



15th Anniversary Celebration

ONLY

23,500 THB / PERSON
2 DAYS (SAVE 5,000 THB)



📍 Grande Centre Point Ratchadamri

5 - 6
SEPTEMBER
2024

PRICING STRATEGY

for REVENUE OPTIMIZATION

กลยุทธ์ “ราคา & แบนด์” สร้างยอดขายรายได้สูงสุด



DR. KRIENGSIN PRONGSUKKARN
FORMER MANAGING DIRECTOR
Inspire Research



MS. CHANOKRUDEE SUVITHYASIRI
MANAGING DIRECTOR, EUREKA AI ANALYTICS
Former Head of Enterprise Pricing and Analysis, DTAC



DR. PHUTTHISITH TUNGSIRIHIRUNKUL
FORMER CHIEF EXECUTIVE OFFICER,
VON BUNDIT CO., LTD.
Founding Partner, IBEX Advisory



MR. TERAPAT PRAPAPANICH
DIRECTOR
Unilever Professional Thailand,
Malaysia & Singapore

CONTACT

+66 (0) 89692 9900

+66 (0) 2158 9892

200% TAX DEDUCTION

Line Official



@omegaworldclass

Register



www.omegaworldclass.org

Best Value

ฉลอง **15 ปี**

ลดสุดพิเศษ!!!

จองด่วน...จำกัดที่นั่ง

“ราคา”

คือที่มาของรายได้เป็นปัจจัยสำคัญที่สุดต่อ...

ผลกำไร

ราคาที่เปลี่ยนแปลงแม้เพียงเล็กน้อยจะมีผลอย่างรวดเร็วและรุนแรง
ต่อผลประกอบการในทันที

Pricing & Branding for Optimizing Sales, Revenue & Competitive Advantage



1. PRICING STRATEGY

‘Pricing Strategy Segmenting Customers & Managing Customer Purchasing Behavior



2. PRICING, BRANDING & NEW PRODUCT LAUNCH’

‘Pricing, Branding & New Product Launch’:
Winning Competition and Build Powerful Profit Lever



3. MARKETING WEAPON

Ultimate Marketing Weapon: Leveraging on ‘Pricing Psychology to Lead Purchasing Decision



Pricing Strategy & Pricing Positioning: ‘World-Class Concepts in Practice against Competitors’

- PRICE SETTING METHODOLOGY

- PRICE OFFERS / MECHANICS

- MANAGING PRICE SENSITIVITY

- PRICE INDEX & PRICING POSITION

‘Pricing Strategy & Execution ‘Advanced Techniques & Cutting Edge Practices’

1 Price Intelligence & Competitive Benchmarking

3 Price War vs. Sustainable Branding

2 Price Strategy vs. Category Role Matrix

4 Pricing Adjustment vs. Brand Repositioning

DAY ONE: 5 SEPTEMBER 2024

Pricing Strategy as Marketing Weapon กลยุทธ์ราคาเป็นอาวุธการตลาดขั้นสุดยอด

9.00 - 10.30

1 PRICING STRATEGY – MARGIN OPTIMIZATION WITH THE ADOPTION OF COMPETITIVE PRICES AND VALUE-ADDED OFFERINGS

กลยุทธ์ตั้งราคาของธุรกิจ B2B เพื่อให้ได้มาร์จิ้นที่เหมาะสม การใช้ราคาอ้างอิงตลาด และการสร้างมูลค่าเพิ่ม



Dr. Phutthisith Tungsirihirunkul

Former Chief Executive Officer,
Von Bundit Co., Ltd.

Founding Partner, IBEX Advisory

กลยุทธ์การตั้งราคาขององค์กรที่ประกอบธุรกิจแบบต่างๆ
(Pricing strategy of the various enterprises)

วิธีหามาร์จิ้นที่เหมาะสมในธุรกิจแบบต่างๆ ได้อย่างไร
(How to find the margin optimization for the various enterprises?)

วิธีการตั้งราคาอ้างอิงตลาดและปัจจัยที่ต้องพิจารณาประกอบการตัดสินใจตั้งราคา
(Approaches to set your competitive price and factors considered in the pricing decision)

การสร้างมูลค่าเพิ่มให้ลูกค้ามีอะไรบ้าง และองค์กรจะได้ประโยชน์อะไรบ้างจากการนำเสนอสิ่งเหล่านี้ให้กับลูกค้า
(What are the value-added offerings and what your business could gain from such offerings?)

กรณีศึกษาแบบประยุกต์ - การตั้งราคาของธุรกิจประเภทต่างๆ
(Modified case studies of how to practice pricing strategy)

Morning Break: 10.30 - 10.45

10.45 - 12.15

2 PRICING STRATEGY PRICE SETTING & NEGOTIATION AMID ECONOMIC UNCERTAINTIES

การตั้งราคา และเทคนิคการเจรจาท่ามกลางวิกฤตเศรษฐกิจ

Pricing Strategy Price Setting & Negotiation Techniques to Optimize Sales & Revenue

การสร้างกลยุทธ์ราคา: เทคนิคการตั้งราคาและเจรจาเพื่อกระตุ้นยอดขาย เพิ่มกำไรและสร้างข้อได้เปรียบ

Price Setting Techniques & Real Practices เทคนิคการกำหนดราคาและหลักปฏิบัติ

Pricing across Product Categories: How, When, What to Prioritize กำหนดราคาข้ามหมวดสินค้า

Data-Driven Pricing Insights & Strategies to Attract, Retain and Convert Customers
การกำหนดราคาด้วยข้อมูล (Data-Driven Pricing) และกลยุทธ์เพื่อดึงดูดลูกค้า รักษาฐานลูกค้า

Applying pricing best practices for product and deal setting หลักปฏิบัติปรับใช้เพื่อกำหนดราคา

Leveraging negotiation optimization frameworks to handle discount requests
ยกระดับการเจรจาต่อรองเพื่อพัฒนา Framework และรับมือกับการถูกราคา

Employing service offerings and differentiation as levers for pricing
การเสนอบริการจ้างงานและความแตกต่างในแง่ของสินค้าสู่การกำหนดราคา

Finding a sustainable balance between cost, volume, revenue and profit margins
หาจุดที่ยั่งยืนและสมดุลระหว่างต้นทุน ปริมาณ ผลกำไร และกำไรขั้นต้น

Developing a sales and operations plan that integrates promotion and production planning decisions
เพิ่มยอดขายและพัฒนาแผนการปฏิบัติงานที่สอดคล้องกับโปรโมชั่นและการตัดสินใจวางแผนการผลิต

Working closely with distribution partners to grow revenue stream
ติดตาม Partner ตัวแทนจำหน่ายอย่างใกล้ชิดเพื่อเพิ่มรูปแบบรายได้

Lunch & Networking: 12.15 - 13.30

13.30 - 15.00

3 REAL CASE : PRICING STRATEGIES & MARKETING FOR NEW PRODUCT LAUNCH

เรียนรู้กลยุทธ์ราคาและการตลาดสำหรับสินค้าใหม่ เพื่อให้ประสบความสำเร็จสูงสุดในการเปิดตัว ประสบการณ์ตรงของผู้เชี่ยวชาญ



Mr. Terapat Prapapanich

Director
Unilever Professional Thailand, Malaysia,
& Singapore

15.15 - 16.45

4 OPEN DISCUSSION CUSTOMER INSIGHTS for PRICING & BRANDING STRATEGIES

กรณีศึกษา: ความต้องการในจิตใจของลูกค้า กับกลยุทธ์ราคาที่สามารถได้เปรียบในการแข่งขันในธุรกิจชั้นนำ



Ms. Chanokrudee Suvithyasiri

WW Industry Digital Strategist - Media and Communication, Microsoft
Former Head of Enterprise Pricing and Analysis, DTAC

Explore Pricing & Marketing strategies

Explore Route-to-Market Planning & Execution

Predict and monitor competitor's reactions

Avoid cannibalization from new products

Segmenting Customers & Customer Purchasing Behavior

จัดประเภทลูกค้า พฤติกรรมการซื้อ

Developing new product & market penetration strategies

พัฒนาสินค้าใหม่และกลยุทธ์การเจาะตลาด

Exploring pricing options

ขอบเขตทางเลือกในการกำหนดราคา

Planning & Executing 'Going to Market'

วางแผนก้าวเข้าสู่ตลาด

Monitoring Competitors' reactions

คาดการณ์และติดตามการตอบสนองของคู่แข่ง

Afternoon Break: 15.00 - 15.15

'Pricing Strategy' Towards Revenue Optimization “ราคา” คือมูลค่าที่ลูกค้าให้กับแบรนด์

9.00 - 16.45

5 PRICING STRATEGY & BRAND POSITIONING AMID DIGITAL DISRUPTIONS

กลยุทธ์การกำหนดราคาและตำแหน่งของแบรนด์ภายใต้วิกฤตเศรษฐกิจและความเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล



Dr. Kriengsin Prasongsukarn

Former Managing Director
Inspire Research

Pricing Strategy & Brand Positioning: Understanding Customer Value & Perceptions Across Markets to Manage Customer Purchasing Behavior

กลยุทธ์การตั้งราคาและตำแหน่งแบรนด์: เข้าใจคุณค่าและการรับรู้ (Perception) ของลูกค้าในตลาดหลายช่องทางเพื่อบริหารพฤติกรรมการใช้จ่ายของลูกค้าท่ามกลางความไม่แน่นอนนานาประการ

Creatively Craft a New Pricing & Branding Position & Win New Customers

ตั้งตำแหน่งราคาใหม่ทันท่วงทีเพื่อชนะในสนามการค้า

Manage Pricing in a Fast Changing Retail & Media Landscape.

กำหนดราคาในสภาวะที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

Pricing & Branding Value and Profit for the Organization.

เพิ่มมูลค่าการกำหนดราคาและผลกำไรขององค์กรให้พุ่งสูงสุด

Thrive through Disruptive Pricing & Branding.

การกำหนดราคายุคแห่งความไม่แน่นอนพันพอน

Leverage Pricing to Drive Growth in a highly competitive market

ราคาที่ชนะใจลูกค้าในการแข่งขันที่เข้มข้น

Turnaround the Market Crisis into New Sales Opportunities.

พลิกวิกฤตทางการตลาดให้เป็นโอกาส

Morning Break: 10.30 - 10.45

6 PRICING STRATEGY PSYCHOLOGY for COMPETITIVE ADVANTAGE

จิตวิทยาการตั้งราคาและแบรนด์คั้ง: กระบวนการเทียบวัดขีดความสามารถในการแข่งขัน

Managing Pricing Psychology-Positioning- Perception & Journey towards Profitable Pricing Decision across Multiple Channels (Omni-Channel Pricing)

จิตวิทยาการตั้งราคาการรับรู้ต่อราคาและหนทางสู่การสร้างกำไร การตัดสินใจกำหนดราคาผ่านปัจจัยหลายช่องทาง

Pricing as Positioning Mix

Managing Price Sensitivity

Price Setting Journey

Pricing Insights to Attract, Retain & Convert Custom Convert Customerer

Lunch & Networking: 12.15 - 13.30

7 PRICING STRATEGIES for SUCCESSFUL PRODUCT LAUNCH

กรณีศึกษาประสบการณ์จริงและร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในการกำหนดราคาเมื่อออกสินค้าใหม่

Pricing Strategies for New Product Launch: Entering New Markets & Ensuring Successful Product Launch

เรียนรู้เทคนิคและกลยุทธ์การตั้งราคาสำหรับสินค้าใหม่เพื่อให้ประสบความสำเร็จสูงสุดในการเปิดตัวจากประสบการณ์ตรงของผู้เชี่ยวชาญท่ามกลางวิกฤตเศรษฐกิจ

Segmenting Customers & Customer Purchasing Behavior

จัดประเภทลูกค้าและพฤติกรรมกรซื้อ

Innovating approaches for Developing new product/market penetration strategies

พัฒนาแนวทางพัฒนาสินค้าใหม่และกลยุทธ์การเจาะตลาด

Options: How much should you charge for a new product?

ทางเลือก: จะบวกราคาสินค้าใหม่อย่างไรดี?

Afternoon Break: 15.00 - 15.15

Pricing Strategies Towards Revenue Optimization

เจาะประเด็นสำคัญ “กลยุทธ์และราคาเพื่อสร้างรายได้ผลกำไรสูงสุด”



หลักการและแนวทาง

ในการดำเนินกลยุทธ์และตั้งราคาที่สำคัญต่อความสำเร็จของกลยุทธ์ธุรกิจ



จิตวิทยาผู้บริโภค

ที่มีต่อแบรนด์และราคาของผลิตภัณฑ์เพื่อการตั้งราคาที่สามารถสร้างรายได้สูงสุดให้สำเร็จ



การบริหารราคา

ตลอด “ช่วงวงจรอายุผลิตภัณฑ์” เพื่อวางกลยุทธ์ จับเคลื่อนสื่อสารราคากับผู้บริโภค



มุมมองต่อราคา

ของผู้บริโภคโดยสื่อสารคุณค่าคู่กับแบรนด์และราคาอย่างทรงพลังต่อกลุ่มเป้าหมาย



การกำหนดราคา

และการตัดสินใจด้านราคาเพื่อทำให้อายุของราคาสอดคล้องเป้าหมายในการสร้างรายได้สูงสุด



การพินิจปัจจัยด้านราคา

ให้เป็นส่วนสำคัญในการสร้างแบรนด์ที่มีศักยภาพสูงสุดต่อการสร้างผลกำไร



การใช้ราคา

ในการแข่งขันตามภาวะการณ์ที่เปลี่ยนแปลงตามกลุ่มเป้าหมายลูกค้าและการเข้ามาของคู่แข่ง



เทคนิคการวางตำแหน่ง

ของแบรนด์และระดับราคาทำให้แบรนด์แข็งแกร่งและสร้างยอดขายตามเป้าหมาย



การวิเคราะห์ราคา

และความเข้าใจเชิงลึกเกี่ยวกับผู้บริโภคเพื่อสร้างรายได้และความได้เปรียบในการแข่งขัน



การวิเคราะห์การตลาด

สนับสนุนการตัดสินใจในการตั้งราคาที่ดีที่สุดโดยสอดคล้องกับคุณค่าของผลิตภัณฑ์



การวิเคราะห์คาดการณ์

ผลกำไรเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงราคาและการตัดสินใจขับเคลื่อนกลยุทธ์ให้สำเร็จ



การคาดการณ์ผลลัพธ์

จะเกิดขึ้นจากการสร้างแบรนด์และราคาทั้งในมุมมองของผู้บริโภคและผลกำไรในอนาคต



ความรู้ที่จะเลือกแข่งขัน

ด้านราคาในเวลาที่เหมาะสมและการแข่งขันด้วยเทคนิคที่ไม่ใช่ราคาในการเอาชนะคู่แข่ง



การออกแบบกลยุทธ์

ราคาที่จัดการพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภคโดยสอดคล้องกับจุดยืนของแบรนด์ให้เข้มแข็ง

15th Anniversary Celebration

ONLY

23,500 THB / PERSON
2 DAYS (SAVE 5,000 THB)



OMEGAWORLDCLASS

📍 Grande Centre Point Ratchadamri

5 - 6
SEPTEMBER
2024

PRICING STRATEGY

for REVENUE OPTIMIZATION

กลยุทธ์ “ราคา & แบนด์” สร้างยอดขายรายได้สูงสุด

15th Anniversary Celebration

When:

5 - 6 SEPTEMBER 2024

Where:

**Grande Centre Point
Ratchadamri**

***If there are any changes, we will inform you again.

Online Registration

<http://www.omegaworldclass.org/register-online/>

E-mail:

conference@omegaworldclass.org

กรุณาสำรองที่นั่ง
ภายในวันที่ 29 AUGUST 2024



Class Timetable

หลักสูตรภาษาไทย

8.30

Register & Morning Coffee

9.00 - 10.30

Program Commences

10.30 - 10.45

Morning Break

10.45 - 12.15

Program Commences

12.15 - 13.30

Lunch & Networking

13.30 - 15.00

Program Commences

15.00 - 15.15

Afternoon Break

15.15 - 16.45

Program Commences

17.00

End of Program

Registration Fee	Normal Price	★ Super Discount (Save 5,000 THB)
Fee Per 1 Person	28,500.00	✓ 23,500.00
VAT 7 %	1,995.00	1,645.00
Total Amount (Bath)	30,495.00	25,145.00

พิเศษ!!! ค่าสัมมนาที่สถาบันไอเมทฯ
รับสิทธิ์ลดหย่อนภาษีได้ **200%**

**สามารถภาษีหัก ณ ที่จ่าย 3% ได้

Best Value

ด้วย **ฉลอง 15 ปี**
ลดสุดพิเศษ!!!
จองด่วน...จำกัดที่นั่ง