

IN-HOUSE MASTERCLASS · DAY 3 · AI AGENT

Creative AI Agent Production Masterclass

คู่มือผู้เรียน Day 3 — Agent ที่ปรึกษาประจำแผนก

สร้าง AI Agent ที่รู้จักบริษัทของคุณ แยกบริฟ ดึงเทรนด์ และสั่งงานเครื่องมือจริงผ่าน MCP



วิธีใช้คู่มือเล่มนี้

คู่มือนี้เรียงตามลำดับของวันเรียน ทุกบทมีคำอธิบายสั้น ขั้นตอนที่ทำตามได้ และ prompt สำเร็จรูปที่คัดลอกไปพิมพ์สั่ง Agent ได้ทันที ทุก prompt บอกด้วยว่า **กำลังสั่งให้ Agent ทำอะไร ควรใช้โมเดลไหน และ Effort เท่าไร** เมื่อกลับไปทำงาน ให้ใช้เล่มนี้เป็น "คู่มือหยิบใช้" — สั่งงานเดิมซ้ำ หรือสร้าง Agent ตัวใหม่ให้แผนกอื่นด้วยสูตรเดียวกัน



ระหว่างเรียน

ผู้สอนสาริต → ท่านทำตามทีละขั้น → ลงมือกับไฟล์จริงหรือไฟล์ Mockup ที่แจกใน Hub กดคัดลอก prompt จากคู่มือฉบับเว็บได้ทันที



หลังเรียน

เปิดบท "Roadmap 30 วัน" และ "Prompt Cheat Sheet" ท้ายเล่ม — Agent ที่สร้างในคลาสพร้อมใช้กับงานจริงต่อได้เลย แค่สลับไฟล์ Mockup เป็นไฟล์บริษัทจริง

PROMPT

Sonnet · Effort กลาง

ข้อความในกล่องนี้คือคำสั่งสำเร็จรูป คัดลอกไปวางใน Claude ได้เลย ส่วนที่เป็น **[ตัวสีแดงในวงเล็บ]** ให้เปลี่ยนเป็นข้อมูลของแผนกท่าน ป้ายมุมขวาบนของทุกกล่อง = โมเดลและ Effort ที่แนะนำสำหรับคำสั่งนั้น

MODEL & EFFORT

วิธีเลือกโมเดลและ Effort

Claude มีสมองให้เลือก 3 ระดับ และปรับ "ความตั้งใจคิด" (Effort) ได้ — เลือกให้ตรงกับน้ำหนักของงาน จะได้ทั้งคุณภาพและความเร็วโดยไม่เปลืองโควตา

Opus

งานคิดหนัก — วิเคราะห์ตัวเลข, Big Idea, กรอบแผนธุรกิจ, รีเสิร์ชที่ต้องสังเคราะห์หลายแหล่ง — ช้ากว่าแต่ลึกกว่า

Sonnet

มำงานหลักของวัน — แยกบริพ ร่างเอกสาร สั่งงานผ่าน MCP แก้งานรายจุด — สมดุลคุณภาพ/ความเร็วดีที่สุด

Haiku

งานเร็วงานเชิค — กดสอบการเชื่อมต่อ เช็คสถานะ/เครดิต ทามสั้นตอบสั้น — เร็วสุด เบาสุด

Effort คืออะไร

Effort = เวลาที่ให้ Agent "คิดก่อนตอบ" — ต่ำ: ตอบไว งาน routine · กลาง: ค่ามาตรฐานของงานส่วนใหญ่ · สูง: คิดนานขึ้น วางแผนหลายขั้น เหมาะงานวิเคราะห์/กลยุทธ์ — กติกาง่าย ๆ: **งานที่ผัดแล้วแพง ให้ Effort สูง** งานที่แก้ง่าย ให้กลางหรือต่ำพอ

เส้นทางของวัน

1 วัน 10.00–17.00 น. · เครื่องมือหลัก **Claude** (AI Agent) + MCP เชื่อม **Canva** และ **ZenityX Studio / Magnific** · เข้าเรียนสูตรกลางร่วมกัน ป้ายแยก 4 ทีมสร้าง Agent ของแผนกตัวเอง



เวลา	ช่วง	หัวข้อ
10.00–10.45	Workshop 13	Agent ที่ปรึกษาคืออะไร — สูตร Role + Knowledge + Tools + Workflow + demo คนจริง
10.45–11.30	Workshop 14	Train ฐานความรู้ของแผนก — ป้อนเอกสารจริงให้ Agent ตอบแบบบริษัทเรา
11.30–12.30	Workshop 15	Template แยกโจทย์brief + ดึงเทรนด์และ Insight
12.30–13.30	พัก	พักรับประทานอาหารกลางวัน
13.30–14.30	Workshop 16	เชื่อม Agent เข้าเครื่องมือผ่าน MCP — Canva + ZenityX Studio / Magnific
14.30–16.15	Workshop 17	แยก 4 ทีม สร้าง Agent ที่ปรึกษาของแผนกตัวเอง (Marketing · Sales · Design · CEO)
16.15–17.00	Workshop 18	Showcase + ทดสอบข้อมูล + Roadmap 30 วัน

หมายเหตุถึงผู้เรียน

ตารางเวลาเป็นแนวทาง ผู้สอนอาจปรับเวลาแต่ละช่วงให้เหมาะกับระดับความคืบหน้าของผู้เรียน โดยเนื้อหาและผลลัพธ์หลักยังคงครบถ้วนเหมือนเดิม

เตรียมพร้อมก่อนเรียน

รายละเอียดเพิ่มเติมอยู่ในเอกสาร 2 ฉบับบน Hub — "Checklist ความพร้อมองค์กร" (สำหรับ IT) และ "เช็คลิสต์เตรียมตัวผู้เรียน" สรุปหัวใจสำคัญ:

- ✓ **เครื่อง Notebook ที่ลือกลืน Claude ได้แล้ว**
ผ่านการ Pre-setup กับทีม ZenityX ก่อนวันเรียน — ถ้ายังไม่ได้ทำ แจ้งผู้ประสานงานทันที
- ✓ **เอกสารความรู้ของแผนก 2-3 ชิ้น**
เอกสารเก่า กติกาแบรนด์ บริษัทจริง ผลแคมเปญ ฯลฯ (ตัดข้อมูลส่วนบุคคลออก) — ถ้าไม่มี ใช้ชุด Mockup MX Media จาก Hub ได้ทุก Workshop
- ✓ **บัญชี Canva ของทีม + เครดิต ZenityX Studio / Magnific**
ใช้ใน Workshop 16-17 ตอนสร้าง Agent สร้างสไลด์และเจนภาพ

คำที่ต้องเข้าใจตรงกันก่อนเริ่ม: "Train" ในคลาสนี่คืออะไร

Train = **ป้อนความรู้บริษัท + ตั้งบทบาทให้ AI** (เอกสาร เคสเก่า กติกาแบรนด์) ไม่ใช้การเทรนโมเดล AI ขึ้นใหม่ — ใช้เวลาเป็นนาทีก่อน ไม่ใช่เป็นเดือน และแก้ไข/เพิ่มความรู้ได้ตลอด

WORKSHOP 13 • 10.00-10.45

1. สูตร Agent ที่ปรึกษาประจำแผนก

Agent ที่ปรึกษาที่ดีไม่ได้เกิดจาก prompt เก่ง ๆ ครั้งเดียว แต่เกิดจากส่วนประกอบ 4 อย่างที่ประกอบเข้าด้วยกัน — ทุกทีมจะใช้สูตรเดียวกันนี้ ต่างกันแค่เนื้อหาข้างใน





Role — บทบาท

Agent เป็นใคร เชี่ยวชาญอะไร ตอบในน้ำเสียงแบบไหน เช่น "ที่ปรึกษาการตลาดประจำ MX Media"



Knowledge — ความรู้

เอกสารบริษัทที่ป้อนให้: โพรไฟล์ เคสเก่า กติกาแบรนด์ ข้อมูลแผนก — ทำให้ตอบแบบ "บริษัทเรา" ไม่ใช่ตอบกลาง ๆ



Tools — เครื่องมือ

สิ่งที่ Agent สร้างงานได้จริงผ่าน MCP: สร้างสไลด์ใน Canva เจนภาพ/วิดีโอผ่าน ZenityX Studio



Workflow — ลำดับงาน

ขั้นตอนประจำที่ Agent ทำซ้ำได้ เช่น "รับรีฟ → แยกโจทย์ → เสนอไอเดีย 3 ทาง → รอคนเลือก"

Chatbot ธรรมดา vs Agent ที่ปรึกษา

ถาม AI แบบเดิม

- ต้องเล่าบริบทบริษัทใหม่ทุกครั้ง
- คำตอบกลาง ๆ ใช้กับบริษัทไหนก็ได้
- ได้ข้อความ แล้วต้องไปทำต่อเองทุกขั้น

Agent ที่ปรึกษาประจำแผนก

- จำบริษัท เคสเก่า และกติกาแบรนด์ได้เอง
- ตอบอิงข้อมูลจริงของเรา อ้างเคสเก่าประกอบ
- ทำงานต่อได้ทันที: สร้างสไลด์ เจนภาพ ร่างแผน

ลงมือ: สร้าง Agent 2 คำสั่งแรก

Prompt 1.1 ทำอะไร: ให้ Agent "สำรวจ" โพลเดอร์งานจริง — พิสูจน์ความแตกต่างจากแชทบอททันที เพราะ Agent อ่านไฟล์ในเครื่องได้เอง

PROMPT

Sonnet · Effort กลาง

สำรวจไฟล์ทั้งหมดในโฟลเดอร์นี้ แล้วสรุปว่ามีอะไรบ้าง แต่ละไฟล์น่าจะใช้ทำอะไรจากไฟล์ที่เห็น เสนอมา 3 งานที่คุณช่วยแผนก **[ชื่อแผนก]** ได้ทันที

ผลที่ควรได้: รายการไฟล์ครบ + ข้อเสนองาน 3 ข้อที่อิงจากไฟล์จริง ไม่ใช่คำตอบลอย ๆ

Prompt 1.2 ทำอะไร: ทดลองพลังของ "Role" — ถามคำถามเดียวกัน 2 ครั้ง ก่อนและหลังตั้งบทบาท แล้วเทียบคำตอบกันจะเห็นความแตกต่างชัดเจน

PROMPT

Sonnet · Effort กลาง

ต่อจากนี้คุณคือ **[ที่ปรึกษาการตลาดประจำบริษัทผลิตสักรและฮีวีนท์]**
ตอบสั้น ตรงประเด็น อิงบริบทธุรกิจนี้เสมอ

คำถามเดิมอีกครั้ง: ลูกจ้างจัดงานเปิดตัวสินค้า งบจำกัด ควรลงแรงกับอะไรก่อน 3 อย่าง

ผลที่ควรได้: คำตอบรอบหลังเจาะบริบทงานฮีวีนท์/สักร ไม่ใช่คำแนะนำการตลาดทั่วไป

บทบาทของคนไม่หายไป

Agent เป็น "ที่ปรึกษาและมือทำงาน" — การตัดสินใจเชิงครีเอทีฟ ธุรกิจ และการอนุมัติผลลัพธ์อยู่ที่ทีมเสมอ ทุกผลงานจาก Agent ต้องมีคนตรวจก่อนใช้จริง

2. Train ฐานความรู้ของแผนก

ขั้นที่เปลี่ยน AI ทั่วไปให้เป็น "ที่ปรึกษาของบริษัทเรา" — ป้อนเอกสารจริง แล้วตั้งไฟล์ความจำให้ Agent อ่านทุกครั้งที่เริ่มงาน



ไฟล์ที่ใช้ในขั้นนี้

Company Profile

ภาพรวมบริษัท สายงาน ลูกค้า เป้าหมาย
— ใน Hub: MX Media - Company Profile

Tone of Voice

น้ำเสียงแบรนด์ + กติกาการเขียน — ใน
Hub: MX Media - Tone of Voice

เคสงานเก่า

3 เคสพร้อมผลลัพธ์และบทเรียน — ใน
Hub: MX Media - เคสงานเก่า 3 เคส

ใช้ไฟล์จริงหรือ Mockup ก็ได้ — โครนเดียวกัน

วันเรียนถ้าเอกสารจริงของแผนกพร้อม ให้ใช้ของจริงเลย (ตัดข้อมูลส่วนบุคคลออกก่อน) ถ้าไม่พร้อม ใช้ชุด MX Media แล้วกลับไปสลับเป็นไฟล์จริงทีหลังด้วยขั้นตอนเดิมทุกขั้น

ขั้นตอน

- 1 สร้างไฟล์เดอร์งานของแผนก
เช่น Agent-Marketing แล้วนำไฟล์ความรู้ทั้งหมดใส่ไว้ในไฟล์เดอร์เดียวกัน
- 2 เปิด Claude แล้วชี้ไปที่ไฟล์เดอร์นี้
ให้ Agent มองเห็นไฟล์ทั้งหมด — ผู้สอนสาธิตบนจอก่อน
- 3 สร้าง Agent สร้าง "ไฟล์ความจำ" (Prompt 2.1)
Agent จะอ่านทุกไฟล์แล้วสรุปเป็นบทสรุปประจำตัว
- 4 ทดสอบว่า Train สำเร็จ (Prompt 2.2)
แล้วฝึกเพิ่มความรู้ใหม่เข้าไป (Prompt 2.3)

Prompt 2.1 ทำอะไร: งานชิ้นใหญ่ของบกนี้ — ให้ Agent อ่านเอกสารทุกไฟล์แล้ว "กลั่น" เป็นไฟล์ความจำ CLAUDE.md ที่มันจะอ่านเองทุกครั้ง ที่เริ่มงาน · ใช้ Opus + Effort สูง เพราะคุณภาพไฟล์นี้ตัดสินคุณภาพคำตอบทั้งวัน

PROMPT

Opus · Effort สูง

อ่านไฟล์ทั้งหมดในโฟลเดอร์นี้ แล้วสร้างไฟล์ CLAUDE.md เป็นไฟล์ความจำประจำตัวของคุณ โดยสรุปเป็นหัวข้อ: บริษัทเราคือใคร / สายงานและลูกค้าหลัก / น้ำเสียงและกติกาแบรนด์ / บทเรียนจากเคสงานเก่า / สิ่งห้ามทำ

จากนี้ไปคุณคือ **[ที่ปรึกษาการตลาด]** ประจำบริษัทนี้
ทุกคำตอบให้อิงข้อมูลจากไฟล์ความจำก่อนเสมอ และอ้างเคสเก่าประกอบเมื่อเสนอไอเดียใหม่
ถ้าข้อมูลไม่พอให้ถามกลับ อย่าเดา

ผลที่ควรได้: ไฟล์ CLAUDE.md ไฟล์ในโฟลเดอร์ หัวข้อครบ 5 หมวด เนื้อหาตรงกับเอกสารจริง

ตัวอย่างผลลัพธ์

โครงสร้าง CLAUDE.md ที่ Agent ควรสร้าง

```
# ที่ปรึกษาการตลาด — MX Media
## บริษัทเราคือใคร
ผลิตภัณฑ์+อู่เวิร์กครบวงจร ทีม 45 คน · สายงาน: อีเว้นท์ 45% / วิดีโอ 30% / โซเชียล 12% / จอ LED 13%
## ลูกค้าหลัก
อสังหาฯ และยานยนต์ (งานเปิดตัว) · ราชการ (นิทรรศการประจำปี)
## กติกาแบรนด์
เรียกตัวเองว่า "ทีม MX" · ไม่สัญญาเดดไลน์แทนทีมผลิต · ไม่เทียบคู่แข่งตรง ๆ
## บทเรียนจากเคสเก่า
จอ LED โกงต้องเผื่อ mapping 2 สัปดาห์ · งานราชการเผื่ออนุมัติ +1 สัปดาห์
```

Prompt 2.2 ทำอะไร: ทดสอบว่า Train สำเร็จจริง — ให้ Agent สอบตัวเอง 5 ข้อพร้อมบอกแหล่งอ้างอิง · งานเช็คสั้น ๆ ใช้ Haiku พอประหยัดและเร็ว

PROMPT

Haiku · Effort ต่ำ

ตอบ 5 คำถามนี้จากไฟล์ความจำ พร้อมบอกว่าแต่ละคำตอบอ้างอิงจากไฟล์ไหน:

1. ลูกค้ากลุ่มใหญ่ที่สุดของเราคือใคร
2. สายงานไหนทำรายได้มากที่สุด
3. กติกาแบรนด์ที่ห้ามทำมีอะไรบ้าง
4. บทเรียนสำคัญจากงานจอ LED คืออะไร
5. เป้าหมายปีหน้าของบริษัทคืออะไร

ผลที่ควรได้: ตอบถูกครบ 5 ข้อ + ระบุมองอ้างอิงได้ — ถ้าตอบกลาง ๆ เหมือนไม่รู้จับบริษัท สั่ง "อ่านไฟล์ความจำก่อนตอบ" แล้วทดสอบใหม่

Prompt 2.3 ทำอะไร: ฝึกดูแลความจำระยะยาว — ความรู้บริษัทเปลี่ยนทุกเดือน ต้องรู้วิธีเพิ่ม/แก้โดยไม่รี้อไฟล์ทำใหม่

PROMPT

Sonnet · Effort กลาง

เพิ่มความรู้ใหม่เข้าไฟล์ความจำ: **[เช่น "เดือนนี้ได้ลูกค้าใหม่กลุ่มโรงพยาบาล
งานแรกคือวิดีโอแนะนำบริการ 3 ตัว"]**
จัดเข้าหัวข้อที่เหมาะสม แล้วแสดงเฉพาะส่วนที่แก้ไขให้ดูก่อนบันทึก

ผลที่ควรได้: Agent แสดง diff ส่วนที่เพิ่ม/แก้ ให้คนยืนยันก่อนบันทึกจริง — นิสัยที่ดีของการให้ AI แก้ไฟล์สำคัญ

3. Template แยกโจทย์บริฟ + ดึงเทรนด์

บริฟลูกค้ามาเป็นก้อนข้อความยาว ๆ เสมอ — Template นี้ให้ Agent แยกบริฟเป็นโครงที่ทีมงานต่อได้ทันที ใช้ได้ทั้งงาน Marketing และ Design และเป็นจุดเริ่มของทุก track ช่วงบ่าย



ไฟล์ฝึก

ใน Hub มีบริฟจำลอง 2 ใบ: บริฟลูกค้า 01 เปิดตัวสมาร์ทโฮม และ บริฟลูกค้า 02 งานครบรอบ 20 ปี — เลือกใบที่ใกล้งานแผนกตัวเอง หรือใช้บริฟจริงของบริษัทถ้ามี

Prompt 3.1 ทำอะไร: Template แยกบริฟ 6 หัวข้อ — หัวใจคือข้อ 5 "สิ่งที่บริฟไม่ได้บอก" ที่บังคับให้ Agent แยกข้อเท็จจริงออกจากการเดา • เก็บ prompt นี้ไว้ใช้ซ้ำกับบริฟทุกใบ

PROMPT

Sonnet • Effort กลาง

อ่านบริฟลูกค้าในไฟล์ **[ชื่อไฟล์บริฟ]** แล้วแยกออกมาเป็นตารางตามหัวข้อนี้:

1. เป้าหมายธุรกิจของลูกค้า (ทำให้งาน/ทำแคมเปญนี้)
2. กลุ่มเป้าหมาย (ใคร อายุ พฤติกรรม)
3. สิ่งที่ต้องส่งมอบ (แยกเป็นรายชิ้น พร้อมสเปกที่ระบุมา)
4. ข้อจำกัดและข้อห้าม (งบ เวลา สิ่งของลูกค้าไม่เอา)
5. สิ่งที่บริฟไม่ได้บอก — คำถามที่ต้องถามลูกค้ากลับ (สำคัญที่สุด)
6. ความเสี่ยงของงานนี้ในมุมมองผลลัพธ์

ตอบแบบตาราง สั้น กระชับ อิงเฉพาะสิ่งที่เขียนในบริฟ
ห้ามเดาส่งที่ลูกค้าไม่ได้พูด — ถ้าไม่แน่ใจให้ใส่ไว้ในข้อ 5

ผลที่ควรได้: ตาราง 6 แถวครบ และข้อ 5 มีคำถามกลับอย่างน้อย 3-5 ข้อ (บริฟที่ไม่มีคำถามกลับ = Agent กำลังเดา)

Prompt 3.2 ทำอะไร: ให้ Agent ออกไปรีเสิร์ชเทรนด์จริงจากเว็บ แล้วคัดเฉพาะที่ใช้กับงานนี้ได้ — งานสังเคราะห์หลายแหล่ง ใช้ Opus + Effort สูง

PROMPT

Opus • Effort สูง

จากบริฟที่แยกไว้ ค้นหา Marketing Trend ปัจจุบันที่เกี่ยวข้องกับ
[หมวดสินค้า/ประเภทงาน เช่น smart home / งานครบรอบองค์กร] ในตลาดไทย

สรุปเทรนด์ 3 เรื่องที่ใช้กับงานนี้ได้จริง — แต่ละเรื่องบอก:
ที่มา/แหล่งอ้างอิง • ทำไมเกี่ยวข้องกับงานนี้ • ตัวอย่างแบรนด์ที่ทำแล้วเวิร์ก

ผลที่ควรได้: เทรนด์ 3 เรื่องพร้อมลิงก์อ้างอิงที่เปิดดูได้จริง — ถ้าไม่มีแหล่งอ้างอิง ให้ค้นหาใหม่

Prompt 3.3 ทำอะไร: ปิดดวงจอร์ "บริฟ → เทรนด์ → ไอเดีย" — บังคับให้ Agent โยงไอเดียกลับเข้าเคสเก่าและจุดแข็งบริษัทที่ Train ไว้ ผลคือไอเดียที่บริษัทเราทำได้จริง

PROMPT

Opus · Effort สูง

จากบริฟและเทรนด์ที่สรุปไว้ เสนอ Big Idea 3 ทาง สำหรับงานนี้
แต่ละทางบอก: แนวคิดหลัก 1 ประโยค · อิงเทรนด์ไหน · เหมาะกับจุดแข็งอะไรของบริษัทเรา
(อ้างอิงไฟล์ความจำและเคสงานเก่า) · ความเสี่ยง 1 ข้อ

ปิดท้าย: แนะนำ 1 ทางที่คุ้มที่สุดสำหรับงบนี้ พร้อมเหตุผล

ผลที่ควรได้: ไอเดีย 3 ทางที่อ้างเคสเก่าของบริษัทประกอบ + คำแนะนำสุดท้าย 1 ทางพร้อมเหตุผล

WORKSHOP 16 · 13.30–14.30

4. เชื่อม Agent เข้าเครื่องมือผ่าน MCP

MCP (Model Context Protocol) คือ "ปลั๊ก" ที่เสียบให้ Agent ทำงานแอปจริงได้ — ในคลาสนี้เสียบ 2 ตัว: **Canva** (สร้างสไลด์) และ **ZenityX Studio / Magnific** (เจนภาพและวิดีโอ) หลังเชื่อมแล้ว Agent จะเปลี่ยนจาก "ตอบเป็นข้อความ" เป็น "ส่งงานที่เสร็จแล้ว"



เชื่อม Canva

- 1 เปิดเมนู Connectors ใน Claude แล้วเลือก Canva จากรายการ (ผู้สอนแสดงตำแหน่งเมนูบนจอ)
- 2 ล็อกอินด้วยบัญชี Canva ของทีม หน้าต่างอนุญาตจะเด้งขึ้น — กดยืนยันสิทธิ์ให้ Claude ใช้งาน
- 3 ทดสอบด้วย Prompt 4.1 ถ้ามีลิงก์ design เด้งกลับมา = เชื่อมสำเร็จ

เชื่อม ZenityX Studio / Magnific

- 1 เพิ่ม Connector ตามลิงก์ที่ผู้สอนแจกในคลาส ระบบเดียวกับที่ทีม Creative ใช้เจนภาพใน Day 1–2
- 2 เช็กเครดิตและเจนภาพทดสอบด้วย Prompt 4.2 เริ่มจากภาพเดียวก่อนเสมอ

Prompt 4.1 ทำอะไร: ทดสอบว่าปลั๊ก Canva ทำงาน — งานเช็คการเชื่อมต่อ ใช้ Haiku เร็วสุด

PROMPT

Haiku · Effort ต่ำ

สร้าง design เปล่าใน Canva ชื่อ "ทดสอบ MCP **[ชื่อทีม]**" แล้วส่งลิงก์กลับมา

ผลที่ควรได้: ลิงก์ Canva เปิดได้จริง — ถ้า error ดูตารางแก้ปัญหาท้ายบท

Prompt 4.2 ทำอะไร: เช็คเครดิตคงเหลือ + เจนภาพแรกแบบคุมงบ — ฝึกนิสัย "รู้ราคาก่อนกด" ตั้งแต่ภาพแรก

PROMPT

Sonnet · Effort กลาง

- เช็คเครดิต ZenityX Studio ว่าเหลือเท่าไร
- เจนภาพทดสอบ 1 ภาพ: **[เช่น "บรรยากาศงานเปิดตัวสินค้าโทนพรีเมียม"]**
 - ก่อนเจนบอกจำนวนเครดิตที่จะใช้ แล้วรอผมยืนยันก่อน

ผลที่ควรได้: ยอดเครดิต + Agent หยุดรอยืนยันก่อนเจน (ไม่เจนทันที) + ได้ภาพ 1 ภาพ

Prompt 4.3 ทำอะไร: ทำไม่ตายของบทนี้ — บริฟเดียวสั่งงานข้าม 2 เครื่องมือ: สร้างสไลด์ + เจนภาพชุด · งานวางแผนหลายขั้น ใช้ Opus + Effort สูง

PROMPT

Opus · Effort สูง

จากบริฟที่แยกไว้ในตาราง ให้ทำ 2 อย่าง:

- สร้างสไลด์สรุปแคมเปญใน Canva 5 หน้า:
ปก / เป้าหมาย / Big Idea ที่เลือก / สิ่งส่งมอบ / Timeline
ใช้โทนสี **[สีตาม CI ลูกค้า]** ข้อความสั้น อ่านง่าย
- เจนภาพ Mood Reference 4 ภาพผ่าน ZenityX Studio
สไลด์ **[บรรยากาศที่ต้องการ เช่น พรีเมียมอบอุ่น เทคโนโลยี]**
ก่อนเจนให้บอกจำนวนเครดิตที่จะใช้ แล้วรอผมยืนยันก่อน

ผลที่ควรได้: ลิงก์สไลด์ 5 หน้า + ภาพ Mood 4 ภาพ จากการสั่งครั้งเดียว

Prompt 4.4 ทำอะไร: แต่งงานรายจุดโดยไม่รื้อทำใหม่ — ทักษะที่ใช้บ่อยที่สุดหลังได้งานรอบแรก

PROMPT

Sonnet · Effort กลาง

แต่งงานใน Canva เฉพาะจุดนี้: หน้า **[3]** เปลี่ยน **[หัวข้อเป็น "..."/>**

ผลที่ควรได้: แก้เฉพาะหน้าที่สั่ง หน้าอื่นเหมือนเดิม — ถ้า Agent รื้อทั้งไฟล์ แปลว่าคำสั่งกว้างไป ระบุหน้าหรือองค์ประกอบให้ชัดเจน

กติกาเครดิต — ใส่ไว้ท้าย prompt เสมอ

"บอกเครดิตที่จะใช้ แล้วรอยืนยันก่อน" — ทำให้ทีมคุมค่าใช้จ่ายได้ทุกครั้ง โดยเฉพาะงานวิดีโอที่เครดิตสูงกว่าภาพหลายเท่า

ตารางแก้ปัญหาที่เจอบ่อย

อาการ	วิธีแก้
ล็อกอิน Canva แล้วหน้าต่างค้าง	ปิดหน้าต่างแล้วกด Connect ใหม่ — มักเกิดจาก popup blocker ของเบราว์เซอร์
Agent บอกว่า "ไม่มีสิทธิ์ใช้เครื่องมือ"	เช็คว่ Connector เปิดอยู่ในเมนู แล้วเริ่มแชทใหม่ 1 ครั้ง
เจนภาพไม่ออก / ค้างนาน	อย่าสั่งซ้ำทันที (เครดิตถูกหักแล้ว) — สั่งให้ Agent "เช็คสถานะงานล่าสุด" ก่อน
ผลงาน Canva ไม่ตรงที่สั่ง	แก้ทีละจุดด้วย Prompt 4.4 — ไม่ต้องรื้อทำใหม่

5. คู่มือแยกทีม – Agent 4 ตัว

ช่วงนี้แยก 4 โຕีะ แต่ละทีมสร้าง Agent ของแผนกตัวเองด้วยสูตรจากช่วงเช้า (Train ความรู้ → ใช้ Template แยกบริฟ → สั่งงานผ่าน MCP) หน้าถัดไปคือคู่มือประจำโຕีะ – เปิดเฉพาะส่วนทีมตัวเองได้เลย เลขกำกับ (1.1-4.3) อ้างอิงโจทย์ที่บริษัทส่งมา



ทีม 1 • Creative Marketing Advisor

- 1 **Train ความรู้แผนก**
ใช้ Company Profile + Tone of Voice + เคสเก่า + ผลแคมเปญเก่า 2 แคมเปญ (xlsx) (1.1)
- 2 **แยกบริฟ 01 สมาร์ทโฮม + เทียบเทรนด์**
ใช้ Prompt 3.1-3.3 จากช่วงเช้า (1.2)
- 3 **สั่งงานผ่าน MCP (Prompt 5.1)**
สไลด์แคมเปญ + ภาพ Mood (1.3 / 1.4)
- 4 **วิเคราะห์ KPI / ROI (Prompt 5.2)**
แล้วสรุปเป็นรายงานผู้บริหาร (Prompt 5.3) (1.5)

Prompt 5.1 ทำอะไร: เอาผลแยกบริฟจากช่วงเช้ามาผลิตของจริง – สไลด์เสนอลูกค้า + ภาพ Mood ในคำสั่งเดียว (ถ้าเดียวกับ Prompt 4.3 แต่ใช้กับงานของทีม)

PROMPT

Sonnet • Effort นาน

จากผลแยกบริฟ HomeSense ให้สร้างสไลด์เสนอลูกค้าใน Canva 5 หน้า
(ปก / เป้าหมาย / Big Idea / สิ่งส่งมอบ / Timeline) โทนน้ำเงิน-เขียวมินต์ ห้ามใช้สีแดง
และเจนภาพ Mood 4 ภาพสไตล์ฟรีเทียมเข้าถึงง่าย – บอกเครดิตก่อนเจน รอยืนยัน

ผลที่ควรได้: สไลด์ 5 หน้าโทนถูกต้อง (สังเกต: Agent ต้องจำห้าม "สีแดง" จากบริฟเอง) + ภาพ 4 ภาพ

Prompt 5.2 ทำอะไร: วิเคราะห์ตัวเลขแคมเปญจริงจากไฟล์ Excel — จำนวน + เปรียบเทียบ + เสนอแนะ เป็นงานคิดหนักที่ผัดแล้วแพง ใช้ Opus + Effort สูง

PROMPT

Opus · Effort สูง

อ่านไฟล์ [ผลแคมเปญเก่า 2 แคมเปญ.xlsx] แล้ววิเคราะห์:

1. จำนวน CPC, Cost per Lead และ ROAS ของแต่ละแคมเปญ แยกรายสัปดาห์
2. แคมเปญไหนดีกว่า เพราะอะไร — ชี้จุดที่ตัวเลขบอก
3. ถ้ามีงบใหม่ 1 ล้านบาท ควรแบ่งลงช่องทางไหน เสนอพร้อมเหตุผล
4. ตั้ง KPI ที่ควรวัดสำหรับแคมเปญหน้า 5 ตัว พร้อมคำเป้าหมายที่อิงจากข้อมูลจริงชุดนี้

ผลที่ควรได้: ตารางตัวเลขตรวจทานได้ (ลุ่มเช็ก 2-3 ค่ากับไฟล์จริง) + ข้อเสนอแนะพร้อมเหตุผล

Prompt 5.3 ทำอะไร: แปลงผลวิเคราะห์เป็นเอกสาร 1 หน้าสำหรับผู้บริหารอ่านจบใน 2 นาที — ฝึกให้ Agent "สรุปเพื่อคนตัดสินใจ" ไม่ใช่เกะกะข้อมูลทั้งหมด

PROMPT

Sonnet · Effort กลาง

สรุปผลวิเคราะห์ทั้งหมดเป็นรายงานผู้บริหาร 1 หน้า:
บรรทัดแรก = ข้อสรุปเดียวที่สำคัญที่สุด / ตามด้วยตัวเลขหลัก 3 ตัว /
สิ่งที่เสนอให้ตัดสินใจ 1 เรื่อง พร้อมทางเลือก 2 ทาง / ปิดด้วยขั้นตอนถัดไป
เขียนตามน้ำเสียงแบรนด์ในไฟล์ความจำ บันทึกเป็นไฟล์ สรุปผู้บริหาร.md

ผลที่ควรได้: ไฟล์ .md 1 หน้า ขึ้นต้นด้วยข้อสรุป ไม่ใช่ขึ้นต้นด้วยที่มาของข้อมูล

เงื่อนไขของทีม Marketing

การวิเคราะห์ KPI/ROI แม่นเท่าข้อมูลที่ป้อน — ในคลาสใช้ไฟล์ Mockup ได้ แต่ตอนใช้จริงต้องใช้ผลแคมเปญจริงของบริษัท
ไม่มีข้อมูลจริง = ได้แค่ตัวอย่างสมมติ (โจทย์ 1.5)

ทีม 2 · Sales Advisor

1

Train ความรู้แผนก

ใช้ Company Profile + Sales - CRM และ Social Export (csv)

2

ทำสำเนาไว้ตัวตนก่อน (Prompt 5.4)

แนวปฏิบัติ PDPA ที่ต้องทำจริงทุกครั้ง (2.1)

3

วิเคราะห์หากกลุ่มลูกค้าใหม่ (Prompt 5.5)

4

ร่างข้อความ + แผนติดต่อ (Prompt 5.6)

(2.2)

Prompt 5.4 ทำอะไร: ลบตัวตนบุคคลออกจากข้อมูลก่อนวิเคราะห์ — ขึ้นบังคับตาม PDPA และเป็นนิสัยที่แผนกต้องติดตัว

PROMPT

Sonnet · Effort กลาง

อ่านไฟล์ CRM แล้วสร้างสำเนาใหม่ชื่อ CRM-anon.csv
แทนคอลัมน์ ชื่อ / เบอร์โทร / อีเมล ด้วย lead_id อย่างเดียว คอลัมน์อื่นคงเดิม
ยืนยันว่าไฟล์ใหม่ไม่มีข้อมูลระบุตัวบุคคลเหลืออยู่ — จากนั้นใช้เฉพาะไฟล์สำเนา

ผลที่ควรได้: ไฟล์ CRM-anon.csv ที่เปิดดูแล้วไม่มีชื่อ/เบอร์/อีเมลจริงเหลืออยู่แม้แต่แถวเดียว

Prompt 5.5 ทำอะไร: บุคลากรขายจากข้อมูล 300 แถว — จัดกลุ่ม หา pattern และเรียงลำดับความน่าเชื่อถือ เป็นงานวิเคราะห์ ใช้ Opus + Effort สูง

PROMPT

Opus · Effort สูง

วิเคราะห์จากไฟล์ CRM-anon.csv:

1. จัดกลุ่มลูกค้าตามอุตสาหกรรม × บริการที่สนใจ × งบประมาณ — กลุ่มไหนน่าไล่ตามสุด 3 กลุ่ม
2. รายชื่อ lead_id ที่ "คุยแล้วเงียบไป >30 วัน" แต่งบสูง — เรียงตามโอกาสปิดการขาย
3. มี pattern อะไรที่ทีมขายควรรู้ เช่น แหล่งที่มาไหนให้ lead คุณภาพสุด

ผลที่ควรได้: 3 กลุ่มเป้าหมายพร้อมเหตุผลจากตัวเลข + รายชื่อ lead งบประมาณสูงที่เงียบไป + insight แหล่งที่มา

Prompt 5.6 ทำอะไร: แปลงผลวิเคราะห์เป็นแผนปฏิบัติ — ข้อความติดต่อในน้ำเสียงแบรนด์ + ตารางว่าใครติดต่อก่อน

PROMPT

Sonnet · Effort กลาง

จากผลวิเคราะห์ ร่างให้:

1. ข้อความติดต่อกลับ 2 แบบต่อกลุ่ม (LINE และอีเมล) น้ำเสียงตามกติกาแบรนด์ในไฟล์ความจำ
 2. แผนติดตาม 2 สัปดาห์: กลุ่มไหนติดต่อก่อน ช่องทางไหน วันไหน — ทำเป็นตาราง
- บันทึกทั้งหมดเป็นไฟล์ แผนติดต่อลูกค้า.md

ผลที่ควรได้: ข้อความ 6 แบบ (3 กลุ่ม × 2 ช่องทาง) ที่อ่านแล้ว "เป็นทีม MX" + ตารางแผน 2 สัปดาห์

เงื่อนไขของทีม Sales

ใช้ได้เฉพาะข้อมูลของบริษัทถือสิทธิ์ (ไฟล์ export ของเราเอง) ไม่ scrape สดจากแพลตฟอร์ม และข้อมูลบุคคลอยู่ใต้ PDPA — Prompt 5.4 คือขั้นที่ห้ามข้ามในการใช้งานจริง (ใจถ่ย 2.1)

ทีม 3 · Design Advisor

1

Train ความรู้แผนก

ใช้ Company Profile + เคสเก่า + Design - บรีฟบูธและสเปกจอ LED

2

แยกบรีฟบูธ (Prompt 5.7)

(3.1)

3

สร้าง Reference Board (Prompt 5.8)

(3.2)

4

ร่างแนวทาง 3D/บูธ (Prompt 5.9)

(3.3)

Prompt 5.7 ทำอะไร: ใช้ Template แยกบรีฟกับงานพื้นที่จริง — จุดที่ต่างจากงาน Marketing คือสเปกทางกายภาพ (ขนาด จอ ระยะมอง) ต้องถูกดึงออกมาครบ

PROMPT

Sonnet · Effort กลาง

แยกบรีฟในไฟล์ [Design - บรีฟบูธและสเปกจอ LED] ตาม Template 6 หัวข้อ

เพิ่มหัวข้อที่ 7: สเปกทางกายภาพทั้งหมด (ขนาดพื้นที่ ความสูง จอ LED ระยะมอง ไฟล์ที่ต้องส่ง)
— สเปกพวกนี้คือข้อจำกัดที่งานออกแบบห้ามหลุด

ผลที่ควรได้: ตาราง 7 หัวข้อ โดยหัวข้อ 7 มีตัวเลขครบทุกค่า (6×6 ม. / สูง 4 ม. / จอ 1600×1000 ฯลฯ)

Prompt 5.8 ทำอะไร: สั่ง Agent เจน Reference Board ผ่าน MCP — บู้ด 3 ทิศทางให้ทีม/ลูกค้าเลือก ก่อนลงแรงขึ้นแบบจริง

PROMPT

Sonnet · Effort นาน

จากบริบทที่แยกไว้ เจน Reference Board ผ่าน ZenityX Studio:
บู้ดบูธ 3 ทิศทาง ทิศทางละ 4 ภาพ (มุมกว้าง / โซนจอ LED / โซนเดโม / มุมถ่ายรูป)
ธีม "บ้านอัจฉริยะที่อบอุ่น" โทนน้ำเงิน-เขียวมินต์-ไม้อ่อน ห้ามใช้สีแดงเป็นสีหลัก
ขนาดพื้นที่ 6×6 ม. สูงไม่เกิน 4 ม. — ให้ภาพสะท้อนสัดส่วนจริง
บอกเครดิตรวมก่อนเจน แล้วรอยืนยัน

ผลที่ควรได้: ภาพ 12 ภาพแยก 3 ทิศทางชัดเจน สัดส่วนบุคลิกความจริง ไม่มีสีแดงเด่น

Prompt 5.9 ทำอะไร: เปลี่ยนภาพที่เลือกให้เป็น "แนวทางขึ้นแบบ" ที่ทีม 3D เอาไปทำได้ — งานสังเคราะห์เชิงเหตุผล ใช้ Opus

PROMPT

Opus · Effort สูง

เปรียบเทียบ 3 ทิศทางที่เจนมา: ต่างกันอย่างไร เหมาะกับโจทย์ข้อไหน
แนะนำ 1 ทิศทางพร้อมเหตุผล แล้วเขียน "แนวทางขึ้นแบบ" สำหรับทีม 3D:
โซนนิ่งพื้นที่ 6×6 / ตำแหน่งจอ LED กับระยระยอง / วัสดุหลัก 3 อย่าง /
จุดที่ต้องระวังจากบทเรียนเคสเก่า — บันทึกเป็นไฟล์ แนวทางขึ้นแบบ.md

ผลที่ควรได้: เอกสารแนวทางที่ทีม 3D อ่านแล้วเริ่มขึ้นแบบได้ โดยอ้างบทเรียน "จอ LED ต้องเผื่อ mapping" จากเคสเก่า

ขอบเขตของทีม Design (สำคัญ)

ขั้นนี้ได้ **บรีฟ** → **Reference** → **ภาพร่างแนวทาง 3D** ให้ทีมนำไปขึ้นแบบต่อ — **ยังไม่ใช่ไฟล์ SketchUp อัตโนมัติ** การสร้างไฟล์ 3D จริงยังเป็นงานของทีมออกแบบ (โจทย์ 3.3 = demo แนวทาง)

ทีม 4 · CEO Assistant

1

Train ความรู้

ใช้ Company Profile + CEO - ผลประกอบการย้อนหลัง 3 ปี (csv)

2

ดึง Mega Trend (Prompt 5.10)

(4.1)

3

วิเคราะห์พอร์ตธุรกิจ (Prompt 5.11)

4

ร่างกรอบแผน + Business Plan (Prompt 5.12)

(4.2 / 4.3)

Prompt 5.10 ทำอะไร: ให้ Agent รีเสิร์ชเทรนด์ระดับอุตสาหกรรม 3–5 ปี พร้อมชี้ผลกระทบต่อดูรกิจเราโดยตรง — ไม่ใช่รายงานเทรนด์ทั่วไป

PROMPT

Opus · Effort สูง

ค้นหา Mega Trend ของอุตสาหกรรมสื่อ อีเวนต์ และโฆษณา 3–5 ปีข้างหน้า
คัดมา 5 เทรนด์ที่กระทบธุรกิจเราจริง (อ้างรายงานในไฟล์ความจำ)
แต่ละเทรนด์: แหล่งอ้างอิง · กระทบสายงานไหน · เป็นโอกาสหรือความเสี่ยง · ต้องเริ่มทำอะไรปีนี้

ผลที่ควรได้: 5 เทรนด์พร้อมแหล่งอ้างอิงจริง และทุกเทรนด์ระบุว่าจะกระทบสายงานไหนของบริษัท

Prompt 5.11 ทำอะไร: อ่านตัวเลข 3 ปีแล้วบอกว่าสายงานไหนโต/หด/คงที่ — วิเคราะห์การเงิน ใช้ Opus แต่ Effort กลางพอ (ข้อมูลชุดเล็ก)

PROMPT

Opus · Effort กลาง

อ่านไฟล์ผลการประกอบการ 3 ปี แล้ววิเคราะห์พอร์ตธุรกิจ:
สายงานไหนโต/หด ที่ % ต่อปี · ทำไรขึ้นต้นสายไหนดีที่สุด ·
ถ้าดูตัวเลขอย่างเดียว คงที่/เพิ่ม / คงไว้ / ลดขนาด สายไหน — ตอบเป็นตารางพร้อมเหตุผล

ผลที่ควรได้: ตารางสรุปที่ตัวเลข % ตรวจสอบกับไฟล์ได้ และแยกชัดว่าข้อไหนคือ "ข้อเท็จจริงจากตัวเลข" ข้อไหนคือ "ความเห็น"

Prompt 5.12 ทำอะไร: รวมเทรนด์ + ตัวเลข เป็นกรอบแผน 5 ปีและโครง Business Plan — บังคับให้แยก "สมมติฐาน" และส่งการบ้านกลับให้ผู้บริหารเติม

PROMPT

Opus · Effort สูง

จากไฟล์ผลการประกอบการ 3 ปี + เทรนด์ที่ค้นมา:
1. ร่างกรอบแผนธุรกิจ 5 ปี แบ่งเป็นเฟส พร้อมสมมติฐานที่ใช้ (ระบุชัดว่าข้อไหนคือสมมติฐาน)
2. เขียนโครง Business Plan ฉบับทำงานต่อ: วิสัยทัศน์ / ตลาด / กลยุทธ์รายสายงาน /
สิ่งที่ต้องลงทุน / ความเสี่ยง 5 ข้อพร้อมทางรับมือ
3. จบด้วยรายการ "ตัวเลขที่ผู้บริหารต้องหามาเติม" ก่อนแผนนี้ใช้ตัดสินใจจริงได้
บันทึกเป็นไฟล์ โครงแผนธุรกิจ.md

ผลที่ควรได้: โครงแผนที่แยกสมมติฐานชัด + รายการตัวเลขที่ต้องหาเพิ่ม (ถ้า Agent ไม่ส่งการบ้านกลับ = มันกำลังมั่นใจเกินข้อมูลที่มี)

เงื่อนไขของทีม CEO

Agent เป็น ผู้ช่วยวิจัยและร่างแผน — ตัวเลขการเงิน การลงทุน และการตัดสินใจสุดท้ายเป็นของผู้บริหารเสมอ (ใจจ๋า 4.2)

WORKSHOP 18 · 16.15–17.00

6. กติกาข้อมูล + Roadmap 30 วัน

ช่วงปิดท้าย: แต่ละทีมโชว์ Agent ของตัวเอง แล้วตกลงกติกาการใช้ร่วมกันทั้งบริษัท ก่อนวางแผนใช้งานจริง 30 วันแรก



กติกาการใช้ Agent — 5 ข้อที่ทุกแผนกยึดร่วมกัน

1

ข้อมูลห้ามป้อน

ข้อมูลส่วนบุคคลลูกค้าที่ยังไม่ได้ทำสำเนาไว้ตัวตน · สัญญา/ราคาที่เป็นความลับ · ข้อมูลการเงินที่ยังไม่เปิดเผย

2

ผลงาน Agent ต้องมีคนตรวจ

ก่อนส่งลูกค้า/ใช้ตัดสินใจเสมอ — ระบุชื่อผู้ตรวจต่อชิ้นงาน

- 3 งานเจนภาพ/วิดีโอต้องยืนยันเครดิตก่อน
ใส่ "บอกเครดิตแล้วรอสยืนยัน" ท้าย prompt ทุกครั้ง
- 4 ไฟล์ความจำ (CLAUDE.md) มีเจ้าของ
แผนละ 1 คนเป็นคนอัปเดต — เพิ่มเคสใหม่/กติกาใหม่เดือนละครั้ง
- 5 อะไรไม่แน่ใจ ถามก่อนป้อน
ตั้งช่องทางถามกลาง (เช่น กลุ่มไลน์ AI ของบริษัท) ให้ทุกคนเช็คได้เร็ว

Prompt 6.1 ทำอะไร: ให้ Agent ของแต่ละทีมร่างกติกาเวอร์ชันแผนกตัวเอง — เพราะข้อมูลอ่อนไหวของ Sales ไม่เหมือนของ Design การร่างจากบริบทจริงทำให้กติกาใช้ได้จริง

PROMPT

Sonnet · Effort นาน

จากงานที่เราทำกันมาทั้งวัน ร่าง "กติกาการใช้ Agent ของแผนก [ชื่อแผนก]" 1 หน้า: ข้อมูลอะไรของแผนกเราที่ห้ามป้อนเด็ดขาด (ระบุเป็นรายการจริง ไม่ใช่หลักการลอย ๆ) / งานไหนที่ Agent ทำได้เลย vs งานไหนต้องมีคนตรวจสอบก่อน / ใครเป็นเจ้าของไฟล์ความจำบันทึกเป็นไฟล์ กติกา-[แผนก].md

ผลที่ควรได้: กติกาที่ระบุข้อมูลจริงของแผนก เช่น Sales ต้องมี "ไฟล์ CRM ที่ยังไม่ anonymize" อยู่ในรายการห้าม

Prompt 6.2 ทำอะไร: ปิดวันด้วยการให้ Agent สร้างแผน 30 วันของทีมตัวเอง — เก็บเป็นไฟล์ในโฟลเดอร์ ทำให้เปิดมาทำงานต่อวันจันทร์ได้ทันที

PROMPT

Sonnet · Effort นาน

สร้างไฟล์ Roadmap-30วัน.md ของแผนก [ชื่อแผนก] ตามโครง 4 สัปดาห์:
W1 สลับไฟล์ Mockup เป็นไฟล์จริง + Train ใหม่ + ทดสอบกับงานจริง 1 งาน
W2 ใช้ Template แยกบริบทกับบริบทจริงทุกใบที่เข้ามา
W3 ใช้ MCP กับงานจริง 1 ชิ้น (ระบุชิ้นงานที่ทีมเราจะทำจริง)
W4 รีวิวทั้งแผนก + อัปเดตไฟล์ความจำรอบแรก
แต่ละสัปดาห์เพิ่ม: งานจริงของแผนกเรา ใครรับผิดชอบ และตัววัดว่าสำเร็จ

ผลที่ควรได้: Roadmap ที่มีชิ้นงานจริง ชื่อคนรับผิดชอบ และตัววัด — ไม่ใช่แผนลอย ๆ ตามโครง

Roadmap 30 วันแรก (ตัวอย่างที่ใช้ได้เลย)

สัปดาห์	สิ่งที่ทำ	ตัววัดว่าสำเร็จ
สัปดาห์ 1	สลับไฟล์ Mockup เป็นไฟล์จริงของแผนก · Train ใหม่ · ทดสอบกับงานจริง 1 งาน	Agent ตอบอิงข้อมูลจริงได้ถูกต้อง
สัปดาห์ 2	ใช้ Template แยกบริบทกับบริบทจริงทุกใบที่เข้ามา	เวลาแยกบริบท < 30 นาที/ใบ
สัปดาห์ 3	ใช้ MCP กับงานจริง: สไลด์เสนอลูกค้า 1 ชุด + Reference Board 1 งาน	งานผ่านการตรวจของหัวหน้าแผนก
สัปดาห์ 4	ประชุมรีวิวทั้ง 4 แผนก: อะไรเวิร์ก อะไรติด · อัปเดตไฟล์ความจำรอบแรก	รายการปรับปรุง + แผนเดือนถัดไป 1 หน้า

เมื่อไรควรเรียก ZenityX

ติดปัญหาเทคนิค MCP · อยากต่อเครื่องมือเพิ่ม (เช่น ระบบภายในบริษัท) · หรืออยากยกระดับเป็น Automation ทำงานตามเวลา — ถ้าทำได้ทางช่องทางท้ายเล่ม

7. Prompt Cheat Sheet

รวมคำสั่งที่ใช้บ่อยที่สุด — เปิดหน้านี้ไว้ใกล้มือช่วงสัปดาห์แรก ป้ายมุมขวา = โมเดล/Effort ที่แนะนำ

เริ่มวันทำงานกับ Agent

PROMPT

Haiku · Effort ต่ำ

อ่านไฟล์ความจำก่อน แล้วสรุปว่าวันนี้มีงานค้างอะไรจากครั้งที่แล้ว

รับบริฟใหม่

PROMPT

Sonnet · Effort กลาง

แยกบริฟนี้ตาม Template 6 หัวข้อ แล้วชี้ว่าอะไรที่ต้องถามลูกค้ากลับก่อนเริ่มงาน

สั่งเจนภาพแบบคุมเครดิต

PROMPT

Sonnet · Effort กลาง

เจนภาพ **[รายละเอียด]** จำนวน **[N]** ภาพ — บอกเครดิตรวมก่อน แล้วรอผมยืนยัน

อัปเดตความรู้ Agent

PROMPT

Sonnet · Effort กลาง

เพิ่มข้อมูลนี้เข้าไฟล์ความจำ: **[เคสใหม่/กติกาใหม่]** — จัดเข้าหัวข้อที่เหมาะสม
แสดงส่วนที่แก้ไขให้ดูก่อนบันทึก

ตรวจงานก่อนส่ง

PROMPT

Sonnet · Effort กลาง

ตรวจงานชิ้นนี้เทียบกติกาแบรนด์ในไฟล์ความจำ — ลิสต์จุดที่ขัดกติกาพร้อมข้อเสนอแก้ไข

งานวิเคราะห์/วางแผนชิ้นใหญ่

PROMPT

Opus · Effort สูง

วิเคราะห์ **[ไฟล์/เรื่อง]** — แยกให้ชัดว่าข้อไหนคือข้อเท็จจริงจากข้อมูล ข้อไหนคือความเห็น
และปิดท้ายด้วยสิ่งที่ต้องการข้อมูลเพิ่มเติมก่อนตัดสินใจ

เมื่อ Agent ตอบกลาง ๆ เหมือนลืมนัด

PROMPT

Haiku · Effort ต่ำ

อ่านไฟล์ความจำ CLAUDE.md ใหม่ก่อน แล้วตอบคำถามเดิมอีกครั้งโดยอิงบริบทบริษัทเรา

ช่องทางติดต่อ ZenityX



โทร

062-262-9644



อีเมล

admin@zenityxai.com



LINE

@zenityx · zenityxai.com