

RESTER

CREATIVE MARKETING

ดํารงค พินคุณ

การตลาด
เชิงสร้างสรรค์
สำหรับ
แผนการตลาด
สมัยใหม่

DAMRONG PINKOON *thinking 100%*



สิ่งที่แบ่งแยก
นักการตลาดห่วยๆ
กับ
นักการตลาดขั้นเทพ
ออกจากกัน
คือ
“ความคิดสร้างสรรค์”



Creative Marketing



ดำรงค์ พิณคุณ

สารบัญ

บทที่ 1	Marketing is ... การตลาด คือ อะไร	4
บทที่ 2	Creative Marketing การตลาดสร้างสรรค์	6
บทที่ 3	Marketing Direction ทิศทางการตลาด	40
บทที่ 4	Market Situation สถานการณ์ทางการตลาด	52
บทที่ 5	Customer Development Process กระบวนการพัฒนาของลูกค้า	56



บทที่ 6	Vision + Strategy การวางกลยุทธ์	60
บทที่ 7	S + T + P การเลือกกลุ่มเป้าหมาย	66
บทที่ 8	Generation กลุ่มประชากรศาสตร์	82
บทที่ 9	Target Market เป้าหมายทางการตลาด	96
บทที่ 10	Marketing Positioning การวางตำแหน่งทางการตลาด	130
บทที่ 11	4P + 4C + 4E การปรับกลยุทธ์ให้แข็งแกร่งขึ้น	150

1

Marketing
is
???

การตลาด คือ ???

IF EVERY THING IS MARKETING, THEN MARKETING IS...

ถ้าทุกอย่างรอบตัวเราคือการตลาด
แล้ว**การตลาดคืออะไร**



Marketing is

ความพยายามทำให้การขายขยายกว้างออกไป และด้วยความรวดเร็วที่สุด
-Peter Drucker-

กิจกรรมทางธุรกิจทั้งหมด ที่ส่งผลกระทบต่อระหว่างกันได้ เช่น การกำหนดราคา
การจัดจำหน่ายสินค้าหรือบริการและส่งเสริมการตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการ
ให้แก่ลูกค้า ทั้งในปัจจุบันและผู้ที่คาดว่าจะจะเป็นลูกค้าในอนาคต
-William J. Stanton-

กระบวนการวางแผนและบริหารในด้านแนวความคิดการกำหนดราคาการส่งเสริม
การตลาดการจัดจำหน่ายสินค้าหรือบริการเพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนสินค้าหรือ
บริการซึ่งทำให้ผู้บริโภคได้รับความสุขความพอใจและบรรลุวัตถุประสงค์
สมาคมการตลาดแห่งสหรัฐอเมริกา
(The American Marketing Association: AMA)

กระบวนการทางสังคมและการจัดการที่ทำให้บุคคลหรือกลุ่มบุคคลได้รับสิ่งที่ตอบสนอง
ความจำเป็น(needs)และความต้องการ(wants)โดยอาศัยการสลับผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่า
และนำไปแลกเปลี่ยนกับบุคคลอื่น
Professor Philip Kotler

๗๗



2

Creative Marketing

การตลาดสร้างสรรค์

CREATIVE MARKETING

การตลาดสร้างสรรค์



“การเข้าใจ”

ส่งผลให้เกิด “การคิด”

เป็น “Concept”

อย่าง “สร้างสรรค์”

โดยมี “แผนการปฏิบัติ”

ที่ “ชัดเจน” และ “วัดผลได้”

“ยึดหยุ่นได้” เมื่อผลที่ได้รับ

ไม่เป็นไปตามแผนที่วางไว้

มีแผนสำรองรองรับโดย “ไม่เสียกระบวนการ”

เรียกว่า “เซแต่ไม่ล้ม”

MARKETING 1.0

คือ

การทำให้ลูกค้าพึงพอใจ

+

ตอบสนองความต้องการของลูกค้า



CREATIVE MARKETING

คือ

การคิดใหม่ + ทำใหม่ + สร้างสรรค์
+ ให้ลูกค้ายอมรับความแปลกใหม่

นักการตลาดร้อยคน

ต่างก็มีวิธีการทางการตลาด หลายร้อยรูปแบบ
แล้ววิธีของใครคนไหนที่ถูกต้องที่สุด???
เป็นตัวอย่างได้ดีที่สุด???



แน่นอน...

ไม่มีแผนการตลาดไหนที่สมบูรณ์แบบที่สุด

ความเป็นเลิศ ด้านการตลาด

คือ

ความคิดสร้างสรรค์

ที่นำมาใช้กับ แต่ละสถานการณ์

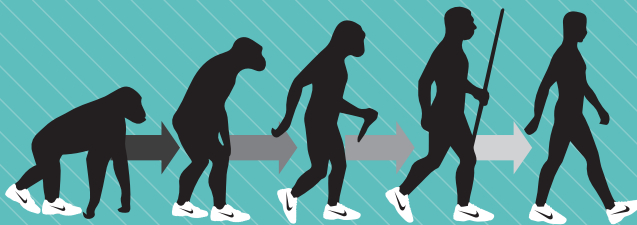


สถานการณ์ A

“ไนกี้ แอร์แม็กซ์ พลัส 2013” รองเท้าวิ่งในตำนาน สุดยอดนวัตกรรมรุ่นใหม่ล่าสุด



ไนกี้ ผู้นำนวัตกรรมผลิตภัณฑ์กีฬาระดับโลกต้อนรับศักราชใหม่ ด้วยการเปิดตัวรองเท้าวิ่งระดับตำนาน ไนกี้แอร์แม็กซ์ พลัส 2013 รองเท้าวิ่งสุดคลาสสิกจากตระกูลแอร์แม็กซ์ที่มอบเทคโนโลยีอันก้าวหน้าตั้งแต่ส้นรองเท้าที่ช่วยสร้างการรองรับที่นุ่มนวลและเพิ่มความยืดหยุ่นให้แก่มากยิ่งขึ้นกว่าเดิม



ทีมผู้ออกแบบให้ความสำคัญกับการเพิ่มประสิทธิภาพในการเคลื่อนไหว
อย่างเป็นธรรมชาติเป็นพิเศษโดยเริ่มจากการนำเทคโนโลยีในกีแม็กซ์แอร์
(NikeMaxAir) ซึ่งเป็นเทคโนโลยีรองรับน้ำหนักแบบสูญญากาศมาติดตั้งไว้
ใต้พื้นรองเท้าเพื่อช่วยให้นักวิ่งสัมผัสได้ถึงความนุ่มนวลและสบายเท้าโดยลด
วัสดุแนวพนักด้านหลังเพื่อให้การไหลเวียนของอากาศดียิ่งขึ้นขณะที่โครงสร้าง
หุ้มเท้าด้านในจะช่วยโอบอุ้มเท้าให้ขยับตัวไปพร้อมๆกับการเคลื่อนไหวของเท้า
อย่างยืดหยุ่นและเป็นธรรมชาติ



Creative Marketing

คือ

การเอาชนะคู่แข่งด้วยนวัตกรรม
การสร้างรองเท้าโดยเทคโนโลยีใหม่เข้าไป

สถานการณ์ B

“ถ่ายทอดสดบนมือถือคุณ ตามติดตัวจริงของเจมส์ จิรายุ 24 ชั่วโมง เฉพาะลูกค้า AIS 3G”



ปี 2013 เอไอเอสเปิดตัวแคมเปญ “ตัวจริงในแบบคุณ” ผ่านการนำเสนอซีรีส์ “ตัวจริง” ในใจมหาชนคนไทย เริ่มจากภาพยนตร์โฆษณา “ตัวจริงมาตรฐานโลก” ซึ่งถ่ายทอดถึงความมุ่งมั่นของนักกีฬาไทยที่ฝ่าฟันอุปสรรค ฝึกฝนและพยายามอย่างหนักจนก้าวขึ้นไปเป็นตัวจริงมาตรฐานโลกเกิดการยอมรับในระดับสากลและสร้างชื่อเสียงให้แก่ประเทศไทย ซึ่งซีรีส์ชุดนี้สร้างความประทับใจได้ในระดับหนึ่ง

ต่อมาเอสเปิดตัวซีรีส์ใหม่โดยนำ “เจมส์-จิรายุ ตั้งศรีสุข” ดารานักแสดงดาวรุ่งที่ได้รับความนิยมสูงสุดเพียงชั่วข้ามคืนมาเป็นพิธีกรบนเวทีกลางคนแรกของ AIS 3G 2100 ตอกย้ำแนวคิด “ตัวจริงในแบบคุณ”

จะสังเกตได้ว่าก่อนหน้านี้อีไอเอสซึ่งมีแบรนด์ที่แข็งแกร่งอยู่แล้ว จึงไม่มีความจำเป็นที่ต้องนำพิธีกรบนเวทีเข้ามาช่วย แต่ปัจจุบันการสร้างแบรนด์ใหม่อย่าง AIS 3G 2100 ถือเป็นก้าวใหม่ของเอไอเอสในการให้บริการ 3G จึงมีการนำพิธีกรบนเวทีกลับเข้ามาใช้เพื่อเสริมสร้างแบรนด์ต่อไป



Presenter

Creative Marketing คือ
การเอาชนะคู่แข่งด้วยนวัตกรรมเทคโนโลยี
ที่ทันสมัยขึ้น 3G+4G+5G ++

นักการตลาดที่ดี

ต้องมีจุดมุ่งหมายของแผนที่ชัดเจน

นักการตลาด

ต้องเลือก

ลูกค้า

นักการตลาด

ต้องเข้าใจ

ความจำเป็น
ของลูกค้า

นักการตลาด

ต้องเข้าถึง

ความต้องการ
ของลูกค้า

นักการตลาด

ต้องแก้ปัญหา

ของลูกค้า

นักการตลาด

ต้องสร้างโอกาส

ให้แก่ลูกค้า

นักการตลาด

ต้องส่งสินค้า
และบริการ

ให้ถึงมือ
ของลูกค้า

นักการตลาด

ต้องสื่อสาร

กับลูกค้า

นักการตลาด

ต้องได้รับการสื่อสาร

จากลูกค้า

นักการตลาด

ต้องเปลี่ยนแปลง

ตามลูกค้า

นักการตลาด

ต้องเติบโต

ไปพร้อมๆ
กับลูกค้า

นักการตลาด

ต้องสร้าง
การจดจำที่ดี

ให้เกิดแก่ลูกค้า

นักการตลาด

ต้องทำลาย

ความลังเล
สงสัยของลูกค้า

นักการตลาด

ต้องได้

ใจลูกค้า