

ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย
ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและราคากลาง (ราคาอ้างอิง)
ในการจัดซื้อจัดจ้างที่มีช่างงานก่อสร้าง

1. ชื่อโครงการ /หน่วยงานเจ้าของโครงการ การจ้างผู้ให้บริการโครงการสื่อสารแบรนด์และสื่อสารการตลาดของ ธสน ฝ่ายส่งเสริมภาพลักษณ์และสื่อสารองค์กร
2. วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร 35,000,000 บาท (สามสิบล้านบาทถ้วน)
3. วันที่กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) 19 เมษายน 2565
35,000,000 บาท (สามสิบล้านบาทถ้วน)
4. แหล่งที่มาของราคากลาง (ราคาอ้างอิง) ใช้ราคาทีสืบจากผู้ให้บริการ จำนวน 3 ราย
 - บริษัท เดนทส์ เอ็กซ์ (ประเทศไทย) จำกัด
 - บริษัท ทีบีดับบลิวเอ (ประเทศไทย) จำกัด
 - บริษัท ไอพีจี แอดเวอไทซิง (ประเทศไทย) จำกัด สาขาอินชิตีฟ
5. รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) ทุกคน
 - 5.1 นายเดชา ปริญญาสุข ผู้ช่วยผู้บริหารฝ่ายธุรการ
 - 5.2 นายธัญวัชร มานัสธีร์กุล ผู้บริหารส่วนกิจกรรมการตลาด ฝ่าย สส.
 - 5.3 นางสาวไพลิน แซ่เล่า ผู้ช่วยผู้บริหารส่วนผลิตสื่อ ฝ่าย สส.



ผนวก 1

ขอบเขตการดำเนินงาน

การจ้างผู้ให้บริการโครงการสื่อสารแบรนด์และสื่อสารการตลาด ของธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย (ธสน.)

ผู้เสนอราคาต้องเสนอบริการโครงการสื่อสารแบรนด์และสื่อสารการตลาดของ ธสน. ตามขอบเขตงานและรายละเอียดของการดำเนินงานเบื้องต้น ดังนี้

1. บริหารจัดการโครงการ

1.1 จัดทำแผนโครงการ (Project Plan) ซึ่งกำหนดขั้นตอนและรายละเอียดในการดำเนินงานรวมถึงรายละเอียดของระยะเวลา เครื่องมือที่ใช้ และผู้เกี่ยวข้องที่สำคัญในแต่ละขั้นตอนการดำเนินงานโครงการสื่อสารแบรนด์และสื่อสารการตลาดของ ธสน.

1.2 ทำหน้าที่บริหารโครงการ รวมถึงเข้าร่วมการประชุมร่วมกับผู้บริหารและ/หรือเจ้าหน้าที่ของธนาคาร เพื่อสร้างความเข้าใจและนำเสนอรายงานความก้าวหน้าของโครงการให้ธนาคารทราบเป็นประจำทุกเดือน

1.3 ประสานงานกับหน่วยงานทั้งภายในและภายนอกธนาคารที่เกี่ยวข้องกับโครงการสื่อสารแบรนด์และสื่อสารการตลาดของ ธสน. เพื่อให้การดำเนินโครงการสำเร็จลุล่วงในกรอบระยะเวลาที่กำหนด

1.4 ให้คำปรึกษา ข้อเสนอแนะ ตอบข้อซักถาม แก้ไขปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นในระหว่างการทำงาน เพื่อให้โครงการสื่อสารแบรนด์และสื่อสารการตลาดของ ธสน. สำเร็จลุล่วงในกรอบระยะเวลาที่กำหนด

2. ศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อกำหนด Brand Positioning ของ ธสน.

2.1 ศึกษาข้อมูลภายในองค์กร ปัจจัยที่สำคัญในการสื่อสาร โดยรวบรวมและวิจัยข้อมูลที่เป็น เพื่อทำความเข้าใจและวิเคราะห์การรับรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับแบรนด์ จุดเด่น คุณค่าหลัก และตัวตนของแบรนด์ เพื่อให้สามารถนำไปใช้ในการจัดทำแผนกลยุทธ์การสื่อสารองค์กรและสื่อสารการตลาดได้อย่างสอดคล้องเหมาะสมในยุค Next Normal

2.2 สัมภาษณ์หรือศึกษาข้อมูลผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับนโยบายการสื่อสารองค์กรและสื่อสารการตลาดในระดับต่าง ๆ ทั้งภายในหรือภายนอกองค์กร เพื่อวิเคราะห์ปัจจัย การรับรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับแบรนด์ จุดเด่น คุณค่าหลัก และตัวตนของแบรนด์

2.3 วิเคราะห์แนวโน้มและทิศทางด้านภาพลักษณ์องค์กร เพื่อศึกษาแนวโน้มการออกแบบและการรับรู้ข่าวสารของสังคม อาทิ กรณีศึกษาการสื่อสารของหน่วยงานภาครัฐหรือเอกชนที่ใกล้เคียงกับ ธสน. เทรนด์การสื่อสารแบรนด์และสื่อสารการตลาด รวมถึงการออกแบบที่น่าสนใจและเกี่ยวข้องกับโครงการ การสื่อสารและการออกแบบของสถาบันการเงิน

2.4 จากข้อ 2.1-2.3 จัดทำรายงานสรุป Brand Positioning ของ ธสน. โดยสอดคล้องกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและอัตลักษณ์ของ ธสน.

3. จัดทำกลยุทธ์และแผนการสื่อสารองค์กรและสื่อสารการตลาด

3.1 กำหนดกลยุทธ์หลักและองค์ประกอบของภาพลักษณ์ ธสน. เพื่อนำไปสู่การสร้างแบรนด์ ธสน. ที่แตกต่างโดดเด่น และมีคุณค่าต่อสังคม

3.2 จัดทำแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการด้านการสื่อสารแบรนด์ ปี 2565 โดยครอบคลุมแนวทางการสื่อสารภายในและภายนอกองค์กร

3.3 จัดทำแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการด้านการสื่อสารการตลาด ปี 2565 โดยครอบคลุมการสื่อสารผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียของ ธสน. ประกอบด้วย Facebook Page, YouTube และ Line@

3.4 กำหนดกลยุทธ์การสื่อสารผ่านโซเชียลมีเดีย โดยสอดคล้องกับข้อ 3.2 และ 3.3 โดยรวมถึงการบริหารจัดการ ผลิต และชื่อโฆษณาทางโซเชียลมีเดียของ ธสน. ดังนี้

3.4.1 Facebook Page "EXIM Bank of Thailand" และ "ดร.รักษ วรรกิจโกศาทร"

3.4.1.1 วางแผนและกำหนดงบประมาณการโฆษณา พร้อมทั้งชื่อมีเดีย (โฆษณา) ของโพสต์ประจำสัปดาห์ หรือโพสต์ที่ ธสน. เป็นผู้กำหนด โดยต้องมีภาพรวมผลการดำเนินงานแต่ละเพจในปี 2565 ดังนี้

(1) จำนวนผู้ติดตาม Facebook Page ใหม่ (New Followers) "EXIM Bank of Thailand"

ไม่น้อยกว่า 12,000 คน และ "ดร.รักษ วรรกิจโกศาทร" ไม่น้อยกว่า 2,000 คน

(2) จำนวนผู้มีส่วนร่วมของ Facebook Page (Engagement) ไม่น้อยกว่า 1,500,000 ครั้ง

(3) จำนวนผู้เห็นโพสต์ของ Facebook Page (Reach) อย่างน้อย 12,000,000 คน

3.4.1.2 ออกแบบภาพประกอบ (Single Photo, Album Photo) /ภาพเคลื่อนไหว (VDO Motion) พร้อมเสียงประกอบ ได้อย่างสวยงามทันสมัย และน่าสนใจสำหรับกลุ่มเป้าหมายและสาธารณชนทั่วไป โดยออกแบบตามเนื้อหาที่ ธสน. เป็นผู้กำหนด และเผยแพร่บน Facebook Page ของแต่ละเพจ ได้ทันกำหนดเวลาตามแผนงาน จำนวนเพจจะอย่างน้อย 1 ชิ้นต่อสัปดาห์

3.4.1.3 จัดทำภาพ Cover Photo/Profile Photo/ภาพ Page Like Ads และหรือภาพอื่น ๆ บน Facebook Page (ถ้ามี) เพื่อให้ผลภาพรวมการดำเนินงานของแต่ละเพจเป็นไปตามขอบเขตงานที่ธนาคารกำหนด

3.4.1.4 บริหารจัดการดูแลพฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้ติดตาม Facebook Page รวมทั้งตอบคำถามในเบื้องต้นตามแนวทางการตอบคำถามที่ ธสน. กำหนดให้ และตอบข้อซักถาม แก้ไขปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ในระหว่างการดำเนินงานทุกวัน (วันจันทร์-อาทิตย์) เวลา 9.00-18.00 น. เป็นอย่างน้อย

3.4.1.5 จัดทำกิจกรรมบน Facebook Page "EXIM Bank of Thailand" อย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง

3.4.1.6 จัดทำรายงานและวิเคราะห์ผลการชื่อมีเดีย (โฆษณา) สรุปการจัดทำและบริหารจัดการ Facebook Page "EXIM Bank of Thailand" และ "ดร.รักษ วรรกิจโกศาทร" ให้แก่ ธสน. ทุกเดือน รวมถึงบริหารจัดการความเสี่ยงด้านชื่อเสียงของ ธสน. อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นมืออาชีพ พร้อมข้อเสนอแนะ

3.4.2 Line OA "EXIM Thailand"

3.4.2.1 ออกแบบและจัดทำภาพประกอบ (Rich Message, Card Message) /ภาพเคลื่อนไหว (VDO Motion) พร้อมเสียงประกอบ ได้อย่างสวยงามทันสมัย และน่าสนใจสำหรับผู้ติดตาม และกลุ่มเป้าหมาย โดยออกแบบตามเนื้อหาที่ ธสน. เป็นผู้กำหนด เผยแพร่ผ่าน Line OA ได้ทันกำหนดเวลาตามแผนงาน จำนวนอย่างน้อย 1 ชิ้น

ต่อสัปดาห์ รวมถึงออกแบบและจัดทำภาพ Rich Menu บริการทางการเงิน ข้อมูลความรู้ หรือ โปรโมชันของ ธสน. เป็นต้น พร้อมเชื่อมโยงเมนูบริการไปยัง www.exim.go.th ตามที่ ธสน. เป็นผู้กำหนด จำนวนอย่างน้อย 1 ครั้ง

3.4.2.2 เผยแพร่ข้อมูลประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์และบริการ (Broadcast) ไปยังผู้ติดตามที่บัญชียัง Active อยู่บน Line OA ของ ธสน. ตลอดระยะเวลาโครงการ ทั้งนี้ ธสน. มีจำนวน Broadcast ขึ้นต่ำเดือนละ 35,000 ครั้ง

3.4.2.3 บริหารจัดการดูแลพฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้ติดตาม และดูแลผู้ติดตามบัญชี Line OA ธสน. ทุกวัน (วันจันทร์-อาทิตย์) รวมทั้งตอบคำถามในเบื้องต้นตามแนวทางการตอบคำถามที่ ธสน. กำหนดให้ และตอบข้อซักถาม แก้ไขปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นในระหว่างการทำดำเนินงาน (ถ้ามี)

3.4.2.4 จัดทำรายงานรายเดือนสรุปการจัดทำและบริหารจัดการ Line OA ของ ธสน. รวมถึงบริหารจัดการความเสี่ยงด้านชื่อเสียงของ ธสน. อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นมืออาชีพ พร้อมข้อเสนอแนะ

3.4.3 YouTube Channel "EXIM Bank of Thailand"

3.4.3.1 ผลิตคลิปวิดีโอ (รูปแบบ Viral Clip, Motion Graphic หรือสกริปข่าว) จำนวนอย่างน้อย 4 ชิ้น ความยาวประมาณ 3-5 นาที เพื่อประชาสัมพันธ์บทบาทหน้าที่และบริการของ ธสน. บทสัมภาษณ์ผู้บริหาร ธนาคาร หรือลูกค้าธนาคาร ข้อมูลความรู้ด้านการส่งออกและการลงทุนในต่างประเทศ ใดๆ โดยอย่างหนึ่ง ได้อย่างน่าสนใจ และเผยแพร่ในวันที่ ธสน. กำหนด

3.4.3.2 ชื่อโฆษณาคลิปวิดีโออย่างน้อย จำนวน 4 คลิป เพื่อสร้างการรับรู้และเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยมีจำนวนการรับชมไม่ต่ำกว่า 80,000 การรับชมต่อคลิป โดย ธสน. จะพิจารณาเลือกคลิปวิดีโอที่เห็นควรโปรโมท

3.4.3.3 จัดทำรายงานสรุปผลการโปรโมทคลิปวิดีโอที่เผยแพร่บน YouTube Channel

3.4.4 ภาพยนตร์โฆษณาทางออนไลน์ ผลิตภาพยนตร์โฆษณารีวิววิดีโอทัศน์ สำหรับเผยแพร่ทางออนไลน์ ความยาวประมาณ 1-3 นาที คุณภาพของระบบเสียงและภาพต้องมีความละเอียดสูง (HD) เผยแพร่บน Facebook Page และ YouTube Channel ของ ธสน. ซึ่งต้องสามารถสร้างการรับรู้และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้จำนวนการเข้าชมอย่างน้อยช่องทางละ 2,000,000 การเข้าชมต่อเรื่อง และเผยแพร่บนโซเชียลมีเดียอื่น ๆ ตามเหมาะสม

3.4.5 สื่อออนไลน์อื่น ๆ ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ รวมถึงชื่อโฆษณาผ่านช่องทางออนไลน์ ตามความเหมาะสม

3.5 ปรับปรุงคู่มืออัตลักษณ์องค์กร (Corporate Identity: CI) ของ ธสน.

4. จัดกิจกรรมพิเศษ

จัดกิจกรรมเปิดตัวการสื่อสารแบรนด์และสื่อสารการตลาดของ ธสน. จำนวน 1 ครั้ง โดยกิจกรรมประกอบด้วย

4.1 จัดกิจกรรม ณ โรงแรม ระดับไม่ต่ำกว่า 4 ดาว หรือห้างสรรพสินค้าหรือสถานที่จัดงานที่สอดคล้องกับภาพลักษณ์ใหม่และมีความสะดวกสบายในกรุงเทพมหานครหรือสถานที่อื่นใดที่ ธสน. กำหนด โดยจัดการประชุมหรือถ่ายทอดสดทางออนไลน์ควบคู่ไปด้วย ผู้เข้าร่วมงานไม่น้อยกว่า 500 คน

4.2 บริหารการจัดกิจกรรม เช่น ผู้ดำเนินรายการที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก ออกแบบและจัดทำ Backdrop เวที เจ้าหน้าที่จัดงาน ระบบแสง สี เสียง ภาพ และอื่น ๆ ตามความเหมาะสม

4.3 จัดเลี้ยงอาหารและเครื่องดื่มสำหรับผู้ร่วมงานและสื่อมวลชน ณ สถานที่จัดงาน จำนวนประมาณ 300-500 คน

- 4.4 ดำเนินการเชิญผู้ร่วมงานตามที่ ฐสน. เห็นชอบในรูปแบบ E-card หรืออื่นใดตามเหมาะสม
- 4.5 จัดหาของที่ระลึกที่สื่อสารถึงภาพลักษณ์องค์กร จำนวนไม่น้อยกว่า 500 ชิ้น
- 4.6 ดำเนินการประชาสัมพันธ์กิจกรรมผ่านสื่อต่าง ๆ

5. การสรุปผลการดำเนินงานและการปรับปรุง/จัดทำแผนฯ ปี 2566

- 5.1 จัดทำสรุปผลการดำเนินงาน ผลสำเร็จของโครงการ
- 5.2 วิเคราะห์ผลการศึกษาวิจัยและข้อมูลที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดแผนกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของธนาคารที่เหมาะสม รวมทั้งเชื่อมโยงสอดคล้องกับแผนกลยุทธ์การสื่อสารองค์กรของ ฐสน.
- 5.3 จัดทำแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการ ปี 2566
 - 5.3.1 ด้านการสื่อสารแบรนด์ของ ฐสน.
 - 5.3.2 ด้านการสื่อสารการตลาดของ ฐสน.
- 5.4 เสนอแนะกรอบและวิธีการวัดผลการสื่อสารการตลาดที่มีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับแผนกลยุทธ์ที่ธนาคารเห็นชอบ โดยสอดคล้องกับบริบทของ ฐสน. และเทรนด์การสื่อสารของโลกในปัจจุบัน

6. ระยะเวลาดำเนินการ

ดำเนินการแล้วเสร็จภายในเดือนมกราคม 2566

ทั้งนี้ ในทุกข้อของการดำเนินโครงการให้ผู้เสนอราคานำเสนอผลการดำเนินงานต่อผู้บริหารและ/หรือเจ้าหน้าที่ของ ฐสน. เป็นประจำทุกเดือน (ข้อ 1.2) และจัดทำรายงานสรุปรายเดือนให้ ฐสน. ทราบ

