

คอร์สเพิ่มยอดขายจากออนไลน์ด้วย Content + Ads + AI

2 วัน + ดูแลต่อ 30 วัน — ให้เซลล์และทีมการตลาดหาลูกค้าใหม่จากออนไลน์ได้เอง พร้อมระบบสืบทอดและชาวติดตั้งบนเครื่องบริษัท

จัดที่บริษัทคุณ - 2 วันเต็ม + ดูแลต่ออีก 30 วัน - ผู้เรียน ≤20 ท่าน - เซลล์และทีมการตลาดเข้าร่วมกัน

คอร์สนี้เกิดจากประโยชน์ของเซลล์ Dealer รถยนต์ที่บอกผมว่า “ขายเป็นอยู่แล้ว แต่อยากได้ลูกค้าเพิ่ม และไม่หนัดทำ Content” — ผมเลยไม่สอนขาย แต่สอนให้ทีมทำเครื่องมือหาลูกค้าเองได้
ผมไม่ได้มาสอน Prompt สร้างรูปครับ ผมสอนหลักคิดตั้งแต่การทำช่อง Funnel Content 3 ชั้น รูปแบบ Ads ทั้ง 3 แบบ แล้วลงมือทำขึ้นจริงจากสินค้าของบริษัทคุณในห้อง

ผู้สอน: ปัน นัฐพัชร (@pun_nattapatch) **B54,900** ต่อทีม (2 วัน และดูแลต่อ 30 วัน)

วันที่ 1 — Content ที่คนขายทำได้ และพาลูกค้าที่ใช้เข้ามา

วันแรกเริ่มจากหลักคิด ไม่ใช่เครื่องมือ — ช่องของบริษัทพูดกับใคร เรื่องอะไร ชื่นไหนสร้างตัวตน ชื่นไหนขาย แล้วค่อยลงมือทำขึ้นแรกให้เสร็จก่อนออกจากห้อง

1 หลักคิด: Content สำหรับคนขาย ไม่ใช่ Content สำหรับคนดู

เรียนอะไร: ทำไมเซลล์ที่ขายเก่งถึงทำ Content ไม่ออก · ช่องของบริษัทกับช่องของเซลล์ต่างกันตรงไหน · เรื่องที่บริษัทมีสิทธิ์พูดแล้วลูกค้าอยากฟัง

ลงมือทำ: วางแผนช่อง 1 หน้า: กลุ่มลูกค้า เรื่องที่จะพูด และคนในทีมที่จะเป็นหน้าช่อง

เพื่ออะไร: ทีมเลิกโพสต์แบบเดาใจ เพราะรู้ว่าโพสดีให้ใครดู และคนขายกล้าออกหน้าช่องเพราะมีเรื่องที่ตัวเองพูดได้

2 Funnel Content: Top / Middle / Bottom และสัดส่วนคอนเทนต์สร้างตัวตนกับคอนเทนต์ขาย

เรียนอะไร: คอนเทนต์ 3 ชั้นทำหน้าที่ต่างกัน: ให้คนหยุดดู ให้คนเชื่อ ให้คนทำ · ขายทุกโพสดีเหตุผลที่คนเลื่อนผ่าน · สัดส่วนที่ผมและวิธีปรับให้เข้ากับธุรกิจคุณ

ลงมือทำ: ดึงคำถามที่ลูกค้าถามเข้ามาเป็นหัวข้อ 30 เรื่อง แล้วจัดลงตาราง Funnel พร้อมสัดส่วนที่บริษัทรับได้

เพื่ออะไร: ทีมมีหัวข้อล่วงหน้าเป็นเดือน และรู้ว่าอาทิตย์ไหนควรโพสชิ้นสร้างตัวตนหรือชิ้นขาย โดยไม่ต้องเถียงกันทุกเช้า

3 แนวทางทำ Content พร้อมตัวอย่าง: Reel · Carousel · ภาพเดี่ยว

เรียนอะไร: โครงของแต่ละฟอร์แมตพร้อมตัวอย่างจากธุรกิจจริง · 2 วินาทีแรกต้องเห็นของ ไม่ใช่ปูเรื่อง · วิธีให้ AI ช่วยร่างโดยคนยังคุมแบรนด์และข้อเท็จจริง

ลงมือทำ: ร่างชิ้นแรกใน Script Studio ให้ AI เกลา แล้วถ่ายหรือประกอบเป็น Reel หรือ Carousel ที่โพสได้จริง

เพื่ออะไร: ทีมออกจากห้องพร้อมงาน 1 ชิ้นที่โพสได้ทันที และเห็นด้วยตัวว่าใช้เวลาต่อชิ้นเท่าไรเมื่อมีโครงและตัวอย่าง

4 ให้ AI ช่วยเตรียมสื่อ โดยไม่ต้องเป็นคนตัดต่อ

เรียนอะไร: AI เหมือนน้องฝึกงานที่รู้ทุกอย่างบนโลก แต่ไม่รู้จักรีวิว — ต้องบอสนินคำ ลูกค้า และโทนที่ใช้ก่อน · งานไหน AI ทำได้ดี งานไหนต้องเป็นคน

ลงมือทำ: เอาภาพและคลิปที่มีอยู่แล้วมาให้ AI ช่วยทำ Subtitle คำบรรยาย และรายการถ่ายทำอย่างขึ้นถัดไป · ทีมตรวจแบรนด์และข้อมูลก่อนใช้ทุกชิ้น

เพื่ออะไร: งานเตรียมสื่อที่เคยกินเวลาทั้งวัน เหลือรอบตรวจแก้ไม่กี่รอบ คนที่ไม่ถนัดตัดต่อก็ออกงานได้สม่ำเสมอ

วันที่ 2 — Ads ที่มีคนทัก ช่องทางรับลูกค้า และระบบที่ทำงานต่อหลังคลาส

วันที่สองเอาชิ้นที่ทำเมื่อวานไปทำเป็น Ads ทั้ง 3 รูปแบบ วางช่องทางรับลูกค้าทีเดียว แล้วให้ทีมติดตั้งระบบเองในห้อง 45 นาที กลับไปเปิดใช้ได้วันจันทร์ถัดไป

5 หลักการทำ Ads 3 รูปแบบ: รูปเดี่ยว · หลายรูป · คลิปสั้น

เรียนอะไร: แต่ละรูปแบบเหมาะกับงานและอย่างไร · รูปเดี่ยวต้องมองปฏิกิริยาใน 2 วินาที · หลายรูปเล่าเป็นลำดับให้จบจนถึงเหตุผลที่ต้องทัก · คลิปสั้นเปิดตัวของจริงไม่ใช่ปูเรื่อง

ลงมือทำ: ประกอบชุด Ads ทดสอบ 1 ชุดจากคอนเทนต์ที่ทำวันแรก ครบทั้ง 3 รูปแบบ พร้อมมุมมองที่จะเทียบกัน

เพื่ออะไร: เงินค่าแอดบาทแรกมีขึ้นวนที่ผ่านการคิดแล้ว ไม่ใช่เอาโพสดีเดิมมาบูสต์แล้วหวังว่าจะมีคนทัก

6 ทดสอบ Ads ให้อ่านผลได้ และวัดที่คนทัก ไม่ใช่ยอดขาย

เรียนอะไร: เปลี่ยนที่ละตัวแปรถึงจะรู้ว่าอะไรได้ผล · อ่านผลจากคนทักและคนกดเข้าช่องทาง ไม่ใช่ Reach · การเปิดแคมเปญจริงขึ้นกับบัญชี งบ และนโยบายแพลตฟอร์ม

ลงมือทำ: เขียนแผนทดสอบ 14 วันของชุด Ads ที่ทำ: ทดสอบมุมไหนก่อน หยุดเมื่อไร และใครดูตัวเลข

เพื่ออะไร: ทีมรู้ว่าเพิ่มงบให้ชิ้นไหนจากตัวเลขจริง ไม่ใช่จากความรู้สึกว่าชิ้นนี้สวย

7 ให้ AI สร้างช่องทางรับลูกค้า: หนัารวมช่องทางที่ทุก CTA ไปทีเดียว

เรียนอะไร: คนที่สนใจจากทุกช่องต้องเจอทางเดียวกัน · ผมพาดูหน้า /link ของผมเองว่าทำงานอย่างไร · ทำเองได้ด้วยเครื่องมือฟรีหรือให้ AI สร้างให้

ลงมือทำ: สร้างหนัารวมช่องทางของบริษัทให้เสร็จในห้อง แล้วเอาลิงก์ไปวางในทุกโพสดีและ Ads ที่ทำมา

เพื่ออะไร: ลูกค้าที่สนใจไม่หลงทางระหว่างช่องทาง และทีมรู้ว่าคนที่ทักมาจากชิ้นไหน

8 ติดตั้ง Marketing Warroom OS แล้วดำเนินงาน 1 วันให้ครบ

เรียนอะไร: ระบบสืบทอดและชาว สาหรับการทำคอนเทนต์ — 3 ห้องเดียวกันที่ผมใช้ทุกวัน ย่อมมาติดตั้งบนเครื่องบริษัท · ใครในทีมเปิดห้องไหนตอนไหน · ระบบทำอะไรได้ และอะไรยังต้องเป็นคนกด

ลงมือทำ: ติดตั้ง 45 นาที กรอข้อมูลบริษัทและเสียงแบรนด์ในหน้า 🎧 ตั้งค่า แล้วรัน ⚙️ รันสมองซ้ำ รอบแรกกับแหล่งข่าวจริงของบริษัท จากนั้นดำเนินงาน 1 ชิ้นจากข่าวไปถึงโพสดี และตั้ง Trigger คู่แข่ง 1 ราย

เพื่ออะไร: เช้าวันจันทร์หลังคลาส ทีมเปิดเครื่องแล้วเจอข่าว คู่แข่ง และคิวงานรออยู่ ไม่ต้องเริ่มจากหน้าจอเปล่า และช่องไม่หยุดเพราะคนคนเดียวยุ่ง

ของที่ไ้กลับบ้าน (จับต้องได้ทุกชิ้น)

- Channel Plan 1 หน้า: ช่องนี้พูดกับใคร เรื่องอะไร ใครเป็นหน้าช่อง
- Content Funnel Map 30 หัวข้อ จากคำถามที่ลูกค้าถามจริง แยก Top / Middle / Bottom พร้อมสัดส่วน
- Content ชิ้นแรกที่ทำเสร็จในห้อง (Reel หรือ Carousel) พร้อมโครงและตัวอย่างสำหรับขึ้นถัดไป
- Ads Creative Set 1 ชุด ครบ 3 รูปแบบ + แผนทดสอบ 14 วัน
- Link Hub รวมช่องทางรับลูกค้าของบริษัท 1 หน้า
- Marketing Warroom OS ติดตั้งบนเครื่องบริษัท พร้อมข้อมูลบริษัทและแผนใช้งาน 30 วัน
- ชุดคำสั่งให้ AI ช่วยร่าง เกลา และเตรียมสื่อ ภายใต้การตรวจของคุณ

อุปกรณ์ที่ต้องเตรียม

- Computer และ Internet WiFi (iPad และ Tablet ไม่สามารถใช้เรียนได้) · ผู้เรียนต้องมีสิทธิ์ติดตั้งโปรแกรมบนเครื่อง
- TV, Projector หรือ Whiteboard
- บัญชี Claude Code หรือ Codex แบบ Subscription 20 usd ขึ้นไป อย่างน้อย 1 บัญชีสำหรับคนดูแลระบบ (ไม่แนะนำ Gemini) · คำบัญชีเป็นของบริษัท
- เครื่องของบริษัท 1 เครื่องสำหรับติดตั้ง Marketing Warroom OS (ไม่ลงเครื่องส่วนตัวของพนักงาน)
- บัญชีช่องทางออนไลน์และบัญชีโฆษณาของบริษัท พร้อมสิทธิ์ผู้ดูแล

- ส่งข้อมูลก่อนเรียน 5 วัน: สินค้าหลักและกลุ่มลูกค้า · ภาพและคลิปที่มีอยู่ · Content/Ads เดิม · คำถามที่ลูกค้าถามบ่อย · แบบฟอร์มข้อมูลบริษัทสำหรับตั้งค่าระบบ
- เซลล์และทีมการตลาดเข้าเรียนพร้อมกัน โดยเฉพาะคนที่จะเป็นหน้าห้อง คนดู Content/Ads และผู้จัดการที่ดูภาพรวม

หมายเหตุ

- ชำระค่าบริการก่อนเรียนอบรม 100%
- กรุณาชำระค่าบริการก่อนการอบรม 7 วันเพื่อเป็นการยืนยันการจองคิววันอบรม
- ฟรีค่าเดินทางรวมไป-กลับไม่เกิน 150 กิโลเมตรจากกรุงเทพฯ · ส่วนที่เกินคิดคิดโหลเมตรละ 7 บาท
- รองรับผู้เรียนสูงสุด 20 ท่านในราคาเดียว · เกิน 20 ท่านสอบถามเป็นกรณีไป
- ราคาดัชนีไม่มีภาษีมูลค่าเพิ่ม · พักภาษี ณ ที่จ่ายได้ 3%
- วันที่ 2 ไม่จำเป็นต้องจากวันแรกทันที — เว้นระยะได้ตามที่ตกลงกัน เพื่อให้ทีมได้โฟกัสขึ้นแรงจริงก่อน
- ช่วงดูแลต่อ 30 วัน ครอบคลุมการตอบคำถาม การตรวจการเริ่มใช้ของที่ทำในห้อง และ 30-Day Conversion Review 30 นาที · ไม่รวมการรับทำ Content หรือดูแลการยิงโฆษณาแทน
- Marketing Warroom OS รุ่นแรกส่งมอบรอบละ 3 บริษัทตามลำดับที่ชำระ · ระบบไม่โพสต์ขึ้นเพจให้ (ได้ caption ในคลิปบอร์ดแล้วคนวางเอง) · การเชื่อมโพสติดัดไม่ติดอยู่ในบริการวางระบบ
- การเปิดแคมเปญจริงขึ้นกับบัญชี งบ และนโยบายของแพลตฟอร์ม ซึ่งอยู่นอกการควบคุมของผู้สอน
- รายละเอียดขอบเขตงาน เกณฑ์รับงาน และเงื่อนไขเพิ่มเติม อยู่ในเอกสารขอบเขตงานและข้อเสนอโครงการที่ส่งคู่กัน