

AI Readiness Scorecard 2026

เช็กความพร้อมองค์กรไทย ก่อนบุสต์ AI Marketing

แบบฟอร์มประเมินความพร้อมด้าน Data, Team, Tools และ Process เพื่อให้ SEO Lead และ Marketing Manager รู้ว่า “ควรเริ่มใช้ AI ตรงไหนก่อน”



5 หน้า
10 นาทีอ่านจบ



ออกแบบสำหรับ SEO Lead / Marketing
Manager องค์กรไทย ปี 2026

4 เหตุผลที่ต้องมี AI Readiness Scorecard

ทำไมทีมการตลาดต้องมี AI Readiness Scorecard ก่อนเริ่มใช้ AI หนัก ๆ

หลายองค์กรเริ่มลองใช้ AI เขียนคอนเทนต์หรือทำรายงาน แต่ยังไม่รู้เลยว่าระบบ, ดาต้า และทีม “พร้อมแค่ไหน” Scorecard ชุดนี้ช่วยให้คุณเห็นช่องว่างชัด ๆ ก่อนเทงบ บูสต์ทีม และเลือก AI use case แรกให้ถูกจุด

01

รู้สถานะจริง ไม่หลอกตัวเอง

Scorecard ทำให้คุณเห็นภาพรวมแบบ ช็อกสัตย์ว่า วันนี้อยู่ระดับไหนกันแน่—ยังติด manual, เริ่มเก็บ data, หรือพร้อมต่อยอด AI แล้วจริง ๆ ไม่ใช่แค่รู้สึกว่ “เราน่าจะโอเค”

03

คุยกับผู้บริหารได้บนตัวเลขเดียวกัน

Scorecard แปลงเรื่องเทคนิคให้กลายเป็น คะแนนและระดับชัด ๆ ทำให้ SEO Lead และ Marketing Manager คุยกับ C-level ได้ง่ายขึ้น ว่าการลงทุน AI รอบนี้จะช่วยปิดรูรั่วตรงไหนของฟินแนล

02

จัดลำดับลงทุนได้คมขึ้น

เมื่อรู้ว่าจุดไหนแดงที่สุด ระหว่าง Data, Tools หรือ Team คุณจะตัดสินใจได้ว่า ควรลงแรงจัดระเบียบ tracking, อัปเดตเครื่องมือ หรือเทรนทีมก่อน ลดโอกาสซื้อเครื่องมือแพง ๆ แต่ไม่ได้แก้ปัญหาวงจร

04

กลายเป็นโรดแมป 6–12 เดือน

เมื่อเห็นคะแนนของแต่ละหมวด คุณสามารถแปลงเป็น Roadmap แบบทีละเฟส ว่าภายใน 3, 6, 12 เดือน ต้องอัปเดตอะไรบ้าง เพื่อพาองค์กรไปสู่ AI-first Marketing ที่ทำงานได้จริง ไม่ใช่แค่พูดในสไลด์

เริ่มต้นใช้ AI Readiness Scorecard ใน 4 ก้าว

ก่อนจะให้ AI ช่วยเรื่อง SEO หรือ Marketing Automation คุณต้องรู้ก่อนว่า “ระบบพื้นฐาน” ไปถึงไหนแล้ว ทั้งเรื่อง data ที่เก็บอยู่, เครื่องมือที่ใช้จริง และวิธีการทำงานของทีม Scorecard ชุดนี้ช่วยให้คุณเก็บภาพรวมเหล่านี้ในหน้าเดียว แล้วเห็นจุดที่ต้องอัปเดตทันทีโดยไม่ต้องเดา

”

ถ้าเรายังวัดความพร้อมไม่ได้ ก็ยากที่จะคาดหวังผลลัพธ์จาก AI ได้อย่างจริงจัง

ให้ทีมหลัก ๆ เช่น SEO, Ads, Social, CRM เติม Scorecard ร่วมกัน แล้วเทียบมุมมองกันดูว่าจะแตกต่างกันตรงไหน จากนั้นเลือก 1–2 หมวดที่คะแนนต่ำแต่กระทบรายได้สูงสุด มาทำเป็นแผนปรับปรุงใน 90 วันแรก แทนการยกเครื่องทุกอย่างพร้อมกัน

- ✓ สรุปร Business Model, ticket size และตลาดหลักของแบรนด์
- ✓ ลิขสิทธิ์ช่องทางหลักที่ใช้ดึงดูดลูกค้าเข้า (SEO, Ads, Social, Line ฯลฯ)
- ✓ เช็กความพร้อม Data & Tools เช่น GA4, Tag, CRM, E-commerce
- ✓ ให้ทีมกรอก Scorecard ร่วมกัน แล้วเลือก 1–2 หมวดทำแผน 90 วัน

4 ระดับความพร้อมด้าน AI Marketing

Scorecard แบ่งองค์กรออกเป็น 4 ระดับ ตั้งแต่ “Manual / Ad-hoc”, “Data กำลังจัดระเบียบ”, “เริ่มมี OS และ AI use case ชัดเจน” ไปจนถึง “AI-first Marketing OS” เพื่อให้คุณรู้ว่าก้าวถัดไปควรยก ระดับจากขั้นไหนไปขั้นไหน ไม่ใช่พยายามกระโดดทีเดียวถึงขั้นสุดท้าย

”

เมื่อคุณมองการตลาดแค่ระดับแคมเปญ คุณจะโฟกัสแค่ยอดเดือนนี้ แต่เมื่อมองผ่าน Scorecard คุณจะเห็นชัดว่าด้านไหนของระบบที่ยังไม่พร้อมให้ AI เข้ามาเสริม

”

AI Marketing ที่ยั่งยืนต้องมาพร้อม data ที่เชื่อถือได้ ทีมที่เข้าใจระบบ และกติกากีเคสที่เคลียร์ตั้งแต่วันแรก



Data & Tracking Readiness

ดูว่าการเก็บข้อมูลจาก SEO, Ads, Social, Line, E-commerce ครบแค่ไหน มี GA4, Tag, Conversion Tracking ที่เชื่อถือได้หรือยัง และ data จากแต่ละช่องทางเชื่อมกันหรือยัง



Tools & Integration Readiness

ประเมินเครื่องมือที่ใช้อยู่ เช่น Analytics, CRM, Marketing Automation, SEO Tools ว่าต่อกันเป็นพื้นเนลเดียวหรือยัง หรือยังเป็นเกาะแยก ๆ ที่ต้อง export-import ด้วยมือ



Team & Workflow Readiness

ดูว่าทีมมี owner ชัดเจนในแต่ละส่วนหรือไม่ มี workflow ระหว่าง SEO, Ads, Content, Sales ที่รองรับการใช้ AI หรือยัง ทุกคนเข้าใจเป้าหมายร่วมกันในแต่ละพื้นเนลหรือยัง



Governance & Experiment Readiness

เช็คว่ามีกรอบเรื่อง PDPA, การใช้ data และ guideline การใช้ AI หรือยัง พร้อมทั้งดูว่าทีมมีพื้นที่ทดลอง use case ใหม่ ๆ อย่างสม่ำเสมอ หรือทุกอย่างต้องขออนุมัติแบบ ad-hoc ที่ละเคส

เริ่มต้นใช้ AI Readiness Scorecard 2026 กับทีมของคุณวันนี้

ใช้กรอบ 4 มิติใน Scorecard ชุดนี้ เพื่อแปลงการตลาดของคุณจาก “ระบบที่ยังจัดไม่เข้าที่” ให้กลายเป็น Roadmap ชัดเจนว่า 6–12 เดือนต่อจากนี้ ต้องอัปเดตอะไรบ้างก่อนเท AI เข้าไปเต็มตัว

Vault Mark

Website: vaultmark.com

Email: info@vaultmark.com

Line Official: [@vaultmark](https://line.me/tv/@vaultmark)



020966489

ใน Discovery Call ทีม Vault Mark จะช่วยคุณ

- อ่านค่า Scorecard ของทีม พร้อม benchmark ระดับความพร้อม
- ระบุจุดอ่อนสำคัญที่กระทบ Search, Lead และ LTV มากที่สุด
- เลือก 1–2 Priority Tracks ที่ควรโฟกัสก่อน เช่น AI-Search OS หรือ AI-Data OS

จากนั้นคุณสามารถใช้ Scorecard และ asset ชุดนี้เป็น “ภาษากลาง” ระหว่าง Owner, SEO Lead, Marketing Manager และทีม Data เพื่อค่อย ๆ พาองค์กรของคุณไปสู่ AI-first Marketing OS อย่างเป็นระบบ 🚀