

15th Anniversary Celebration

ONLY

21,500
THB /PERSON
2 DAY (SAVE 7,000 THB)



Grande Centre Point Ratchadamri

2 - 3 JULY 2024

CRISIS COMMUNICATION & Social Media Listening

กลยุทธ์สื่อสารรักษาชื่อเสียงองค์กร
ท่าทันสื่อโซเชียล ยุควิกฤตโลกออนไลน์

SOCIAL LISTENING: DIGITAL TOOL to CONTROL ONLINE RISKS

Handling Negative Comments & Haters on Social Media & Online



CONTACT

+66 (0) 89692 9900

+66 (0) 2158 9892

www.omegaworldclass.org



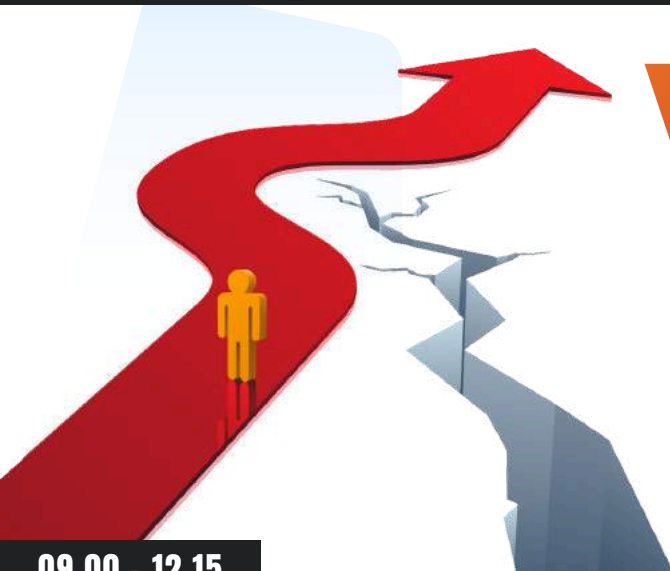
200% TAX DEDUCTION

CASES: เทคนิคป้องกัน

“คอมเมนต์เชิงลบ” วิธีรับมือกับ “สื่อ” แก้ไขให้พ้นวิกฤต

- 1 Respond to **Negative Comments** on Social Media?
- 2 **Manage Expectations & Handle Haters on Social Media?**
- 3 Effectively Prepare for & Deal with Social Media Crisis
- 4 **Manage Identity & Issues on Social Media & Mainstream Media**
- 5 Social Listening & Monitoring to Prevent Social Media Crisis
- 6 **Develop Action Plans for Managing Social Media Crisis**
- 7 Crisis Management & Communication - Do's and Don'ts
- 8 **Press & Media Handling During Social Media Crisis**





DAY ONE: 2 JULY 2024

Effectively Communicate & Safeguard Corporate Reputation During Crises

09.00 - 12.15



■ Mrs. Pongtip Thesaphu

Chief Public Relations Officer, Real Smart Co., Ltd.
Former Corporate Affairs Director, Unilever
Trading Thailand

PREVENTING & MANAGING SOCIAL MEDIA CRISIS & REPUTATION RISKS

Managing Key Stakeholder, Influencer & Issues on Social Media

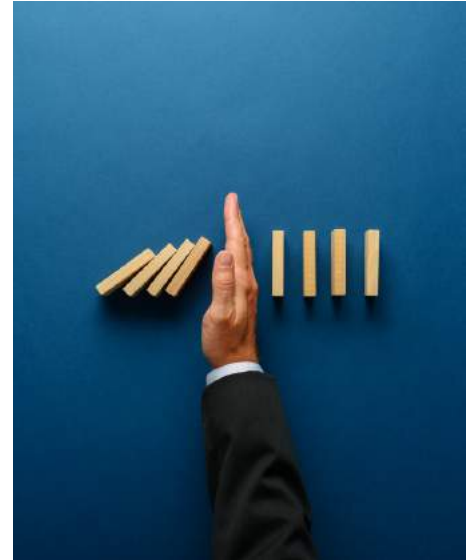
- 1 Stakeholder, Influencer & Issues Management:** จัดการกรณีปัญหา ที่มาแหล่ง
ของอคติ
- 2 กระบวนการของการจัดการปัญหา** ที่มาของข่าวร้าย ข้อความเชิงลบ
- 3 ทำความเข้าใจเกี่ยวกับช่องทางและจุดอันตรายขององค์กร**

Morning Break: 10.30 - 10.45

Preventing Reputation Crisis on Social Media

กลยุทธ์สื่อสารยามวิกฤต เทคนิคยุทธวิธีสื่อสารวิกฤตบนสื่อโซเชียล การประเมินภาวะวิกฤตขณะก่อตัวขึ้น

- 1 วิธีช่วยให้รอดพ้นจากวิกฤติ **มองหาโอกาสในวิกฤต**
- 2 การรับมือวิกฤตบนสื่อโซเชียล วิกฤตการณ์ขยายวงกว้างได้อย่างไร
- 3 การเฝ้าระวังผลกระทบของสื่อโซเชียลต่อชื่อเสียงองค์กร
- 4 วิธีสื่อสารข้อความสำคัญในช่วงวิกฤตเพื่อรับมือกับข้อความเชิงลบเกี่ยวกับชื่อเสียงของบริษัทบนโลกโซเชียล



'Social Listening': Digital Tools to Handle Social Media Crisis

เครื่องมือดิจิทัลเพื่อจัดการวิกฤตและการสื่อสารสู่วิกฤตบนสื่อโซเชียล

- 1 เครื่องมือตรวจสอบโอกาสเกิดวิกฤต: องค์กรของคุณมีจุดเสี่ยงอย่างไร?
- 2 การวางแผนตามสถานการณ์: “ถ้าเป็นเช่นนี้...จะอย่างไร?”
- 3 วิเคราะห์ข้อมูลดิจิทัลเพื่อกำหนดแผนการสื่อสารในภาวะวิกฤต
- 4 การจัดตั้งทีมงานบริหารจัดการวิกฤต วิเคราะห์กรณีตัวอย่าง

Lunch & Networking: 12.15 - 13.30



Mr. Sarawut Burapapat
Strategic Advisor
Market-Comms Co.,Ltd.

Using 'Digital PR' Strategies to Effectively Manage Social Media Crisis

เตรียมจัดการกรณีปัญหาแก้ไขวิกฤตการณ์ด้วยกลยุทธ์ 'DIGITAL PR' ที่มีประสิทธิภาพสามารถปิดเป่าวิกฤตที่กำลังก่อตัวขึ้น เจาะวิธีจัดตั้งรับและประคับประคองแนวโน้มที่จะสร้างความเสียหายอย่างรุนแรง

- 1** การจัดการประสบการณ์ของลูกค้าเพื่อป้องกันปัญหาข้อความเชิงลบ และยุติที่มาของข่าวร้าย
- 2** การทำความเข้าใจเกี่ยวกับช่องทางและจุดอันตรายขององค์กร
- 3** วิธีสื่อสารข้อความสำคัญในช่วงวิกฤตชื่อเสียงบนโลกโซเชียล

Afternoon Break: 15.00 - 15.15



Negative Comment, Social Listening

15.15 - 16.45



■ **Mrs. Viriya Lappromrattana**
Senior Executive Vice President
I V Global Securities PCL.

How 'Listed Companies' Manage Corporate Reputation Amid Crises When in the Line of Fire?

- 1 กลยุทธ์การทำงานร่วมกันเป็นทีมของ PR, IR และผู้บริหารระดับสูง
- 2 การเข้าใจต่อแท็กจุดยืนของบริษัทและการสื่อสารต่อสาธารณะ
- 3 การจัดการข้อมูลใหม่ล่าสุดและสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา
- 4 การรับมือกับการโจมตีของข่าวที่แพร่กระจายอย่างรวดเร็ว - ศูนย์ข่าว การออกอากาศ และสื่อออนไลน์



**Mr. Charkrit Direkwattanachai**

Executive Vice President of Corporate Affairs Office
BEC WORLD

Developing a Plan for Crisis Management & Communication

การจัดทำแผนงานสื่อสารและจัดการวิกฤตการวางยุทธวิธีสื่อสารวิกฤตบนสื่อโซเชียล
การประเมินภาวะวิกฤตขณะก่อตัวขึ้น

- 1 วิเคราะห์องค์ประกอบของแผนการสื่อสารในภาวะวิกฤต
- 2 ทบทวนตัวอย่างแผนงานสื่อสารในภาวะวิกฤต
- 3 การจัดการข้อมูลใหม่ล่าสุดและสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา
- 4 การรับมือกับการโจมตีของข่าวที่แพร่กระจายอย่างรวดเร็วทางสื่อออนไลน์

Morning Break: 10.30 - 10.45



10.45 - 12.15

**■ Mrs. On-uma Vattanasuk**

Head of Corporate Communications and PR
True Corporation

How Leading Companies Deal with Social Media Crisis to Protect & Recover Corporate Reputation?

เมื่อต้องอยู่ในแนววิฤกษ์สุณ บริษัทระดับโลกรับมือกรณีวิกฤตบนสื่อโซเชียล
ที่มักจะเข้าโจมตีในยามที่ไม่ทันตั้งตัวอย่างไร

1

การทำงานร่วมกันเป็นทีมกับผู้บริหารระดับสูง

2

การมีข้อมูลใหม่ล่าสุดตลอดเวลาและเข้าใจถ่องแท้ถึงจุดยืนของบริษัท

3

การรับมือกับการโจมตีของข่าวที่แพร่กระจายอย่างรวดเร็วบนสื่อออนไลน์ด้วยความ
มั่นใจในขณะเผชิญกับสื่อ

Lunch & Networking: 12.15 - 13.30



**Dr. Orapan Bunchasansiri**

Founder / Managing Director / Senior Consultant
Sphere Comm Limited

Rethinking Online Media Crisis Management & Communication: Lessons Learnt After the Crisis Passed

เมื่อวิกฤตผ่านพ้น – สรุปบทเรียนการจัดการภาพลักษณ์ชื่อเสียงของบริษัทยังคงเดินหน้าต่อไป

1

บทเรียนภายหลังวิกฤตการณ์: สิ่งที่ได้ผลและไม่ได้ผล

2

แนวทางที่ดีขึ้นในการสร้างความสัมพันธ์กับส่วนที่ได้รับผลกระทบ

3

แนวทางที่ดีขึ้นในการวางแผนรับมือวิกฤตครั้งต่อไป

4

การทบทวนและการปรับปรุงแก้ไขแผนงานสื่อสาร
ในภาวะวิกฤตบนสื่อโซเชียล

Afternoon Break: 15.00 - 15.15



15.15 - 16.45

**Dr. Chalermchai Yodmalai**Front Page News Editor, Naewna Newspaper
and Columnist

NAEWNA Newspaper

**Real Cases: Press & Media Handling During
Any Media Crises****What Press Wants to Know When Crisis Arise What Should You Tell?****1** การรับมือกับสื่อ – ทำให้สื่อมายืนข้างเดียวกับคุณ**2** วิธีสื่อสารข้อความสำคัญภายใต้วิกฤตการณ์**3** วิธีช่วยให้รอดพ้นจากวิกฤต **มองหาโอกาสในวิกฤต**



กลยุทธ์สื่อสารรักษาชื่อเสียงองค์กร ท่ามกลาง... หยุตวิฤตโลกออนไลน์

Change is constant and crisis is a normal part of business. Crises often cause high risk and costly damage to a company. In recent years, we have witnessed crises after crises that caused so-called 'Built-to-Last' companies to be erased from the global business landscape. Crises certainly bring about unanticipated demands on your people and your organization. Unfortunately, most companies are not sufficiently prepared to effectively handle a crisis.

IS YOUR COMPANY PREPARED FOR SOCIAL MEDIA CRISIS?

- ✔ **Learn** How to identify a crisis including escalation and elevation
- ✔ **Know How to handle crisis on social media, traditional and press**
- ✔ **Who's who** in a crisis? Identifying your crisis communicators?

WHO SHOULD ATTEND :

All business executive who wish to control their company's destiny when faced with crises and disasters by making sure that the company can effectively communication under a crisis. Those who strive to ensure their corporate performance and business continuity during and after the crises or disasters. Especially those who are actively involved in;

- Corporate Communication, Public Affairs, Public Relation
- Business Continuity & Disaster Recovery, Risk Management
- Crisis Management, Corporate Security, Emergency Management
- Contingency Planning, Environment, Health & Safety, Enterprise
- Human Resources, Legal, Communications & Corporate Affairs



KEY LEARNING OBJECTIVES

- 1 Develop a mindset and set of actions to respond effectively to communicate during any crisis

- 2 Understand the potential impact of a crisis and how the proper preparedness and the right decision

- 3 Understand how to optimize corporate resources for preparing the company to effectively communicate during crises and minimize impact on corporate performance and business continuity

- 4 Learn the tools needed to engage in effective risk management and crisis communication during a crisis

- 5 Learn how to handle communications in major crises and deal with difficult situations

KEY LEARNING HIGHLIGHTS



• **เตรียมความพร้อม** และดำเนินการตามแผนงานและกลยุทธ์การสื่อสารยามวิกฤต

• **เรียนรู้จากผู้มีประสบการณ์โดยตรง** จากกรณีศึกษา และลองประยุกต์ใช้กับองค์กรของคุณ

• **รับรู้ข้อมูลเชิงลึก** ถึงวิธีการเชิงรุกในการป้องกันวิกฤตและความล้มเหลว

• **ศึกษาจากกรณีตัวอย่าง** โจทย์เฉพาะบุคคล และการอภิปรายแยกกลุ่มตลอดการเรียนรู้

• **วิธีรับมือกับวิกฤต** ที่ลดความเสียหายและฟื้นตัวอย่างรวดเร็ว

• **ใช้ประโยชน์จากโอกาส** ดีที่หายากนี้แลกเปลี่ยนและแบ่งปันความคิดกับวิทยากร

• **ศึกษาเกี่ยวกับสื่อ** ที่มีประสิทธิภาพและการจัดการชื่อเสียงภาพลักษณ์ในห้วงวิกฤต

• **สร้างเครือข่ายพันธมิตร** กับคนในวงการระหว่างเวลาสองวันของการเรียนรู้ร่วมกัน

15th Anniversary Celebration

ONLY

21,500
THB /PERSON
2 DAY (SAVE 7,000 THB)

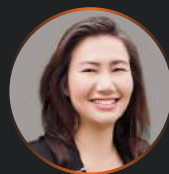


Grande Centre Point Ratchadamri

CRISIS COMMUNICATION & Social Media Listening

2 - 3 JULY 2024

กลยุทธ์สื่อสารรักษาชื่อเสียงองค์กร
เท่าทันสื่อโซเชียล ยุควิกฤตโลกออนไลน์



Key Information

When:

2 - 3 JULY 2024

Where:

Grande Centre Point
Ratchadamri

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

Easy Ways to Register

Online Registration

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

E-mail:

conference@omegaworldclass.org

กรุณาส่งที่นี้
ภายในวันที่ 18 JUNE 2024



Class Timetable & Course Schedule

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
Fee Per 1 Person	28,500.00	21,500.00
VAT 7 %	1,995.00	1,505.00
Total Amount (Bath)	THB 30,495.00	THB 23,005.00

**สามารถภาษีหัก ณ ที่จ่าย 3% ได้

พิเศษ!!! ค่าสัมมนากับสถาบันไอเอ็มทีฯ
รับสิทธิลดหย่อนภาษีได้ 200%
*200% TAX DEDUCTION

15th Anniversary Celebration