

ขอบเขตงานจ้าง (Term of Reference : TOR)

โครงการจ้างบริหารจัดการการตลาดดิจิทัล สำหรับแคมเปญรับสมัครนิสิตปีการศึกษา 2564

1. ความเป็นมา/ หลักการและเหตุผล

เนื่องด้วยแผนการตลาดดิจิทัลและสื่อสารองค์กร ภายใต้สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจ ศศินทร์ แห่ง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้ดำเนินการใช้กลยุทธ์สื่อสารโดยทำการตลาดแบบดิจิทัล (Digital Marketing) ที่ผ่านมานั้นได้ผลตอบรับที่ดี มีประสิทธิภาพในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Effective) และรวดเร็ว (Real Time) สถาบันฯ ได้สร้างการรับรู้ผ่านสื่อออนไลน์ (Online) ส่งผลให้เกิดฐานข้อมูลและเครือข่ายผู้สนใจศึกษาหาข้อมูลของสถาบันฯ อย่างต่อเนื่อง โดยใช้โฆษณาออนไลน์ ซึ่งเป็นช่องทางหลักในการเผยแพร่ ได้ประชาสัมพันธ์ หลักสูตรต่างๆและกิจกรรม ของสถาบันฯ เชื่อมโยงมายังเว็บไซต์และหน้าแลนดิง (Website and Landing pages) สถาบันฯ ด้วยการทำการตลาดบน digital platform และ social media ต่างๆ ซึ่งทำให้สถาบันฯ เป็นที่รู้จักของผู้ที่สนใจสมัครเรียนหลักสูตรต่างๆและผู้สนใจด้านการเสริมความรู้ หรือพัฒนาทักษะของตนเองให้ทันยุค

ดังนั้นเพื่อเป็นการรักษาและขยายฐานของกลุ่มผู้ที่สนใจสมัครเรียนที่สถาบันฯ จึงได้จัดทำโครงการบริหารจัดการการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing) และสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ของสถาบันฯประจำปีงบประมาณ 2563

2. วัตถุประสงค์

2.1 กระตุ้นการทำการตลาดในรูปแบบเชิงรุก สร้างความสนใจให้กับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้มุ่งมาสู่เป้าหมายเดียว คือการเพิ่มนิสิตให้สมัครเรียนที่สถาบันฯ ตามภาพประกอบเป็นลักษณะรูปกรวยดัดข้างล่าง เนื่องจากระยะเวลาการค้นหาข้อมูล การเตรียมตัวและการตัดสินใจสมัครเรียนใช้เวลานาน จึงไม่สามารถใช้การวัดจากการสมัคร หรือการลงทะเบียนการสมัครได้แบบร้อยละ ดังนั้นผู้รับจ้างสามารถนำเสนอแนะมาตรการเพิ่มเติมเกี่ยวกับการประเมินการวัดผล ซึ่งครอบคลุมประเด็นข้างต้น

2.2 เพื่อสร้างการรับรู้และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของสถาบันฯ ผ่านสื่อการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing) และสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media)

2.3 เพื่อสร้างการรับรู้ข้อมูลหลักสูตรทั้งหลายและสิ่งที่สถาบันฯให้บริการ

2.4 เพื่อเพิ่มการมีส่วนร่วมและความชอบต่อตราสินค้า

2.5 เพื่อกระตุ้นการสร้าง Leads โดยการดาวน์โหลดโบรชัวร์ การสมัครเข้าร่วมกิจกรรมแนะนำหลักสูตร เพื่อนำไปสู่การสมัครเรียนในหลักสูตรของสถาบันฯ



3. คุณสมบัติของผู้เสนอราคา

3.1 มีความสามารถตามกฎหมาย ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย และไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

3.2 ก่อตั้งบริษัทมาขั้นต่ำ 3 ปี เป็นผู้ที่มีอาชีพ มีทักษะ มีประสบการณ์ในการใช้สื่อดิจิทัลในเชิงพาณิชย์และ
การใช้แพลตฟอร์มโฆษณาหลายปี อีกทั้งมีประสบการณ์ในการใช้แคมเปญโฆษณาดิจิทัลอย่างน้อย 100 รายการ
และการอ้างอิงในส่วนของผลงาน

3.4 มีความรู้ภาษาอังกฤษ (ทั้งพูดและเขียน) มีความเข้าใจด้านวัฒนธรรมของประเทศไทย ระบบการศึกษา
ในระดับอุดมศึกษา

3.5 มีความเชี่ยวชาญในการกำหนดเป้าหมาย (target) การกำหนดเป้าหมายใหม่ (re-targeting) และการ
โฆษณาผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ของ LinkedIn, Twitter, Taboola, Facebook และแพลตฟอร์มของ Google
ได้เป็นอย่างดี อีกทั้งสามารถใช้ Supermetrics และ Google Data Studio เพื่อการรายงานประจำวันแบบ
อัตโนมัติได้เป็นอย่างดี

3.6 ได้รับการฝึกอบรมจาก Google Analytics พร้อมด้วยประสบการณ์และความสามารถในการอธิบาย ถึง
ผลและการวิเคราะห์ของ GA ได้อย่างชัดเจนและกระชับเป็นภาษาอังกฤษ ทั้งนี้ต้องมีความรู้ในเชิงลึกเกี่ยวกับช่อง
ทางการลงสื่อและใช้งานในทางปฏิบัติของแพลตฟอร์มดิจิทัลต่างๆ อีกทั้งต้องมีทักษะในการใช้งาน ระบบ
CRM (Customer Relationship Management)

3.7 มีประสบการณ์ในการทำตลาดดิจิทัลสำหรับลูกค้าทางการศึกษา และการทำรายงานเกี่ยวกับ
ประสิทธิภาพของโฆษณา

3.8 ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาล
ของผู้เสนอราคาได้มีคำสั่งให้สละสิทธิ์และคุ้มกันเช่นนั้น

3.9 ไม่เคยกระทำความผิดทางกฎหมาย ไม่ว่ากรณีใดๆ

4.ขอบเขตของงานจ้าง

4.1 การวางแผน / การดำเนินการ

4.1.1 เสนอแผนการโฆษณา (Media Plan) การโฆษณาให้เสนอแผนดังกล่าว ภายใน 3 วัน หลังจากเซ็นสัญญา ซึ่งต้องเป็นแผนที่สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามผลการโฆษณา ตามวันและเวลาที่สถาบันฯ กำหนด โดยวางแผนสื่อโฆษณาสำหรับโปรแกรมการศึกษาที่กำหนดโดยแผนการตลาดดิจิทัล และสื่อสารองค์กร

4.1.2 ดำเนินการตามแผน TOR (พัฒนากลยุทธ์การตลาด การกำหนดเป้าหมาย การจัดสรรงบประมาณ ลงสื่อ โดยประชุมปรึกษาในเชิงลึกกับสถาบันฯ ในหัวข้อแผนการโฆษณา แผนการประเมินผล การปรับการกำหนดเป้าหมาย และการใช้สื่อ) ตามที่ตกลงร่วมกันกับสถาบันฯ ตลอดอายุสัญญา โดยงบประมาณของสื่อการตลาดดิจิทัล จะได้รับการจัดสรร (และจัดสรรใหม่) ในลักษณะที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด ในช่องทางออนไลน์ที่มีอยู่ตามความเหมาะสม โดยเริ่มลงโฆษณาภายในวันที่ 18 พฤษภาคม 2563

4.1.3 ดำเนินการวัดประสิทธิภาพจะวัดโดย cost per action เช่นการคลิก การดาวน์โหลด การลงทะเบียนและกิจกรรมอื่น ๆ ตามความเหมาะสมและตามที่ได้ปรึกษาหารือ และจัดทำและส่งรายงานเอกสาร ตามที่ร่วมตกลงกันกับสถาบันฯ ทั้งนี้ผลลัพธ์ต้องแสดงการเติบโตที่เพิ่มขึ้น และต้นทุนที่ลดลง (decreasing cost per action)

หมายเหตุ: เนื้อหาเชิงสร้างสรรค์ (การโฆษณาออนไลน์ การถ่ายภาพนิ่งวิดีโอคลิปภาพเคลื่อนไหว ฯลฯ) ไม่ใช่ส่วนหนึ่งของสัญญานี้และจะได้รับการออกแบบโดยสถาบันฯ

4.1.4 ดำเนินการเข้าถึงเป้าหมายที่สถาบันฯ กำหนดอย่างมีประสิทธิภาพ โดยสามารถอธิบายการดำเนินการและทำงานร่วมกับสถาบันฯ เพื่อให้คำแนะนำ ปรึกษาหารือ ตามที่สถาบันฯ กำหนด

4.1.5 เลือกตัวแปรการกำหนดเป้าหมายที่เกี่ยวข้อง (ตามคำอธิบายของสถาบันฯ สำหรับผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย) จากผู้ที่มีอยู่ในช่องทางการตลาดดิจิทัลแต่ละช่องทาง และดำเนินการกำหนดเป้าหมายที่มีประสิทธิภาพที่สุด

4.1.6 กำหนด และปรับปรุงกลุ่มเป้าหมายให้มีประสิทธิภาพตามที่ระบุไว้ข้างต้น

4.2 จัดทำและจัดส่งมอบข้อมูลเป็นรายงานเอกสารให้สถาบันฯ

4.2.1 จัดทำและจัดส่งมอบข้อมูลเป็นรายงานเอกสารให้สถาบันฯ ในหัวข้อ ผลการวิเคราะห์สื่อ (Media Performance) ประจำทุกเดือน เป็นภาษาอังกฤษ ซึ่งประกอบด้วยรายงานเอกสารประสิทธิภาพของสื่อ ผ่านทาง Google Data Studio ทุกวัน โดยใช้แดชบอร์ดแบบออนไลน์ (online dashboard) ที่ใช้งานง่ายสามารถเข้าถึงได้ตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่งประกอบด้วยช่องทางการแสดงผลจำนวนคลิก CTR และ CPC Leads (Total leads, Conversion rate และ Cost per lead) ค่าใช้จ่าย การลงทะเบียนในการจัดกิจกรรมแนะนำหลักสูตรและการประเมินประสิทธิภาพสื่อ (CPL และ Budget) พร้อมกับข้อเสนอแนะซึ่งครอบคลุมถึง แคมเปญโฆษณา รูปแบบโฆษณาช่อง ฯลฯ และมุ่งเป้าไปที่การปรับปรุงคุณภาพของสถาบันฯ และส่งเสริมการตลาดดิจิทัลของสถาบันฯ

4.2.2 จัดทำรายงานเป็นรูปแบบการประชุมแบบเผชิญหน้า ที่สถาบันฯ เป็นภาษาอังกฤษ ประจำทุก 2 สัปดาห์

4.2.3 จัดเตรียมรายงานเพิ่มเติมตามที่ลูกค้าร้องขอเป็นครั้งคราว

4.2.4 จัดเตรียมรายงานสรุปผลการวางสื่อทั้งโครงการเมื่อเสร็จสิ้นโครงการตามที่ผู้ว่าจ้างได้กำหนดไว้

5. ระยะเวลาดำเนินการ

15 พฤษภาคม 2563 – 30 กันยายน 2563

6. งบประมาณโครงการ

2,000,000 บาท (สองล้านบาทถ้วน) ราคานี้รวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว

7. การส่งมอบงาน กำหนดส่งมอบ 3 งวด มีรายละเอียด ดังนี้

ผู้รับจ้างต้องส่งมอบงานและเอกสารเป็นภาษาอังกฤษทั้งหมดจำนวน 3 ชุด พร้อมไฟล์อิเล็กทรอนิกส์จำนวน 1 ชุด ตามที่ตกลงไว้และผ่านความเห็นชอบของคณะกรรมการตรวจรับงาน

งวดที่ 1 ผู้รับจ้างต้องส่งมอบงานภายใน 3 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา ดังนี้

1.1 แผนการโฆษณา (Media Plan)

1.2 โครงสร้างหน้าที่ได้รับมอบหมายและรายชื่อผู้รับผิดชอบในแต่ละส่วนงานของผู้รับจ้าง

งวดที่ 2 ผู้รับจ้างต้องส่งมอบงานภายใน 9 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา ดังนี้

2.1 จัดส่งมอบรายงานเอกสารเป็นภาษาอังกฤษในหัวข้อ ผลการวางสื่อและการวิเคราะห์สื่อทั้งโครงการ รวมทั้งเมื่อเสร็จสิ้นโครงการตามที่คุณว่าจ้างได้กำหนดไว้ (Media Performance) ประจำทุกสัปดาห์ และทุกสิ้นเดือน โดยเริ่มตั้งแต่เดือนที่ลงโฆษณา

2.2 ให้อายอดประสิทธิภาพของสื่อผ่านทาง Google Data Studio ทุกวันโดยใช้แดชบอร์ดออนไลน์ซึ่งสามารถเข้าถึงได้ตลอด 24 ชั่วโมง

2.3 รายงานอย่างต่อเนื่องถึงทิศทางตามผลที่ได้พร้อมข้อเสนอแนะตามข้อ 2.1

2.4 รายงานเป็นรูปแบบการประชุมแบบจัดทำรายงานเป็นการประชุมเป็นภาษาอังกฤษ โดยประชุมแบบเผชิญหน้า ที่สถาบันฯ ทุก 2 สัปดาห์ ตามวันและเวลาที่สถาบันฯ กำหนด

งวดที่ 3 ผู้รับจ้างต้องส่งมอบงานภายใน 95 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา ดังนี้

3.1 จัดส่งรายงานเอกสารสรุปเป็นภาษาอังกฤษในหัวข้อผลการวางสื่อและการวิเคราะห์สื่อทั้งโครงการ (Media Performance)

อนึ่งการส่งมอบงานในแต่ละงวด ผู้รับจ้างต้องทำหนังสือส่งมอบงานโดยจะต้องระบุเลขที่สัญญาและชื่อโครงการนำส่งต่อประธานกรรมการตรวจรับ ทั้งนี้หากวันครบกำหนดการส่งมอบงานข้างต้นตรงกับวันหยุดราชการ ให้ถือวันทำการถัดไปเป็นวันครบกำหนดตามสัญญา

8. วิธีการชำระเงิน

งวดที่ 1 ร้อยละ 15 ของวงเงินตามสัญญาจ้าง ชำระเมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานงวดที่ 1 โดยผ่านความเห็นชอบของคณะกรรมการตรวจรับงานแล้ว

งวดที่ 2 ร้อยละ 50 ของวงเงินตามสัญญาจ้าง ชำระเมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานงวดที่ 2 โดยผ่านความเห็นชอบของคณะกรรมการตรวจรับงานแล้ว

งวดที่ 3 ร้อยละ 35 ของวงเงินตามสัญญาจ้าง ชำระเมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานงวดที่ 3 โดยผ่านความเห็นชอบของคณะกรรมการตรวจรับงานแล้ว

9.สถานที่สำหรับการส่งมอบ

สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจ ศศินทร์ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ซอยจุฬาฯ 12 ถนนพญาไท เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330

10. เกณฑ์การคัดเลือก ผู้รับจ้าง

ลำดับ	เกณฑ์การพิจารณา	น้ำหนักการให้คะแนน	คะแนนเต็ม
1.	เกณฑ์ราคา	20%	100 คะแนน
2	เกณฑ์คุณภาพ	80%	100 คะแนน
	เข้าใจความต้องการของลูกค้าอย่างชัดเจน และมีความสามารถให้คำปรึกษา/ คำแนะนำ		15 คะแนน
	เสนอแผนการลงสื่อ (Media Plan) โดยสังเขป		25 คะแนน
	Professionalism ประสบการณ์ด้านการตลาดเพื่อการศึกษาที่ดีเยี่ยม และการอ้างอิง		25 คะแนน
	การแสดงผล (Report) และการสามารถเข้าถึงรายละเอียดผลงาน (Performance data) ได้ง่าย		20 คะแนน
	ความสามารถในการอธิบายได้ชัดเจนในภาษาอังกฤษ		15 คะแนน

10.1 ผู้ยื่นข้อเสนอส่งมอบเอกสารด้านคุณภาพทั้งหมดที่เป็นต้นฉบับจำนวน 1 ชุด ลงลายมือผู้มีอำนาจลงนาม พร้อมประทับตรา (ถ้ามี) อย่างถูกต้องครบถ้วนทุกหน้า ณ สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจ ศศินทร์ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ชั้น.... ห้อง..... ในวัน.....เวลา.....โดยไม่ต้อง Upload เอกสารนำเสนอผ่านระบบจัดซื้อจัดจ้างการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐ (E-bidding) สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่.....

10.2 ผู้เสนอต้องจัดเตรียมอุปกรณ์ อาทิเช่น คอมพิวเตอร์ (Notebook) สัญญาณอินเทอร์เน็ต รวมถึงอุปกรณ์อื่นที่จำเป็น สำหรับการเสนอรายละเอียดด้านเกณฑ์คุณภาพต่อคณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาราคาอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐ (E-bidding) ณ สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจ ศศินทร์ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ชั้น.... ห้อง..... ในวัน.....เวลา..... เป็นต้นไป

10.3 คณะกรรมการพิจารณาราคาเฉพาะผู้เสนอราคาที่ผ่านมาเกณฑ์การพิจารณาด้านคุณภาพที่มีคะแนนรวมสูงสุดเท่านั้น

11. ขอสงวนสิทธิของสถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจ ศศินทร์ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ในกรณีที่สถาบันฯมีความจำเป็นไม่อาจทำสัญญาจ้างตามที่ได้ประกาศลงหรือมีเหตุจำเป็นอื่นๆ ที่เป็นอุปสรรคซึ่งทำให้ไม่สามารถดำเนินการจ้างเหมาได้ ให้ถือว่าเป็นอันยกเลิกไป ผู้เสนอราคาไม่มีสิทธิโต้แย้งและเรียกร้องค่าเสียหายใดๆ

12. สิทธิและลิขสิทธิ์

12.1 สิทธิและทรัพย์สินทางปัญญาของชุดคำสั่ง (Source Program) ข้อมูล เอกสารและสิ่งอื่นให้ซึ่งผู้รับจ้างได้จัดทำขึ้นภายใต้โครงการนี้ให้ตกเป็นของสถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจ ศศินทร์ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย รวมทั้งให้ถือเป็นความลับและจะส่งมอบให้แก่สถาบันฯเมื่อสิ้นสุดระยะเวลาดำเนินการ สถาบันฯสามารถนำไปใช้ซ้ำหรือดัดแปลงแก้ไขเพื่อให้การโฆษณา ประชาสัมพันธ์และใช้ในกิจกรรมต่างๆของสถาบันฯ โดยไม่กำหนดระยะเวลา และผู้รับจ้างไม่สามารถนำชิ้นงานบางส่วน หรือทั้งหมดไปเผยแพร่ หรือทำซ้ำด้วยตนเอง หรือมอบให้ผู้อื่นดำเนินการ ไม่สามารถกระทำได้ เว้นแต่จะได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรจากสถาบันฯ เท่านั้น

12.2 ตัวอักษร บทความและภาพประกอบ หากมีผู้เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์หรือสิทธิบัตร ผู้รับจ้างต้องดำเนินการให้ สถาบันฯได้รับสิทธิโดยชอบในการขอใช้ข้อมูลดังกล่าว และต้องรับผิดชอบในกรณีที่มีการกล่าวหาฟ้องร้องและเรียกร้องค่าเสียหายใดๆ จากเจ้าของลิขสิทธิ์หรือสิทธิบัตร

13. หน่วยงานที่รับผิดชอบและผู้ประสานงาน

แผนกการตลาดดิจิทัลและสื่อสารองค์กร สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจ ศศินทร์ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

อีเมลแอดเดรส : Vararat.vongprateep@sasin.edu และ marketing@sasin.edu

13.1 นางสาวศุภกานดา ทองบุญรอด

หัวหน้าแผนกการตลาดดิจิทัลและสื่อสารองค์กร

13.2 นางสาวพรภัทร ทองสนธิ

เจ้าหน้าที่แผนกการตลาดดิจิทัลและสื่อสารองค์กร

13.3 นางสาววรรัตน์ วงศ์ประทีป

เจ้าหน้าที่แผนกการตลาดดิจิทัลและสื่อสารองค์กร

13.4 นางสาวปิยะวรรณ ศรีอ่อนจันทร์

เจ้าหน้าที่แผนกการตลาดดิจิทัลและสื่อสารองค์กร