

MARKETING

ต้องรู้

BRAND
IDENTITY

MASTER BRAND + SUB BRAND

SOCIAL NETWORK

X

IMAGE
TOP BRAND
STRATEGY

Y

PERSONAL + GLOBAL
MARKETING STRATEGY

BRAND CHARACTERISTIC

MUSIC MARKETING
UNDERDOG
STRATEGY

BRAND MOMENTUM

BRAND STRATEGY

PROSPECT + TARGET GROUP
+ POTENTIAL CUSTOMER

2

นักการตลาด ไม่เก่ง...ไม่ได้ เพราะ...สินค้าที่ยอดขายมาก เกิดจาก นักการตลาดเก่งๆ ทั้งนั้น

MARKETING
KNOW + HOW

A

Z

นักการตลาด
ต้องรู้



MARKETING
KNOW + HOW

สิ่งที่แบ่งระหว่าง

นักการตลาด

ชั้นเทพ

ให้แตกต่างจาก

นักการตลาดทั่วไป

เรียกว่า

“**ก๊น**”

“ก๊น”

ก๊ น ไ ก่ มี ข า ย
ตามตลาดสด
แต่ สำหรับ

“ก๊นนักการตลาด”

จะหายากสักหน่อย
เพราะมันอยู่ที่
สมองส่วนหน้า
ที่ใช้สำหรับ จินตนาการ

เท่า
กัน



ความคิด
สร้างสรรค์

Brand Identity

ลักษณะเฉพาะ



สื น คั ำ แ ต่ ล ะ

แ บ ร น ด์

ต่า ง กั น

เพราะนักการตลาด

หรือว่ามันเกิดขึ้น

โดยไม่ตั้งใจ



สิ่ง ที่ ทำ ใ ห้

นักการตลาดธรรมดา

แ ล ะ

นักการตลาดห่วยๆ

เ ห มี อ น กั น คื อ

การใช้เงิน

ฟุ่มเฟือย

แต่ไม่ก่อเกิดรายได้

มีมากกว่า 108

เหตุผลที่จะบอกว่า

ทำไม...ลูกค้าไม่ซื้อสินค้า

แต่มีเพียงเหตุผลเดียวที่

ทำให้ลูกค้า

ควักเงิน

ออกมาซื้อสินค้า

ท้ ง ห ม ด นั น คื อ

“ ฝ มี อ ข อ ง

นั กการตลาด ”

ต้ ว จ ริ ง

TOP BRAND
MARKETING



STRATEGIC
MARKETING

กลยุทธ์แบรนด์ระดับ A class

แตกต่างกันกับ

กลยุทธ์แบรนด์ระดับ Z class

อย่างไร ???

สินค้าดี ทำไมขายไม่ได้ ???

สินค้าสวย ทำไมขายได้บ้าง ขายไม่ได้บ้าง ???

สินค้าห่วย ทำไมถึงขายได้ ???

สินคาราคาถูกที่สุดแล้ว ทำไมยังขายไม่ออก ???

สินคาราคาเป็นแสนบาท ทำไมคนต่อคิวซื้อ ???

สินคาราคาเป็นล้านบาท ทำไมยังปล่อยให้ลูกค้าคอยอีก ???

สินค้าในตลาดนัดขายได้เยอะ สงสัยได้ทำไรเยอะแน่นอน ???

สินค้าในห้างหรูใจกลางเมือง ทำไมขายไม่ออก ???

สินคาราคาแพง ขายเดือนละชิ้นทำไมมากกว่าร้านเล็กๆ หรือ ???

สินค้าเสริมอย่างของ iPhone & iPad ขายราคาเป็นพันเลย ???

สินค้าใดกำลังรุ่ง และ จะรุ่งไปได้อีกนานขนาดไหน ???

สินค้าที่กำลังดับ จะมีโอกาสกลับมาฮิตใหม่หรือเปล่า ???

ทำไมโทรศัพท์มือถือบางแบรนด์ยอดขายตกลงไปเยอะ ???

กระเป๋าราคาถูกที่สุดแล้ว ยังขายสู้กระเป๋าราคาแพงไม่ได้ ???

สินค้าดี หรือ สินค้าไม่ดี อยู่ที่ตรงไหนกันแน่ ???

เราทำการตลาดกับสินค้าเราแบบนี้ ยังไม่ถูกอีกหรือ ???

หนังสือการตลาดที่เขียนเกือบ 40 ปีแล้ว ยังใช้ได้ในปัจจุบันมั๊ย ???

การตลาดเกี่ยวข้องกับการลดราคาให้ดึงดูดอย่างเดียวมั๊ย ???

ทำไมคน Download หนังสือเพิ่มขึ้น และ ซื้อหนังสือน้อยลง ???

ทำไมสินค้าบางอย่าง ไม่ได้ทำการตลาดก็ยังสามารถขายได้ ???

ทำไมสินค้าบางอย่าง ต้องมีโปรโมชั่นจึงขายได้ ???

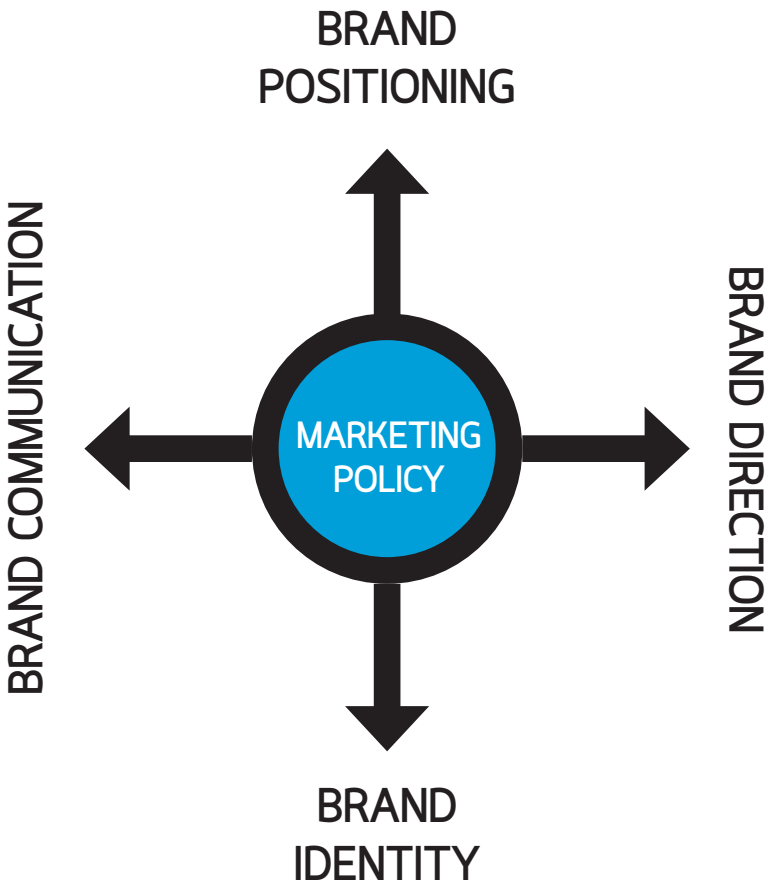
ทำไมคนยอมจ่ายเงินซื้อหนังสือ Digital ???

สินค้าแบบเดียวกัน ทำไมถึงเรียกว่า สินค้าฟุ่มเฟือย ???

ทำไมบางคนไม่อยากจะใช้กระเป๋าที่ไม่มีแบรนด์เนม ???

BRAND DIRECTION

ทิศทางการตลาด



ความคิดสร้างสรรค์

ทำให้

การสร้างแบรนด์

เห็นผลชัดเจน

คือ

- 1) กลุ่มเป้าหมายรับรู้ในแบรนด์
- 2) เกิดยอดขายเพิ่มขึ้น
- 3) ลูกค้ารักในแบรนด์

MARKETING STRATEGY

กลยุทธ์การตลาด
เปรียบเสมือน “พ่อ”

พ่อ คอยดูแลควบคุมเรื่องใหญ่ๆ
กลยุทธ์การตลาด คอยดูภาพใหญ่ แผนใหญ่ๆ
ก่อนที่จะส่งไปทำรายละเอียดปลีกย่อยในเรื่องแบรนด์

Marketing Strategy

เป็น ผู้กำหนดแผนใหญ่ + แผนหลัก
ว่าจะใช้ กลยุทธ์ใด เช่น กลยุทธ์การเจาะตลาด
(Market Penetration) หรือ
กลยุทธ์การพัฒนาตลาดใหม่
(Market Development)
ทั้งหมดนี้ต้องมีแผนรองรับ
ที่เรียกว่า
Brand Strategy

BRAND

STRATEGY

กลยุทธ์แบรนด์

เปรียบเสมือน “แม่”

แม่ คอยดูแลรายละเอียดของทุกเรื่องในบ้าน
กลยุทธ์แบรนด์ คอยดูทุกเรื่องที่เกี่ยวข้องจาก
Marketing Strategy

แม่ จะแต่งตัวให้ลูกอย่างไร
Brand Strategy จะแต่งตัวให้สินค้าอย่างไร
ต้องได้รับไอเดียใหญ่จากพ่อก่อน
เมื่อพ่อบอกว่า สีฟ้า แม่ก็จะจัดการหาเสื้อผ้า
สีฟ้าให้กับตัวสินค้า ที่เปรียบเหมือน “ลูก”

สีฟ้า อาจจะเป็นผ้า
แบบใดก็ได้ ขอให้อยู่ใน
(Theme) ขอบเขตก็พอ