



การตลาด 101:

ปูพื้นฐานสู่การเป็นนักการตลาดยุคดิจิทัล

คู่มือฉบับภาพจำง่าย: สรุปหลักการตลาดตั้งแต่รากฐานสู่แนวคิดสมัยใหม่แบบองค์รวมและการพัฒนาที่ยั่งยืน



การตลาด (Marketing) = การตอบสนองความต้องการให้เกิดความพึงพอใจอย่างสูงสุด





ทำไมการตลาดจึงสำคัญต่อสังคมและเศรษฐกิจ?



สร้างระบบเศรษฐกิจ: เกิดการซื้อขาย แลกเปลี่ยน
นำรายได้สู่รัฐ สร้างงานและอาชีพ



ยกระดับชีวิต: ตอบสนองความต้องการด้วยสินค้าใหม่ๆ
ที่ทำให้ชีวิตสะดวกสบายขึ้น

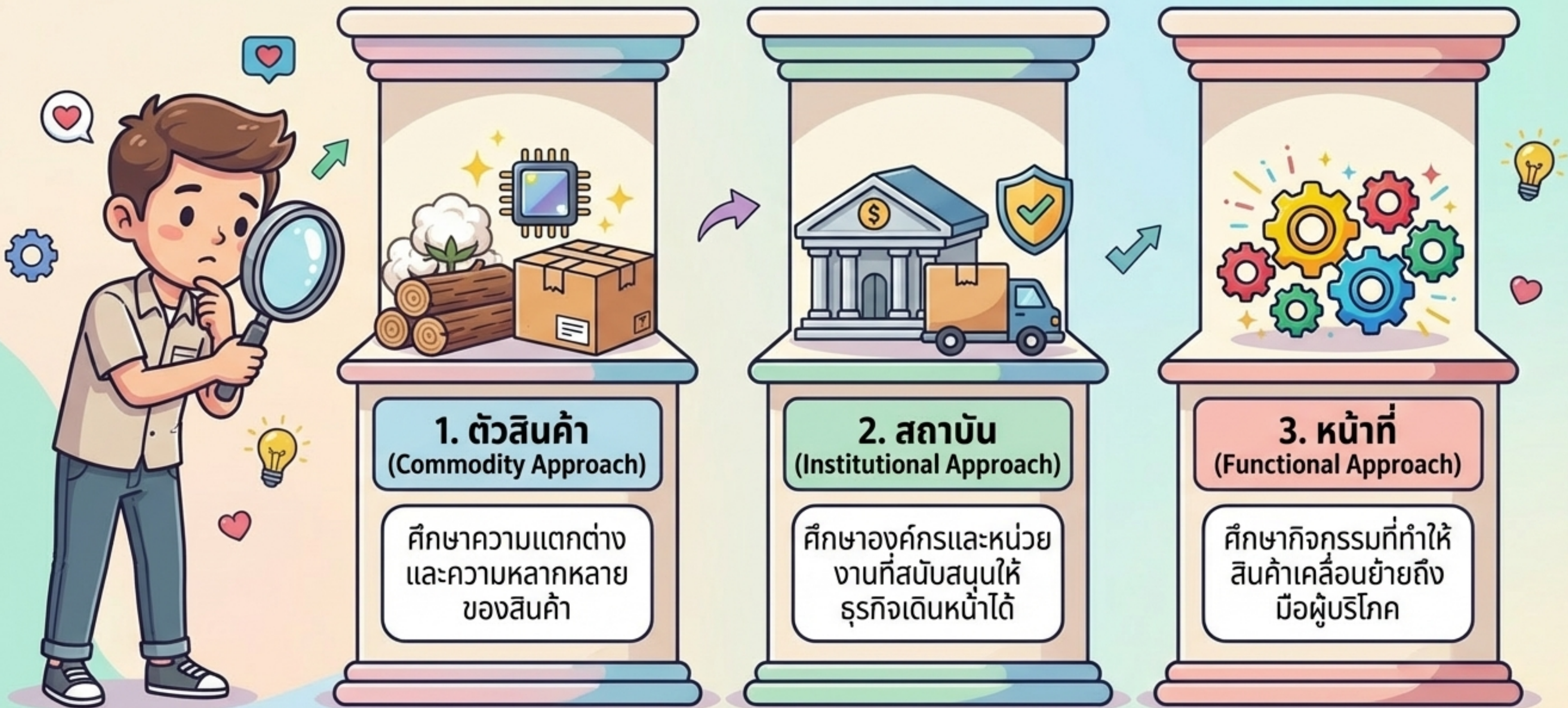


เปลี่ยนวิถีชีวิตสังคม: กระทบต่อความสัมพันธ์และพฤติกรรม
เช่น การทานข้าวนอกบ้าน การใช้อุปกรณ์ทันสมัย



เกิดการแข่งขัน: กระตุ้นให้ผู้ผลิตพัฒนาคุณภาพสินค้า
และลดต้นทุน ทำให้ผู้บริโภคได้ประโยชน์สูงสุด

3 แนวทางการศึกษาการตลาด (Approaches to Study)





ส่วนประสมทางการตลาด (The Marketing Mix: 4Ps)

Product (ผลิตภัณฑ์):
สิ่งที่นำเสนอเพื่อสนอง
ความต้องการ
(คุณภาพ, ดีไซน์, แพคเกจ)



Price (ราคา):
มูลค่าที่ลูกค้าจ่าย
(ความคุ้มค่าเทียบกับราคา
- Value vs Cost)



Place
(ช่องทางจัดจำหน่าย):
โครงสร้างที่ทำให้สินค้า
ถึงมือลูกค้า
(หน้าร้าน, แพลตฟอร์มออนไลน์)



Promotion
(การส่งเสริมการตลาด):
การสื่อสารเพื่อกระตุ้นการซื้อ
(โฆษณา, พนักงานขาย,
ลดแลกแจกแถม,
ประชาสัมพันธ์)



ยกระดับสู่ธุรกิจบริการด้วย 7Ps (Service Marketing Mix)



Product (ผลิตภัณฑ์):
สิ่งที่นำเสนอเพื่อตอบสนองความต้องการ (คุณภาพ, ดีไซน์, แพคเกจจิ้ง)

Process (กระบวนการ):
ขั้นตอนการให้บริการที่รวดเร็ว ประทับใจ และไร้รอยต่อ

People (บุคลากร):
พนักงานผู้ให้บริการ ผู้สร้างความสัมพันธ์และประสบการณ์ที่ดีกับลูกค้า

Physical Evidence (ลักษณะทางกายภาพ):
สิ่งที่จับต้องได้และมองเห็น เพื่อสร้างความมั่นใจ (เช่น การตกแต่งร้าน, ชุดพนักงาน, บรรยากาศ)





วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle)



วิวัฒนาการการตลาด (Marketing Evolution: 1.0 to 5.0)



1.0

Product Centric:
แข่งขันที่คุณสมบัติ
และคุณภาพสินค้า



2.0

Customer Centric:
แบ่งกลุ่มตลาดชัดเจน
ตอบสนองความต้องการลูกค้า



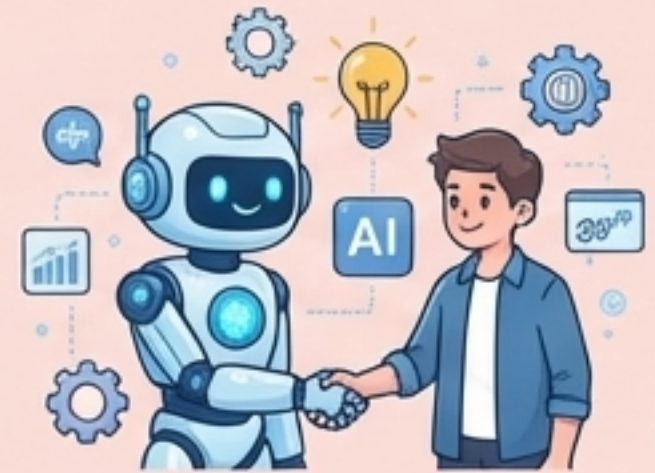
3.0

Human Centric:
ใส่ใจสิ่งแวดล้อมและ
จรรยาบรรณ
สร้างความน่าเชื่อถือ



4.0

Digital (Traditional to Digital):
เปลี่ยนผ่านสู่ออนไลน์
เข้าใจพฤติกรรมผ่าน
Data



5.0

Tech for Humanity:
ผสานเทคโนโลยีล้ำสมัย
(AI, Tech) เพื่อเข้าใจ
มนุษย์และบริการคนรุ่น
ใหม่ (Gen Z, Alpha)



5 หลักการสำคัญของการตลาดสมัยใหม่ (Modern Marketing Principles)



1. **Customer-Centric:** มองลูกค้าเป็นศูนย์กลางอย่างแท้จริง



2. **Customer Journey:** สร้างประสบการณ์ที่ดีไร้รอยต่อในทุกจุดสัมผัส (Touchpoints)



3. **Effective Communication:** สื่อสารชัดเจน สร้างสรรค์ และเป็นแบบสองทาง (Two-way) เพื่อรับฟังปัญหา



4. **Brand Loyalty:** มุ่งสร้างความภักดีด้วยการมอบสิ่งที่เกินความคาดหมาย

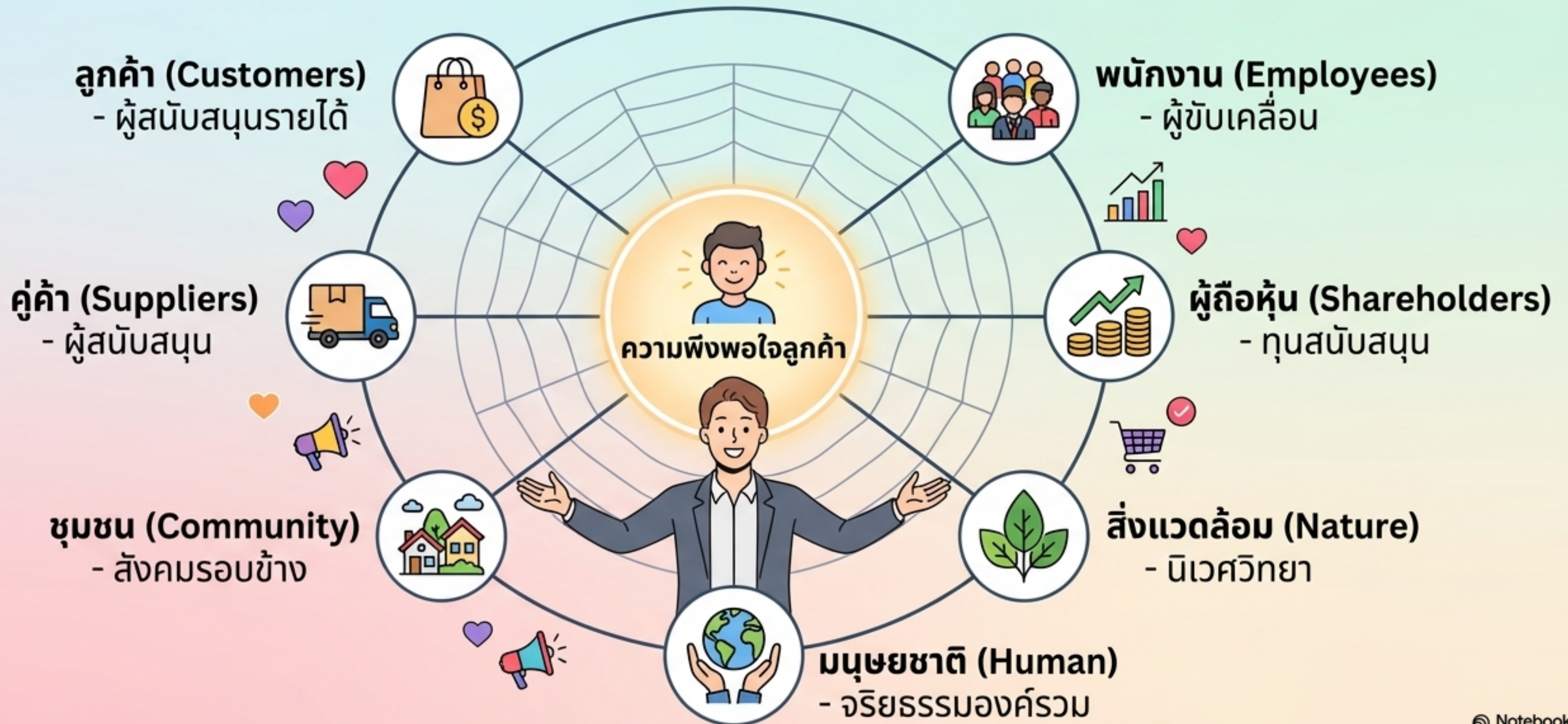


5. **Agility:** ปรับตัวให้ทันเทรนด์ พฤติกรรมผู้บริโภคและเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ

หลักการตลาดแบบองค์รวม (Holistic Marketing Concept)



Core Idea: "เด็ดดอกไม้สะเทือนถึงดวงดาว" (The Butterfly Effect) -
ทุกสิ่งเกี่ยวข้องกัน การกระทำหนึ่งย่อมส่งผลกระทบต่อส่วนอื่นๆ





ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงกับการตลาดยั่งยืน



3 ห่วง (หลักการทำงาน):



พอประมาณ: ผลิต/ทำการตลาดให้สมดุลกับทุน ไม่พึ่งพาปัจจัยภายนอกมากเกินไป



มีเหตุผล: การตั้งราคาและการลงทุนมีเหตุผลรองรับ ไม่เอาเปรียบผู้บริโภค



มีภูมิคุ้มกัน: วางแผนรับความเปลี่ยนแปลง (เช่น เศรษฐกิจตกต่ำ, เทคโนโลยีดิสรรัปชัน)

2 เงื่อนไข (ฐานราก):



ความรู้: รอบรู้ รอบคอบ ระมัดระวัง (เช่น การวิจัยตลาด)



คุณธรรม: ซื่อสัตย์สุจริต มีจรรยาบรรณธุรกิจ และแบ่งปันสู่สังคม



บทสรุป: จุดเปลี่ยนผ่านสู่นักการตลาดยุคใหม่

การตลาดแบบดั้งเดิม (Traditional)



จุดโฟกัส (Focus):
เน้นตัวสินค้า



เป้าหมาย (Goal):
ปิดการขายระยะสั้น



วิธีการ (Approach):
ใช้เครื่องมือ (4Ps)
แบบแยกส่วน



ผลลัพธ์ (Result):
กำไรสูงสุดขององค์กร

การตลาดแบบองค์รวม (Holistic/Modern)



จุดโฟกัส (Focus):
เน้นความพึงพอใจของ
ลูกค้าและสังคม



เป้าหมาย (Goal):
สร้างความสัมพันธ์ระยะยาว
(Brand Loyalty)



วิธีการ (Approach):
บูรณาการเครื่องมือ พนักงาน
เทคโนโลยี
และสิ่งแวดล้อมเข้าด้วยกัน



ผลลัพธ์ (Result):
ความยั่งยืนของธุรกิจ ชุมชน
และระบบนิเวศ (Sustainability)





การตลาด : ศิลปะ วิทยาศาสตร์ และความเป็นมนุษย์ (The Marketer's Mindset)



**“งานการตลาดเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์”
(Marketing is an Art and a Science)**

- ต้องใช้ข้อมูลและเครื่องมือ (Data & Tech)
ควบคู่ไปกับความคิดสร้างสรรค์และความ
เข้าใจเพื่อนมนุษย์

**องค์กรที่จะอยู่รอดในยุค 5.0
ไม่ใช่แค่องค์กรที่ขายเก่งที่สุด**

แต่คือองค์กรที่ผสานเทคโนโลยีเข้ากับ
“ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม”
ได้อย่างสมดุลและยั่งยืน

ก้าวสู่การเป็นนักการตลาดยุคดิจิทัลอย่างเต็มภาคภูมิ