

ตัวอย่างการวางแผนการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ

การสื่อสารการตลาดและการวางแผนกลยุทธ์ด้วยการวางแผนการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ เป็นกระบวนการของการพัฒนาและการใช้รูปแบบต่างๆ ของโปรแกรมการสื่อสารการตลาดเพื่อโน้มน้าวใจ ผู้บริโภคตามเป้าหมาย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างผลกระทบโดยตรงต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ดัง ตัวอย่างต่อไปนี้

- Campaign : “มาม่า 4 ภาค”
- กลยุทธ์ : การสร้างประสบการณ์ใหม่
- ระยะเวลา : วันที่ 1 มีนาคม พ.ศ.2562 ถึง วันที่ 30 เมษายน พ.ศ.2562
- วัตถุประสงค์ :
1. เพื่อกระตุ้นยอดขายของตราผลิตภัณฑ์ให้มียอดขายมากขึ้น
 2. เพื่อสร้างตราผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นจากการทำกิจกรรม
 3. เพื่อเป็นการรักษาลูกค้ากลุ่มเก่าและดึงลูกค้ากลุ่มใหม่เข้ามา
 4. เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ และเป็นที่ยังพอใจ
 5. เพื่อเป็นการตอบแทนที่ลูกค้าไว้วางใจและเชื่อถือตราผลิตภัณฑ์มาตลอด
- กลุ่มเป้าหมาย : กลุ่มคนที่บริโภคผลิตภัณฑ์บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปมาม่า
- งบประมาณ : 2,500,000 บาท

ตารางที่ 4.2 ตัวอย่างการวางแผนการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการผลิตภัณฑ์มาม่า

รายละเอียดกิจกรรม	2562								ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
	มีนาคม				เมษายน					
	1-7	8-14	15-21	22-31	1-7	8-14	15-21	22-30		
1. ประกาศให้ลูกค้าทราบถึงกิจกรรมอนุรักษ์อาหารไทยประจำภาค การแข่งขันทำอาหารด้วยเมนูมาม่าประจำภาคทั้ง 4 ภาค	←→								ฝ่ายโฆษณา	
2. โปรโมทกิจกรรม “ มาม่า 4 ภาค ” และเปิดรับสมัครผ่านหน้าแฟนเพจ facebook ของมาม่าหรือกรอกใบสมัครผ่าน QR CODE บนสื่อประชาสัมพันธ์ของกิจกรรม	←→								ฝ่ายการเงิน ฝ่ายโปร ดั๊กชั่น ฝ่ายครีเอ ทีฟ	
3. ประกาศรายชื่อผู้เข้าแข่งขันประจำแคมเปญของภาคต่างๆ ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคอีสาน ภาคกลางและภาคใต้ จำนวนภาคละ 5 ทีม ทีมละ 2 คน			←→						ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์	วันที่ 25 มีนาคม พ.ศ.2562

(ตารางมีต่อ)

รายละเอียดกิจกรรม	2562								ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
	มีนาคม				เมษายน					
	1-7	8-14	15-21	22-31	1-7	8-14	15-21	22-30		
<p>4. จัด Event การแข่งขันทำอาหารประจำภาคเหนือ ด้วยมาม่า ณ ห้องเสริสรวรพสินค้าจังหวัดลำปาง พร้อมชมมินิคอนเสิร์ตจาก บั๊ สุกฤษฏี หนุ่มชาวเหนือขวัญใจมหาชน พิเศษสำหรับผู้ร่วมงาน สามารถนำของมาม่ามาแลก เพื่อรับเสื้อยืดมาม่าฟรีทันที จำกัดสิทธิ์เพียง 100 สิทธิ์เท่านั้น พร้อมทั้งประกาศผลผู้ชนะเลิศประจำภาคเหนือ ออรถยนต์ไฮครอส มอບทันทีรถยนต์โตโยต้า Toyota Yaris ATIV S+ อีโคคาร์ 4 ประตู มูลค่า 639,000 บาท พร้อมทองคำมูลค่า 40,000 บาท พิเศษเมนูชนะเลิศจะถูกผลิตขึ้นจริงเป็นเวลาหนึ่งปีเต็ม ส่วนทีมอื่นๆ จะได้รับทองคำมูลค่า 20,000 บาท จำนวน 4 รางวัล</p>					↔				ฝ่ายบริการงานลูกค้า ฝ่ายโปรดักชั่น	งานเปิดตัวแคมเปญประจำภาคเหนือ พร้อมทำการแข่งขันวันที่ 3 เมษายน พ.ศ.2562 เริ่มเวลา 10.00 - 17.00 น.

(ตารางมีต่อ)

รายละเอียดกิจกรรม	2562								ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
	มีนาคม				เมษายน					
	1-7	8-14	15-21	22-31	1-7	8-14	15-21	22-30		
<p>5. จัด Event การแข่งขันทำอาหารประจำ(ภาคอีสาน) ด้วยมาม่า ณ ห้องแพริพลาซ่า จังหวัดขอนแก่น พร้อมชมมินิคอนเสิร์ตจากพระเอกขวัญใจคนอีสาน เวียร์ ศุกลวัฒน์ พิเศษสำหรับผู้ร่วมงานสามารถนำของมาม่ามาแลกเพื่อรับเสื้อยืดมาม่าฟรีทันทีจำกัดสิทธิ์เพียง 100 สิทธิ์เท่านั้น พร้อมทั้งประกาศผลผู้ชนะเลิศประจำภาคอีสาน อร่อยอีสานออกรส มอบทันทีรถยนต์โตโยต้า Toyota Yaris ATIV S+ อีโคคาร์ 4 ประตูมูลค่า 639,000 บาท พร้อมทองคำมูลค่า 40,000 บาท พิเศษเมนูชนะเลิศจะถูกผลิตขึ้นจริงเป็นเวลาหนึ่งปีเต็ม ส่วนทีมอื่นๆ จะได้รับทองคำมูลค่า 20,000 บาท จำนวน 4 รางวัล</p>					↔				ฝ่ายบริการงานลูกค้า ฝ่ายโปรดัคชั่น	งานเปิดตัวแคมเปญประจำภาคอีสานพร้อมทำการแข่งขันวันที่ 6 เมษายน พ.ศ.2562 เริ่มเวลา 10.00 - 17.00 น.

(ตารางมีต่อ)

รายละเอียดกิจกรรม	2562								ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
	มีนาคม				เมษายน					
	1-7	8-14	15-21	22-31	1-7	8-14	15-21	22-30		
<p>6. จัด Event การแข่งขันทำอาหารประจำ(ภาคกลาง) ด้วยมาม่า ณ เซ็นทรัลเวิลด์ พลาซ่าจังหวัดกรุงเทพฯ พร้อมชมมินิคอนเสิร์ตจาก ตูม บอดี้สแลม ศิลปินจิตอาสาขวัญใจคนไทย พิเศษสำหรับผู้ร่วมงาน สามารถนำของมาม่ามาแลกเพื่อรับเสื้อยืดมาม่าฟรีทันที จำกัดสิทธิ์เพียง 100 สิทธิ์เท่านั้น พร้อมทั้งประกาศผลผู้ชนะเลิศประจำภาคกลาง อร่อยกลางออกกรส มอบตันที่รถยนต์โตโยต้า Toyota Yaris ATIV S+ อีโคคาร์ 4 ประตู มูลค่า 639,000 บาท พร้อมทองคำมูลค่า 40,000 บาท พิเศษเมนูชนะเลิศจะถูกผลิตขึ้นจริงเป็นเวลาหนึ่งปีเต็ม ส่วนทีมอื่นๆ จะได้รับทองคำมูลค่า 20,000 บาท จำนวน 4 รางวัล</p>					↔				ฝ่ายบริการงานลูกค้า ฝ่ายโปรดักชั่น	งานเปิดตัวแคมเปญประจำภาคกลาง พร้อมทำการแข่งขันวันที่ 9 เมษายน พ.ศ.2562 เริ่มเวลา 10.00 - 17.00 น.

(ตารางมีต่อ)

รายละเอียดกิจกรรม	2562								ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
	มีนาคม				เมษายน					
	1-7	8-14	15-21	22-31	1-7	8-14	15-21	22-30		
7. จัด Event การแข่งขันทำอาหารประจำ(ภาคใต้)ด้วยมาม่า ศูนย์การค้าไดอานาคอมเพล็กซ์ หาดใหญ่ พร้อมชมมินิคอนเสิร์ตจากนักร้องลูกทุ่งขวัญใจพี่น้องชาวใต้ ปาววี อาร්යยามพิเศษสำหรับผู้ร่วมงาน สามารถนำของมาฆ่ามาแลก เพื่อรับเสื้อยืดมาฆ่าฟรีทันที จำกัดสิทธิ์เพียง 100 สิทธิ์เท่านั้น พร้อมทั้งประกาศผลผู้ชนะเลิศประจำภาคใต้ อร่อยได้ออกรส มอบทันทีรถยนต์โตโยต้า Toyota Yaris ATIV S+ อีโคคาร์ 4 ประตู มูลค่า 639,000 บาท พร้อมทองคำมูลค่า 40,000 บาท พิเศษเมนูชนะเลิศจะถูกผลิตขึ้นจริงเป็นเวลาหนึ่งปีเต็ม ส่วนทีมอื่นๆ จะได้รับทองคำมูลค่า 20,000 บาท จำนวน 4 รางวัล						←→			ฝ่ายบริการงานลูกค้า ฝ่ายโปรดักชั่น	งานเปิดตัวแคมเปญประจำภาคกลาง พร้อมทำการแข่งขันวันที่ 12 เมษายน พ.ศ.2562 เริ่มเวลา 10.00 - 17.00 น.
8. โปรโมทให้ลูกค้าทราบถึงมาม่ารสชาติใหม่ พิเศษจากเมนูชนะเลิศประจำภาคทั้ง 4 ภาค						←→			ฝ่ายโฆษณา	

7.1 โฆษณา (Advertising)

วัตถุประสงค์

1. เพื่อกระตุ้นยอดขายของมาม่า
2. เพื่อกระตุ้นให้มีผู้ที่สนใจอยากเข้าร่วมกิจกรรม อนุรักษ์อาหารไทยประจำภาค

เครื่องมือ

1. TVC ประเภท Spots 15 วินาที
2. Online ทาง www.MAMALOVERTHAILAND.co.th, Facebookfanpage, Youtube
3. Print ad ประเภท ใบปลิว

ตารางที่ 4.3 ตัวอย่างการวางแผนการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการผลิตภัณฑ์มาม่า ช่องทางการโฆษณา (Advertising)

รายการ	Message	ระยะเวลา	หมายเหตุ
1. ประกาศให้ลูกค้าทราบถึงกิจกรรมอนุรักษ์อาหารไทยประจำภาค การแข่งขันทำอาหารด้วยเมนูมาม่า ประจำภาคทั้ง 4 ภาค	“ร่วมอนุรักษ์อาหารไทย ประจำถิ่น ง่ายๆ ด้วยเมนู จากมาม่า ภายใต้อีก กิจกรรมครบรอบ 40 ปี มาม่า พร้อมของรางวัล พิเศษมูลค่ากว่า 4 ล้านบาท”	วันที่ 1 มีนาคม พ.ศ. 2562 ถึง วันที่ 14 มีนาคม พ.ศ.2562	
2. โปรโมทให้ลูกค้าทราบถึง มาม่ารสชาติใหม่ พิเศษจากเมนูชนะเลิศ ประจำภาคทั้ง 4 ภาค	“พิเศษ 4 รสชาติใหม่จาก แคมเปญมาม่า 4 ภาค”	วันที่ 8 เมษายน พ.ศ. 2562 ถึง วันที่ 30 เมษายน พ.ศ.2562	

ตัวอย่าง Production Brief

7.2 ประชาสัมพันธ์ (Public Relation)

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้ทราบถึงกิจกรรม “มาฆ่า 4 ภาค”
2. เพื่อให้มาฆ่า โดดเด่น และเป็นที่ยอมรับมากขึ้น

เครื่องมือ

1. Online ทาง www.MAMALOVERTHAILAND.co.th, Facebookfanpage, Youtube

ตารางที่ 4.4 ตัวอย่างการวางแผนการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการผลิตภัณฑ์มาฆ่า ช่องทาง
ประชาสัมพันธ์ (Public Relation)

รายการ	Message	ระยะเวลา	หมายเหตุ
1. โปรโมทกิจกรรม “มาฆ่า 4 ภาค” และ เปิดรับสมัครผ่านหน้า แฟนเพจ facebook ของ มาฆ่าหรือกรอกใบสมัคร ผ่าน QR CODE บนสื่อ ประชาสัมพันธ์ของ กิจกรรม	ร่วมสนุกกับกิจกรรม “มาฆ่า 4 ภาค” โดยให้ผู้ ที่สนใจลงทะเบียนเข้า ร่วมแข่งขัน ทำอาการ ประจำถิ่นจากมาฆ่าลุ้น รับของรางวัลพิเศษ มากมาย	วันที่ 8 มีนาคม พ.ศ.2562 ถึง วันที่ 21 มีนาคม พ.ศ.2562	

ตัวอย่าง Production Brief

7.3 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion)

วัตถุประสงค์

1. เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจ ซึ่งส่งผลให้เกิดการซื้อตามมาในภายหลัง

เครื่องมือ

1. P.O.P (สกายทูป, มือคัท, แจแพก)

ตารางที่ 4.5 ตัวอย่างการวางแผนการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการผลิตภัณฑ์มาม่า ช่องทางการส่งเสริมการขาย (Sales Promotion)

รายการ	Message	ระยะเวลา	หมายเหตุ
1. พิเศษสำหรับผู้ร่วมงานเพียงร่วมตอบคำถามผ่าน QR CODE ภายในงานรับเสด็จมาม่าพรีทันที่จำกัดสิทธิ์เพียง 100 สิทธิ์เท่านั้น	ร่วมอนุรักษ์อาหารไทยประจำถิ่นไปกับมาม่า	วันที่ 3 เมษายน พ.ศ.2562, วันที่ 6 เมษายน พ.ศ.2562 , วันที่ 9 เมษายน พ.ศ.2562 และวันที่ 12 เมษายน พ.ศ. 2562	
2. มอบทันทีรถยนต์โตโยต้า Toyota Yaris ATIV S+ อีโคคาร์ 4 ประตู มูลค่า 639,000 บาท พร้อมทองคำ มูลค่า 40,000 บาท พิเศษเมนูชนะเลิศจะถูกผลิตขึ้นจริงเป็นเวลาหนึ่งปีเต็ม			
3. ส่วนที่มอื่น ๆ จะได้รับทองคำ มูลค่า 20,000 บาท จำนวน 4 รางวัล			

ตัวอย่าง Production Brief

7.4 การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling)

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้ผู้ที่สนใจทราบรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ และกิจกรรมที่จัดขึ้น

เครื่องมือ

1. พนักงานขาย

ตารางที่ 4.6 ตัวอย่างการวางแผนการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการผลิตภัณฑ์มาม่า ช่องทางการขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling)

รายการ	Message	ระยะเวลา	หมายเหตุ
1. พนักงานขายให้ความรู้เกี่ยวกับข้อมูลของกิจกรรมและข้อมูลในการเข้าแข่งขัน	รายละเอียดของกิจกรรมการแข่งขันมาม่า 4 ภาค	วันที่ 1 มีนาคม พ.ศ. 2562 ถึง วันที่ 21 มีนาคม พ.ศ.2562	

ตัวอย่าง Production Brief

7.5 กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมขององค์กร (Corporate Social Responsibility)

วัตถุประสงค์

1. เพื่อแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยการให้ความรู้และร่วมกันอนุรักษ์อาหารไทยประจำถิ่นของทั้ง 4 ภาค”

เครื่องมือ

1. Online ทาง www.MAMALOVERTHAILAND.co.th, Facebookfanpage, Youtube

ตารางที่ 4.7 ตัวอย่างการวางแผนการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการผลิตภัณฑ์มาม่า ช่องทางกิจกรรม
ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมขององค์กร (Corporate Social Responsibility)

รายการ	Message	ระยะเวลา	หมายเหตุ
1. เป็นอาหารกิ่งลำไยสำเร็จรูป ที่ให้ความใส่ใจเริ่มตั้งแต่การรับผิดชอบต่อกระบวนการคัดเลือกวัตถุดิบเข้ามายังโรงงาน ประกอบการผลิต การส่งมอบที่มีคุณภาพให้แก่ลูกค้า	มาม่า เติบโตเห็นความสำคัญในการมีส่วนร่วมในการรับผิดชอบต่อสังคมไทยอย่างยั่งยืน	วันที่ 1 มีนาคม พ.ศ. 2562 ถึง วันที่ 30 เมษายน พ.ศ.2562	

ตัวอย่าง Production Brief

7.6 ลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management)

วัตถุประสงค์

1. เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือและเป็นที่พึงพอใจ
2. เพื่อรักษากลุ่มลูกค้าเก่าไว้ให้อยู่คู่กับมามาให้นานที่สุด

เครื่องมือ

1. พนักงานขาย
2. Online ทาง www.MAMALOVERTHAILAND.co.th, Facebookfanpage, Youtube

ตารางที่ 4.8 ตัวอย่างการวางแผนการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการผลิตภัณฑ์มามา ช่องทางลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management)

รายการ	Message	ระยะเวลา	หมายเหตุ
1. ประกาศรายชื่อผู้เข้าแข่งขันประจำแคมเปญของภาคต่าง ๆ ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคอีสาน ภาคกลางและภาคใต้ จำนวนภาคละ 5 ทีม ทีมละ 2 คน ผ่าน www.mamalovethailand.co.th , Facebookfanpage, Youtube	ผู้เข้าร่วมแข่งขันของทั้ง 4 ภาค	วันที่ 25 มีนาคม พ.ศ.2562	

ตัวอย่าง Production Brief

7.7 การจัดกิจกรรม (Event Marketing)

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้ร่วมกิจกรรม “มาฆ่า 4 ภาค”

เครื่องมือ

1. Event Marketing
2. การจัดบูธ
3. Print ad ประเภท โปสเตอร์

ตารางที่ 4.9 ตัวอย่างการวางแผนการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการผลิตภัณฑ์มาฆ่า ช่องทางการจัดกิจกรรม (Event Marketing)

รายการ	Message	ระยะเวลา	หมายเหตุ
1. จัด Event การแข่งขันทำอาหารประจำ (ภาคเหนือ) ด้วยมาฆ่า	ร่วมลุ้นเมนูชนะเลิศประจำภาคพบกับมิ้นิคอนเสิร์ตจาก บี สุกฤษฎี หนุ่มชาวเหนือขวัญใจมหาชน ณ ห้างเสรีสรรพสินค้าจังหวัดลำปาง	วันที่ 3 เมษายน พ.ศ.2562	
2. จัด Event การแข่งขันทำอาหารประจำ (ภาคอีสาน) ด้วยมาฆ่า	ร่วมลุ้นเมนูชนะเลิศประจำภาคพบกับมิ้นิคอนเสิร์ตจากพระเอกขวัญใจคนอีสาน เวียร์ศุกลวัฒน์ ณ ห้างแฟรี่พลาซ่า จังหวัดขอนแก่น	วันที่ 6 เมษายน พ.ศ.2562	
3. จัด Event การแข่งขันทำอาหารประจำ (ภาคกลาง) ด้วยมาฆ่า	ร่วมลุ้นเมนูชนะเลิศประจำภาคพบกับมิ้นิคอนเสิร์ตจากตูน บอดี้สแลม ศิลปินจิตอาสาขวัญใจคนไทย ณ เซ็นทรัลเวิลด์ พลาซ่า จังหวัดกรุงเทพฯ	วันที่ 9 เมษายน พ.ศ.2562	
4. จัด Event การแข่งขันทำอาหารประจำ (ภาคใต้) ด้วยมาฆ่า	ร่วมลุ้นเมนูชนะเลิศประจำภาคพบกับมิ้นิคอนเสิร์ตจากนักร้องลูกทุ่งขวัญใจพี่น้องชาวใต้ บ่าววี อาร์สยาม ศูนย์การค้าไดอาน่าคอมเพล็กซ์ หาดใหญ่	วันที่ 12 เมษายน พ.ศ. 2562	

ตัวอย่าง Production Brief

