



กระบวนการวางแผนธุรกิจ
โฆษณาและสื่อสารการตลาด

Process

01



รับข้อมูลสรุปจากลูกค้า/เจ้าของสินค้า/
ผู้ว่าจ้าง

02



วิเคราะห์ข้อมูล

03

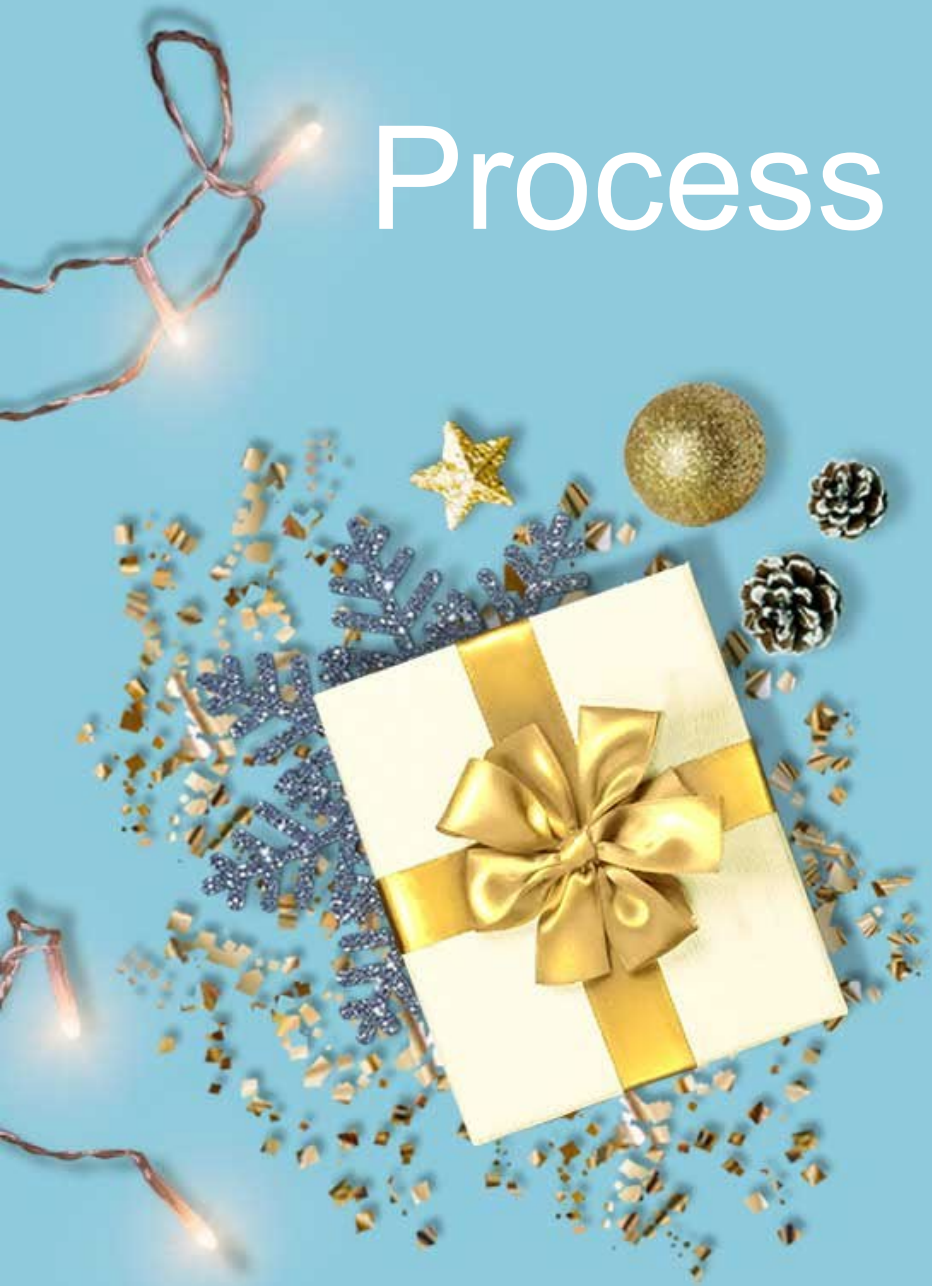


วางแผนกลยุทธ์

04



ออกแบบสร้างสรรค์งานโฆษณา และ
สื่อสารการตลาด



Process



5. ผลิตโฆษณา และ
งานสื่อสารการตลาด



6. ดำเนินงานตาม
แผน



7. ประเมินผล



1.รับข้อมูลสรุปจากลูกค้า
/เจ้าของสินค้า
/ผู้ว่าจ้าง

ประวัติความเป็นมาของบริษัท

การบริหารงาน
ของบริษัท

ประเภทของสินค้า
หรือบริการ

ชื่อของสินค้า
หรือบริการ

ลักษณะของสินค้า
หรือบริการ

รับข้อมูลสรุปจากลูกค้า/เจ้าของสินค้า/ผู้ว่าจ้าง (ต่อ)

กลุ่มเป้าหมายของ
สินค้าหรือบริการ

ผู้จัดจำหน่าย

ระยะเวลาการ
จำหน่าย

วัตถุประสงค์ทาง
การตลาด

สถานการณ์ทาง
การตลาด

คู่แข่ง



2. วิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์

วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย

วิเคราะห์ตลาด



วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์



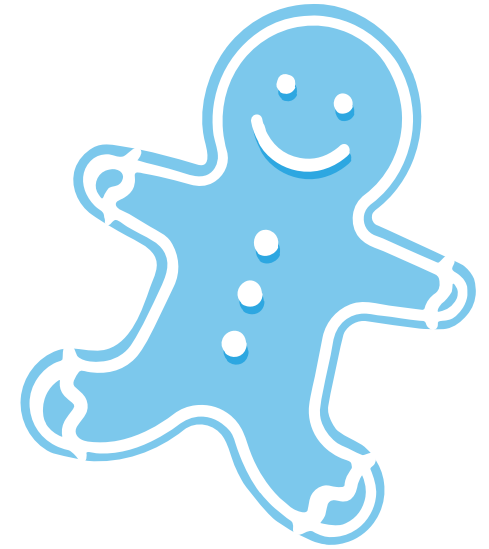
ลักษณะทางกายภาพ
ของผลิตภัณฑ์



ลักษณะทางจิตวิทยา
ของผลิตภัณฑ์



การวางตำแหน่ง
ผลิตภัณฑ์



ความแตกต่างของ
ผลิตภัณฑ์

ลักษณะทางกายภาพ





ลักษณะทางจิตวิทยา เช่น ความรู้สึก
ของผู้บริโภค ทักษะ

&

การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์
ต้องครองใจผู้บริโภค



ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์

ความแตกต่างด้านกายภาพ เช่น
รูปแบบ ความคงทน คุณภาพ

ความแตกต่างด้านบริการ เช่น
รวดเร็ว ติดตั้งง่าย มีการรับประกัน

ความแตกต่างด้านช่องทางการจัด
จำหน่าย เช่น ขายน้ร้าน ออนไลน์

ความแตกต่างด้านภาพลักษณ์