

CRISIS COMMUNICATION

Grande Centre Point Ratchadamri Bangkok

15 - 16 JULY 2025

Social Media & Digital PR in Action

กลยุทธ์จัดการวิกฤตรักษาชื่อเสียง ป้องกันแบรนด์บนสื่อโซเชียล
ป้องกัน “คอมเมนต์เชิงลบ” หยุดความเสี่ยงองค์กร สื่อสารรอดพ้นวิกฤต



Handling Negative Comments & Haters on Social Media & Online Platforms

CONTACT

+66 (0) 89692 9900

+66 (0) 2158 9892

200% TAX DEDUCTION

Line Official



@omegaworldclass

Details



www.omegaworldclass.org

UPTO
30%
OFF
Early Bird!



Preventing & Minimizing Social Media Crisis with Digital PR in Action

Handling **Negative Comments** & Haters on Social Media & **Online Platforms**

กลยุทธ์จัดการวิกฤตรักษาชื่อเสียง ป้องกันแบรนด์บนสื่อโซเชียล
จัดการ “คอมเมนต์เชิงลบ” หยุดความเสี่ยงองค์กร รอดพ้นวิกฤตกันเหตุการณ์

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.

การเปลี่ยนแปลงเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นตลอดเวลา และวิกฤตเป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจที่ต้องเผชิญอยู่เสมอ **วิกฤตสามารถนำมาซึ่งความเสี่ยงสูงและความเสียหายที่มีต้นทุนสูงต่อบริษัท** ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา เราได้เห็นวิกฤตต่างๆ ทำให้บริษัทที่เคยมั่นคงและยืนยาว ต้องล้มหายไปจากเวทีธุรกิจโลก วิกฤตย่นนำมาซึ่งความต้องการที่ไม่คาดคิดต่อตัวบุคคลและองค์กรของคุณ แต่น่าเสียดายที่บริษัทส่วนใหญ่ยังไม่มีเตรียมพร้อมที่เพียงพอในการรับมือกับวิกฤตอย่างมีประสิทธิภาพ

องค์กรคุณพร้อมหรือยังที่จะรับมือกับวิกฤตโซเชียลมีเดียและปกป้องชื่อเสียงแบรนด์ของคุณในโลกดิจิทัล?

เข้าร่วมสัมมนาสองวันนี้เพื่อเรียนรู้กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ดิจิทัลที่ใช้ได้จริง และเทคนิคการจัดการวิกฤตที่จะช่วยให้คุณสามารถป้องกันและลดผลกระทบจากวิกฤตได้อย่างมีประสิทธิภาพ!

พบกับผู้เชี่ยวชาญที่จะแบ่งปันประสบการณ์และกรณีศึกษาจากองค์กรชั้นนำ

เพื่อให้คุณสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับองค์กรของคุณเอง พร้อมทั้งเรียนรู้วิธีการฟื้นฟูชื่อเสียงหลังวิกฤต และเตรียมตัวรับมือกับความท้าทายดิจิทัลในอนาคตได้อย่างมั่นใจ!

- ✓ **Learn** How to identify a crisis including escalation and elevation
เรียนรู้วิธีระบุวิกฤต รวมถึงการเพิ่มระดับและการจัดการสถานการณ์ที่ย่ำแย่
- ✓ **Know How to handle crisis on social media, traditional and press**
วิธีจัดการวิกฤตบนสื่อสังคมออนไลน์ สื่อดั้งเดิม และสื่อมวลชน
- ✓ **Who's who in a crisis?** Identifying your crisis communicators?
ใครคือผู้รับมือวิกฤตในองค์กรของคุณ? รู้จักผู้สื่อสารในวิกฤตขององค์กรคุณ

DAY ONE:**15 JULY 2025**

กลยุทธ์สื่อสาร... **รักษาชื่อเสียงองค์กร** เทคนิค **Digital PR บนสื่อโซเชียล**

09.00 - 16.45**Mrs. Pongtip Thesaphu**

Chief Public Relations Officer, Real Smart Co., Ltd.

Former Corporate Affairs Director, Unilever Trading Thailand

SESSION 1: UNDERSTANDING SOCIAL MEDIA CRISIS & POTENTIAL CRISIS TRIGGERS

เข้าใจวิกฤตโซเชียลมีเดีย รู้ทันปัจจัยที่อาจก่อให้เกิดวิกฤต

Identifying Potential Crisis Triggers

การระบุปัจจัยที่อาจก่อให้เกิดวิกฤต

Social Media Listening Tools

เข้าใจที่มาของข่าวร้ายและข้อความเชิงลบด้วยเครื่องมือการฟังโซเชียลมีเดีย

Strategies for Early Detection and Response

การตรวจพบและตอบสนองอย่างรวดเร็ว ทำความเข้าใจเกี่ยวกับช่องโหว่ และจุดอันตรายขององค์กร

Managing Stakeholder, Influencer & Issues Management

วิธีการจัดการกรณีปัญหา ที่มาแหล่งของอคติ

Morning Break: 10.30 - 10.45

SESSION 2: BUILDING A DIGITAL PR CRISIS PLAN

การสร้างแผนรับมือวิกฤต PR ดิจิทัล ให้รอดพ้นจากวิกฤติ พร้อมมองหาโอกาสในวิกฤต

Establishing Crisis Management Teams

การจัดตั้งทีมบริหารวิกฤต เพื่าระวังผลกระทบของสื่อโซเชียลต่อชื่อเสียงองค์กร

Techniques for Crisis Scenarios

การวิเคราะห์สถานการณ์วิกฤต การประเมินภาวะวิกฤตขณะก่อตัวขึ้น

Creating Response Protocols and Communication Plans

การสร้างแผนการสื่อสารและตอบสนอง ต่อวิกฤตบนสื่อโซเชียล

SESSION 3: CRISIS COMMUNICATION TACTICS

กลยุทธ์การสื่อสารในวิกฤต

Effective Messaging During a Crisis

การสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพในช่วงวิกฤต

Techniques of Crisis Communication

Redress, Reassure, and Resolve

Managing Stakeholders and Media Relations

การจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและความสัมพันธ์กับสื่อ

Lunch & Networking: 12.15 - 13.30

SESSION 4: MONITORING AND MANAGING ONLINE REPUTATION

การติดตามและจัดการชื่อเสียงออนไลน์ ฝ้าระวังผลกระทบของสื่อโซเชียล
ต่อชื่อเสียงองค์กร

Real-Time Social Media Monitoring

การติดตามโซเชียลมีเดียแบบเรียลไทม์

Sentiment Analysis Tools

เครื่องมือวิเคราะห์ความรู้สึก

Mitigating Negative Publicity and Protecting Brand Reputation

การลดผลกระทบจากข่าวลบและการปกป้องชื่อเสียงแบรนด์

Evaluating Crisis Response and Improving Strategies

การประเมินการตอบสนองวิกฤตและปรับปรุงกลยุทธ์

SESSION 5: DIGITAL PR TOOLS FOR CRISIS PREVENTION

เครื่องมือ PR ดิจิทัลเพื่อป้องกันวิกฤต

Utilizing AI and Automation in Crisis Management

การใช้ AI และระบบอัตโนมัติในการจัดการวิกฤต

Techniques: AI-Driven Analytics and Predictive Tools

เครื่องมือวิเคราะห์และทำนายที่ขับเคลื่อนด้วย AI

Leveraging Digital Platforms for Proactive Communication

การใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลในการสื่อสารเชิงรุก

SESSION 6: POST-CRISIS RECOVERY AND BRAND REBUILDING

การฟื้นตัวหลังวิกฤตและการสร้างแบรนด์ใหม่

Strategies for Rebuilding Trust with Stakeholders

กลยุทธ์การสร้าง confianza ใหม่กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

Techniques: Brand Repositioning and Image Restoration

การปรับตำแหน่งแบรนด์และการฟื้นฟูภาพลักษณ์

Measuring the Long-Term Impact of a Crisis

การวัดผลกระทบระยะยาวของวิกฤต

Preparing for the Next Wave of Digital Challenges

การเตรียมพร้อมสำหรับความท้าทายดิจิทัลในอนาคต



Afternoon Break: 15.00 - 15.15

DAY TWO:

16 JULY 2025

กลยุทธ์สื่อสาร... “คอมเมนต์เชิงลบ” หยุด ความเสี่ยงต่อแบรนด์รอดพ้นวิกฤตองค์กร

09.00 - 10.30

**Dr. Pensri Tasnavites**

Communication Consultant

The Heart Foundation of Thailand under The Royal Patronage

SESSION 7: DEVELOPING A PLAN FOR CRISIS MANAGEMENT & COMMUNICATION

การจัดทำแผนงานสื่อสารและจัดการวิกฤตการวางยุทธวิธีสื่อสารวิกฤตบนสื่อโซเชียล การประเมินภาวะวิกฤตขณะก่อตัวขึ้น

วิเคราะห์องค์ประกอบ

วิเคราะห์องค์ประกอบของแผนการสื่อสารในภาวะวิกฤต

บทวนตัวอย่าง

บทวนตัวอย่างแผนงานสื่อสารในภาวะวิกฤต

การจัดการข้อมูลใหม่ล่าสุด

การจัดการข้อมูลใหม่ล่าสุดและสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

การรับมือกับการโจมตีของข่าว

การรับมือกับการโจมตีของข่าวที่แพร่กระจายอย่างรวดเร็วทางสื่อออนไลน์

Morning Break: 10.30 - 10.45

10.45 - 12.15**Mrs. On-uma Vattanasuk**Head of Corporate Communications and PR
True Corporation

SESSION 8: HOW LEADING COMPANIES DEAL WITH SOCIAL MEDIA CRISIS TO PROTECT & RECOVER CORPORATE REPUTATION?

เมื่อต้องอยู่ในแนววิบัติกระสุน บริษัทระดับโลกรับมือกรณีวิกฤตบนสื่อโซเชียล
ที่มักจะเข้าใจผิดในยามที่ไม่ทันตั้งตัวอย่างไร

การทำงานร่วมกันเป็นทีม

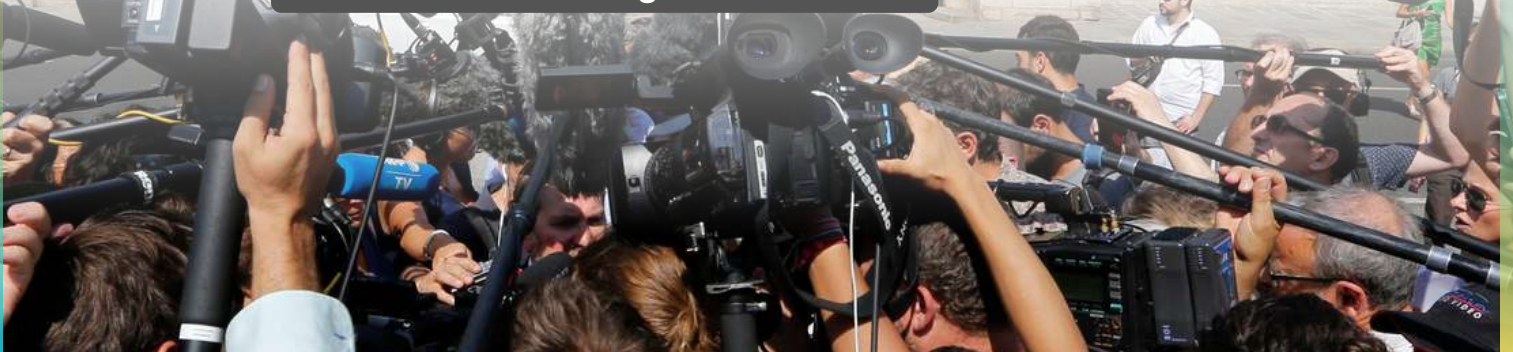
การทำงานร่วมกันเป็นทีมกับผู้บริหารระดับสูง

การมีข้อมูลใหม่ล่าสุดตลอดเวลา

การมีข้อมูลใหม่ล่าสุดตลอดเวลาและเข้าใจถึงแก่นถึงจุดยืนของบริษัท

การรับมือกับการโจมตีของข่าว

การรับมือกับการโจมตีของข่าวที่แพร่กระจายอย่างรวดเร็วบนสื่อออนไลน์ด้วยความมั่นใจ
ในขณะเผชิญกับสื่อ

Lunch & Networking: 12.15 - 13.30

13.30 - 15.00**Mr. Sarawut Burapapat**Strategic Advisor
Market-Comms Co.,Ltd.

SESSION 9: USING 'DIGITAL PR' STRATEGIES TO EFFECTIVELY MANAGE SOCIAL MEDIA CRISIS

เตรียมจัดการกรณีปัญหาแก้ไขวิกฤติการณ์ด้วยกลยุทธ์ 'DIGITAL PR' ที่มีประสิทธิภาพ สามารถปิดเป้าวิกฤติที่กำลังก่อตัวขึ้น เราจะวิธีจัดตั้งรับและประคับประคองแนวโน้มที่จะสร้างความเสียหายอย่างรุนแรง

การจัดการประสบการณ์ของลูกค้า

การจัดการประสบการณ์ของลูกค้าเพื่อป้องกันปัญหาข้อความเชิงลบและยุติที่มาของข่าวร้าย

การทำความเข้าใจ

การทำความเข้าใจเกี่ยวกับช่องโหว่และจุดอันตรายขององค์กร

วิธีสื่อสารข้อความสำคัญ

วิธีสื่อสารข้อความสำคัญในช่วงวิกฤตชื่อเสียงบนโลกโซเชียล

Afternoon Break: 15.00 - 15.15

15.15 - 16.45

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

SESSION 10: PRESS & MEDIA HANDLING DURING ANY MEDIA CRISES

What Press Wants to Know When Crisis Arise What Should You Tell?

การรับมือกับสื่อ

การรับมือกับสื่อ – ทำให้สื่อมายืนข้างเดียวกับคุณ

วิธีสื่อสารข้อความสำคัญ

วิธีสื่อสารข้อความสำคัญภายใต้วิกฤตการณ์

วิธีช่วยให้รอดพ้นจากวิกฤติ

วิธีช่วยให้รอดพ้นจากวิกฤติ มองหาโอกาสในวิกฤติ

SESSION 11: DISCUSSION: RETHINKING CRISIS MANAGEMENT & COMMUNICATION AFTER THE CRISIS PASSED

เมื่อวิกฤตผ่านพ้น – สรุปบทเรียนการจัดการภาพลักษณ์ชื่อเสียงของบริษัทยังคงเดินหน้าต่อไป

บทเรียนภายหลังวิกฤตการณ์

บทเรียนภายหลังวิกฤตการณ์: สิ่งที่ได้ผลและไม่ได้ผล

แนวทางที่ดีขึ้นในการสร้างความสัมพันธ์...

แนวทางที่ดีขึ้นในการสร้างความสัมพันธ์กับภาคส่วนที่ได้รับผลกระทบ

แนวทางที่ดีขึ้นในการวางแผนรับมือวิกฤต

แนวทางที่ดีขึ้นในการวางแผนรับมือวิกฤตครั้งต่อไป

การทบทวนและการปรับปรุงการสื่อสาร

การทบทวนและการปรับปรุงการสื่อสารในภาวะวิกฤตบนสื่อโซเชียล

KEY LEARNING OBJECTIVES

- 1 **Develop a mindset and set of actions to** respond effectively to communicate during any crisis (พัฒนาความคิดและการกระทำเพื่อให้สามารถตอบสนองและสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพในทุกวิกฤต)
- 2 **Understand the potential impact of** a crisis and how the proper preparedness and the right decision (เข้าใจผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากวิกฤต และวิธีการเตรียมพร้อมอย่างถูกต้องและการตัดสินใจที่เหมาะสม)
- 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 (เรียนรู้วิธีเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรขององค์กรในการเตรียมบริษัทเพื่อการสื่อสารในช่วงวิกฤตและลดผลกระทบต่อประสิทธิภาพขององค์กรและความต่อเนื่องของธุรกิจ)
- 4 **Learn the tools needed to engage** in effective risk management and crisis communication during a crisis (เรียนรู้เครื่องมือที่จำเป็นสำหรับการจัดการความเสี่ยงและการสื่อสารในช่วงวิกฤตอย่างมีประสิทธิภาพ)
- 5 **Learn how to handle communications** in major crises and deal with difficult situations (เรียนรู้วิธีการจัดการการสื่อสารในวิกฤตใหญ่และการเผชิญหน้ากับสถานการณ์ที่ยากลำบาก)

KEY LEARNING HIGHLIGHTS



• **เตรียมความพร้อม**และดำเนินการตามแผนงานและกลยุทธ์การสื่อสารยามวิกฤต

• **รับรู้ข้อมูลเชิงลึก**ถึงวิธีการเชิงรุกในการป้องกันวิกฤตและความล้มเหลว

• **วิธีรับมือกับวิกฤต**ที่ลดความเสียหายและฟื้นตัวอย่างรวดเร็ว

• **ศึกษาเกี่ยวกับสื่อ**ที่มีประสิทธิภาพและการจัดการชื่อเสียงภาพลักษณ์ในห้วงวิกฤต

• **เรียนรู้จากผู้มีประสบการณ์โดยตรง** จากกรณีศึกษา และลองประยุกต์ใช้กับองค์กรของคุณ

• **ศึกษาจากกรณีตัวอย่าง** ใจจดใจจ่อเฉพาะบุคคล และการอภิปรายแยกกลุ่มตลอดการเรียนรู้

• **ใช้ประโยชน์จากโอกาส**ดีที่หายากนี้แลกเปลี่ยนและแบ่งปันความคิดกับวิทยากร

• **สร้างเครือข่ายพันธมิตร**กับคนในวงการระหว่างเวลาสองวันของการเรียนรู้ร่วมกัน

KEY BENEFITS OF ATTENDING

Enhanced Crisis Management Skills

ทักษะการจัดการวิกฤตที่เพิ่มขึ้น

Insights into Future Digital Challenges

ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับความท้าทายในอนาคต

Practical Tools for Digital PR and Crisis Prevention

เครื่องมือที่ใช้งานได้จริงสำหรับการประชาสัมพันธ์ดิจิทัลและการป้องกันวิกฤต

Networking with Industry Experts

โอกาสในการสร้างเครือข่ายกับผู้เชี่ยวชาญในวงการ

WHO SHOULD ATTEND

ผู้บริหารทุกคนที่ต้องการควบคุมชะตากรรมของบริษัทเมื่อต้องเผชิญกับวิกฤตและภัยพิบัติ โดยการสร้างความมั่นใจว่าบริษัทสามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพในระหว่างวิกฤต ผู้ที่มุ่งมั่นในการรักษาประสิทธิภาพขององค์กรและความต่อเนื่องของธุรกิจในช่วงและหลังจากเกิดวิกฤตหรือภัยพิบัติ

- 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



What if...
You Miss to Attend

- Increased Vulnerability to Social Media Crises**
ความเสี่ยงต่อวิกฤตโซเชียลมีเดียที่เพิ่มขึ้น
- Lack of Preparedness for Digital PR Challenges**
ขาดการเตรียมพร้อมสำหรับความท้าทายในการประชาสัมพันธ์ดิจิทัล
- Potential Loss of Brand Reputation and Trust**
ความเสี่ยงต่อการสูญเสียชื่อเสียงและความไว้วางใจของแบรนด์
- Missed Opportunities for Learning from Real Case Studies**
พลาดโอกาสในการเรียนรู้จากกรณีศึกษาจริง

“ Handling Negative Comments & Haters on Social Media & Online Platforms ”

MEET & CONSULT with the Experts...



คุณพงษ์ทิพย์ เทสะภู

ปัจจุบันเป็นที่ปรึกษาด้านประชาสัมพันธ์ออนไลน์ที่บริษัท เรียวสมาร์ท จำกัด
และที่ปรึกษารัฐมนตรีว่าการกระทรวงวัฒนธรรม
Former Corporate Affairs Director, Unilever Trading Thailand

คุณพงษ์ทิพย์ มีประสบการณ์ ในการทำงานด้านการสื่อสารองค์กร มากกว่า 25 ปี
ซึ่งรวมถึงการสื่อสารภาครัฐ บริหารประเด็น และสื่อสารในภาวะวิกฤต การวางแผนประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์
สื่อมวลชนสัมพันธ์

ผ่านงานด้านการบริหารงานประชาสัมพันธ์และภาพลักษณ์องค์กรกับบริษัทชั้นนำของโลก เช่น Unilever, American Express, Philip Morris คอลเกต-ปาล์มโอลีฟและองค์กรสำคัญๆ ในประเทศไทย เช่น ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย บริษัทประกันสินเชื่อบุคคลขนาดใหญ่ (บสย.) ในฐานะผู้อำนวยการฝ่ายสื่อสารองค์กร

การทำงานในบริษัทชั้นนำของโลกทำให้คุณพงษ์ทิพย์มีประสบการณ์ทางด้านการบริหารประเด็น การบริหารจัดการการสื่อสารภาวะวิกฤตของแต่ละหน่วยงานไม่ว่าจะเป็นด้านการเงิน ตลาดเงินตลาดทุน ตลาดสินค้าอุปโภคบริโภค สินค้าที่เป็นประเด็นต่อสังคมรวมถึงการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมภาพลักษณ์ของแบรนด์

คุณพงษ์ทิพย์มีความชำนาญในการจัดการภาวะวิกฤตบนโลกออนไลน์ ได้มีส่วนบริหารจัดการภาวะวิกฤตบนโลกออนไลน์ให้แก่หลายหน่วยงาน ไม่ว่าจะเป็นสถาบันการศึกษา สถาบันการเงิน รัฐวิสาหกิจ บริษัทพลังงาน ศูนย์การค้าขนาดใหญ่และอื่นๆ เช่น ธนาคารแห่งประเทศไทย บริษัทปตท. ไทยออยล์ กระทรวงแรงงาน Anti-Fake News Center ประเทศไทย กรมประชาสัมพันธ์ การไฟฟ้าภูมิภาค ในหัวข้อที่เกี่ยวกับการสื่อสารเช่น การบริหารประเด็น การบริหารการสื่อสารในภาวะวิกฤต การจัดการข้อมูลบนโลกออนไลน์ และการอบรมโฆษกบริษัท (Spokesperson Training)

ภญ. ดร.เพ็ญศรี ทรรศนะวิเทศ

ปัจจุบันเป็น ที่ปรึกษานุกรมการสื่อสารองค์กร มูลนิธิหัวใจ
แห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์



ดร.เพ็ญศรีเป็นที่ปรึกษาด้านการสื่อสารองค์กรมาอย่างยาวนาน ท่านมีความ
เชี่ยวชาญอย่างมากในการพัฒนาและใช้กลยุทธ์การสื่อสารเชิงรุกสำหรับประเด็นต่างๆ
เช่น การจัดการการเปลี่ยนแปลง การจัดการภาวะวิกฤต แผนแม่บทการสื่อสาร การสื่อสาร
องค์กรทั่วไป และนักลงทุนสัมพันธ์ โดยมีประสบการณ์มากมายในการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการแปรรูป
การปรับโครงสร้างทางการเงิน และโครงการที่เกี่ยวข้องกับทรัพย์สินทางปัญญา



คุณอรุมา วัฒนสุข

Head of Corporate Communications and PR
True Corporation PCL. (True - DTAC)

ปัจจุบันเป็นหัวหน้าสำนักสื่อสารองค์กรและประชาสัมพันธ์ บริษัท กรุ๊ป คอร์ปอเรชั่น

จำกัด (มหาชน) คุณอรุมา อยู่ในสายงานด้านการสื่อสารกิจการองค์กรมาโดยตลอด

โดยก่อนหน้าที่จะเข้ามาดำรงตำแหน่งงานดังกล่าว เคยดำรงตำแหน่งรองกรรมการผู้จัดการฝ่ายการตลาด

และการสื่อสารกิจการองค์กร บริษัท IBM ประเทศไทย จำกัด และคณะกรรมการบริหารฝ่ายการตลาด

และการสื่อสารกิจการองค์กรของ ไอบีเอ็ม ภูมิภาคอาเซียน

นอกจากนี้ คุณอรุมา ยังเคยได้ร่วมงานกับ BMW Group ในตำแหน่งผู้อำนวยการฝ่ายสื่อสารกิจการองค์กร
ที่ดูแลภาพลักษณ์ให้กับ BMW และ Mini Thailand



คุณสรวยร บุรพาฬ

Strategic Advisor
Market-Comms Co.,Ltd.

คุณสรวยรมีความเชี่ยวชาญในการวางแผนการสื่อสารแบบองค์รวม
เพื่อสนับสนุนแผนการตลาด หรือ สร้างภาพลักษณ์ให้แก่องค์กร

รวมทั้ง บริหารจัดการสื่อสารภาวะวิกฤต ผลงานการสื่อสารในงานระดับนานาชาติ เช่น งานมหกรรมพีชสวนโลก

งานแข่งขันทันตเท่ง FIA Formula E Championship และการบันทึกประวัติศาสตร์ เทนเนสส์ เวิลด์ เร็คคอร์ดส

ทำลายสถิติโลก นวดแผนไทยมากสุดในโลก ในงานมหกรรมไทยแลนด์ เมดิคัล ฮับ เอ็กซ์โป



ดร.เจลิมชัย ยอดมัลย์

Front Page News Editor, Naewna Newspaper and Columnist
NAEWNA Newspaper

ดร.เจลิมชัย ปัจจุบันท่านเป็นบรรณาธิการข่าว และ Columnist หนังสือพิมพ์

แนวหน้า อีกทั้งยังเป็นอุปนายกสมาคมนักข่าวหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย ด้านกิจการ

ต่างประเทศและผู้ดำเนินรายการ ไลฟ์ วาไรตี้ ทางสถานีโทรทัศน์ NBT ช่อง 11

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**





Grande Centre Point Ratchadamri Bangkok

CRISIS COMMUNICATION

15 - 16 JULY 2025

Social Media & Digital PR in Action

กลยุทธ์จัดการวิกฤตรักษาชื่อเสียง ป้องกันแบรนด์บนสื่อโซเชียล
ป้องกัน “คอมเมนต์เชิงลบ” หยุดความเสี่ยงองค์กร สื่อสารรอดพ้นวิกฤต

Shaping the Future of Business

When:

15 - 16 JULY 2025

Where:

Grande Centre Point
Ratchadamri

***Any updates on date or venue will
be promptly notified.

Online Registration

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

E-mail:

conference@omegaworldclass.org

CONTACT US

089-692-9900
02-158-9892



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

Regular Price

Fee Per 1 Person

28,500.00

VAT 7 %

1,995.00

Total Amount (Bath)

30,495.00

Early Bird

5 ที่เหลือเท่านั้น!

✓ 19,500.00

1,365.00

20,865.00

30% OFF FOR EARLY BIRD

พิเศษ!!! ค่าสัมมนากับสถาบันโอเมก้าฯ
รับสิทธิลดหย่อนภาษีได้ 200%

**สามารถภาษีหัก ณ ที่จ่าย 3% ได้