

AIM3201



กลยุทธ์การสร้างสรรค์ งานสื่อสารการตลาด

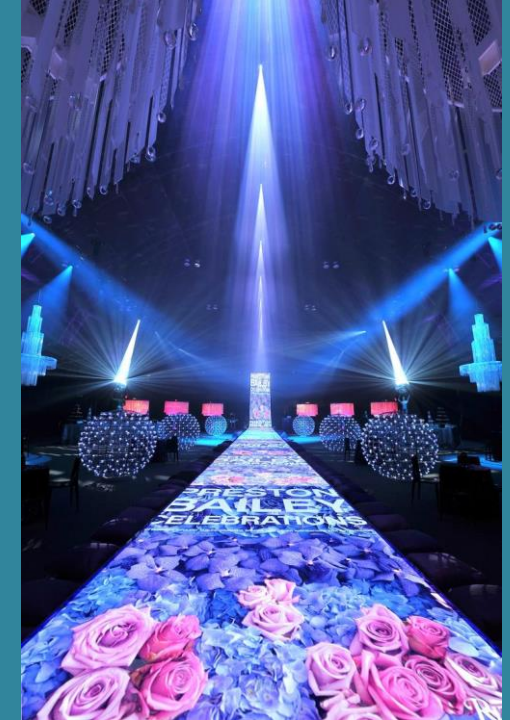
Marketing Communication
Creativities Strategies

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประกายกวีล ศรีจินตา

กลยุทธ์

การสื่อสารการตลาด

ผ่าน **กิจกรรม**



Event

Marketing

การสื่อสารการตลาดผ่านกิจกรรม (Event Marketing)

เป็นกิจกรรมการสื่อสารการตลาดที่มุ่งกระตุ้นพฤติกรรมของผู้บริโภคให้เกิดการซื้อสินค้าและบริการโดยตรงทางพุทธิสัมพันธ์ และบริการมีข้อเสนอพิเศษให้แก่ผู้บริโภค ร้านค้า และพนักงานขายที่เข้าร่วมรายการของทางบริษัท เพื่อเป็นการเพิ่มยอดขายของสินค้าและบริการ เป็นการสร้างยอดขายได้ในทันที

Event Marketing เป็น ส่วนหนึ่งของ IMC (Integrated Marketing Communications) จึงมีหน้าที่ในการเป็น เครื่องมือสื่อสารทางการตลาด เป็น Communication ดังนั้น Event ไม่ได้แปลว่า กิจกรรมทางการตลาด

แต่หมายถึง....

การสื่อสารทางการตลาด

ผ่านกิจกรรม

การสื่อสารการตลาดผ่านกิจกรรมเป็นเรื่องของ

การสร้างประสบการณ์ร่วมกับตราผลิตภัณฑ์

หรือ **Brand Experience**

กระบวนการ

สื่อสารการตลาด

ผ่าน **กิจกรรม**

OBJECTIVE Setting

1

มี**โจทย์**ที่ชัดเจน มี**วัตถุประสงค์**ที่แน่นอน มี**ข้อมูล**การตลาดที่ดี
และการ**วางแผน**ของงบประมาณ

การวางกลยุทธ์ในการวางแผนการทำการสื่อสารการตลาด
ผ่านกิจกรรม เป็นหัวใจหลักของการทำ Event

STRATEGIC Event Planning

2

เป็นกรอบความคิดให้ฝ่ายสร้างสรรค์ หรือ Creative
ได้ฟังแบบมีทิศทาง

Event

CREATION

3

เป็นเรื่องของบรรดา **Creative** ที่จะมาคิดสร้างสรรค์งาน
ภายใต้กรอบแนวคิดที่วางมาจากการกำหนดกลยุทธ์

ขั้นตอนที่จะบริหารจัดการทำอีเวนต์ให้เกิดขึ้นจริง ซึ่งมีหลายองค์ประกอบ ตั้งแต่ลงรายละเอียดของ **Script Rundown** เพื่อที่จะสามารถกำหนดองค์ประกอบ ในการทำอีเวนต์ให้สมบูรณ์

Event ORGANIZING

4

ทางเทคนิคไม่ว่าจะเป็น Lighting System, Sound system
Visual system Special Effect งานด้าน Stage Design
รวมถึงกำหนด **Timeline**

Event SCRIPT

5

ขั้นตอนนี้เป็นเรื่องของการทำ **script** ทุกอย่างในงาน เพื่อให้การสื่อสารทั้งงานเป็นเรื่องเดียวกันอย่างแท้จริง

เป็นช่วงที่สำคัญที่สุดทรัพยากรต่างๆ แรงความคิด แรงงาน
ที่ทุ่มเทลงไปในวันนี้พิสูจน์แล้วว่า จะเกิดขึ้นจริงหรือไม่

Event DAY

Event on the table เป็นการประชุมระหว่างทีมงาน
เพื่อให้ทุกคนเข้าใจการสื่อสารการตลาดผ่านกิจกรรมที่กำลังจะเกิดขึ้นได้
ดีเพียงพอเพื่อป้องกันการเกิดปัญหาหน้างาน

6

Event AMPLIFICATION

7

การขยายผล (Amplification) การสื่อสารการตลาดผ่านกิจกรรม
ของลูกค้าให้ขยายตัวออกไปมากแค่ไหน ความคุ้มค่าในการจัดการ
สื่อสารการตลาดผ่านกิจกรรมก็มีมากขึ้นเท่านั้น

Event

EVALUATION

8

การประเมินผลหลังการจัดกิจกรรม

การสร้างสรรค์

การสื่อสารการตลาด

ผ่าน **กิจกรรม**

Event

Marketing

แนวทาง

การสื่อสารการตลาด

ผ่าน **กิจกรรม**

Event

Marketing

จะพูด...

อะไร?



“แนวคิดหลัก”

(Concept)

จะพูด...

อย่างไร?



“กลวิธีการนำเสนอ”

(Execution)

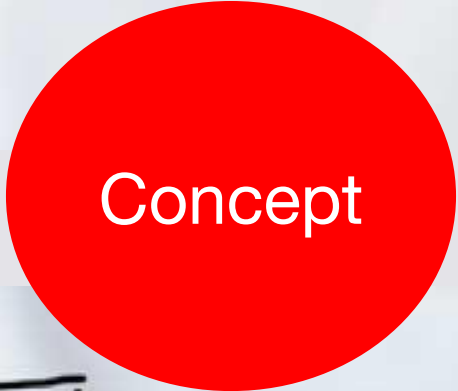
จะพูด...

กับใคร?



“กลุ่มเป้าหมาย”

(Target Group)



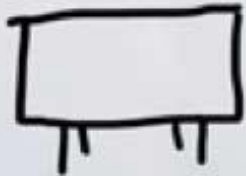
radio



television



newspaper



billboard



magazine



internet



leaflet

จะพูดอะไร?

จะพูดอย่างไร?

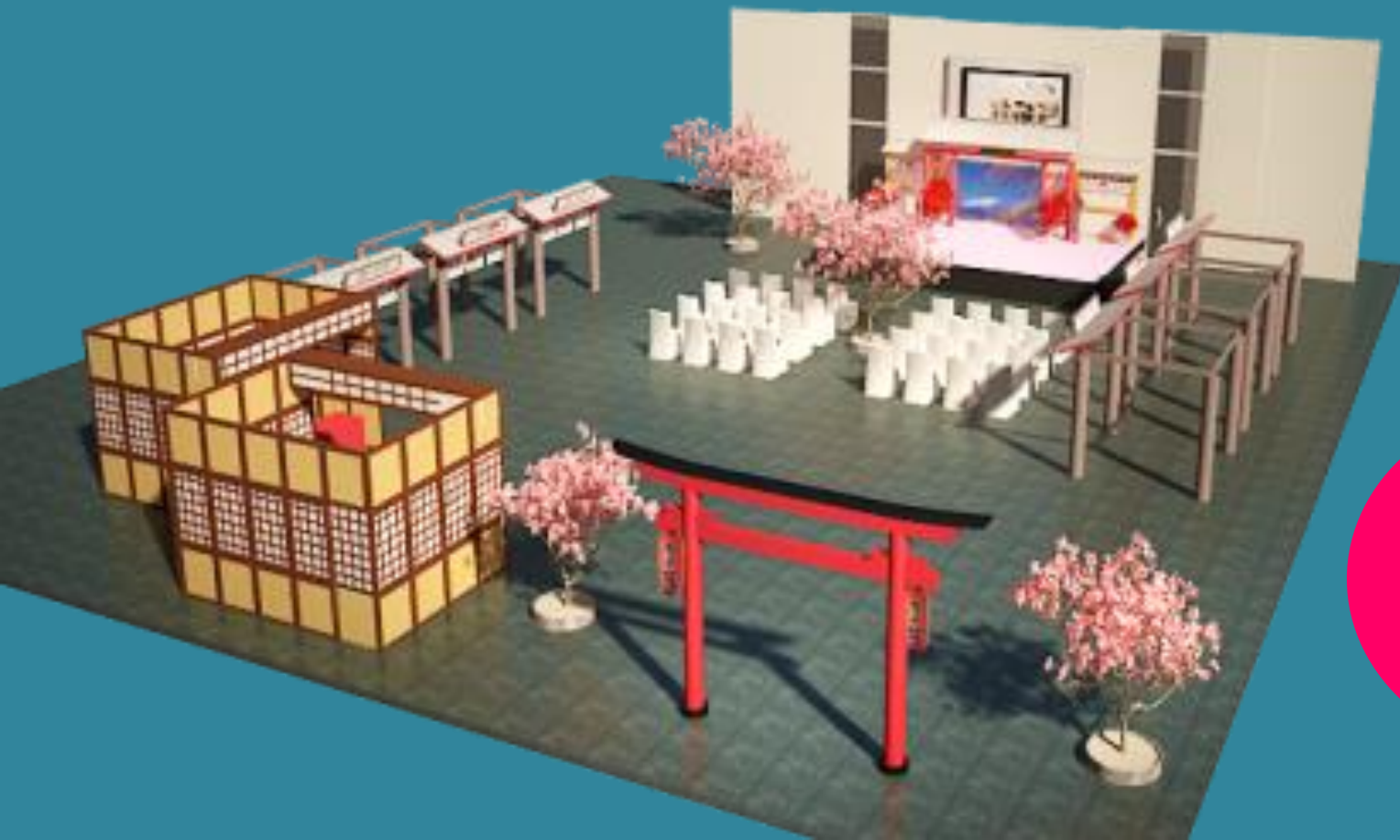
จะพูดกับใคร?

จัดงาน
ที่ไหนดี



กำหนด
สถานที่

พื้นที่งาน
แบ่งเป็น
กี่ส่วน



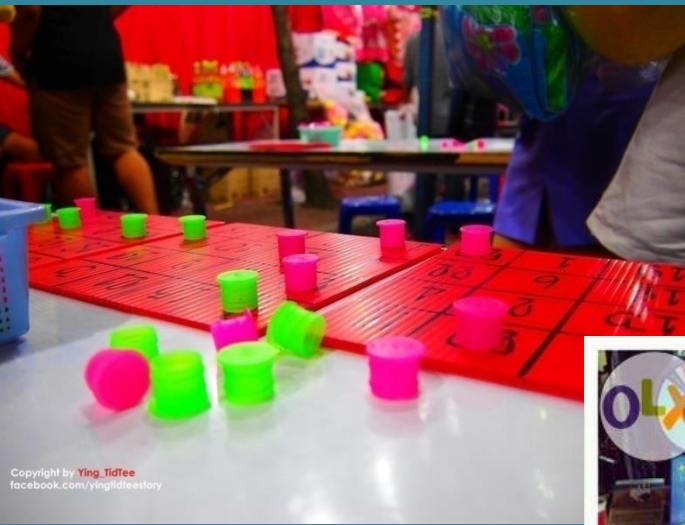
แบ่งพื้นที่
จัดงาน

รูปแบบ
ของบูธเป็น
อย่างไร



วางรูปแบบ
บูธกิจกรรม

จะมีเกมส์
อะไรบ้าง



จะมีกิจกรรม
ทั้งหมด
ที่รอบ



มีอะไรที่
เป็นไฮไลท์
ของงานบ้าง



I am Sorry !!!!!

จะมีพรีตี้
หรือพิธีกร
ไหม



ส่วนประกอบของ

การเขียนแผนสื่อสารการตลาด

ผ่าน **กิจกรรม**

Event

Marketing Plan

Concept =
ธีองาน

Theme

Date &
Time

Venue =
สถานที่

Mood
& Tone



Details
รายละเอียด

Game



Copyright by Ying TdFee
facebook.com/yingtdfeestory

Stage
Design

Grand
Opening

Show
On Stage

Sequence

Booth
Design

Hilight

Rewards
&
Souvenir

Budget





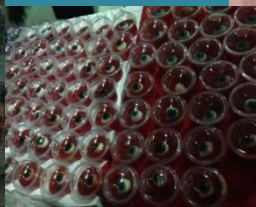
Music Festival



Songkran



แนวความคิด



แนวความคิด



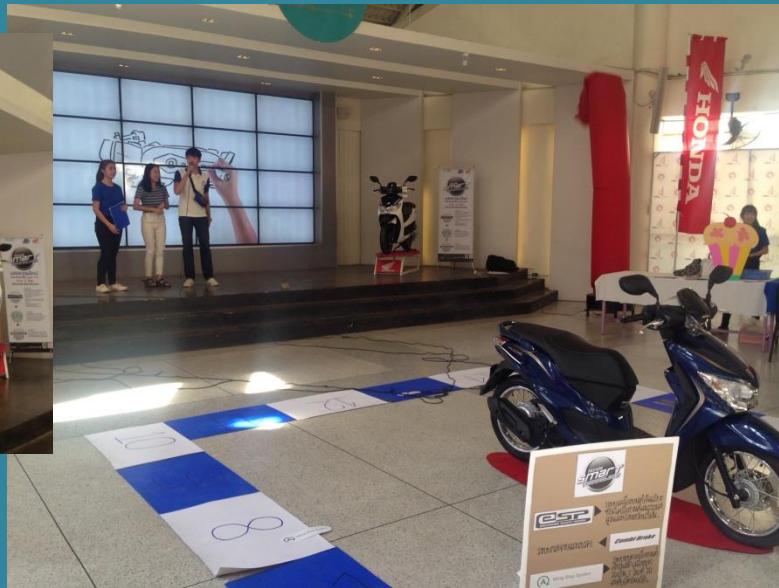
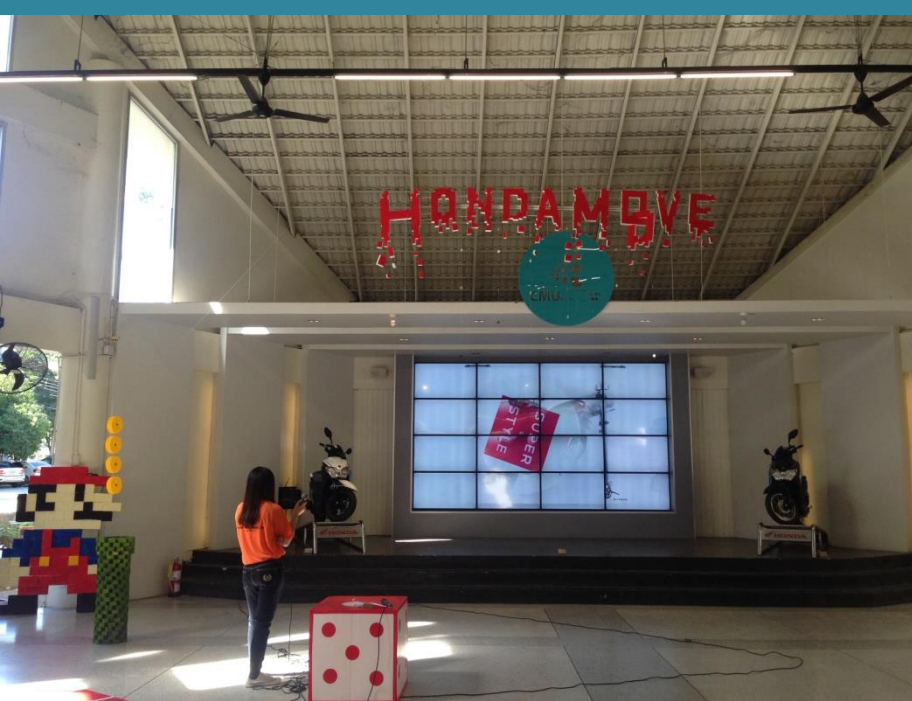
แนวความคิด

กำหนด
สถานที่



กำหนด
สถานที่





แบ่งพื้นที่
จัดงาน



วางรูปแบบ
บูธกิจกรรม



เกม และ
กิจกรรม



เกม และ
กิจกรรม





ໂປລິກ
ບອນງານ

จะพูดอะไร?

จะพูดอย่างไร?

จะพูดกับใคร?

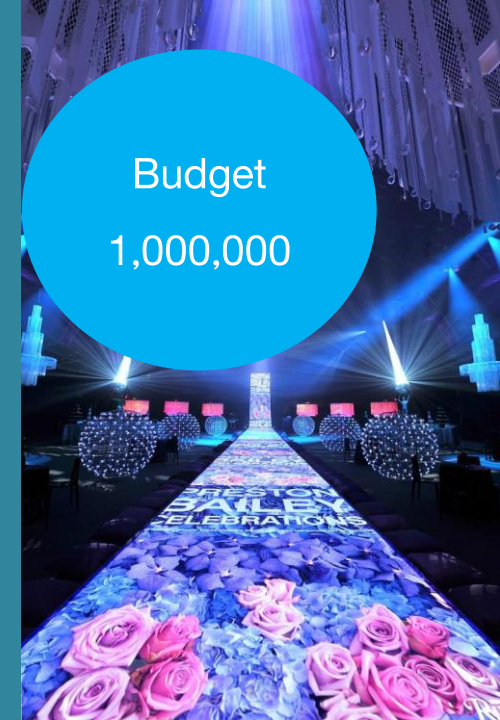
แพน
3 เดือน

ธันวาคม -
กุมภาพันธ์

ถนน

Budget
1,000,000

Concept
(แนวความคิด)



แพน
1 วัน

ธันวาคม -
กุมภาพันธ์

สวนสุนัข

Budget
10,000



แบบฝึกหัด

แบ่งกลุ่ม 5 คน แล้วเขียน Proposal

การจัดงาน Event Marketing

ของผลิตภัณฑ์ เฟอร์รา วิตามิน วอเตอร์

โดยมี **วัตถุประสงค์** เพื่อสร้างการรับรู้

และเพิ่มยอดขายให้กับผลิตภัณฑ์

กับ**สำหรับกลุ่มเป้าหมายหลัก** คือ กลุ่มคนรุ่นใหม่

ที่ใส่ใจสุขภาพอายุระหว่าง 25-35 ปี

แบบฝึกหัด



Purra
VITAMIN WATER

สดชื่น เติมประโยชน์ ได้ทุกวัน
น้ำผสมวิตามินซีและบีรวม 8 ชนิด



AIM3201



กลยุทธ์การสร้างสรรค์ งานสื่อสารการตลาด

Marketing Communication
Creativities Strategies

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประกายกวีล ศรีจินตา