



# *Trend*

**Kulachatr Chatrakul Na Ayudhaya  
Marketing Department  
Business Administration Faculty  
Payap University**



# Influence factor of trend

## World Factor

- AEC
- Europe Economics Crisis
- Decrease of world trade
- War and terrorist
- Etc...

## Thai Factor

- การเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
- ทิศทางการเมืองไทย
- นโยบายรัฐบาลตามี่หาเสียงไว้
  - Tablet
  - ค่าแรง 300 บาท
- ปัญหาน้ำท่วม , ภัยแล้ง
- สถานการณ์ชายแดนใต้
- ราคาน้ำมัน , ราคาทองคำ
- ค่าครองชีพ , ราคาสินค้า
- เงินเฟ้อ
- ค่าเงินบาทและสถานการณ์ส่งออก



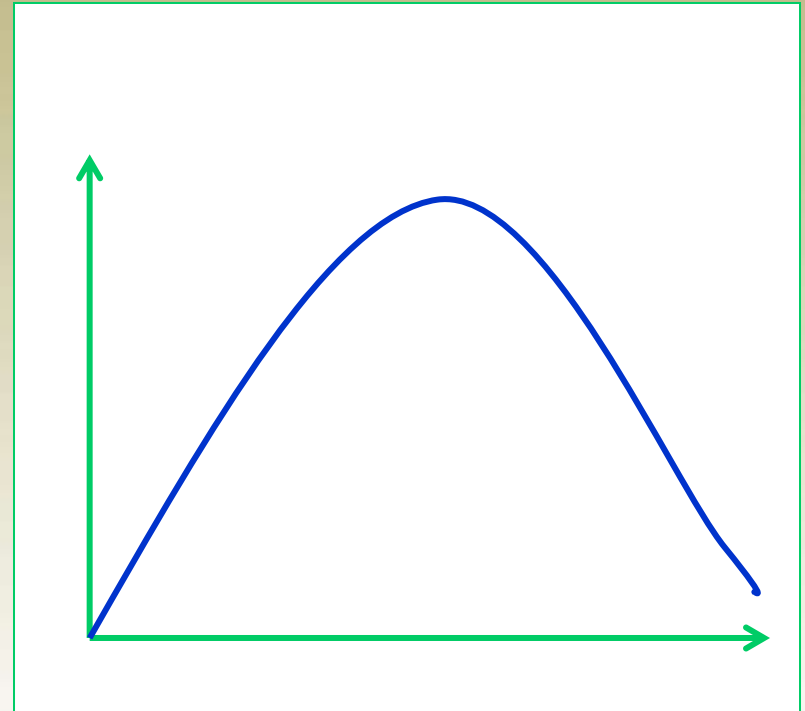
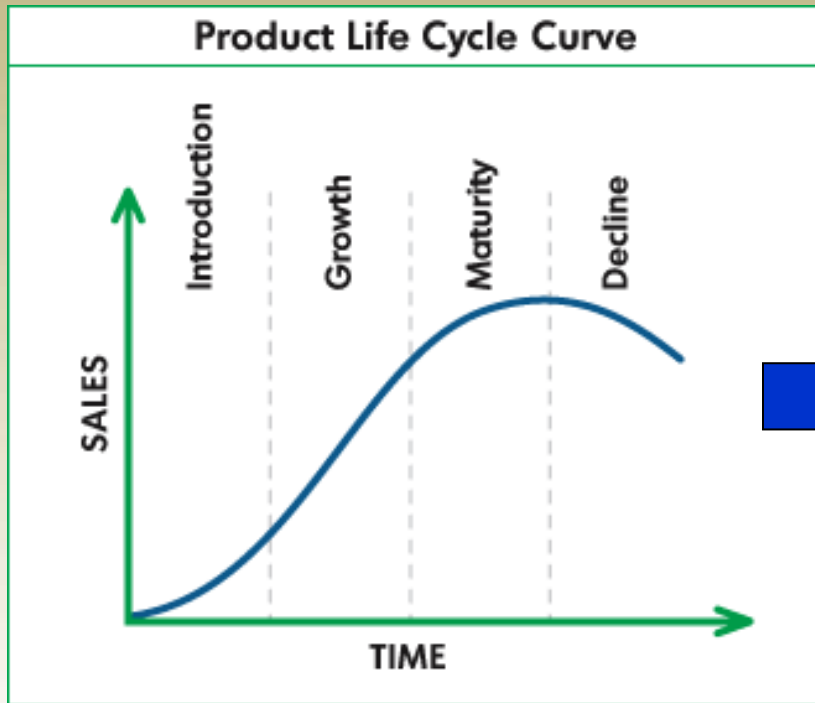
# 10 World Trends of new consumer

- Individual Era
- Behavior Change
- Experience
- Safety First
- Beautiful Man
- Back to Basic
- Working woman
- Power of Word of Mouth
- CSR

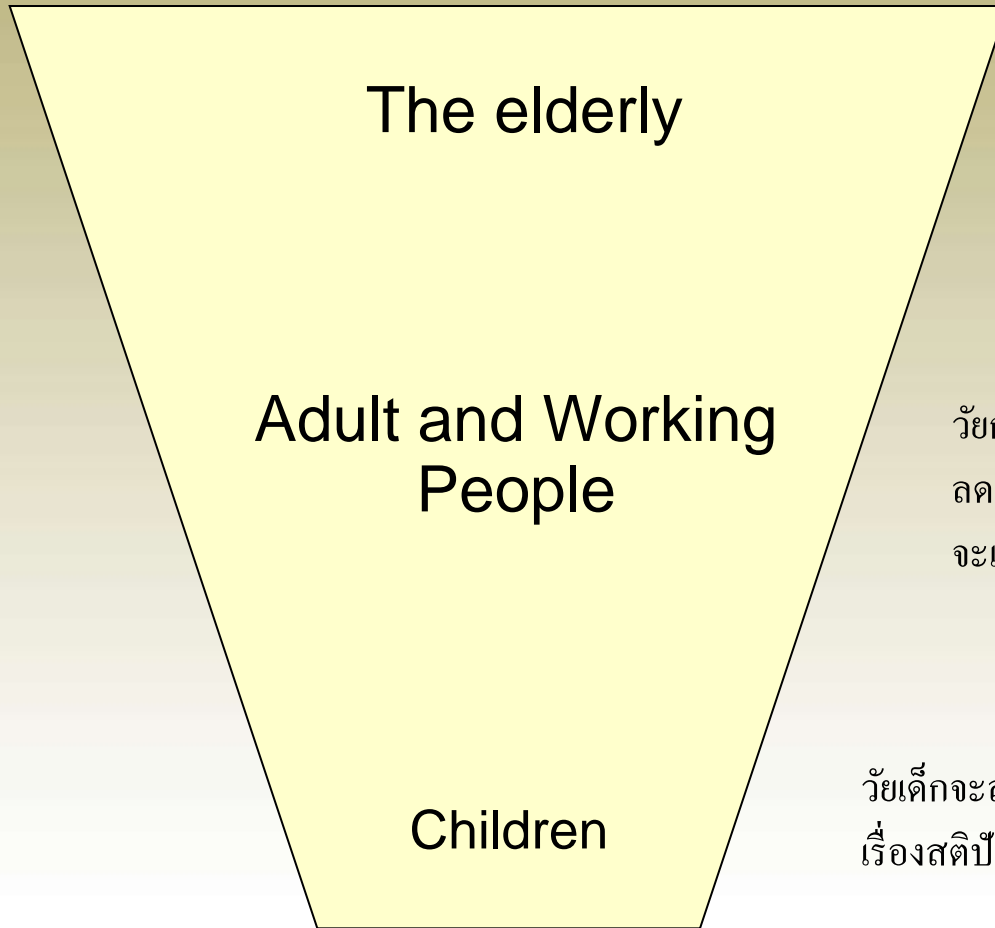
ผู้ผลิตสินค้าหรือบริการทั่วโลก ต่างบ่นเป็นเสียงเดียวกันว่า “ผู้บริโภคสมัยนี้ ฟรีสไตล์ ผันผวน รักร่าง หน่ายเร็ว ชอบทดลอง ยากต่อการติดตาม”

ดังนั้นแต่ต่อไป ผู้ผลิตสินค้าต้องทำความเข้าใจใหม่ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค คือตัวกำหนดตลาด (Consumer Centric) ผลิตภัณฑ์ของโลกยุคใหม่ ต้องทำให้คุ้นเคยกับวิถีชีวิตแห่งการมีส่วนร่วม ผลิตภัณฑ์ต้องเข้าใจผู้บริโภคชนิด Real time and Interactive

# Life Cycle of Product has changed



# Trends for people in the world



คนจะพยายามทุกวิถีทางเพื่อชะลอความแก่และความตาย สิ้นค้าสุขภาพและโปรแกรมการดูแลตัวเองจะเพิ่มขึ้น ธุรกิจด้านศาสนาจะเพิ่มขึ้น

วัยกลางคนจะไม่อยากมีบุตร การแต่งงานอาจลดลง อยู่กินกันไปเลย ธุรกิจเลี้ยงสุนัขแทนเด็กจะเข้ามาแทนที่

วัยเด็กจะลดลงอย่างน่าใจหาย ธุรกิจเกี่ยวกับเด็กจะเน้นเรื่องสติปัญญา ความรู้และการฟุ่มเฟือยดูแลอย่างดี



# 1 Individual Era

- End of mass marketing
- Authentication of individual persons  
cause
  - Limited Edition
  - Made just for you
  - It's only you
- Leadership



## 2 Consumer behavior change

- Impatient consumers
- Unpredictable and unstable consumers
- Want to consume many things in the same time

Products behavior are...

- Short Product life cycle
- Many products launch in market

So...we must make 'Surprise Marketing'

[Store](#)[Mac](#)[iPod + iTunes](#)[iPhone](#)[Downloads](#)[Support](#)

## Features

[Phone](#)[iPod](#)[Internet](#)[High Technology](#)[Tech Specs](#)

## iPhone + iTunes

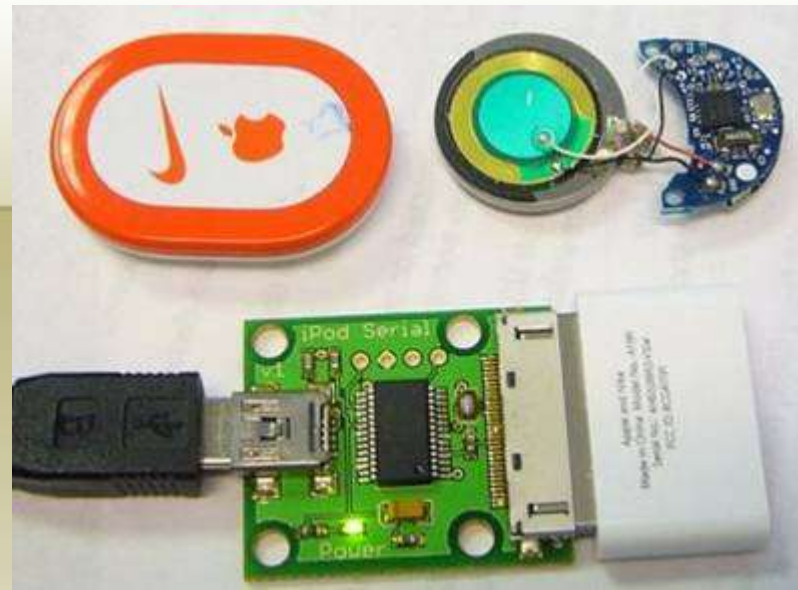
To set up your iPhone, you'll need an account with Apple's iTunes Store.



# iPhone. A guided tour.

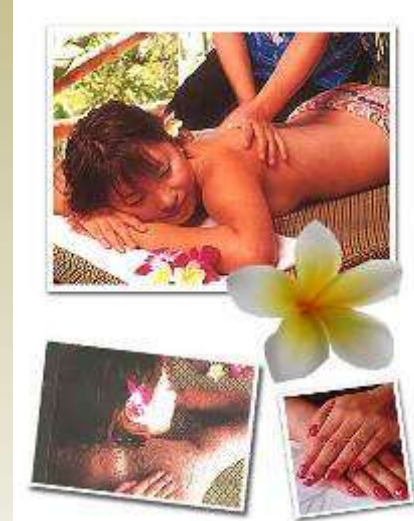
[Watch video](#)





# 3 Experience

- Make new experience for customers
- Unexpected experience for customers
- Make Customer Experiential Marketing (CEM)
  - Brand Loyalty









# 4 Safety First

- 1<sup>st</sup> of Maslow Hierarchy of need says...
- Event that shock the world
  - Tsunami ,Flooding ,Terrorist in South of Thailand ...etc
- Global Warming
- Energy Crisis
- **Water Crisis**

## “Market’hink”

Health Food, medicine, Energy saving product,  
campaign for reduce global warming ...etc

**Target is .....** Game player , Mom , Students,  
elder , ...etc



# Water Crisis





# Water Crisis

**billion people** in the world do not have access to safe drinking water, roughly **one-sixth of the world's population**.

**million people** in developing countries, most of them children, **die every year** from diseases associated with lack of access to safe drinking water, inadequate sanitation and poor hygiene.

**Half of the world's hospital beds** are filled with people suffering from water related illnesses.



# 5 Beautiful Man



**RESTORE  
RECHARGE  
REVITALISE**

WIGHT ON THE FEEL LEFT YOU LOOKING A LITTLE WORSE FOR WEARY? FEAR NOT. THIS FIVE STEP RECOVERY PLAN WILL HAVE YOU BACK TO NORMAL IN NO TIME.

**Step 1:** After a long day of work, your skin is tired and needs a little extra care. Use the NIVEA MEN Sensitive Skin product to soothe and hydrate your skin.

**Step 2:** Use the NIVEA MEN Sensitive Skin product to soothe and hydrate your skin.

**Step 3:** Use the NIVEA MEN Sensitive Skin product to soothe and hydrate your skin.

**Step 4:** Use the NIVEA MEN Sensitive Skin product to soothe and hydrate your skin.

**Step 5:** Use the NIVEA MEN Sensitive Skin product to soothe and hydrate your skin.

**What to Choose? SPF?**



**AGE FIGHT**  
ANTI-AGE PERFECTING FLUID

DISCOVER LANCÔME'S ANTI-AGE EXPERTISE SPECIALLY FORMULATED FOR MEN'S SKIN

[LEARN MORE](#)





# 6 Back to Basic

- Back to Nature
  - Organic Food
  - Fresh Food
  - No fertilizer
  - Sufficient Economy
- Conservation
  - Cultural effect
  - Hand Made
- Save the world
  - World heritage



Anti Cancer





# Cultural Effect

World Heritage



# 7 Working Woman

- When mother go out to work hard everyday
  - About children
    - ไม่มีเวลาดูแลลูกอีกต่อไปแล้ว เกิดปัญหาด้านอาหารการกินและการดูแลเรื่องอื่นๆ

- About her

- รู้สึกว่ากระฉับกระเฉงและดูอ่อนวัยเกินจริง 10 ปี
- รู้จักการวางแผนชีวิตมากขึ้น

## Markethin'k

- อาหารพร้อมรับประทาน
- ธุรกิจรับเลี้ยงดูลูก
- โรงเรียนเพิ่มกิจกรรมพิเศษ
- คุณแม่ต้องการกิจกรรมดูแลตัวเอง
  - ธุรกิจเกี่ยวกับบุคลิกภาพและการดูแลสุขภาพ
  - การวางแผนหลังเกษียณ : ธุรกิจประกันชีวิต หรือ โครงการออมทรัพย์ต่างๆ





# 8 Power of Word of Mouth

- 67% of people decide to buy by word of mouth while 14% by advertising
- 500 companies all of the world are making campaign for word of mouth or Viral Campaign
- Low cost but high effect

## Power by

- Social Networking ; Facebook , Twitter
- Forwarding email
- Chatting room: MSN messenger, Yahoo messenger
- Web Blog: MSN Space , Blogger.com,
- Speaking



## 9 CSR (people behind the scene)

- Social Responsibility Strategy
  - Increasing of company images
- Social Concern
- Environment Concern
  - Global Warming
  - Natural Conservation
  - Energy Concern : E20 , Solar , Fuel Cell , Hybrid car
  - Recycle Program



# Persons who should not be ignored

- Retired persons / Baby boomer
- People who hate sunshine
- Forgotten fathers
- Financial decision making mothers
- World of Singles
- Love in the office
- Night owls
- Left hand manias
- Marriages from online dating
- Grey population