



TOR Digital NPA 2567

ฝ่ายการตลาด

บริษัท บริหารสินทรัพย์สุขุมวิท จำกัด

SUKHUMVIT ASSET MANAGEMENT CO., LTD.



การบริหารจัดการ NPA SAM

จัดการทรัพย์สินรอการขาย

บริหารจัดการให้เกิดประโยชน์อย่างสูงสุด

ผลักดันและกระตุ้นระบบเศรษฐกิจ

เปิดขายและเปิดประมูลอย่างต่อเนื่อง

สร้างโอกาสในการมีบ้าน และการลงทุน

โอกาสในการสร้างความมั่นคงทางชีวิต และธุรกิจ



รู้จัก “การบริหารจัดการทรัพย์สินรอการขาย” (NPA) ของ SAM

มุ่งเน้นการนำทรัพย์สินรอการขายมาบริหารจัดการให้กลับไปใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างสูงสุด เพื่อเป็นหน่วยงานกลางในการผลักดันและกระตุ้นระบบเศรษฐกิจ นอกจากนี้ยังช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ทรัพย์สินและอำนวยความสะดวกสะดวกลูกค้าด้วยการเปิดขายและเปิดประมูลอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างโอกาสในการมีบ้าน โอกาสในการลงทุน และโอกาสในการสร้างความมั่นคงทางชีวิตและธุรกิจ

SAM ศูนย์รวมอสังหาริมทรัพย์มือสองที่มีศักยภาพ ในทำเลต่างๆ ทั่วประเทศ สำนักงานสาขา บริษัท บริหารสินทรัพย์สุขุมวิท จำกัด

- สำนักงานใหญ่ : กรุงเทพมหานคร
- สาขาเชียงใหม่
- สาขาขอนแก่น
- สาขาสุราษฎร์ธานี
- สาขาพิษณุโลก

ภาพรวมทรัพย์สินปี 2566



ภาพรวมทรัพย์สินปี 2566 (Ranking จากรายการทรัพย์สิน)

ประเภททรัพย์สิน	2566	
	%สัดส่วนรายการ	%สัดส่วนยอดขาย
ทรัพย์สินเพื่อการอยู่อาศัย	54%	34%
บ้านเดี่ยว	23%	23%
ทาวน์เฮ้าส์/ บ้านแฝด	19%	9%
ห้องชุดพักอาศัย	12%	2%
ทรัพย์สินเพื่อการลงทุน	46%	66%
ที่ดินเปล่า	26%	38%
อาคารพาณิชย์	9%	10%
ห้องชุดพาณิชย์กรรม/โครงการที่พักอาศัย/อพาร์ทเมนท์	7%	2%
โกดัง/คลังสินค้า	2%	8%
โรงงานอุตสาหกรรม	1%	2%
โชว์รูม	0%	2%
อาคารสำนักงาน	0%	3%
ตลาด	0%	0%
ฟาร์มเลี้ยงสัตว์	0%	0%
Grand Total	100%	100%

จากตารางพบว่า

ทรัพย์สินเพื่อการอยู่อาศัย

- บ้านเดี่ยว มียอดขายสูงสุด ที่ 23%

ทรัพย์สินเพื่อการลงทุน

- ที่ดินเปล่า มียอดขายสูงสุด ที่ 38%

รูปแบบการยิง Ads โฆษณามุ่งเน้นกระตุ้นให้คนสนใจทรัพย์สิน และเข้ามาชมทรัพย์สินบนเว็บไซต์

โดย โฆษณา ทรัพย์สินเพื่อการอยู่อาศัย และที่ดินเปล่า ได้รับความสนใจค่อนข้างดี ส่วนทรัพย์สินเพื่อการลงทุนอื่นๆ มีการยิง Ads โฆษณา ตามรอบประมูล และมีจัดทำในรอบขายตรงตามประเภททรัพย์สิน และทำเล แต่อาจยังไม่ได้รับความสนใจเท่าที่ควร

จากผลการดำเนินการในปี 66 จะมีการปรับ สัดส่วนของเนื้อหา Content ในการยิง Ads โฆษณา โดยมุ่งเน้นทรัพย์สินที่มี Potential กระตุ้นให้คนสนใจทรัพย์สิน ได้มาซึ่ง Leads ที่สมบูรณ์ และนัดชมทรัพย์สิน

Concept Idea

- ตามทำเล
- ประเภททรัพย์สิน
- เพื่อลงทุน
- เพื่ออยู่อาศัย
- ต่อยอดธุรกิจ
- ตาม เทรน และสถานการณ์ ตลาด
- Version ภาษาอังกฤษ เน้น Target ชาวต่างชาติ เช่น คอนโดตามจังหวัดท่องเที่ยว
- เป็นต้น

Objective	TOR สัญญา 65		Objective	TOR สัญญา 66	
	สัดส่วนการใช้ งบประมาณ 65	KPIs		สัดส่วนการใช้ งบประมาณ 66	KPIs
Awareness	24%		Awareness	8%	
Cosideration	26%		Cosideration	12%	
Conversion (เพื่อการสร้าง Lead)	50%	3,900	Conversion (เพื่อการสร้างพาดคนชม ทรัพย์สิน บนเว็บไซต์)	80%	303,000
	100%			100%	

ข้อมูล NPA Website Traffic ระหว่าง ม.ค.-ธ.ค. 2566



Month	NPA Website Traffic		
	New Users	Unique PageViews	Goals Completion
Target	296,000	2,400,000	303,000
Jan-66	25,302	162,221	20,778
Feb-66	17,387	136,008	17,695
Mar-66	22,831	154,780	19,324
Apr-66	13,853	109,621	11,697
May-66	29,862	165,568	23,997
Jun-66	41,144	206,966	35,303
Jul-66	76,284	291,018	50,688
Aug-66	80,468	341,875	60,382
Sep-66	67,935	271,013	47,703
Oct-66	35,090	254,483	30,721
Nov-66	49,877	371,329	48,375
Dec-66	27,057	184,914	41,701
รวม 2566	487,090	2,649,796	408,364
% Achieve	165%	110%	135%

หมายเหตุ :

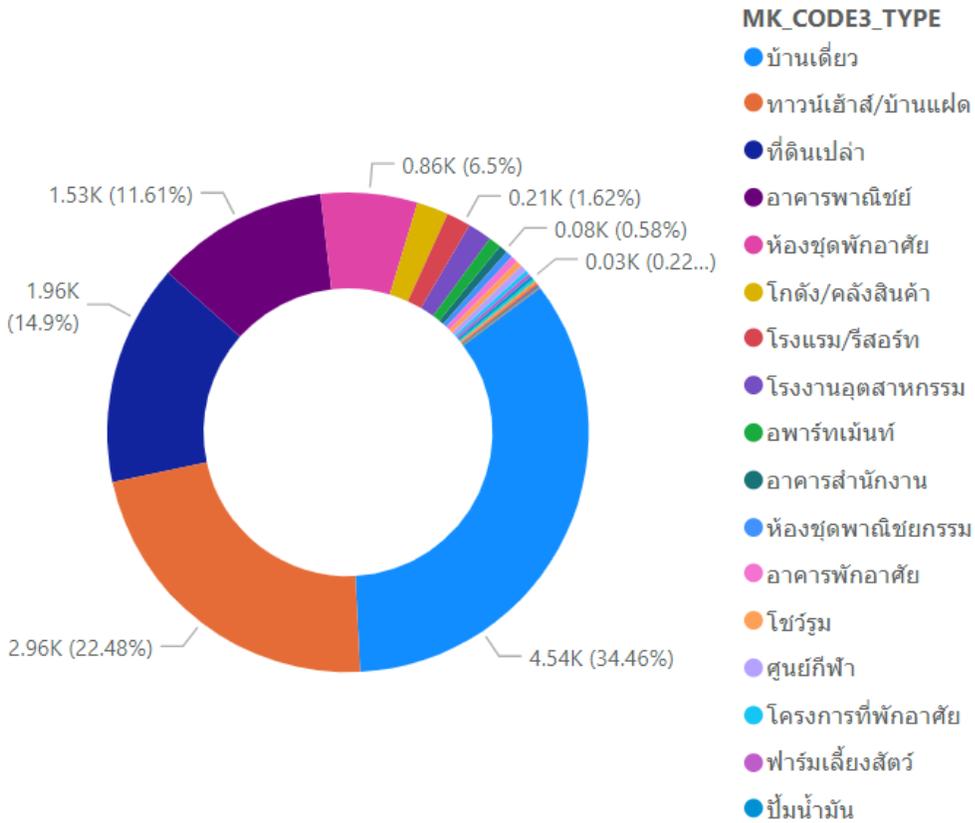
- เดือน Jan-Sep เป็นการเก็บสถิติจาก GA3
- เดือน Oct - Dec เป็นการเก็บสถิติจาก GA4

NPA : ข้อมูลผู้สนใจทรัพย์สิน Call in และสื่อประชาสัมพันธ์ ปี 2566



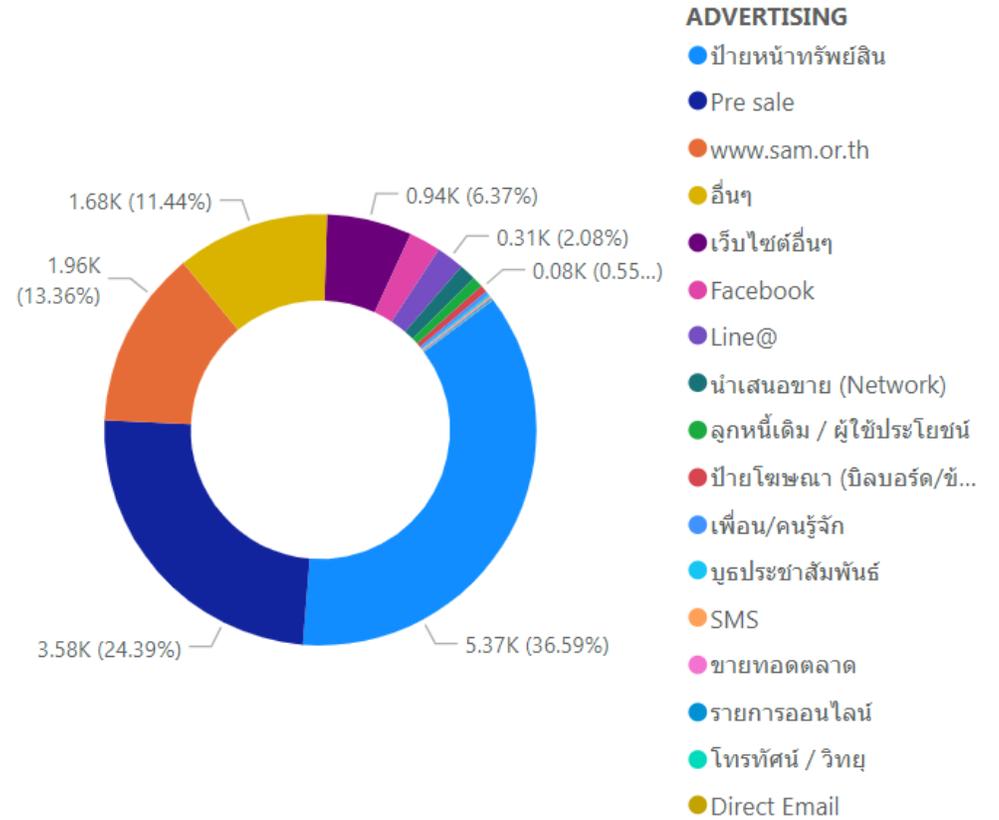
ข้อมูลผู้สนใจทรัพย์สิน NPA

Count of CUS_ID by MK_CODE3_TYPE



Advertising

Count of CUS_ID by ADVERTISING



NPA : ข้อมูลผู้สนใจทรัพย์สินแยกตามสื่อประชาสัมพันธ์ ปี 2565-2566



2566

ADVERTISING	Count of CUS_ID	%GT
ป้ายหน้าทรัพย์สิน	5372	40.75%
Pre sale	3581	27.16%
www.sam.or.th	1961	14.87%
อื่นๆ	1679	12.74%
เว็บไซต์อื่นๆ	935	7.09%
Facebook	349	2.65%
Line@	306	2.32%
ลูกหนี้เดิม / ผู้ใช้ประโยชน์	118	0.90%
ป้ายโฆษณา (บิลบอร์ด/ข้างทาง)	81	0.61%
เพื่อน/คนรู้จัก	38	0.29%
บุตรประชาสัมพันธ์	25	0.19%
SMS	16	0.12%
ขายทอดตลาด	13	0.10%
รายการออนไลน์	12	0.09%
โทรทัศน์ / วิทยุ	6	0.05%
Direct Email	3	0.02%
Youtube	1	0.01%
โบรชัวร์ / ใบปลิว	1	0.01%
หนังสือพิมพ์ / นิตยสาร	1	0.01%
Total	13184	100.00%

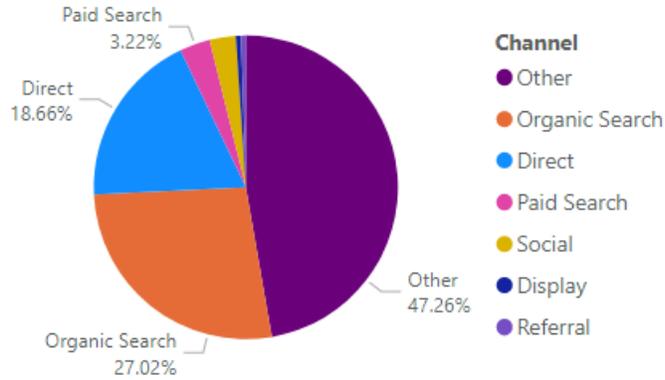
2565

ADVERTISING	Count of CUS_ID	%GT
ป้ายหน้าทรัพย์สิน	5986	34.35%
เว็บไซต์อื่นๆ	3315	19.02%
Pre sale	3306	18.97%
www.sam.or.th	1720	9.87%
ป้ายโฆษณา (บิลบอร์ด/ข้างทาง)	1491	8.56%
Facebook	1445	8.29%
Line@	784	4.50%
อื่นๆ	342	1.96%
บุตรประชาสัมพันธ์	179	1.03%
ลูกหนี้เดิม / ผู้ใช้ประโยชน์	154	0.88%
เพื่อน/คนรู้จัก	114	0.65%
SMS	49	0.28%
ขายทอดตลาด	28	0.16%
ธุรกิจกรรมออนไลน์	20	0.11%
โทรทัศน์ / วิทยุ	11	0.06%
Youtube	7	0.04%
รายการออนไลน์	6	0.03%
โบรชัวร์ / ใบปลิว	5	0.03%
หนังสือพิมพ์ / นิตยสาร	2	0.01%
Direct Email	1	0.01%
ป้ายโฆษณา (บิลบอร์ด/ข้างท	1	0.01%
Total	17427	100.00%

Google Analytic (GA3) : Traffic Acquisition Jan – Sep 2566



Top Channel



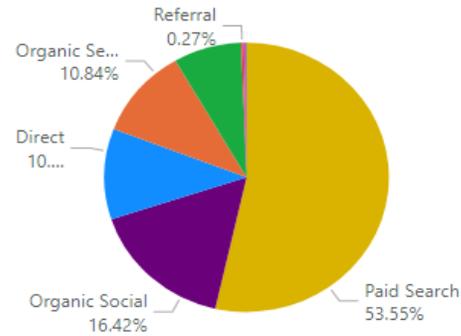
	Acquisition		
	Users	New Users	Sessions
	163,119	156,083	295,689
1 (Other)	83,888		
2 Organic Search	47,964		
3 Direct	33,129		
4 Paid Search	5,718		
5 Social	4,941		
6 Display	944		
7 Referral	924		

	Default Channel Grouping	Acquisition			Behaviour		
		Users ?	New Users ?	Sessions ?	Bounce Rate ?	Pages/Session ?	Avg. Session Duration ?
		163,119 % of Total: 100.00% (163,119)	156,317 % of Total: 100.15% (156,083)	295,689 % of Total: 100.00% (295,689)	36.75% Avg for View: 36.75% (0.00%)	5.62 Avg for View: 5.62 (0.00%)	00:05:39 Avg for View: 00:05:39 (0.00%)
<input type="checkbox"/>	1. (Other)	83,888 (47.26%)	73,495 (47.02%)	122,714 (41.50%)	44.49%	4.71	00:03:44
<input type="checkbox"/>	2. Organic Search	47,964 (27.02%)	42,277 (27.05%)	97,604 (33.01%)	31.68%	6.62	00:07:46
<input type="checkbox"/>	3. Direct	33,129 (18.66%)	31,565 (20.19%)	56,982 (19.27%)	32.21%	5.61	00:06:09
<input type="checkbox"/>	4. Paid Search	5,718 (3.22%)	5,007 (3.20%)	6,908 (2.34%)	14.95%	6.05	00:04:23
<input type="checkbox"/>	5. Social	4,941 (2.78%)	2,975 (1.90%)	7,308 (2.47%)	34.09%	6.22	00:05:49
<input type="checkbox"/>	6. Display	944 (0.53%)	466 (0.30%)	1,354 (0.46%)	20.01%	6.41	00:04:40
<input type="checkbox"/>	7. Referral	924 (0.52%)	532 (0.34%)	2,819 (0.95%)	35.72%	8.31	00:08:19

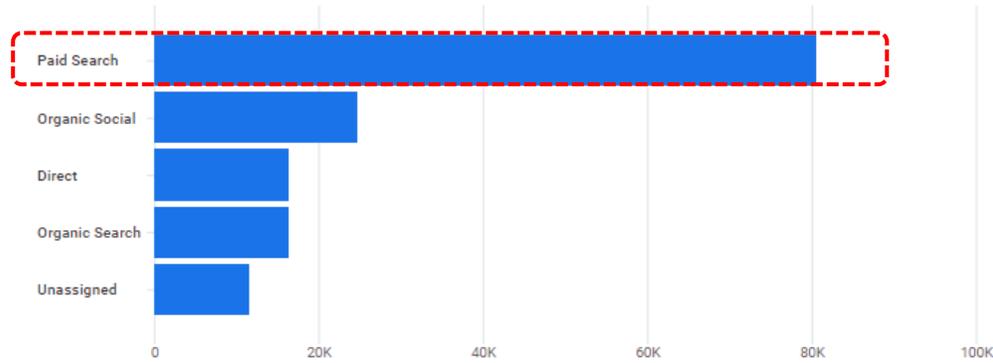
Google Analytic (GA4) : Traffic Acquisition Oct – Dec 2566



Top Channel



Users by Session default channel group



Session default channel group	Users	Sessions	Engaged sessions	Average engagement time per session	Engaged sessions per user	Events per session	Engagement rate	Event count	Conversions	Total revenue
	100% of total	100% of total	100% of total	Avg 0%	Avg 0%	Avg 0%	Avg 0%	100% of total	100% of total	
1 Paid Search	80,558	110,563	83,623	2m 49s	1.04	13.13	75.63%	1,451,633	63,741.00	\$0.00
2 Organic Social	24,701	34,102	18,640	1m 40s	0.75	10.23	54.66%	348,753	12,244.00	\$0.00
3 Direct	16,335	28,436	19,394	2m 45s	1.19	13.01	68.2%	370,020	11,674.00	\$0.00
4 Organic Search	16,306	31,396	22,249	2m 38s	1.36	11.73	70.87%	368,424	8,835.00	\$0.00
5 Unassigned	11,580	17,203	8,319	2m 00s	0.72	10.27	48.36%	176,730	5,635.00	\$0.00
6 Referral	408	1,533	1,044	2m 58s	2.56	14.09	68.1%	21,606	412.00	\$0.00
7 Organic Video	396	688	395	45s	1.00	6.54	57.41%	4,502	176.00	\$0.00
8 Paid Other	86	189	152	3m 00s	1.77	13.25	80.42%	2,504	114.00	\$0.00
9 Display	56	83	74	3m 44s	1.32	18.25	89.16%	1,515	65.00	\$0.00
10 SMS	20	26	19	6m 58s	0.95	15.38	73.08%	400	14.00	\$0.00

งบประมาณในการดำเนินงานสำหรับ Digital NPA 8,000,000 บาท

Vat 7%

สัดส่วนงบประมาณ	100%	7,476,636	523,364	8,000,000
Production	30%	2,242,991		
Media Cost	70%	5,233,645		

Cost Per Lead (2000 Bth)	2,617
Goal Completion (Conversion ที่ 1%)	261,682

จากงบประมาณ 8,000,000 บาท

แบ่งสัดส่วนการใช้งานงบประมาณ

- Production 30%

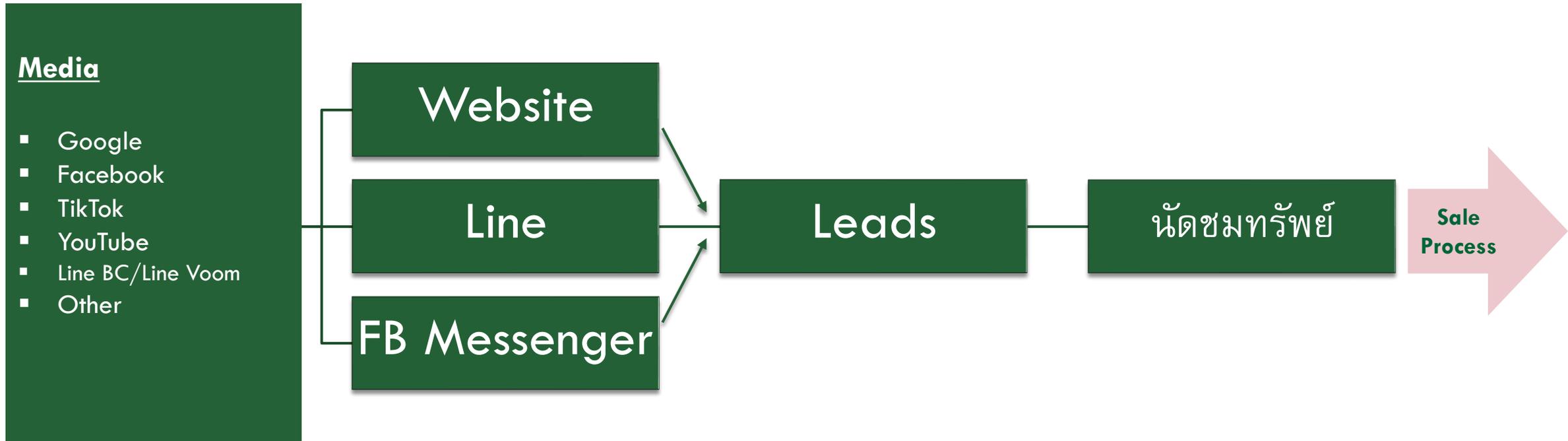
- Media Cost 70%



ประมาณการ Leads ที่สมบูรณ์ (ชื่อ +เบอร์ติดต่อ+รหัสทรัพย์) ไม่น้อยกว่า 2,600 Leads



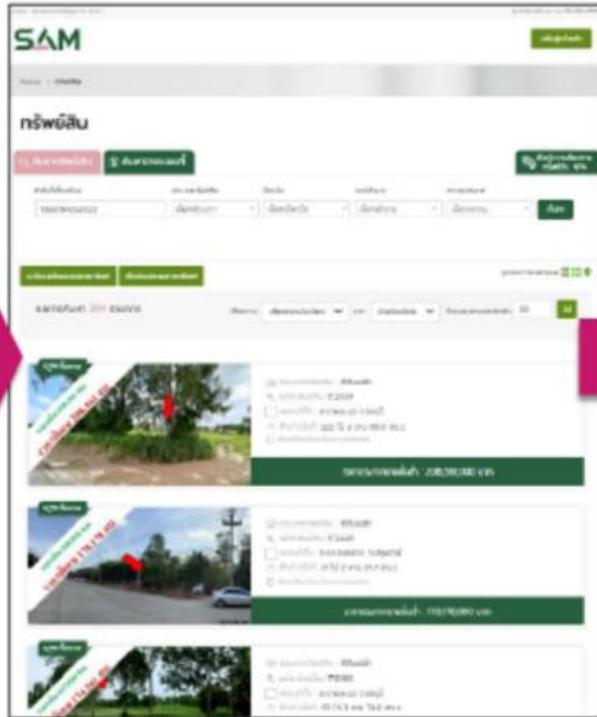
Goal Completion (จำนวนกราฟฟิคที่เข้าชมทรัพย์ผ่านเว็บไซต์) ไม่น้อยกว่า 260,000 ราย



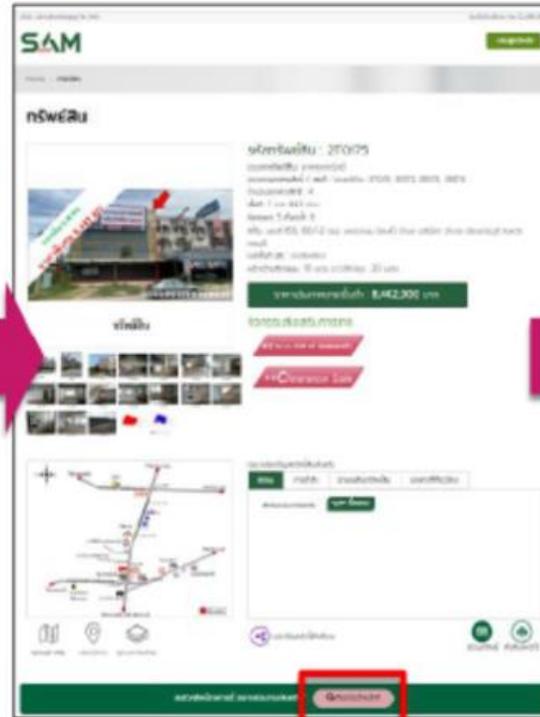
Customer Online Click to Website



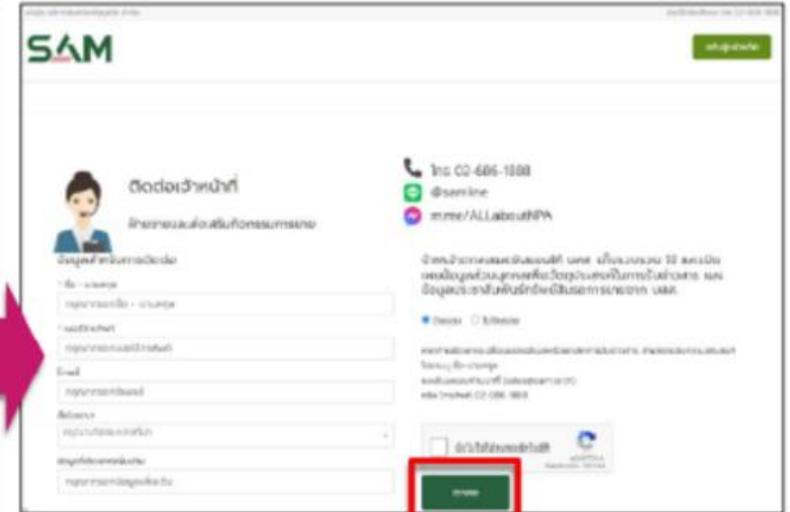
Media Online



Landing Page รวมทรัพย์สิน



Page: ข้อมูลรายการทรัพย์สิน (ติดตาม Tracking ปุ่มติดต่อเจ้าหน้าที่)



Page: Lead Form (ติดตาม Tracking ปุ่มตกลง)



Thank you Page (ติดตาม Tracking Page load)

บสส. มีความประสงค์จะจ้างผู้ให้บริการดำเนินการด้านการตลาดทรัพย์สินรอการขาย (NPA) ผ่านช่องทางดิจิทัล เว็บไซต์ โดยใช้การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ Online / Social Media Marketing ปี 2567 ดังนี้

- 2.1 เพื่อดำเนินการทางด้านการตลาดโฆษณาประชาสัมพันธ์ และการใช้ช่องทางโฆษณาบนสื่อดิจิทัล เพื่อสื่อสารให้ “กลุ่มเป้าหมาย” ได้รับทราบข้อมูลและข่าวสารเกี่ยวกับทรัพย์สินรอการขาย (NPA)
- 2.2 เพื่อสร้างการรับรู้เกี่ยวกับ บริษัท บริหารสินทรัพย์สุขุมวิท จำกัด (บสส. หรือ SAM) ว่าเป็น Asset Management Company (AMC) ของภาครัฐ เป็นบริษัทบริหารสินทรัพย์ของคนไทย ที่มีความโปร่งใส เชื่อถือได้ ให้ความช่วยเหลือลูกค้าที่ประสบปัญหาเป็นหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (หรือ NPL) ได้มีโอกาสกลับมาพลิกฟื้นอีกครั้ง
- 2.3 เพื่อสร้างการรับรู้เกี่ยวกับ บสส. มีความเชี่ยวชาญด้านอสังหาริมทรัพย์มือสอง และเป็นแหล่งรวมของทรัพย์มือสองทำเลดีที่มีราคาเหมาะสมทั่วประเทศ และประชาสัมพันธ์กลุ่มรายการทรัพย์สินรอการขาย (NPA) ของ บสส. ให้กับทั้งกลุ่มลูกค้ารายใหม่ และกลุ่มลูกค้าเดิมที่มีการซื้อซ้ำ ที่เป็นทั้งกลุ่มผู้อาศัยเอง และกลุ่มที่เป็นนักลงทุน (“กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย”)
- 2.4 เพื่อดึงดูดความสนใจของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ให้เข้าชมทรัพย์บนหน้าเว็บไซต์ บสส. และกรอกข้อมูลให้เจ้าหน้าที่ติดต่อกลับ ทั้งช่องทางเว็บไซต์ ช่องทางออนไลน์ และ Social Media เพื่อสนับสนุนการจำหน่ายทรัพย์สินรอการขาย (NPA) ให้บรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพตามแนวทางที่ บสส. กำหนด
- 2.5 เพิ่มช่องทางในการสื่อสารเพื่อสนับสนุนการจำหน่ายทรัพย์สินรอการขาย (NPA) ให้บรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพตามแนวทางที่ บสส. กำหนด

TOR ข้อ 3 คุณสมบัติของผู้เสนอราคา

- 3.1 มีความสามารถตามกฎหมาย
- 3.2 เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลที่ไม่ถูกศาลสั่งพิทักษ์ทรัพย์ หรือ มีสถานะเป็นบุคคลล้มละลาย รวมถึง กรรมการ หรือ ผู้บริหารของนิติบุคคล ต้องไม่เป็นบุคคลที่มีภาระหนี้สินล้นพ้นตัว ถูกศาลสั่งพิทักษ์ทรัพย์ หรือ เป็นบุคคลล้มละลาย
- 3.3 ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
- 3.4 เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคล ผู้มีอาชีพรับจ้างงานตามขอบเขตของงานนี้
- 3.5 ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย
- 3.6 ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้เสนอราคารายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่ บสส. ณ วันยื่นข้อเสนอ หรือ ไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรมในการคัดเลือกครั้งนี้

TOR ข้อ 3 คุณสมบัติของผู้เสนอราคา (ต่อ)

3.7 ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่ รัฐบาลของผู้ยื่นขอรับการคัดเลือกได้มีคำสั่งให้ สละเอกสิทธิ์ และความคุ้มกันเช่นนั้น

3.8 เป็นผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญ มีประสบการณ์ และผลงานที่แสดงถึงความสามารถในการดำเนินงานตรงกับความต้องการของ บสส. โดยต้องยื่นเอกสารหลักฐานอย่างหนึ่งอย่างใดที่แสดงถึง หรือยืนยัน หรือรับรองว่าได้มีการปฏิบัติงานหรือส่งมอบงานเสร็จสิ้นครบถ้วนสมบูรณ์แล้ว ดังนี้

- (1) หนังสือรับรองผลงานจากผู้ว่าจ้าง
- (2) สำเนาสัญญา พร้อมหลักฐานการส่งมอบงานหรือใบเสร็จรับเงิน
- (3) สำเนาใบสั่งจ้าง (Purchase) พร้อมหลักฐานการส่งมอบงานหรือใบเสร็จรับเงิน
- (4) เอกสารหลักฐานอื่นๆ (หากมี)

ผู้เสนอราคาจะต้องดำเนินการด้านงานการตลาด ประชาสัมพันธ์ การใช้ช่องทางโฆษณาเพื่อสื่อสารให้ “กลุ่มเป้าหมาย” ได้รับทราบข้อมูลและข่าวสารเกี่ยวกับทรัพย์สินหรือการชาย (NPA) ตามรายละเอียดดังนี้

4.1 ดำเนินงานจัดทำแผนงาน ดังต่อไปนี้

4.1.1 จัดทำแผนกลยุทธ์การตลาด โฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัล จำนวน 1 ชิ้นงาน (Marketing Strategy)

โดยจัดทำแผนกลยุทธ์การตลาด โฆษณาประชาสัมพันธ์ ให้ตรงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และเป็นไปตามวัตถุประสงค์ตามที่ บสส. กำหนด โดยมีรายละเอียดการดำเนินงาน ดังนี้

- การวิเคราะห์ตลาด (Market Analysis)
- กำหนด “กลุ่มเป้าหมาย” (Target Audience)
- กำหนดรูปแบบชิ้นงาน และ รูปแบบ Content
- งานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องตามแผนกลยุทธ์

4.1.2 จัดทำแผนการตลาดและการเผยแพร่โฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัลจำนวน 1 ชิ้นงาน (Media Plan) โดยแผนการดำเนินงาน

การตลาดโฆษณาประชาสัมพันธ์ต้องสอดคล้องกับข้อ 4.1.1

4.2 ผู้เสนอราคาจะต้องกำหนดสัดส่วนการใช้ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานจ้างตามรายละเอียดและขอบเขตของงาน (TOR) โดยรวมสัดส่วนของค่าใช้จ่ายทั้งหมดแล้ว ต้องเท่ากับ 100% ของราคางานจ้าง ดังนี้

4.2.1 แผนและการดำเนินงานเผยแพร่สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ (Media Plan) กำหนดการใช้งบประมาณการตลาด

(Marketing Cost) รวมถึงระบุสัดส่วนค่าใช้จ่ายในส่วนต่างๆ ทั้งหมดตามแผนงาน ไม่น้อยกว่า 70 %

4.2.2 แผนกลยุทธ์การตลาด โฆษณาประชาสัมพันธ์ ความคิดสร้างสรรค์ และการออกแบบชิ้นงานและการบริหารจัดการข้อมูลและเครื่องมือสื่อสารดิจิทัล ไม่เกิน 30% ของราคางานจ้างตามสัญญา รวมถึงระบุสัดส่วนค่าใช้จ่ายในส่วนต่างๆ ทั้งหมดตามแผนงาน

TOR ข้อ 4 รายละเอียดและขอบเขตของงานจ้าง (ต่อ)



4.3 ผู้เสนอราคาจะต้องดำเนินการ (Execution) ดังต่อไปนี้

4.3.1 ผู้เสนอราคาจะต้องดำเนินการวางแผนการใช้/ซื้อสื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์และตรงกับ “กลุ่มเป้าหมาย” ตามที่ บสส. กำหนด โดยมีรายละเอียด ดังนี้

- จัดทำและกำหนดสัดส่วนแผนการใช้สื่อ (Media Plan) พร้อมกำหนด “กลุ่มเป้าหมาย” เพิ่มความแม่นยำในการวางแผนเผยแพร่สื่อ โฆษณา รวมถึงกำหนด **ตัวชี้วัด/หรือประโยชน์ที่ บสส.** จะได้รับจากการดำเนินการตามแผนที่เสนอมาในแต่ละช่องทาง เช่น การโฆษณาออนไลน์ผ่าน เว็บไซต์ Facebook Google TikTok และ/หรือ ช่องทางอื่นๆ ตามที่ บสส.เห็นชอบ

- จัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินงาน พร้อมบทสรุปวิเคราะห์ที่เป็น **รายสัปดาห์ นำส่ง บสส. ทุกวันจันทร์ถัดไป และรายเดือน ไม่เกินวันที่ 15 ของเดือนถัดไป** หรือ ตามที่ บสส. กำหนด ในรูปแบบ PDF Files หรือไฟล์อื่นๆ ที่ บสส. กำหนด โดยส่งเป็นไฟล์ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ทางอีเมลให้กับฝ่ายการตลาด

- จัดทำรายงานผลการดำเนินงานจ้าง เพื่อการส่งมอบงานตามเงื่อนไขที่กำหนดใน ข้อ 6. การส่งมอบงาน

4.3.2 ผู้เสนอราคาจะต้องดำเนินการผลิตชิ้นงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง (Production) ตามแผนกลยุทธ์และแผนการดำเนินงาน โดยจะต้องดำเนินการทั้ง Pre-Post Production วางแผนกำหนดเรื่องราว วางประเด็นนำเสนอ (Concept Idea) จัดทำข้อมูลเนื้อหา/เนื้อเรื่อง (Content) ดำเนินการด้านความคิดสร้างสรรค์ ออกแบบ จัดทำเนื้อหา ผลิตชิ้นงาน หรืออาร์ตเวิร์ค ที่เกี่ยวข้อง (Creative and Production and Graphic Design) ในรูปแบบต่างๆ เช่น Single Photo, Multi Photo, Video Motion, Short Video เป็นต้น โดยชิ้นงานในรูปแบบ Video จะต้องลงพื้นที่เพื่อถ่ายทำจากทรัพย์สินจริง ทั้งในรูปแบบภาพนิ่ง และคลิปวิดีโอ พร้อมเผยแพร่เนื้อหา หรือ คอนเทนต์ ผ่านช่องทาง Online และ Social Media โดยจำนวนชิ้นงาน ต้องไม่น้อยกว่า 144 ชิ้นงานตลอดสัญญาโดยมีรูปแบบชิ้นงานดังนี้

- Single Photo / Multi Photo หรือ ชิ้นงาน*ภาพนิ่งอื่นๆ ไม่น้อยกว่า 96 ชิ้นงาน*
- Video Motion / Short Video หรือ ชิ้นงานภาพเคลื่อนไหวอื่นๆ ไม่น้อยกว่า 48 ชิ้นงาน*
- *1 Design นับเป็น 1 ชิ้นงาน

จะต้องผ่านการพิจารณาเห็นชอบจาก บสส. ก่อนนำไปเผยแพร่

TOR ข้อ 4 รายละเอียดและขอบเขตของงานจ้าง (ต่อ)



4.3.3 ผู้เสนอราคาจะต้องดำเนินการด้าน Administrator และบริหารจัดการเครื่องมือสื่อสารดิจิทัล ดังนี้

- **วางแผนการโพสต์เนื้อหา จัดทำตารางการเผยแพร่โพสต์เนื้อหา (Content Post)** รวมถึงบริหาร จัดการ ควบคุม ดูแลเครื่องมือสื่อสังคมออนไลน์ ตามที่ บสส. กำหนด ให้เป็นไปด้วยความราบรื่นต่อเนื่อง ครบถ้วน และเรียบริบาย รวมถึงประสานงานกับผู้รับจ้างงานดิจิทัลเดิมของ บสส. ในปีที่ผ่านมาเพื่อเข้าถึงฐานข้อมูลการบริหารจัดการและดำเนินการเรื่องสื่อต่าง ๆ ของ บสส.

- **จัดให้มีเจ้าหน้าที่แอดมิน (Administrator) ไม่น้อยกว่า 3 คน โดยกำหนดให้มี 1 คนทำหน้าที่หัวหน้าแอดมินเพื่อควบคุม ดูแล และตรวจสอบความถูกต้องของ** ข้อมูลก่อนนำเสนอลูกค้า และแอดมินต้องดำเนินการอย่างระมัดระวังเพื่อรักษาภาพลักษณ์ที่ดีของ บสส. ตลอดระยะเวลาจ้าง โดยกำหนดเวลาดำเนินงานดังนี้

- **เจ้าหน้าที่แอดมิน (Administrator)** ทำหน้าที่สื่อสารกับลูกค้าบนช่องทางต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยกำหนดเวลาดำเนินการ

วันจันทร์ถึงวันศุกร์ ระหว่างเวลา 8.00 ถึงเวลา 22.00 น. **ตอบกลับภายในเวลาไม่เกิน 30 นาที**

วันเสาร์/อาทิตย์/วันหยุดนักขัตฤกษ์ ระหว่างเวลา 8.00 ถึงเวลา 22.00 น. **ตอบกลับภายใน 1 ชั่วโมง** หรือตามกรอบเวลาที่ บสส. เห็นสมควร

กรณีช่วงเวลาหลัง 22.00 น. จะกำหนดเวลาการตอบกลับในวันรุ่งขึ้น เวลา 8.00 น.เป็นต้นไป

TOR ข้อ 4 รายละเอียดและขอบเขตของงานจ้าง (ต่อ)



- ผู้เสนอราคาจะต้องบริหารจัดการ Admin ให้ทำหน้าที่สื่อสารกับลูกค้าบนช่องทางต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกรณีมีงานอื่น ๆ ที่จำเป็นนอกเหนือจากเวลาที่กำหนด โดย บสส. จะแจ้งล่วงหน้าให้ทราบอย่างน้อย 3 วันทำการ
- กรณีเจ้าหน้าที่แอดมิน (Administrator) ให้ข้อมูลแก่ลูกค้าไม่ถูกต้อง ไม่ว่าจะทราบจากทีมงานของแอดมินเองหรือ บสส. แจ้งให้ทราบ ทางเจ้าหน้าที่แอดมินจะต้องแก้ไขข้อมูลให้ถูกต้องทันทีหรือภายในระยะเวลาไม่เกิน 30 นาที นับแต่เวลาที่ บสส. แจ้ง
- ผู้เสนอราคาจะต้องดำเนินการบริหารจัดการ **ควบคุม ดูแลเครื่องมือสื่อสารสังคมออนไลน์** ตามที่ บสส. กำหนดให้เป็นไปด้วยความราบรื่นต่อเนื่องครบถ้วน หากพบข้อผิดพลาดหรือเหตุขัดข้อง ต้องดำเนินการแก้ไขข้อผิดพลาดหรือเหตุขัดข้องให้แล้วเสร็จภายใน 30 นาที เมื่อพบหรือหลังจากได้รับแจ้งจาก บสส. ยกเว้น กรณีข้อผิดพลาดหรือเหตุขัดข้องไม่ได้เกิดจากความผิดพลาดในการดำเนินงานของผู้เสนอราคาเอง
- ผู้เสนอราคาต้องรวบรวม และสรุปประเด็นคำถามที่พบบ่อย (Q&A) และอัปเดต ประเด็นคำถามใหม่ ๆ แนบมาพร้อมกับรายงานผลการดำเนินงานรายเดือน พร้อมจัดทำคู่มือในการตอบคำถามให้แอดมิน โดยต้องผ่านการพิจารณาตรวจสอบความถูกต้องก่อนนำไปใช้งาน
- รายงานการบันทึกเวลาปฏิบัติงานเข้า-ออก ของเจ้าหน้าที่แอดมิน (Administrator) และหลักฐานการปฏิบัติงานถาม-ตอบ ตามระยะเวลาที่กำหนด และนำเสนอในรายงานประจำเดือน (Monthly Report)
- ผู้เสนอราคาจะต้องดำเนินการบริหารจัดการ **ควบคุม ดูแลเครื่องมือสื่อสารสังคมออนไลน์** ตามที่ บสส. กำหนดให้เป็นไปด้วยความราบรื่นต่อเนื่องครบถ้วน เรียบร้อย ได้แก่

1) สื่อสังคมออนไลน์สำหรับทรัพย์สินรอกการชาย (NPA)

- Facebook Fan Page

- Line OA

- Youtube

- หรือ Platform อื่นๆที่เกี่ยวข้องกับ NPA

4.4 งานอื่นๆ

4.4.1 ผู้เสนอราคาสามารถนำเสนอกลยุทธ์และแผนการดำเนินงานต่อ บสส. และสามารถปรับปรุง เปลี่ยนแปลง ปรับเปลี่ยนเพิ่ม/ลด แผนการดำเนินงาน และ/จำนวนของสื่อต่างๆ และ/อื่นๆ ได้ตามความเหมาะสมโดยผ่านการพิจารณาเห็นชอบจาก บสส.

4.4.2 ผู้เสนอราคาจะต้องกำหนดตัวชี้วัด หรือประโยชน์ที่ บสส. จะได้รับจากการดำเนินการตามแผนงานที่นำเสนอมา ซึ่งตัวชี้วัดดังกล่าวจะต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และสามารถวัดผลได้ในการเสนองานครั้งนี้

4.4.3 ผู้เสนอราคาจะต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นทั้งหมดตามขอบเขตการจ้างงานตาม ข้อ 4 รวมถึง ภารกิจการดำเนินการใดๆ ที่เกี่ยวกับแคมเปญการทำกิจกรรมการตลาดออนไลน์ /หรือมีการเปลี่ยนแปลงไปจากแผนงานที่นำเสนอต่อ บสส. ให้เป็นค่าใช้จ่ายของผู้เสนอราคาทั้งสิ้น

4.4.4 ผู้เสนอราคาต้องใช้บัญชีของผู้เสนอราคา ในการเผยแพร่ข้อมูล และรายละเอียดต่างๆ รวมถึงการดำเนินการใดๆ ที่จะต้องดำเนินการภายใต้ข้อกำหนดของกฎหมายที่เกี่ยวข้องให้อยู่ในความรับผิดชอบของผู้เสนอราคาทั้งสิ้น

4.4.5 ผู้เสนอราคาที่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นผู้รับจ้างจะต้องควบคุมดูแลบัญชีการใช้งานสื่อต่าง ๆ ให้ไปตามข้อกำหนดและเงื่อนไขงานจ้างนี้ และจะไม่นำไปใช้งาน หรือโอนให้บุคคลอื่น เพื่อใช้แสวงหาประโยชน์ใดๆ หรือดำเนินการอื่นใด นอกเหนือจากการปฏิบัติงานจ้าง รวมทั้งจะต้องดำเนินการหรือปฏิบัติให้เป็นไปตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกำหนดไว้ ตลอดจน ส่งมอบบัญชีการใช้งาน ชื่อผู้ใช้งาน หรือข้อมูลที่จำเป็นในการเข้าถึงสื่อดังกล่าวตามเงื่อนไขและภายในเวลาที่ บสส. กำหนดด้วย

TOR ข้อ 4 รายละเอียดและขอบเขตของงานจ้าง (ต่อ)



4.5 เป้าหมายตัวชี้วัด (KPIs) ที่ บสส. กำหนดโดยวัดผลระหว่างระยะเวลาสัญญาจ้างดังนี้

ลำดับ	Option	KPIs
1	<p>Goal Completions</p> <p>จำนวนกราฟฟิกที่ลูกค้าเข้าชมทรัพย์สินผ่าน</p> <p>(หน้า NPA Listing + Auto Matching)</p>	ไม่น้อยกว่า 260,000 ราย
2	<p>จัดทำเนื้อหา ผลิตชิ้นงาน หรืออาร์ตเวิร์ค ที่เกี่ยวข้อง (Creative and Production and Graphic Design) ในรูปแบบต่างๆ ประกอบการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตลอดสัญญา โดยมีรูปแบบชิ้นงานดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> - Single Photo / Multi Photo หรือ ชิ้นงาน*ภาพหนึ่งอื่นๆ ไม่น้อยกว่า 96 ชิ้นงาน - Video Motion / Short Video หรือ ชิ้นงานภาพเคลื่อนไหวอื่นๆ ไม่น้อยกว่า 48 ชิ้นงาน* <p>*1 Design นับเป็น 1 ชิ้นงาน</p>	ไม่น้อยกว่า 144 ชิ้นงาน*ตลอดสัญญาจ้าง
3	<p>จำนวน Leads ที่สมบูรณ์</p> <p>(ชื่อ+เบอร์ติดต่อ+รหัสทรัพย์สิน)</p>	ไม่น้อยกว่า 2,600 Leads
4	<p>จำนวนลูกค้านัดชมทรัพย์สิน</p>	<p>ไม่น้อยกว่า 260</p> <p>รายการทรัพย์สิน</p>

- **ระยะเวลาดำเนินงาน** : ระยะเวลาดำเนินงาน รวมรายงานสรุปผลการดำเนินงานฯ และส่งมอบงานรวม 375 วัน นับถัดจากวันที่ลงนามสัญญาจ้าง
 - ต้องดำเนินงานข้อ 4. ให้แล้วเสร็จ ภายในกำหนด 360 วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้างฯ
 - ส่งมอบรายงานสรุปผลการดำเนินงานฯ ภายในระยะเวลา 15 วันนับถัดจากวันครบกำหนดระยะเวลาดำเนินงาน
- **งบประมาณ** : 8,000,000 บาท โดยรวมภาษีมูลค่าเพิ่มค่าภาษีอากรอื่น
: ราคากลาง 7,999,999.81 บาท โดยรวมภาษีมูลค่าเพิ่มค่าภาษีอากรอื่น
- **กำหนดวันยื่นซอง** : ภายในวันศุกร์ที่ 5 เมษายน 2567 เวลา 09.00 – 17.00 น. สถานที่ : ณ บริษัท บริหารสินทรัพย์สุขุมวิท จำกัด(สำนักงานงานใหญ่)
ชั้น 24อาคารชั้นทาวเวอร์ส บี ถ.วิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900

หากมีข้อสงสัยกรุณาติดต่อ คุณอนุรุณ มาใจ ฝ่ายการตลาด หมายเลขโทรศัพท์ 0-2686-1800 ต่อ2865, โทร 065-5266414

10. หลักเกณฑ์และสิทธิในการพิจารณา

ในการพิจารณาเลือกผู้เสนอราคาการจัดจ้างงาน โฆษณาประชาสัมพันธ์ / การจัดทำสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ แคมเปญ ของทรัพย์สินรอกการ ขาย (NPA) ผ่านช่องทาง Online และ Social Media ปี 2567 คณะกรรมการจัดหาพัสดุเป็นผู้พิจารณาคัดเลือกตามหลักเกณฑ์การประเมิน ค่า ประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) โดยพิจารณาให้คะแนนตามหลักเกณฑ์และน้ำหนักที่กำหนด และกำหนดให้น้ำหนักรวมทั้งหมดเท่ากับ ร้อยละ 100 (หนึ่งร้อย) ดังนี้

หลักเกณฑ์การพิจารณา	กำหนดน้ำหนัก เทียบร้อยละ
(1) การวางแผนกลยุทธ์การตลาด ประชาสัมพันธ์ และแผนการดำเนินงาน - แผนกลยุทธ์การตลาดและประชาสัมพันธ์ จำนวน 10 คะแนน - แผนการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ จำนวน 10 คะแนน	20
(2) แผนการใช้สื่อและสัดส่วนการใช้เงินค่าซื้อสื่อตามแผน - กลยุทธ์การใช้สื่อโฆษณา จำนวน 15 คะแนน - ความคุ้มค่าและสัดส่วนงบประมาณการใช้สื่อโฆษณา จำนวน 15 คะแนน	30
(3) ผลลัพธ์/ประโยชน์ หรือตัวชี้วัด ที่ บสส. จะได้รับจากการดำเนินงานตามแผนงานที่ นำเสนอ	20
(4) ประวัติและผลงานที่ผ่านมาของบริษัท ทักษะและขีดความสามารถของทีมงานที่จะดูแล งานให้กับ บสส.	10
(5) ราคาที่ยื่นข้อเสนอ (Price)	20
รวม	100

ทั้งนี้ผู้ที่ชนะการจ้างหรือผู้ที่ได้รับการคัดเลือก คือผู้ที่ได้รับคะแนนรวมสูงสุด โดยผลการพิจารณาคัดเลือกของ บสส. ถือเป็นที่สุด ผู้เสนอราคารายใดจะเรียกร้องค่าใช้จ่ายหรือค่าเสียหายใด ๆ ไม่ได้

11. การนำเสนอผลงาน กำหนดการนำเสนองานประมาณ 60 นาที ไม่รวมระยะเวลาในการซักถามโดยผู้เสนอราคาจะต้องนำเสนอรายละเอียด ดังนี้

11.1 แผนกลยุทธ์การตลาดและประชาสัมพันธ์บนสื่อดิจิทัล

11.2 แผนการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ

11.3 แผนการใช้สื่อและสัดส่วนการใช้เงินค่าซื้อสื่อตามแผน

โดยแผนงานมีรายละเอียดและขอบเขตของงานจ้าง ตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ใน ข้อ 4. พร้อมระบุถึงหลักการ และเหตุผล ที่เป็นแนวคิดในการเลือกใช้สื่อดิจิทัลต่างๆ ในแต่ละช่วงเวลา และแผนการดำเนินงานตามกลยุทธ์ที่นำเสนอต่อ บสส. รวมถึงปริมาณ และ/หรือจำนวน และ/หรือความถี่ที่สอดคล้องกับการซื้อพื้นที่สื่อ เพื่อใช้ในการเผยแพร่บนช่องทางต่างๆ ระบุและแสดงให้ทราบ “กลุ่มเป้าหมาย” พร้อมทั้งระบุถึงประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการใช้สื่อตามแผนงานที่นำเสนอ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

11.4 ผู้เสนอราคาจะต้องกำหนดตัวชี้วัด (KPIs) และหรือ ประโยชน์ที่ บสส.จะได้รับจากการดำเนินการตามแผนกลยุทธ์ที่นำเสนอ รวมถึงตัวชี้วัดความสัมฤทธิ์ผลของสื่อต่างๆ ที่จะใช้ตามแผนกลยุทธ์ที่นำเสนอ (Media Plan) ซึ่งตัวชี้วัดดังกล่าวจะต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์

11.5 ตัวอย่างบทความ/เนื้อหา (Content) /ภาพกราฟิก/ภาพเคลื่อนไหว หรืออื่นๆ เพื่อสนับสนุนการตลาดและประชาสัมพันธ์บนสื่อดิจิทัลตามแผนกลยุทธ์ที่นำเสนอ

11.6 ประวัติประสบการณ์ของทีมงาน และผลงานที่ผ่านมาของบริษัท และ Profile บริษัท

โดยระบุปี ประสบการณ์ของทีมงานที่จะรับผิดชอบดูแลงานให้กับ บสส. ด้วย เพื่อประกอบการพิจารณาด้านทักษะและขีดความสามารถของทีมงาน

11.7 การนำเสนอข้อเสนอทางด้านเทคนิค ถือเป็นผูกพันผู้เสนอราคาที่จะต้องดำเนินการตาม รายละเอียดที่นำเสนอได้จริงทั้งหมด เว้นแต่ บสส. สงวนสิทธิ์ที่จะเป็นผู้เปลี่ยนแปลง

คำถาม : หากดึงกราฟฟิกไปลงหน้าเว็บไซต์แล้ว ลูกค้าสามารถกดนัดชมทรัพย์เองได้ไหม

คำตอบ : ได้ค่ะ

- กรณีที่หนึ่ง หากลูกค้าต้องการลงนัดชมทรัพย์เอง ให้ทาง **Agency** เก็บข้อมูลลูกค้าไว้ หากลูกค้ากรอกข้อมูลนัดชมทรัพย์บนหน้าเว็บไซต์เอง ทางบสส. จะเช็คระบบหลังบ้านว่าลูกค้ารายนี้ได้นัดชมทรัพย์มาจริงหรือไม่ หากมีเข้ามาทาง บสส.ก็จะนับ **KPIs** ให้ค่ะ
- กรณีที่สอง ทางบสส.จะให้อีเมลกับทาง **Agency** เป็นโค้ด เพื่อให้ **Agency** แจ้ง อีเมลหรือโค้ด ดังกล่าวให้กับลูกค้า และให้ลูกค้าระบุ ในแบบฟอร์มนัดชมทรัพย์

คำถาม : ถ้าเป็น line หรือ Facebook Messenger ทาง agency ต้องสรุปข้อมูลให้ บสส. เองถูกต้องไหม แล้วกรณี ที่คนเข้าไปดูแล้วเป็นการโทร โดยปกติแล้วมีการนับอย่างไรครับ

คำตอบ : บอกลูกค้าให้แจ้งทางคอลเซ็นเตอร์ ว่าทราบจากสื่อไหน เขาจะมีการคีย์ข้อมูลว่าลูกค้าทราบจากสื่อไหนค่ะ หากเป็นสื่อออนไลน์ที่ทาง **Agency** เป็นดำเนินการ บสส.ก็จะนับ **KPIs** ให้ค่ะ

คำถาม : 1 design นับเป็นหนึ่งชิ้นงานหมายถึงยังงัยหรือคะ

คำตอบ : ชิ้นงานออกแบบ **Artwork** หนึ่งชิ้น จะไม่นับรวมกับการนำไป **Resize** นับเฉพาะชิ้นงานออกแบบ **Artwork** คืออันนี้นับ 1 design

คำถาม : 1 design Resize 5 ชิ้นไม่ได้นับ 5 แต่วันนับ 1 ถูกต้องไหมคะ

คำตอบ : ใช่ค่ะ กรณีที่เป็นแบบว่า **Multiphoto** จะมี **cover** และชิ้น **AW** อื่นๆ ซึ่งจะนับรวม **Multiphoto** เราก็นับเป็นหนึ่งใน

คำถาม : **VDO** ก็คือบังคับว่าต้องลงพื้นที่ถ่ายทำทรัพย์จริงใช่ไหมคะ

คำตอบ : ใช่ค่ะ โดยทาง **Agency** สามารถบริหารจัดการ เรื่องการ **Production** เอง โดยภาพถ่ายที่ออกมาต้องคมชัดและตัดต่อได้ เก็บภาพนิ่งมาให้ด้วยเพราะว่าภาพนิ่งจะสามารถเอามาทำเป็น **VDO Motion** นำมาต่อยอดในการทำชิ้นงานอื่นๆได้ค่ะ

คำถาม : ลงพื้นที่เนี่ยหมายถึงพื้นที่ในกรุงเทพฯ ปริมาณและต่างจังหวัดเลยใช่ไหมคะ

คำตอบ : ใช่ค่ะ

คำถาม : ที่เป็นโพสท์ก็จะเป็น account ของแชนแนลใหม่คะ มีแค่ตัวยิงแอด จะใช้ account ของ agency หรือจะให้เข้าไปเป็น Partners

คำตอบ : ยิงแอด จะใช้ account ของ agency ค่ะ

คำถาม : ตัว account post จะใช้ของแชนแนลใหม่คะ

คำตอบ : ใช่ค่ะ

คำถาม : การรายงานผลปฏิบัติการของงานอันนี้ไม่แน่ใจว่าในการทำส่งจะต้องพร้อมส่งแคปแชททุกอันหรือว่าจะยังไงบ้างคะ

คำตอบ : ทำเป็นตารางเอ็กเซลคะระบุ วันเวลาที่ Admin เข้างาน เวลาที่ออกงานแล้วก็ระบุชื่อผู้ปฏิบัติงานแล้วก็เซ็นกำกับ ในส่วนของ การถามตอบลูกค้า ให้แคปตัวอย่างแชท ส่งต่อนงวดงานคะ

คำถาม : หลักฐานการถามตอบตามระยะเวลาที่กำหนดหมายถึงทั้งหมดของการแชทถูกต้องใหม่คะ

คำตอบ : เจ้าหน้าที่แอดมินมีหน้าที่ตอบทั้งหมดของแชท ตามระยะเวลาที่กำหนดแต่ว่าเวลาส่งมอบงานให้แคป ตัวอย่างช่วงเวลา ตาม SLA ที่กำหนด ใน TOR เนื่องจากจะมีเจ้าหน้าที่ บสส.กำกับดูแลให้ตอบตาม SLA ที่กำหนดอยู่แล้วคะ

คำถาม : มี KPI อยู่ 3 Step ก็คืออันแรกเลยที่เป็น traffic เข้ามาก่อนซึ่งนับผ่านทางเว็บไซต์หลังจากนั้นก็เช็คจำนวน lead และอันสุดท้ายก็คือเช็คที่จำนวนลูกค้าที่นัดชมทรัพย์ก็คือเป็น 3 journey นี้โดยถูกใหม่คะ

คำตอบ : ใช่ค่ะ

คำถาม : สมมุติว่ามี KV หนึ่งตัวนะคะแล้วก็ KV เราดีไซน์มาเป็น cover เพจหนึ่งอาจดีไซน์มาเป็น Poster หนึ่ง อาจดีไซน์มาเป็น VDO หรือเป็น Motion หนึ่ง อันนี้นับเป็นที่ขึ้นงานคะ

คำตอบ : ถ้าเป็นการ Resize เราจะไม่นับให้ แต่สมมุติว่าเป็น KV เดียวกันจากภาพหนึ่งแล้วเอามาทำเป็น Motion หรือ เป็น VDO แบบแตกต่างโดยสิ้นเชิงเรานับให้คะ

คำถาม : ตรงข้อ 4 คะ จำนวนผู้นัดชมทรัพย์ ไม่น้อยกว่า 260 รายการทรัพย์อันนี้หมายถึงแค่นัดชมทรัพย์หรือว่าต้องไปลงพื้นที่จริงเพื่อชมทรัพย์ด้วยอะคะ

คำตอบ : นัดชมทรัพย์คะ แต่หากลูกค้านัดแล้วยกเลิก ไม่นับให้คะ ส่วนการลงพื้นที่ จะเป็นทาง บสส. พาลูกค้าชมทรัพย์ คะ

คำถาม : ถ้าสมมุติว่าเอกสาร Present วันที่เรายื่นไปพร้อมกับเอกสารยื่นซอง กับวัน Present หากมีเพิ่มเติม เป็นไปได้ใช่ไหมคะคือหมายถึงว่ามันมีผลต่อคะแนนหรือว่าเอกสาร Present ควรจะหน้าตาเหมือนกันทั้งวันที่ 5 วันที่ 18 คะ

คำตอบ : เมื่อถึงวันที่ 18 อาจจะมีไอเดียอะไรใหม่ๆเพิ่มเติมได้คะ โดยการให้คะแนนจะยึดจาก Present ในวันนำเสนองานคะ หรือระหว่างนั้น ก่อนถึงวัน Present หากมีอัปเดตก็ส่งมาให้ในอีเมลล์ตามหลังก็ได้คะ



SAM

Thank You

