

บทที่ 5

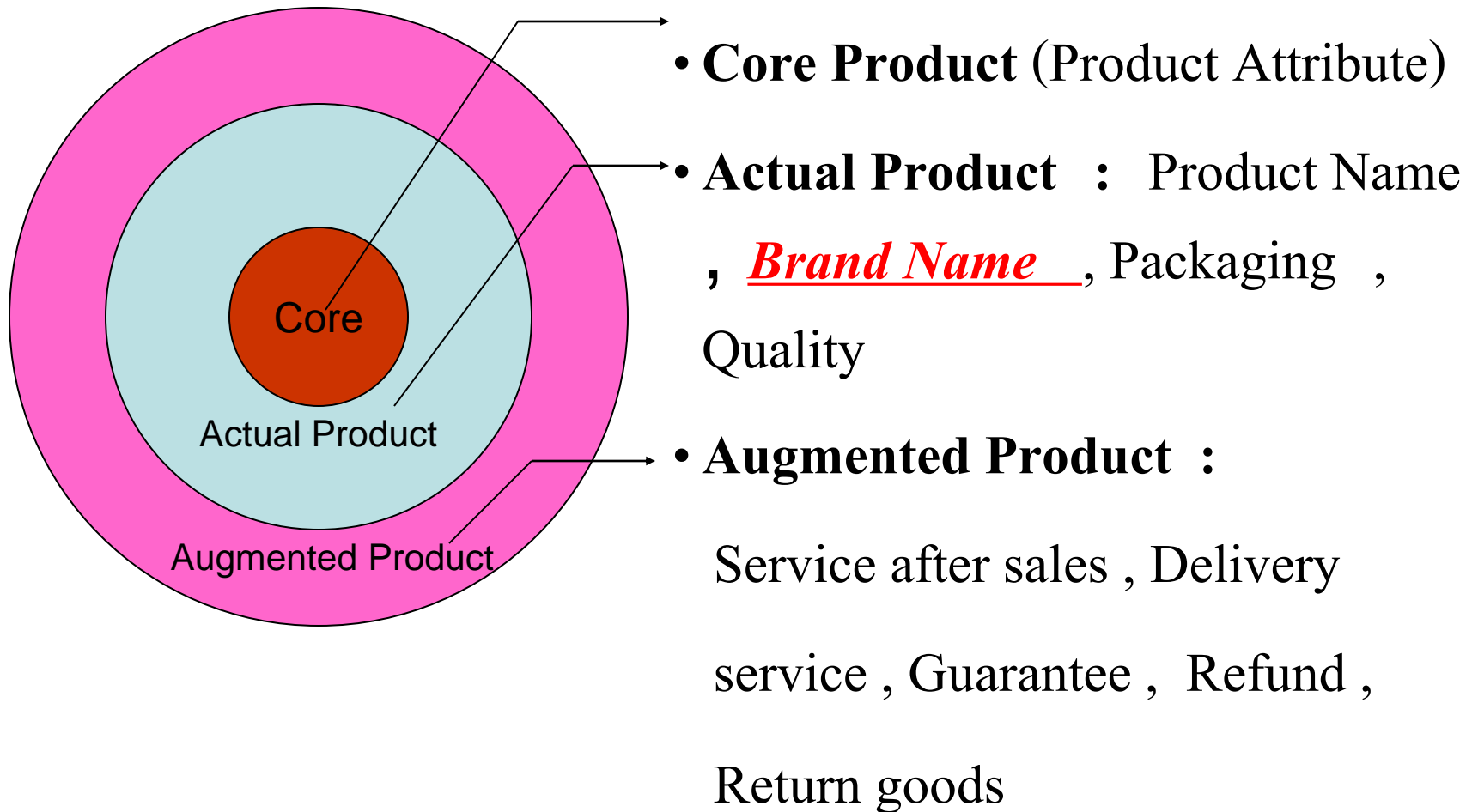
โอกาสทางการตลาดและ ลูกค้าเป้าหมาย



การเปลี่ยนแปลงของสถานะแวดล้อมการประกอบธุรกิจ

1. การจัดจำหน่ายสินค้าที่มียี่ห้อที่มีความสำคัญเพิ่มมากขึ้น
2. คู่แข่งในตลาดลดลงแต่สินค้ายี่ห้อกลับแข็งแกร่งขึ้น
3. วงจรชีวิตของสินค้าสั้นลง
4. กระบวนการผลิตที่มีประสิทธิภาพสูงขึ้นทำให้การซื้อของใหม่ถูกกว่าซ่อม
5. เทคโนโลยี Digital กระตุ้นให้เกิดการปฏิวัติในการทำธุรกิจ
6. เครื่องหมายการค้าและการจดลิขสิทธิ์สูงขึ้น
7. สินค้าหลากหลายขึ้นอย่างรวดเร็วจนน่าตกใจ
8. ตลาดเต็มไปด้วยส่วนย่อย ๆ ทำให้กำไรลดต่ำลง
9. การโฆษณาถึงจุดอิ่มตัวและสื่อที่ความหลากหลายมีลักษณะเฉพาะตัว
10. ความสามารถในการครองใจลูกค้าต่ำลง

Product Component



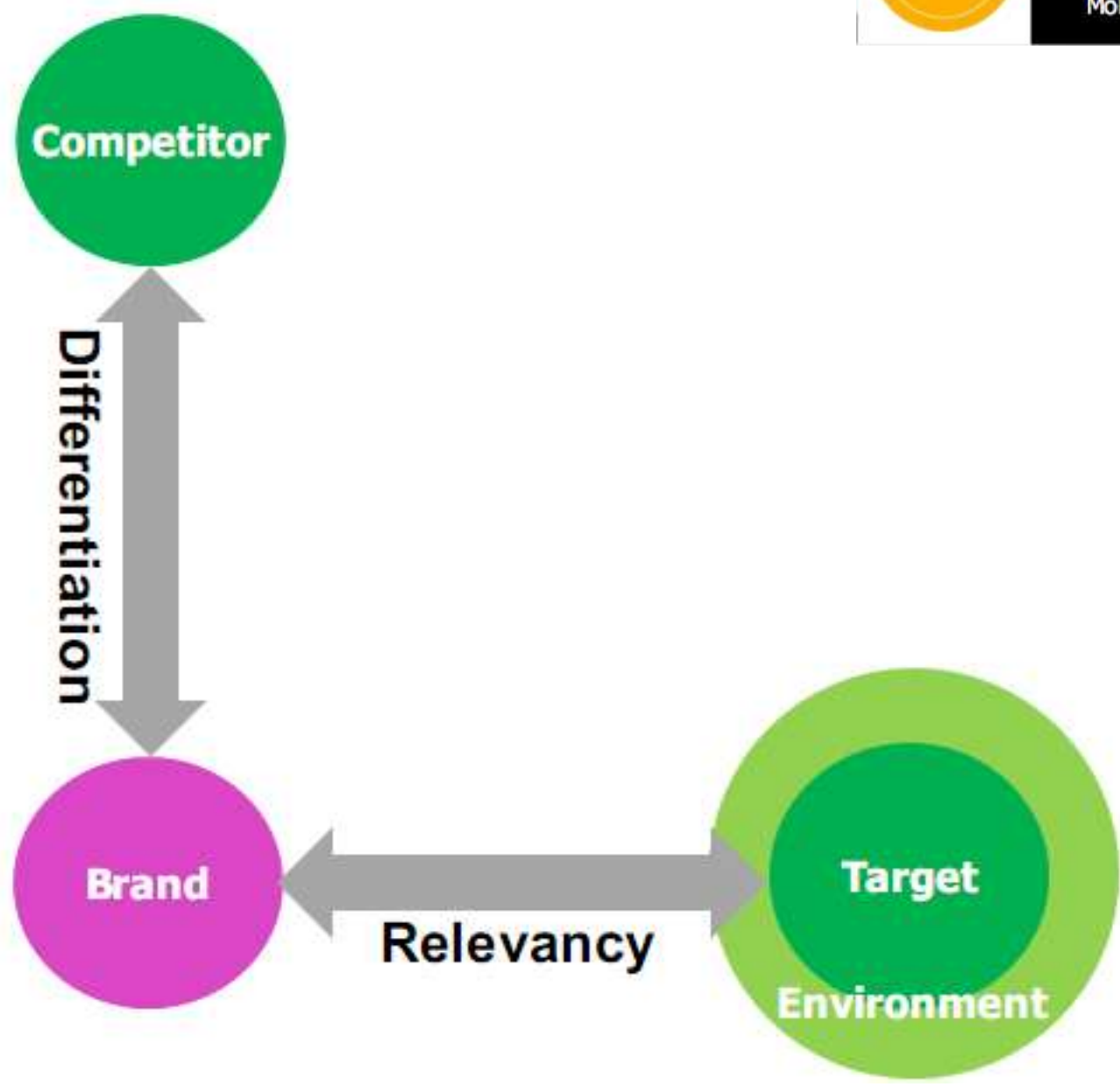


Contact: Jitr Tantasathien
Jitr@thehouseofhats.com
Office: 02-252-5455
Mobile: 081-644-8986

**Creative branding
is the art of
creating
a meaningful story
to get connect
with target**

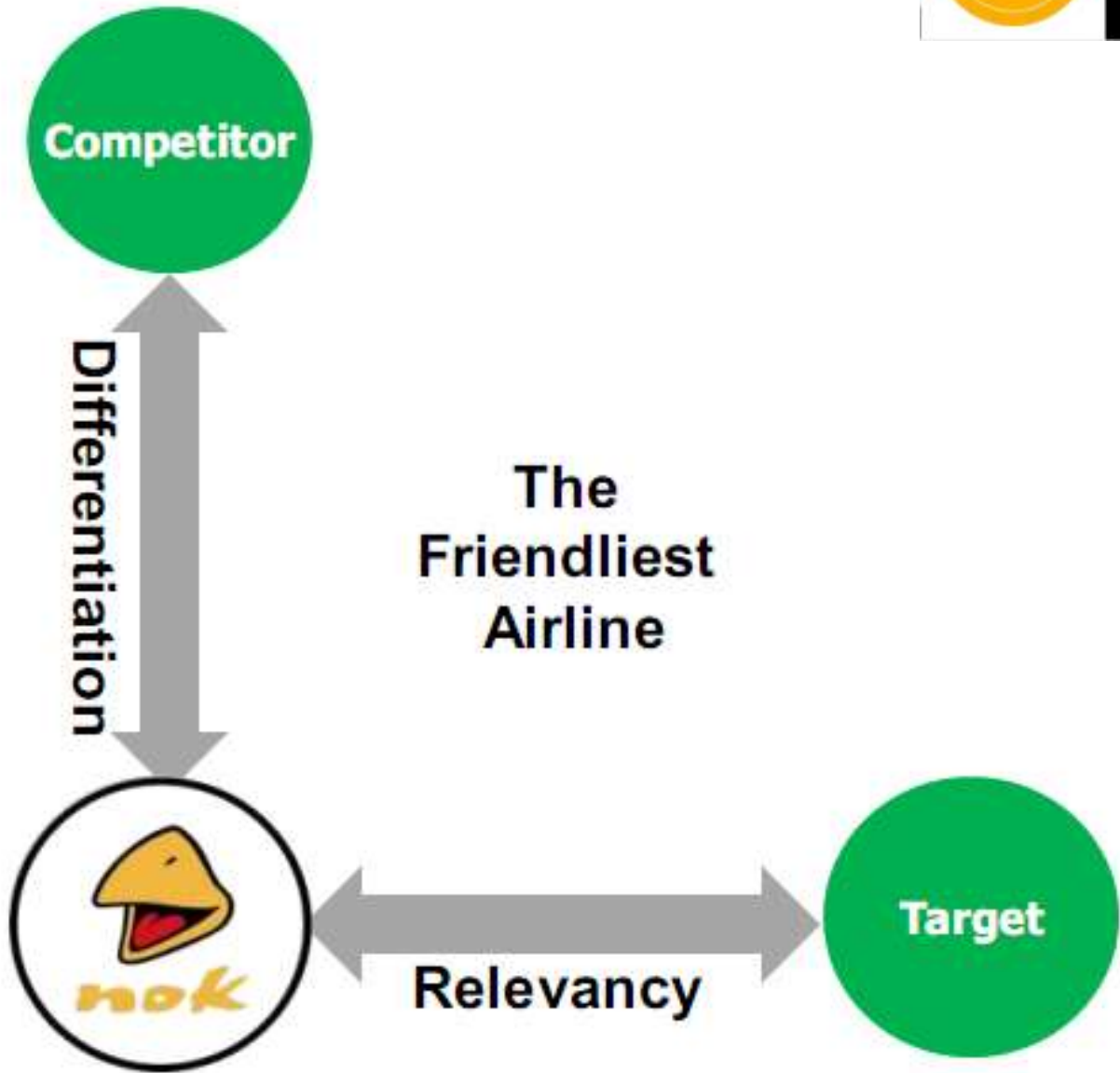


Contact: Jitr Tantasathien
Jitr@thehouseofhats.com
Office: 02-252-5455
Mobile: 081-644-8986





Contact: Jitr Tantasathien
Jitr@thehouseofhats.com
Office: 02-252-5455
Mobile: 081-644-8986



Nok Fan Club
 อภินิหารที่เหนือกว่า
 สำหรับผู้โดยสารบนแอร์

Flight
 From: Bangkok (Don Mueang)
 To: Chiang Mai
 Depart: 25 January 2012
 Return: 25 January 2012

Nok Fan Club
 อภินิหารที่เหนือกว่า สำหรับผู้โดยสารบนแอร์

- 100% ของที่นั่งบนเครื่องบิน Nok Air จะถูกจองไว้สำหรับผู้โดยสารที่ลงทะเบียนกับ Nok Fan Club
- 100% ของที่นั่งบนเครื่องบิน Nok Air จะถูกจองไว้สำหรับผู้โดยสารที่ลงทะเบียนกับ Nok Fan Club
- 100% ของที่นั่งบนเครื่องบิน Nok Air จะถูกจองไว้สำหรับผู้โดยสารที่ลงทะเบียนกับ Nok Fan Club
- 100% ของที่นั่งบนเครื่องบิน Nok Air จะถูกจองไว้สำหรับผู้โดยสารที่ลงทะเบียนกับ Nok Fan Club
- 100% ของที่นั่งบนเครื่องบิน Nok Air จะถูกจองไว้สำหรับผู้โดยสารที่ลงทะเบียนกับ Nok Fan Club
- 100% ของที่นั่งบนเครื่องบิน Nok Air จะถูกจองไว้สำหรับผู้โดยสารที่ลงทะเบียนกับ Nok Fan Club



New Route
Chiang Mai ↔ **Phitsanulok**
990 Baht
All Inclusive
Book Now!
Operate on 16 Jan 12 onwards



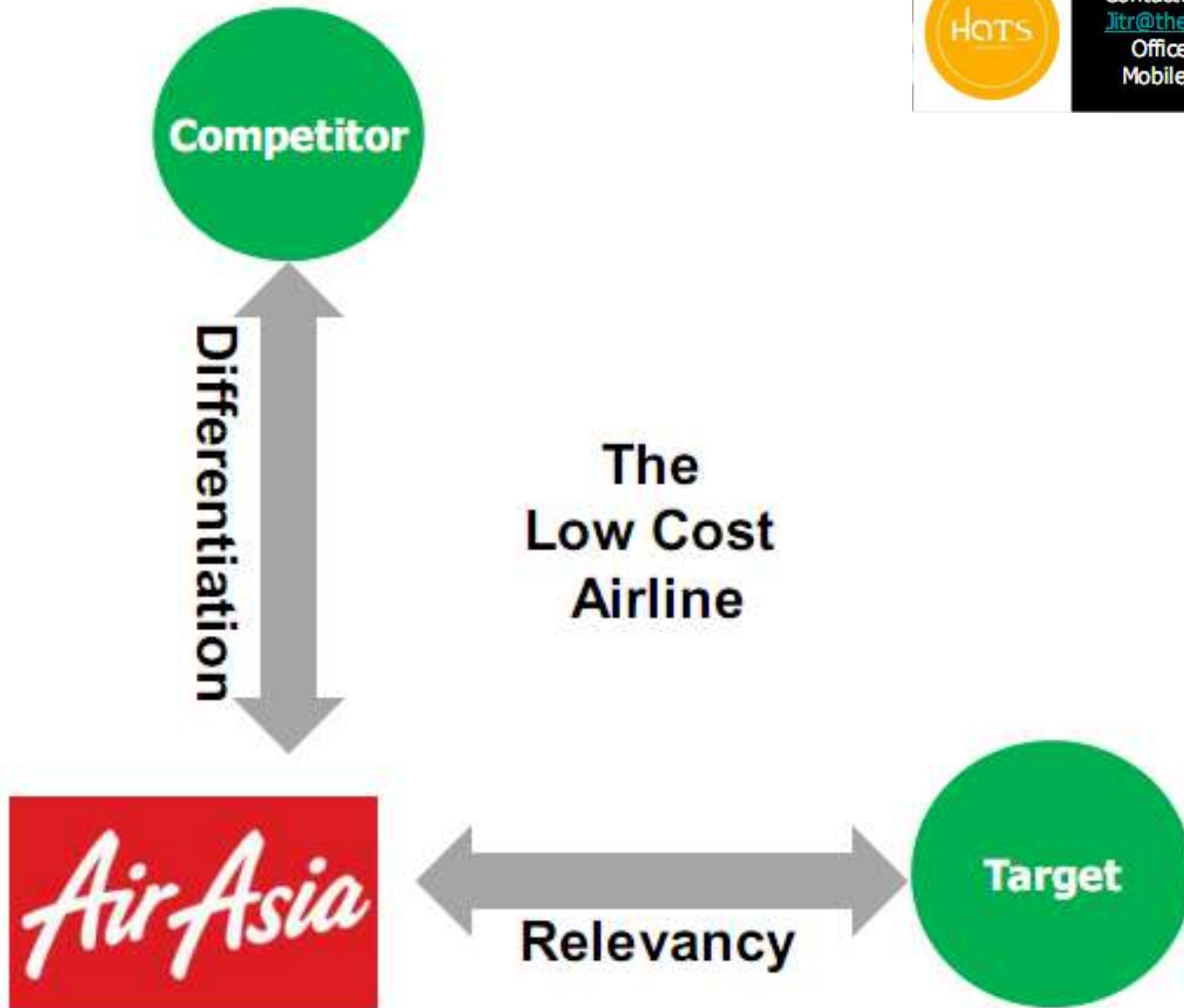


Nok Hello: 02-2382555

**Nok Fan Club
Hotline: 1318**

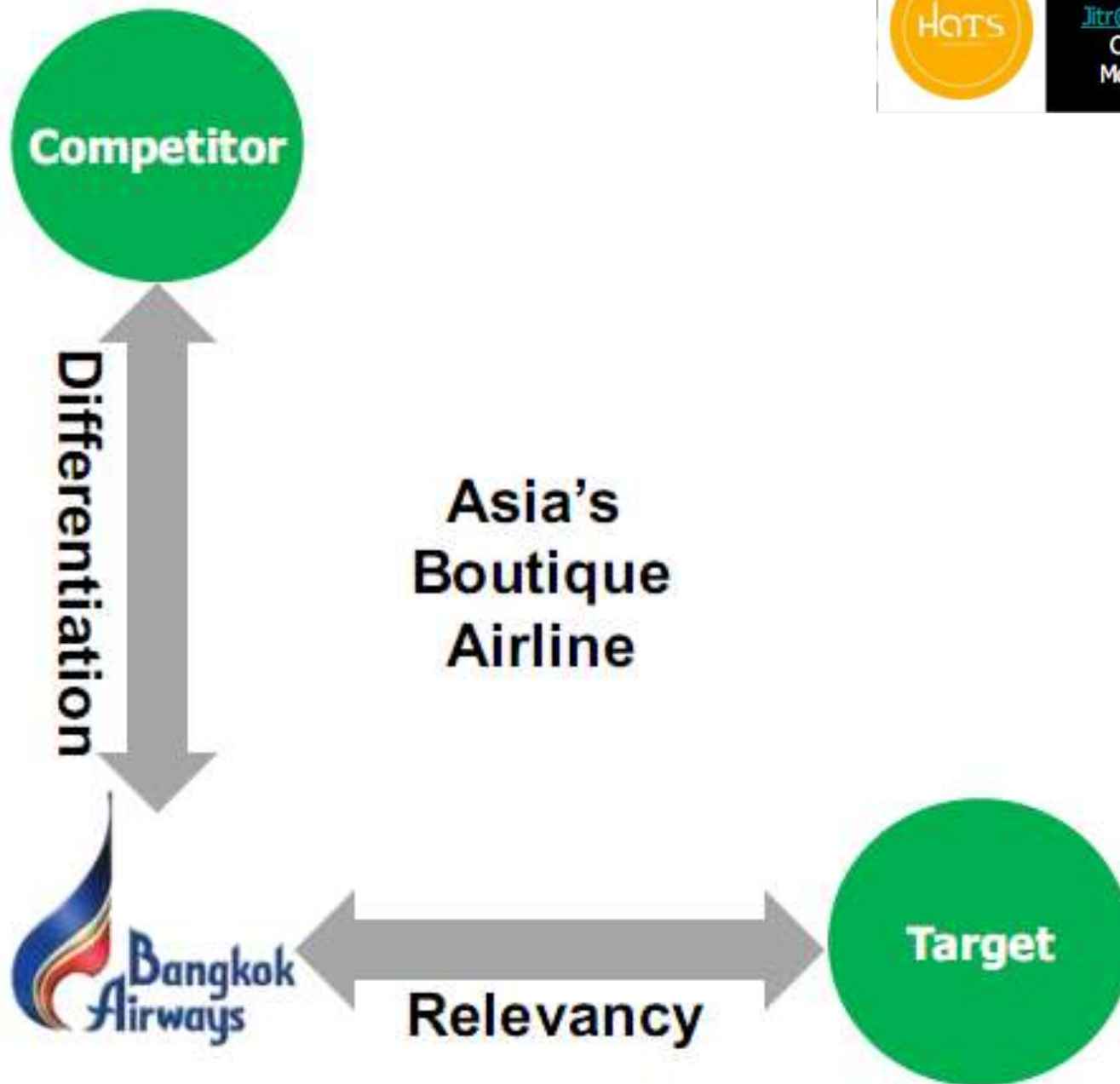


Contact: Jitr Tantasathien
jitr@thehouseofhats.com
Office: 02-252-5455
Mobile: 081-644-8986





Contact: Jitr Tantasathien
Jitr@thehouseofhats.com
Office: 02-252-5455
Mobile: 081-644-8986



Ranking The Brands top 20

Google



Microsoft



Coca-Cola



Walmart
Save money. Live better.

HONDA
The Power of Dreams

HSBC
The world's local bank

amazon.com



IBM

Mercedes-Benz



LEXUS

facebook



<http://www.rankingthebrands.com/The-Brand-Rankings.aspx?rankingID=30>

ตราสินค้าและโลโก้



กลุ่มของตราสินค้า
ประกอบด้วย Brand Name
และ Brand Mark



กลุ่มของตราสินค้าที่มีแต่ **Brand Mark** เรียกอีกอย่างว่า **LOGO**

ตราสินค้า

ผู้ประกอบการใหม่ควรสร้างภาพพจน์ในตราสินค้า (Brand Image) ให้เป็นสมบัติของกิจการ ตราสินค้าประกอบด้วย

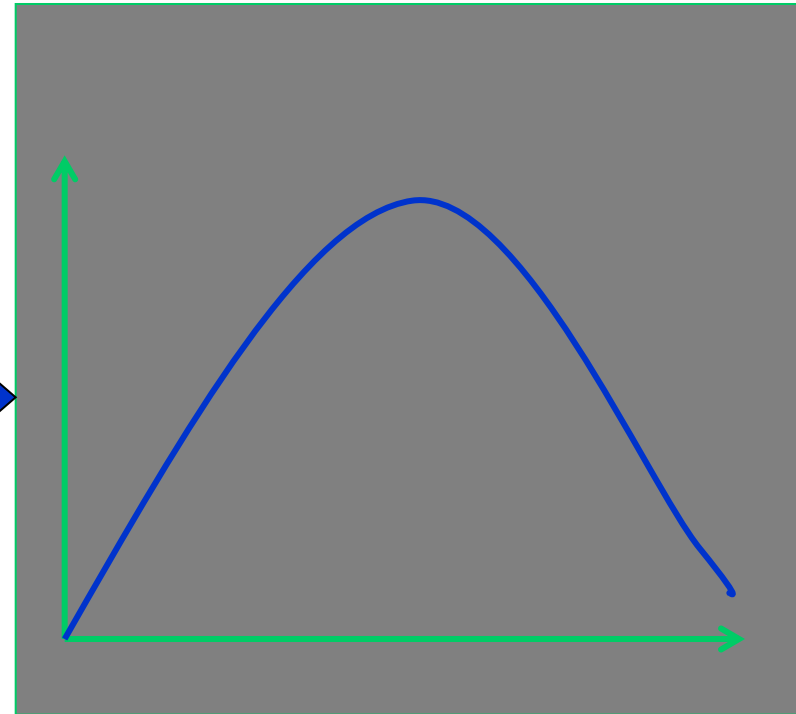
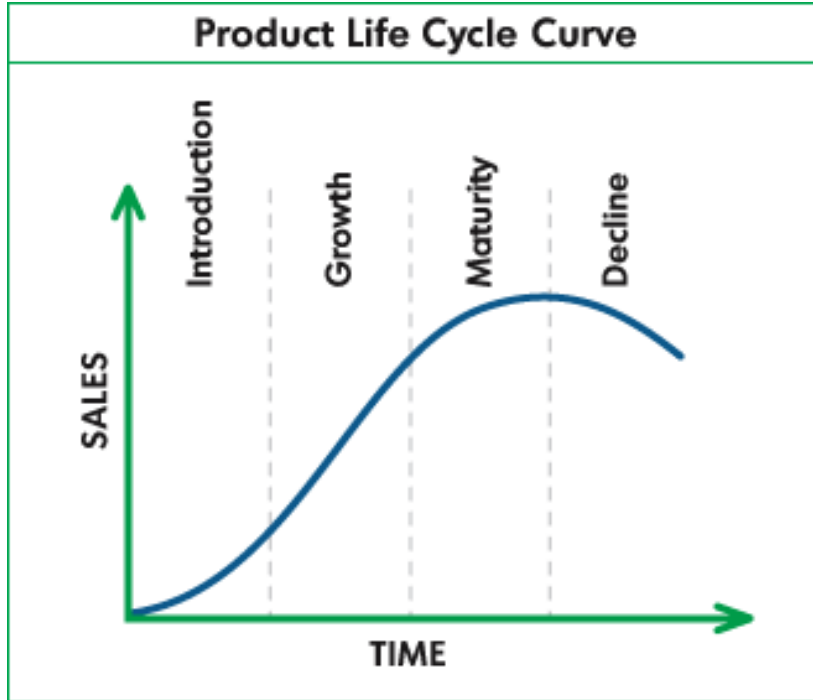
- ชื่อตราสินค้า (Brand Name) : อ่านออกเสียงได้
- สัญลักษณ์หรือเครื่องหมายการค้า (Brand Mark or Trade Mark)
 - มองเห็นได้ แต่อ่านออกเสียงไม่ได้

รวมกันเรียกว่า : ตราสินค้าหรือยี่ห้อสินค้า (Brand)

คุณค่าของตราสินค้า (Brand Equity) คือการที่ตราสินค้าของกิจการมีความหมายเชิงบวกในสายตาลูกค้า

- ลูกค้ารู้จักตราสินค้า : ทำให้ลูกค้าเรียก อ้างสินค้าได้ง่ายขึ้น
- ลูกค้ามีความรู้เกี่ยวกับตราสินค้านั้น : ลูกค้ามั่นใจในการใช้และบอกต่อได้
ลูกค้ารู้สึกคุ้นเคย มีความรู้สึกที่ดี ต่ตราสินค้าอย่างมั่นคง
- ลูกค้าจะจดจำตราสินค้านั้นได้ด้วยคุณลักษณะที่ไม่ซ้ำแบบใคร
- ลูกค้าจะเข้าใจในหลักประกันสำหรับสินค้า เช่นการรับประกันหรือการรับรองมาตรฐาน

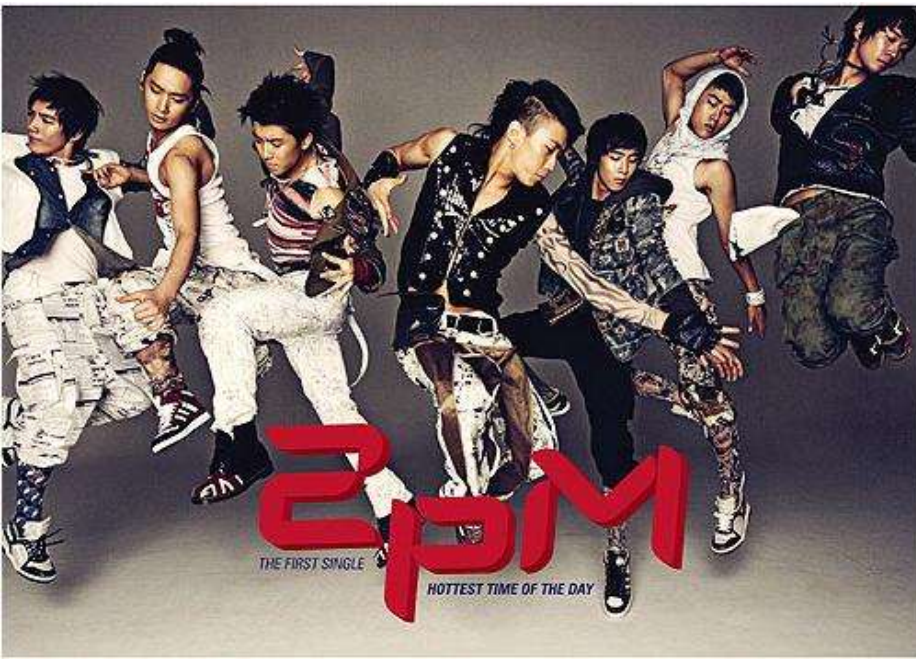
วงจรชีวิตสินค้าล้นลง



Life Cycle of Product has changed



Life Cycle of Product has changed



**กระบวนการผลิตที่มีประสิทธิภาพสูงขึ้น
ทำให้การซื้อของใหม่ถูกกว่าซ่อม**



Digital กระตุ้นให้เกิดการปฏิวัติ ในการทำธุรกิจ

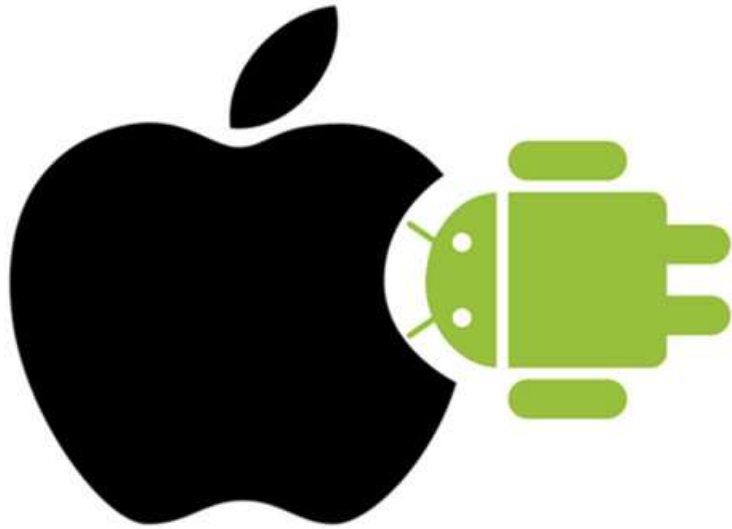


Nok Hello: 02-2382555

**Nok Fan Club
Hotline: 1318**

เครื่องหมายการค้าและการจดลิขสิทธิ์สูงขึ้น

Apple กับสิทธิบัตรใหม่ในเทคโนโลยีระบบจดจำใบหน้า “Face Detection” เพื่อใช้ใน iPhone, iPad และ MacBook, iMac



Google
MOTOROLA

มีการเปิดเผยว่า Android ได้เปิดใช้งานระบบ Face Unlock ออกมาก่อน แต่แท้ที่จริงแล้ว กลับเป็น Apple ที่ซึ่งจดสิทธิบัตรของระบบตัวนี้อาจมาก่อนไปแล้ว

เมื่อเดือนตุลาคม 2011 Google ได้ทำการเปิดตัวเครื่อง Samsung Galaxy Nexus พร้อมกับระบบปฏิบัติการตัวใหม่ Android 4.0 ซึ่งหนึ่งในความสามารถของระบบปฏิบัติการตัวใหม่นี้ก็คือความสามารถในการปลดล็อคเครื่องด้วยใบหน้าของเราได้ นั่นเอง ถือว่าเป็นความสามารถที่เพิ่งถูกนำมาใช้ใน Smartphone เป็นครั้งแรก หลังจากการเริ่มมีกล้องหน้าบนเครื่อง Smartphone ยุคใหม่



“สินค้าหลากหลายขึ้นอย่างรวดเร็วจนน่าตกใจและ
ตลาดเต็มไปด้วยส่วนย่อย ๆ ทำให้กำไรลดต่ำลง”





© MEDIA HEAVEN LTD

การโฆษณาถึงจุดอิมตัวและสื่อที่
ความหลากหลายมีลักษณะเฉพาะตัว

การโฆษณา
(Advertising)







LED Display





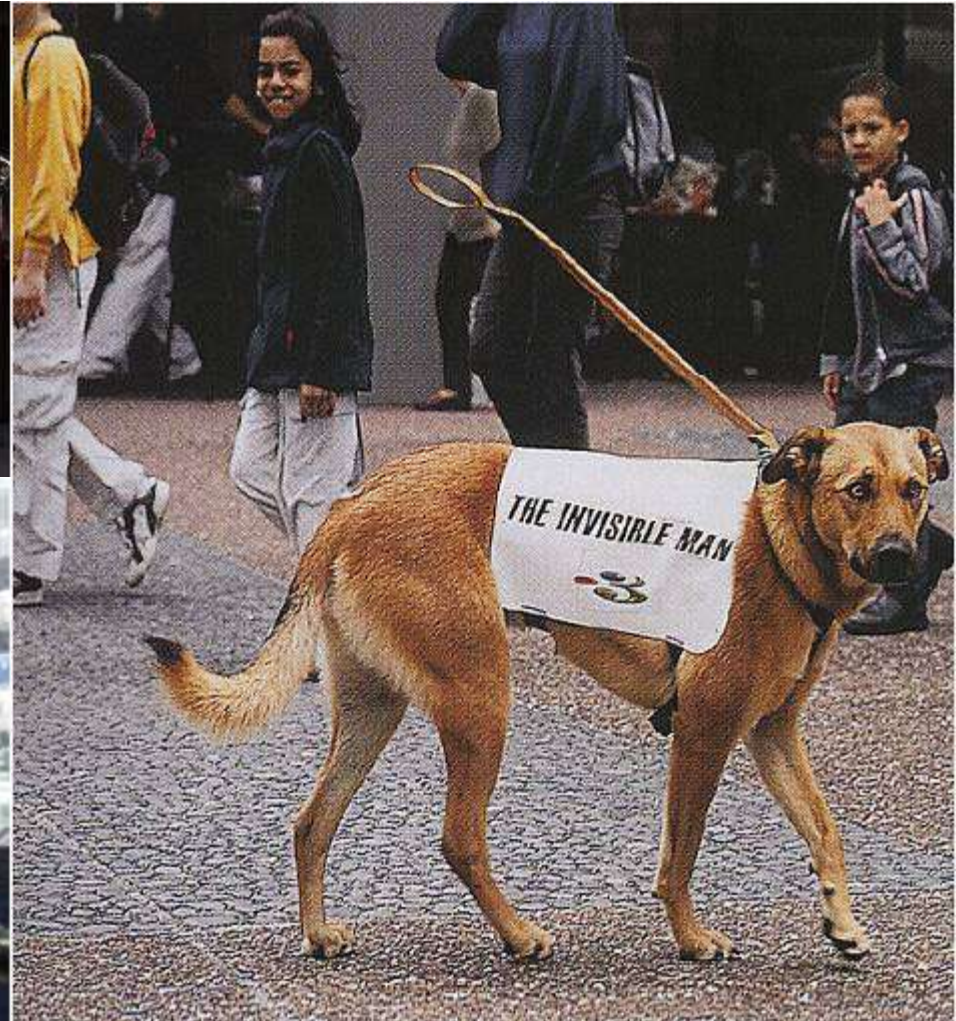




Teaser Advertising



สร้างกิจกรรมหรือปรากฏการณ์ใหม่ๆ แก่ผู้พบเห็น



“Talk of the Town”
‘Teaser Advertising’

การสร้างสถานการณ์

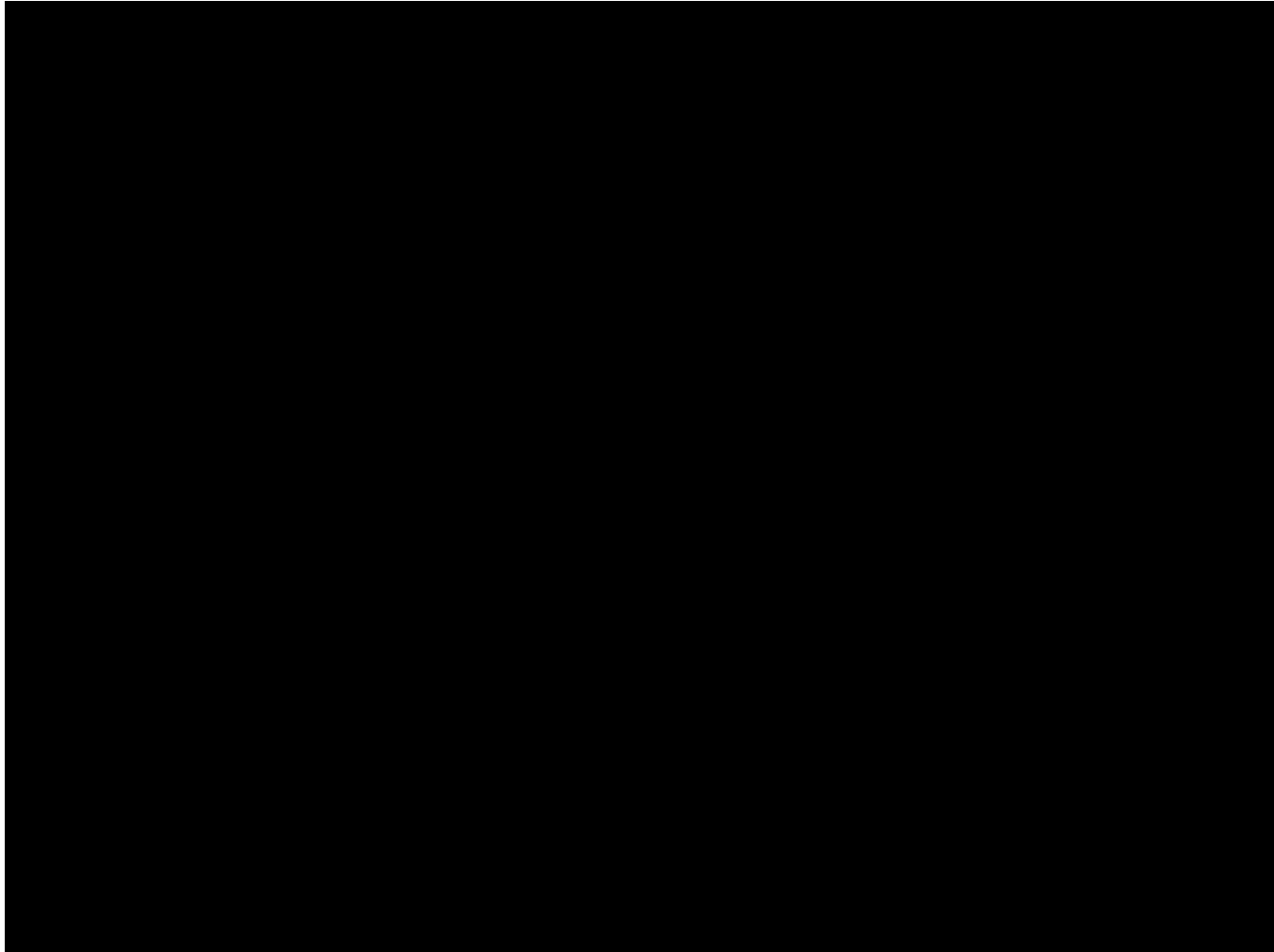
“Roti Boy Effect”



ประสบการณ์บาดเจ็บ Teaser Advertising



http://www.youtube.com/watch?v=gpUr_siiB14



แนวคิดเมืองโบราณ/บ้านเก่า วิถีเดิม Ancient / Antique Marketing

“วิถีชีวิตเดิมๆ ที่โยกหา
ในแบบหลวงพระบาง
เชียงคาน เชียงของ”



แนวคิดบ้านเก่าเมืองเดิมแบบเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม ดำเนินชีวิตให้ช้าลง ราบเรียบและกันเอง

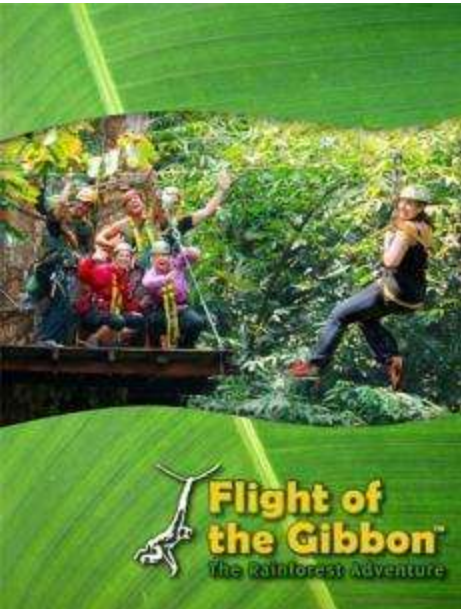
ตลาดความงาม/เพศทางเลือก การศัลยกรรมและชะลอความแก่ (Anti aging)

วุฒิ-ศักดิ์
WUTTISAK aesthetic clinic



Experienced Marketing

การให้ลูกค้ามีส่วนร่วมกับสินค้าหรือบริการ มากกว่าเพียงให้ยืนชมแล้วถ่ายภาพความประทับใจกลับไป แต่สร้างคุณค่าเพิ่มด้วยการให้ประสบการณ์...จะประทับใจกว่ามีรูปลิ่ม



ความเป็นตัวตน (ตัวกู...ของกู) (Customized Marketing)



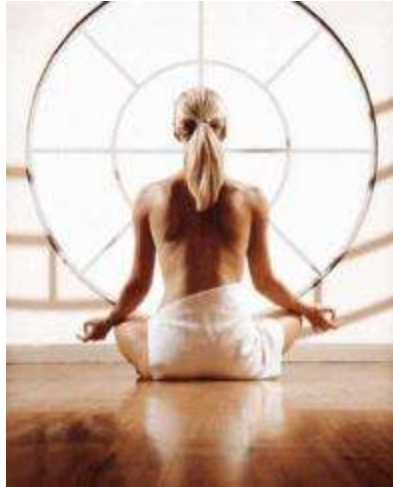
หากวันหนึ่ง ท่านซื้อเสื้อราคา 2,000 บาท ไปเดินห้างอย่างภาคภูมิใจแล้ว...มีคนใส่เสื้อตัวนั้นเดินสวนทางมา...ถามตัวเองเถอะว่ารู้สึกอย่างไร สมัยนี้การตลาดเปิดโอกาสให้เลือกได้ อย่างไม่มีใครเหมือน...

Slow Marketing

ทุกวันนี้ มนุษย์รีบเร่งเกินไป ก่อเกิดการแก่งแย่ง และเอาวัดเอาเปรียบ ยุ่งเหยียงวุ่นวาย นำมาซึ่งสุขภาพที่เสื่อมโทรมและอาชญากรรม หากหันมามองผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ช้าลงสักนิด ค่อยๆ เดินไป เชื่อสิ...จะมีกลุ่มคนบางกลุ่มที่ต้องการความช้าเหล่านั้น มาสนองความต้องการของพวกเขา



Meditation



Therapy



SPA , YOGA , Massage ,
Kulachatr C. Na Ayudhya

ECO Design (Green Products)

เป็นแนวคิดผลิตภัณฑ์หรือบริการที่สอดคล้องกับกระแสความพอเพียง การประหยัด การใช้สอยที่ใช้ทรัพยากรต่างๆ น้อยลง หรือนำวัสดุมาใช้ใหม่หรือใช้ซ้ำ ลดการเปลี่ยนแปลงโลก



Web ITAP (http://www3.easywebtime.com/itap_web/)



Innovation contribute world



From Trash to fashion



GREYHOUND X RUBBER KILLER

We teamed up with Chiang Mai's finest bag designer "Rubber Killer". Each bag was developed exclusively for Greyhound and is made from used car tires. They are constructed to be used as a handbag, brief, clutch, or medical bag. Chiang Mai Rubber Killer bag has superior quality, durability, and most importantly, it is 100% "green" for the earth.



STANDARD BAG - BLACK (100%)



REGULATORY - RUBBER KILLER (100%)



CONVERTIBLE - RUBBER KILLER (100%)

GREYHOUND

RUBBER KILLER

Reduce , Reuse



PUZZLE



SUMMER



MAHARAD



CURVES



DELIGHT



FRAMES



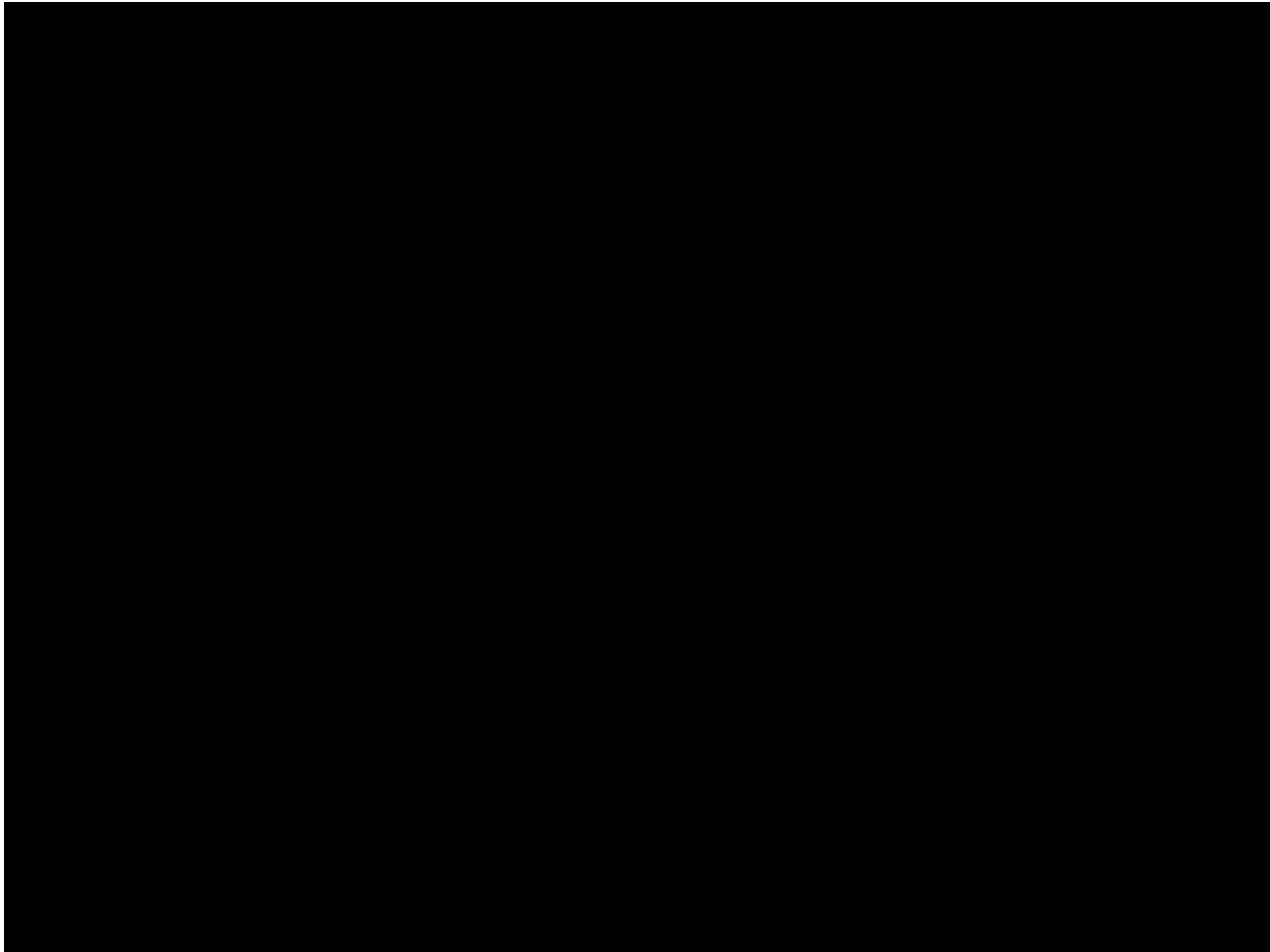
Science contribute world

New SIGG EcoCare Liner

Former SIGG Liner



Watch "A Day Made of Glass" and take a look at Corning's vision for the future with specialty glass at the heart of it. Learn more about Corning at corning.com. Search for career opportunities at corning.com/careers.



http://youtu.be/6Cf7IL_eZ38

Diversify / Convergence



โอกาสในการเข้าสู่พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

E-COMMERCE (Electronic Commercial)

การดำเนินธุรกิจ โดยใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งมีรูปแบบดังนี้

- Business to Business (B-to-B)
- Business to Customer (B-to-C)
- Consumer to Consumer (C-to-C)

 amazon.com.

 ebay®

โอกาสในการเข้าสู่พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

M-COMMERCE

ประโยชน์ทางธุรกิจ

- สั่งซื้อสินค้าโดยที่ไม่จำเป็นต้องไปซื้อเองและสามารถเรียกเก็บเงินได้จากการค่าบริการรายเดือนหรือจ่ายผ่านบัตรเครดิตของธนาคาร
- “Any time Any where”
- Smart Phone รุ่นใหม่ในปัจจุบันรองรับระบบ 3-4G, WIFI , EDGE ที่สามารถเชื่อมต่อเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้ฟรี

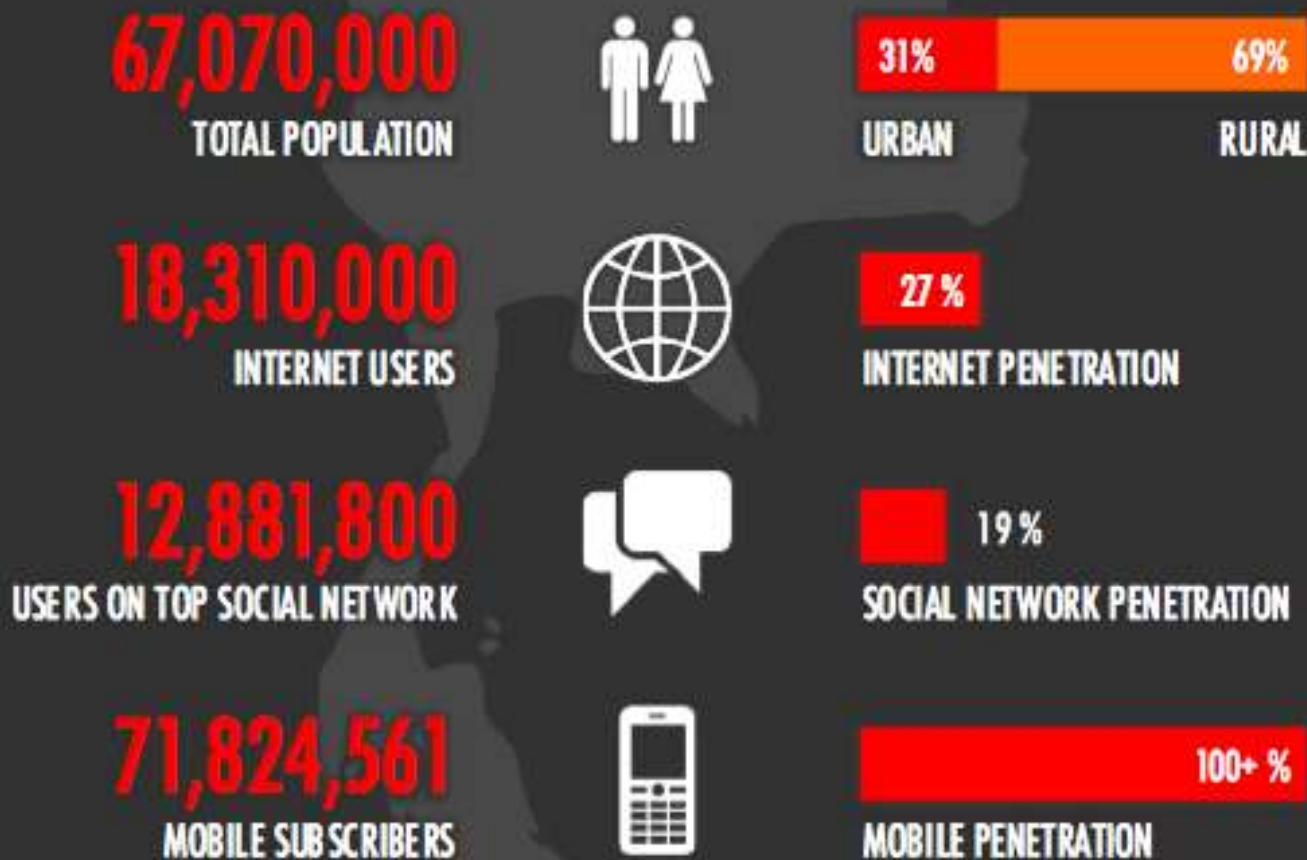




จำนวน mobile subscriber ในไทย : 71,824,561
 Mobile penetration: 107%
 36% ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตใช้อุปกรณ์ไร้สายในการเข้าเว็บไซต์
 72% ผู้ใช้อุปกรณ์ไร้สายในไทยอายุน้อยกว่า 24 ปี



ที่มา <http://mashingup.wordpress.com/about/>



Most Used Websites - By Verticals

| Vertical | Top Website | % Use (Among Vertical Users) | % Use Most (Among Vertical Users) |
|--|---------------|---------------------------------|--------------------------------------|
| Generic Portals (all-purpose websites) | Yahoo, Google | 84%, 84% | (Google) 51% |
| Emailing | Gmail | 92% | 61% |
| Instant Messaging | Gtalk/Gmail | 73% | 51% |
| Job Search | Naukri | 78% | 57% |
| Online News | Google | 61% | 32% |
| Online Travel Buy | IRCTC | 81% | 66% |
| Online Games | Facebook | 51% | 30% |
| Online Buying (Non-Travel) | Ebay | 49% | 31% |
| Real Estate | 99acfe | 64% | (Google) 36% |
| Business & Financial News | Google | 55% | 36% |
| Online Share Trading (Trading) | Sharekhan | 50% | 30% |
| PC to PC Net Telephony | Google/Gtalk | 89% | 52% |
| PC to Telephone Net Telephony | Google/Gtalk | 69% | (Yahoo) 46% |
| PC to Mobile Messaging (sms) | Way2sms | 79% | 59% |
| Net banking | ICICI Bank | 49% | 21% |

Social media marketing



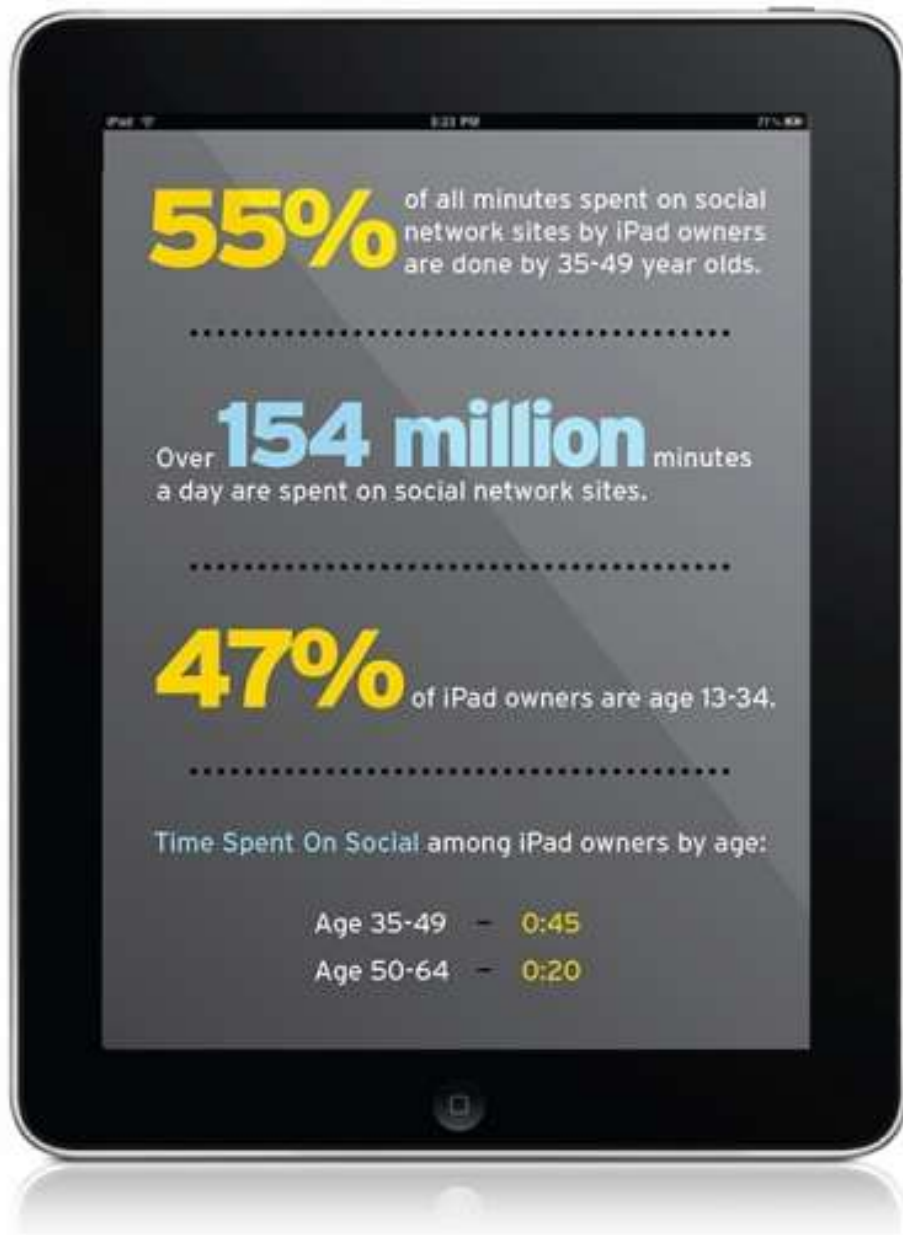
socialbakers

The Recipe for Social Marketing Success

FACEBOOK 2011 YEARBOOK

TOTAL FACEBOOK USERS





มีการเข้าใช้สังคมออนไลน์ผ่านอุปกรณ์ต่างๆ โดยเฉลี่ยแล้วถึง 154 ล้านนาที

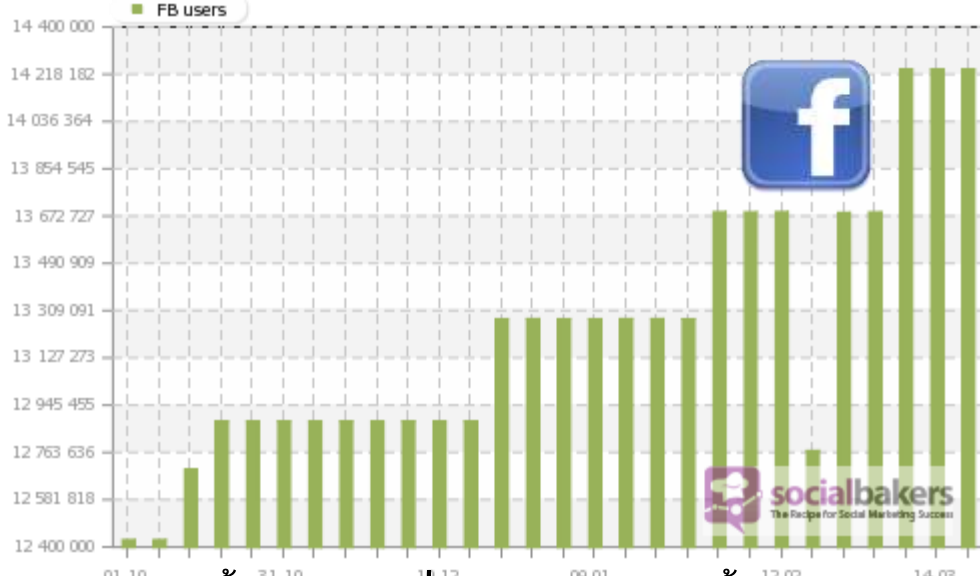
X-Gen (อายุ 35 – 49) ใช้เวลาประมาณ 45 นาทีต่อวันในการเล่น Facebook หรือสังคมออนไลน์อื่นๆ ผ่านทาง Tablet

Boomers (อายุ 50 – 64) ใช้เวลาประมาณ 20 นาทีต่อวันบนสังคมออนไลน์ ผ่าน Tablet

| | Last week | Last 2 weeks | Last month | Last 3 months | Last 6 months |
|-----|--------------------------------|--------------|------------|---------------|---------------|
| # | Country | Users ▼ | Change ↕ | (±%) ↕ | Pen. ↕ |
| 1. | United States | 155 892 160 | -1 520 100 | -0.97% ↓ | 50.25% |
| 2. | India | 45 019 840 | +3 617 420 | +8.74% ↑ | 3.84% |
| 3. | Indonesia | 43 523 740 | +1 746 500 | +4.18% ↑ | 17.91% |
| 4. | Brazil | 42 199 880 | +7 041 140 | +20.03% ↑ | 20.98% |
| 5. | Mexico | 33 597 260 | +2 606 780 | +8.41% ↑ | 29.87% |
| 6. | Turkey | 31 526 840 | +567 500 | +1.83% ↑ | 40.52% |
| 7. | United Kingdom | 30 485 180 | +14 780 | +0.05% ↑ | 48.89% |
| 8. | Philippines | 27 720 300 | +686 620 | +2.54% ↑ | 27.75% |
| 9. | France | 24 104 320 | +559 860 | +2.38% ↑ | 37.22% |
| 10. | Germany | 23 251 200 | +1 127 540 | +5.10% ↑ | 28.26% |
| 11. | Italy | 21 826 060 | +936 800 | +4.48% ↑ | 37.57% |
| 12. | Argentina | 18 203 640 | +624 880 | +3.55% ↑ | 44.03% |
| 13. | Canada | 17 292 920 | +179 000 | +1.05% ↑ | 51.22% |
| 14. | Colombia | 16 258 980 | +459 660 | +2.91% ↑ | 36.78% |
| 15. | Spain | 15 945 660 | +265 020 | +1.69% ↑ | 34.29% |
| 16. | Thailand | 14 235 700 | +360 120 | +2.53% ↑ | 21.44% |
| 17. | Malaysia | 12 365 780 | +305 440 | +2.53% ↑ | 47.27% |
| 18. | Taiwan | 11 883 680 | +283 420 | +2.44% ↑ | 51.61% |
| 19. | Australia | 10 889 960 | +168 940 | +1.58% ↑ | 51.22% |
| 20. | Egypt | 10 476 120 | +1 084 540 | +11.55% ↑ | 13.02% |
| 21. | Venezuela | 9 739 440 | +160 240 | +1.67% ↑ | 35.78% |
| 22. | Chile | 9 205 580 | +184 780 | +2.05% ↑ | 54.97% |



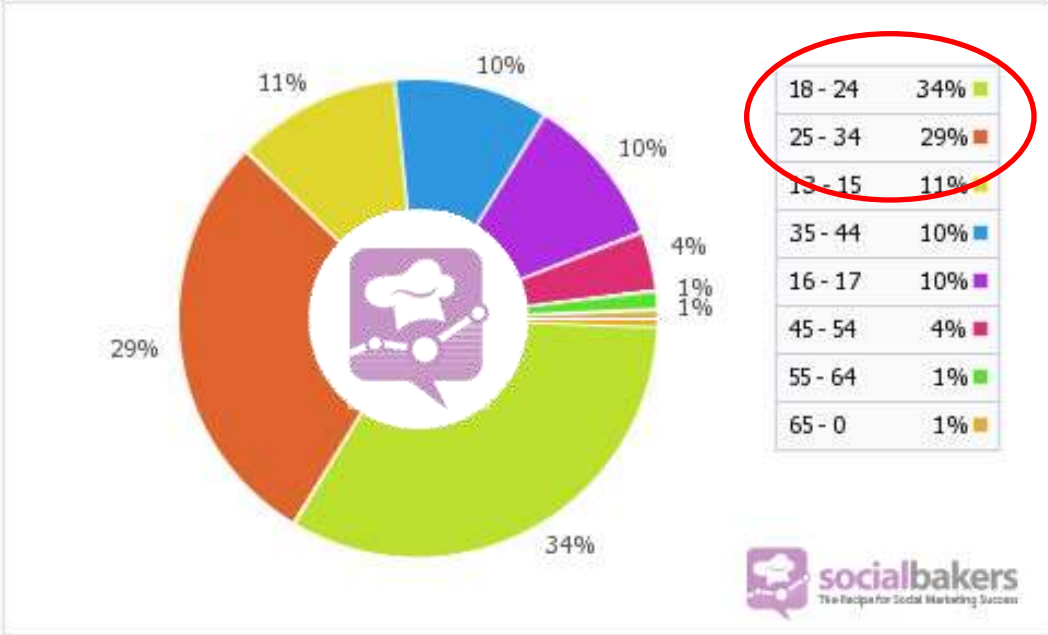
16th



| | |
|----------------------------------|------------|
| Total Facebook Users: | 14,235,700 |
| Position in the list: | No.16 |
| Penetration of population: | 21.44% |
| Penetration of online population | 81.41% |
| Average CPC: | \$0.13 |
| Average CPM: | \$0.06 |

CPM = \$10 นั้นหมายถึง เมื่อ Ad ครบ 1000 ครั้ง เขาจะจ่ายเงินให้คุณ \$10 ได้เงิน \$0.01 เวลา Ad ที่แสดงออกไป 1 ครั้ง (Cost per Impression , Mile)

CPC = \$0.10 หมายถึง ทุกๆ 1 คลิกดูโฆษณา จะได้เงิน \$0.10 (ถ้าเป็นมุมมองคนลงโฆษณา ก็เสียเงิน \$0.10 ทุกๆ 1 Click)

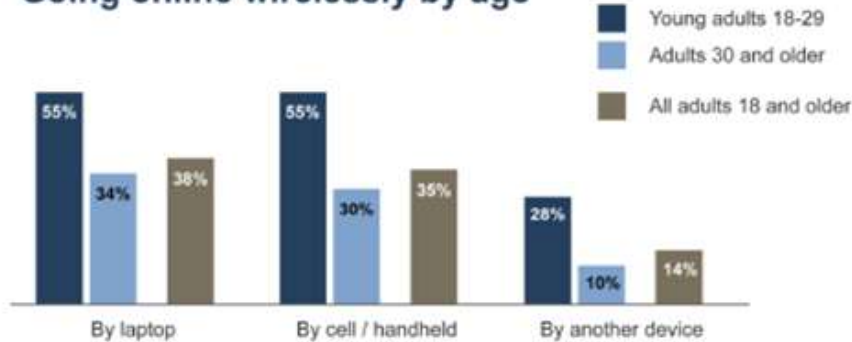


| Brands | Facebook users |
|---|----------------|
| GTH | 741,003 |
| BlackBerry Thailand | 406,073 |
| ICHITAN | 405,347 |
| THE STAR คั่นฟ้าคว่ำดาว | 382,920 |
| GMEMBER | 325,045 |

สถิติผู้ใช้ Social Network ด้วยมือถือ

Mobile Social Networks

Going online wirelessly by age



Survey:
Mobile Social Networking in Thailand April 2010

Mobile Social Networking Usage

US Mobile Subscriber [week ending April 4, 2010]

| | Sessions per Subscriber | Pages per Subscriber | Pages per Session | Time per Subscriber |
|------------------|-------------------------|----------------------|-------------------|---------------------|
| Average | 68.1 | 310 | 4.56 | 0:52:12 |
| MySpace | 57.6 | 246 | 4.28 | 0:40:19 |
| Facebook | 56.9 | 205 | 3.61 | 0:30:54 |
| MocoSpace | 63.9 | 476 | 7.45 | 1:31:02 |
| FunForMobile | 17.4 | 101 | 5.83 | 0:19:50 |
| AirG | 58.8 | 520 | 8.84 | 1:31:03 |
| Facebook Photos | 18.9 | 59.7 | 3.15 | 0:10:10 |
| Cellufun | 13.5 | 145 | 10.8 | 0:23:55 |
| MBuzzy | 64.3 | 359 | 5.58 | 1:09:41 |
| MocoSpace Photos | 15.7 | 57.2 | 3.63 | 0:12:22 |
| MobaMingle | 42 | 278 | 6.62 | 0:47:06 |

Key eMarketer Numbers — Mobile Social Networks

| | |
|----------------------|---|
| 5.6 billion | Mobile subscribers* worldwide in 2013, up from 4.6 billion in 2009 |
| 1.4 billion | Mobile Internet users worldwide in 2013, up from 505 million in 2009 |
| 607.5 million | Mobile social network users worldwide in 2013, up from 141.4 million in 2009 |
| 43.0% | Mobile social network users worldwide % of mobile Internet users worldwide in 2013, up from 28.0% in 2009 |
| 126.2 million | US mobile Internet users in 2013, up from 68.6 million in 2009 |
| 56.2 million | US mobile social network users in 2013, up from 21.9 million in 2009 |
| 44.5% | US mobile social network users % of US mobile Internet users in 2013, up from 31.9% in 2009 |

Note: as of December for each year; *refers to the number of active subscriptions; 2009 is an ITU estimate
Source: eMarketer, November 2009

“Customer generated contents”



“เด็กเสิร์ฟร้านนี้ X
มากเลยหว่าะ”



Things That Happen Every 60 Seconds Part 1



Infographic by- Shanghai Web Designers

Things That Happen Every 60 Seconds Part 2



Infographic by- GO-Gulf.com Web Design Company

KBank

เดือนโตมาร่วมสนุกกับเรา
กิจกรรมร่วมกิจกรรม
บอจจางง

รวมเล่นเกม

ส่วนเพื่อนภาคินรางวัล

MILLIONAIRE GAME

คะแนนรวมสูงสุด 30,000 บาท

HP NetBook 8GB MP Mini 110-1036 TU มูลค่ากว่า 15,000 บาท

และของรางวัลอื่นๆ อีกมากมาย รวมมูลค่ากว่า 30,000 บาท

เริ่มเกม

เมื่อใกล้หมดเวลาเล่นเกมแล้วถ้ายังไม่
คลิกขอรางวัลขอเงินเอง

YOUR BANK

| | | | | | | |
|-------|-------|-------|-------|--------|-------|-------|
| 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| KBank | Stars | Maly | Yutha | Takkom | Phang | May |
| 10000 | 10000 | 10000 | 11000 | 11000 | 11000 | 30000 |

facebook

Search

วันนี้สุดจะโชคดีด้านไหน
มาเนกิ เนโกะ ช่วยได้

Matcha
MINERAL WATER

Rollover เมื่อชงชาชง
Oishi Matcha Mineral

พร้อมเนโกะคลีก ช้อปรับค่าชง

Maneki Neko
Fortune Cats

โชคดีทุกวัน กับมาเนกิ เนโกะ

Oishi News Station on Facebook

การใช้เกมส์กระตุ้นการซื้อสินค้า



บริษัทพัฒนาเพื่อแผ่นดิน

ค้นหาข้าหากัน
สร้างสรรค์ประเทศไทย

โปรดเลือก

พรรคชาติพัฒนาเพื่อแผ่นดิน

และ

กุลวัตร จิตรกุล ณ ออยุธยา

เขตห้า เชียงใหม่

| | |
|---|---|
| 2 | X |
|---|---|

2 มกราคม 2554 วันเลือกตั้งล่วงหน้า ทางออก 2-2



Facebook/ads

facebook



Search



Kulachatr Home

Advertise on Facebook

1. Design Your Ad

Select Existing Creative [Design Your Ad FAQ](#)

Destination: [?]

Type: Sponsored Stories [?]
 Facebook Ads [?]

Story Type: Ad from a Page post [?]
 New ad message

Page Post Selection: [?]

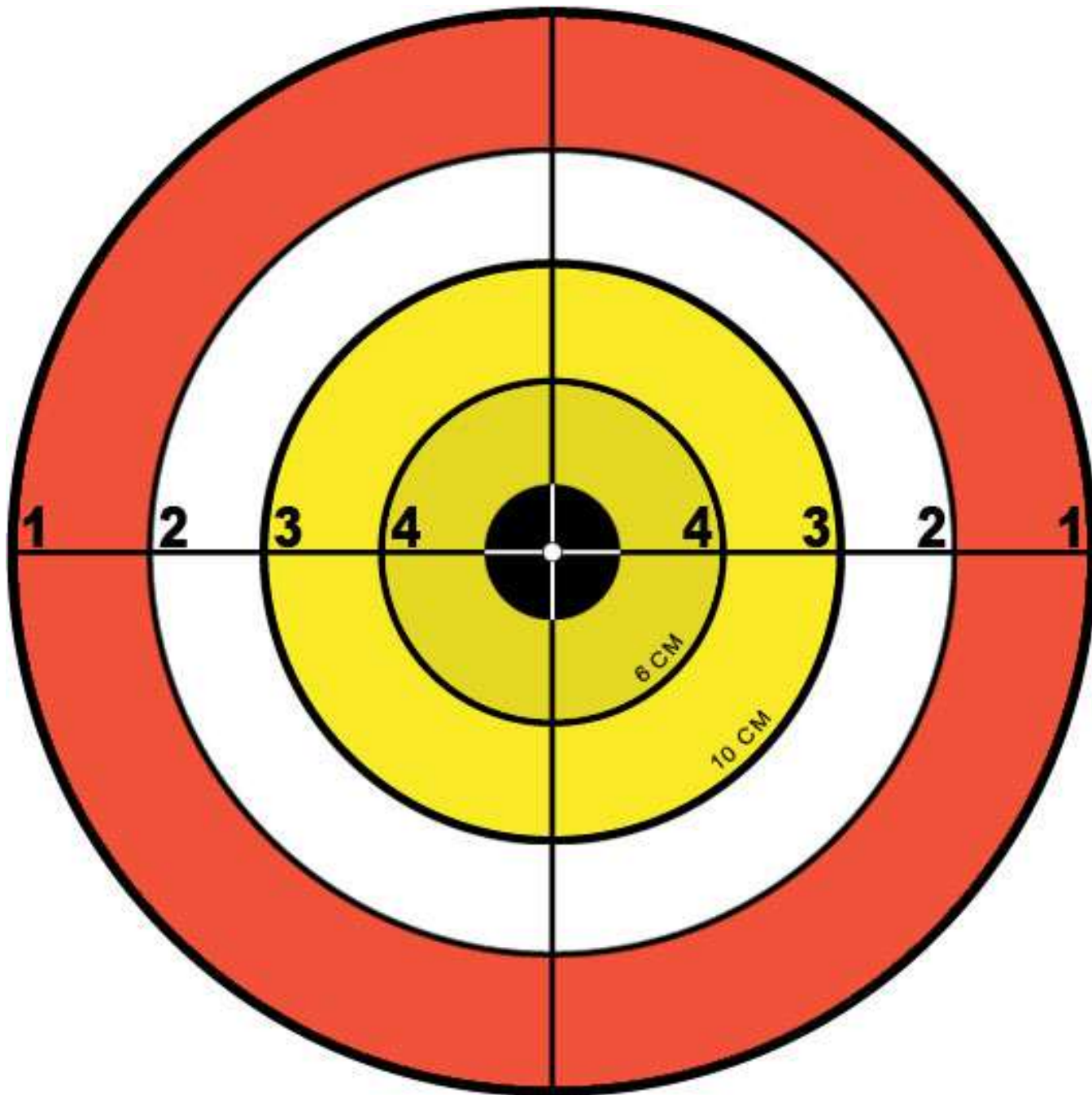
Optional Url Tags: [?]

Preview:

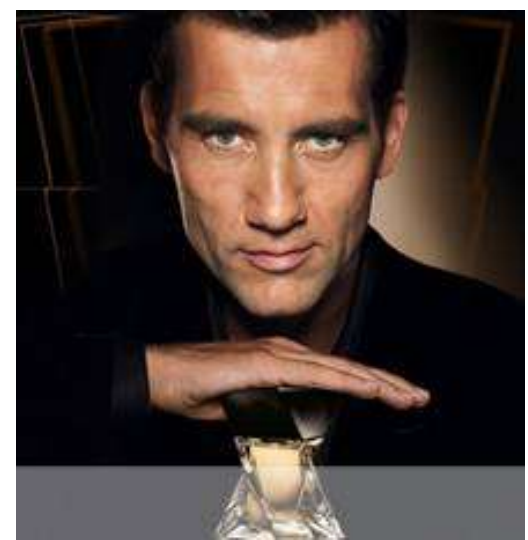


ชาวส่านาถูกใจ กดไลค์ อ.อ๋อย
ด้วยสำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัดเชียงใหม่ ร่วมกับคณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ได้จัดอบรมตามโครงการสรรค์สร้าง...











Mr.,Mrs. Smith

- The newly married couple.
- Like very much in...
 - Thailand beach
 - Thai food
 - Thai dance
 - Boutique hotel & resort
- They have long weekend in Thailand

John and Emma

- They are very old
80 & 75
respectively
- Happy ,friendly
- Love travelling

But

- Trouble in eating
- High blood
pressure





Kulachatr C. Na Ayudhya ,2008. **Consumer trend.** Rotary Club of CM North
<http://lunz-lunz.blogspot.com/2009/04/amway-nutrilite-protein-powder.html>

ความสำคัญของการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค

ทำการแบ่งส่วนตลาด (Market Segmentation) เนื่องจากเรามีทรัพยากรที่จำกัด จากนั้นจึงต้องทำการกำหนดกลุ่มตลาดเป้าหมาย (Target Market) และทำให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความพึงพอใจเพื่อให้อยู่ได้ในธุรกิจต่อไป และต้องพยายามอำนวยความสะดวกให้ผู้บริโภคเป้าหมายเกิดการซื้อซ้ำ (Repurchase) โดยการใช้กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) คลุกเคล้าให้กับผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจสูงสุด ซึ่งต้องศึกษาถึงค่านิยม ความเชื่อ วัฒนธรรมต่าง ๆ ของผู้บริโภค



การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

What?

"6 W 1 H"

- ผู้ซื้อเป็นใคร
- ใครเป็นผู้ตัดสินใจซื้อ
- ผู้ซื้อต้องการอะไร
- เพราะเหตุใดเขาจึงซื้อ
- เขาซื้อที่ไหน
- เขาซื้ออย่างไร
- ซื้อเมื่อใด
- ซื้อมากน้อยเพียงใด
- ใครเป็นผู้ใช้สินค้า
- พฤติกรรมที่จะซื้อในอนาคต

When?

Where?

Which?

Why?

Who?

How?

Data Mining ; Beer and Diapers



In this discount store (Aldi), beer and diapers are placed together. Because of Data Mining?

7Os and Marketing Strategies

| 6W1H | 7Os | Marketing Strategies |
|-----------------------|-----------------------------------|---|
| Who? | Occupants | 4Ps |
| What? | Objects | Products Strategies |
| Why? | Objectives “ ซื้อทำไม ” | Products Strategies Promotion Strategies |
| Who Participate with? | Organization | Promotion Strategies Advertising , Public Relation |
| When | Occasion | Promotion Strategies Advertising , Public Relation |
| Where | Outlets | Place –Distribution Strategies |
| How | Operation | Promotion Strategies ; PR |

Source ; Philip Kotler, Marketing Management ,2004

ปัจจัยที่มีอิทธิพลที่มีต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

1. คุณลักษณะทางกายภาพ
2. สภาพทางจิตวิทยาของผู้บริโภค
3. ครอบครัว
4. สังคม
5. วัฒนธรรม



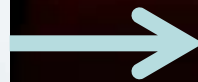
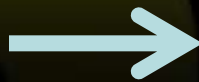
Flight of the Gibbon
TreeTopAsia.com



การวิเคราะห์ผู้บริโภค



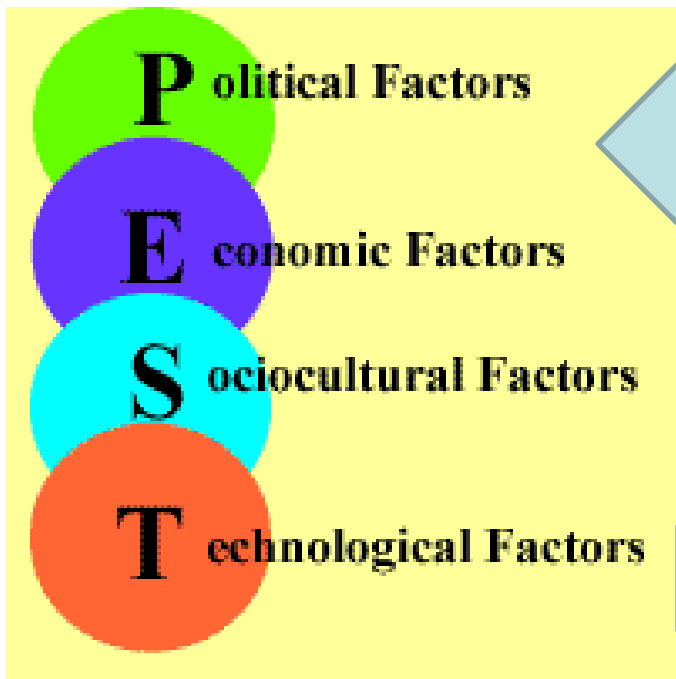
S



R

Consumer Behavior





STUMULUS

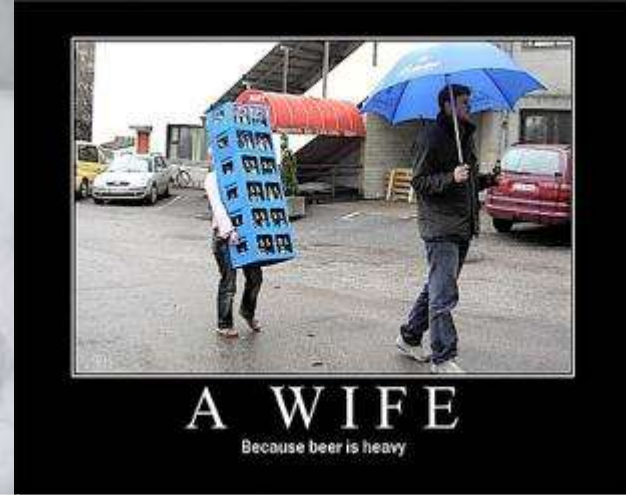


Consumer Black Box (คุณลักษณะผู้บริโภค)



- 1) ปัจจัยด้านวัฒนธรรม
- 2) ปัจจัยทางสังคม
 - ชั้นทางสังคม
 - กลุ่มอ้างอิง
 - ครอบครัว
 - บทบาทและสถานภาพ
- 3) ปัจจัยส่วนบุคคล
 - อาชีพและสถานภาพทางเศรษฐกิจ
 - รูปแบบการดำเนินชีวิต
 - ความเป็นปัจเจกชน

Consumer Behavior



before
marriage

Early
marriage

After 1y
marriage

After 10y
marriage

Flower
Gift
Restaurant
Gem
jewelry

Housing
Furniture
Travel
Shopping
Car

Home
Appliance

Children
Accessorie
s

Washing
Machine
2nd Car

Consumer Black Box (คุณลักษณะผู้บริโภค)



4) ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา (Psychological factors)

- ความต้องการ ความจำเป็น (NEED)
- แรงจูงใจ (Motive)
- การเรียนรู้ (Learning)
- การรับรู้ (Perception)
- บุคลิกภาพ (Personality) id , Ego , Super Ego by Sigmund Freud
- ทศนคติและความเชื่อ (Attitude & Belief)



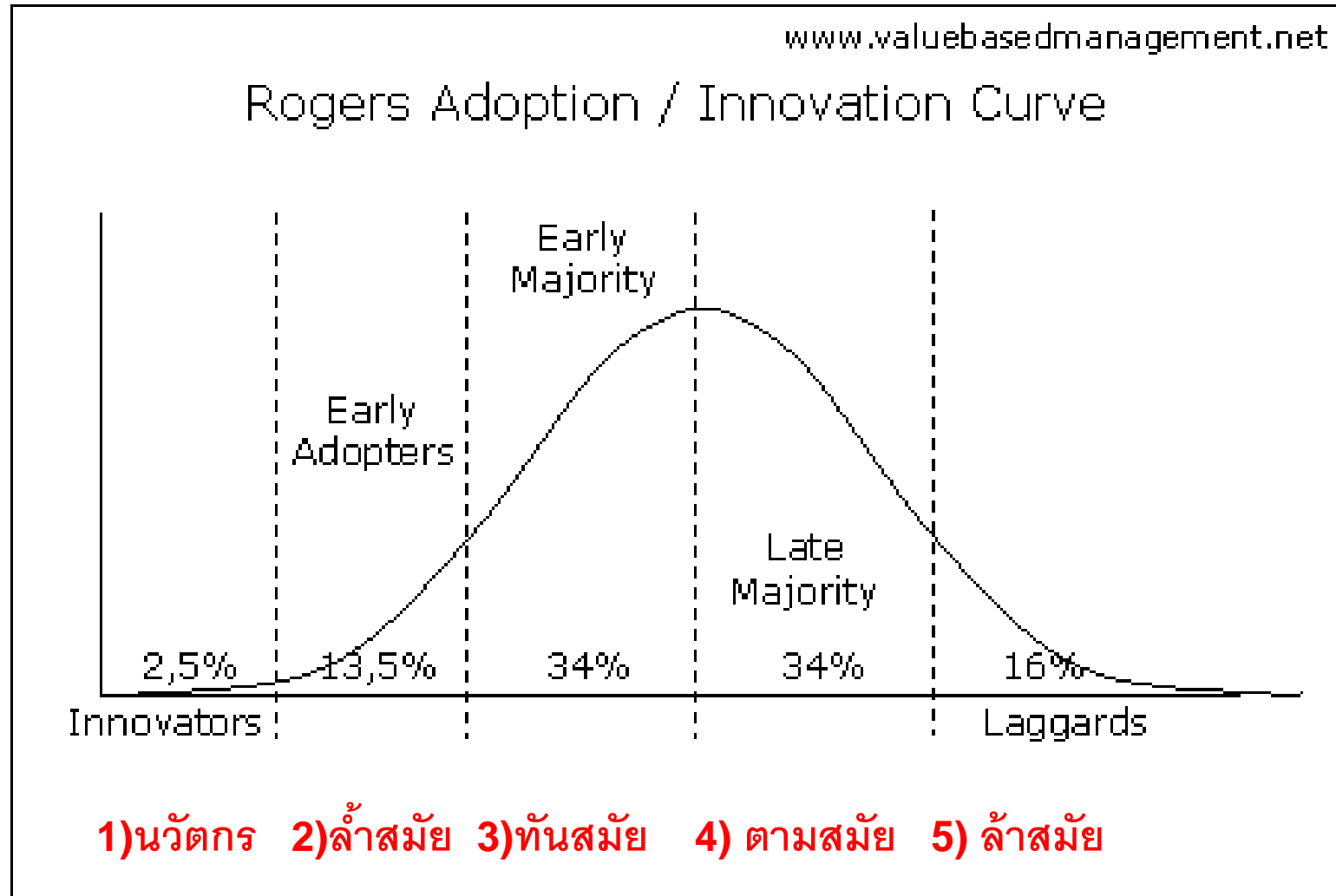
ทฤษฎี 2 ปัจจัย

Herzberg's Theory

- By Generic Goal
- By Specific Goal



ขั้นตอนในกระบวนการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ by Roger



กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Stages in Buying Decision Process)

