

# กลยุทธ์การตลาด



## กลยุทธ์แบรนด์

กลยุทธ์แบรนด์ คือแนวทางการตลาดแบบองค์รวมที่ธุรกิจใช้เพื่อสร้างการรับรู้ของแบรนด์ และเข้าถึงและเชื่อมต่อกับลูกค้า มีการผสมผสานทุกอย่างตั้งแต่ โทนเสียงของแบรนด์ การเล่าเรื่อง พันธกิจ ค่านิยม และการส่งข้อความ กลยุทธ์แบรนด์ที่ประสบความสำเร็จช่วยให้แบรนด์กำหนดเป้าหมายธุรกิจและสร้างแผนการเชื่อมต่อกับผู้บริโภค

กลยุทธ์แบรนด์ คือแผนระยะยาวสำหรับธุรกิจในการสื่อสาร  
วัตถุประสงค์ กลยุทธ์แบรนด์มีความสำคัญเพราะจะช่วยให้ธุรกิจมีความ  
โดดเด่นและเชื่อมต่อกับผู้บริโภคเพื่อกระตุ้นการรับรู้ของแบรนด์และความ  
ภักดี ธุรกิจสามารถสร้างเสียง แบ่งปันเรื่องราว และแสดงค่านิยมของตน  
ผ่านกลยุทธ์แบรนด์ ค่านิยมของแบรนด์มีความสำคัญต่อผู้บริโภค

# พื้นฐานของกลยุทธ์แบรนด์คืออะไร

องค์ประกอบของกลยุทธ์แบรนด์ที่ประสบความสำเร็จควรประกอบด้วย การพิจารณาสิ่งที่ทำให้แบรนด์มีความแตกต่างและเรื่องราวที่สื่อสารกับผู้บริโภคประกอบด้วย:

- วัตถุประสงค์
- พันธกิจ
- อัตลักษณ์
- ค่านิยม
- เสียง
- เรื่องราว
- ความเป็นเอกลักษณ์
- อารมณ์
- การสื่อสารด้วยภาพและข้อความ





# Butter Bear

กลยุทธ์ใช้มาสคอต  
ดึงดูดใจลูกค้า

ยกระดับ

Customer  
Experience



# การใช้มาสคอตสามารถยกระดับ Customer Experience ได้อย่างไร?

- ช่วยสร้างความประทับใจให้ลูกค้า
- ช่วยเล่าเรื่องของแบรนด์
- ช่วยสร้างความจงรักภักดี ส่งเสริมการมีส่วนร่วม
- ช่วยสร้างความแตกต่าง เพิ่มโอกาสในการเจาะช่องทางการตลาดอื่นๆ
- ช่วยสร้างภาพลักษณ์เชิงบวก
- ช่วยยกระดับ Customer Experience



Mascot Marketing = ตัวแทนของแบรนด์



# CEO BRAND





**SPOTLIGHT**



# “Elon Musk” CEO ของ Tesla



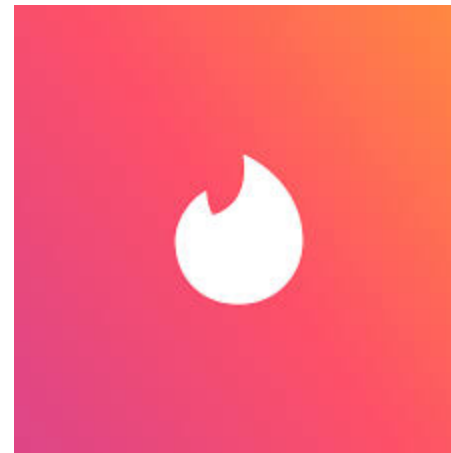
# LOGO ?

โลโก้ คือ เครื่องหมาย  
ตรา หรือสัญลักษณ์ทางการค้า  
ที่ผ่านการออกแบบกราฟิกเพื่อ  
สร้างเอกลักษณ์แก่สินค้า บริการ  
และกิจการของตนเอง โดยการ  
ออกแบบจะต้องสอดคล้องกับ  
ผลิตภัณฑ์ มีเอกลักษณ์ และจดจำ  
ได้ง่าย



# ประโยชน์ของโลโก้

- ใช้สื่อสารได้ในระยะเวลาสั้นๆ เพราะจดจำและมองเห็นได้ง่ายกว่าข้อความ
- ใช้พื้นที่น้อย สามารถย่อ-ขยายได้โดยไม่ต้องคำนึงว่าจะอ่านออกไหมเหมือนข้อความ
- เป็นสื่อเชิงสากล สามารถเข้าใจได้แม้ไม่รู้ภาษา
- กลุ่มลูกค้าจดจำได้ง่าย และเป็นเอกลักษณ์ของธุรกิจ
- การออกแบบจะส่งผลต่อภาพพจน์ของแบรนด์ ทำให้สื่อสารออกไปได้จากการออกแบบโลโก้





# ประเภทของโลโก้

## Letter mark หรือ Monogram

ใช้กับแบรนด์ที่มีชื่อยาว และต้องการย่อให้สั้น โดยใช้ตัวย่อมาประกอบเป็นชื่อใหม่ ที่มีจำนวนตัวอักษรไม่มาก อ่านและจำได้ง่าย โดยเน้นออกแบบให้ตัวอักษรมีลักษณะพิเศษที่ต่างจากตัวอักษรทั่วไป เพื่อเพิ่มความเป็นเอกลักษณ์และเพิ่มการจดจำ





## Wordmark หรือ Logotype

ใช้ชื่อแบรนด์มาตั้งเป็นโลโก้ โดยชื่อแบรนด์จะมีความสั้นและแปลกใหม่ในตัวเองอยู่แล้ว โดยไม่แน่ใจว่าจะต้องมีความหมายหรือใหม่ และจะเน้นออกแบบตัวอักษรให้มีความโดดเด่นเพื่อความมีเอกลักษณ์และจดจำได้ง่ายเช่นกัน

The Google logo is a wordmark consisting of the word "Google" in its signature multi-colored font.The FedEx logo is a wordmark consisting of the word "FedEx" in a bold, sans-serif font, with the "E" and "x" in orange and the "Fed" in purple.The Coca-Cola logo is a wordmark consisting of the word "Coca-Cola" in its iconic red, cursive script font.The Toys R Us logo is a wordmark consisting of the words "Toys R Us" in a bold, sans-serif font, with "Toys" in red, "R" in blue, and "Us" in green, with a blue star above the "R".

# Pictorial Mark หรือ Logo Symbol

## Pictorial Mark หรือ Logo Symbol

เป็นโลโก้ที่เอารูปสิ่งของที่มีอยู่แล้ว  
เอามาเป็นตัวแทนของแบรนด์ ไม่มีตัวอักษร  
ประกอบ อาจออกแบบเพิ่มเติมเพื่อให้มีจุด  
สังเกตที่แตกต่างไปจากเดิมเล็กน้อยแต่สามารถ  
จดจำได้ง่าย โดยรูปที่นำมาใช้อาจเกี่ยวข้องกับ  
มีนัยยะสำคัญเชิงลึกเกี่ยวกับแบรนด์ และมัก  
ใช้โลโก้ลักษณะนี้กับแบรนด์ที่เป็นที่รู้จักอยู่แล้ว



## Abstract หรือ Logo Mark

โลโก้ที่นำสัญลักษณ์หรือรูป  
ของสิ่งที่มีอยู่แล้ว มาออกแบบประกอบ  
กันให้เป็นรูปใหม่ที่สื่อถึงแบรนด์ผ่านการ  
ออกแบบรูปร่าง สีและลายเส้นได้อย่าง  
เต็มที่ จนเกิดเป็นรูปร่างใหม่ที่มี  
เอกลักษณ์และไม่ซ้ำใคร



## Mascot

โลโก้ที่ใช้ตัวการ์ตูนมาเป็นตัวแทน โดยมากมักออกแบบเป็นรูปร่างคน เพื่อสื่อถึงความเข้าถึงง่าย เป็นมิตร และเข้าได้กับทุกเพศทุกวัย มักใช้กับแบรนด์ที่มีความขี้เล่นและมีความครอบครว้สูง

มากกว่าแบรนด์ที่เน้นความหรูหรา ชับช้อน หรือเชิงสังคมมากๆ และสิ่งที่สำคัญเมื่อออกแบบโลโก้เป็นตัวการ์ตูนจะมีรายละเอียดบางอย่างที่อาจหายไปเมื่อถูกพิมพ์ลงในบรรจุภัณฑ์ที่มีขนาดเล็ก จะไม่สามารถเก็บรายละเอียดได้ครบเท่ากับโลโก้แบบอื่นๆ

Mascot logos



## Combination Mark

โลโก้ที่นำรูปภาพและตัวอักษร  
ของชื่อแบรนด์มารวมกัน อาจวางข้างกัน  
ด้านบน ด้านล่าง หรือนำมาออกแบบ  
รวมกันเป็นหนึ่งเดียว จุดเด่นคือสามารถ  
มองเห็นรูปและชื่อไปได้พร้อมกันทำให้  
จำได้ทั้งชื่อและรูปได้ง่ายขึ้น





## Emblem

โลโก้ที่มีความเป็นตราสัญลักษณ์ มักมีกรอบวงกลม สีเหลี่ยม หรือรูปโล่ และมีรายละเอียดด้านในเป็นรูปภาพและตัวอักษรที่ซับซ้อน มักเจอได้ในโลโก้สโมสร และโลโก้โรงเรียน สื่อถึงความมั่นคง หนักแน่น สุขุมและคลาสสิก

แต่ข้อเสียเมื่ออยู่ในพื้นที่เล็กๆ รายละเอียดก็จะมองไม่เห็นได้ ทางแก้คือออกแบบให้มีความซับซ้อนน้อยที่สุดและยังคงความกรอบไว้ให้ได้



# องค์ประกอบของโลโก้ที่ดี

**เรียบง่าย** — ไม่หวิอหว่า สามารถนำไปใช้ในบรรจุกณ์แบบต่างๆได้ง่ายและไม่รู้สึกซ้ำตา

**เหมาะสม** — คำนึงถึงภาพลักษณ์และวิสัยทัศน์ของตัวแบรนด์ และออกแบบโดยอิงตามนั้น หากแบรนด์มีความมั่นคงและหรูหรา การออกแบบโลโก้ให้ดูน่ารักและเข้าถึงง่ายอาจไม่เหมาะสมนัก

**ยั่งยืน** — มีเอกลักษณ์ของตัวเอง รวมถึงมีแก่นของการออกแบบ ไม่ออกแบบตามกระแสเพราะจะทำให้โลโก้เก่าไปตามกาลเวลา ไม่คงทนและคลาสสิก

**มีความพิเศษ** — นอกจากสวยงามแล้วต้องโดดเด่น ทุกการลากเส้นต้องมีเหตุและผล แม้จะเป็นสัญลักษณ์ง่ายๆแต่ถ้าโดดเด่นก็จะทำให้แบรนด์มีเอกลักษณ์มากขึ้น

**จดจำได้ง่าย** — สามารถจดจำได้แม้จะเปลี่ยนสี ย่อหรือขยาย รวมถึงเห็นแล้วต้องจำได้ในระยะเวลาอันสั้น

**ยืดหยุ่น** — เข้ากันกับทุกการมีอยู่ ซึ่งถ้าออกแบบให้เรียบง่ายก็จะสัมพันธ์กันอยู่แล้ว

**มีจุดโฟกัส** — มีจุดนำสายตาเพียงอย่างเดียว อาจจะนำรูปที่มีอยู่มาตัดหรือเพิ่มบางส่วนเข้าไปให้ไม่ปกติ เมื่อรู้สึกแปลกตาก็จะทำให้จดจำได้ง่ายเช่นกัน

แบ่งตามหัวข้อย่อยๆเลยก็จะมีอยู่ทั้งหมด 3 ประเภท



**FOUR SEASONS**  
*Hotels and Resorts*



**Hilton**  
HOTELS & RESORTS

# แบ่งตามหัวข้อใหญ่ๆเลยก็จะมีอยู่ทั้งหมด 3 ประเภท

## 1. Iconic/Symbolic

(โลโก้สัญลักษณ์ รูปภาพ)

เป็นโลโก้ที่ออกแบบเฉพาะส่วน  
สัญลักษณ์หรือรูปภาพให้ดูเรียบง่ายไม่มีข้อความ  
หรือชื่อแบรนด์เขียนกำกับไว้ ซึ่งความยากของการ  
ออกแบบโลโก้ประเภทนี้คือ จะทำอย่างไรให้คนเห็น  
แล้วรู้ว่าเป็นโลโก้เกี่ยวกับอะไร เป็นภาพอะไร  
ต้องการสื่อถึงอะไร แบรินด์อะไร ดังนั้นการ  
ออกแบบโลโก้รูปภาพ สัญลักษณ์ให้ประสบ  
ผลสำเร็จนั้นจะต้องคำนึง 3 ข้อนี้เป็นหลัก

- สามารถทราบได้ทันทีว่าเป็นรูปอะไร
- จดจำง่าย
- สัญลักษณ์ไม่ยุ่งยาก เน้นเรียบง่าย



## 2. Logotype/Wordmark

(โลโก้ตัวอักษร)

เป็นการนำเสนอโลโก้โลโก้  
ออกมาในรูปแบบของตัวอักษร ไม่มี  
รูปภาพหรือสัญลักษณ์ประกอบ และต้อง  
เป็นตัวอักษรที่ไม่เหมือนใคร ต้องเป็น  
ตัวอักษรที่มีเฉพาะของแบรนด์เท่านั้น ซึ่ง  
เป็นเรื่องที่ยากมากที่จะออกแบบ  
เนื่องจากตัวอักษรมีหลากหลายแบบมัก  
พบเห็นได้ทั่วไป





### 3. Combination Marks

(โลโก้สัญลักษณ์และตัวอักษร)

ในประเภทนี้เป็นการผสมผสานระหว่างโลโก้ตัวอักษรและโลโก้สัญลักษณ์ ทำให้ง่ายต่อการตีความหมายของโลโก้ แยกแยะ หลายๆ ครั้ง การออกแบบโลโก้สัญลักษณ์หรือตัวอักษรเพียงอย่างเดียวมักจะประสบปัญหาที่ผู้มองไม่สามารถจดจำแบรนด์ ไม่รู้ว่าเป็นสัญลักษณ์อะไร เป็นธุรกิจแบบไหน แต่การออกแบบโลโก้ประเภทนี้ช่วยให้ผู้พบเห็นสามารถรู้ได้ทันทีว่าเป็นแบรนด์อะไร ทำอะไร ขายอะไร และบริการอะไร เป็นการตอบโจทย์นักออกแบบโลโก้ได้อย่างลงตัว



# การเปลี่ยนโลโก้

## ของแบรนด์ต่างๆ



Lazada สัญลักษณ์ของจุดหมายทาง  
ด้านไลฟ์สไตล์มากขึ้น ในแคมเปญ  
2019 Go Where Your Heart Beats การไล่สีส้ม  
ไปถึงชมพูสะท้อนความมีชีวิตชีวา



ไทยรัฐ เปลี่ยนให้มีความ Modern มากขึ้น  
จับตลาดคนรุ่นใหม่ และเข้าสู่ยุคดิจิทัล  
2019 เต็มรูปแบบ #RefreshThairathOnline



Facebook ปรับปรุงรูปลักษณ์ใหม่ให้ดู  
ง่ายขึ้น เปลี่ยนสีโลโก้ใหม่ให้เป็นสีฟ้าสว่าง  
2019 สดใส ให้อลังการและความรู้สึกบวก



Dunkin' ไม่ได้มีโปรดักต์เพียงแคโดนัท  
2018 อย่างเดียว แต่มีกาแฟและสินค้าอื่น ๆ



Mastercard พลวิชัยในหลายประเทศ พบว่า  
2019 กว่า 80% สามารถจดจำแบรนด์นี้ได้ด้วยโลโก้  
โดยดีไซน์ใหม่มี ความยืดหยุ่น กับสมัย  
เหมาะกับการใช้งาน ในยุคดิจิทัลมากขึ้น

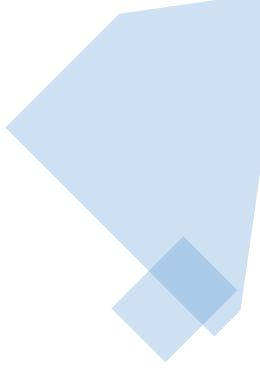


ZARA ทำให้ทันสมัยขึ้น  
2019 และกล้าที่จะออกจากกรอบ

# กลยุทธ์การตลาด SLOGAN

---

สร้างความแตกต่างให้ธุรกิจ



Your best bet is a Best Western. Simple made Perfect. (Delta Hotels by Marriot)

The best surprise is no surprise.  
Holiday Inn

**Whatever you want. Whenever you want it. (W  
Hotels and Resorts)**

Let us stay with you. (The  
Ritz Carlton)

*Where actions speak louder. (Sheraton hotel and  
resort)*

Marriot people know how

**Take me to the Hilton (Hilton Hotels and Resorts)**



# Slogan

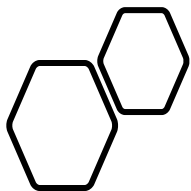
## สโลแกน (Slogan) มีความจำเป็นมาก แค่ไหน???

สโลแกน คือ คำพูดคำคม หรือ ข้อความสั้นๆ ที่  
จูงใจ และ บ่งบอกถึงลักษณะเฉพาะตัวของ  
สินค้า ไม่ว่าจะเป็น จุดเด่น ข้อมูล หรือ  
คุณลักษณะต่างๆ เพื่อให้ผู้รับสาร ผู้ชม หรือ  
ผู้ฟัง สามารถจดจำสินค้าได้ง่ายขึ้น



# โดยที่ สโลแกนมี ข้อดี ดังต่อไปนี้

- ช่วยให้ผู้บริโภคสามารถจดจำสินค้าได้ง่ายในระยะเวลาที่จำกัด
- ช่วยตอกย้ำจุดขายหรือจุดเด่นของสินค้า ทำให้ผู้บริโภคเข้าใจได้ทันทีว่าผลิตภัณฑ์ของคุณมีจุดเด่นในเรื่องอะไร
- ช่วยให้ผลิตภัณฑ์ของคุณเป็นที่รู้จักในวงกว้าง
- ช่วยประหยัดค่าโฆษณาและค่าเสียเวลาลงไปได้ เพราะผู้บริโภคสามารถจดจำผลิตภัณฑ์ได้ของเราแบรนด์ของเราได้
- ช่วยกระตุ้นยอดขายสินค้าของเราให้เพิ่มมากขึ้น
- สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้กว้างขวางกว่าการโฆษณา



## เทคนิคในการตั้ง สโลแกนให้ฟังดูน่าสนใจ และน่าจดจำ ควรทำดังนี้

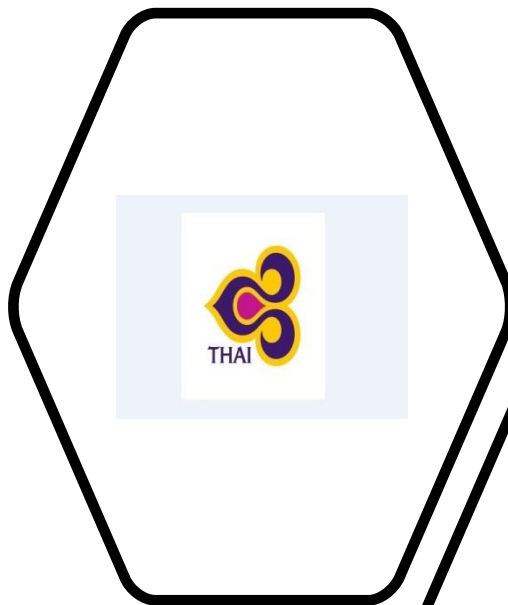
1. สั้น กระชับ ได้ใจความ ตรงประเด็น เข้าใจง่าย และ ไม่  
ควรยาวมากเกินไป

คิดจะพักคิดถึง คิทแคท

หิวเมื่อไหร่ก็แวะมา เซเว่นอีเลฟเว่น

มิสทีน มาแล้วค่ะ

การบินไทย รักคุณเท่าฟ้า



This Photo by Unknown Author is licensed under [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)

เทคนิคใน  
การตั้ง

สโลแกนให้  
ฟังดูน่าสนใจ  
และน่าจดจำ  
ควรทำดังนี้

2. เฉพาะเจาะจง และ สื่อความหมายได้ทันที

- **m&m** ละลายในปากแต่ไม่ละลายในมือ

- ทุกหยดซ่า ไชดาสิงห์

- มายมีน့် พุดแล้วหอม

เทคนิคใน  
การตั้ง

สโลแกนให้  
ฟังดูน่าสนใจ  
และน่าจดจำ  
ควรทำดังนี้

3. เมื่อมีการรับสารแล้วควรเกิดความรู้สึกด้านบวก  
หรือ ความรู้สึกดีต่อ แบรินด์สินค้า

- Toshiba นำสิ่งที่ดีสู่ชีวิต
- S & P ชื่อนี้มีแต่ความผูกพัน
- Salt เค็มแต่ดี
- MK ช่วงเวลาแห่งความอบอุ่น
- คู่มค่าทุกนาที่ดูทีวีสีช่อง 3
- ช่อง 7 สี ทีวีเพื่อคุณ
- สำนักดี สังคมดี รีเจนซีแบรนด์ไทย

เทคนิคใน  
การตั้ง

สโลแกนให้  
ฟังดูน่าสนใจ  
และน่าจดจำ  
ควรทำดังนี้

4. โน้มน้าวใจให้ผู้บริโภคฟังแล้วรู้สึกว่าจะอยากซื้อสินค้า หรือ ใช้บริการได้ทันที

- คุ่ม ครบ เพื่อคุณ ท็อปส์
- ใครไม่คัด เราคัด ของ ฟิชไซ้
- ฟาร์มเฮ้าส์ หอมกรุ่นจากเตาทุกวัน
- ถูงเท้าคาร์สัน ฟอรั่มดีไม่มีช่วย
- ปูนอินทรี ปูนดีได้ตั้งใจ เป็นตน

เทคนิคใน  
การตั้ง

สไลด์แกนให้  
ฟังดูน่าสนใจ  
และน่าจดจำ  
ควรทำดังนี้

5. เจาะจงไปที่กลุ่มเป้าหมายโดยตรง

➤ **Arrow** เอกลักษณ์เฉพาะเอกบุรุษ

➤ หรือ จะเป็นสไลด์แกนของผลิตภัณฑ์ที่  
เน้นขายให้กับเพศหญิง เช่น

➤ สวยที่สุดจากข้างใน วาโก้ เป็นต้น



# ใช้ภาษาที่ชัดเจน เข้าใจง่าย ไม่กำกวม และ ถูกต้องตามหลักภาษา



1. จากผลสำรวจ คนส่วนใหญ่ มักจะชอบสโลแกนที่ไม่มีชื่อแบรนด์ ฟังเข้าใจด้วยมากกว่า



2. สโลแกนที่ทำเป็นเพลงและใส่เสียงดนตรีเข้าไปจะทำให้ผู้คนจดจำดีมากขึ้น



3. สโลแกนที่มีการเน้นย้ำบ่อยๆ จะทำให้ผู้คนจดจำได้ดีขึ้น

# กรณีศึกษา แก้ปัญหาการศึกษาเด็กไทย





ร่วมบริจาคผ่านโครงการ Limited Education เพื่อพัฒนาการศึกษาไทย

เพียงสั่ง 3 เมนูของหวานนี้

คุณก็มีส่วนช่วยลดความเหลื่อมล้ำทางการศึกษาได้



ไอติมช็อคโกแลต  
ไซส์เค็ม  
ราคา 79.-



ชาเย็นโฟ่ด  
ราคา 79.-



เยลลี่กาแฟ  
ราคา 79.-



หรือซื้อ  
กาเป่าพิก่อน  
ราคา 99.-

ก็มีส่วนช่วยบริจาค  
ให้เพื่อนๆ ได้เหมือนกัน

พิก่อนพิก่อน 13,500 ใบต่อวัน

ไปรษณีย์เงินใจจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในร้าน \*

ยิ่งสั่ง ยิ่งได้ผล \*

\* องค์การเพื่อการศึกษาไทยได้มีการวิพากษ์ข่าวทุกสารพัด ตลอดจนเก็บเกี่ยว  
เพื่อส่งมอบจนกว่าที่เวลาขจร สี่เดือนข้างหน้าด้วย เราได้ร่วมใจกันส่งไปให้  
จะเข้าไปบริจาคให้มูลนิธิ Limited Education เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตให้เด็ก  
ที่ขาดแคลนอย่างจริงจังได้ [www.LimitedEducation.org](http://www.LimitedEducation.org)

LIMITED  
EDUCATION  
EDUCATION

