

แสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและราคากลาง (ราคาอ้างอิง)
ในการจัดซื้อจัดจ้างที่มีใช้งานก่อสร้าง

1. ชื่อโครงการ การจัดจ้างโฆษณาประชาสัมพันธ์และวางแผนกลยุทธ์ผ่านสื่อดิจิทัล มาร์เก็ตติ้ง ในช่องทาง Google (SEM) และ Facebook ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ / หน่วยงานเจ้าของโครงการ ฝ่ายสื่อสารองค์กร ธนาคารอาคารสงเคราะห์

2. วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร 3,500,000.-บาท (-สามล้านห้าแสนบาทถ้วน-)

3. วันที่กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) 28 ส.ย. 2565

- การจัดจ้างโฆษณาประชาสัมพันธ์และวางแผนกลยุทธ์ผ่านสื่อดิจิทัล มาร์เก็ตติ้ง ในช่องทาง Google (SEM) และ Facebook ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ เป็นเงิน 3,445,400.-บาท (-สามล้านสี่แสนสี่หมื่นห้าพันสี่ร้อยบาทถ้วน-)

4. แหล่งที่มาของราคากลาง (ราคาอ้างอิง)

พิจารณาตามข้อบังคับธนาคารฯ ฉบับที่ 80 การจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุที่เกี่ยวข้องกับการพาณิชย์โดยตรง พ.ศ. 2561 ซึ่งกำหนดการพิจารณาราคากลางตามลำดับไว้จำนวน 6 ลำดับ ดังต่อไปนี้

- (1) ราคาที่ได้มาจากการคำนวณตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการราคากลางกำหนด
- (2) ราคาที่ได้มาจากรฐานข้อมูลราคาอ้างอิงของพัสดุที่กรมบัญชีกลางจัดทำ
- (3) ราคามาตรฐานที่สำนักงานงบประมาณหรืองานกลางอื่นกำหนด
- (4) ราคาที่ได้มาจากการสืบราคาจากท้องตลาด
- (5) ราคาที่เคยซื้อหรือจ้างครั้งหลังสุดภายในระยะเวลาสองปีงบประมาณ
- (6) ราคาอื่นๆใดตามหลักเกณฑ์ วิธีการ หรือแนวทางปฏิบัติของหน่วยงานของรัฐนั้นๆ

ซึ่งเมื่อพิจารณาราคากลางอ้างอิงฯ ตามข้อบังคับธนาคารฯ ฉบับที่ 80 ตามลำดับแล้ว เห็นว่าไม่สามารถใช้ราคาตาม (1) (2) และ (3) เนื่องจากไม่มีราคาตามที่อ้างอิง หรือราคามาตรฐานจากหน่วยงานอื่นๆ จึงเห็นควรใช้ราคากลางตาม (4) ราคาที่ได้มาจากการสืบราคาจากท้องตลาด ดังนี้

4.1 บริษัท ทชพัชย์ กรุ๊ป จำกัด

4.2 บริษัท ฟอรัคเคย์ จำกัด

4.3 บริษัท เฟิร์สคราฟท์ ดิจิทัล โซลูชั่น จำกัด

5. รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง)

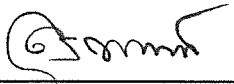
5.1 นางสาวสุรีพันธ์ สิริอาภรณ์สกุล ประธานกรรมการฯ

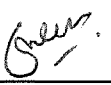
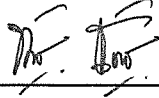
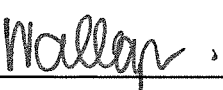
5.2 ว่าที่ร้อยตรีนิติ วิเศษประสิทธิ์ กรรมการ

5.3 นางสาวชนัดดา อารีวงศ์ กรรมการ

5.4 นางสาวทัศนีย์ สีวะอมรรัตน์ กรรมการ

5.5 นางสาววัลภา ใจจนักดี กรรมการและเลขานุการ



ข้อกำหนดขอบเขตงาน (Terms of Reference : TOR)
การจัดจ้างโฆษณาประชาสัมพันธ์และวางแผนกลยุทธ์ผ่านสื่อดิจิทัล มาร์เก็ตติ้ง ในช่องทาง
GOOGLE (SEM) และ FACEBOOK ของธนาคารอาคารสงเคราะห์
เลขที่/2565

1. ข้อกำหนดและความต้องการทั่วไป

ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า “ธนาคาร” มีความประสงค์จะจัดจ้างผู้ให้บริการโฆษณาประชาสัมพันธ์และวางแผนกลยุทธ์ผ่านสื่อดิจิทัล มาร์เก็ตติ้ง ในช่องทาง GOOGLE (SEM) และ FACEBOOK ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ เป็นระยะเวลา 12 เดือน เพื่อเพิ่มอันดับ Ranking บนระบบ Search Engine ที่มีอยู่ในปัจจุบัน ซึ่งการทำให้หน้าเว็บไซต์ของธนาคารขึ้นมาบนหน้าแรกของ Search Engine เป็นการเพิ่มโอกาสให้ผลิตภัณฑ์ บริการ ของธนาคาร ให้เป็นตัวเลือกอันดับต้นๆ ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ที่มีความสนใจผลิตภัณฑ์ บริการ ของธนาคาร และยังถือว่าการทำการตลาดดิจิทัลที่มีประสิทธิภาพและสื่อสารได้ตรงกลุ่มเป้าหมาย

2. วัตถุประสงค์

- 2.1 เพื่อสร้างการรับรู้และจดจำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการเงินและบริการของธนาคาร
- 2.2 เพื่อเป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์ ข่าวสารต่างๆ ของธนาคาร ไปยังกลุ่มเป้าหมาย ได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ
- 2.3 เพื่อเพิ่มอันดับ Ranking บนระบบ Search Engine ที่มีอยู่ในปัจจุบัน

3. คุณสมบัติของผู้เสนอราคา

- 3.1 มีความสามารถตามกฎหมาย
- 3.2 ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
- 3.3 ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
- 3.4 ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอมหาหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราวเนื่องจากเป็นผู้ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง
- 3.5 ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วน ผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

3.6 มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

3.7 เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลผู้มีอาชีพตามที่ประกวดราคาดังกล่าว*

3.8 ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่ธนาคาร วันประกาศประกวดราคา หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรมในการประกวดราคารั้งนี้*

3.9 ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น*

3.10 ผู้ยื่นข้อเสนอต้องลงทะเบียนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement : e – GP) ของกรมบัญชีกลาง*

3.11 ผู้ยื่นข้อเสนอทุกราย จะต้องเก็บรักษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องทั้งหมดของธนาคารไว้เป็นความลับ จะไปเผยแพร่ที่อื่นมิได้

4. หลักฐานการเสนอราคา

ผู้เสนอราคาจะต้องเสนอเอกสารหลักฐานยื่นมาพร้อมกับซองใบเสนอราคา โดยแยกไว้ในซองของใบเสนอราคาเป็น 2 ส่วน คือ

4.1 ส่วนที่ 1 อย่างน้อยต้องมีเอกสารดังต่อไปนี้

(1) ในกรณีผู้เสนอราคาเป็นนิติบุคคล

(ก) ห้างหุ้นส่วนสามัญหรือห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ยื่นสำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียนนิติบุคคล บัญชีรายชื่อหุ้นส่วนผู้จัดการ ผู้มีอำนาจควบคุม พร้อมรับรองสำเนาถูกต้อง

(ข) บริษัทจำกัดหรือบริษัทมหาชนจำกัด ให้ยื่นสำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียนนิติบุคคล หนังสือบริคณห์สนธิบัญชี รายชื่อกรรมการผู้จัดการ ผู้มีอำนาจควบคุม และบัญชีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ พร้อมรับรองสำเนาถูกต้อง

(2) ในกรณีผู้เสนอราคาเป็นบุคคลธรรมดาหรือคณะบุคคลที่มีโชตินิติบุคคล ให้ยื่นสำเนาบัตรประจำตัวประชาชนของผู้ยื่น สำเนาข้อตกลงที่แสดงถึงการเข้าเป็นหุ้นส่วน (ถ้ามี) สำเนาบัตรประจำตัวประชาชนของผู้เป็นหุ้นส่วน พร้อมทั้งรับรองสำเนาถูกต้อง

(3) ในกรณีผู้เสนอราคาเป็นผู้เสนอราคาร่วมกันในฐานะเป็นผู้ร่วมค้า ให้ยื่นสำเนาสัญญาของการเข้าร่วมค้า สำเนาบัตรประจำตัวประชาชนของผู้ร่วมค้า และในกรณีที่ผู้เข้าร่วมค้าฝ่ายใดเป็นบุคคลธรรมดาที่มีโชติสัญชาติไทย ก็ให้ยื่นสำเนานหนังสือเดินทาง หรือผู้ร่วมค้าฝ่ายใดเป็นนิติบุคคลให้ยื่นเอกสารตามที่ระบุไว้ใน (1)

(4) บัญชีเอกสารส่วนที่ 1 ทั้งหมดที่ได้ยื่นพร้อมกับซองใบเสนอราคา

4.2 ส่วนที่ 2 อย่างน้อยต้องมีเอกสารดังต่อไปนี้

(1) แค็ตตาล็อก และ/หรือ รูปแบบ รายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะ

(2) หนังสือมอบอำนาจซึ่งปิดอากรแสตมป์ตามกฎหมายในกรณีที่ผู้เสนอราคามอบอำนาจให้บุคคลอื่นลงนามในใบเสนอราคาแทน

(3) บัญชีเอกสารส่วนที่ 2 ทั้งหมดที่ได้ยื่นพร้อมกับซองใบเสนอราคา

ทั้งนี้ ผู้เสนอราคาต้องเสนอราคาที่รวมถึงค่าอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ซอฟต์แวร์ ค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษา และซ่อมแซมแก้ไข ค่าล่วงเวลาในการทำงาน ค่าดำเนินการติดตั้ง ค่าขนย้าย ค่าอุปกรณ์ ซอฟต์แวร์ที่ไม่ได้กล่าวถึง ซึ่งมีความจำเป็นต้องมี เพื่อให้ระบบทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยจะไม่มีการคิดค่าใช้จ่ายใดๆ เพิ่มเติมภายหลัง

5. รายละเอียดงานจ้าง

ธนาคารฯ ต้องการจ้างโฆษณาประชาสัมพันธ์และวางแผนกลยุทธ์ผ่านสื่อดิจิทัล มาร์เก็ตติ้ง ในช่องทาง Google (SEM) และ Facebook ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ โดยเปิดโอกาสให้ผู้เสนองานเสนอรายละเอียดประชาสัมพันธ์และวางแผนกลยุทธ์ผ่านสื่อดิจิทัล มาร์เก็ตติ้ง ในช่องทาง GOOGLE (SEM) และ FACEBOOK ตามที่ธนาคารกำหนดไว้เบื้องต้น หรือบริการพิเศษเพิ่มเติมนอกเหนือจากตามที่ธนาคารกำหนดไว้ โดยจะต้องอยู่ภายในงบประมาณที่ธนาคารกำหนด

5.1 Strategy & Consultation

5.1.1 ดำเนินการวางแผนกลยุทธ์ผ่านสื่อดิจิทัลมาร์เก็ตติ้งในช่องทาง Google (SEM) และ Facebook รายเดือนตาม Full Funnel Marketing ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ทางด้านธุรกิจของธนาคาร และต้องสอดคล้องกับ Google Algorithm, Facebook Algorithm โดยในแต่ละแคมเปญโฆษณาต้องมีการกำหนดช่องทาง (Channel) , วัตถุประสงค์ (Objective) , กลุ่มเป้าหมาย (Target) , การวัดผล (Metric) , KPI (ผลลัพธ์) , Budget (งบประมาณ) , Bidding (การกำหนดจำนวนเงินค่าโฆษณา) หรือรายละเอียดอื่นๆตามความเหมาะสมให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

5.1.2 ดำเนินการอัปเดตรายเดือน โดยแนะนำแนวทาง ในการทำ Ads Artwork , Ads Size ที่เหมาะสมกับ Ads Format ในช่องทาง Google (SEM) และ Facebook หรือช่องทางอื่นๆตามความเหมาะสม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารไปถึงผู้รับสารมากขึ้น

5.2 Google (SEM) Optimization & Media Buying

5.2.1 ดำเนินการติดตั้งและจัดทำ Account ในการโฆษณาผ่านช่องทาง Google (SEM) หรือติดตั้ง Pixel, UTM ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ โดยให้สิทธิการเข้าถึงข้อมูลแก่นักการตลาดตามระดับที่ตกลง

5.2.2 ดำเนินการติดตั้ง Google Analytic ในหน้าที่เกี่ยวข้องกับการ Landing Page ของแต่ละแคมเปญโฆษณา โดยต้องสามารถ Tracking Performance ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5.2.3 ดำเนินการวางแผนทางและวิเคราะห์ Keyword Match Type หรือ Keyword ในการทำการตลาดตามความเหมาะสมของแต่ละแคมเปญ ตัวอย่างเช่น Generic Keyword , Brand Keyword , Longtail Keyword , Competitor Keyword , Positive Keyword , Negative Keyword , Suggestion Bid เป็นต้น

5.2.4 ดำเนินการใช้ Audience Targeting ที่เหมาะสมสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของแต่ละแคมเปญ ตัวอย่างเช่น Demographic, In-market, Remarketing, Customer Match, Similar Audience เป็นต้น

5.2.5 ดำเนินการซื้อโฆษณาผ่านช่องทาง Google (SEM) โดยให้เกิด Quality Score และ Ad Rank ที่มีคุณภาพ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของแต่ละแคมเปญ

5.2.6 ดำเนินการดูแลบริหารจัดการปรับแต่ง Ad Text โดยใช้พื้นที่ให้เต็มศักยภาพ ตัวอย่างเช่น Ad Extentions, Sitelink Extentions , Callout Extentions , Location Extentions เป็นต้น ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด โดยสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของแต่ละแคมเปญ

5.2.7 ดำเนินการปรับแต่งการโฆษณาประชาสัมพันธ์(Optimize) ในช่องทาง Google (SEM) ตามสถานการณ์ และสามารถปรับเพิ่มหรือลด Metric ที่แสดงผล ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของแต่ละแคมเปญ เพื่อให้ธนาคารได้ผลลัพธ์สูงสุด โดยการ Optimize ดังกล่าวต้องมีการแจ้งให้ธนาคารทราบล่วงหน้า และมีการแบ่งงบประมาณโฆษณาของทุกช่องทางทั้ง Google และ Facebook เพื่อตรงตามวัตถุประสงค์ของธนาคาร

5.2.8 ดำเนินการมอนิเตอร์และจัดทำ Real-time Dashboard ที่มีการอัปเดตข้อมูลเป็นรายวัน ด้วยระบบ Automation ให้ธนาคารสามารถติดตามผลลัพธ์และประสิทธิภาพของการปล่อยโฆษณาได้อย่างใกล้ชิด และทำให้ธนาคารสามารถทำการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ได้อย่างทัน่วงที่

5.2.9 ดำเนินการแนะนำการใช้ Real-time Dashboard เพื่อให้ธนาคารสามารถติดตามผลลัพธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การแสดงผลข้อมูลเป็นรายวัน หรือตามช่วงระยะเวลาที่กำหนด, ตัววัดผล Metric ที่เหมาะสม ,

5.2.10 ดำเนินการดูแลความปลอดภัยรวมถึงดูแลระบบปัญหาทางเทคนิคที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานโฆษณาผ่านช่องทาง Google (SEM)

5.3 Facebook Advertising Optimization & Media Buying

5.3.1 ดำเนินการติดตั้งและจัดทำ Account Business Manager ในการโฆษณาผ่านช่องทาง Facebook หรือติดตั้ง Pixel, UTM ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ โดยให้สิทธิการเข้าถึงข้อมูลแก่ธนาคารตามระดับที่ตกลง และติดตั้ง Tag สำหรับแคมเปญ Ad Hoc ให้ครอบคลุมการวัดผลแคมเปญ

5.3.2 ดำเนินการติดตั้ง Google Analytic ในหน้าที่เกี่ยวข้องกับการ Landing Page ของแต่ละแคมเปญโฆษณา โดยต้องสามารถ Tracking Performance ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5.3.3 ดำเนินการจัดทำโฆษณาผ่านช่องทาง Facebook Page โดยจะได้สิทธิการเข้าถึงจากธนาคารในระดับ Advertiser (ขอบเขตสามารถทำการตลาด Online ในนามของ Page ได้แต่ไม่สามารถดำเนินการใดๆบน Page ได้)

5.3.4 ดำเนินการจัดทำ Creative Artworks จำนวนไม่น้อยกว่า 24 ชิ้นงานต่อปี สำหรับการโฆษณาผ่านช่องทาง Facebook โดยให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของแต่ละแคมเปญ เพื่อให้ธนาคารได้ผลลัพธ์สูงสุด โดยแบ่งหัวข้อประเภทผลิตภัณฑ์ บริการ ของธนาคาร อาทิ สินเชื่อบ้าน, รีไฟแนนซ์, บ้านมือสอง เป็นต้น

5.3.5 ดำเนินการปรับแต่งการโฆษณาประชาสัมพันธ์(Optimize) ในช่องทาง Facebook ตามสถานการณ์ และสามารถปรับเพิ่มหรือลด Metric ที่แสดงผล ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของแต่ละ

แคมเปญ เพื่อให้ธนาคารได้ผลลัพธ์สูงสุด โดยการ Optimize ดังกล่าวต้องมีการแจ้งให้ธนาคารทราบล่วงหน้า

5.3.6 ดำเนินการมอนิเตอร์และจัดทำ Real-time Dashboard ที่มีการอัปเดตข้อมูลเป็นรายวันด้วยระบบ Automation ให้ธนาคารสามารถติดตามผลลัพธ์และประสิทธิภาพของการปล่อยโฆษณาได้อย่างใกล้ชิด และทำให้ธนาคารสามารถทำการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ได้อย่างทันท่วงที

5.3.7 ดำเนินการแนะนำการใช้ Real-time Dashboard เพื่อให้ธนาคารสามารถติดตามผลลัพธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การแสดงผลข้อมูลเป็นรายวัน หรือตามช่วงระยะเวลาที่กำหนด, ตัววัดผล Metric ที่เหมาะสม

5.3.8 ดำเนินการดูแลความปลอดภัยรวมถึงดูแลระบบปัญหาทางเทคนิคที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานโฆษณาผ่านช่องทาง Facebook

5.4 Data Architecture

5.4.1 ดำเนินการออกแบบ และวางระบบการจัดการข้อมูล Data ที่ได้มาจากการสื่อสารการตลาดดิจิทัลของธนาคาร ในทุกระบวนการตั้งแต่เริ่มต้น ตลอดจนถึงการนำข้อมูลไปใช้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยต้องอยู่ภายใต้พระราชบัญญัติกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) และนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของธนาคาร โดยมีรายละเอียดดังนี้

- จัดทำ Data Realtime Dashboard และสามารถให้ธนาคารเรียกดูและตรวจสอบข้อมูลได้
- จัดทำ Data Visualization
- จัดทำ Data Cleansing
- วิเคราะห์ และสรุปข้อมูล Data ตามที่ธนาคารกำหนด เป็นรายเดือน และสรุปเป็นรายปี หรืออื่นๆ ตามความเหมาะสม

5.5 Analytics & Report

5.5.1 ดำเนินการสรุปรายงาน วิเคราะห์ผลการดำเนินงาน พร้อมข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาปรับปรุงของโครงการ และสรุปรายงานประจำปี โดยมีรายละเอียดดังนี้

- Competitors Review

- Ads Performances Review
- Key Suggestion
- หรืออื่นๆตามความเหมาะสม

5.6 Added

ดำเนินงานอื่นๆตามที่ธนาคารแนะนำเพิ่มเติมตลอดสัญญา

6. ระยะเวลาดำเนินการ / ส่งมอบงาน

โดยมีระยะเวลาการดำเนินการโฆษณาประชาสัมพันธ์และวางแผนกลยุทธ์ผ่านสื่อดิจิทัล มาร์เก็ตติ้ง ในช่องทาง GOOGLE (SEM) และ FACEBOOK ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ ระยะเวลา 12 เดือน นับแต่วันที่ธนาคารกำหนด โดยจะดำเนินการตรวจรับงานเป็นรายเดือน โดยผู้รับจ้างต้องส่งมอบหลักฐานการโฆษณาประชาสัมพันธ์ดังกล่าว โดยจัดทำเป็นรายงานผลการดำเนินงาน ซึ่งผ่านการพิจารณาของธนาคารแล้ว

7. การทำสัญญา

ผู้ที่ได้รับการคัดเลือกจะต้องติดต่อธนาคารเพื่อทำสัญญาจ้างกับธนาคารภายใน 7 วัน นับถัดจากวันที่ได้รับแจ้ง และจะต้องวางหลักประกันสัญญาเป็นเงินจำนวนเท่ากับร้อยละ 5 ของมูลค่าสัญญา และให้ธนาคารยึดถือไว้ในขณะทำสัญญา โดยใช้หลักประกันอย่างหนึ่งอย่างใด ดังต่อไปนี้

7.1 เงินสด

7.2 เช็คหรือตราพื้ธนาคารเงินสั่งจ่าย ซึ่งเป็นเช็คหรือตราพื้ลงวันที่ที่ใช้เช็คหรือตราพื้ นั้น ชำระต่อเจ้าหนี้ที่ หรือก่อนหน้านั้นไม่เกิน 3 วันทำการ

7.3 หนังสือค้ำประกันของธนาคารภายในประเทศตามตัวอย่างที่คณะกรรมการนโยบายกำหนด โดยอาจเป็นหนังสือค้ำประกันอิเล็กทรอนิกส์ตามวิธีการที่กรมบัญชีกลางกำหนดก็ได้

7.4 หนังสือค้ำประกันของบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์และประกอบธุรกิจค้ำประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ โดยอนุโลมให้ใช้ตามตัวอย่างหนังสือค้ำประกันของธนาคารที่คณะกรรมการนโยบายกำหนด

7.5 พันธบัตรรัฐบาลไทย

หลักประกันนี้ จะคืนให้โดยไม่มีดอกเบี้ยภายใน 15 วัน นับถัดจากวันที่คู่สัญญาพ้นจากข้อผูกพันตามสัญญาแล้ว

ทั้งนี้ หากผู้ได้รับการคัดเลือกไม่ดำเนินการภายในระยะเวลาดังกล่าวข้างต้น ธนาคารสงวนสิทธิ์ที่จะยกเลิกการจ้าง

8. เงื่อนไขการชำระเงิน

ธนาคารจะแบ่งชำระเงินเป็นรายงวด เดือนละ 1 ครั้ง ระยะเวลารวม 12 งวด ภายหลังจากผู้รับจ้าง ได้ส่งมอบงาน ตามกำหนดระยะเวลาที่ตกลงกันในสัญญา และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ตรวจสอบแล้วว่ามีคุณภาพถูกต้อง ครบถ้วน

9. วงเงินในการจัดหา

ในวงเงินงบประมาณ 3,500,000- บาท (-สามล้านห้าแสนบาทถ้วน-) (เฉพาะที่ใช้ในการจัดซื้อจัดจ้างครั้งนี้)

10. หลักเกณฑ์การพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอ

ธนาคารจะพิจารณาตัดสินใจโดยใช้เกณฑ์ราคาประกอบข้อเสนอด้านเทคนิค และพิจารณาจากคะแนนรวม

10.1 ราคาที่เสนอ กำหนดน้ำหนักร้อยละ 40

10.2 คุณภาพและคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ต่อทางธนาคาร กำหนดน้ำหนักร้อยละ 60

โดยพิจารณาเกณฑ์การให้คะแนนเต็ม 100 คะแนน ดังนี้

- กลยุทธ์การดำเนินงานที่สอดคล้องกับนโยบายของธนาคาร ที่สามารถแข่งขันกับคู่แข่งทางการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ	25 คะแนน
- รูปแบบ วิธีการ และการบริหารจัดการ การซื้อสื่อโฆษณา ผ่านช่องทาง Google (SEM) และ Facebook ให้เกิดความคุ้มค่า และมีประสิทธิภาพสูงสุด	25 คะแนน
- การบริหารจัดการข้อมูล Data ที่ได้มาจากการสื่อสารการตลาดดิจิทัลของธนาคาร ตลอดจนจนถึงการนำข้อมูลไปใช้ให้เกิดประสิทธิผลสูงสุด	30 คะแนน
- รูปแบบ การวิเคราะห์ รายงานผลการดำเนินงาน รวมถึงการใช้เครื่องมือ ที่เกี่ยวข้อง ร่วมกันระหว่างบริษัทกับธนาคาร	15 คะแนน
- ผลงานและประสบการณ์ของผู้ยื่นข้อเสนอที่เกี่ยวข้องกับโครงการ	5 คะแนน

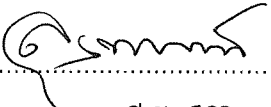
11. ค่าปรับ

ค่าปรับคิดเป็นรายวัน ในอัตราร้อยละ 0.10 ของมูลค่าสัญญา แต่ไม่ต่ำกว่าวันละ 100 บาท

12. หน่วยงานที่รับผิดชอบ

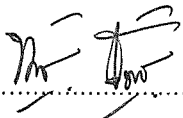
ส่วนส่งเสริมการตลาดและสื่อดิจิทัล ฝ่ายสื่อสารองค์กร อาคาร 1 ชั้น 2 เบอร์โทรศัพท์

02-6459000 : 6330, 6522

ลงชื่อ.....  ประธานกรรมการฯ
(นางสาวสุวิพันธุ์ สิริอาภรณ์สกุล)
ผู้เชี่ยวชาญ ฝ่ายสื่อสารองค์กร
และรักษาการผู้อำนวยการฝ่ายสื่อสารองค์กร

ลงชื่อ.....  กรรมการ
(ว่าที่ร้อยตรีนิติ วิเศษประสิทธิ์)
หัวหน้าส่วนส่งเสริมการตลาดและสื่อดิจิทัล
ฝ่ายสื่อสารองค์กร

ลงชื่อ.....  กรรมการ
(นางสาวชนัดดา อารีวงศ์)
หัวหน้าส่วนตลาดสินค้าเชิงกิจกรรม
ฝ่ายพัฒนาธุรกิจสินค้า

ลงชื่อ.....  กรรมการ
(นางสาวทัศนีย์ สีวะอมรรัตน์)
ผู้ช่วยหัวหน้าส่วนพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงิน
ฝ่ายพัฒนาธุรกิจเงินฝาก

ลงชื่อ.....  กรรมการและเลขานุการ
(นางสาววัลภา โรจนภักดี)
พนักงานสื่อสารองค์กรและภาพลักษณ์อาวุโส
ฝ่ายสื่อสารองค์กร

รายละเอียดหลักเกณฑ์การพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอ

- ❖ คะแนนข้อเสนอทางเทคนิค มีคะแนนเต็ม 100 คะแนน และกำหนดน้ำหนักคะแนนคิดเป็นร้อยละ 60 มีหัวข้อพิจารณาพอสังเขป ดังนี้

1. กลยุทธ์การดำเนินงานที่สอดคล้องกับนโยบายของธนาคาร ที่สามารถแข่งขันกับคู่แข่งทางการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ 25 คะแนน

1.1 ดำเนินการวางแผนกลยุทธ์ผ่านสื่อดิจิทัลมาร์เก็ตติ้งในช่องทาง Google (SEM) และ Facebook รายเดือนตาม Full Funnel Marketing ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ทางด้านธุรกิจของธนาคาร และต้องสอดคล้องกับ Google Algorithm, Facebook Algorithm โดยในแต่ละแคมเปญโฆษณาต้องมีการกำหนดช่องทาง (Channel) , วัตถุประสงค์ (Objective) , กลุ่มเป้าหมาย (Target) , การวัดผล (Metric) , KPI (ผลลัพธ์) , Budget (งบประมาณ) , Bidding (การกำหนดจำนวนเงินค่าโฆษณา) หรือรายละเอียดอื่นๆตามความเหมาะสมให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด สามารถแข่งขันกับคู่แข่งทางการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.2 Creative Artworks สำหรับการโฆษณาผ่านช่องทาง Facebook โดยให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของแต่ละแคมเปญ เพื่อให้ธนาคารได้ผลลัพธ์สูงสุด โดยแบ่งหัวข้อประเภทผลิตภัณฑ์ บริการของธนาคาร อาทิ สินเชื่อบ้าน, รีไฟแนนซ์, บ้านมือสอง เป็นต้น

หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนน
- นำเสนอรายละเอียดการวางแผนกลยุทธ์ผ่านสื่อดิจิทัลมาร์เก็ตติ้งในช่องทาง Google (SEM) และ Facebook ตามข้อ 1.1 มีรายละเอียดครบถ้วน ชัดเจน สามารถดำเนินการได้จริง	10
- นำเสนอตัวอย่าง Creative Artworks สำหรับการโฆษณาผ่านช่องทาง Facebook โดยแบ่งหัวข้อประเภทต่างๆ ตามรายละเอียดงานครบถ้วนตามข้อ 1.2	10
- มีข้อเสนอแนะ / เครื่องมือการดำเนินงาน (Tools) ที่เป็นประโยชน์ต่อธนาคาร ตามรายละเอียดงานข้อที่ 1	5

2. รูปแบบ วิธีการ และการบริหารจัดการ การซื้อสื่อโฆษณา ผ่านช่องทาง Google (SEM) และ Facebook ให้เกิดความคุ้มค่า และมีประสิทธิภาพสูงสุด 25 คะแนน

2.1 ดำเนินการวางรูปแบบ วิธีการ และการบริหารจัดการ การซื้อสื่อโฆษณา ผ่านช่องทาง Google (SEM) และ Facebook ให้เกิดความคุ้มค่า และมีประสิทธิภาพสูงสุด

หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนน
- นำเสนอรายละเอียดการวางแผนการบริหารจัดการ การซื้อสื่อโฆษณา ผ่านช่องทาง Google (SEM) และ Facebook ให้เกิดความคุ้มค่า และมีประสิทธิภาพสูงสุดตามรายละเอียดข้อ 2 มีรายละเอียดครบถ้วน ชัดเจน และสามารถดำเนินการได้จริง	25

3. การบริหารจัดการข้อมูล Data ที่ได้มาจากการสื่อสารการตลาดดิจิทัลของธนาคาร ตลอดจนถึงการนำข้อมูลไปใช้ให้เกิดประสิทธิผลสูงสุด 30 คะแนน

- ดำเนินการออกแบบ และวางระบบการจัดการข้อมูล Data ที่ได้มาจากการสื่อสารการตลาดดิจิทัลของธนาคาร ในทุกกระบวนการตั้งแต่เริ่มต้น ตลอดจนถึงการนำข้อมูลไปใช้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยต้องอยู่ภายใต้พระราชบัญญัติกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) และนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของธนาคาร สามารถจัดทำ Data Realtime Dashboard, Data Visualization, Data Cleansing วิเคราะห์ และสรุปข้อมูล Data และสามารถให้ธนาคารเรียกดูและตรวจสอบข้อมูลได้

หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนน
- ออกแบบ และวางระบบการจัดการข้อมูล Data ที่ได้มาจากการสื่อสารการตลาดดิจิทัลของธนาคาร อย่างมีประสิทธิภาพ	10
- ธนาคารสามารถนำข้อมูล DATA ไปใช้ได้อย่างถูกต้องตามพระราชบัญญัติกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) และนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของธนาคาร	10
- นำเสนอตัวอย่างการจัดทำ Data Realtime Dashboard, Data Visualization, Data Cleansing วิเคราะห์ และสรุปข้อมูล Data ซึ่งธนาคารสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง	10

4. รูปแบบ การวิเคราะห์ รายงานผลการดำเนินงาน รวมถึงการใช้เครื่องมือ ที่เกี่ยวข้อง ร่วมกัน ระหว่างบริษัทกับธนาคาร 15 คะแนน

- การมอนิเตอร์และจัดทำ Real-time Dashboard ที่อัปเดตข้อมูลเป็นรายวันด้วยระบบ Automation ให้ธนาคารสามารถติดตามผลลัพธ์และประสิทธิภาพของการปล่อยโฆษณาได้อย่างใกล้ชิด และทำให้ธนาคารสามารถทำการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ได้อย่างทันท่วงที

- การแนะนำการใช้ Real-time Dashboard เพื่อให้ธนาคารสามารถติดตามผลลัพธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การแสดงผลข้อมูลเป็นรายวัน หรือตามช่วงระยะเวลาที่กำหนด, ตัววัดผล Metric ที่เหมาะสม

- วิธีการดูแลด้านความปลอดภัยรวมถึงดูแลระบบปัญหาทางเทคนิคที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน โฆษณาผ่านช่องทาง Facebook

หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนน
- การจัดทำ Real-time Dashboard ที่อัปเดต ใช้งานง่าย มีประสิทธิภาพ และธนาคารสามารถนำข้อมูลไปวิเคราะห์ได้จริง	10
- กระบวนการรักษาความปลอดภัยรวมถึงดูแลระบบปัญหาทางเทคนิคที่เกี่ยวข้องกับการว่าจ้างครั้งนี้	5

5. ผลงานและประสบการณ์ของผู้ยื่นข้อเสนอที่เกี่ยวข้องกับโครงการ 5 คะแนน

- ผลงานและประสบการณ์ที่ผ่านมาของบริษัท ในการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับงานจ้างในครั้งนี้

หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนน
- ตัวอย่างผลงานที่ผ่านมาของบริษัท ภายในระยะเวลา 1 ปี ที่เกี่ยวข้องกับการว่าจ้างครั้งนี้	5

** โดยหลักเกณฑ์การให้คะแนนข้อเสนอทางเทคนิคในแต่ละหัวข้อขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของธนาคาร

11

ธนาคารอาคารสงเคราะห์ให้ความสำคัญกับการปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ธนาคารจึงได้กำหนดนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล โดยสามารถศึกษารายละเอียดที่ QR Code นี้

