



บริษัท จัดทำสื่อ สื่อสารการตลาด และโฆษณาประชาสัมพันธ์ สำหรับทรัพย์สินรอการขาย (NPA)
และภาพลักษณ์ของ บสส. ผ่านช่องทางออนไลน์ ปี 2569 ด้วยวิธีประกาศเชิญชวนทั่วไป

ฝ่ายสื่อสารองค์กร

บริษัท บริหารสินทรัพย์สุขุมวิท จำกัด
SUKHUMVIT ASSET MANAGEMENT CO., LTD.



2. วัตถุประสงค์

โดยที่ บสส. มีความประสงค์ จัดทำสื่อ สื่อสารการตลาด และโฆษณาประชาสัมพันธ์ สำหรับทรัพย์สินรอการขาย (NPA) และภาพลักษณ์ของ บสส. ผ่านช่องทางออนไลน์ ปี 2569 โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้

2.1 เพื่อสื่อสารการตลาด และโฆษณาประชาสัมพันธ์ และการใช้ช่องทางโฆษณาบนช่องทางออนไลน์ เพื่อสื่อสารให้กลุ่มเป้าหมายได้รับทราบข้อมูลและข่าวสารเกี่ยวกับทรัพย์สินรอการขาย (NPA)

2.2 เพื่อสร้างการรับรู้เกี่ยวกับ บริษัท บริหารสินทรัพย์สุขุมวิท จำกัด (บสส. หรือ SAM) เป็นบริษัทบริหารสินทรัพย์ของคนไทย ที่มีความโปร่งใส เชื่อถือได้ พร้อมด้วยบทบาทบริษัทบริหารสินทรัพย์เพื่อสังคม “SAM Social AMC”

2.3 เพื่อประชาสัมพันธ์วิสัยทัศน์ และพันธกิจของ บสส.

2.4 เพื่อรักษา และสร้างโอกาสทางธุรกิจ พร้อมส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของ บสส.

2.5 เพื่อสร้างการรับรู้เกี่ยวกับ บสส. มีความเชี่ยวชาญด้านอสังหาริมทรัพย์มือสอง เป็นแหล่งรวมของทรัพย์สินมือสองทำเลดีที่มีราคาเหมาะสมทั่วประเทศ และประชาสัมพันธ์รายการทรัพย์สินรอการขาย (NPA) ของ บสส. ให้กับทั้งลูกค้ารายใหม่ และลูกค้าเดิมที่มีการซื้อซ้ำ ที่เป็นทั้งกลุ่มผู้อยู่อาศัยเอง และกลุ่มที่เป็นนักลงทุน พร้อมทั้งกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความสนใจทรัพย์สินฯ และสร้างโอกาสในการขาย ให้บรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพตามแนวทางที่ บสส. กำหนด

3. คุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ

3.1 มีความสามารถตามกฎหมาย

3.2 เป็นนิติบุคคลที่ไม่ถูกศาลสั่งพิทักษ์ทรัพย์ หรือ มีสถานะเป็นบุคคลล้มละลาย รวมถึง กรรมการ หรือ ผู้บริหารของนิติบุคคลต้องไม่เป็นบุคคลที่มีภาระหนี้สินส่วนตัว ถูกศาลสั่งพิทักษ์ทรัพย์หรือ เป็นบุคคลล้มละลาย

3.3 ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

3.4 ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการ ผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

3.5 เป็นนิติบุคคล ผู้มีอาชีพรับจ้างตามขอบเขตของงานนี้

3.6 ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่ บสส. ณ วันยื่นเสนอราคา หรือ ไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรมในการยื่นข้อเสนอครั้งนี้

3.7 เป็นผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านการตลาดดิจิทัล และมีประสบการณ์สำหรับบ่อสังหาริมทรัพย์มือหนึ่ง หรือ มือสอง ที่แสดงถึงความสามารถในการดำเนินงานตรงกับความต้องการของ บสส. โดยต้องยื่นเอกสารหลักฐาน เช่น สำเนาสัญญา หรือ สำเนาใบสั่งจ้าง (Purchase Order) มาพร้อมกับการยื่นเสนอราคา และต้องมีเอกสารหลักฐานที่แสดง หรือ รับรองว่าได้มีการปฏิบัติงาน หรือ ส่งมอบงานเสร็จสิ้นสมบูรณ์แล้ว เช่น หนังสือรับรองผลงาน หรือ ใบเสร็จรับเงิน หรือ ใบส่งมอบงาน เป็นต้น

ข้อ	รายละเอียด	หน่วยวัด
4.1	ดำเนินงานจัดทำแผนงาน ดังต่อไปนี้	
4.1.1	จัดทำแผนกลยุทธ์การตลาด และ โฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์ (Strategy Plan)	
	โดยจัดทำแผนกลยุทธ์การตลาด การสื่อสารตลาด โฆษณาประชาสัมพันธ์ ให้ตรงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และเป็นไปตามวัตถุประสงค์ตามที่ บสส. กำหนด (1) กลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategy) (2) กลยุทธ์ด้านสื่อสารการตลาด (Communication Strategy) (3) กลยุทธ์การสร้างสรรค์ชิ้นงานโฆษณา (Creative Strategy) และการจัดทำผลงานตามความคิดสร้างสรรค์ (Creative Execution) ประกอบด้วย : - การวิเคราะห์ตลาด (Market Analysis) - วิเคราะห์คู่แข่งชั้น กำหนดกลุ่มเป้าหมาย(Target Audience) - กำหนดกลยุทธ์ให้เกิดผลลัพธ์ตามเป้าหมาย - กำหนด Concept Idea และ รูปแบบ Content - งานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องตามแผนกลยุทธ์	1 แผนงาน

ข้อ	รายละเอียด	หน่วยวัด
4.1.2	จัดทำแผนการตลาดและการเผยแพร่โฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์ (Media Plan)	
	จัดทำแผนการตลาดและแผนการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ โดยเน้นการเผยแพร่โฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัลทุกรูปแบบ (Integrated Marketing Communication and Online Media Plan) (1) การวิเคราะห์เป้าหมาย (Target Analysis): การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายและความต้องการของลูกค้า (2) การวิเคราะห์สื่อ (Media Analysis): การวิเคราะห์สื่อที่เหมาะสมสำหรับการโฆษณา (3) การวางแผนการซื้อสื่อ (Media Buying): การวางแผนการซื้อสื่อเพื่อการโฆษณา (4) การทำรายงานสรุปผล (Report): การประเมินรายงานรายสัปดาห์และรายเดือน (5) การประเมินผล (Evaluation): การประเมินผลของการโฆษณาและปรับปรุงแผนการโฆษณาให้ดีขึ้น	1 แผนงาน

ตัวอย่าง กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ ในปี 2026



1. Page Views + Engagement 30 Day คือกลุ่มเป้าหมายเคยมีส่วนร่วมและเคยเข้าชมเว็บไซต์แชนเมื่อ 30 วันที่ผ่านมา
2. Broad คือกลุ่มเป้าหมายพฤติกรรม Facebook นำส่งให้อัดโนมัติจาก DATA ความสนใจบ้านมือสอง
3. Home คือกลุ่มเป้าหมายมีความสนใจบ้านมือสอง คอนโดมือสอง ที่ดินเปล่า
4. Business คือกลุ่มเป้าหมายมีความสนใจธุรกิจ การลงทุนอสังหาริมทรัพย์
5. Officer worker คือกลุ่มเป้าหมายพนักงาน เช่นพนักงานบริษัทเอกชน พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานต่างๆ
6. โครงการบ้าน คือกลุ่มเป้าหมายพฤติกรรมความสนใจโครงการบ้าน โครงการแสนสิริ โครงการเอพี
7. LAL Inbox 30 Day คือกลุ่มเป้าหมายพฤติกรรมความสนใจคล้ายกับกลุ่มลูกค้าที่ทักข้อความมาในช่วง 30 วันที่ผ่านมา
8. LAL Inbox 60 Day คือกลุ่มเป้าหมายพฤติกรรมความสนใจคล้ายกับกลุ่มลูกค้าที่ทักข้อความมาในช่วง 60 วันที่ผ่านมา
9. Engagement 30 Day คือกลุ่มเป้าหมายพฤติกรรมความสนใจคล้ายกับกลุ่มลูกค้ามีส่วนร่วมโพสต์ 30 วันที่ผ่านมา
10. Condo คือกลุ่มเป้าหมายมีความสนใจคอนโดมือสอง
11. Customer List คือรายชื่อลูกค้าเคยลงทะเบียนสนใจทรัพย์สินมือสอง

หมายเหตุ : Customer List ทาง SAM จะอัปโหลดข้อมูลหลังบ้านให้ และให้ทางผู้รับจ้างนำไปยิง ads ต่อไป

เปอร์เซ็นต์รายการที่ขายได้แบ่งตามภูมิภาค



PHYSICAL_ZONE	% ของทั้งหมด
กรุงเทพมหานคร	41.78%
ปริมณฑล	13.32%
ภาคเหนือ	7.57%
ภาคใต้	9.05%
ภาคกลาง	1.81%
ภาคตะวันตก	1.64%
ภาคตะวันออก	17.11%
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	7.73%
ผลรวม	100.00%

เปอร์เซ็นต์รายการที่ขายได้แบ่งตามประเภททรัพย์สิน

ASSET_TYPE_GROUP	% ของทั้งหมด
โกดัง/คลังสินค้า	8.16%
โรงแรม/รีสอร์ท	8.16%
โรงงานอุตสาหกรรม	18.37%
โรงพยาบาล	2.04%
ตลาด	2.04%
ฟาร์มเลี้ยงสัตว์	2.04%
ร้านอาหาร	4.08%
ศูนย์กีฬา	2.04%
ส่วนไม่สิ่งปลูกสร้าง	2.04%
สังหาริมทรัพย์อื่น	2.04%

ASSET_TYPE_GROUP	% ของทั้งหมด
ห้องชุดพาณิชยกรรม	30.61%
ห้องชุดสำนักงาน	2.04%
อพาร์ทเมนต์	6.12%
อาคารชุดพักอาศัย	2.04%
อาคารพักอาศัย	8.16%
อาคารสำนักงาน	2.04%
ผลรวม	100.00%

4.2	ผู้เสนอราคาจะต้องกำหนดสัดส่วนการใช้ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานจ้างตามรายละเอียดและขอบเขตของงาน (TOR) โดยรวมสัดส่วนของค่าใช้จ่ายทั้งหมดแล้ว ต้องเท่ากับ 100% ของราคางานจ้าง ดังนี้	
4.2.1	การเผยแพร่โฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์ (Media)	ไม่น้อยกว่า 70% ของราคางานจ้าง ตามสัญญา
4.2.2	(1) ดำเนินการตามแผนกลยุทธ์การตลาด และ โฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์ (2) การรายงานผลการดำเนินงาน (Report) (3) ดำเนินการผลิตชิ้นงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง (Production) ตามแผนกลยุทธ์และแผนการดำเนินงาน (4) ดำเนินการด้าน Administration และบริหารจัดการเครื่องมือสื่อสารดิจิทัล	ไม่เกิน 30% ของราคางานจ้าง ตามสัญญา

TOR ตามข้อ 4.2 การกำหนดสัดส่วนการใช้ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความเหมาะสมและความจำเป็นตามสถานการณ์เพื่อประโยชน์สูงสุดของ บสส. โดยจะต้องได้รับความเห็นชอบจาก บสส. และเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของขอบเขตงานจ้าง

สัดส่วนการใช้เงิน 70 : 30 ตลอด 10 เดือน



Execution	Budget Proportion	
	ไม่เกิน 30%	NPA Strategy and Creative , Report
		Production
		Admin
Media Spending	ไม่น้อยกว่า 70%	Media

ตัวอย่างการวางแผนงาน

Items	จำนวน Content	
ภาพนิ่ง	90	ชิ้น
VDO Big production	5	คลิป
Influ	8	คลิปจาก(Influ)
รวม	103	ชิ้นงาน

VDO Big Production : ยกกอง มีคนแสดง

Media Budget 60:40



ข้อ	รายละเอียด	หน่วยวัด
4.3	ผู้เสนอราคาจะต้องดำเนินการ (Execution) ดังต่อไปนี้	
4.3.1	ผู้เสนอราคาจะต้องดำเนินการ ข้อ บริหารจัดการสื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ และตรงกับ “กลุ่มเป้าหมาย” ตามแผนงานที่ได้รับความเห็นชอบจาก บสส.	
	ผู้เสนอราคาจะต้องดำเนินการจัดซื้อ บริหารจัดการ และดำเนินงานสื่อการตลาดดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของโครงการ และตรงกับกลุ่มเป้าหมาย ตามแผนงานที่ได้รับความเห็นชอบจากบริษัท บริหารสินทรัพย์สุขุมวิท จำกัด (บสส.) โดยดำเนินการวิเคราะห์และจัดแบ่งกลุ่มเป้าหมาย (Segmentation) วางแผนการโฆษณาให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย พร้อมจัดทำและบริหารแผนการใช้สื่อ (Media Plan) ให้เหมาะสมกับพฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัลในปัจจุบัน โดยกำหนดประเภทเนื้อหา รูปแบบการสื่อสาร ช่วงเวลา และความถี่ในการเผยแพร่โฆษณาให้เหมาะสมกับแต่ละกลุ่มเป้าหมาย กำหนดสัดส่วนงบประมาณสื่อ Google Ads ไม่น้อยกว่าร้อยละ 60 และสื่อออนไลน์อื่น ๆ ไม่เกินร้อยละ 40 รวมถึงดำเนินการสื่อสารผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์และ KOL หรือ Influencer ที่เหมาะสม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสาร การเข้าถึง และความต่อเนื่องตลอดระยะเวลางานจ้าง ทั้งนี้ สามารถปรับแผนการใช้สื่อให้เหมาะสมตามสถานการณ์ ภายใต้อาณัติเห็นชอบของ บสส.	ตลอดสัญญาจ้าง

4.3.2	การรายงานผลการดำเนินงาน (Report)	
(1)	จัดเตรียมเครื่องมือรายงานสรุปผลการดำเนินงานรูปแบบ Dashboard เพื่อให้ บสส. สามารถเข้าดูรายงานดังกล่าวแบบออนไลน์ได้	เปิดสิทธิ์ให้ บสส. เข้าถึงข้อมูลได้ ตลอดสัญญาจ้าง และหลังจากสิ้นสุด สัญญาจ้างไม่น้อย กว่า 3 เดือน
(2)	จัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินงาน พร้อมบทสรุปวิเคราะห์เป็นรายสัปดาห์ (ตั้งแต่วันจันทร์-วันอาทิตย์)	นำส่งภายในวันพุธ ของสัปดาห์ถัดไป
(3)	จัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินงาน พร้อมบทสรุปวิเคราะห์เป็นรายเดือน หรือ ตามที่ บสส. กำหนด	นำส่งไม่เกินวันที่ 15 ของเดือนถัดไป
(4)	จัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินงาน ตามระยะเวลางวดงานที่กำหนด ให้กับ บสส. ซึ่งตัวชี้วัดดังกล่าวจะต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และสามารถวัดผลได้	ตามรายละเอียดงาน จ้างที่ต้องส่งมอบ ในข้อ 4.1

4.3.3	ผู้เสนอราคาจะต้องดำเนินการผลิตชิ้นงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง (Production) ตามแผนกลยุทธ์และแผนการดำเนินงาน	
	(1) <u>Pre-Post Production</u> วางแผนกำหนดเรื่องราว วางประเด็นนำเสนอ (Concept Idea) กำหนดรายละเอียดการทำงาน การเตรียมงานก่อนการผลิตชิ้นงาน (2) จัดทำข้อมูลเนื้อหา/เนื้อเรื่อง (Content) ดำเนินการด้านความคิดสร้างสรรค์ ออกแบบ จัดทำเนื้อหา ผลิตชิ้นงาน หรืออาร์ตเวิร์คที่เกี่ยวข้อง (Creative and Production and Graphic Design) ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น Single Photo, Multi Photo, Video Motion, Short Video เป็นต้น พร้อมเผยแพร่เนื้อหาชิ้นงาน ผ่านช่องทาง Online และ Social Media	ไม่น้อยกว่า 90 ชิ้น ตลอดสัญญา

	(3) จัดทำคลิปวิดีโอด้านอสังหาริมทรัพย์ มือสอง ด้านการเงิน การบริหารสินทรัพย์ หรือด้านอื่น ๆ ตามความเหมาะสม โดยจะต้องมีการนำเสนอ Storytelling Scene Locations Storyboard หรือ Post-production ซึ่งทำให้กลุ่มเป้าหมายรู้จัก เห็น หรือจำแบรนด์/แคมเปญได้ (Mass Awareness) และได้รับความเห็นชอบจาก บสส. พร้อมเผยแพร่เนื้อหาชิ้นงาน ผ่านช่องทาง Online และ Social Media	ไม่น้อยกว่า 13 ชิ้น ตลอดสัญญา
	(4) จัดให้มีผู้ดำเนินรายการ ผู้ร่วมรายการ เป็นกูรู หรือ Key Opinion Leader (KOLs) ด้านอสังหาริมทรัพย์ มือสอง ด้านการเงิน การบริหารสินทรัพย์ หรือด้านอื่น ๆ ตามความเหมาะสม ซึ่งบุคคลดังกล่าว จะต้องเป็นผู้มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของกลุ่มเป้าหมาย และได้รับความเห็นชอบจาก บสส. พร้อมเผยแพร่เนื้อหาชิ้นงาน ผ่านช่องทาง Online และ Social Media	

TOR ตามข้อ 4.3.3 ข้อ (3) และ (4) กำหนดให้ผู้รับจ้างต้องนำเสนอ Script / Shooting Script, Content Outline และจะต้องได้รับความเห็นชอบจาก บสส. ก่อนการดำเนินการถ่ายทำวิดีโอ ทั้งนี้เนื้อหาในวิดีโอต้องเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของขอบเขตงานจ้างนี้

ข้อ	รายละเอียด	หน่วยวัด
4.3.4	ผู้เสนอราคาจะต้องดำเนินการด้าน Administration และบริหารจัดการเครื่องมือสื่อสารดิจิทัล	
(1)	วางแผนการโพสต์เนื้อหา จัดทำตารางการเผยแพร่โพสต์เนื้อหา (Content Calendar)	ตลอดสัญญา
	รวมถึงบริหาร จัดการ ควบคุม ดูแลเครื่องมือสื่อสารสังคมออนไลน์ ตามที่ บสส. กำหนด ให้เป็นไปด้วยความราบรื่นต่อเนื่อง ครบถ้วน และเรียบร้อย รวมถึง ประสานงานกับผู้รับจ้างงานดิจิทัลเดิมของ บสส. ในปีที่ผ่านมาเพื่อเข้าถึง ฐานข้อมูลการบริหารจัดการและดำเนินการเรื่องสื่อต่าง ๆ ของ บสส.	
(2)	จัดให้มีเจ้าหน้าที่แอดมิน (Administrator)	ไม่น้อยกว่า 3 คน
	ทำหน้าที่สื่อสารกับลูกค้าบนช่องทางต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องและแอดมินต้อง ดำเนินการอย่างระมัดระวังเพื่อรักษาภาพลักษณ์ที่ดีของ บสส. ตลอดระยะเวลา งานจ้าง และจัดให้มีหัวหน้า Admin เพื่อควบคุม ดูแล และตรวจสอบความ ถูกต้องของข้อมูลก่อนนำเสนอลูกค้า	

(3)	กำหนดเวลาดำเนินการดังนี้	
	เจ้าหน้าที่แอดมินให้ข้อมูลลูกค้าทุกวันจันทร์ถึงวันอาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ ระหว่างเวลา 8.30 ถึงเวลา 19.00 น. หรือตามกรอบเวลาที่ บสศ. เห็นสมควร	ตอบกลับภายในเวลาไม่เกิน 30 นาที
	ผู้เสนอราคาจะต้องบริหารจัดการเจ้าหน้าที่แอดมินให้สื่อสารกับลูกค้าบนช่องทาง Online และ Social Media ทั้งนี้ กรณีมีงานอื่นๆ ที่จำเป็นต้องสื่อสารกับลูกค้านอกเวลา 8.30 ถึงเวลา 19.00 น. บสศ. จะแจ้งล่วงหน้าให้ทราบอย่างน้อย 3 วันทำการ	ตลอดสัญญา
	กรณีเจ้าหน้าที่แอดมินให้ข้อมูลแก่ลูกค้าไม่ถูกต้อง ไม่ว่าจะทราบจากทีมงานของแอดมินเอง หรือ บสศ. แจ้งให้ทราบ ทางเจ้าหน้าที่แอดมินจะต้องแก้ไขข้อมูลแก่ลูกค้าให้ถูกต้องทันที หรือภายในระยะเวลาไม่เกิน 30 นาที นับแต่เวลาที่ บสศ. แจ้ง	
	ผู้เสนอราคาจะต้องดำเนินการบริหาร จัดการ ควบคุม ดูแลเครื่องมือสื่อสารคอมพิวเตอร์ออนไลน์ ตามที่ บสศ. กำหนดให้ถูกต้อง ครบถ้วน และต่อเนื่อง หากพบข้อผิดพลาด หรือเหตุขัดข้อง หรือหลังจากได้รับแจ้งจาก บสศ. ต้องดำเนินการแก้ไขให้แล้วเสร็จภายใน 30 นาที นับจากทราบเหตุดังกล่าว *ยกเว้น กรณีข้อผิดพลาด หรือเหตุขัดข้องไม่ได้เกิดจากความผิดพลาดในการดำเนินงานของผู้เสนอราคาเอง	

ข้อ	รายละเอียด	หน่วยวัด
(4)	กรณีที่ถูกคำมีความประสงค์จะนัดชมทรัพย์ ผู้เสนอราคาต้องดำเนินการกรอกข้อมูลนัดชมทรัพย์ตามวันเวลาที่ลูกค้า กำหนด และต้องให้ข้อมูลเกี่ยวกับการเข้าชมทรัพย์ ตามเงื่อนไขที่ บสส.กำหนด	ตลอดสัญญา
(5)	ผู้เสนอราคาต้องรวบรวม และสรุปประเด็นคำถามที่พบบ่อย (Q&A) และอัปเดต ประเด็นคำถามใหม่ ๆ แบบมาพร้อมกับรายงานผลการดำเนินงานรายเดือน พร้อมจัดทำคู่มือในการตอบคำถามให้แอดมิน โดยต้องผ่านการพิจารณาตรวจสอบความถูกต้องก่อนนำไปใช้งาน	ตลอดสัญญา
(6)	รายงานการบันทึกเวลาปฏิบัติงานเข้า-ออก ของเจ้าหน้าที่แอดมิน (Administrator)	ตลอดสัญญา
	และหลักฐานการปฏิบัติงานถาม-ตอบ ตามระยะเวลาที่กำหนด และนำเสนอในรายงานประจำเดือน (Monthly Report)	
(7)	ดำเนินการบริหาร จัดการ ควบคุม ดูแลเครื่องมือสื่อสารออนไลน์ สำหรับทรัพย์สินรอการขาย (NPA) ข้อมูลองค์กร ของ บสส. Corporate หรือตามที่ บสส. กำหนดให้เป็นไปด้วยความราบรื่นต่อเนื่อง ครบถ้วน เรียบร้อย	Facebook Fan Page LineOA YouTube TikTok หรือ Platform อื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

4.4 รายละเอียดอื่น ๆ

4.4.1 จากที่ผู้เสนอราคา นำเสนอกลยุทธ์ และแผนการดำเนินงานด้านการตลาดดิจิทัล ทาง บสส. สามารถเสนอให้มีการปรับปรุงหรือปรับเปลี่ยนแผนการดำเนินงาน รูปแบบ วิธีการ จำนวนของสื่อ หรือ จำนวนแอดมิน ตามความเหมาะสมของสถานการณ์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพผลการดำเนินงาน โดยการปรับเปลี่ยนดังกล่าวต้องอยู่ภายใต้ขอบเขตงาน (Scope of Work) และไม่เกินกรอบงบประมาณที่ได้รับอนุมัติ และผู้เสนอราคาจะดำเนินการตามแผนที่ได้รับความเห็นชอบร่วมกันจาก บสส.

4.4.2 ผู้เสนอราคาจะต้องกำหนดตัวชี้วัด หรือประโยชน์ที่ บสส. จะได้รับจากการดำเนินการตามแผนงานที่นำเสนอมา ซึ่งตัวชี้วัดดังกล่าวจะต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และสามารถวัดผลได้ในการเสนองานครั้งนี้

4.4.3 ผู้เสนอราคาจะต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นทั้งหมด ตามขอบเขตการจ้างงานตาม ข้อ 4 รวมถึง ภาระการดำเนินการใด ๆ ที่เกี่ยวกับแคมเปญการทำกิจกรรมการตลาดออนไลน์ /หรือมีการเปลี่ยนแปลงไปจากแผนงานที่นำเสนอต่อ บสส. ให้เป็นค่าใช้จ่ายของผู้เสนอราคาทั้งสิ้น

4.4.4 ผู้เสนอราคาต้องใช้บัญชีในการจัดการโฆษณา (Ads Account) ของผู้เสนอราคา ในการเผยแพร่ข้อมูล และรายละเอียดต่าง ๆ รวมถึงการดำเนินการใด ๆ ที่จะต้องดำเนินการภายใต้ข้อกำหนดของกฎหมายที่เกี่ยวข้องให้อยู่ในความรับผิดชอบของผู้เสนอราคาทั้งสิ้น

4.4.5 ผู้เสนอราคาที่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นผู้รับจ้างจะต้องควบคุมดูแลบัญชีการใช้งานสื่อต่าง ๆ ให้เป็นไปตามข้อกำหนดและเงื่อนไขงานจ้างนี้ และจะไม่นำไปใช้งาน หรือโอนให้บุคคลอื่น เพื่อใช้แสวงหาประโยชน์ใดๆ หรือดำเนินการอื่นใด นอกเหนือจากการปฏิบัติงานจ้าง รวมทั้งจะต้องดำเนินการหรือปฏิบัติให้เป็นไปตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกำหนดไว้ ตลอดจน ส่งมอบบัญชีการใช้งาน ชื่อผู้ใช้งาน หรือข้อมูลที่ใช้จำเป็นในการเข้าถึงสื่อดังกล่าวตามเงื่อนไขและภายในเวลาที่ บสส. กำหนดด้วย

4.4.6 ผู้เสนอราคาต้องรับผิดชอบในการดำเนินงานไม่ให้มีการละเมิดสิทธิ หรือทรัพย์สินทางปัญญาของบุคคลใด ๆ หากมีความเสียหายเกิดขึ้น ผู้เสนอราคาต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นทั้งหมด

4.5 เป้าหมายตัวชี้วัด (KPIs) ที่ บสส. กำหนด โดยวัดผลระหว่างระยะเวลาสัญญาจ้างดังนี้

รายการ	รายละเอียด	KPIs
(1)	Goal Completions (Users) จำนวนทราฟฟิกที่ถูกค้าเข้าชมทรัพย์สิน NPA ผ่านเว็บไซต์	ไม่น้อยกว่า 350,000 ราย
(2)	ผลิตชิ้นงาน และเผยแพร่ (Content Post) ตาม TOR ข้อ 4.3.3	ไม่น้อยกว่า 103 ชิ้นงาน (1 Design นับเป็น 1 ชิ้นงาน)
(3)	จำนวนการแสดงผลโฆษณา (Impression/View)	ไม่น้อยกว่า 39,500,000 ครั้ง

5. ระยะเวลาดำเนินงานจ้าง

ผู้เสนอราคาที่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นผู้รับจ้างจะต้องดำเนินงานตามข้อ 4. ให้แล้วเสร็จ ภายในกำหนด ระยะเวลาดำเนินงานทั้งสิ้น 10 (สิบ) เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้างฯ หรือตามที่ บสส. กำหนด และต้อง จัดทำรายงานพร้อมส่งมอบรายงานสรุปผลการดำเนินงานฯ ดังกล่าว ให้แล้วเสร็จภายใน 15 (สิบห้า) วัน นับถัดจาก วันที่ดำเนินงานแล้วเสร็จ

6. การส่งมอบงาน

6.1 ผู้เสนอราคาจะต้องส่งมอบงานที่มีรายละเอียดและขอบเขตของงานถูกต้องครบถ้วน ตามเงื่อนไขที่กำหนด ไว้ในข้อ 4 และเป็นผลสำเร็จตามตัวชี้วัด (KPIs) ที่กำหนดไว้ในแผนงานที่ผ่านความเห็นชอบจาก บสส. เป็นรายงวด รวม 3 (สาม) งวด โดยมีรายละเอียดงานที่ต้องส่งมอบ และกำหนดเวลาส่งมอบงานแต่ละรายงวดงาน ดังนี้

การส่งมอบงานงวดที่ 1

งวดงาน	รายละเอียดงานจ้างที่ต้องส่งมอบ	กำหนดระยะเวลา ดำเนินงานจ้าง	กำหนดระยะเวลา ส่งมอบงานจ้าง
งวดที่ 1	แผนการดำเนินงานจ้างตามข้อ 4.1 อย่างน้อย 1 ชิ้นงานต่อแผนงาน ดังนี้ 1.1 จัดทำแผนกลยุทธ์การตลาด และ โฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์ (Strategy Plan) 1.2 จัดทำแผนการตลาดและการเผยแพร่โฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์ (Media Plan)	-	ระยะเวลา 30 วัน นับถัดจากวันที่ลงนามสัญญา
	1.3 รายงานสรุปผลการดำเนินงานจ้าง ข้อ 4 และต้องทำ KPIs ตามข้อ 4.5 รายการที่ (1), (2) และ (3) ได้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ของตัวชี้วัด (KPIs) ตามแผนงานที่ได้รับการเห็นชอบจาก บสส.	ภายใน 3 เดือน แรกนับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา	ภายในระยะเวลา 15 วันนับถัดจากวันครบกำหนดระยะเวลาดำเนินงานจ้างงวดที่ 1
	1.4 รายงานผลการดำเนินงานจ้าง งวดที่ 1 ตาม TOR ข้อ 4.3.4 ดังนี้ - รายงานการบันทึกเวลาปฏิบัติงานเข้า-ออก ของเจ้าหน้าที่แอดมิน (Administrator) - หลักฐานการปฏิบัติงานถาม-ตอบ ตามระยะเวลาที่กำหนด - สรุปประเด็นคำถามที่พบบ่อย (Q&A) และอัปเดตประเด็นคำถามใหม่ ๆ พร้อมจัดทำคู่มือในการตอบคำถามให้แอดมิน		
	1.5 รายงานรายละเอียด Access การเข้าถึงช่องทางการสื่อสารดิจิทัลของ บสส. ทุกช่องทาง โดยจัดทำเป็นคู่มือการใช้งานในระบบต่างๆ พร้อม Username และ Password ตามรายละเอียดและขอบเขตของงานจ้าง ที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงาน และค่าใช้จ่าย รวมถึงรายชื่อและเบอร์โทรศัพท์ของผู้ประสานงาน และรายละเอียดข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง		
	- สรุปจำนวนลูกค้าทำรายการนัดชมทรัพย์สินผ่านแอดมิน		

การส่งมอบงานงวดที่ 2

งวดที่ 2	2.1 รายงานสรุปผลการดำเนินงานจ้าง ข้อ 4 และต้องทำ KPIs ตามข้อ 4.5 รายการที่ (1), (2) และ (3) ได้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ของตัวชี้วัด (KPIs) ตามแผนงานที่ได้รับความเห็นชอบจาก บสส. 2.2 รายงานผลการดำเนินงานจ้าง งวดที่ 2 ตาม TOR ข้อ 4.3.4 ดังนี้	ภายใน 6 เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา	ภายในระยะเวลา 15 วันนับถัดจากวันครบกำหนดระยะเวลาดำเนินงานจ้างงวดที่ 2
	- รายงานการบันทึกเวลาปฏิบัติงานเข้า-ออก ของเจ้าหน้าที่แอดมิน (Administrator) - หลักฐานการปฏิบัติงานถาม-ตอบ ตามระยะเวลาที่กำหนด - สรุปประเด็นคำถามที่พบบ่อย (Q&A) และอัปเดต ประเด็นคำถามใหม่ ๆ พร้อมจัดทำคู่มือในการตอบคำถามให้แอดมิน - สรุปจำนวนลูกค้าทำรายการนัดชมทรัพย์สินผ่าน แอดมิน	ภายใน 6 เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา	ภายในระยะเวลา 15 วันนับถัดจากวันครบกำหนดระยะเวลาดำเนินงานจ้างงวดที่ 2

การส่งมอบงานงวดที่ 3

งวดที่ 3 (งวด สุดท้าย)	3.1 รายงานสรุปผลการดำเนินงานจ้าง ข้อ 4 และต้องทำ KPIs สะสมตามข้อ 4.5 รายการที่ (1), (2) และ (3) โดยมีจำนวน ตัวชี้วัดสะสมตาม งวดที่ 1 ถึง งวดที่ 3 ได้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 100 ของตัวชี้วัด (KPIs) ตามแผนงานที่ได้รับ ความเห็นชอบจาก บสส.		
	3.2 รายงานผลการดำเนินงานจ้าง งวดที่ 3 ตาม TOR ข้อ 4.3.4 ดังนี้ - รายงานการบันทึกเวลาปฏิบัติงานเข้า-ออก ของเจ้าหน้าที่ แอดมิน (Administrator) - หลักฐานการปฏิบัติงานถาม-ตอบ ตามระยะเวลาที่กำหนด - สรุปประเด็นคำถามที่พบบ่อย (Q&A) และอัปเดต ประเด็น คำถามใหม่ ๆ พร้อมจัดทำคู่มือในการตอบคำถามให้แอดมิน - สรุปจำนวนลูกค้าทำรายการนัดชมทรัพย์สินผ่าน แอดมิน 3.3 รายงานรายละเอียด Access การเข้าถึงช่องทางการสื่อสาร ดิจิทัลของ บสส. ทุกช่องทาง โดยจัดทำเป็นคู่มือการใช้งาน ในระบบต่างๆ พร้อม Username และ Password ตาม รายละเอียดและขอบเขตของงานจ้าง ที่เกี่ยวข้องในการ ดำเนินงาน และค่าใช้จ่าย รวมถึงรายชื่อและเบอร์โทรศัพท์ ของผู้ประสานงาน และรายละเอียดข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง	ภายใน สิ้นเดือนที่ 10 นับถัดจากวันที่ ลงนามในสัญญา	ภายในระยะเวลา 15 วันนับถัดจาก วันครบกำหนด ระยะเวลา ดำเนินงานจ้างงวด ที่ 3

6.2 ข้อมูลประกอบการส่งมอบงาน

- 6.2.1 รายงานสรุปผลการดำเนินงาน ส่งมอบในรูปแบบไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ และรูปเล่มรายงาน พิมพ์สี จำนวน 1 ชุด
- 6.2.2 ไฟล์ต้นฉบับชิ้นงานอาร์ตเวิร์กแต่ละชนิดที่ได้เผยแพร่ลงบนช่องทาง Online และ Social Media ในรูปแบบไฟล์ .jpg / .png และ ไฟล์ .psd (Adobe Photoshop) ไฟล์ .ai (Adobe Illustrator) หรือไฟล์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง
- 6.2.3 ไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ นำส่งทางอีเมลหรือช่องทางอื่นตามที่ บสส. กำหนด

7. การจ่ายเงิน

บสส. จะจ่ายเงินค่าจ้าง ซึ่งได้รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม ตลอดจนภาษีอากรอื่นๆ และค่าใช้จ่ายทั้งปวง ตามอัตราที่กำหนดในสัญญาจ้าง รวมถึงเอกสารแนบท้ายสัญญา โดยจะจ่ายเป็นรายงวด ตามที่ผู้รับจ้างได้ดำเนินงานแล้วเสร็จสมบูรณ์และผู้รับจ้างได้ส่งมอบงานได้ถูกต้องครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดใน ข้อ 6. และ บสส. ได้ตรวจรับมอบงานไว้เป็นที่เรียบร้อยแล้ว

การจ่ายเงินตามความในวรรคแรก บสส. จะจ่ายภายในกำหนด 45 (สี่สิบห้า) วัน นับถัดจากวันที่ผู้รับจ้างได้นำส่งใบแจ้งหนี้และเอกสารที่เกี่ยวข้องตามที่ บสส. กำหนดให้แก่ บสส. ได้ครบถ้วนถูกต้อง โดยการชำระเงินจะแบ่งออกเป็น 3 (สาม) งวด ดังนี้

งวดงาน	รายละเอียดการจ่ายเงิน	ร้อยละของ ค่าจ้าง
งวดที่ 1	เมื่อผู้รับจ้างได้ดำเนินงาน และส่งมอบงานตามข้อ 6. งวดที่ 1 โดยถูกต้องครบถ้วน สมบูรณ์ตามสัญญาจ้างหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ และ บสส. ได้ตรวจรับมอบงานจ้างดังกล่าวเรียบร้อยแล้ว	20
งวดที่ 2	เมื่อผู้รับจ้างได้ดำเนินงาน และส่งมอบงานตามข้อ 6. งวดที่ 2 โดยถูกต้องครบถ้วน สมบูรณ์ตามสัญญาจ้างหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ และ บสส. ได้ตรวจรับมอบงานจ้างดังกล่าวเรียบร้อยแล้ว	40
งวดที่ 3	เมื่อผู้รับจ้างได้ดำเนินงาน และส่งมอบงานตามข้อ 6. งวดที่ 3 โดยถูกต้องครบถ้วน สมบูรณ์ตามสัญญาจ้างหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ และ บสส. ได้ตรวจรับมอบงานจ้างดังกล่าวเรียบร้อยแล้ว	40

9. หลักเกณฑ์และสิทธิในการพิจารณา

ในการพิจารณาเลือกผู้เสนอราคา การจัดจ้างผลิต และเผยแพร่โฆษณาประชาสัมพันธ์ทางการตลาด ทรัพย์สินรอการขาย (NPA) และภาพลักษณ์ บสส. ผ่านช่องทางดิจิทัล ปี 2569 จะพิจารณาคัดสินโดยใช้เกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) โดยผู้เสนอราคาที่จะได้รับการคัดเลือกให้เป็นผู้ชนะการจ้าง จะต้องผ่านเกณฑ์การพิจารณา ดังนี้

9.1 ได้คะแนนด้านเทคนิค (Performance : ข้อ 9.3 -9.6) ไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 และหากไม่ผ่านเกณฑ์คะแนนขั้นต่ำ บสส. จะไม่พิจารณาข้อเสนอด้านราคา

9.2 รวมคะแนนด้านเทคนิค (ตามข้อ 9.1) และคะแนนด้านราคา เป็นผู้ได้คะแนนผลรวมสูงสุด โดยพิจารณาให้คะแนนตามปัจจัยหลัก และน้ำหนักที่กำหนด โดยกำหนดให้น้ำหนักรวมทั้งหมดเท่ากับร้อยละ 100 ดังนี้

หลักเกณฑ์และสิทธิในการพิจารณา

ลำดับ	รายละเอียด	น้ำหนักคะแนน
9.3	แผนกลยุทธ์ และแผนการตลาด โฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัล	ร้อยละ 45
(1)	แผนกลยุทธ์การตลาด และ โฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัล (Strategy Plan) (คะแนนเต็มร้อยละ 20)	
	- กลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategy) วิเคราะห์ และนำเสนอข้อมูล ดังนี้ วัตถุประสงค์ ทิศทางการตลาด คู่แข่ง ในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง และกำหนดกลุ่มเป้าหมาย ได้ร้อยละ 5 - กลยุทธ์ด้านสื่อสารการตลาด (Communication Strategy) วิเคราะห์ และนำเสนอข้อมูล ดังนี้ รูปแบบการสื่อสารของคู่แข่ง ในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง วัตถุประสงค์ เทรนด์การสื่อสารที่ได้รับความนิยม นำเสนอช่องทางสื่อสารที่ได้รับการตอบรับที่ดีในปัจจุบันเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ได้ร้อยละ 8 - กลยุทธ์การสร้างสรรคชิ้นงานโฆษณา (Creative Strategy) การจัดทำผลงานตามความคิดสร้างสรรค์ (Creative Execution) วิเคราะห์ และนำเสนอข้อมูล โดยกำหนดวัตถุประสงค์ แนวคิดหลักที่สื่อสาร(Big Idea) กำหนดแนวคิดที่ใช้ในการนำเสนอ (Concept Idea) รวมถึง รูปแบบ Content ได้ร้อยละ 7	

หลักเกณฑ์และสิทธิในการพิจารณา

(2)	แผนการตลาดและการเผยแพร่โฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัล (Media Plan) (คะแนนเต็มร้อยละ 25)	
	การวิเคราะห์เป้าหมาย (Target Analysis) : การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย เช่น ข้อมูลประชากรศาสตร์ พฤติกรรมในการเข้าถึงสื่อ โซเชียลมีเดีย และความต้องการของลูกค้า	ได้ร้อยละ 8
	การวิเคราะห์สื่อ (Media Analysis) : การวิเคราะห์สื่อออนไลน์ที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์และบริการของ บสส. ระบุช่องทางและประสิทธิภาพของสื่อ	ได้ร้อยละ 6
	การวางแผนการซื้อสื่อ (Media Buying) : แสดงแผนในการซื้อสื่อ การเลือกซื้อสื่อโฆษณาที่แสดงถึงความคุ้มค่า กำหนดงบประมาณ และการแบ่งสัดส่วนงบประมาณอย่างเหมาะสม ตามข้อกำหนดของ TOR	ได้ร้อยละ 7
	การประเมินผล (Evaluation) : แสดงแผน วิธี หรือเครื่องมือในการติดตามผลการดำเนินงานการประเมินผลของการโฆษณา และวิธีในการปรับปรุงแผนการโฆษณาให้ดีขึ้น	ได้ร้อยละ 4

หลักเกณฑ์และสิทธิในการพิจารณา

9.4	การออกแบบและความคิดสร้างสรรค์	ร้อยละ 25
	นำเสนอ Mock Up (รูปแบบจำลอง) การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ งานทรัพย์สินรอกการขาย (NPA) และ งานสื่อสารองค์กรของ บสส. (Corporate) แสดงถึงความคิดสร้างสรรค์ ดึงดูดความสนใจ และทันสมัย	
9.5	ผลงานและประสบการณ์ (คะแนนเต็มร้อยละ 10)	ร้อยละ 10
	มีประสบการณ์ในการสื่อสารการตลาด โฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัล หรืองาน ที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ย้อนหลังไม่เกิน 3 ปี จนถึงวันยื่นข้อเสนอ โดยผลงานดังกล่าวต้องมีมูลค่าต่อสัญญา หรือมูลค่างานรวมของสัญญาหรือใบสั่งซื้อ (Purchase Order) ที่มีขอบเขตงาน (Scope of Work) ใน ลักษณะเดียวกัน และ ได้รับการว่าจ้างอย่างต่อเนื่องจากผู้ว่าจ้างรายเดียวกัน ดังนี้	
	· มูลค่าต่อสัญญา 3 ล้านบาทขึ้นไป	ได้ร้อยละ 10
	· มูลค่าต่อสัญญาเกินกว่า 2 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 3 ล้านบาท	ได้ร้อยละ 6
	· มูลค่าต่อสัญญาเกินกว่า 1 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 2 ล้านบาท	ได้ร้อยละ 3
9.6	ราคาที่ยื่นข้อเสนอ (Price) ซึ่งต้องแสดงรายละเอียดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ตามข้อ 4.2 โดยให้ระบุจำนวนเงินในแต่ละรายการอย่างชัดเจน (คะแนนเต็มร้อยละ 20)	ร้อยละ 20

10. การนำเสนอผลงาน

กำหนดการนำเสนอผลงานประมาณ 60 นาที รวมระยะเวลาในการซักถาม โดยผู้เสนอราคาจะต้องเสนอรายละเอียด ดังนี้

10.1 แผนกลยุทธ์การตลาด และ โฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์ (Strategy Plan)

ที่ตรงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและเป็นไปตามวัตถุประสงค์ตามที่ บสส. กำหนด ดังนี้

- (1) กลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategy)
- (2) กลยุทธ์ด้านสื่อสารการตลาด (Communication Strategy)
- (3) กลยุทธ์การสร้างสรรคชิ้นงานโฆษณา (Creative Strategy) และการจัดทำผลงานตามความคิดสร้างสรรค์ (Creative Execution)

10.2 แผนการตลาดและการเผยแพร่โฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์ (Media Plan)

การบริหารจัดการงบประมาณในการใช้สื่อโฆษณา รวมถึงสัดส่วนการใช้ และการซื้อสื่อโฆษณาในการสื่อสารไปถึงกลุ่มเป้าหมาย

10.3 การนำเสนอ ต้องแสดงตัวอย่างการออกแบบ แนวคิด สร้างสรรค์

10.4 ตัวอย่างสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ เพื่อสนับสนุนการตลาด เช่น ข้อมูลเนื้อหา/เนื้อเรื่อง (Content)

ผลงานด้านความคิดสร้างสรรค์ ออกแบบชิ้นงาน หรืออาร์ตเวิร์คที่เกี่ยวข้อง (Creative and Production and Graphic Design) ในรูปแบบต่างๆ

10.5 ประวัติ ความรู้ความเชี่ยวชาญ ประสบการณ์ของทีมงาน และผลงานที่ผ่านมาของบริษัท และ Company Profile/Credential บริษัท

10.6 เนื้อหาการนำเสนอผลงานจะต้องตรงกับเอกสารนำเสนอผลงานที่แนบมาในวันยื่นซอง

10.7 การนำเสนอข้อเสนอทางด้านเทคนิค ถือเป็นการผูกพันผู้เสนอราคาจะต้องดำเนินการตามรายละเอียดที่นำเสนอ ได้จริงทั้งหมด เว้นแต่ บสส. สงวนสิทธิ์ที่จะเป็นผู้เปลี่ยนแปลง

ส่งอีเมลเชิญ
29 มิ.ย. 69

ยื่นซอง
7 ก.ค. 69

นำเสนอผลงาน
13 ก.ค.69

ระยะเวลาดำเนินงาน
10 เดือน
(นับถัดจากลงนามสัญญา)

งบประมาณ 7.55 ล้านบาท
(รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม)