



# to Build Winning Brand Concepts

การสัมมนาหลักสูตร

**“A to Z to build Winning Brand Concepts” รุ่นที่ 17**

Brand concept ที่ยอดเยี่ยมทำอย่างไร ? มาพบกันที่หลักสูตรนี้ !!

วันที่ 5 - 6 กุมภาพันธ์ 2563

โรงแรม เอ็กส ลุมพินี ถ.พระราม 4

จัดโดย สมาคมการตลาดแห่งประเทศไทย



## เมื่อสินค้าหรือบริการใหม่อยู่ในมือ ไม่รู้จะทำอะไรต่อดี...

มีวิธีที่จะหาแนวคิด (Brand Concept) ให้ได้ เพื่อให้ “โดนใจ” ผู้บริโภคเป้าหมาย ให้มากที่สุด เพื่อนำไปเตรียมตัวทำแผนการตลาดที่กระชับและได้ผลจริง Brand Concept ไม่ใช่โฆษณาแต่เป็นมากกว่านั้น Brand Concept เป็นจุดยืนของแบรนด์ที่ต้องใช้การ ตอกย้ำกับผู้บริโภคเป้าหมายซ้ำๆจนได้ผล 2 ประการหลัก ในการวัดแบรนด์คอนเซปต์ ที่ยอดเยี่ยม คือ

- ◆ ต้องมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น ไม่ซ้ำคู่แข่ง (Uniqueness)
- ◆ ต้องโดนใจผู้บริโภคตัวจริงเท่านั้น (Relevancy)

## ทำอย่างไรจะได้มา ซึ่งแบรนด์คอนเซปต์ที่ยอดเยี่ยมนี้?

ไม่ว่าคุณจะเป็นสินค้าใด หรือจะเป็นการให้บริการใดก็ตามในตลาดเมืองไทยของยุคนี้ รับรอง! หลักสูตรนี้ มีคำตอบให้คุณแน่....

## หลักสูตรนี้เหมาะสำหรับใคร ? Who should attend ?



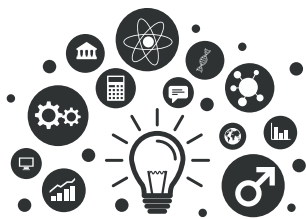
นักการตลาดที่มองหา  
วิธีการทำงานแบบใหม่ๆ  
หรือทางเลือกที่มี  
ประสิทธิภาพสูง



Start Up / SMEs ที่ต้องการ  
เข้าใจการตลาดแนวใหม่  
เพื่อนำไปพัฒนาและเพิ่ม  
ศักยภาพของสินค้า  
หรือบริการ



ทีมงานบริหารลูกค้า  
จากบริษัทเอกชนที่ยัง  
ขาดเครื่องช่วยสร้างสรรค์  
แนวคิดใหม่ๆ



# คุณจะได้อะไร จากหลักสูตรนี้บ้าง!

## “ แบรินด์คอนเซ็ปต์ ” คืออะไร

สินค้าหรือการบริการเพียง 1 ตัว สามารถสร้างจุดขายได้หลายๆแบบอย่างน่ามหัศจรรย์ ไม่ว่าจะเป็นสร้างตามประโยชน์ใช้สอยตรงๆ หรือสร้างแบบอ้อมๆ ให้ดึงดูดทางอารมณ์... ไม่ว่าด้วยเหตุผลไหน ผู้บริโภคจะเป็นผู้ตัดสินใจ... และนั่นคือคำอธิบายว่า “แบรินด์คอนเซ็ปต์” คืออะไร มันคือการจับวางแบรินด์ของเราไว้ในที่ที่ดี เหมาะสม และมันคงในหัวใจของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายนั่นเอง One Product can be known in different ways...either with simply its functional benefits...or creatively behind its emotional benefits...Just whichever makes senses to target consumers best... That's the heart of Brand Concepts. Same product but how to “Position” It in consumer minds

## หัวใจสำคัญของ “ แบรินด์คอนเซ็ปต์ ”

หัวใจ 3 ประการของ“แบรินด์คอนเซ็ปต์” คือ ความต้องการของผู้บริโภค ประโยชน์ที่จะได้รับ และคุณสมบัติของแบรินด์นั้น

The Best Brand Concept will make the Brand last forever. Learn how to create one that most fit your product.

## ทำอย่างไรจึงจะล้ำหน้าคู่แข่งได้?

หากยึดหลักการตลาดแบบเดิมๆ เรามีก็จะคิดสร้างแบรินด์จากสินค้า หรือบริการดีๆ สักตัว... ต่อด้วยการตั้งราคาให้เหมาะสม แล้วหาทางทำโปรโมชันตามสมควร... จากนั้นจึงกระจายสินค้าให้กว้างขวางที่สุด แต่ในการตลาดยุคนี้ สิ่งเหล่านี้ไม่เพียงพอแล้ว...

ถ้าเพียงทำกิจกรรม ที่ว่า... คุณยังเดินตามคู่แข่ง

Traditional Marketers just build the brands behind excellent products, right price, right promotion and good distribution...That is just not enough for today's competitive world.

## “ แบรินด์คอนเซ็ปต์ ” ที่ยอดเยี่ยม ทำอย่างไร

แบรินด์คอนเซ็ปต์ที่ยอดเยี่ยมจะทำให้แบรินด์ยั่งยืน เพราะความชัดเจน โดดเด่นในหัวใจของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ... มาเรียนรู้ที่จะสร้างสรรค์ให้เป็นด้วย Work shop ในหลักสูตรนี้ หลักสูตรนี้ มีคำตอบให้คุณแน่นอนค่ะ ในวันที่ 5 - 6 กุมภาพันธ์ 2563

# A to Z to build Winning Brand Concepts รุ่นที่ 17

## รายละเอียดหลักสูตร

วันพุธที่ 5 กุมภาพันธ์ 2563

เวลา 8:30 - 9:00 น. ลงทะเบียน

เวลา 9:00 - 12:00 น.

- ความต้องการของผู้บริโภคคืออะไร ? : What is it ?
- จะหาวิธีค้นพบได้อย่างไรทั้งแบบเป็นระบบและแบบสร้างสรรค์คิดนอกกรอบ  
How to find it systematically and creatively ?
- สอนเทคนิคของ การตั้งคำถาม “ ทำไมจึงใช้ ” และ “ ทำไมไม่ใช้ ”  
Why and Why Not Technique

เวลา 13:00 - 16:00 น.

- ประโยชน์ที่จะได้รับและคุณสมบัติของแบรนด์นั้นคืออะไร ? : What is it?
- การเขียนคอนเซ็ปต์บอร์ดให้เป็น : Concept Board : What is it and how to prepare?
- ฝึกการใช้งานจริง : Case Studie

วันพฤหัสบดีที่ 6 กุมภาพันธ์ 2563

เวลา 8:30 - 9:00 น. ลงทะเบียน

เวลา 9:00 - 12:00 น.

- จะสร้างให้จุดนี้สัมพันธ์กับความต้องการของผู้บริโภคอย่างไรจึงจะได้ผลจริง  
How to link them with the Consumer Insights for best results ?
- วิธีการนำคอนเซ็ปต์บอร์ดมาทดสอบกับผู้บริโภคให้ได้ผลจริง  
: Concept Test t : What is it ?

เวลา 13:00 - 16:00 น.

- ฝึกการใช้งานจริงในโลกของแบรนด์จริง : Case Studies
- บริษัทชั้นนำทางการตลาดใช้แบรนด์คอนเซ็ปต์อย่างไร  
พร้อมประสบการณ์จริงที่สำเร็จและที่ล้มเหลว  
How Best Consumer Product  
companies experience in Brand Concepts  
Success and Failure
- ฝึกการใช้งานจริง : Case Studies



โดย คุณจรรยาธิ ธรรมา

Marketing Expert

SHE (Thailand) Company Limited

## ค่าลงทะเบียนอบรม

สมาชิกสมาคมฯ ท่านละ 14,900 (+ VAT 7% = 1,043) รวมเป็นเงิน 15,943 บาท

ผู้สนใจทั่วไป ท่านละ 15,900 (+ VAT 7% = 1,113) รวมเป็นเงิน 17,013 บาท

รวมอาหารเที่ยง อาหารว่าง 4 มื้อ และเอกสารประกอบการอบรม

ชำระเงินโดย

- สิ่งจ่ายเช็คในนาม สมาคมการตลาดแห่งประเทศไทย  
เลขประจำตัวผู้เสียภาษี 099 3000 132483
- โอนเงินผ่านบัญชีออมทรัพย์ เลขที่ 256-1-03525-1  
ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาลุมพินี  
ชื่อบัญชี สมาคมการตลาดแห่งประเทศไทย  
( โปรดส่ง Slip Pay In ทาง E-mail : center@marketing.or.th )

## กำหนดการอบรม 2 วัน

วันที่ 5-6 กุมภาพันธ์ 2563

สถานที่ : โรงแรม เอ็กส ลุมพินี ถ.พระราม 4



## สอบถามรายละเอียดและติดต่อขอรับใบสมัครที่

Tel : 0-2679-7360-3 Fax : 0-2285-5988

E-mail : center@marketingthai.or.th

สมาคมการตลาดแห่งประเทศไทย ชั้น 14 อาคารลุมพินีทาวเวอร์

เลขที่ 1168/21 ถ.พระราม 4 แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร

กรุงเทพฯ 10120

Tel : 0-2679-7360-3 Fax : 0-2285-5988

<http://www.marketingthai.or.th>

ชำระค่าโปรมณียากรแล้ว  
ใบอนุญาตเลขที่ 204/2560  
ปณ.ยานนาวา



1168/21 อาคารลุมพินีทาวเวอร์ ชั้นที่ 14 ถ.พระราม 4  
แขวงทุ่งมกนเมบ เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120  
โทร. 0-2679-7360-3 โทรสาร 0-2285-5988



center@marketingthai or th



www.marketingthai.or.th



www facebook com/marketingthai



@matsociety