



กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดนมผง

จาก MILK CODE ถึงพระราชบัญญัติความคุ้มครองการส่งเสริมการตลาดนมผง

ดร. บวรสรรค์ เจียดำรง
คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

MARKETING MIXs

การตลาดนมผงในประเทศไทย

การละเมิด CODE ของบริษัทนมผง

มายาคตินมผง = นมแม่

พ.ร.บ. ควบคุมการส่งเสริมการตลาดนมผงฯ

13 ข้อควรรู้เกี่ยวกับพ.ร.บ. นมผง

MARKETING MIXs

MARKETING MIXS



PROMOTION

1

ADVERTISING

การโฆษณา

2

PUBLIC RELATION

การประชาสัมพันธ์

3

SALES PROMOTION

การส่งเสริมการขาย

4

PERSONAL SELLING

พนักงานขาย

5 DIRECT MARKETING การตลาดทางตรง

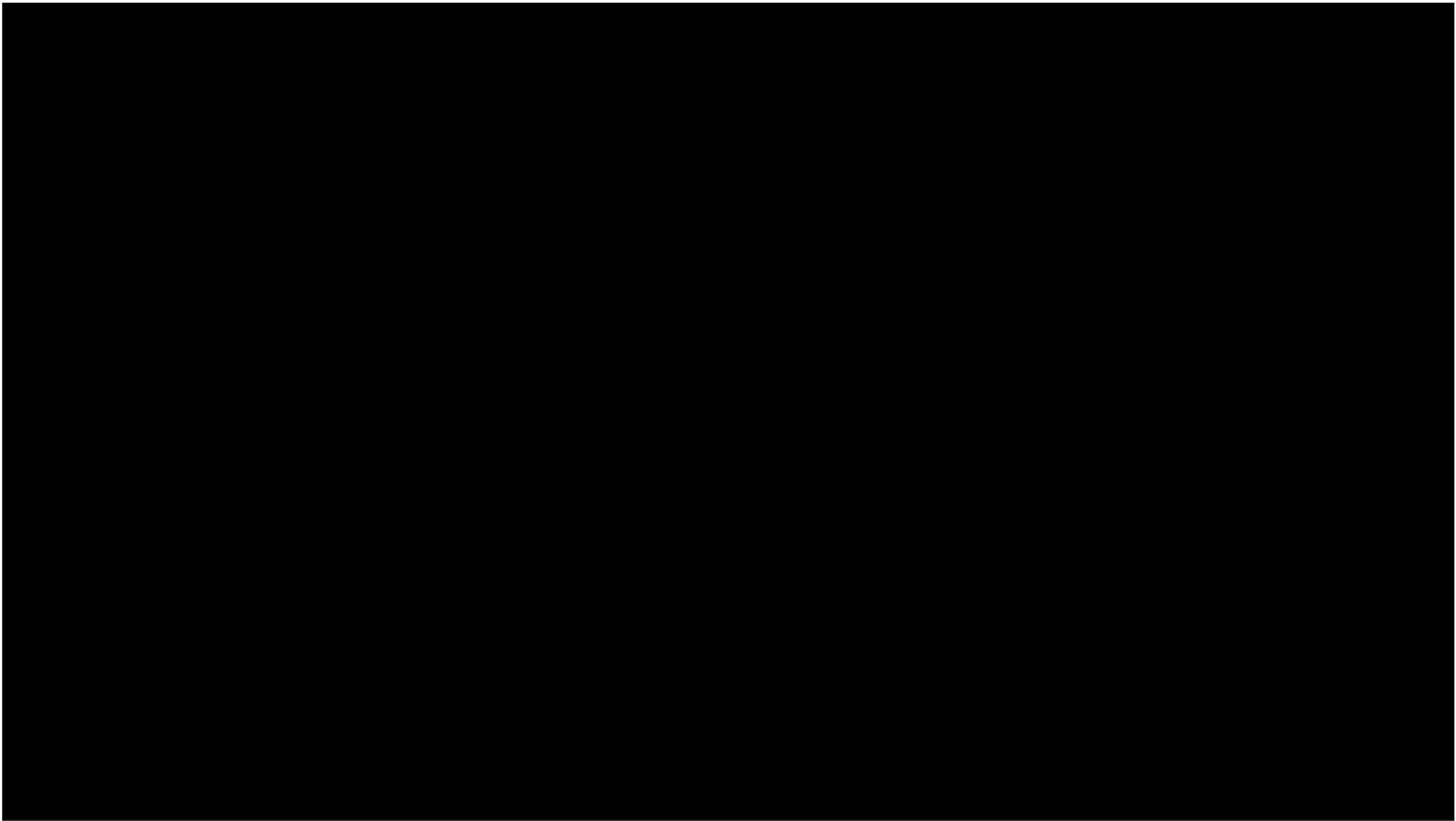
6 INTERNET MARKETING การตลาดอินเทอร์เน็ต

7 PACKAGING บรรจุภัณฑ์

8 SPONSORSHIP การอุปถัมภ์

ดูคลิปแล้วแยกว่าอันไหนคือโฆษณา
และอันไหนคือประชาสัมพันธ์

คลิปที่ 1



ดูคลิปแล้วหาหน้อยว่าแบรนด์อะไร

คลิปที่ 2

แบบทดสอบอะไร ?

คลิปที่ 2

งานของครูเป็นงานพิเศษ

ผิดแปลกกว่างานอื่นๆ กล่าวในแง่หนึ่งที่สำคัญก็คือว่า

ครูจะหวังผลตอบแทนเป็นยศศักดิ์ ความร่ำรวยหรือประโยชน์ทางวัตถุเป็นที่ตั้งไม่ได้

ผลได้ส่วนสำคัญจะเป็นผลทางใจ

ซึ่งผู้เป็นครูแท้ก็พึงใจและภูมิใจอยู่แล้ว

พระราชดำรัส พระราชทานแก่ครูอาวุโส เมื่อวันที่ ๙ ตุลาคม พ.ศ. ๒๕๑๖

ADVERTISING & PUBLIC RELATION



ADVERTISING



PUBLIC RELATION

ADVERTISING & PUBLIC RELATION



จ่ายเงินซื้อพื้นที่ในสื่อมวลชน

เนื้อหามุ่งเน้นขายสินค้า

กระตุ้นให้อยากได้สินค้า



ซื้อ/ไม่ซื้อพื้นที่ในสื่อมวลชนก็ได้

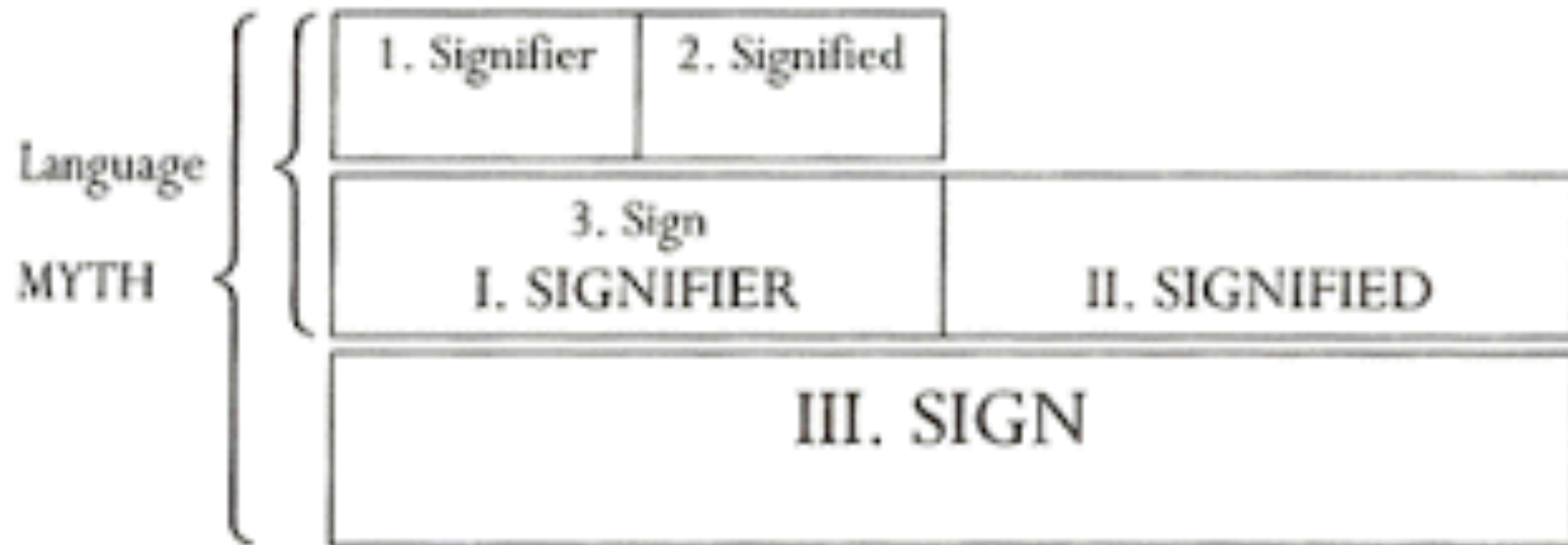
เนื้อหาสร้างภาพลักษณ์องค์กร

มุ่งสร้างความรู้สึกที่ดีต่อองค์กร

อย่างไรก็ตาม นโยบายการโฆษณาอาจแตกต่างกันไปตามนโยบายของนักวิชาการ

ADVERTISING & PUBLIC RELATION

สัญลักษณ์กับการส่งเสริมการตลาด



สัญลักษณ์ หมายถึง การใช้สัญลักษณ์ต่าง ๆ ในการสร้างความหมาย
เพื่อการโฆษณาและประชาสัมพันธ์

ADVERTISING & PUBLIC RELATION



ชนชั้นกลางในเมืองคือกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของ 7-11

ADVERTISING & PUBLIC RELATION

2



ADVERTISING & PUBLIC RELATION

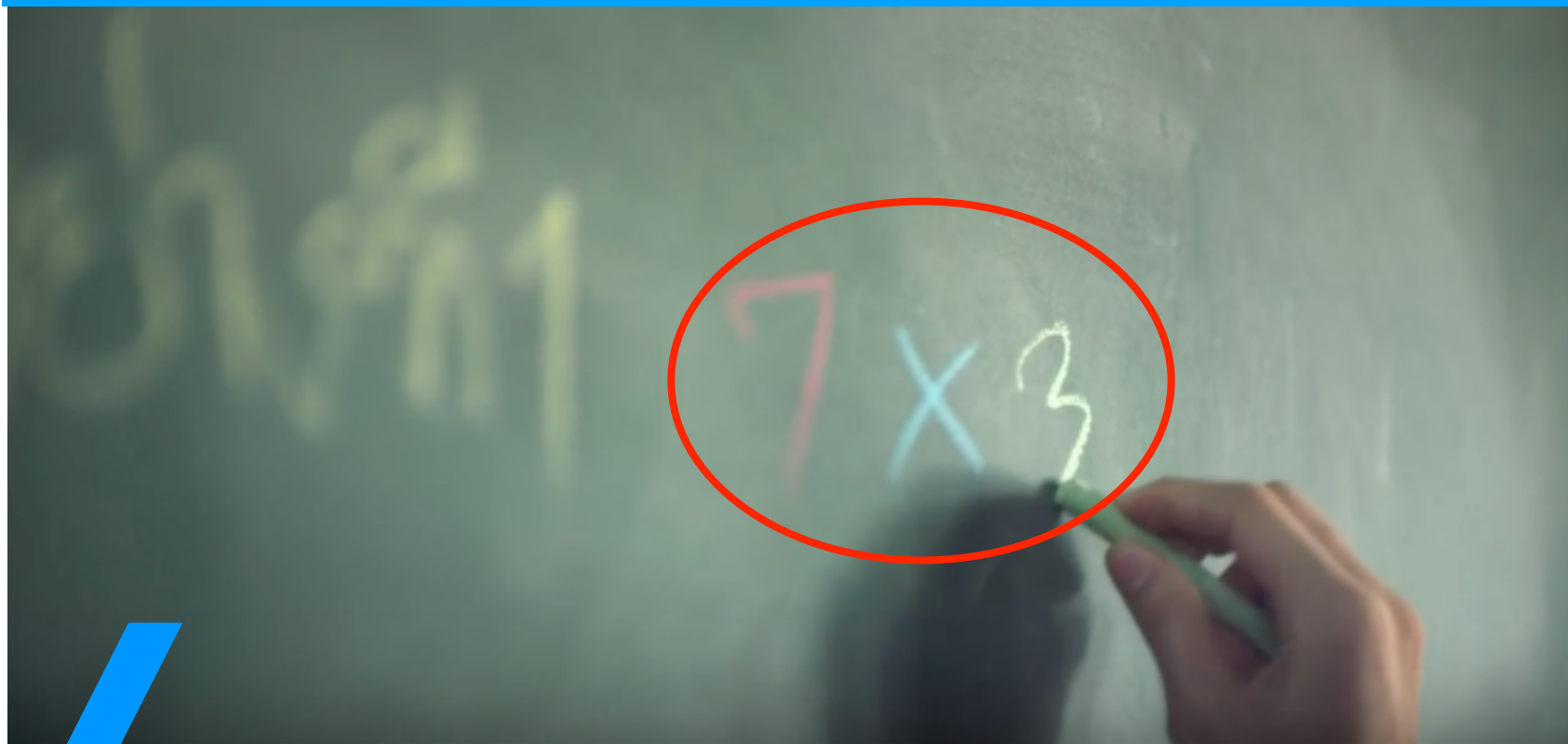
สี่ประจำของ 7-11



3



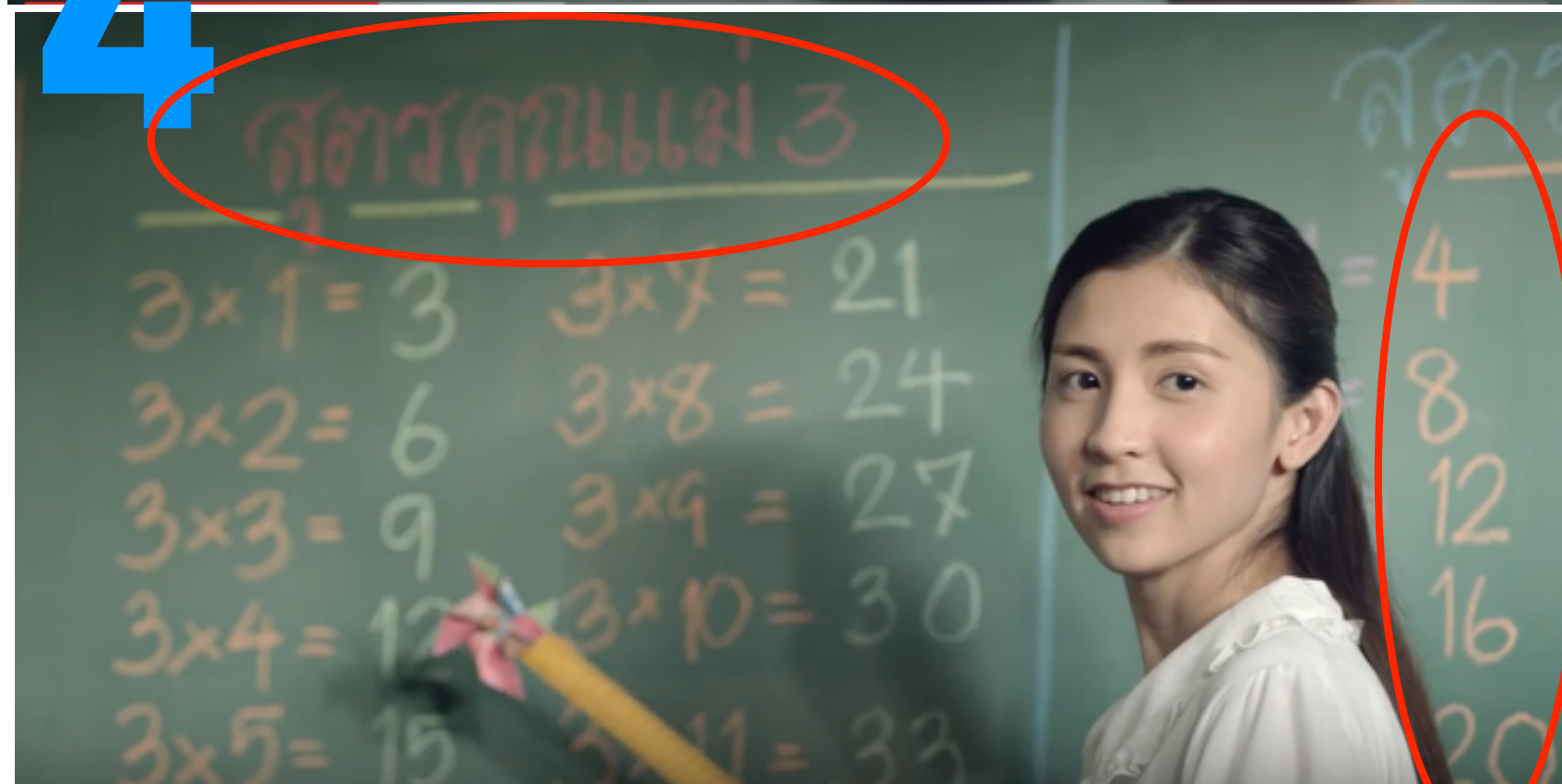
ADVERTISING & PUBLIC RELATION



ตัวเลขและสีที่ใช้



4



ADVERTISING & PUBLIC RELATION

5



ADVERTISING & PUBLIC RELATION



6



շո = շեւոն



SALES PROMOTION

การนำเสนอ**มูลค่าเพิ่ม**ให้แก่ผลิตภัณฑ์
เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้า**ตัดสินใจซื้อสินค้าทันที !!!**

ลด

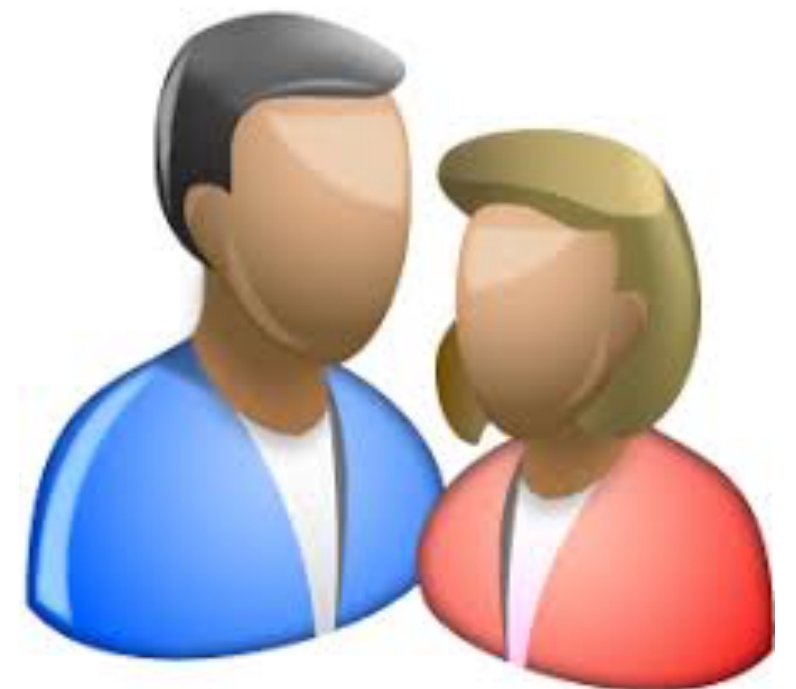
แลก

แจก

แถม

PERSONAL SELLING

การขายโดยใช้บุคคลในลักษณะ**สาริต**สินค้าเพื่อ
โน้มน้าวลูกค้าให้ตัดสินใจ**ซื้อ ณ จุดขาย**



DIRECT MARKETING

กิจกรรมต่าง ๆ ที่ผู้ขายใช้เป็น**ช่องทาง**ในการเข้าถึงลูกค้า
เป้าหมายได้**โดยตรง**อย่างมีประสิทธิภาพ



E -MAIL



TELEMARKETING



SMS MARKETING



event
marketing



INTERNET MARKETING

กิจกรรมส่งเสริมผลิตภัณฑ์บน**เครือข่าย**
อินเทอร์เน็ตทุกรูปแบบ



VIRAL MARKETING

คนไทยใช้เน็ตเฉลี่ย 7.2 ชั่วโมงต่อวัน

(เกือบ 1 ใน 3 ของวัน)



ปี 2556
ใช้อินเทอร์เน็ต
32.3
ชั่วโมง/สัปดาห์

ปี 2557
ใช้อินเทอร์เน็ต
50.4
ชั่วโมง/สัปดาห์


ใช้เวลาเพิ่มขึ้น
56%

นิยมใช้ “สมาร์ทโฟน” เข้าเน็ต 77.1%

ใช้สมาร์ทโฟน
เข้าอินเทอร์เน็ต



77.1%

ใช้งานเฉลี่ย
6.6 ชั่วโมงต่อวัน

ใช้ฟ้านพีซี



69.4

ใช้งานเฉลี่ย
6.2 ชั่วโมงต่อวัน

โน้ตบุ๊ก



49.5%

ใช้งานเฉลี่ย
5.3 ชั่วโมงต่อวัน

แท็บเล็ต



31.1%

ใช้งานเฉลี่ย
4.8 ชั่วโมงต่อวัน

สมาร์ททีวี



8.4%

ใช้งานเฉลี่ย
3.4 ชั่วโมงต่อวัน

แอปพลิเคชันยอดนิยม



93.7%



86.9%

Google

34.5%



34.0%



16.1%

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถาม 16,596 ราย เพศชาย 43.1% เพศหญิง 55.6% เพศที่สาม 55.6%

ที่มา : สำนักงานพัฒนาธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์
(องค์การมหาชน)

POSITIONING

VIRAL MARKETING

PACKAGING

ความหมายทั่วไป



ภาชนะ หีบห่อ



ความคิดสร้างสรรค์
ในการออกแบบ
เพื่อขายตัวเอง

SPONSORSHIP

การสนับสนุนเงิน สิ่งของต่าง ๆ แลกกับการได้
ไปรโมตชื่อ ตราสินค้า ตราองค์กร สัญลักษณ์
เพื่อผลประโยชน์ทางธุรกิจ



— ר. ט. —

