

# 01.

## จาก Generative AI สู่ Agentic AI: เอไอผู้ช่วยที่คิดและลงมือทำ

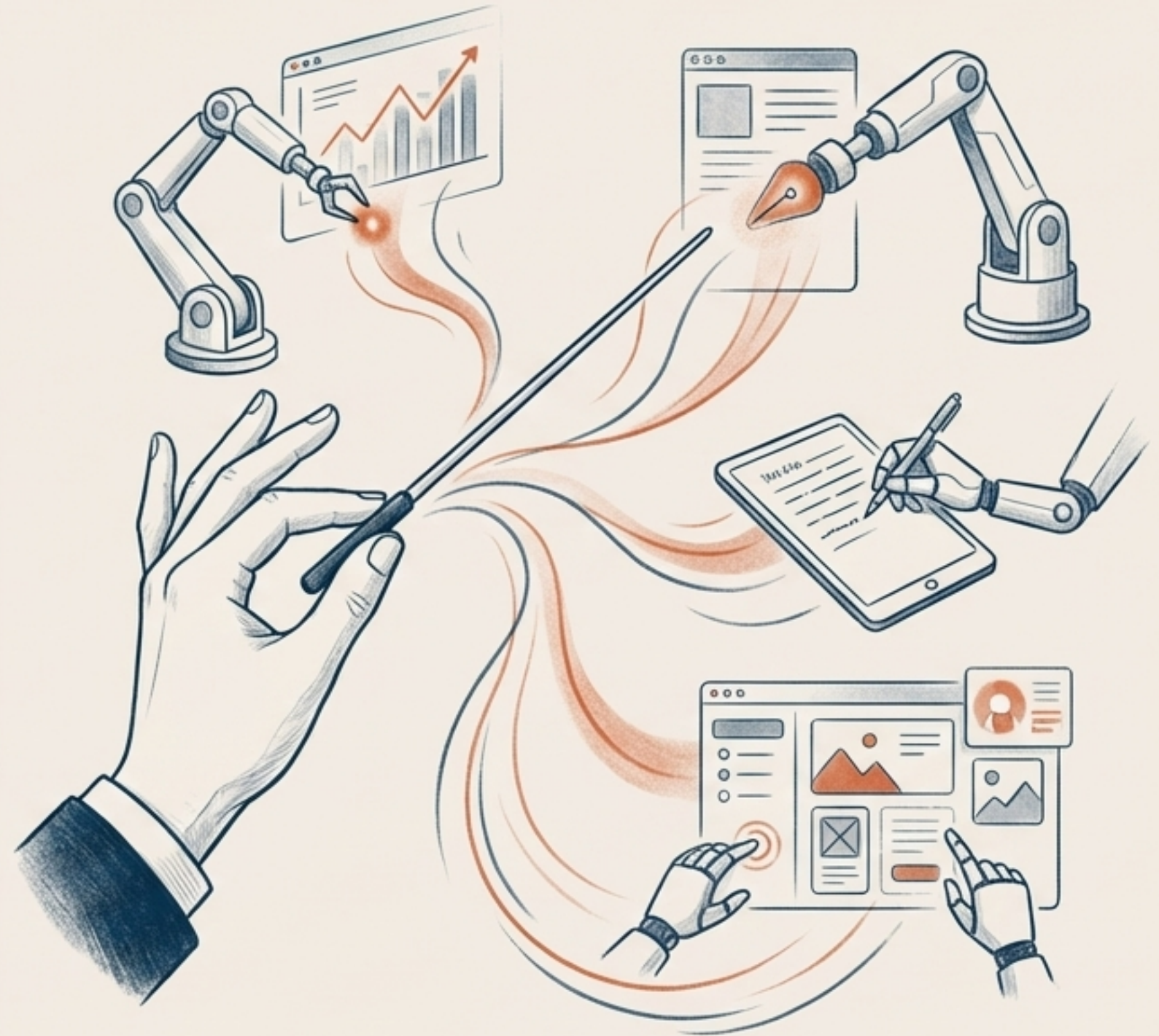
### คำจำกัดความ

AI พัฒนาจากเครื่องมือสร้างสรรค์คอนเทนต์  
สู่การเป็นผู้ช่วยอัตโนมัติที่สามารถวางแผน คิดกลยุทธ์  
และลงมือทำงานตามคำสั่งให้สำเร็จลุล่วงได้

...

### ผลกระทบต่อธุรกิจ

- เปลี่ยนบทบาทพนักงานหน้างาน (front-line) ไปสู่ 'AI Trainer' เพื่อสอนให้ AI ฉลาดและมีความเป็นมนุษย์มากขึ้น
- เกิด KPI ใหม่ ๆ เช่น Task Completion Rate (TCR) เพื่อวัดประสิทธิภาพการปิดงานของ AI
- เพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานอย่างก้าวกระโดด เช่น การอนุมัติสินเชื่อ หรือการบริการลูกค้าใน Call Center ที่สามารถแก้ปัญหาได้โดยไม่ต้องผ่านคน



# 03.

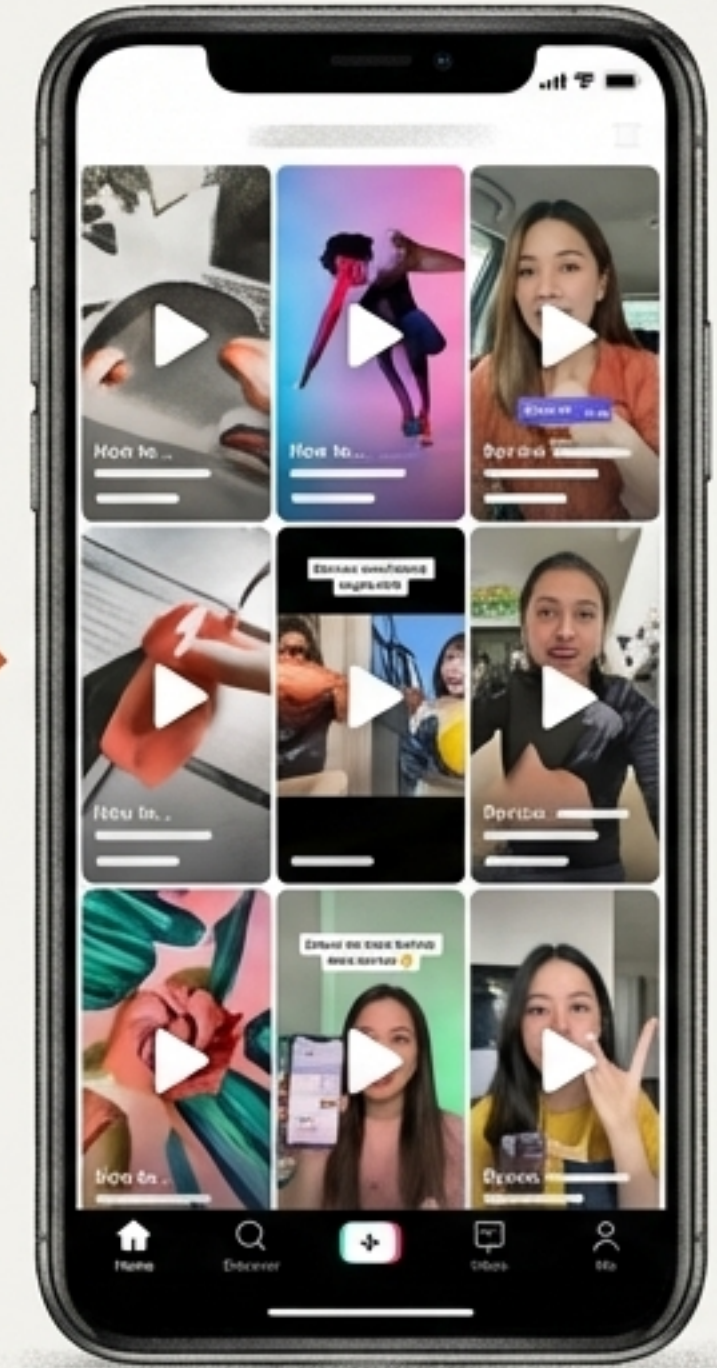
## จาก Google Search สู่ Video-First Search: หาข้อมูลผ่านคลิปเพื่อฟังและดู

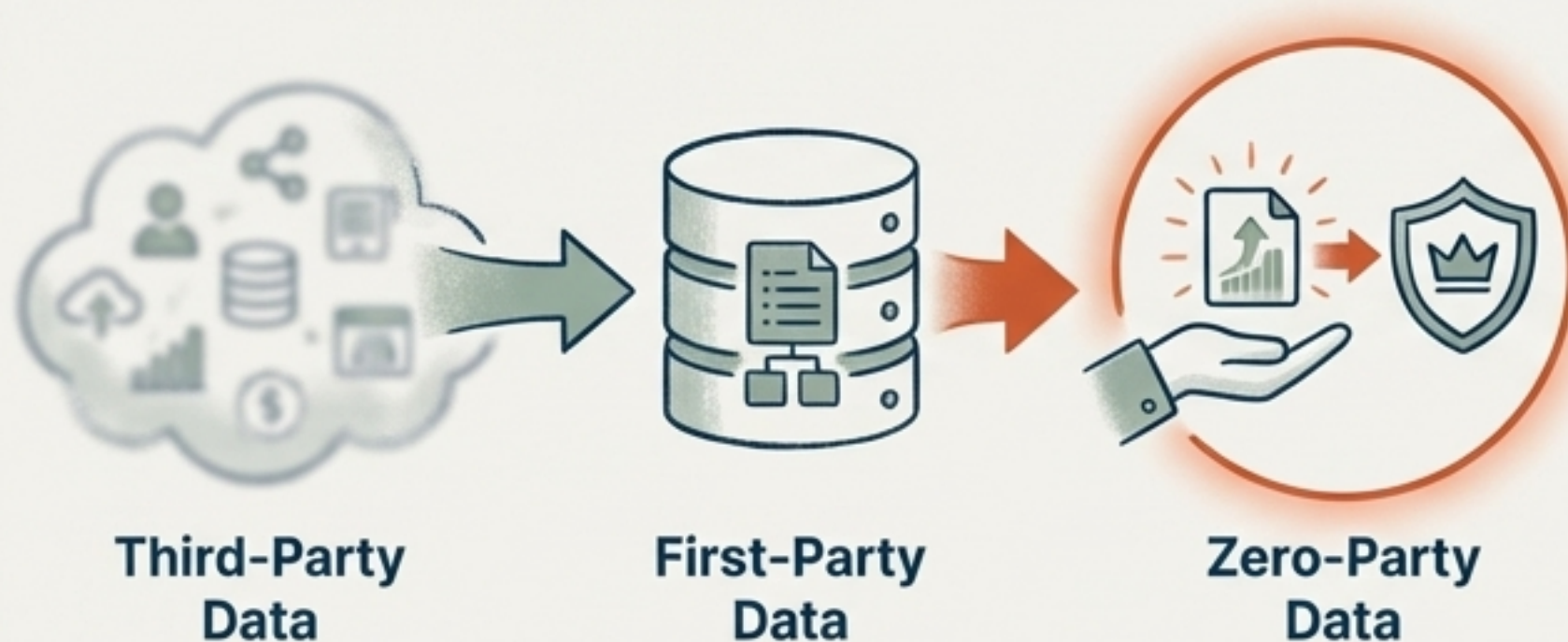
### คำจำกัดความ

พฤติกรรมการค้นหาข้อมูลของผู้บริโภคเปลี่ยนจาก text-based บน Google ไปสู่การค้นหาผ่านวิดีโอสั้นบน TikTok หรือ Instagram Reels มากขึ้น

### ผลกระทบต่อธุรกิจ

- 👁️ • Customer Journey เปลี่ยนไปอย่างสิ้นเชิง ขึ้นตอน Awareness ไม่ได้มีแค่การเห็น แต่เพิ่ม "การได้ยิน" ผ่านเสียงในคลิปเข้ามาด้วย
- 🔍 • การทำ SEO แบบดั้งเดิมไม่เพียงพออีกต่อไป แบนด์ต้องสร้างคอนเทนต์วิดีโอที่ตอบคำถามในใจผู้ชมตั้งแต่ต้น
- 📺 • วิดีโอที่ทำได้ดีจะกลายเป็น Digital Asset ที่สร้างรายได้และคุณค่าให้แบรนด์ในระยะยาว





# 06.

## Zero-Party Data: ดาต้าที่ดีที่สุดคือ อดาต้าที่ลูกค้าตั้งใจให้

### คำจำกัดความ

การเก็บข้อมูลที่ลูกค้า "เต็มใจให้" โดยตรง เช่น ผ่านแบบสอบถาม หรือ Survey เพื่อแลกกับสิทธิพิเศษ ซึ่งต่างจาก First-Party Data ที่เก็บแบบอัตโนมัติ

### ผลกระทบต่อธุรกิจ

- การพึ่งพา Third-Party Data (ข้อมูลจากแพลตฟอร์มโฆษณา) มีข้อจำกัดมากขึ้นจากกฎหมาย PDPA และ Privacy War
- Zero-Party Data นำไปสู่การทำ Personalized Marketing ที่แม่นยำและรู้ใจลูกค้าอย่างแท้จริง
- บทบาทนักการตลาดเปลี่ยนไป: "ไม่ใช่แค่ใช้ดาต้าเป็น แต่ต้องฉลาดในการขอดาต้าลูกค้าด้วย"