วันที่.......เดือน........พศ........

**ประเภทหมวดหมู่ “การตลาดยอดเยี่ยม”
รายละเอียดของผลงาน** \*\*ผลงานที่ส่งต้องไม่เกิน 3 หน้า (โปรดใช้ตัวพิมพ์ 14 Pt.) ประกอบด้วย:

1. **Customer Insight**ผลงานมีความเข้าใจลูกค้าเชิงลึกในหลากหลายมิติ อาทิ Customer Pain, Customer Need, Customer Journey, Customer Experience, Customer Network และนำข้อมูลเหล่านี้มาพัฒนานำไปสู่
การสร้างสรรค์แคมเปญที่่สามารถตอบโจทย์ให้กับลูกค้าได้อย่างโดดเด่น

**………………………………………………………………………………………………………………….…………**

**……………………………………………………………………………………………………….……………………**

**……………………………………………………………………………………………………….……………………**

**……………………………………………………………………………………………………….……………………**

**……………………………………………………………………………………………………….……………………**

1. **Objective & Strategy:**

ผลงานมีวัตถุประสงค์ที่แน่นอนชัดเจน (Powerful Goal) และมีการวางกลยุทธ์การตลาดที่ตอบรับกับโจทย์ที่วางไว้ เพื่อนำไปสู่ผลลัพธ์ที่โดดเด่นทางธุรกิจ (Winning Strategy) พร้อมมีส่วนผสมทางการตลาด
ที่ตอบโจทย์อย่างลงตัว
**………………………………………………………………………………………………………………….…………**

**……………………………………………………………………………………………………….……………………**

**……………………………………………………………………………………………………….……………………**

**……………………………………………………………………………………………………….……………………**

**……………………………………………………………………………………………………….……………………**

1. **Concept & Originality**

ผลงานมีแนวความคิดทางการตลาดที่โดดเด่น ไม่ซ้ำใคร และมีการนำเสนออย่างลงตัวทั้งคุณค่าของสินค้าและบริการ พร้อมสะท้อนคุณค่าของแบรนด์ผ่านเครื่องมือทางการตลาด

**………………………………………………………………………………………………………………….…………**

**……………………………………………………………………………………………………….……………………**

**……………………………………………………………………………………………………….……………………**

**……………………………………………………………………………………………………….……………………**

**……………………………………………………………………………………………………….……………………**

1. **Implementation & Execution**

ผลงานสามารถนำกลยุทธ์ทางการตลาดที่กำหนดไว้มาส่งเสริมคุณค่าของสินค้าทางด้านการตลาด
และการขายได้เป็นอย่างดี สามารถสร้างแรงจูงใจ และ มีความน่าสนใจได้

**………………………………………………………………………………………………………………….…………**

**……………………………………………………………………………………………………….……………………**

**……………………………………………………………………………………………………….……………………**

**……………………………………………………………………………………………………….……………………**

**……………………………………………………………………………………………………….……………………**

1. **Effectiveness & Business Results**

ผลงานต้องมีการวัดผลได้อย่างเป็นรูปรรมมีผลลัพธ์ชัดเจน ตรงตามวัตถุประสงค์ของแผนงานที่วางไว้ **………………………………………………………………………………………………………………….…………**

**……………………………………………………………………………………………………….……………………**

**……………………………………………………………………………………………………….……………………**

**……………………………………………………………………………………………………….……………………**

**……………………………………………………………………………………………………….……………………**

1. **Purpose, Integrity, Positive Effect**

ผลงานต้องสะท้อนการตลาดที่ส่งผลเชิงบวกแก่ Stakeholder ที่เกี่ยวข้องกับผลงานนั้นๆ ในด้านความมุ่งหวัง ความเชื่อ และความรับผิดชอบของแบรนด์ และ สร้างผลลัพธ์เชิงบวกผ่านแผนการตลาดที่ยั่งยืน

**………………………………………………………………………………………………………………….…………**

**……………………………………………………………………………………………………….……………………**

**……………………………………………………………………………………………………….……………………**

**……………………………………………………………………………………………………….……………………**

**……………………………………………………………………………………………………….……………………**