

AAAM2304



การสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม
Event Marketing Communication

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประกายภาวิลา ศรีจินดา

Adobe Stock | #181623200

PEACE
 MONEY 2024
 GOOD LUCK Friendship
 SATISFACTION
 FRIENDSHIP
2024
 LOVE Happiness
 Peace
 Satisfaction
 Success

Health
 Money
 Wish you
 all the best
 for 2024
HAPPY NEW YEAR
 Love
 Success
Health
 2024

ความหมาย และความเป็นมา
ของ **การสื่อสารการตลาด**
เชิงกิจกรรม
(Event Marketing)

การสื่อสารการตลาด เชิงกิจกรรม

(Event Marketing)



ความหมาย

ของ การสื่อสารการตลาด

เชิงกิจกรรม

(Event Marketing)

Event Marketing

โดยปกติคนทั่วไปจะมอง Event Marketing แล้วแปลตรงตัวว่า
“กิจกรรมทางการตลาด” ซึ่งถ้าแปลอย่างนี้ เริ่มต้นก็พืดแล้ว

Event Marketing เป็น ส่วนหนึ่งของ IMC (Integrated Marketing Communications)
จึงมีหน้าที่ในการเป็นเครื่องมือสื่อสารทางการตลาด เป็น Communication

Event Marketing

ดังนั้น Event จึงไม่ได้แปลว่า “กิจกรรมทางการตลาด”

แต่หมายถึง "การสื่อสารทางการตลาดผ่านกิจกรรม"

Event Marketing



หากมองในแง่การทำ Branding
ฟังก์ชันที่เป็นมุมมองของนักการตลาดโดยตรง
จะมองการสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม
เป็นเรื่องของการสร้างประสบการณ์ร่วมกับตราผลิตภัณฑ์
หรือ.....

Brand Experience



เป็นเรื่องการรับรู้แบบ 4 มิติ ผ่านสัมผัสทั้ง 5 ของคน
ตั้งแต่รูปแบบการตีพิมพ์ของ การสื่อสารการตลาดผ่านกิจกรรม
พิธีกรรม ดนตรี อาหารและเครื่องดื่ม หรือแม้แต่การตกแต่งบริเวณทางเข้างาน
ซึ่งทุกอย่างต้องสะท้อนภาพของความเป็น Brand นั้น
ออกมาได้อย่างชัดเจน

Brand Experience

คืออะไร



ดังนั้น จัดการสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม หรือ Event marketing
จึงเป็นเครื่องมือสื่อสารที่จะนำแบรนด์ไปสู่กลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ
โดยสร้างประสบการณ์ร่วมกับแบรนด์ ผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5
ด้วยตัวเอง คือ ผ่านทางรูป รส กลิ่น เสียง สัมผัส

ความสำคัญ

ของ การสื่อสารการตลาด

เชิงกิจกรรม

(Event Marketing)



เพราะว่า แบนด์สามารถสัมผัสได้ผ่าน ประสบการณ์
หลายคนจะสามารถรับรู้ถึงตราผลิตภัณฑ์ได้ เพราะ “ผลิตภัณฑ์” สร้างที่โรงงาน
แต่ “ตราผลิตภัณฑ์” สร้างที่ “หัวใจ”
นั่นคือสิ่งที่นักสื่อสารการตลาดต้องเข้าใจถึงความแตกต่าง
ระหว่าง ผลิตภัณฑ์ (Product) กับ ตราผลิตภัณฑ์ (Brand) ก่อน

ความเปลี่ยนแปลง

ด้านการตลาด

และความเจริญก้าวหน้า

ทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

1

ข่าวสารการโฆษณา ผ่านสื่อต่าง ๆ

ไม่สอดคล้องกัน

2

สร้างความสับสนให้ผู้บริโภค

เครื่องมือสื่อสารในปัจจุบัน

มีความหลากหลาย

และแข่งขันกันอย่างรุนแรง

3

บุคลิกภาพในปัจจุบัน

ใช้เวลาทำสื่อมวลชน

และมีความสนใจในสื่อมวลชน

4

ช่องทาง

ในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารของพุ่มบริษัท

เปลี่ยนแปลงไป

5

ความเป็นมา

ของ การสื่อสารการตลาด

เชิงกิจกรรม

(Event Marketing)



Above The Line

Below The Line





Advertising VS Event Marketing



Advertising VS Event Marketing



การสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม คือ **จรวตนำวิถีอันทันสมัย**
แบบที่ รัสเซียหรือสหรัฐใช้ในสงคราม โดยสามารถเลือกเป้าหมาย
ที่ต้องการจะโจมตี แล้วค่อยยิงไปสู่เป้าหมายอย่างแม่นยำแถมตีตกล้อง
นำมาขยายผลในทางประชาสัมพันธ์และประเมินผลได้อีกด้วย



การสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรมนั้น ก่อนที่จะทำจำเป็นต้องมีการวิจัย
มีการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย รวมถึงวางแผนก่อนที่จะจัด
และเมื่อจัดแล้วก็ควรที่จะต้องเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ
จึงสามารถสร้าง **ผลกระทบ (Impact)** ได้



โปรโมชั่น "ส่งโค้ก"
ถึงสมทบมาก..ยังมีสิทธิ์วิน!

ส่งโค้กให้...
ยังสะสมมาก..ยังมีสิทธิ์วิน!

เลือกชม ฟุตบอลโลกกับราชา
หรือ คอนเสิร์ตสุดซ่าที่ประเทศอังกฤษ

จ่ายทุกซื้อโค้กสมทบเพียง "ส่งโค้กให้..."
สัปดาห์ละสมทบหรือครั้งละปอนด์ ที่มีชื่อบนฉลาก
ไม่ซ้ำกันให้ได้มากที่สุด ตั้งแต่วันที่
1 ตุลาคม - 30 พฤศจิกายน 2556

ลงทะเบียนก่อนที่นี่

หรือ

FIFA WORLD CUP
CONCERT UK



ต้องซ่า ต้องกล้า
ส่งโค้กให้

ครั้งแรกในเมืองไทยให้คุณเป็นเจ้าของ โค้ก ร่มพิเศษ
พร้อมพินพ็อดพิเศษลงบนกระป๋องโค้ก
ได้ที่บูธโค้ก ในภาพยนตร์ พารากอน ซีนีเพล็กซ์
12 -13 ส.ค. นี้ เวลา 11.00 น. - 19.00 น. เท่านั้น

โค้ก ร่มพิเศษ
โค้ก ร่มพิเศษ
โค้ก ร่มพิเศษ

* ชุด Size 44 46 และ 48 - มี 1 มงกุฎ โค้ก ร่มพิเศษ รหัส 1 มงกุฎ
* ชุด Movie Bucket Set - มี 1 มงกุฎ โค้ก ร่มพิเศษ รหัส 1 มงกุฎ
* ชุด Couple Value Set - มี 2 มงกุฎ โค้ก ร่มพิเศษ รหัส 2 มงกุฎ
* ชุด Party Set - มี 3 มงกุฎ โค้ก ร่มพิเศษ รหัส 3 มงกุฎ

* จำกัดสิทธิ์ 4 มงกุฎ / 1 บุคคล / วัน - ไม่สามารถนำของไปขายต่อหรือบริจาค
* จำนวนที่สะสมจะเปลี่ยนเป็นเหรียญโค้กตามจำนวน

PARAGON CINEMAS



ต้องซ่า ต้องกล้า
ส่งโค้กให้

ร่วม
ส่งโค้กให้

คนพิเศษ



ได้ง่ายๆเพียง 2 ขั้นตอน

- ซื้อโค้ก แพคเกจ สลิปรับ ครบ 100 บาท (ไม่รวมสินค้ายกตั้ง)
- แสดงใบเสร็จเพื่อรับ 1 สิทธิ์



การสื่อสารการตลาด เชิงกิจกรรม

(Event Marketing)



จุดเด่นของ Event Marketing



ข้อจำกัดของ Event Marketing

เก็บคะแนนท้ายบทเรียน

AAAM2304



การสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม
Event Marketing Communication

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประกายภาวิลา ศรีจินดา