

การตลาดในเศรษฐกิจยุคใหม่

(Marketing in the New Economy)

- การตลาดและเศรษฐกิจยุคใหม่ (Marketing and New Economy)
- แนวความคิดหลักการตลาด (The Core Concepts of Marketing)
- การบริหารการตลาด (Marketing Management)
- แนวความคิดการตลาด (Marketing Concept)
- การสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า (Building Customer

Satisfact



การตลาดในยุคเศรษฐกิจยุคใหม่ (New Economy)

- จากการเน้นกำไรมาเป็นการสร้างคุณค่าลูกค้าตลอดชีวิต

ชีวิต

- จากการเน้นตัวเลขการเงินมาเป็นตัวเลขการตลาดเพิ่มขึ้น
- จากการเน้นผู้ถือหุ้นบริษัทมาเป็นการเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- จากธุรกิจทำการตลาดเปลี่ยนมาเพื่อให้ทุกคนทำการตลาด
- จากการสร้างตราสินค้าผ่านการโฆษณามาเป็นหน้าที่การทำงาน
- จากการเน้นการให้ลูกค้าเข้ามาซื้อเป็นการเน้นการรักษาลูกค้าไว้

- จากการที่ไม่วัดความพึงพอใจ
พึงพอใจลูกค้าเชิงลึก

- จากการให้ข้อมูลที่เหมาะสม

**new
economy**

เม

การตลาดในเศรษฐกิจยุคใหม่

- การตลาดและเศรษฐกิจยุคใหม่ (Marketing and New Economy)

- การตลาดในเศรษฐกิจยุคใหม่ (New Economy)

- จากการเน้นกำไรมาเป็นการสร้างคุณค่าตลอด

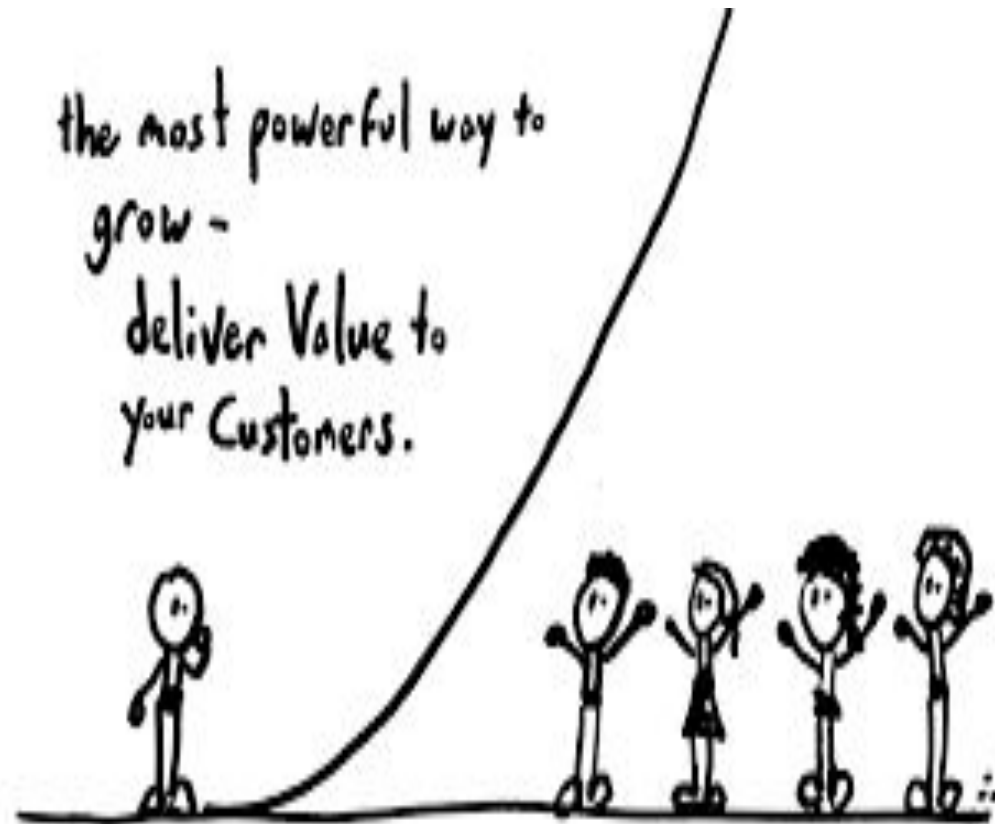
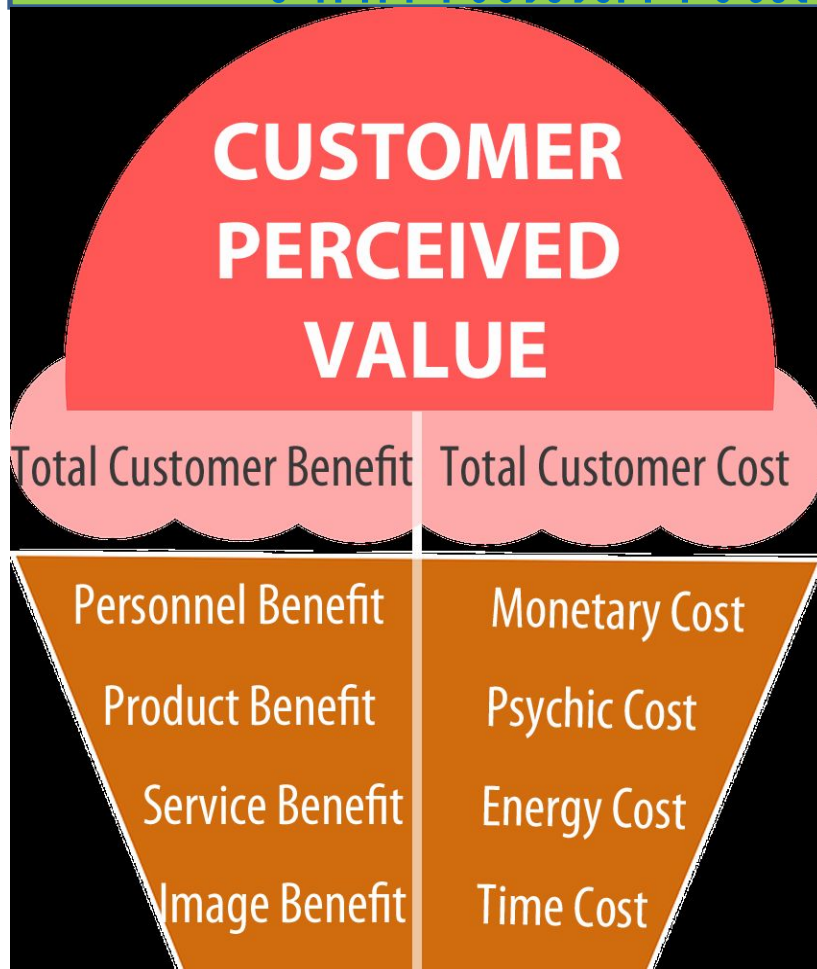


การตลาดในเศรษฐกิจยุคใหม่

- การตลาดและเศรษฐกิจยุคใหม่ (Marketing and New Economy)

- การตลาดในเศรษฐกิจยุคใหม่ (New Economy)

- จากการเน้นกำไรมาเป็นการสร้างคุณค่าลูกค้าตลอด



การตลาดในเศรษฐกิจยุคใหม่

- การตลาดและเศรษฐกิจยุคใหม่ (Marketing and New Economy)

- การตลาดในเศรษฐกิจยุคใหม่ (New Economy)

- ความหมายและความสำคัญของการตลาด

- ความหมายการตลาด (The Definition of Marketing)
การตลาดคือ การทำหน้าที่ขององค์กรและกลุ่มงานที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการสร้างสรรค์ การสื่อสาร และส่งมอบคุณค่าให้แก่ลูกค้า โดยทำการบริหารจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าเพื่อให้ได้รับประโยชน์ต่อองค์กรและผู้ถือหุ้นทั้งหลาย

- ความสำคัญของการตลาด (The Importance of Marketing)

ต่อองค์กรธุรกิจ
ต่อสังคม

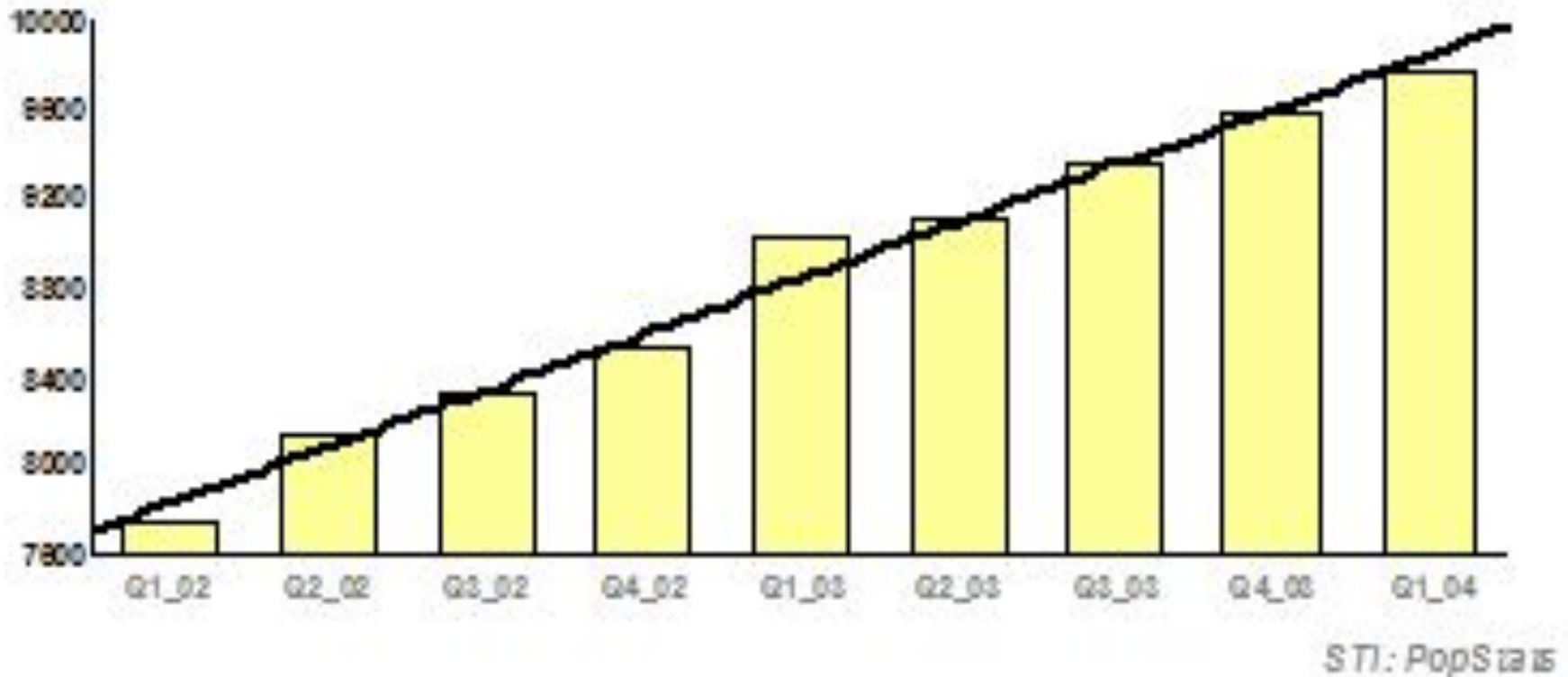


การตลาดในเศรษฐกิจยุคใหม่

- การตลาดและเศรษฐกิจยุคใหม่ (Marketing in the New Economy)

- การตลาดในเศรษฐกิจยุคใหม่ (New Economy)

- จากการเน้นตัวเลขการเงินมาเป็นตัวเลขการตลาด



การตลาดในเศรษฐกิจยุคใหม่

- การตลาดและเศรษฐกิจยุคใหม่ (Marketing and New Economy)

การตลาดในเศรษฐกิจยุคใหม่ (New Economy)

- จากการเน้นผู้ถือหุ้นบริษัทมาเป็นการเน้นผู้มี



การตลาดในเศรษฐกิจยุคใหม่

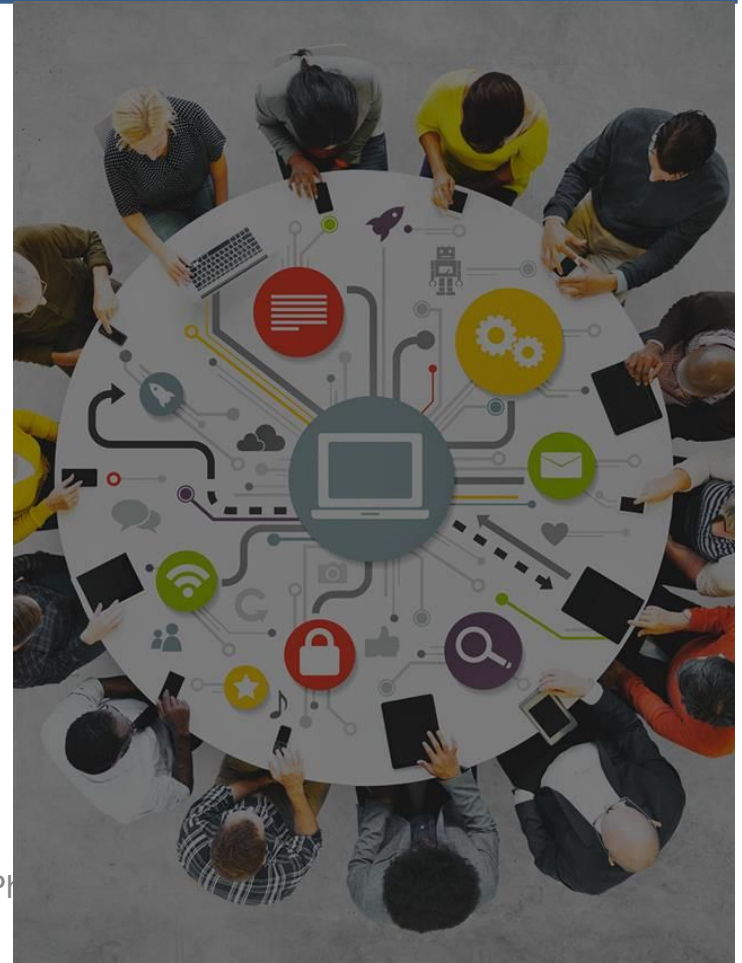
- การตลาดและเศรษฐกิจยุคใหม่ (Marketing and New Economy)

- การตลาดในเศรษฐกิจยุคใหม่ (New Economy)

- จากธุรกิจทำการตลาดเปลี่ยนมาเพื่อให้ทุกคนทำการตลาด



oundit, Ph



การตลาดในเศรษฐกิจยุคใหม่

- การตลาดและเศรษฐกิจยุคใหม่ (Marketing in the New Economy)

- การตลาดในเศรษฐกิจยุคใหม่ (New Economy)

- จากการสร้างตราสินค้าผ่านการโฆษณามาเป็น



การตลาดในเศรษฐกิจยุคใหม่

- การตลาดและเศรษฐกิจยุคใหม่ (Marketing and New Economy)

- การตลาดในเศรษฐกิจยุคใหม่ (New Economy)

- จากการเน้นการให้ลูกค้าเข้ามาซื้อเป็นการเน้นการรักษาลูกค้าไว้



การตลาดในเศรษฐกิจยุคใหม่

- การตลาดและเศรษฐกิจยุคใหม่ (Marketing and New Economy)

- การตลาดในเศรษฐกิจยุคใหม่ (New Economy)

- จากการใช้ไม่วัดความพึงพอใจลูกค้าเป็นการวัดความพึงพอใจลูกค้าเชิงลึก



การตลาดในเศรษฐกิจยุคใหม่

(Marketing in the New Economy)

- การตลาดและเศรษฐกิจยุคใหม่ (Marketing and New Economy)

- การตลาดในเศรษฐกิจยุคใหม่ (New Economy)

- จากการให้สัญญาที่สูงแต่ส่งมอบที่ต่ำเป็นการให้



การตลาดในเศรษฐกิจยุคใหม่

(Marketing in the New Economy)

- การตลาดและเศรษฐกิจยุคใหม่ (Marketing and New Economy)

- การตลาดในเศรษฐกิจยุคใหม่ (New Economy)

- ความหมายและความสำคัญของการตลาด

- หน้าที่การตลาด (Marketing Function)

- หน้าที่เกี่ยวกับการจัดหาสินค้า (Merchandising Function)

- หน้าที่เกี่ยวกับการจัดจำหน่าย (Distributing Function)

- หน้าที่อำนวยความสะดวกและสนับสนุน (Facilitating Function)

- หน้าที่การเพิ่มอรรถประโยชน์จากหน้าที่ทางการตลาด (Utility from Marketing Function)



การตลาดในเศรษฐกิจยุคใหม่

- การตลาดและเศรษฐกิจยุคใหม่ (Marketing in the New Economy) (Marketing and New Economy)

- การตลาดในเศรษฐกิจยุคใหม่ (New Economy)

- ความหมายและความสำคัญของการตลาด

- แนวทางการศึกษางานด้านการตลาด (The Study of Marketing)

- การศึกษาจากโภคภัณฑ์ (Commodity Approach)

- การศึกษาจากสถาบัน (Institutional Approach)

- การศึกษาจากหน้าที่ด้านการตลาด (Functional Approach)

- การศึกษาจากการบริหาร (Managerial Approach)

- การศึกษาจากสังคม (Social Approach)



การตลาดในเศรษฐกิจยุคใหม่

(Marketing in the New Economy)

- การตลาดและเศรษฐกิจยุคใหม่ (Marketing and New Economy)
 - การตลาดในเศรษฐกิจยุคดิจิทัล (Digital Economy)
 - ความหมาย
 - refers to an economy that is based on digital technologies. The digital economy is also sometimes called the *Internet Economy*, the *New Economy*, or *Web Economy*. Increasingly, the “digital economy” is intertwined with the traditional economy making a clear delineation harder.



การตลาดในเศรษฐกิจยุคใหม่

(Marketing in the New Economy)

- **การตลาดและเศรษฐกิจยุคใหม่ (Marketing and New Economy)**

- **การตลาดในเศรษฐกิจยุคดิจิทัล (Digital Economy)**

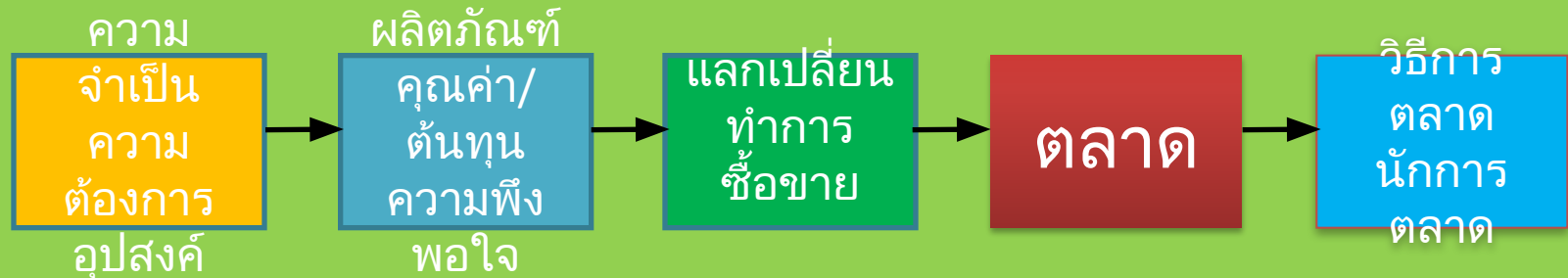
- **การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing)**

- is marketing that makes use of electronic devices (computers) such as PC, smart phones, cell phones, tablets and game consoles to engage with stakeholders.
- Digital marketing applies technologies or platforms such as websites, e-mail, apps (classic and mobile) and social networks.
- Digital Marketing can be through Non-internet channels like TV, Radio, SMS, etc. or through Internet channels like Social Media, E-mails ads, Banner ads, etc.
- Social Media Marketing is a component of digital marketing. Many organizations use a combination of traditional and digital marketing channels; however, digital marketing is becoming more popular with marketers in today's marketing channels.

การตลาดในเศรษฐกิจยุคใหม่

(Marketing in the New Economy)

- แนวความคิดหลักการตลาด (The Core Concepts of Marketing)

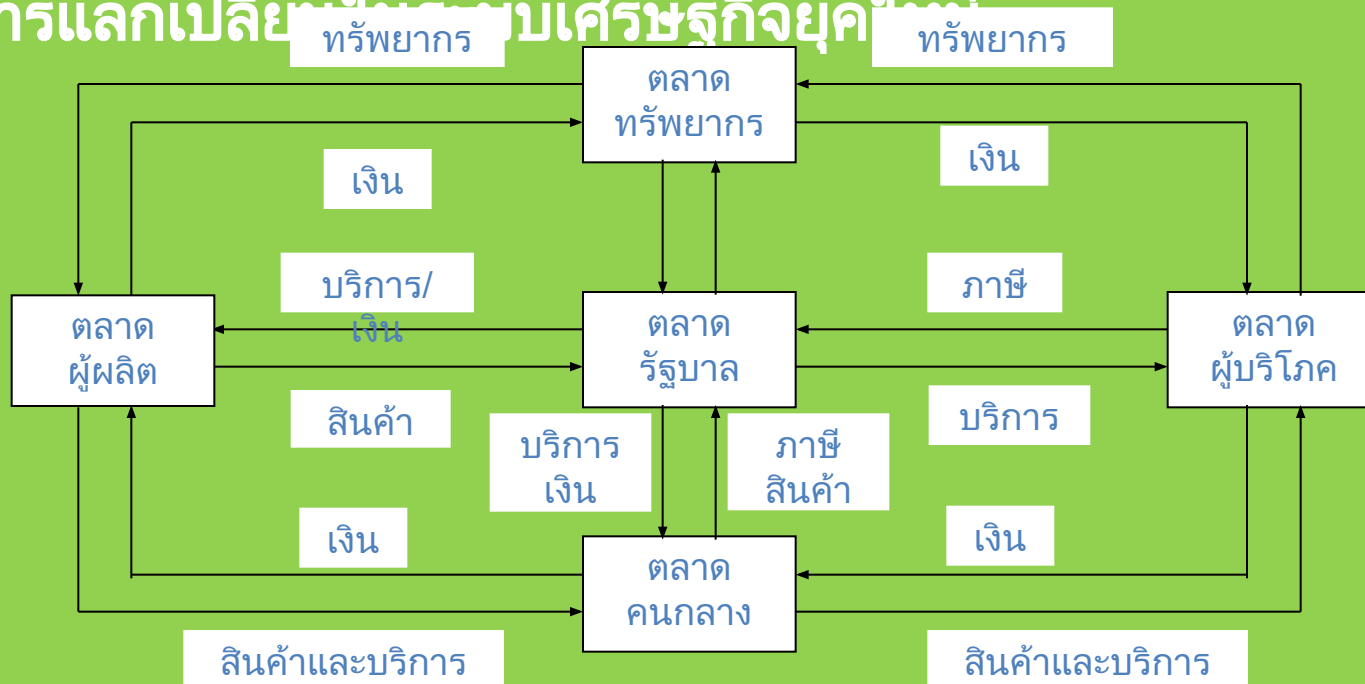


การตลาดในเศรษฐกิจยุคใหม่

(Marketing in the New Economy)

- แนวความคิดหลักการตลาด (The Core Concepts of Marketing)

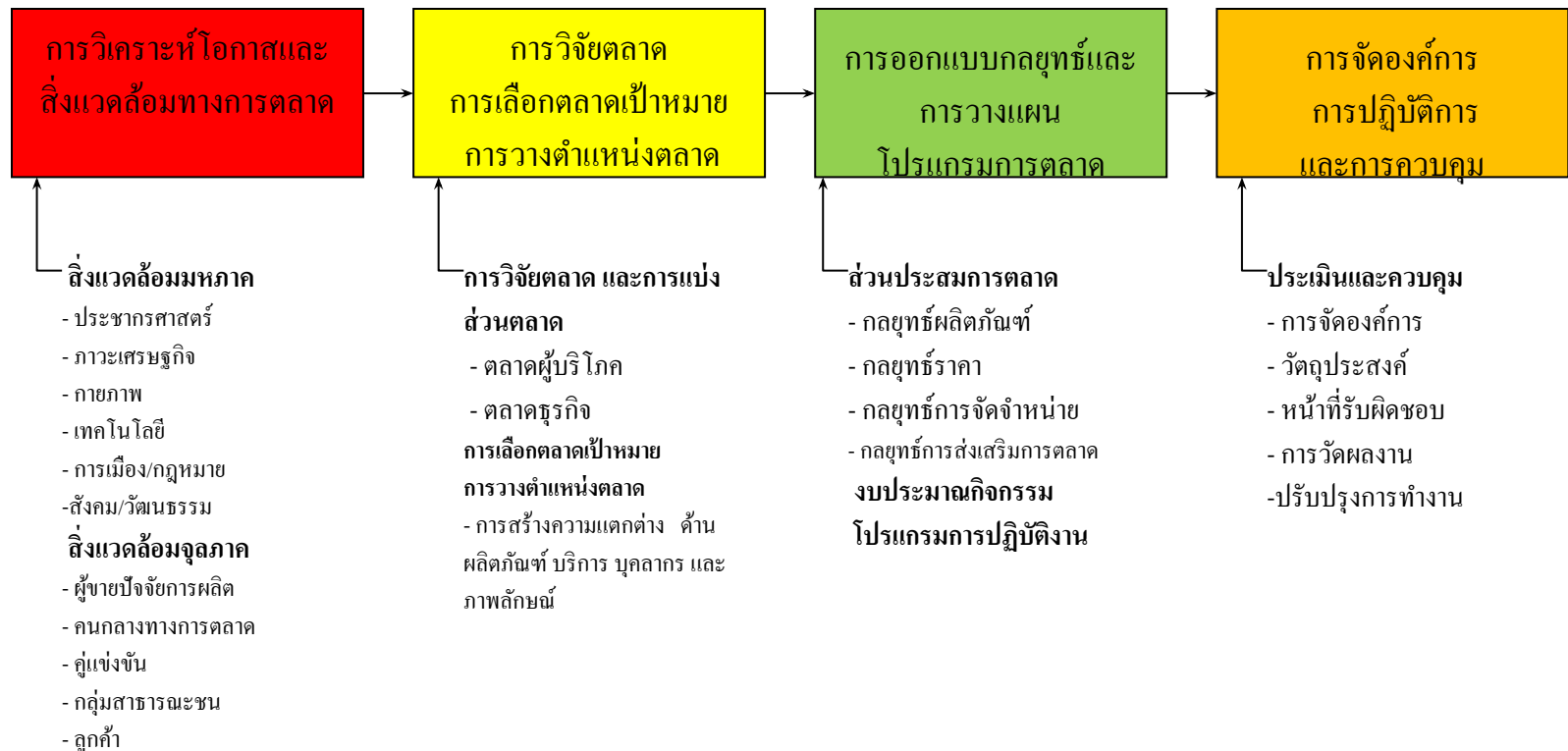
- การแลกเปลี่ยนในระบบเศรษฐกิจยุคใหม่



การตลาดในเศรษฐกิจยุคใหม่

(Marketing in the New Economy)

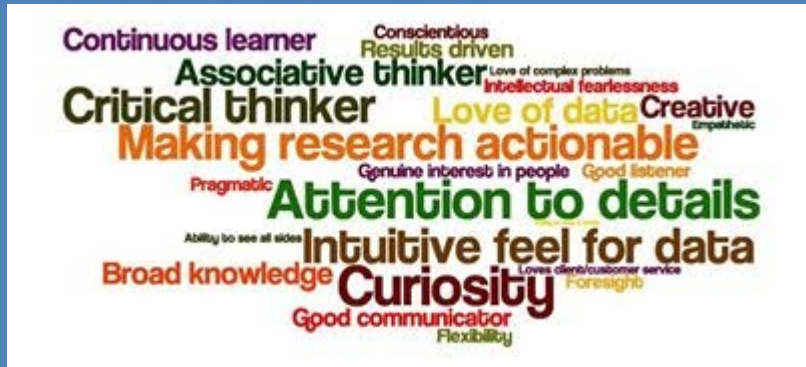
◆ การบริหารการตลาดเชิงธุรกิจ (General Frameworks of Marketing in Business)



การตลาดในเศรษฐกิจยุคใหม่

(Marketing in the New Economy)

• แนวความคิดการตลาด (Marketing Concept)



แนวความคิดมุ่งการตลาดเพื่อสังคม
(The Societal Marketing Concept)

แนวความคิดมุ่งการตลาด
(The Marketing Concept)

แนวความคิดมุ่งการขาย
(The Selling Concept)

แนวความคิดมุ่งผลิตภัณฑ์
(The Product Concept)

แนวความคิดมุ่งการผลิต
(The Production
Concept)



การตลาดในเศรษฐกิจยุคใหม่

(Marketing in the New Economy)

• แนวความคิดการตลาด (Marketing Concept)

• ความแตกต่างระหว่างการตลาดและการขาย

จุดเริ่ม
ต้น

จุด
เน้น

วิธี
การ

เป้าหมาย

แนวความคิด การขาย

โรงงานผลิต ผลิตภัณฑ์ การขายและการส่งเสริมการขาย กำไร
ภายใต้ปริมาณการขาย

แนวความคิด การตลาด

ตลาดเป้าหมาย ความต้องการลูกค้า การตลาดแบบประสานงานกัน
กำไรภายใต้ความพึงพอใจลูกค้า



การตลาดในเศรษฐกิจยุคใหม่

(Marketing in the New Economy)

• แนวความคิดการตลาด (Marketing Concept)

การตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อมและสังคม
(The Green and Societal Marketing)

การตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม 5 R's

- R1= Reduce
- R2= Reuse
- R3= Recycle
- R4= Rebuild
- R5= Repair



- กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดสิ่งแวดล้อม (Green Marketing Mix Strategies)
 - ผลิตภัณฑ์เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Products)
 - ราคาเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Pricing)
 - ช่องทางการตลาดเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Places)
 - การส่งเสริมการตลาดเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Promotions)

การตลาดในเศรษฐกิจยุคใหม่

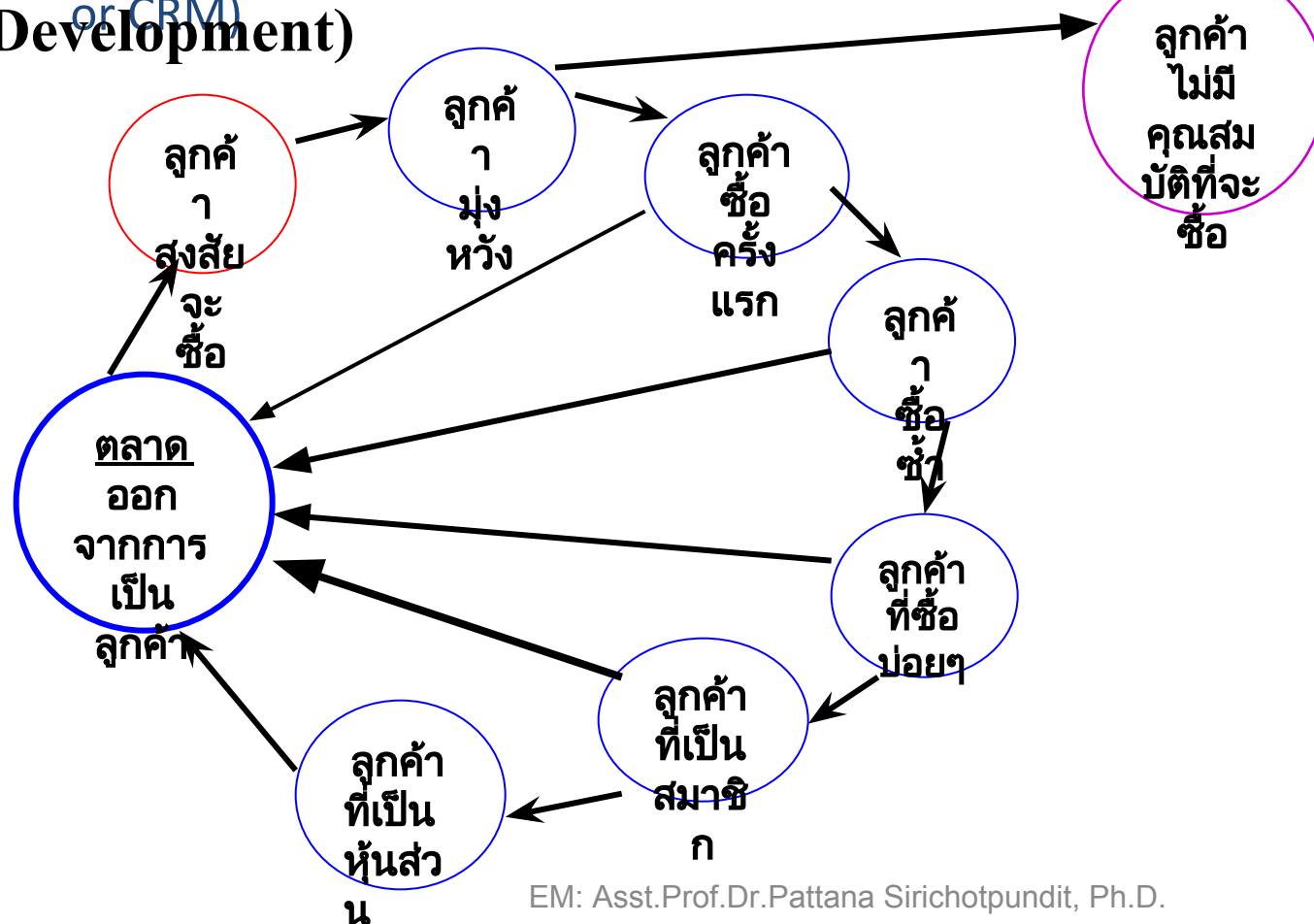
(Marketing in the New Economy)

การสร้าง ความพึงพอใจแก่ลูกค้า
(Satisfaction)

(Building

Customer

: การพัฒนาและเปลี่ยนแปลงลูกค้า (Customer Relationship Management or CRM)
Development)



การตลาดในเศรษฐกิจยุคใหม่

(Marketing in the New Economy)



การตลาดในเศรษฐกิจยุคใหม่

(Marketing in the New Economy)

Q&A

