


GSB

สร้างธุรกิจ SMEs ยุคดิจิทัล
ให้ดี ตั้ง ปังนาน
SMEs Thriving in a digital world

การบริหารการตลาด และการสร้างแบรนด์

บรรยายโดย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุปผา ลากะวัฒนาพันธ์



สถานการณ์

การตลาด

การเผชิญกับความท้าทาย...

เทคโนโลยีก้าวหน้า
ถามหาการปรับตัว
จากธุรกิจ



Technology



“การบริหารการตลาด และ การสร้างแบรนด์” บรรยายโดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุปผา ลากะวัฒนาพันธ์

ยุคดิจิทัล



จุดเปลี่ยน ธุรกิจ

ผู้ DISRUPT

ปรับตัวไม่ทัน

ผู้ถูก DISRUPT



ธุรกิจจำนวนมาก ล้มหายไปจากตลาด

อดีต ...ปลาใหญ่กินปลาเล็ก

ปัจจุบัน ... ปลาเร็วกินปลาช้า

ธุรกิจจำนวนมากล้มหายไปจากตลาด

อดีต ...ปลาใหญ่กินปลาเล็ก

ปัจจุบัน ... ปลาเร็วกินปลาช้า



การเผชิญกับความท้าทาย...

คู่แข่งเพิ่มขึ้น

ทั่วโลก

ออฟไลน์และออนไลน์



การแข่งขัน





เมื่อ "คู่แข่งธุรกิจ"
อาจจะเร็วกว่าที่คุณคิด



E-MARKETPLACE

LAZADA
Effortless Shopping
LAZADA.CO.TH

Shopee





BUSINESS PARTNER

Spa & Massage

TOUR PACKAGE

RESTAURANT

COMMUNITY

การเผชิญกับความท้าทาย...

พฤติกรรมผู้บริโภค

เปลี่ยนแปลง

ตลอดเวลา



พฤติกรรมผู้บริโภค Consumer Behavior

Aging Society



NETWORK SOCIETY



Agging

PRODUCT

Anti-Aging

PRODUCT

MICRO-INFLUENCER

ฟังเสียงจากลูกค้าจริง

คือการรีวิวที่มีพลัง



ปลูก

ความคิด

นักการตลาด

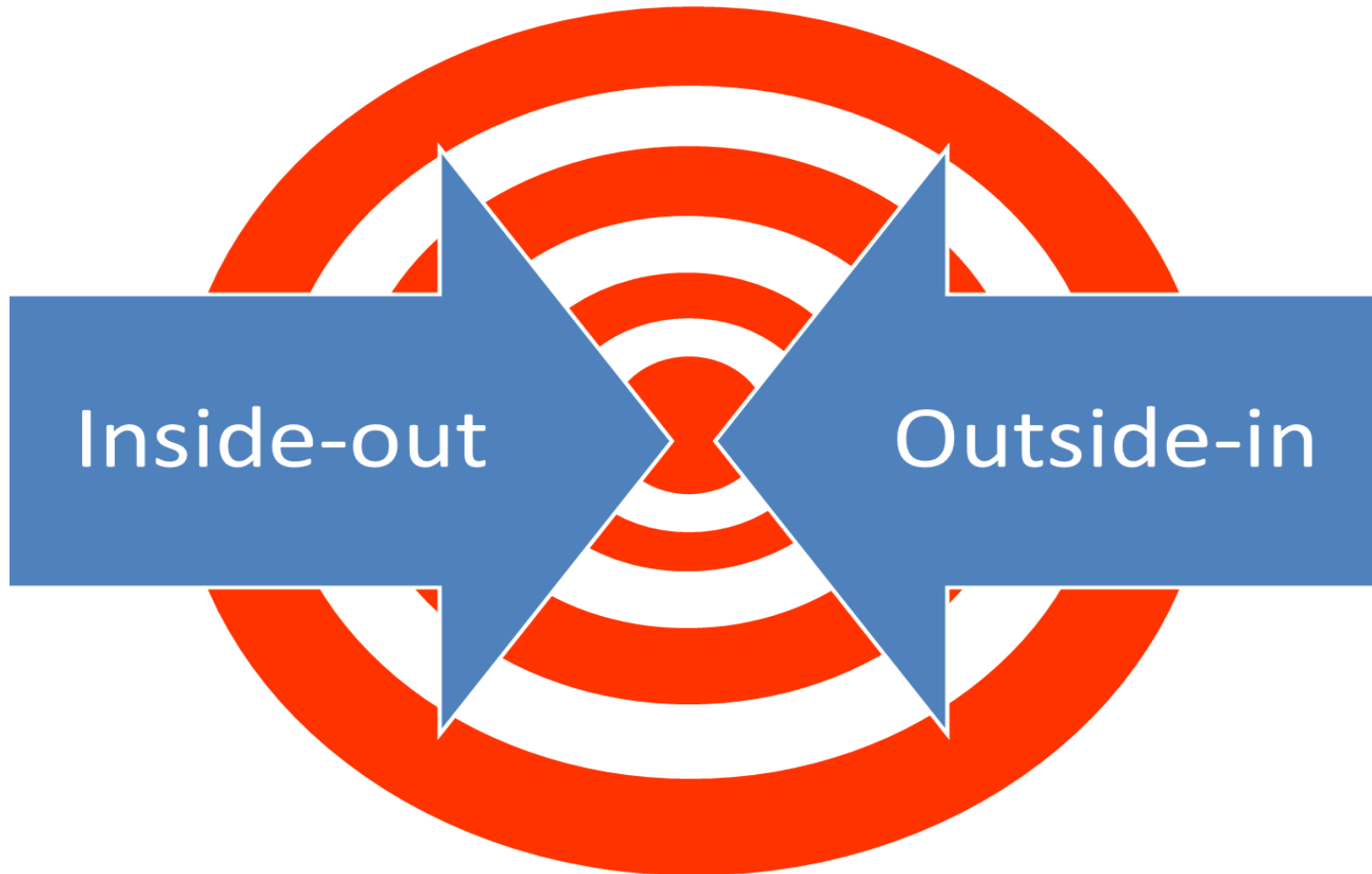




มองทุกอย่าง

ให้เป็นกลยุทธ์

ลูกค้าเป็นศูนย์กลาง



การเปลี่ยนคู่แข่ง เป็นคู่ค้า





สัมภาระ ความระวย

เข้าใจเรื่อง "กำไร"



เพิ่มรายได้



ลดค่าใช้จ่าย

GSB

สร้างธุรกิจ SMEs ยุคดิจิทัล
ให้ดี ตั้ง ปังนาน
SMEs Thriving in a digital world

การบริหารการตลาด และการสร้างแบรนด์

บรรยายโดย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุปผา ลากะวัฒนาพันธ์

SWOT ANALYSIS



วิเคราะห์สถานการณ์ จุดเริ่มต้นสำคัญ ก่อนทำตลาด

จุดแข็ง

จุดอ่อน

Strengths

Weaknesses

SWOT

Opportunities

Threats

โอกาส

อุปสรรค

กลุ่มเป้าหมายต้องชัด

อย่ามโน คิดเองเออเอง



TARGET.



TARGET MARKET



คนใช้

คนจ่ายเงิน

TARGET MARKET

B2B

B2C



TRADER



Modern Trade

Tops **Traditional Trade**

FOODLAND *Golden Place* **FamilyMart**



CONSUMER

**MASS
MARKETING**



**NICHE
MARKETING**



ทำตลาดบนพื้นฐาน

การวิเคราะห์พฤติกรรม

ผู้บริโภค...เสมอ



[insight]

CONSUMER INSIGHT



PAIN POINT

SPECIALIST



PERSONALIZED

SOLUTION

สร้างแบรนด์ให้โดดเด่น ชัดเจนในตัวตน



Brand Identity



BRAND

แบรนด์



คืออะไร

แบรนด์

LOGO



ประสบการณ์

สร้างแบรนด์

อย่างไร





POSITIONING

จุดขาย

ต้องชัด!

- ▶ สิ่งที่เราโดดเด่น มีความถนัดเป็นพิเศษ
- ▶ คู่แข่งทำไม่ได้
- ▶ ลูกค้าต้องการ



PERSONALITY



บุคลิก

โดนใจลูกค้า

BRAND
CHARACTER



แบรนด์เล่าเรื่อง

สร้างเรื่องราวให้มีคุณค่า

BRAND STORY

Storyteller



อย่าลืม สื่อสารแบรนด์ ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง



OFFLINE

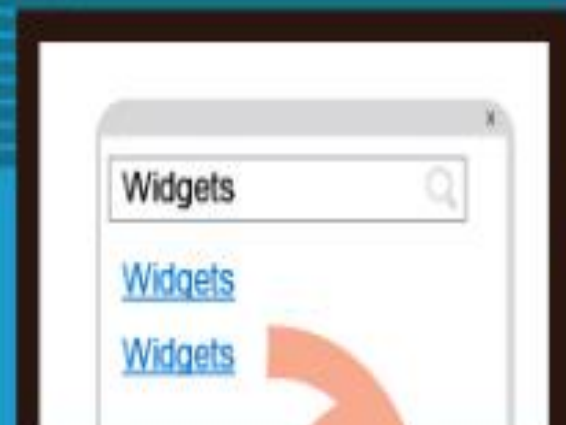
VS

ONLINE

Offline



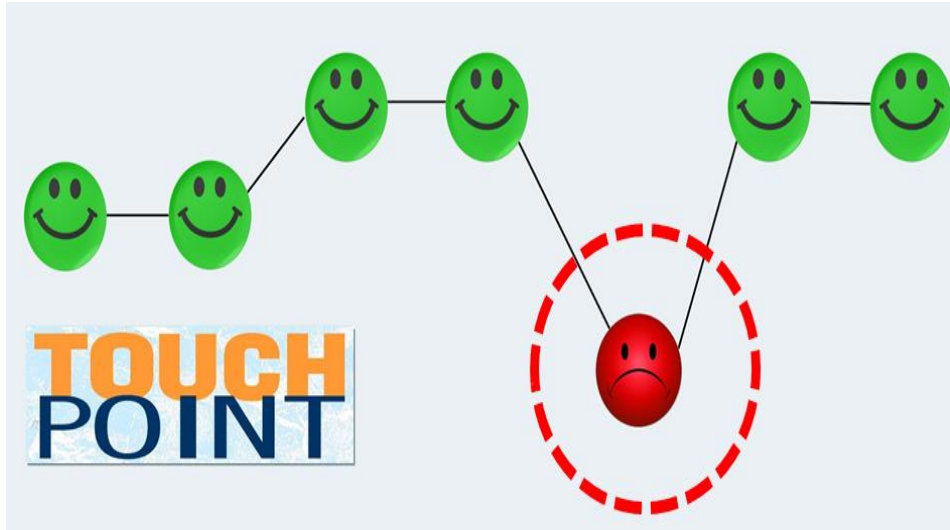
Online



เพิ่มความประทับใจ ในทุกจุดสัมผัส



Customer Journey Mapping



- ออกจากบ้าน
- จอดรถ
- เปิดประตูร้าน
- เข้าคิว
- สั่ง
- จ่ายเงิน
- ทอนเงิน
- รับกาแฟ
- หาทิ้ง
- ดื่มกาแฟ
- ออกจากร้าน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุปผา ลากะวัฒนาพันธ์

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย



Buppa Lapawattanaphun



Aj.Bow



buppalap@gmail.com

