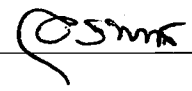
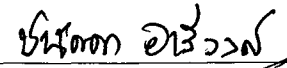
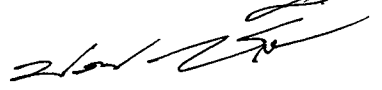
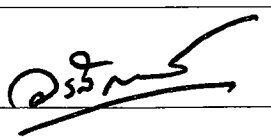
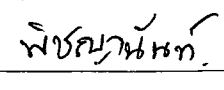


ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและราคากลาง (ราคาอ้างอิง)
โครงการจ้างผู้ให้บริการวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดดิจิทัล และซื้อสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์
ออนไลน์ผ่านช่องทาง Google (SEM) และ Facebook ปี 2568

1. ชื่อโครงการจ้างผู้ให้บริการวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดดิจิทัล และซื้อสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ออนไลน์ผ่านช่องทาง Google (SEM) และ Facebook ปี 2568 / หน่วยงานเจ้าของโครงการ ฝ่ายสื่อสารองค์กร ธนาคารอาคารสงเคราะห์
2. วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร 3,300,000.00 บาท (สามล้านสามแสนบาทถ้วน)
3. วันที่กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) 18 ธ.ค. 2567
3,247,450.00 บาท (สามล้านสองแสนสี่หมื่นเจ็ดพันสี่ร้อยห้าสิบบาทถ้วน)
4. แหล่งที่มาของราคากลาง (ราคาอ้างอิง)
พิจารณาตามข้อบังคับธนาคารฉบับที่ 80 ว่าด้วย การจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุที่เกี่ยวข้องกับการพาณิชย์โดยตรง พ.ศ. 2561 ซึ่งกำหนดการพิจารณาราคากลางตามลำดับไว้จำนวน 6 ลำดับ ต่อไปนี้
 - (1) ราคาที่ได้มาจากการคำนวณตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการราคากลางกำหนด
 - (2) ราคาที่ได้มาจากรฐานข้อมูลราคาอ้างอิงของพัสดุที่กรมบัญชีกลางจัดทำ
 - (3) ราคามาตรฐานที่สำนักงานงบประมาณหรืองานกลางอื่นกำหนด
 - (4) ราคาที่ได้มาจากการสืบราคาจากท้องตลาด
 - (5) ราคาที่เคยซื้อหรือจ้างครั้งล่าสุดภายในระยะเวลาสองปีงบประมาณ
 - (6) ราคาอื่นๆใดตามหลักเกณฑ์วิธีการ หรือแนวทางปฏิบัติของหน่วยงานของรัฐนั้นๆซึ่งเมื่อพิจารณาราคากลางอ้างอิงฯ ตามข้อบังคับธนาคารฉบับที่ 80 ตามลำดับแล้วเห็นว่าไม่สามารถใช้ราคาตาม (1) ,(2) และ (3) เนื่องจากไม่มีราคาตามที่อ้างอิง หรือราคามาตรฐานจากหน่วยงานอื่นๆ จึงเห็นควรใช้ราคากลางตาม (4) ราคาที่ได้มาจากการสืบราคาจากท้องตลาด ดังนี้
 - 4.1. บริษัท เฟิร์สควาฟิ ดิจิทัล โซลูชั่น
 - 4.2. บริษัท เจโนซิส จำกัด
 - 4.3. บริษัท วีเซ็ท คอร์ป จำกัด
 - 4.4. บริษัท ฮาคุโฮโด เฟิร์ส จำกัด
 - 4.5. บริษัท แองก้า แบนค็อก จำกัด
5. รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง)

5.1 นางสาวสุรพันธ์ สิริอาภรณ์สกุล	ประธานกรรมการ	
5.2 นางสาวชนิดดา อาริวงค์	กรรมการ	
5.3 นางประภาวรรณ เชิดชิด	กรรมการ	
5.4 นางสาววรลักษณ์ ศิริวัลลภ	กรรมการ	
5.5 นางสาวพิชญานันท์ แซ่หุ่่น	กรรมการและเลขานุการ	

ขอบเขตของงาน (Terms of Reference : TOR)

โครงการจ้างผู้ให้บริการวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดดิจิทัล และซื้อสื่อโฆษณา
ประชาสัมพันธ์ออนไลน์ผ่านช่องทาง Google (SEM) และ Facebook ปี 2568

1. ข้อกำหนดและความต้องการทั่วไป

ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า “ธนาคาร” มีความประสงค์ที่จะโฆษณาประชาสัมพันธ์ธนาคารผ่านการสื่อสารการตลาดดิจิทัล เพื่อเพิ่มอันดับ Ranking บนระบบ Search Engine ทำให้น้ำเว็บไซต์ของธนาคารขึ้นมาบนหน้าแรกของ Search Engine เป็นการโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อเพิ่มโอกาสให้แก่ผลิตภัณฑ์และบริการของธนาคาร ให้เป็นตัวเลือกอันดับต้นๆ ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มีความสนใจผลิตภัณฑ์และบริการของธนาคาร และยังถือว่าการทำการตลาดดิจิทัลที่มีประสิทธิภาพและสื่อสารได้ตรงกลุ่มเป้าหมาย จึงต้องการจ้างผู้ให้บริการวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดดิจิทัล และซื้อสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ออนไลน์ผ่านช่องทาง Google (SEM) และ Facebook เป็นระยะเวลา 11 เดือน

2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อสร้างการรับรู้และจดจำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการเงินและบริการของธนาคาร

2.2 เพื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ธนาคาร และข่าวสารต่างๆ ของธนาคาร ไปยังกลุ่มเป้าหมายได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ

2.3 เพื่อเพิ่มอันดับ Ranking บนระบบ Search Engine ที่มีอยู่ในปัจจุบัน

3. คุณสมบัติของผู้เสนอราคา

3.1 มีความสามารถตามกฎหมาย

3.2 ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

3.3 ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

3.4 ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอมหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราวเนื่องจากเป็นผู้ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

3.5 ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

3.6 มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

3.7 เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลผู้มีอาชีพตามที่ประกวดราคาดังกล่าว

W 2/ 9/ 11

3.8 ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่ธนาคาร ณ วันประกาศประกวดราคา หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรมในการประกวดราคาค้างนี้

3.9 ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

4. หลักฐานการเสนอราคา

ผู้เสนอราคาจะต้องเสนอเอกสารหลักฐานยื่นมาพร้อมกับซองใบเสนอราคา โดยแยกไว้ในซองของใบเสนอราคาเป็น 2 ส่วน คือ

4.1 ส่วนที่ 1 อย่างน้อยต้องมีเอกสารดังต่อไปนี้

(1) ในกรณีผู้เสนอราคาเป็นนิติบุคคล

(ก) ห้างหุ้นส่วนสามัญหรือห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ยื่นสำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียนนิติบุคคล บัญชีรายชื่อหุ้นส่วนผู้จัดการ ผู้มีอำนาจควบคุม (ถ้ามี) พร้อมรับรองสำเนาถูกต้อง

(ข) บริษัทจำกัดหรือบริษัทมหาชนจำกัด ให้ยื่นสำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียนนิติบุคคล หนังสือบริคณห์สนธิบัญชีรายชื่อกรรมการผู้จัดการ ผู้มีอำนาจควบคุม (ถ้ามี) และบัญชีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ (ถ้ามี) พร้อมรับรองสำเนาถูกต้อง

(2) ในกรณีผู้เสนอราคาเป็นบุคคลธรรมดาหรือคณะบุคคลที่มีในนิติบุคคล ให้ยื่นสำเนาบัตรประจำตัวประชาชนของผู้ยื่น สำเนาข้อตกลงที่แสดงถึงการเข้าเป็นหุ้นส่วน (ถ้ามี) สำเนาบัตรประจำตัวประชาชนของผู้เป็นหุ้นส่วน พร้อมทั้งรับรองสำเนาถูกต้อง

(3) ในกรณีผู้เสนอราคาเป็นผู้เสนอราคาร่วมกันในฐานะเป็นผู้ร่วมค้า ให้ยื่นสำเนาสัญญาของการเข้าร่วมค้า สำเนาบัตรประจำตัวประชาชนของผู้ร่วมค้า และในกรณีที่ผู้เข้าร่วมค้าฝ่ายใดเป็นบุคคลธรรมดาที่มีสัญชาติไทย ก็ให้ยื่นสำเนาหนังสือเดินทาง หรือผู้ร่วมค้าฝ่ายใดเป็นนิติบุคคลให้ยื่นเอกสารตามที่ระบุไว้ใน (1)

(4) บัญชีเอกสารส่วนที่ 1 ทั้งหมดที่ได้ยื่นพร้อมกับซองใบเสนอราคา

4.2 ส่วนที่ 2 อย่างน้อยต้องมีเอกสารดังต่อไปนี้

(1) แค็ตตาล็อก และ/หรือ รูปแบบ รายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะ

(2) หนังสือมอบอำนาจซึ่งปิดอากรแสตมป์ตามกฎหมายในกรณีที่ผู้เสนอราคามอบอำนาจให้บุคคลอื่นลงนามในใบเสนอราคาแทน

(3) บัญชีเอกสารส่วนที่ 2 ทั้งหมดที่ได้ยื่นพร้อมกับซองใบเสนอราคา

ทั้งนี้ ผู้เสนอราคาต้องเสนอราคาโดยรวมถึงค่าอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ซอฟต์แวร์ ค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษา และซ่อมแซมแก้ไข ค่าล่วงเวลาในการทำงาน ค่าดำเนินการติดตั้ง ค่าขนย้าย ค่าอุปกรณ์

Handwritten marks and signatures at the bottom right of the page.

ซอฟต์แวร์ที่ไม่ได้กล่าวถึง ซึ่งมีความจำเป็นต้องมี เพื่อให้ระบบทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยจะไม่มี การคิดค่าใช้จ่ายใดๆ เพิ่มเติมภายหลัง

5. รายละเอียดงานจ้าง

ธนาคารฯ ต้องการจัดจ้างผู้ให้บริการวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดดิจิทัล และซื้อสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ออนไลน์ผ่านช่องทาง Google (SEM) และ Facebook โดยเปิดโอกาสให้ผู้เสนอราคาเสนอรายละเอียดการวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดดิจิทัล และซื้อสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ออนไลน์ผ่านช่องทาง Google (SEM) และ Facebook ตามที่ธนาคารกำหนดไว้เบื้องต้น หรือบริการพิเศษเพิ่มเติมนอกเหนือจากตามที่ธนาคารกำหนดไว้ โดยจะต้องอยู่ภายในงบประมาณที่ธนาคารกำหนด

5.1 Strategy & Performance Marketing Planning

ดำเนินการวางแผนกลยุทธ์ผ่านสื่อดิจิทัลมาร์เก็ตติ้งในช่องทาง Google (SEM) และ Facebook รายเดือนตาม Full Funnel Marketing ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ทางด้านธุรกิจของธนาคาร และสอดคล้องกับ Google Algorithm, Facebook Algorithm โดยในแต่ละแคมเปญโฆษณาต้องมีการกำหนดช่องทาง (Channel), วัตถุประสงค์ (Objective), กลุ่มเป้าหมาย (Target), การวัดผล (Metric), KPI (ผลลัพธ์), Budget (งบประมาณ), Bidding (การกำหนดจำนวนเงินค่าโฆษณา) หรือรายละเอียดอื่นๆ ตามความเหมาะสมให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

5.2 Google (SEM) Optimization & Media Buying

5.2.1 ดำเนินการดูแลบริหารจัดการ ติดตั้ง จัดทำ Account บัญชีที่ใช้ในการโฆษณาผ่านช่องทาง Google (SEM) หรือติดตั้ง Pixel, UTM ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ โดยให้สิทธิการเข้าถึงข้อมูลแก่ธนาคารตามระดับที่ตกลง

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

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

5.2.4 ดำเนินการวางแผน 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 และ Google Algorithm

5.2.6 ดำเนินการดูแลบริหารจัดการปรับแต่ง Ad Text โดยใช้พื้นที่ให้เต็มศักยภาพ ตัวอย่างเช่น Ad Extensions, Sitelink Extensions, Callout Extensions, Location Extensions เป็นต้น เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด โดยสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของแต่ละแคมเปญ

5.2.7 ดำเนินการปรับแต่งแคมเปญโฆษณาประชาสัมพันธ์ (Optimized) ในช่องทาง Google (SEM) ตามสถานการณ์ และสามารถปรับเพิ่มหรือลด Metric ที่แสดงผล ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของแต่ละแคมเปญ เพื่อให้ธนาคารได้ผลลัพธ์สูงสุด โดยการ Optimized ดังกล่าว ต้องมีการแจ้งให้ธนาคารทราบล่วงหน้า และมีการแบ่งงบประมาณของแต่ละแคมเปญ เพื่อตรงตามวัตถุประสงค์การดำเนินงานของธนาคาร

5.2.8 ดำเนินการมอนิเตอร์และจัดทำ Real-time Dashboard ที่มีการอัปเดตข้อมูลเป็นรายวันด้วยระบบ Automation ให้ธนาคารสามารถติดตามผลลัพธ์และประสิทธิภาพของการปล่อยโฆษณาได้อย่างใกล้ชิด และทำให้ธนาคารสามารถทำการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ได้อย่างเหมาะสม

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

5.2.10 ดำเนินการดูแลความปลอดภัยรวมถึงดูแลระบบ ปัญหาทางเทคนิคที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานโฆษณาผ่านช่องทาง Google (SEM)

5.3 Meta Advertising Optimization & Media Buying

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

5.3.2 ดำเนินการติดตั้ง Conversion Tracking on Meta ในหน้าที่เกี่ยวข้องกับ Landing Page ของแต่ละแคมเปญโฆษณา โดยต้องสามารถ Tracking Performance ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5.3.3 ดำเนินการวางแผนและวิเคราะห์ Campaign Structure, Ad Set ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของแต่ละแคมเปญ และ Meta Algorithm เพื่อให้ธนาคารได้ผลลัพธ์สูงสุด

5.3.4 ดำเนินการวางแผน Audience Targeting ที่เหมาะสมสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของแต่ละแคมเปญ ตัวอย่างเช่น Demographic, In-market, Remarketing, Customer Match, Similar Audience เป็นต้น

5.3.5 ดำเนินการซื้อสื่อโฆษณาผ่านช่องทาง Facebook โดยให้เกิด Quality Score และสามารถสื่อสารได้ตรงกลุ่มเป้าหมาย สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของแต่ละแคมเปญ

5.3.6 ดำเนินการปรับแต่งการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (Optimized) ในช่องทาง Facebook ตามสถานการณ์ และสามารถปรับเพิ่มหรือลด Metric ที่แสดงผล ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์

ของแต่ละแคมเปญ เพื่อให้ธนาคารได้ผลลัพธ์สูงสุด โดยการ Optimized ดังกล่าวต้องมีการแจ้งให้ธนาคารทราบล่วงหน้า

5.3.7 ดำเนินการมอนิเตอร์และจัดทำ Real-time Dashboard ที่มีการอัปเดตข้อมูลเป็นรายวันด้วยระบบ Automation ให้ธนาคารสามารถติดตามผลลัพธ์และประสิทธิภาพของการปล่อยโฆษณาได้อย่างใกล้ชิด และทำให้ธนาคารสามารถทำการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ได้อย่างเหมาะสม

5.3.8 ดำเนินการแนะนำการใช้ Real-time Dashboard เพื่อให้ธนาคารสามารถติดตามผลลัพธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การแสดงผลข้อมูลเป็นรายวัน หรือ ตามช่วงระยะเวลาที่กำหนด, ตัววัดผล Metric ที่เหมาะสม

5.3.9 ดำเนินการดูแลความปลอดภัยรวมถึงดูแลระบบ ปัญหาทางเทคนิคที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานโฆษณาผ่านทางช่องทาง Meta

ทั้งนี้ มูลค่าในการซื้อสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ออนไลน์ผ่านช่องทาง Google (SEM) และ Meta (ข้อ 5.2 – 5.3) เป็นวงเงินรวมภาษีมูลค่าเพิ่มร้อยละ 7 แล้วไม่น้อยกว่า 2,200,000.00 บาท

5.4 Data Architecture และ Analytics & Report

5.4.1 ดำเนินการออกแบบ และวางระบบการจัดการข้อมูล Data ที่ได้มาจากการสื่อสารการตลาดดิจิทัลของธนาคาร ในทุกกระบวนการตั้งแต่เริ่มต้น ตลอดจนถึงการนำข้อมูลไปใช้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยต้องอยู่ภายใต้พระราชบัญญัติกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) และนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของธนาคาร ตัวอย่างเช่น

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

5.4.2 ดำเนินการสรุปรายงาน วิเคราะห์วัดผลการดำเนินงาน พร้อมข้อเสนอแนะ แนวทางการพัฒนาปรับปรุงของโครงการรายเดือน โดยมีรายละเอียดดังนี้

- Competitors Review
- Ads Performances Review
- Key Suggestion
- หรืออื่นๆ ตามความเหมาะสม

6. ระยะเวลาดำเนินการ / ส่งมอบงาน

ระยะเวลาการดำเนินการวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดดิจิทัล และซื้อสื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ออนไลน์ผ่านช่องทาง Google (SEM) และ Facebook ตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ – เดือนธันวาคม 2568 รวม 11 เดือน แบ่งเป็น 4 งวด ตามรายละเอียดดังนี้

6.1 ระยะเวลาการดำเนินงาน แบ่งเป็น 4 งวดงาน ดังนี้

งวดงาน	ระยะเวลาดำเนินงาน
งวดงานที่ 1	เดือนกุมภาพันธ์ – เดือนมีนาคม 2568
งวดงานที่ 2	เดือนเมษายน – เดือนมิถุนายน 2568
งวดงานที่ 3	เดือนกรกฎาคม – เดือนกันยายน 2568
งวดงานที่ 4	เดือนตุลาคม – เดือนธันวาคม 2568

ทั้งนี้ ผู้เสนอราคา (ผู้รับจ้าง) ต้องส่งมอบหลักฐานการดำเนินการแต่ละงวดงาน ตามรายละเอียดข้อ 6.2 และส่งหนังสือส่งมอบงานแต่ละงวดภายใน 15 วันทำการ นับถัดจากวันสุดท้ายของแต่ละงวดงาน

6.2 การส่งมอบงานตามข้อ 5.1 - 5.4 และจัดทำเป็นรายงานสรุปผลการดำเนินงานจ้างเป็นรายเดือน โดยจัดเรียงตามลำดับหัวข้อ 5.1 - 5.4 ตามรายละเอียดดังนี้

รายการ	กำหนดส่งมอบ
5.1 Strategy & Performance Marketing Planning ดำเนินการวางแผนกลยุทธ์ผ่านสื่อดิจิทัลมาร์เก็ตติ้งในช่องทาง Google (SEM) และ Facebook รายเดือนตาม Full Funnel Marketing ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ทางด้านธุรกิจของธนาคาร และสอดคล้องกับ Google Algorithm, Meta Algorithm โดยในแต่ละแคมเปญโฆษณาต้องมีการกำหนดช่องทาง (Channel), วัตถุประสงค์ (Objective), กลุ่มเป้าหมาย (Target), การวัดผล (Metric), KPI (ผลลัพธ์), Budget (งบประมาณ), Bidding (การกำหนดจำนวนเงินค่าโฆษณา) หรือรายละเอียดอื่นๆ ตามความเหมาะสมให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด	- รายงานผลการดำเนินงานรายเดือนส่งภายใน 10 วันทำการ นับถัดจากวันสุดท้ายของแต่ละเดือน - ตารางสรุปรายงานสถิติประโยชน์แต่ละงวดงาน ส่งภายใน 15 วันทำการ นับถัดจากวันสุดท้ายของแต่ละงวดงาน

รายการ	กำหนดส่งมอบ
5.2 Google (SEM) Optimization & Media Buying 5.2.1 ดำเนินการดูแลบริหารจัดการ ติดตั้ง จัดทำ Account บัญชีที่ใช้ในการโฆษณาผ่านช่องทาง Google (SEM) หรือติดตั้ง Pixel, UTM ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ โดยให้สิทธิการเข้าถึงข้อมูลแก่นักการตลาดระดับที่ตกลง 5.2.2 ดำเนินการติดตั้ง Conversion Tracking with Google Analytic ในหน้าที่เกี่ยวข้องกับ Landing Page ของแต่ละแคมเปญโฆษณา โดยต้องสามารถ Tracking Performance ได้อย่างมีประสิทธิภาพ 5.2.3 ดำเนินการวางแผนและวิเคราะห์ Keyword Match Type หรือ Keyword ในการสื่อสารการตลาดดิจิทัลตามความเหมาะสมของแต่ละแคมเปญ ตัวอย่างเช่น Generic Keyword, Brand Keyword, Longtail Keyword, Competitor Keyword, Positive Keyword, Negative Keyword, Suggestion Bid เป็นต้น 5.2.4 ดำเนินการวางแผน 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 ที่มีคุณภาพสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของแต่ละแคมเปญ และ Google Algorithm 5.2.6 ดำเนินการดูแลบริหารจัดการปรับแต่ง Ad Text โดยใช้พื้นที่ให้เต็มศักยภาพตัวอย่างเช่น Ad Extentions, Sitelink Extentions, Callout Extentions, Location Extentions เป็นต้น เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด โดยสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของแต่ละแคมเปญ	- รายงานผลการดำเนินงานรายเดือน ส่งภายใน 10 วันทำการ นับถัดจากวันสุดท้ายของแต่ละเดือน - ตารางสรุปรายงานสถิติประโยชน์แต่ละงวดงาน ส่งภายใน 15 วันทำการ นับถัดจากวันสุดท้ายของแต่ละงวดงาน

รายการ	กำหนดส่งมอบ
5.2.7 ดำเนินการปรับแต่งแคมเปญโฆษณาประชาสัมพันธ์ (Optimized) ในช่องทาง Google (SEM) ตามสถานการณ์ และสามารถปรับเพิ่มหรือลด Metric ที่แสดงผลให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของแต่ละแคมเปญ เพื่อให้ธนาคารได้ผลลัพธ์สูงสุด โดยการ Optimized ดังกล่าวต้องมีการแจ้งให้ธนาคารทราบล่วงหน้า และมีการแบ่งบโฆษณาของแต่ละแคมเปญ เพื่อตรงตามวัตถุประสงค์การดำเนินงานของธนาคาร 5.2.8 ดำเนินการมอนิเตอร์และจัดทำ Real-time Dashboard ที่มีการอัปเดตข้อมูลเป็นรายวันด้วยระบบ Automation ให้ธนาคารสามารถติดตามผลลัพธ์และประสิทธิภาพของการปล่อยโฆษณาได้อย่างใกล้ชิด และทำให้ธนาคารสามารถทำการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ได้อย่างเหมาะสม 5.2.9 ดำเนินการแนะนำการใช้ Real-time Dashboard เพื่อให้ธนาคารสามารถติดตามผลลัพธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การแสดงผลข้อมูลเป็นรายวัน หรือตามช่วงระยะเวลาที่กำหนดตัววัดผล Metric ที่เหมาะสม 5.2.10 ดำเนินการดูแลความปลอดภัยรวมถึงดูแลระบบ ปัญหาทางเทคนิคที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานโฆษณาผ่านช่องทาง Google (SEM)	
5.3 Meta Advertising Optimization & Media Buying 5.3.1 ดำเนินการติดตั้งและจัดทำ Account Business Manager ในการโฆษณาผ่านช่องทาง Meta หรือติดตั้ง Pixel, UTM ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ โดยให้สิทธิการเข้าถึงข้อมูลแก่ธนาคารตามระดับที่ตกลง และติดตั้ง Tag สำหรับแคมเปญ Ad Hoc ให้ครอบคลุมการวัดผลแคมเปญ 5.3.2 ดำเนินการติดตั้ง Conversion Tracking on Meta ในหน้าที่เกี่ยวข้องกับ Landing Page ของแต่ละแคมเปญโฆษณา โดยต้องสามารถ Tracking Performance ได้อย่างมีประสิทธิภาพ	- รายงานผลการดำเนินงานรายเดือนส่งภายใน 10 วันทำการ นับถัดจากวันสุดท้ายของแต่ละเดือน - ตารางสรุปรายงานสถิติประโยชน์แต่ละงวดงาน ส่งภายใน 15 วันทำการ นับถัดจากวันสุดท้ายของแต่ละงวดงาน

รายการ	กำหนดส่งมอบ
5.3.3 ดำเนินการวางแผนและวิเคราะห์ Campaign Structure, Ad Set ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของแต่ละแคมเปญ และ Meta Algorithm เพื่อให้ธนาคารได้ผลลัพธ์สูงสุด 5.3.4 ดำเนินการวางแผน Audience Targeting ที่เหมาะสมสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของแต่ละแคมเปญ ตัวอย่างเช่น Demographic, In-market, Remarketing, Customer Match, Similar Audience เป็นต้น 5.3.5 ดำเนินการซื้อสื่อโฆษณาผ่านช่องทาง Facebook โดยให้เกิด Quality Score และสามารถสื่อสารได้ตรงกลุ่มเป้าหมาย สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของแต่ละแคมเปญ 5.3.6 ดำเนินการปรับแต่งการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (Optimized) ในช่องทาง Meta ตามสถานการณ์ และสามารถปรับเพิ่มหรือลด Metric ที่แสดงผล ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของแต่ละแคมเปญ เพื่อให้ธนาคารได้ผลลัพธ์สูงสุด โดยการ Optimized ดังกล่าวต้องมีการแจ้งให้ธนาคารทราบล่วงหน้า 5.3.7 ดำเนินการมอนิเตอร์และจัดทำ Real-time Dashboard ที่มีการอัปเดตข้อมูลเป็นรายวันด้วยระบบ Automation ให้ธนาคารสามารถติดตามผลลัพธ์และประสิทธิภาพของการปล่อยโฆษณาได้อย่างใกล้ชิด และทำให้ธนาคารสามารถทำการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ได้อย่างเหมาะสม 5.3.8 ดำเนินการแนะนำการใช้ Real-time Dashboard เพื่อให้ธนาคารสามารถติดตามผลลัพธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การแสดงผลข้อมูลเป็นรายวัน หรือ ตามช่วงระยะเวลาที่กำหนด, ตัววัดผล Metric ที่เหมาะสม 5.3.9 ดำเนินการดูแลความปลอดภัยรวมถึงดูแลระบบ ปัญหาทางเทคนิคที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานโฆษณาผ่านช่องทาง Meta	

รายการ	กำหนดส่งมอบ
ทั้งนี้ มูลค่าในการซื้อสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ออนไลน์ผ่านช่องทาง Google (SEM) และ Meta (ข้อ 5.2 – 5.3) เป็นวงเงินรวมภาษีมูลค่าเพิ่มร้อยละ 7 แล้วไม่น้อยกว่า 2,200,000.00 บาท	
5.4 Data Architecture และ Analytics & Report 5.4.1 ดำเนินการออกแบบ และวางระบบการจัดการข้อมูล Data ที่ได้มาจากการสื่อสารการตลาดดิจิทัลของธนาคารในทุกกระบวนการตั้งแต่เริ่มต้น ตลอดจนถึงการนำข้อมูลไปใช้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยต้องอยู่ภายใต้พระราชบัญญัติกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) และนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของธนาคาร ตัวอย่างเช่น - จัดทำ Data Realtime Dashboard และสามารถให้ธนาคารเรียกดูและตรวจสอบข้อมูลได้ - จัดทำ Data Visualization - จัดทำ Data Cleansing - วิเคราะห์ และสรุปข้อมูล Data ตามที่ธนาคารกำหนดเป็นรายเดือน - หรืออื่นๆ ตามความเหมาะสม 5.4.2 ดำเนินการสรุปรายงาน วิเคราะห์วัดผลการดำเนินงาน พร้อมข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาปรับปรุงของโครงการรายเดือนโดยมีรายละเอียดดังนี้ - Competitors Review - Ads Performances Review - Key Suggestion - หรืออื่นๆตามความเหมาะสม	- รายงานผลการดำเนินงานรายเดือนส่งภายใน 10 วันทำการ นับถัดจากวันสุดท้ายของแต่ละเดือน - ตารางสรุปรายงานสถิติประโยชน์แต่ละงวดงาน ส่งภายใน 15 วันทำการ นับถัดจากวันสุดท้ายของแต่ละงวดงาน


 w Onk 21

7. ลิขสิทธิ์

ผู้เสนอราคาที่ได้เป็นคู่สัญญากับธนาคาร จะต้องส่งมอบชิ้นงานออกแบบ และเนื้อหาทั้งหมดที่สามารถแก้ไขได้ ตัวอย่างเช่น สกุลไฟล์ .AI, .PSD, .PNG, .JPG เป็นต้น มอบให้กับธนาคาร โดยชิ้นงานทั้งหมดถือเป็นลิขสิทธิ์ของธนาคาร ทั้งนี้ เนื้อหาทั้งหมดที่ผู้เสนอราคาส่งมอบให้กับธนาคาร ธนาคารสามารถนำมาใช้เพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในกรณีที่มีการกล่าวอ้างว่ามีการละเมิดลิขสิทธิ์เกิดขึ้นผู้เสนอราคาจะต้องดำเนินการทวงถามเพื่อให้การกล่าวอ้างหรือการเรียกร้องใดๆ กระจ่างขึ้นไปโดยเร็ว และจะต้องรับผิดชอบในความเสียหายและค่าเสียหายที่ทวงถาม เนื่องจากผลแห่งการละเมิดลิขสิทธิ์ดังกล่าวโดยธนาคารจะต้องไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆ เพิ่มเติมอีก

8. การทำสัญญา

ผู้ที่ได้รับการคัดเลือกจะต้องติดต่อธนาคารเพื่อทำสัญญาจ้างกับธนาคารภายใน 7 วัน นับถัดจากวันที่ได้รับแจ้ง และจะต้องวางหลักประกันสัญญาเป็นเงินจำนวนเท่ากับร้อยละ 5 ของมูลค่าสัญญา และให้ธนาคารยึดถือไว้ในขณะทำสัญญา โดยใช้หลักประกันอย่างหนึ่งอย่างใด ดังต่อไปนี้

8.1 เงินสด

8.2 เช็คหรือตราพดที่ธนาคารเซ็นส่งจ่าย ซึ่งเป็นเช็คหรือตราพดลงวันที่ที่ใช้เช็คหรือตราพดนั้นชำระต่อเจ้าหนี้ที่ หรือก่อนหน้านั้นไม่เกิน 3 วันทำการ

8.3 หนังสือค้ำประกันของธนาคารภายในประเทศตามตัวอย่างที่คณะกรรมการนโยบายกำหนด โดยอาจเป็นหนังสือค้ำประกันอิเล็กทรอนิกส์ตามวิธีการที่กรมบัญชีกลางกำหนดก็ได้

8.4 หนังสือค้ำประกันของบรรษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์และประกอบธุรกิจค้ำประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ โดยอนุโลมให้ใช้ตามตัวอย่างหนังสือค้ำประกันของธนาคารที่คณะกรรมการนโยบายกำหนด

8.5 พันธบัตรรัฐบาลไทย

หลักประกันนี้ จะคืนให้โดยไม่มีดอกเบี้ยภายใน 15 วัน นับถัดจากวันที่คู่สัญญาพ้นจากข้อผูกพันตามสัญญาแล้ว

ทั้งนี้ หากผู้ที่ได้รับการคัดเลือกไม่ดำเนินการภายในระยะเวลาดังกล่าวข้างต้น ธนาคารสงวนสิทธิ์ที่จะยกเลิกการจ้าง

9. เงื่อนไขการชำระเงิน

การชำระเงินค่าจ้างดำเนินการในครั้งนี้อยู่รวมระยะเวลาดำเนินการ 11 เดือน ธนาคารจะแบ่งชำระเงินเป็นรายงวดรวม 4 งวด ภายหลังจากผู้เสนอราคา (ผู้รับจ้าง) ได้ส่งมอบงานตามกำหนดระยะเวลาที่ตกลงกันในสัญญา และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ตรวจสอบแล้วว่ามีความถูกต้อง ครบถ้วน มีรายละเอียดการชำระเงินค่าจ้าง ดังนี้

งวดงาน	รายละเอียดการชำระเงินค่าจ้าง
งวดที่ 1	ชำระเงินค่าจ้างของการดำเนินการเดือนที่ 1 – 2
งวดที่ 2	ชำระเงินค่าจ้างของการดำเนินการเดือนที่ 3 – 5
งวดที่ 3	ชำระเงินค่าจ้างของการดำเนินการเดือนที่ 6 – 8
งวดที่ 4	ชำระเงินค่าจ้างของการดำเนินการเดือนที่ 9 – 11

10. วงเงินในการจัดหา

ในวงเงินงบประมาณ 3,300,000.00 บาท (-สามล้านสามแสนบาทถ้วน-)

11. หลักเกณฑ์การพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอ

การพิจารณาคัดเลือกใช้เกณฑ์คะแนนรวมด้านราคาและด้านคุณภาพ น้ำหนักรวมร้อยละ 100 โดยพิจารณาให้คะแนนตามปัจจัยหลัก และน้ำหนักที่กำหนด ดังนี้

- 11.1 คะแนนราคาที่ยื่นเสนอ (Price) มีคะแนนเต็ม 100 คะแนน กำหนดน้ำหนักร้อยละ 40 โดยมีสูตรคำนวณคะแนน ดังนี้

$$\left(100 - \left[\left(\frac{\text{ผลต่างราคาของผู้ยื่นข้อเสนอ กับราคาของผู้ยื่นข้อเสนอที่ต่ำสุด}}{\text{ราคาของผู้ยื่นข้อเสนอที่ต่ำสุด}} \times 100 \right) \right] \right) \times 40\%$$

- 11.2 คะแนนด้านคุณภาพ กำหนดน้ำหนักร้อยละ 60 โดยพิจารณาเกณฑ์การให้คะแนนเต็ม 100 คะแนน ดังนี้

2/1
0m 11

รายละเอียดการให้คะแนน	คะแนน
1) กลยุทธ์การดำเนินงานที่สอดคล้องกับนโยบายของธนาคารที่สามารถแข่งขันกับคู่แข่งทางการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ	25 คะแนน
1.1 มีการวางแผนกลยุทธ์และวิเคราะห์ Campaign Structure, Ad Set ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของแต่ละแคมเปญ และ Google Algorithm และ Facebook Algorithm ในปัจจุบัน เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ธนาคาร <u>เกณฑ์การให้คะแนน</u> - กรณีมีการนำเสนองานดังกล่าวครบถ้วนและสามารถตอบโจทย์การดำเนินงานและความต้องการของธนาคารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ได้รับ 10 คะแนน - กรณีมีการนำเสนองานดังกล่าวครบถ้วนแต่ไม่สอดคล้องกับการดำเนินงานของธนาคาร ได้รับ 8 คะแนน - กรณีมีการนำเสนองานดังกล่าวไม่ครบถ้วน ได้รับ 5 คะแนน - กรณีไม่มีการเสนองานดังกล่าวได้รับ 0 คะแนน	10
1.2 มีการวิเคราะห์และแสดงข้อมูลแบรนด์ (Brand Health Check) และคู่แข่งทางการตลาดประกอบการวางแผน <u>เกณฑ์การให้คะแนน</u> - กรณีมีการนำเสนองานดังกล่าวครบถ้วนและสามารถตอบโจทย์การดำเนินงานและความต้องการของธนาคารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ได้รับ 10 คะแนน - กรณีมีการนำเสนองานดังกล่าวครบถ้วนแต่ไม่สอดคล้องกับการดำเนินงานของธนาคาร ได้รับ 8 คะแนน - กรณีมีการนำเสนองานดังกล่าวไม่ครบถ้วน ได้รับ 5 คะแนน - กรณีไม่มีการเสนองานดังกล่าวได้รับ 0 คะแนน	10
1.3 มีการกำหนดวัตถุประสงค์ (Objective), กลุ่มเป้าหมาย (Target), การวัดผล (Metric), KPI (ผลลัพธ์), Budget (งบประมาณ), Bidding (การกำหนดจำนวนเงินค่าโฆษณา) หรือรายละเอียดอื่นๆ ตามความเหมาะสมเพื่อให้การวางแผนกลยุทธ์เกิดประสิทธิภาพสูงสุด <u>เกณฑ์การให้คะแนน</u> - กรณีมีการนำเสนองานดังกล่าวครบถ้วนและสามารถตอบโจทย์การดำเนินงานและความต้องการของธนาคารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ได้รับ 5 คะแนน - กรณีมีการนำเสนองานดังกล่าวไม่ครบถ้วน ได้รับ 3 คะแนน - กรณีไม่มีการเสนองานดังกล่าวได้รับ 0 คะแนน	5

W

 11

รายละเอียดการให้คะแนน	คะแนน
2) รูปแบบ วิธีการ และการบริหารจัดการ การซื้อสื่อโฆษณา ผ่านช่องทาง Google (SEM) และ Meta (Facebook) ให้เกิดความคุ้มค่า และมีประสิทธิภาพสูงสุด	35 คะแนน
2.1 เทคนิค วิธีการ และการบริหารจัดการ การซื้อโฆษณา (Optimized) ผ่านช่องทาง Google (SEM) ได้ตรงกลุ่มเป้าหมายสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของแต่ละแคมเปญ และ Google Algorithm สามารถแข่งขันกับคู่แข่งทางการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ <u>เกณฑ์การให้คะแนน</u> - กรณีมีการนำเสนองานดังกล่าวครบถ้วน และสามารถตอบโจทย์การดำเนินงาน และความต้องการของธนาคารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ได้รับ 20 คะแนน - กรณีมีการนำเสนองานดังกล่าวครบถ้วนแต่ไม่สอดคล้องกับการดำเนินงานของธนาคาร ได้รับ 16 คะแนน - กรณีมีการนำเสนองานดังกล่าวไม่ครบถ้วน ได้รับ 10 คะแนน - กรณีไม่มีการเสนองานดังกล่าวได้รับ 0 คะแนน	20
2.2 เทคนิค วิธีการ และการบริหารจัดการ การซื้อโฆษณา (Optimized) ผ่านช่องทาง Meta (Facebook) ได้ตรงกลุ่มเป้าหมาย สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของแต่ละแคมเปญ และ Meta Algorithm สามารถแข่งขันกับคู่แข่งทางการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ <u>เกณฑ์การให้คะแนน</u> - กรณีมีการนำเสนองานดังกล่าวครบถ้วน และสามารถตอบโจทย์การดำเนินงาน และความต้องการของธนาคารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ได้รับ 10 คะแนน - กรณีมีการนำเสนองานดังกล่าวครบถ้วนแต่ไม่สอดคล้องกับการดำเนินงานของธนาคาร ได้รับ 8 คะแนน - กรณีมีการนำเสนองานดังกล่าวไม่ครบถ้วน ได้รับ 5 คะแนน - กรณีไม่มีการเสนองานดังกล่าวได้รับ 0 คะแนน	10
2.3 ดำเนินการดูแลความปลอดภัยรวมถึงดูแลระบบปัญหาทางเทคนิคที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานโฆษณาผ่านช่องทาง Google (SEM) และ Meta (Facebook) <u>เกณฑ์การให้คะแนน</u> - กรณีมีการนำเสนองานดังกล่าวครบถ้วน และสามารถตอบโจทย์การดำเนินงาน และความต้องการของธนาคารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ได้รับ 5 คะแนน - กรณีมีการนำเสนองานดังกล่าวไม่ครบถ้วน ได้รับ 3 คะแนน - กรณีไม่มีการเสนองานดังกล่าวได้รับ 0 คะแนน	5

รายละเอียดการให้คะแนน	คะแนน
3) การบริหารจัดการข้อมูล Data ที่ได้มาจากการสื่อสารการตลาดดิจิทัลของธนาคาร ตลอดจนการนำข้อมูลไปใช้ให้เกิดประสิทธิผลสูงสุด	20 คะแนน
3.1 วางระบบการจัดการข้อมูล Data ที่ได้มาจากการสื่อสารการตลาดดิจิทัลของธนาคาร ในทุกระบวนการตั้งแต่เริ่มต้น ตลอดจนการนำข้อมูลไปใช้อย่างมีประสิทธิภาพ <u>เกณฑ์การให้คะแนน</u> - กรณีมีการนำเสนองานดังกล่าวครบถ้วนและสามารถตอบโจทย์การดำเนินงานและความต้องการของธนาคารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ได้รับ 5 คะแนน - กรณีมีการนำเสนองานดังกล่าวไม่ครบถ้วน ได้รับ 3 คะแนน - กรณีไม่มีการเสนองานดังกล่าวได้รับ 0 คะแนน	5
3.2 มีดำเนินการอยู่ภายใต้พระราชบัญญัติกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) และนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของธนาคาร <u>เกณฑ์การให้คะแนน</u> - กรณีมีการนำเสนองานดังกล่าวครบถ้วนและสามารถตอบโจทย์การดำเนินงานและความต้องการของธนาคารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ได้รับ 5 คะแนน - กรณีมีการนำเสนองานดังกล่าวไม่ครบถ้วน ได้รับ 3 คะแนน - กรณีไม่มีการเสนองานดังกล่าวได้รับ 0 คะแนน	5
3.3 จัดทำ Data Real time Dashboard และสามารถให้ธนาคารเรียกดูรวมถึงตรวจสอบข้อมูลได้ จัดทำ Data Visualization จัดทำ Data Cleansing และวิเคราะห์ และสรุปข้อมูล Data ตามที่ธนาคารกำหนด เป็นรายเดือน <u>เกณฑ์การให้คะแนน</u> - กรณีมีการนำเสนองานดังกล่าวครบถ้วนและสามารถตอบโจทย์การดำเนินงานและความต้องการของธนาคารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ได้รับ 10 คะแนน - กรณีมีการนำเสนองานดังกล่าวครบถ้วนแต่ไม่สอดคล้องกับการดำเนินงานของธนาคาร ได้รับ 8 คะแนน - กรณีมีการนำเสนองานดังกล่าวไม่ครบถ้วน ได้รับ 5 คะแนน - กรณีไม่มีการเสนองานดังกล่าวได้รับ 0 คะแนน	10
4) รูปแบบ การวิเคราะห์ รายงานผลการดำเนินงานรวมถึงการใช้เครื่องมือที่เกี่ยวข้องร่วมกันระหว่างบริษัทกับธนาคาร	15 คะแนน

รายละเอียดการให้คะแนน	คะแนน
4.1 ดำเนินการมอนิเตอร์และจัดทำ Real-time Dashboard ที่มีการอัปเดตข้อมูลเป็นรายวันด้วยระบบ Automation ให้ธนาคารสามารถติดตามผลลัพธ์และประสิทธิภาพของการปล่อยโฆษณาได้อย่างใกล้ชิด และทำให้ธนาคารสามารถทำการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ได้อย่างเหมาะสม <u>เกณฑ์การให้คะแนน</u> - กรณีมีการนำเสนองานดังกล่าวครบถ้วนและสามารถตอบโจทย์การดำเนินงานและความต้องการของธนาคารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ได้รับ 5 คะแนน - กรณีมีการนำเสนองานดังกล่าวไม่ครบถ้วน ได้รับ 3 คะแนน - กรณีไม่มีการเสนองานดังกล่าวได้รับ 0 คะแนน	5
4.2 ดำเนินการแนะนำการใช้ Real-time Dashboard เพื่อให้ธนาคารสามารถติดตามผลลัพธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การแสดงผลข้อมูลเป็นรายวันหรือตามช่วงระยะเวลาที่กำหนด, ตัววัดผล Metric ที่เหมาะสม <u>เกณฑ์การให้คะแนน</u> - กรณีมีการนำเสนองานดังกล่าวครบถ้วนและสามารถตอบโจทย์การดำเนินงานและความต้องการของธนาคารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ได้รับ 5 คะแนน - กรณีมีการนำเสนองานดังกล่าวไม่ครบถ้วน ได้รับ 3 คะแนน - กรณีไม่มีการเสนองานดังกล่าวได้รับ 0 คะแนน	5
4.3 ดำเนินการสรุปรายงาน วิเคราะห์วัดผลการดำเนินงาน พร้อมข้อเสนอแนะนำแนวทางการพัฒนาปรับปรุงของโครงการรายเดือน โดยมีรายละเอียดดังนี้ - Competitors Review - Ads Performances Review - Key Suggestion - หรืออื่นๆ ตามความเหมาะสม <u>เกณฑ์การให้คะแนน</u> - กรณีมีการนำเสนองานดังกล่าวครบถ้วนและสามารถตอบโจทย์การดำเนินงานและความต้องการของธนาคารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ได้รับ 5 คะแนน - กรณีมีการนำเสนองานดังกล่าวไม่ครบถ้วน ได้รับ 3 คะแนน - กรณีไม่มีการเสนองานดังกล่าวได้รับ 0 คะแนน	5
5) ผลงานและประสบการณ์ของผู้ยื่นข้อเสนอที่เกี่ยวข้องกับโครงการ อาทิ บริษัทที่มีประสบการณ์การทำงานหรือมีมูลค่างานที่แสดงถึงศักยภาพในการดำเนินงานให้กับธนาคารได้ มีแผนผังทีมงานที่รับผิดชอบโครงการของธนาคารให้ชัดเจน มีใบรับรองที่เกี่ยวข้องกับการทำงานที่ธนาคารว่าจ้าง <u>เกณฑ์การให้คะแนน</u> - กรณีมีการนำเสนองานดังกล่าวครบถ้วนและสามารถตอบโจทย์การดำเนินงาน	5 คะแนน

รายละเอียดการให้คะแนน	คะแนน
และความต้องการของธนาคารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ได้รับ 5 คะแนน - กรณีมีการนำเสนองานดังกล่าวไม่ครบถ้วน ได้รับ 3 คะแนน - กรณีไม่มีการนำเสนองานดังกล่าวได้รับ 0 คะแนน	

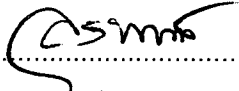
11.3 การพิจารณาคัดเลือกพิจารณาคะแนนรวม (11.1 + 11.2) ผู้ได้คะแนนสูงสุดจะได้รับการคัดเลือก

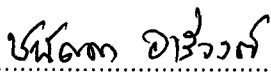
12. อัตราค่าปรับ

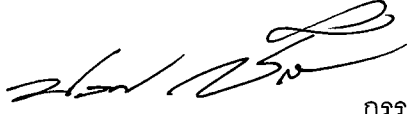
ค่าปรับคิดเป็นรายวัน ในอัตราร้อยละ 0.10 ของมูลค่าตามสัญญา แต่ไม่ต่ำกว่าวันละ 100 บาท

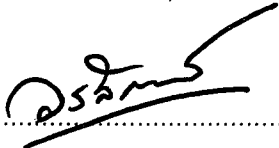
13. หน่วยงานที่รับผิดชอบ

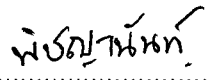
ส่วนส่งเสริมการตลาดและสื่อดิจิทัล ฝ่ายสื่อสารองค์กร อาคาร 1 ชั้น 2 เบอร์โทรศัพท์ 0-2645-9000 ต่อ 6330

ลงชื่อ..........ประธานกรรมการ
(นางสาวสุรพันธ์ สิริอาภรณ์สกุล)
ผู้อำนวยการฝ่ายสื่อสารองค์กร และวิชาการ
ผู้อำนวยการฝ่ายกิจกรรมเพื่อสังคม

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

ลงชื่อ..........กรรมการ
(นางประภาวรรณ เชิดชิด)
หัวหน้าส่วนพันธมิตรและส่งเสริมการขาย
ฝ่ายเงินฝากและพันธมิตร

ลงชื่อ..........กรรมการ
(นางสาววรลักษณ์ ศิริวัลลภ)
หัวหน้าส่วนส่งเสริมการตลาดและสื่อดิจิทัล
ฝ่ายสื่อสารองค์กร

ลงชื่อ..........กรรมการและเลขานุการ
(นางสาวพิชญานันท์ ไช้หุ่ณ)
พนักงานสัญญาจ้าง
ฝ่ายสื่อสารองค์กร

ธนาคารอาคารสงเคราะห์ให้ความสำคัญกับการปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วย
การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ธนาคารจึงได้กำหนดนโยบายคุ้มครองข้อมูล
ส่วนบุคคล โดยสามารถศึกษารายละเอียดที่ QR Code นี้

