prompt 01 - การวางกลยุทธ์โฆษณา Multi-Platform

## Prompt :

ออกแบบแผนโฆษณาสำหรับ [สินค้า/บริการ] ที่ครอบคลุม Facebook, Instagram, TikTok, Google Ads โดยระบุเป้าหมาย งบประมาณ และข้อความหลักของแต่ละแพลตฟอร์ม

อธิบาย : ออกแบบแผนโฆษณาสำหรับ [สินค้า/บริการ] ที่ครอบคลุม Facebook, Instagram, TikTok, Google Ads โดยระบุเป้าหมาย งบประมาณ และข้อความหลักของแต่ละแพลตฟอร์ม

ตัวอย่าง Output : Facebook: วิดีโอรีวิว  
Instagram: Carousel รูป Before/After  
TikTok: คลิปสั้น 15 วินาทีสาธิตการใช้  
Google Ads: ข้อความโฆษณา Keyword-Based

# หมวด 1 • Prompt 02 -การทำ Dynamic Retargeting Ads

## Prompt :

เขียนแนวทางสร้างโฆษณา Retargeting แบบ Dynamic สำหรับลูกค้าที่เคยดู [สินค้า/  
บริการ] โดยใช้ภาพและข้อความเฉพาะบุคคล

อธิบาย : **Dynamic Retargeting** ใช้ข้อมูลพฤติกรรมลูกค้าเพื่อแสดง  
โฆษณาที่ตรงกับสินค้าที่เคยดู เพิ่มโอกาสปิดการขาย

ตัวอย่าง Output : “ยังสนใจ [ซื้อสินค้า] อยู่หรือไม่? กลับมาซื้อวันนี้ลด  
เพิ่มอีก 10%!”

# หมวด 1 • Prompt 03 -การใช้ Chatbot Automation ในการขาย

## Prompt :

ออกแบบ Script ของ Chatbot สำหรับ [สินค้า/บริการ] ที่สามารถตอบคำถามลูกค้า  
แนะนำสินค้า และปิดการขายอัตโนมัติ

อธิบาย : Chatbot ช่วยให้ลูกค้าได้รับคำตอบทันที 24 ชม. และสามารถ  
เก็บข้อมูลเพื่อนำไปใช้ทำ Retargeting

ตัวอย่าง Output : Bot: "สวัสดีค่ะ สนใจสินค้าตัวไหนคะ?"  
ลูกค้า: "เก้าอี้สุขภาพ"  
Bot: "เก้าอี้สุขภาพ X ลด 20% วันนี้ สนใจสั่งเลยไหม  
คะ?"

# หมวด 1 • Prompt 04 - การสร้าง Email Marketing Automation Flow

## Prompt :

ออกแบบแผนการส่งอีเมลอัตโนมัติสำหรับ [สินค้า/บริการ] โดยมี Sequence:  
Welcome Email → Product Education → Special Offer → Follow-up

อธิบาย : Email Flow อัตโนมัติช่วยเลี้ยงดู (Nurture) ลูกค้าให้พร้อมปิดการขาย

ตัวอย่าง Output :  
Day 1: แนะนำแบรนด์  
Day 3: ส่งคู่มือการใช้สินค้า  
Day 5: ส่งโปรโมชั่นพิเศษ  
Day 7: ติดตามการตัดสินใจ



# หมวด 1 • Prompt 05 - การใช้ AI ทำ Personalized Ads Copy

## Prompt :

ใช้ AI เพื่อสร้างข้อความโฆษณาเฉพาะบุคคลตามความสนใจและพฤติกรรมของลูกค้า

อธิบาย : **Personalized Ads** ทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าคุณเข้าใจเขาโดยเฉพาะ เพิ่ม **Conversion Rate**

ตัวอย่าง Output : > สำหรับคนที่สนใจสุขภาพ: "ลดอาการปวดหลังด้วยเก้าอี้ที่ออกแบบเพื่อคุณ"  
> สำหรับคนทำงานจากบ้าน: "นั่งสบายทั้งวันแม้ทำงานที่บ้าน"

# หมวด 1 • Prompt 06 -การทำ Lookalike Audience บน Facebook

## Prompt :

ออกแบบขั้นตอนสร้าง Lookalike Audience จากฐานลูกค้าเดิมของ [สินค้า/บริการ]  
พร้อมกำหนดขนาดกลุ่มและข้อความโฆษณา

อธิบาย : Lookalike Audience ช่วยหาลูกค้าที่มีพฤติกรรมคล้ายกับ  
ลูกค้าเดิม เพิ่มโอกาสการซื้อ

ตัวอย่าง Output : “โฆษณานี้สำหรับคนที่ใส่ใจสุขภาพเหมือนคุณลูกค้า  
เก่าของเรา”

# หมวด 1 • Prompt 07 -การทำ Content Remarketing ผ่าน TikTok Ads

## Prompt :

สร้างแคมเปญโฆษณา TikTok สำหรับลูกค้าที่เคยดูวิดีโอของเราแต่ยังไม่ซื้อ โดยใช้ Hook แรงและข้อเสนอสเปเชียล

อธิบาย : Remarketing บน TikTok ใช้เนื้อหาสนุกและดึงดูดสายตาเพื่อกระตุ้นการซื้อซ้ำ

ตัวอย่าง Output : “เห็นคลิปเราแล้วแต่ยังไม่ได้ซื้อ? วันนี้ลด 20% พร้อมส่งฟรี!”

# หมวด 1 • Prompt 08 - การใช้ Google Analytics ทำ Conversion Optimization

## Prompt :

ออกแบบขั้นตอนการใช้ Google Analytics วิเคราะห์ Funnel ลูกค้า และปรับปรุง Conversion Rate

อธิบาย : การวิเคราะห์ Funnel ช่วยหาจุดที่ลูกค้าหลุดออก และแก้ไขให้ปิดการขายได้มากขึ้น

ตัวอย่าง Output : “แก้ Landing Page ให้โหลดเร็วขึ้น และเพิ่มปุ่ม Call to Action หลังพบว่าลูกค้าหลุด 40% ในขั้นนี้”

# หมวด 1 • Prompt 09 - การสร้าง Campaign Influencer แบบ Performance-Based

## Prompt :

ออกแบบแคมเปญ Influencer ที่คิดค่าจ้างตามผลงาน (เช่น ยอดขาย/คลิก)

อธิบาย : ช่วยควบคุมงบประมาณและมั่นใจว่าได้ผลลัพธ์จริง

ตัวอย่าง Output : “จ่ายค่าคอมมิชชั่น 10% ต่อการขาย 1 ชิ้นผ่านลิงก์ของ Influencer”

# หมวด 1 • Prompt 10 - การทำ Video Ads Optimization บน YouTube

## Prompt :

ออกแบบการปรับแต่งโฆษณาวิดีโอ YouTube ให้ CTR สูงขึ้น เช่น การใช้ Hook แรก 5 วินาที การใส่คำบรรยาย และการปิดด้วยข้อเสนอชัดเจน

อธิบาย : วิดีโอโฆษณาที่ดีต้องดึงดูดตั้งแต่ต้น และทำให้คนดูจนจบ

ตัวอย่าง Output : Hook: "รู้ไหมว่าคุณนั่งผิดท่ามาตลอด?" → สาธิต  
สั้นๆ → ข้อเสนอพิเศษ

# หมวด 1 • Prompt 11 -การสร้าง Marketing Automation Workflow

## Prompt :

ออกแบบ Workflow การตลาดอัตโนมัติสำหรับ [สินค้า/บริการ] ที่รวมการส่งอีเมล, ข้อความ, และโฆษณา Retargeting

อธิบาย : Workflow อัตโนมัติช่วยให้การติดตามลูกค้าทำงานต่อเนื่อง โดยไม่ต้องใช้แรงคนมาก

ตัวอย่าง Output : วัน 1: ส่งอีเมลต้อนรับ  
วัน 3: ส่งบทความให้ความรู้  
วัน 5: แสดงโฆษณา Retargeting

# หมวด 1 • Prompt 12 - การทำ Split Testing บน Facebook Ads

## Prompt :

ออกแบบแผนการทดสอบโฆษณา 2-3 แบบบน Facebook เพื่อหาข้อความและภาพที่มีผลลัพธ์ดีที่สุด

อธิบาย : การทดสอบหลายเวอร์ชันช่วยหาสูตรโฆษณาที่ได้ Conversion สูงสุด

ตัวอย่าง Output : Ad A: ภาพคนใช้งานสินค้า  
Ad B: ภาพ Before/After



# หมวด 1 • Prompt 13 -การใช้ Heatmap วิเคราะห์เว็บไซต์

## Prompt :

ใช้เครื่องมือ Heatmap วิเคราะห์พฤติกรรมผู้ใช้งานเว็บไซต์ [URL] เพื่อหาจุดที่คนคลิกหรือเลื่อนดูมากที่สุด

อธิบาย : Heatmap แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้สนใจเนื้อหาส่วนไหนมากที่สุดและปรับปรุงจุดสำคัญได้

ตัวอย่าง Output : พบว่าผู้ใช้เลื่อนดูถึงกลางหน้าและคลิกปุ่มซื้อ 20%  
→ ย้ายปุ่มขึ้นมาด้านบน

# หมวด 1 • Prompt 14 - การสร้าง Conversion Funnel Map

## Prompt :

ออกแบบแผนผังเส้นทางการตัดสินใจของลูกค้า ตั้งแต่ Awareness → Interest →  
Consideration → Purchase

อธิบาย : Funnel Map ช่วยให้เห็นทุกขั้นตอนการซื้อและจุดที่ควร  
เพิ่ม Conversion

ตัวอย่าง Output : Awareness: โฆษณา TikTok → Interest: Blog  
Review → Purchase: Landing Page พร้อม  
ข้อเสนอ

# หมวด 1 • Prompt 15 -การทำ Customer Journey Mapping

## Prompt :

สร้างแผนภาพเส้นทางลูกค้า (Customer Journey) สำหรับ [สินค้า/บริการ] ระบุจุดสัมผัส (Touchpoints) และอารมณ์ลูกค้า

อธิบาย : ช่วยปรับปรุงประสบการณ์ลูกค้าให้ดีขึ้นในทุกขั้นตอน

ตัวอย่าง Output : Touchpoint: โฆษณา → เว็บไซต์ → Chatbot → ช้อปสินค้า → รีวิว

# หมวด 1 • Prompt 16 - การใช้ Social Listening Tools

## Prompt :

ออกแบบการใช้ Social Listening เพื่อติดตามการพูดถึง [แบรนด์/สินค้า] และคู่แข่ง

อธิบาย : Social Listening ช่วยรู้ความต้องการและความรู้สึกของลูกค้าแบบ Real-time

ตัวอย่าง Output : พบว่าลูกค้าชอบดีไซน์ใหม่ของสินค้า แต่ยังไม่รู้ว่ามีโปรโมชั่น

# หมวด 1 • Prompt 17 -การทำ Hashtag Strategy บน Instagram/TikTok

## Prompt :

กำหนดชุด Hashtag สำหรับ [สินค้า/บริการ] โดยแบ่งเป็น Core, Trending, และ Niche

อธิบาย : การใช้ Hashtag ที่เหมาะสมช่วยให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น

ตัวอย่าง Output : Core: #สุขภาพดี  
Trending: #WFHSetup  
Niche: #เก้าอี้สุขภาพ

# หมวด 1 • Prompt 18 -การทำ Geo-Targeting Campaign

## Prompt :

ออกแบบแคมเปญโฆษณาที่เจาะพื้นที่เฉพาะ เช่น จังหวัด หรือรัศมีจากจุดขาย

อธิบาย : เหมาะสำหรับธุรกิจที่ต้องการดึงดูดลูกค้าในพื้นที่ใกล้เคียง

ตัวอย่าง Output : โฆษณาเฉพาะผู้ใช้ในรัศมี 10 กม. จากร้าน พร้อมข้อความ "ใกล้คุณมาก แวะมาทดลองได้เลย"

# หมวด 1 • Prompt 19 -การทำ Seasonal Campaign Optimization

## Prompt :

ออกแบบการปรับโฆษณาให้สอดคล้องกับเทศกาล เช่น ปีใหม่ สงกรานต์ หรือ Black Friday

อธิบาย : การใช้ธีมเทศกาลช่วยดึงดูดความสนใจและสร้างยอดขายได้มาก

ตัวอย่าง Output : “โปรสงกรานต์! ซื้อเก้าอี้สุขภาพ ลดทันที 20%”

# หมวด 1 • Prompt 20 - การทำ Predictive Lead Scoring

## Prompt :

ใช้ AI วิเคราะห์และให้คะแนนลูกค้าที่มีโอกาสซื้อสูงสุดจากข้อมูลพฤติกรรม

อธิบาย : ช่วยให้ทีมขายโฟกัสไปที่กลุ่มที่มีศักยภาพสูงสุด

ตัวอย่าง Output : Lead Score 90/100 → ส่งข้อเสนอพิเศษทันที



# หมวด 1 • Prompt 21 - การใช้ UGC (User-Generated Content) Campaign

## Prompt :

ออกแบบแคมเปญให้ลูกค้าสร้างเนื้อหาเกี่ยวกับ [สินค้า/บริการ] และแฮชแท็กโซเชียล

อธิบาย : UGC ช่วยสร้างความน่าเชื่อถือและขยายการมองเห็น

ตัวอย่าง Output : “ถ่ายรูปมุมทำงานกับเก้าอี้สุขภาพ X พร้อมติด #นั่งสบายกับX ลุ้นรับรางวัล”

# หมวด 1 • Prompt 22 - การทำ Cross-Platform Remarketing

## Prompt :

วางกลยุทธ์โฆษณาติดตามลูกค้าจากแพลตฟอร์มหนึ่งไปยังอีกแพลตฟอร์ม

อธิบาย : ช่วยเชื่อมต่อการตลาดข้ามแพลตฟอร์มเพื่อเพิ่ม Conversion

ตัวอย่าง Output : ลูกค้าเห็นโฆษณาบน Facebook → ถูกติดตามต่อบน YouTube

# หมวด 1 • Prompt 23 -การทำ Personalized Landing Page

## Prompt :

ออกแบบ Landing Page ให้เนื้อหาเปลี่ยนตามกลุ่มลูกค้า เช่น สถานที่ หรือพฤติกรรม

อธิบาย : เพิ่มความเกี่ยวข้องและโอกาสปิดการขาย

ตัวอย่าง Output : ลูกค้าในกรุงเทพฯ เห็นโปรโมชั่นส่งฟรีในพื้นที่

# หมวด 1 • Prompt 24 -การใช้ Marketing Data Dashboard

## Prompt :

ออกแบบ Dashboard รวมข้อมูลจากหลายแพลตฟอร์ม เช่น Facebook Ads, Google Analytics, TikTok Ads

อธิบาย : ช่วยให้ผู้บริหารเห็นภาพรวมการตลาดแบบ Real-time

ตัวอย่าง Output : Dashboard แสดงยอดคลิก, CTR, Conversion Rate ของทุกแพลตฟอร์ม

# หมวด 1 • Prompt 25 - การทำ AI Copywriting Optimization

## Prompt :

ใช้ AI วิเคราะห์และปรับข้อความโฆษณาให้มี CTR สูงขึ้น

อธิบาย : AI สามารถทดสอบหลายเวอร์ชันและเลือกข้อความที่ดีที่สุด

ตัวอย่าง Output : จาก “ลดราคาเก้าอี้สุขภาพ” → “เปลี่ยนการนั่งของคุณให้สุขภาพดี – ลด 20% วันนี้”

# หมวด 1 • Prompt 26 - การสร้าง Micro-Influencer Network

## Prompt :

ออกแบบแคมเปญใช้ Micro-Influencer หลายคนในงบรวมจำกัด

อธิบาย : Micro-Influencer มี Engagement สูงและค่าใช้จ่ายต่ำกว่า  
ดาราใหญ่

ตัวอย่าง Output : ใช้ Influencer 10 คน ที่มีผู้ติดตาม 5,000–20,000  
คน

# หมวด 1 • Prompt 27 - การทำ Behavioral Email Triggers

## Prompt :

ตั้งค่าอีเมลอัตโนมัติส่งตามพฤติกรรม เช่น ทิ้งสินค้าค้างในตะกร้า

อธิบาย : ช่วยดึงลูกค้ากลับมาซื้อในจังหวะที่เหมาะสม

ตัวอย่าง Output : “อย่าลืมเก็บเสื้อสุขภาพ X ของคุณ! วันนี้ลดเพิ่ม 5%”

# หมวด 1 • Prompt 28 - การสร้าง Omnichannel Marketing Plan

## Prompt :

วางแผนการตลาดที่เชื่อมโยงทุกช่องทางแบบไร้รอยต่อ ทั้งออนไลน์และออฟไลน์

อธิบาย : Omnichannel สร้างประสบการณ์สม่ำเสมอในทุกช่องทาง

ตัวอย่าง Output : ลูกค้าเห็นโฆษณาออนไลน์ → ไปลองสินค้าที่หน้าร้าน  
→ รับคูปองออนไลน์กลับมาซื้อ



# หมวด 1 • Prompt 29 - การใช้ Social Proof ในการปิดการขาย

## Prompt :

ออกแบบการใช้รีวิว, การจัดอันดับ, หรือจำนวนผู้ซื้อเพื่อสร้างความมั่นใจให้ลูกค้า

อธิบาย : Social Proof ทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าเป็นที่นิยมและน่าเชื่อถือ

ตัวอย่าง Output : “เก้าอี้สุขภาพ X ขายแล้วกว่า 10,000 ตัว”

# หมวด 1 • Prompt 30 - การทำ AI Audience Segmentation

## Prompt :

ใช้ AI แบ่งกลุ่มลูกค้าตามพฤติกรรม, ความสนใจ และมูลค่าการซื้อ

อธิบาย : ช่วยปรับแผนการตลาดให้เหมาะกับแต่ละกลุ่มเป้าหมาย

ตัวอย่าง Output : กลุ่ม 1: ลูกค้าใหม่ → โฆษณาส่วนลดต้อนรับ  
กลุ่ม 2: ลูกค้าเก่า → โฆษณาสินค้าใหม่

# หมวด 1 • Prompt 31 - การสร้าง Content Calendar แบบ Multi-Platform

## Prompt :

ออกแบบปฏิทินคอนเทนต์สำหรับ [สินค้า/บริการ] ครอบคลุม Facebook, Instagram, TikTok, YouTube โดยกำหนดหัวข้อ วันโพสต์ และรูปแบบเนื้อหา

อธิบาย : Content Calendar ช่วยในการทำคอนเทนต์ต่อเนื่องและสอดคล้องกับกลยุทธ์การตลาด

ตัวอย่าง Output :  
จันทร์: Tips บน Facebook  
พุธ: คลิปสั้น TikTok  
ศุกร์: วิดีโอรีวิว YouTube

# หมวด 1 • Prompt 32 - การทำ Content Repurposing Plan

## Prompt :

วางแผนแปลงเนื้อหาหนึ่งชิ้นให้ใช้ได้หลายแพลตฟอร์ม เช่น บทความ → Infographic  
→ วิดีโอสั้น

อธิบาย : Repurposing เพิ่มมูลค่าของคอนเทนต์และลดเวลาในการผลิต

ตัวอย่าง Output : บทความ "5 วิธีนั่งทำงานไม่ปวดหลัง" →  
Infographic → TikTok Clip

# หมวด 1 • Prompt 33 - การทำ Hyperlocal Social Ads

## Prompt :

สร้างโฆษณาที่เน้นเจาะจงชุมชนหรือพื้นที่เฉพาะ พร้อมเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่นั้น

อธิบาย : เหมาะสำหรับธุรกิจที่ต้องการเข้าถึงคนในพื้นที่เล็กๆ อย่าง  
เจาะจง

ตัวอย่าง Output : “พิเศษสำหรับคนเชียงใหม่เท่านั้น! แก้วสุขภาพ X ลด  
15%”

# หมวด 1 • Prompt 34 - การใช้ Gamification ในการตลาด

## Prompt :

ออกแบบแคมเปญการตลาดโดยใช้เกมหรือการแข่งขัน เพื่อเพิ่มการมีส่วนร่วม

อธิบาย : Gamification ทำให้ลูกค้าอยากมีส่วนร่วมและแชร์ต่อ

ตัวอย่าง Output : “เล่นเกมตอบคำถามลุ้นรับเก้าอี้สุภาพฟรี”

# หมวด 1 • Prompt 35 - การทำ Social Media Crisis Management Plan

## Prompt :

วางแผนรับมือเมื่อเกิดกระแสลบหรือดราม่าบนโซเชียลเกี่ยวกับ [แบรนด์/สินค้า]

อธิบาย : ช่วยลดความเสียหายและแก้ปัญหาอย่างมืออาชีพ

ตัวอย่าง Output : ขั้นตอน: ตรวจสอบข้อเท็จจริง → ออกแถลงการณ์ → ติดตามผลตอบรับ

# หมวด 1 • Prompt 36 - การใช้ Interactive Content เพื่อ Engagement

## Prompt :

ออกแบบเนื้อหาแบบโต้ตอบ เช่น Quiz, Poll, หรือ AR Filter เพื่อโปรโมท [สินค้า/บริการ]

อธิบาย : Interactive Content เพิ่มการมีส่วนร่วมและการแชร์

ตัวอย่าง Output : Quiz: "คุณเหมาะกับแก้อัศจรรย์ไหน?"



# หมวด 1 • Prompt 37 - การทำ Conversion Rate Optimization (CRO) Test

## Prompt :

วางแผนการทดสอบและปรับปรุงเว็บไซต์/หน้า Landing Page เพื่อเพิ่ม Conversion Rate

อธิบาย : CRO Test ช่วยเพิ่มยอดขายโดยไม่ต้องเพิ่มกราฟฟิก

ตัวอย่าง Output : เปลี่ยนปุ่ม "ซื้อเลย" จากสีฟ้าเป็นสีแดง → CTR เพิ่มขึ้น 12%

# หมวด 1 • Prompt 38 - การใช้ AI ทำ Predictive Content Recommendation

## Prompt :

ใช้ AI แนะนำคอนเทนต์ต่อไปให้ผู้ใช้งาน ตามพฤติกรรมการดู/อ่านที่ผ่านมา

อธิบาย : ช่วยให้ลูกค้าอยู่ในระบบนานขึ้นและเพิ่มโอกาสซื้อ

ตัวอย่าง Output : หลังอ่านบทความ "สุขภาพหลัง" → แนะนำสินค้าที่เกี่ยวข้องทันที

# หมวด 1 • Prompt 39 - การสร้าง Campaign แบบ Always-On

## Prompt :

ออกแบบแคมเปญโฆษณาที่รันต่อเนื่องตลอดปี โดยปรับข้อความและข้อเสนอให้สดใหม่

อธิบาย : Always-On ช่วยให้แบรนด์อยู่ในสายตาลูกค้าเสมอ

ตัวอย่าง Output : โฆษณา "สุขภาพดีทุกวัน" ที่ปรับภาพและโปรตามฤดูกาล

# หมวด 1 • Prompt 40 - การทำ Integrated Online-Offline Campaign

## Prompt :

วางแผนการตลาดที่เชื่อมต่อประสบการณ์ออนไลน์กับออฟไลน์ เช่น การใช้คูปองออนไลน์แลกของที่ร้าน

อธิบาย : ช่วยเพิ่มยอดขายทั้งช่องทางดิจิทัลและหน้าร้าน

ตัวอย่าง Output : ลูกค้าดูสินค้าออนไลน์ → รับคูปองลด 10% ไปใช้ที่สาขา

## หมวด 2 การสร้างคอนเทนต์เชิงกลยุทธ์ (Strategic Content Creation)

## หมวด 2 • Prompt 41 - การทำ Omnichannel Storytelling

### Prompt :

ออกแบบแผนการเล่าเรื่องแบรนด์ [**ชื่อแบรนด์**] ที่เชื่อมโยงกันทุกช่องทาง เช่น Facebook, Instagram, Website, Email

อธิบาย : Omnichannel Storytelling ทำให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์เล่าเรื่องต่อเนื่องไม่ว่าจะเจอแบรนด์ที่ไหน

ตัวอย่าง Output : Facebook: เรื่องราวผู้ก่อตั้ง  
Instagram: ภาพเบื้องหลัง  
Email: ข้อเสนอพิเศษที่เชื่อมโยงกับเรื่องราว

## หมวด 2 • Prompt 42 - การทำ Content Pillar Strategy

### Prompt :

กำหนดหัวข้อหลัก (Pillars) 3–5 หัวข้อสำหรับคอนเทนต์ของ [แบรนด์] และแตกออกเป็นหัวข้อย่อย

อธิบาย : Content Pillar ช่วยให้การสร้างคอนเทนต์มีทิศทางชัดเจนและครอบคลุมทุกด้านสำคัญ

ตัวอย่าง Output : Pillar: สุขภาพหลัง, การตกแต่งมุมทำงาน, เทคนิคเพิ่มประสิทธิภาพ

## หมวด 2 • Prompt 43 - การทำ Evergreen Content Plan

### Prompt :

ออกแบบแผนคอนเทนต์ที่ใช้ได้ตลอดเวลา (ไม่ขึ้นกับฤดูกาล) สำหรับ [สินค้า/บริการ]

อธิบาย : Evergreen Content มีอายุยืน ช่วยดึงคนเข้ามาตลอดปี

ตัวอย่าง Output : “5 ทำเน่งทำงานที่ถูกต้อง” — ใช้โพสต์ได้ทั้งปี



## หมวด 2 • Prompt 44 - การสร้าง Viral Content Brief

### Prompt :

เขียนบริฟสำหรับทีมสร้างเนื้อหาให้ทำคอนเทนต์ที่มีโอกาสไวรัลสูง

อธิบาย : ต้องระบุองค์ประกอบสำคัญ เช่น Hook, อารมณ์, และปัจจัยการแชร์

ตัวอย่าง Output : Hook: “คุณกำลังนั่งพิศพามา 10 ปี” → เนื้อหาสั้น, ภาพชัด, อารมณ์ตกใจ

## หมวด 2 • Prompt 45 - การทำ Content Collaboration Plan

### Prompt :

วางแผนความร่วมมือในการสร้างคอนเทนต์กับแบรนด์หรือ Influencer อื่น

อธิบาย : Collaboration ช่วยขยายฐานผู้ชมและสร้างเนื้อหาที่แปลกใหม่

ตัวอย่าง Output : ร่วมกับแบรนด์โต๊ะทำงาน ทำซีรีส์ "มุมทำงานในฝัน"

## หมวด 2 • Prompt 46 - การทำ Content Refresh Strategy

### Prompt :

วางแผนปรับปรุงคอนเทนต์เก่าให้ทันสมัยและเหมาะกับการค้นหา

อธิบาย : ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ SEO และทำให้คอนเทนต์ยังคงดึงดูดคนใหม่ๆ ได้

ตัวอย่าง Output : อัปเดตบทความปี 2022 ด้วยข้อมูลใหม่ของปี 2025

## หมวด 2 • Prompt 47 - การทำ Customer Story Campaign

### Prompt :

สร้างคอนเทนต์เล่าเรื่องความสำเร็จของลูกค้าที่ใช้ [สินค้า/บริการ]

อธิบาย : เรื่องราวจากลูกค้าจริงช่วยสร้างแรงบันดาลใจและความ  
น่าเชื่อถือ

ตัวอย่าง Output : “คุณเอ ลดปวดหลังได้ใน 2 สัปดาห์หลังใช้เก้าอี้  
สุขภาพ X”

## หมวด 2 • Prompt 48 - การทำ Behind-the-Scenes Content Series

### Prompt :

สร้างซีรีส์เนื้อหาที่เผยเบื้องหลังการทำงานหรือการผลิต [สินค้า/บริการ]

อธิบาย : เบื้องหลังช่วยให้แบรนด์ดูโปร่งใสและน่าเชื่อถือ

ตัวอย่าง Output : ตอน 1: ขั้นตอนออกแบบเก้าอี้สุขภาพ X  
ตอน 2: การทดสอบคุณภาพ

## หมวด 2 • Prompt 49 - การทำ Multi-Language Content Plan

### Prompt :

วางแผนทำคอนเทนต์หลายภาษาเพื่อขยายตลาดต่างประเทศ

อธิบาย : ช่วยให้เข้าถึงลูกค้าต่างชาติและสร้างการเติบโตระดับสากล

ตัวอย่าง Output : โพสต์ภาษาไทย + อังกฤษ + ญี่ปุ่น

## หมวด 2 • Prompt 50 - การทำ Long-Form Content for SEO

### Prompt :

ออกแบบบทความยาว (1,500–3,000 คำ) สำหรับ [หัวข้อ] ที่เน้น SEO

อธิบาย : Long-Form Content ดึงคนจาก Search Engine และให้  
ข้อมูลเชิงลึก

ตัวอย่าง Output : “คู่มือเลือกเก้าอี้สุขภาพที่เหมาะสมกับสรีระ”

## หมวด 2 • Prompt 51 - การทำ Content Automation Workflow

### Prompt :

วางระบบสร้างและเผยแพร่คอนเทนต์โดยอัตโนมัติผ่าน AI และเครื่องมือ Scheduling

อธิบาย : ลดเวลาทำงานซ้ำๆ และทำให้คอนเทนต์ออกสม่ำเสมอ

ตัวอย่าง Output : AI เขียนบทความ → ระบบโพสต์อัตโนมัติทุกวันจันทร์



# หมวด 1 • Prompt 52 - การทำ Interactive Content Plan

## Prompt :

วางแผนสร้างคอนเทนต์โต้ตอบ เช่น แบบทดสอบ, เกม หรือ Live Q&A

อธิบาย : ช่วยเพิ่ม Engagement และเวลาที่ลูกค้าใช้กับแบรนด์

ตัวอย่าง Output : Quiz: "คุณเหมาะกับแก้อัศจรรย์ไหน?"

## หมวด 2 • Prompt 53 - การสร้าง Thought Leadership Content

### Prompt :

วางแผนทำคอนเทนต์ที่ทำให้ [แบรนด์/บุคคล] เป็นผู้นำทางความคิดในอุตสาหกรรม

อธิบาย : เพิ่มความน่าเชื่อถือและสถานะความเป็นผู้เชี่ยวชาญ

ตัวอย่าง Output : บทความ: "อนาคตของการออกแบบเก้าอี้เพื่อสุขภาพในอีก 10 ปี"

## หมวด 2 • Prompt 54 - การทำ User Education Content

### Prompt :

สร้างเนื้อหาสอนการใช้ [สินค้า/บริการ] ให้คุ้มค่าและถูกต้อง

อธิบาย : ทำให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์การใช้งานที่ดีและลดการคืนสินค้า

ตัวอย่าง Output : วิดีโอ: "วิธีปรับแก้ข้อผิดพลาด X ให้เหมาะกับคุณ"

## หมวด 2 • Prompt 55 - การทำ Seasonal Storytelling

### Prompt :

เล่าเรื่องราวหรือแคมเปญที่สอดคล้องกับเทศกาลสำคัญ

อธิบาย : ทำให้คอนเทนต์มีความสดใหม่และตรงกับบรรยากาศช่วงนั้น

ตัวอย่าง Output : "ปีใหม่นี้ เริ่มต้นสุขภาพดีด้วยเก้าอี้สุขภาพ X"

## หมวด 2 • Prompt 56 - การทำ Cross-Platform Content Series

### Prompt :

ออกแบบซีรีส์คอนเทนต์ที่เล่าเรื่องต่อเนื่องข้ามแพลตฟอร์ม

อธิบาย : กระตุ้นให้ผู้ชมติดตามหลายช่องทางเพื่อเห็นเรื่องราวครบ

ตัวอย่าง Output : ตอน 1 บน YouTube → ตอน 2 บน Instagram →  
ตอน 3 บน TikTok

## หมวด 2 • Prompt 57 - การทำ Data-Driven Content Plan

### Prompt :

ออกแบบคอนเทนต์โดยอ้างอิงจากข้อมูลยอดนิยมและพฤติกรรมผู้ชม

อธิบาย : ทำให้เนื้อหาตอบโจทย์และมีโอกาสเข้าถึงสูง

ตัวอย่าง Output : เนื้อหาส่วนใหญ่ทำเกี่ยวกับ "การจัดโต๊ะทำงาน"  
เพราะมียอดค้นหาสูงสุด

## หมวด 2 • Prompt 58 - การทำ Community-Driven Content

### Prompt :

สร้างคอนเทนต์จากไอเดียหรือคำถามของชุมชนผู้ติดตาม

อธิบาย : ทำให้ผู้ชมรู้สึกมีส่วนร่วมและผูกพันกับแบรนด์

ตัวอย่าง Output : Live ตอบคำถามที่แฟนเพจส่งเข้ามา

## หมวด 2 • Prompt 59 - การทำ Content Localization

### Prompt :

ปรับเนื้อหาให้เข้ากับวัฒนธรรมและภาษาของตลาดเป้าหมายในแต่ละประเทศ

อธิบาย : เพิ่มโอกาสการยอมรับในตลาดต่างประเทศ

ตัวอย่าง Output : ใช้ภาพและภาษาที่ตรงกับวัฒนธรรมญี่ปุ่นสำหรับตลาดญี่ปุ่น



## หมวด 2 • Prompt 60 - การทำ Interactive Video Content

### Prompt :

สร้างวิดีโอที่ผู้ชมสามารถเลือกเส้นทางหรือเนื้อหาที่สนใจได้

อธิบาย : ทำให้ผู้ชมรู้สึกมีส่วนร่วมและอยู่กับคอนเทนต์นานขึ้น

ตัวอย่าง Output : วิดีโอ “เลือกเก้าอี้สุภาพที่ใช้” ให้ผู้ชมคลิกเลือกตามความต้องการ

# หมวด 3 กลยุทธ์ธุรกิจและนวัตกรรม (Business Strategy & Innovation)

## หมวด 3 • Prompt 61 – การวิเคราะห์ SWOT ธุรกิจอย่างละเอียด

### Prompt :

ช่วยทำการวิเคราะห์ SWOT (จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค) ของธุรกิจ [ชื่อธุรกิจ]  
อย่างละเอียดเพื่อใช้ประกอบการวางแผนกลยุทธ์

อธิบาย : ช่วยให้ผู้ประกอบการเห็นภาพรวมจุดเด่นและความเสี่ยงของ  
ธุรกิจอย่างครบถ้วน

ตัวอย่าง Output : จุดแข็ง: สินค้ามีคุณภาพสูง, แรนด์น่าเชื่อถือ  
จุดอ่อน: งบการตลาดจำกัด  
โอกาส: ตลาดออนไลน์เติบโต  
อุปสรรค: คู่แข่งรายใหญ่เพิ่มส่วนแบ่งตลาด

# หมวด 3 • Prompt 62 - การวิเคราะห์ PESTEL เพื่อติดตามปัจจัยภายนอก

## Prompt :

ช่วยวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจด้วยโมเดล PESTEL (Political, Economic, Social, Technological, Environmental, Legal)

อธิบาย : เหมาะสำหรับการติดตามแนวโน้มและปัจจัยมหภาคที่อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจ

ตัวอย่าง Output : **Political:** นโยบายภาษีใหม่  
**Economic:** อัตราเงินเฟ้อสูง  
**Social:** ผู้บริโภคสนใจสินค้าสีเขียว  
**Technological:** AI เข้ามาแทนแรงงาน  
**Environmental:** กฎหมายคาร์บอนเครดิต  
**Legal:** ข้อบังคับการค้าระหว่างประเทศ

## หมวด 3 • Prompt 63 - การใช้ Balanced Scorecard (BSC) ในการวัดผล

### Prompt :

ช่วยออกแบบ Balanced Scorecard สำหรับธุรกิจ [ชื่อธุรกิจ] เพื่อวัดผลการดำเนินงานใน 4 มิติ (การเงิน, ลูกค้า, กระบวนการภายใน, การเรียนรู้และการเติบโต)

อธิบาย : ช่วยให้การวัดผลชัดเจนและครอบคลุมทุกมิติ ไม่เน้นแค่ตัวเลขการเงิน

ตัวอย่าง Output : มิติการเงิน: กำไรสุทธิ, ROI  
มิติลูกค้า: คะแนนความพึงพอใจ (CSAT)  
มิติกระบวนการ: ระยะเวลาในการผลิต  
มิติการเรียนรู้: จำนวนการอบรมต่อพนักงาน

## หมวด 3 • Prompt 64 - การวิเคราะห์ความเสี่ยงโครงการ

### Prompt :

ช่วยประเมินความเสี่ยงของโครงการ [**ชื่อโครงการ**] พร้อมเสนอแนวทางลดความเสี่ยง

อธิบาย : ช่วยป้องกันปัญหาก่อนเกิด และวางแผนแก้ไขได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ตัวอย่าง Output : ความเสี่ยง: งบประมาณเกิน, วัสดุขาดตลาด, ทีมงานลาออก  
แนวทางลด: ทำสัญญาซัพพลายเออร์หลายราย, จัดงบสำรอง, แผนฝึกอบรมทดแทน

## หมวด 3 • Prompt 65 - การตัดสินใจลงทุนในโครงการใหม่

### Prompt :

ช่วยวิเคราะห์ความคุ้มค่าของการลงทุนในโครงการ [ชื่อโครงการ] โดยพิจารณา ROI, Payback Period และปัจจัยความเสี่ยง

อธิบาย : ช่วยให้ผู้บริหารตัดสินใจลงทุนอย่างรอบคอบและมีข้อมูลรองรับ

ตัวอย่าง Output : ROI: 25%

Payback: 2 ปี

ความเสี่ยง: การแข่งขันสูง, เทรนด์ตลาดไม่แน่นอน

## หมวด 3 • Prompt 66 - การใช้ Data Analytics เพื่อเพิ่มยอดขาย

### Prompt :

ช่วยออกแบบแผนการใช้ Data Analytics ในการวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้าเพื่อเพิ่มยอดขาย

อธิบาย : เน้นใช้ข้อมูลเชิงลึกเพื่อปรับแคมเปญการตลาดให้แม่นยำ

ตัวอย่าง Output : วิเคราะห์ประวัติการซื้อ  
แบ่งกลุ่มลูกค้า (Segmentation)  
ส่งโปรโมชั่นเฉพาะกลุ่ม (Personalized Offer)



# หมวด 3 • Prompt 67 - การวิเคราะห์ต้นทุน-ผลตอบแทน (Cost-Benefit Analysis)

## Prompt :

ช่วยทำการวิเคราะห์ต้นทุน-ผลตอบแทนของการตัดสินใจทางธุรกิจ [ระบุรายละเอียด]  
เพื่อช่วยประกอบการตัดสินใจ

อธิบาย : ช่วยชั่งน้ำหนักระหว่างต้นทุนที่ต้องจ่ายกับผลประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ตัวอย่าง Output : ต้นทุน: ค่าจ้างทีมพัฒนา 500,000 บาท  
ผลตอบแทน: คาดรายได้เพิ่ม 1,000,000 บาทต่อปี  
ระยะคืนทุน: 6 เดือน

# หมวด 3 • Prompt 68 - การวิเคราะห์คู่แข่งเชิงลึก (Competitor Analysis)

## Prompt :

ช่วยวิเคราะห์คู่แข่งหลักของธุรกิจ [ชื่อธุรกิจ] พร้อมเสนอวิธีสร้างความแตกต่างให้เหนือกว่า

อธิบาย : ช่วยให้ผู้ประกอบการเข้าใจจุดแข็งจุดอ่อนของคู่แข่ง และวางแผนกลยุทธ์ได้ดียิ่งขึ้น

ตัวอย่าง Output : คู่แข่ง A: จุดแข็ง – ราคา, จุดอ่อน – คุณภาพสินค้า  
คู่แข่ง B: จุดแข็ง – แบรนด์, จุดอ่อน – ต้นทุนสูง  
กลยุทธ์: เน้นคุณภาพ + บริการหลังการขาย

## หมวด 3 • Prompt 69 - การสร้างโมเดลคาดการณ์ยอดขาย (Sales Forecasting)

### Prompt :

ช่วยสร้างโมเดลคาดการณ์ยอดขายของธุรกิจ [ชื่อธุรกิจ] ในช่วง 12 เดือนข้างหน้า โดยใช้ข้อมูลยอดขายในอดีต

อธิบาย : ช่วยให้การวางแผนการผลิตและการตลาดแม่นยำยิ่งขึ้น

ตัวอย่าง Output : ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือนปีที่แล้ว: 1,000,000 บาท  
คาดการณ์ปีนี้: เติบโต 15%  
แผนรองรับ: เพิ่มกำลังการผลิต 20%

## หมวด 3 • Prompt 70 - การวิเคราะห์กระแสเงินสด (Cash Flow Analysis)

### Prompt :

ช่วยวิเคราะห์กระแสเงินสดของธุรกิจ [ชื่อธุรกิจ] เพื่อประเมินสภาพคล่องและวางแผนจัดการเงินทุน

อธิบาย : ช่วยให้ผู้ประกอบการบริหารเงินสดได้อย่างมีประสิทธิภาพ ลดความเสี่ยงขาดสภาพคล่อง

ตัวอย่าง Output : รายรับ: 1,200,000 บาท/เดือน  
รายจ่าย: 950,000 บาท/เดือน  
สภาพคล่อง: เหลือเงินสดสำรอง 250,000 บาท

## หมวด 3 • Prompt 71 - กลยุทธ์การตลาดแบบ Co-Branding

### Prompt :

สร้างกลยุทธ์การตลาดโดยใช้การร่วมมือกับแบรนด์อื่น (Co-Branding) เพื่อสร้างความแข็งแกร่งให้กับภาพลักษณ์ และเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่

อธิบาย : **Co-Branding** เป็นวิธีการที่สองแบรนด์หรือมากกว่านั้นมารวมพลังกันสร้างสินค้าหรือแคมเปญร่วมกัน เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือ และขยายฐานลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ

ตัวอย่าง Output : รายการแบรนด์พันธมิตรที่เหมาะสม  
แผนแคมเปญร่วม  
ประมาณการผลลัพธ์จากการร่วมมือ

# หมวด 3 • Prompt 72 - การใช้ Data Analytics เพื่อการตลาด เชิงรุก

## Prompt :

ออกแบบกลยุทธ์การตลาดโดยใช้ข้อมูลจาก Data Analytics เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรม  
และความต้องการของลูกค้า

อธิบาย : ใช้ข้อมูลเชิงลึก เช่น พฤติกรรมการซื้อ, การคลิกโฆษณา, และ  
ข้อมูลจาก Social Media เพื่อออกแบบการสื่อสารและโปรโมท  
ที่ตรงเป้าหมายมากที่สุด

ตัวอย่าง Output : Dashboard แสดงข้อมูลลูกค้า  
Insight ที่ใช้ปรับแคมเปญ  
รายงาน ROI หลังปรับกลยุทธ์

# หมวด 3 • Prompt 73 - การสร้าง Community-Driven Marketing

## Prompt :

ออกแบบกลยุทธ์การตลาดที่เน้นการสร้างและใช้ประโยชน์จากชุมชนของลูกค้าเพื่อ  
กระจายข่าวสารและสร้าง Engagement

อธิบาย : การสร้างคอมมูนิตีที่ลูกค้ารู้สึกมีส่วนร่วมจะช่วยเพิ่มความผูกพัน  
และความภักดีต่อแบรนด์ รวมถึงช่วยให้การตลาดกระจายตัวได้  
แบบ Organic

ตัวอย่าง Output : แผนสร้างกลุ่มใน Facebook/Discord  
ระบบรางวัลสำหรับสมาชิก  
แคมเปญแชร์ประสบการณ์ลูกค้า

## หมวด 3 • Prompt 74 - กลยุทธ์การตลาดแบบ Real-Time

### Prompt :

วางแผนการตลาดที่สามารถตอบสนองต่อเหตุการณ์หรือเทรนด์แบบทันที (Real-Time Marketing)

อธิบาย : การใช้โอกาสจากเหตุการณ์ปัจจุบันหรือข่าวที่กำลังเป็นกระแส เพื่อสร้างคอนเทนต์และการสื่อสารที่ทันสถานการณ์ จะช่วยเพิ่ม Engagement ได้สูง

ตัวอย่าง Output : Template คอนเทนต์ตอบสนองเทรนด์  
ระบบแจ้งเตือนเทรนด์  
ตัวอย่างโพสต์ที่ไวรัล



## หมวด 3 • Prompt 75 - การตลาดแบบ Interactive Experience

### Prompt :

ออกแบบกิจกรรมการตลาดที่ลูกค้าสามารถมีส่วนร่วมแบบ Interactive เพื่อสร้างประสบการณ์ที่จดจำได้

อธิบาย : การใช้เทคโนโลยีเช่น AR, VR, หรือเกมออนไลน์ เพื่อให้ลูกค้ามีส่วนร่วมและรู้สึกใกล้ชิดกับแบรนด์มากขึ้น

ตัวอย่าง Output : ไอเดียเกมหรือ AR Filter  
แผนการจัดกิจกรรมออนไลน์  
ระบบเก็บข้อมูลจากผู้ร่วมกิจกรรม

# หมวด 3 • Prompt 76 - การใช้ UGC (User-Generated Content)

## Prompt :

วางแผนการตลาดที่กระตุ้นให้ลูกค้าสร้างคอนเทนต์เองเพื่อโปรโมทแบรนด์

อธิบาย : UGC ช่วยให้แบรนด์ได้รับคอนเทนต์ที่เป็นธรรมชาติและน่าเชื่อถือจากมุมมองของลูกค้าเอง พร้อมช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายการผลิตสื่อ

ตัวอย่าง Output : แคมเปญประกวดภาพถ่าย/วิดีโอ  
แผนแจกของรางวัล  
ระบบคัดเลือกและแชร์ UGC

# หมวด 3 • Prompt 77 - การตลาดด้วย Voice Search Optimization

## Prompt :

วางกลยุทธ์ SEO ให้รองรับการค้นหาด้วยเสียง (Voice Search) เพื่อเพิ่มการเข้าถึง

อธิบาย : เมื่อผู้ใช้ค้นหาด้วยเสียงมากขึ้น การปรับเนื้อหาและคีย์เวิร์ดให้เหมาะสมจะช่วยเพิ่มโอกาสในการถูกค้นเจอ

ตัวอย่าง Output : รายการคีย์เวิร์ดสำหรับ Voice Search  
ปรับเนื้อหาเว็บให้เหมาะกับภาษาพูด  
รายงานผลหลังการปรับ

# หมวด 3 • Prompt 78 - การตลาดแบบ CSR (Corporate Social Responsibility)

## Prompt :

ออกแบบโครงการ CSR ที่ช่วยสังคมและสร้างภาพลักษณ์บวกให้แบรนด์

อธิบาย : CSR ช่วยให้แบรนด์เป็นที่จดจำในด้านบวกและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับสังคม

ตัวอย่าง Output : แผนโครงการเพื่อสังคม  
แผนประชาสัมพันธ์โครงการ  
ตัวชี้วัดผลลัพธ์ทางสังคม

## หมวด 3 • Prompt 79 - การตลาดด้วย Gamification

### Prompt :

เพิ่มองค์ประกอบเกม (Gamification) ในแผนการตลาดเพื่อกระตุ้นให้ลูกค้ามีส่วนร่วมมากขึ้น

อธิบาย : Gamification ใช้หลักการของเกม เช่น คะแนน, ระดับ, และรางวัล เพื่อเพิ่มแรงจูงใจและความสนุกให้ลูกค้า

ตัวอย่าง Output : แผนโครงการเพื่อสังคม  
แผนประชาสัมพันธ์โครงการ  
ตัวชี้วัดผลลัพธ์ทางสังคม

# หมวด 3 • Prompt 80 - การใช้ Influencer แบบ Long-Term Partnership

## Prompt :

ออกแบบการร่วมงานกับ Influencer แบบระยะยาวเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและความต่อเนื่อง

อธิบาย : การทำงานกับ Influencer แบบต่อเนื่องช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่มั่นคงและลดความรู้สึกว่าเป็นโฆษณาชั่วคราว

ตัวอย่าง Output : รายการ Influencer ที่เหมาะสม  
แผนความร่วมมือ 6–12 เดือน  
ตัวชี้วัดผลลัพธ์แคมเปญ

# หมวด 4 การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ขั้นสูง (Advanced HR Development)

## หมวด 4 • Prompt 81 – การวางกลยุทธ์สรรหาพนักงานแบบตรงเป้า

### Prompt :

ช่วยออกแบบแผนการสรรหาพนักงานใหม่ที่ตรงกับความต้องการของตำแหน่งงาน [ชื่อตำแหน่ง] โดยคำนึงถึงทักษะ ความสามารถ และบุคลิกภาพที่เหมาะสมกับวัฒนธรรมองค์กร

อธิบาย : เหมาะสำหรับผู้บริหารฝ่ายบุคคลหรือผู้จัดการที่ต้องการวางแผนการสรรหาพนักงานอย่างมีระบบ เพื่อคัดเลือกคนที่ตรงกับความต้องการมากที่สุด

ตัวอย่าง Output : ตำแหน่ง: Digital Marketing Manager  
คุณสมบัติที่ต้องการ: เชี่ยวชาญ SEO/SEM, ทำงานเป็นทีม, มีความคิดสร้างสรรค์  
แผนการสรรหา: โฆษณานบน LinkedIn + สัมภาษณ์เชิงพฤติกรรม + ทดสอบการวิเคราะห์แคมเปญจริง



## หมวด 4 • Prompt 82 – การวางระบบประเมินผลพนักงาน รายไตรมาส

### Prompt :

ออกแบบระบบประเมินผลงานพนักงานแบบรายไตรมาส โดยกำหนดตัวชี้วัด (KPI) และวิธีการประเมินผลที่ชัดเจน พร้อมวิธีการให้ feedback เพื่อพัฒนาพนักงาน

อธิบาย : ช่วยให้การประเมินผลเป็นมาตรฐานและยุติธรรม ลดความคลุมเครือ และสร้างแรงจูงใจให้พนักงานพัฒนา

ตัวอย่าง Output : **KPI:** ยอดขาย, ความพึงพอใจลูกค้า, ความตรงต่อเวลา  
**วิธีการประเมิน:** ประเมินตนเอง + หัวหน้าประเมิน + ลูกค้าภายในประเมิน  
**Feedback:** ให้ข้อเสนอแนะเชิงบวก + แผนพัฒนา 3 เดือน

## หมวด 4 • Prompt 83 – การวางแผนพัฒนาทักษะบุคลากร ระยะยาว

### Prompt :

ช่วยสร้างแผนพัฒนาทักษะพนักงานในองค์กรให้สอดคล้องกับเป้าหมายธุรกิจในระยะ  
3–5 ปี

อธิบาย : เหมาะสำหรับองค์กรที่ต้องการสร้างบุคลากรให้พร้อมรับการ  
เปลี่ยนแปลงและเติบโตไปพร้อมธุรกิจ

ตัวอย่าง Output : ปีที่ 1: อบรมทักษะดิจิทัล  
ปีที่ 2: อบรมการใช้ Data Analytics  
ปีที่ 3–5: พัฒนาทักษะผู้นำและการบริหารโครงการ

## หมวด 4 • Prompt 84 - การจัดระบบ Onboarding พนักงานใหม่

### Prompt :

ออกแบบโปรแกรมต้อนรับและปฐมนิเทศพนักงานใหม่ให้สามารถเข้าใจระบบงานและวัฒนธรรมองค์กรภายใน 7 วัน

อธิบาย : ช่วยลดเวลาปรับตัวของพนักงานใหม่ และเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานตั้งแต่สัปดาห์แรก

ตัวอย่าง Output : วัน 1–2: แนะนำองค์กรและทีม  
วัน 3–4: อบรมระบบงาน  
วัน 5–7: ทำงานจริงพร้อมพี่เลี้ยง (Mentor)

## หมวด 4 • Prompt 85 – การสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่มี แรงบันดาลใจ

### Prompt :

ช่วยวางแผนสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ การทำงานเป็นทีม และ  
ความผูกพันของพนักงาน

อธิบาย : ช่วยสร้างบรรยากาศการทำงานที่พนักงานรู้สึกมีคุณค่าและ  
พร้อมพัฒนาตนเอง

ตัวอย่าง Output : กิจกรรมประจำเดือน: Sharing Day  
ระบบรางวัล: Innovation Award  
ช่องทางสื่อสาร: Slack + Town Hall Meeting

## หมวด 4 • Prompt 86 - การแก้ไขความขัดแย้งในทีม

### Prompt :

ช่วยออกแบบกระบวนการจัดการความขัดแย้งภายในทีมอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อรักษาความสัมพันธ์และผลงานของทีม

อธิบาย : เน้นวิธีการพูดคุย การไกล่เกลี่ย และการสร้างความเข้าใจร่วมกัน

ตัวอย่าง Output : ขั้นตอน 1: ฟังความคิดเห็นทั้งสองฝ่าย  
ขั้นตอน 2: หาจุดร่วมที่ยอมรับได้  
ขั้นตอน 3: สรุปและติดตามผลหลัง 1 สัปดาห์

## หมวด 4 • Prompt 87 - การสร้างระบบการให้รางวัลตามผลงาน (Performance Bonus)

### Prompt :

ออกแบบระบบโบนัสและรางวัลตามผลงานที่วัดผลได้จริง เพื่อสร้างแรงจูงใจให้พนักงานทำผลงานดีที่สุด

อธิบาย : ช่วยเพิ่มขวัญกำลังใจและสร้างการแข่งขันเชิงบวกภายในองค์กร

ตัวอย่าง Output : รางวัลเงินสด 10% ของยอดขายที่เกินเป้าหมาย  
รางวัลทริปท่องเที่ยวประจำปี  
ใบประกาศเกียรติคุณสำหรับพนักงานยอดเยี่ยม

## หมวด 4 • Prompt 88 - การพัฒนาผู้นำรุ่นใหม่ในองค์กร

### Prompt :

ช่วยสร้างแผนการพัฒนาผู้นำรุ่นใหม่เพื่อเตรียมรับตำแหน่งบริหารในอนาคต

อธิบาย : เหมาะกับการสร้างผู้นำที่มีศักยภาพจากภายในองค์กรเพื่อลดการพึ่งพาการจ้างจากภายนอก

ตัวอย่าง Output : โปรแกรมฝึกอบรมผู้นำ 6 เดือน  
การมอบหมายโปรเจกต์พิเศษเพื่อทดสอบทักษะ  
การมีพี่เลี้ยง (Mentor) จากผู้บริหาร

## หมวด 4 • Prompt 89 - การจัดตารางอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) รายเดือน

### Prompt :

ออกแบบปฏิทินการจัด Workshop ให้พนักงานทุกแผนกได้พัฒนาทักษะใหม่ ๆ ทุกเดือน

อธิบาย : ช่วยกระตุ้นการเรียนรู้ต่อเนื่องและเพิ่มศักยภาพบุคลากร

ตัวอย่าง Output : มกราคม: การใช้ AI ในงานธุรกิจ  
กุมภาพันธ์: การเจรจาต่อรองขั้นสูง  
มีนาคม: การจัดการโครงการด้วย Agile



## หมวด 4 • Prompt 90 - การวางระบบการสื่อสารภายในองค์กร

### Prompt :

ช่วยออกแบบระบบการสื่อสารภายในองค์กรให้มีประสิทธิภาพ รวดเร็ว และเข้าถึงได้  
ทุกคน

อธิบาย : ลดปัญหาข้อมูลไม่ถึงมือพนักงาน และเพิ่มความโปร่งใสในการทำงาน

ตัวอย่าง Output : ใช้แพลตฟอร์ม Slack/Teams  
Weekly Update ผ่าน Email และ Intranet  
ประชุมทีมสั้น ๆ (Stand-up Meeting) ทุกเช้า

# หมวด 5 การวิเคราะห์ข้อมูลและการตัดสินใจ (Data Analysis & Decision Making)

# หมวด 5 • Prompt 91 - พยากรณ์ยอดขายเชิงคาดการณ์ด้วยตัวแปรภายนอก

## Prompt :

วางแผนสร้างโมเดลพยากรณ์ยอดขายสำหรับ [สินค้า/บริการ] ราย [วัน/สัปดาห์/เดือน] ช่วง [ระยะเวลา] โดยใช้ตัวแปรภายนอก (เช่น โปรโมชั่น, ฤดูกาล, งบประมาณ, ราคา) ระบุ: ช่วงข้อมูลฝึก, วิธีแยกชุดทดสอบ, ตัวชี้วัด (MAPE/RMSE), แนวทางการจัดการชี้แจง/วันหยุด และแผนการอัปเดตโมเดลราย [ความถี่]

อธิบาย : ช่วยออกแบบสเปกการพยากรณ์ที่ใช้ข้อมูลจริงหลายมิติ เพื่อได้แผนผลิต-สต็อกที่แม่นยำ

ตัวอย่าง Output : Data: 36 เดือน, เพิ่ม regressors = ราคา/AdSpend/PromoFlag  
Metric: MAPE เป้าหมาย  $\leq 12\%$   
ผลพยากรณ์ 6 เดือนข้างหน้า + ช่วงความเชื่อมั่น 80/95%

# หมวด 5 • Prompt 92 - โมเดลพยากรณ์การยกเลิก (Churn Prediction) และแผนรักษาลูกค้า

## Prompt :

ออกแบบโมเดลคาดการณ์ Churn สำหรับ [ฐานลูกค้า/สมาชิก] ให้กำหนดนิยาม Churn, ปัจจัยสำคัญ (การใช้งาน, การซื้อซ้ำ, การบริการ), เกณฑ์ความเสี่ยง (Low/Med/High), ตัวชี้วัดโมเดล (AUC/Recall@TopK) และ Playbook การรักษาลูกค้าแต่ละระดับ

อธิบาย : ใช้ข้อมูลพฤติกรรมคาดการณ์ลูกค้าเสี่ยงหาย แล้ววางแผนข้อเสนอเฉพาะบุคคลเพื่อลด Churn

ตัวอย่าง Output : High Risk (20%): ส่งคู่มือ 25% + โทร Follow-up  
Medium: อีเมลรี-เอนเกจ + คอนเทนต์การใช้งาน  
KPI: ลด Churn 3 จุดภายใน Q4

## หมวด 5 • Prompt 93 - การคำนวณมูลค่าตลอดอายุลูกค้า (CLV) เพื่อจัดสรรงบการตลาด

### Prompt :

กำหนดโมเดล CLV ของ [ธุรกิจ] (กำไรขั้นต้น/ออเดอร์, ความถี่ซื้อ, อัตราคงอยู่, ส่วนลดกระแสดเงินสด) แยกตามเซกเมนต์ และแปลงผลเป็นกฎจัดสรรงบ CAC/งบรีเทน  
ขั้นต่อเซกเมนต์

อธิบาย : รู้คุณค่าลูกค้าแต่ละกลุ่ม เพื่อทุ่มงบได้คุ้มและยั่งยืน

ตัวอย่าง Output : เซกเมนต์ A: CLV 3,500 → CAC เป้าหมาย  $\leq 700$   
เซกเมนต์ B: CLV 1,200 → โฟกัสรีเทนชันมากกว่า  
หาลูกค้าใหม่

# หมวด 5 • Prompt 94 - สเปก Marketing Mix Modeling (MMM) เพื่อวัดผลสื่อ

## Prompt :

ร่างสเปก MMM สำหรับ [แบรนด์] ระบุช่องทาง (FB/IG/TikTok/Search/YouTube/OOH), การหมุนผล (Adstock), อัตราอิ่มตัว (Saturation), ตัวแปรควบคุม (Seasonality/ราคา/โปร), วิธีประมาณค่า และรูปแบบรายงาน ROI/ROAS + แผนจำลองงบ (Budget Allocation)

อธิบาย : ช่วยวัดผลสื่อแบบรวมภาพใหญ่และหา “บาทสุดท้าย” ควรใส่ที่ไหน

ตัวอย่าง Output : ROAS: Search 4.2, TikTok 2.8, OOH 1.6  
แนะนำ: ย้าย 15% งบจาก OOH → Search/TikTok  
Scenario: เพิ่มงบ 10% ทำให้ยอดขายคาด +6–8%

## หมวด 5 • Prompt 95 - ออกแบบ A/B/n Test พร้อมคำนวณ ขนาดตัวอย่างและระยะเวลา

### Prompt :

กำหนดสมมติฐานทดสอบ [**องค์ประกอบ: ราคา/Headline/ภาพ/UX**], ตัวชี้วัดหลัก (Primary KPI), ค่า MDE, อำนาจทดสอบ (Power) และคำนวณขนาดตัวอย่าง/ระยะเวลาทดสอบ รวมถึง Guardrail Metrics และเกณฑ์หยุดทดสอบ

อธิบาย : ทำให้งานทดลองมีประสิทธิภาพและตัดสินใจได้อย่างมั่นใจ

ตัวอย่าง Output : **Primary KPI: Conversion Rate**  
**MDE: 7%, Power 80%,  $\alpha=0.05$  → ต้องการ 18k sessions/variant ~14 วัน**  
**Guardrails: Bounce, AOV, Refund**

# หมวด 5 • Prompt 96 - ประเมินผลกระทบแคมเปญด้วย Causal Inference (DiD/Synthetic Control)

## Prompt :

ออกแบบเฟรมเวิร์กประเมินผลแคมเปญ [ชื่อแคมเปญ] ด้วยวิธี Difference-in-Differences หรือ Synthetic Control ระบุช่วงก่อน-หลัง, กลุ่มควบคุม, สมมติฐาน แนวโน้มคู่ขนาน, การตรวจสอบความทนทาน (Placebo/Robustness) และสรุปผล พร้อมช่วงความเชื่อมั่น

อธิบาย : วัด “เหตุ→ผล” จริง ลดอคติจากปัจจัยรบกวน

ตัวอย่าง Output : Effect on Sales: +9.4% (95% CI: +3.1% ถึง +15.2%)

ตรวจสอบ: Placebo ผ่าน, สมมติฐานแนวโน้มคู่ขนาน ไม่ถูกปฏิเสธ



## หมวด 5 • Prompt 97 - ประมาณค่าความยืดหยุ่นของราคา (Price Elasticity) และแผนทดลองราคา

### Prompt :

วิเคราะห์เส้นอุปสงค์จากประวัติการขายของ [สินค้า] เพื่อหา Price Elasticity ตาม  
เซกเมนต์/ช่องทาง แล้วออกแบบ Price Test (เช่น Geo Test/A-B) พร้อม Guardrails  
(Margin/Conversion/Complaint)

อธิบาย : ช่วยตัดสินใจช่วงราคาที่เหมาะสมและคุมกำไร

ตัวอย่าง Output : Elasticity รวม:  $-1.4$  (ยืดหยุ่น)  
ช่วงราคาแนะนำ: 1,990–2,190 บาท  
แผนทดสอบ: 4 สัปดาห์, 6 จังหวัด

## หมวด 5 • Prompt 98 - แบ่งกลุ่มลูกค้าด้วย RFM/คลัสเตอร์ และ Action Plan รายกลุ่ม

### Prompt :

ทำเซกเมนต์ลูกค้าด้วย RFM และ/หรือ K-Means สำหรับ [ฐานลูกค้า] ตั้งชื่อกลุ่ม, โปรไฟล์รายกลุ่ม, ค่า CLV เฉลี่ย และกำหนดแผนการตลาด/ข้อเสนอสำหรับแต่ละกลุ่ม

อธิบาย : รู้จักลูกค้าเชิงลึก แล้วสื่อสารตรงใจแต่ละกลุ่ม

ตัวอย่าง Output : **VIP Loyalists (8%):** CLV สูง → โปรแกรมสมาชิก/Concierge  
**At-Risk (22%):** คูปองกลับมาซื้อภายใน 14 วัน  
**New Trial (30%):** Bundle ราคาพิเศษ

## หมวด 5 • Prompt 99 - จำลองความเสี่ยงด้วย Monte Carlo สำหรับรายได้/กระแสเงินสด

### Prompt :

กำหนดตัวแปรไม่แน่นอน (ราคา, ปริมาณขาย, ต้นทุน, อัตราคืน) พร้อมการกระจายความน่าจะเป็น แล้วจำลอง Monte Carlo [**จำนวนรอบ**] เพื่อหาช่วงผลลัพธ์ (P10/P50/P90) และความน่าจะเป็นขาดสภาพคล่อง

อธิบาย : เห็นความเสี่ยงเป็นตัวเลข ช่วยเตรียมแผนสำรองได้จริง

ตัวอย่าง Output : Revenue P10/P50/P90: 8.2/9.6/11.1 ลบ.  
โอกาสเงินสดติดลบในเดือน 3: 7% → เตรียมวงเงินสำรอง 2 ลบ.

# หมวด 5 • Prompt 100 - แผ่นสรุปตัดสินใจผู้บริหาร (Executive Decision One-Pager)

## Prompt :

สรุปข้อมูลเชิงลึกและข้อเสนอการตัดสินใจสำหรับ [ประเด็น/โครงการ] บนหนึ่งหน้า:  
ปัญหา/โอกาส → อินไซต์ข้อมูลหลัก → ตัวเลือกทางเลือก (+/-) → คำแนะนำ  
(พร้อมเหตุผลและความเสี่ยง) → KPI/แผนติดตามผล

อธิบาย : ทำให้ผู้บริหารตัดสินใจเร็วและโปร่งใส โดยมีข้อมูลสนับสนุนครบถ้วนในหน้าเดียว

ตัวอย่าง Output : โอกาส: เพิ่มงบ Search +15% จากผล MMM  
คำแนะนำ: เดินหน้า (Go) เฟส 1 8 สัปดาห์  
KPI: Incremental ROAS  $\geq 3.5$ , CAC  $\leq 800$   
ความเสี่ยง & Mitigation: ฤดูกาล, ชัฟฟลาย → แผนสำรองสต็อก

# บทสรุป

- เป้าหมาย: เพิ่ม ROI ของแผนกลยุทธ์, ลดความเสี่ยงการตัดสินใจ, สร้างความได้เปรียบยั่งยืน
- ตัวชี้วัดแนะนำ: ROI/ROAS, Payback Period, Win Rate กลยุทธ์, Time-to-Decision, Experiment Success Rate
- วิธีใช้: เปิดด้วย “โจทย์ธุรกิจ/ข้อจำกัด” → ใช้ prompt วิเคราะห์/ออกแบบทางเลือก → คัดเลือกด้วยเกณฑ์ผลกระทบ×ทำได้จริง → ตั้งทดลองและ SLO
- คู่มือกันพลาด: แยก “ข้อเท็จจริง vs สมมติฐาน”, เก็บหลักฐานเพิ่มตามแผน, ใส่เกณฑ์คอมพลาไย/วัฒนธรรมองค์กรก่อนปล่อย