OMEGAWORLDCLASS

Grande Centre Point Ratchadamri

2 - 3 JULY 2024

CRISIS COMMUNICATION & Social Media Listening

กลยุทธ์สื่อสารรักษาชื่อเสียงองค์กร เท่าทันสื่อโซเชียล หยุดวิกฤตโลกออนไลน์

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

15% DISCOUNT FOR 3 PEOPLE

28,500 THB PER PERSON

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

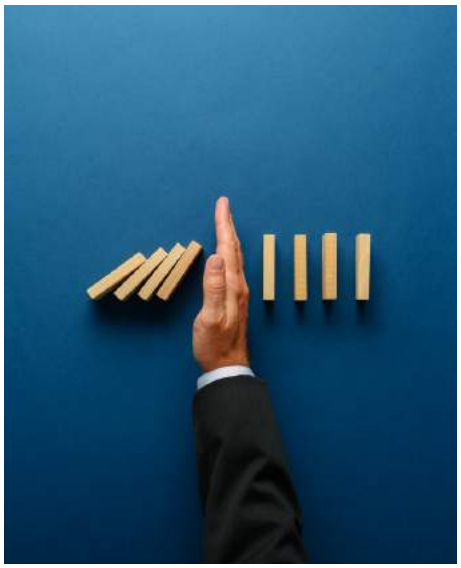
1. **Stakeholder, Influencer & Issues Management:** จัดการกรณีปัญหา ที่มาแหล่งของอคติ
2. **กระบวนการของการจัดการปัญหา** ที่มาของข่าวร้าย ข้อความเชิงลบ
3. **ทำความเข้าใจเกี่ยวกับช่องโหว่**และจุดอันตรายขององค์กร

Morning Break: 10.30 - 10.45

Preventing Reputation Crisis on Social Media

กลยุทธ์สื่อสารยามวิกฤต เทคนิคยุทธวิธีสื่อสารวิกฤตบนสื่อโซเชียล การประเมินภาวะวิกฤตขณะก่อตัวขึ้น

1. วิธีช่วยให้รอดพ้นจากวิกฤติ **มองหาโอกาสในวิกฤต**
2. **การรับมือวิกฤติบนสื่อโซเชียล** วิกฤติการณ์ขยายวงกว้างได้อย่างไร
3. **การเฝ้าระวังผลกระทบของสื่อโซเชียล**ต่อชื่อเสียงองค์กร
4. **วิธีสื่อสารข้อความสำคัญในช่วงวิกฤตเพื่อรับมือ**กับข้อความเชิงลบเกี่ยวกับชื่อเสียงของบริษัทบนโลกโซเชียล



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

เครื่องมือดิจิตอลเพื่อจัดการวิกฤตและการสื่อสารสู้วิกฤตบนสื่อโซเชียล

1. **เครื่องมือตรวจสอบโอกาสเกิดวิกฤต:** องค์กรของคุณมีจุดเสี่ยงอย่างไร?
2. **การวางแผนตามสถานการณ์:** "ถ้าเป็นเช่นนี้...จะทำอย่างไร"
3. **วิเคราะห์ข้อมูลดิจิตอล**เพื่อกำหนดแผนการสื่อสารในภาวะวิกฤต
4. **การจัดตั้งทีมงานบริหารจัดการวิกฤต** วิเคราะห์กรณีตัวอย่าง

Lunch & Networking: 12.15 - 13.30

13.30 - 15.00

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

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

เตรียมจัดการกรณีปัญหาแก้ไขวิกฤติการณ์ด้วยกลยุทธ์ 'DIGITAL PR' ที่มีประสิทธิภาพสามารถปัดเป่าวิกฤตที่กำลังก่อตัวขึ้น เจาะวิธีจัดตั้งรับและประคับประคองแนวโน้มที่จะสร้างความเสียหายอย่างรุนแรง

1. **การจัดการประสบการณ์ของลูกค้า**เพื่อป้องปัญหาข้อความเชิงลบ และยุติที่มาของข่าวร้าย
2. **การทำความเข้าใจ**เกี่ยวกับช่องโหว่และจุดอันตรายขององค์กร
3. **วิธีสื่อสารข้อความสำคัญ**ในช่วงวิกฤตชื่อเสียงบนโลกโซเชียล

Afternoon Break: 15.00 - 15.15

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. **กลยุทธ์การทำงานร่วมกันเป็นทีม**ของ PR, IR และผู้บริหารระดับสูง
2. **การเข้าใจถ่องแท้ถึงจุดยืน**ของบริษัทและการสื่อสารต่อสาธารณะ
3. **การจัดการข้อมูลใหม่ล่าสุด**และสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา
4. **การรับมือกับการโจมตีของข่าว**ที่แพร่กระจายอย่างรวดเร็ว - ศูนย์ข่าว การออกอากาศ และสื่อออนไลน์

DAY TWO: 3 JULY 2024

09.00 - 12.15

Mr. Charkrit Direkwattanachai
Executive Vice President of Corporate Affairs Office
BEC WORLD

Developing a Plan for Crisis Management & Communication

การจัดทำแผนงานสื่อสารและจัดการวิกฤตการวางยุทธวิธีสื่อสารวิกฤตบนสื่อโซเชียล การประเมินภาวะวิกฤตขณะก่อตัวขึ้น

1. **วิเคราะห์องค์ประกอบ**ของแผนการสื่อสารในภาวะวิกฤต
2. **ทบทวนตัวอย่าง**แผนงานสื่อสารในภาวะวิกฤต
3. **การจัดการข้อมูลใหม่ล่าสุด**และสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา
4. **การรับมือกับการโจมตีของข่าว**ที่แพร่กระจายอย่างรวดเร็วทางสื่อออนไลน์

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?

เมื่อต้องอยู่ในแนววิถีกระสุน บริษัทระดับโลกรับมือกรณีวิกฤตบนสื่อโซเชียล ที่มักจะเข้าโจมตีในยามที่ไม่ทันตั้งตัวอย่างไร

1. **การทำงานร่วมกันเป็นทีม**กับผู้บริหารระดับสูง
2. **การมีข้อมูลใหม่ล่าสุดตลอดเวลา**และเข้าใจถ่องแท้ถึงจุดยืนของบริษัท
3. **การรับมือกับการโจมตีของข่าว**ที่แพร่กระจายอย่างรวดเร็วบนสื่อออนไลน์ด้วยความมั่นใจในขณะเผชิญกับสื่อ

Lunch & Networking: 12.15 - 13.30

13.30 - 15.00

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. **บทเรียนภายหลังวิกฤติการณ์:** สิ่งที่ได้ผลและไม่ได้ผล
2. **แนวทางที่ดีขึ้นในการสร้างความสัมพันธ์**กับส่วนที่ได้รับผลกระทบ
3. **แนวทางที่ดีขึ้นในการวางแผนรับมือ**วิกฤตครั้งต่อไป
4. **การทบทวนและการปรับปรุงแก้ไขแผนงาน**สื่อสารในภาวะวิกฤตบนสื่อโซชียล

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. **วิธีสื่อสารข้อความสำคัญ**ภายใต้วิกฤตการณ์
3. วิธีช่วยให้รอดพ้นจากวิกฤติ **มองหาโอกาสในวิกฤต**

กลยุทธ์สื่อสารรักษาชื่อเสียงองค์กร เท่าทันสื่อ... หยุดวิกฤตโลกออนไลน์

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
- **รับรู้ข้อมูลเชิงลึก**ถึงวิธีการเชิงรุกในการป้องกันวิกฤตและความล้มเหลว
- **วิธีรับมือกับวิกฤต**ที่ลดความเสียหายและฟื้นตัวอย่างรวดเร็ว
- **ศึกษาเกี่ยวกับสื่อ**ที่มีประสิทธิภาพและการจัดการชื่อเสียงภาพลักษณ์ในห้วงวิกฤต
- **เรียนรู้จากผู้มีประสบการณ์โดยตรง** จากกรณีศึกษา และลองประยุกต์ใช้กับองค์กรของคุณ
- **ศึกษาจากกรณีตัวอย่าง** โจทย์เฉพาะบุคคล และการอภิปรายแยกกลุ่มตลอดการเรียนรู้
- **ใช้ประโยชน์จากโอกาส**ดีที่หายากนี้แลกเปลี่ยนและแบ่งปันความคิดกับวิทยากร
- **สร้างเครือข่ายพันธมิตร**กับคนในวงการระหว่างเวลาสองวันของการเรียนรู้ร่วมกัน

OMEGAWORLDCLASS

Grande Centre Point Ratchadamri

CRISIS COMMUNICATION & Social Media Listening

กลยุทธ์สื่อสารรักษาชื่อเสียงองค์กร เท่าทันสื่อโซเชียล หยุดวิกฤตโลกออนไลน์

2 - 3 JULY 2024

Key Information	Easy Ways to Register
When: 2 - 3 JULY 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 18 JUNE 2024

Registration Fee	เจาะลึกปัญหา ปรึกษาตรงจุด
Fee Per 1 Person	28,500.00
VAT 7 %	1,995.00
Total Amount (Bath)	THB 30,495.00

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

ค่าอบรมสัมมนา ลดหย่อนภาษีได้ 200% (200% TAX DEDUCTION)

15% DISCOUNT FOR 3 PEOPLE