



การตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อการออกแบบ

ภาพประกอบเป็นส่วนหนึ่งในการออกแบบกราฟิกและมัลติมีเดีย เนื่องจากช่วยในการสื่อสาร อธิบายเนื้อหา ข้อมูล และสิ่งอื่น ที่ไม่สามารถใช้สัญลักษณ์เพียงอย่างเดียวในการสื่อสาร การเรียนรู้ เกี่ยวกับการออกแบบภาพประกอบ จึงเป็นสิ่ง ที่จำเป็นสำหรับนักออกแบบ การออกแบบภาพ ประกอบนี้จะมีทั้งภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว โดยแบ่งเป็นภาพประกอบกราฟิก จะใช้ภาพประกอบ แบบภาพนิ่ง และภาพประกอบมัลติมีเดียที่จะใช้ภาพประกอบแบบเคลื่อนไหวในการออกแบบ

ความหมายของการตลาด

การตลาด คือ กระบวนการที่ธุรกิจใช้เพื่อเข้าใจและตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยเริ่มจากการศึกษาพฤติกรรมและความชอบของผู้บริโภค จากนั้นก็วางแผนและสร้างผลิตภัณฑ์ หรือบริการที่สามารถตอบโจทย์เหล่านั้นได้ การตลาดไม่ใช่แค่การขายสินค้า แต่ยังรวมถึงการสร้าง แบนด์ การเลือกกลุ่มเป้าหมาย การตั้งราคา การเลือกช่องทางการขาย

การตลาด (Marketing) คือกระบวนการทั้งหมดที่ธุรกิจใช้เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับ ลูกค้า โดยมุ่งเน้นที่การทำความเข้าใจความต้องการของลูกค้า การสร้างและนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือ บริการที่ตอบโจทย์ รวมถึงการสื่อสารคุณค่าของสินค้าหรือบริการนั้น ให้กับลูกค้า การตลาดไม่ได้ จำกัดอยู่แค่การขาย แต่รวมถึงการวิเคราะห์ตลาด การวางแผน การพัฒนา การโฆษณา และการ บริการลูกค้าด้วย (ที่มา: www.google.com)

***สรุป การตลาด คือ การวางแผนธุรกิจเพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์และสื่อสารให้ตรงตามความ ต้องการของผู้บริโภค รวมถึงการสร้างแบนด์และการขาย



ความสำคัญของการตลาด

การตลาดมีความสำคัญในการวางแผนธุรกิจจำเป็นต้องศึกษาความต้องการของลูกค้าเพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายหรือผู้บริโภคได้ดี เมื่อเข้าใจและเข้าถึงลูกค้าหรือผู้บริโภคแล้ว สามารถส่งเสริมธุรกิจไปในทิศทางที่ดีขึ้นได้

เข้าใจลูกค้า: การตลาดเริ่มต้นจากการศึกษาพฤติกรรมและความชอบของลูกค้า เพื่อระบุความต้องการและความพึงพอใจของพวกเขา

สร้างคุณค่า: การสร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า และสร้างคุณค่าที่ทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าคุณค่าที่จะซื้อ

สื่อสารกับลูกค้า: การสื่อสารคุณค่าของสินค้าหรือบริการผ่านช่องทางที่แตกต่าง เพื่อให้ลูกค้าเป้าหมายรับรู้และสนใจ

สร้างความสัมพันธ์: การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ทำให้ลูกค้าพึงพอใจและกลับมาซื้อซ้ำ

ช่วยให้ธุรกิจเติบโต: การตลาดที่มีประสิทธิภาพช่วยให้ธุรกิจสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น เพิ่มยอดขาย และสร้างผลกำไร

สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน: การตลาดที่แตกต่างและสร้างสรรค์ช่วยให้ธุรกิจมีความโดดเด่นและเป็นที่ยอมรับในตลาด

สร้างความภักดีของลูกค้า: การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ช่วยให้ลูกค้าเกิดความภักดีต่อแบรนด์และกลับมาซื้อซ้ำ



องค์ประกอบสำคัญของการตลาด

องค์ประกอบทางการตลาดตั้งต้นจากส่วนประกอบ 4 ส่วน คือ ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ การประชาสัมพันธ์ (4P) การคิดค้นผลิตภัณฑ์ กำหนดราคาสินค้า การกำหนดตำแหน่งหรือสถานที่สำหรับจำหน่ายสินค้า และการโปรโมทสินค้า ทั้งหมดเป็นจุดเริ่มต้นของการวางแผนทางการตลาด มีการแบ่งองค์ประกอบที่หลากหลายเพื่อตอบสนองผู้บริโภคได้มากขึ้น

องค์ประกอบทางการตลาด แบ่งตามลักษณะการใช้งาน 9 รูป แบบ

4P: PRODUCT - PRICE - PLACE - PROMOTION

5P: PRODUCT - PRICE - PLACE - PROMOTION + PEOPLE

6P: PRODUCT - PRICE - PLACE - PROMOTION + PERSONALIZATION + PRIVACY

7P: PRODUCT - PRICE - PLACE - PROMOTION + PEOPLE + PROCESS + PHYSICAL EVIDENCE

8P: PRODUCT - PRICE - PLACE - PROMOTION + PEOPLE + PROCESS + PACKAGING >< POWER

9P: 4P + PACKAGING >> POWER >> PLATFORM >> PARTNER >> PERFORMANCE



ภาพที่ 1 องค์ประกอบทางการตลาด 4P ช่วยการวางแผนทางการตลาดสู่การออกแบบ
ที่มา: www.google.com



Marketing & Consumer Behavior for Design [DES3102]

Graphic and Multimedia Design • Suan Sunandha Rajabhat University

กลยุทธ์ทางการตลาด

กลยุทธ์ทางการตลาด (**Marketing Strategy**) คือ แผนงานที่ครอบคลุมและเป็นระบบ เพื่อให้ธุรกิจสามารถบรรลุเป้าหมายทางการตลาดที่ตั้งไว้ โดยการวิเคราะห์ตลาด กำหนดกลุ่มเป้าหมาย เลือกช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสม และวางแผนการส่งเสริมการขาย

ความสำคัญของกลยุทธ์ทางการตลาด

กำหนดทิศทาง: ช่วยให้ธุรกิจมีทิศทางที่ชัดเจนในการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด

เพิ่มโอกาสทางธุรกิจ: การวางแผนที่ดีช่วยให้ธุรกิจสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเพิ่มโอกาสในการขาย

สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน: การมีกลยุทธ์ที่แตกต่างและโดดเด่น ช่วยให้ธุรกิจสามารถสร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่ง

เพิ่มประสิทธิภาพในการใช้ทรัพยากร: ช่วยให้ธุรกิจสามารถจัดสรรงบประมาณและทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

องค์ประกอบกลยุทธ์ทางการตลาด

การวิเคราะห์ตลาด: ศึกษาและทำความเข้าใจตลาด คู่แข่ง และกลุ่มเป้าหมาย

การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย: ระบุกลุ่มลูกค้าที่ธุรกิจต้องการเข้าถึง

การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (**Product Positioning**): สร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์หรือบริการในใจของลูกค้า

การเลือกช่องทางการตลาด (**Marketing Channels**): เลือกช่องทางที่เหมาะสมในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย

การส่งเสริมการขาย (**Promotion**): วางแผนกิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น การโฆษณา การจัดโปรโมชั่น การประชาสัมพันธ์

การวัดผลและปรับปรุง: ติดตามผลลัพธ์และปรับปรุงกลยุทธ์อย่างต่อเนื่อง



ตัวอย่างกลยุทธ์ทางการตลาด

1. กลยุทธ์การตลาด **4Ps**: ประกอบด้วย **Product**(ผลิตภัณฑ์) **Price** (ราคา) **Place** (ช่องทางจัดจำหน่าย) และ **Promotion** (การส่งเสริมการขาย)
2. กลยุทธ์การตลาดแบบดิจิทัล (**Digital Marketing Strategy**): การใช้ช่องทางออนไลน์ เช่น เว็บไซต์, โซเชียลมีเดีย, อีเมล ในการทำการตลาด
3. กลยุทธ์การตลาดแบบเน้นความสัมพันธ์ (**Relationship Marketing**): สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า เพื่อให้เกิดความภักดีในระยะยาว

การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด

1. กำหนดวัตถุประสงค์: ระบุเป้าหมายทางการตลาดที่ต้องการให้ชัดเจน
2. วิเคราะห์สถานการณ์: ศึกษาข้อมูลตลาด, คู่แข่ง, และกลุ่มเป้าหมาย
3. กำหนดกลุ่มเป้าหมาย: ระบุกลุ่มลูกค้าที่ต้องการเข้าถึง
4. เลือกช่องทางการตลาด: เลือกช่องทางที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ
5. วางแผนกิจกรรม: กำหนดแผนปฏิบัติการ, งบประมาณ, และระยะเวลา
6. วัดผลและปรับปรุง: ติดตามผลลัพธ์และปรับปรุงกลยุทธ์อย่างสม่ำเสมอ

การวางแผนสำคัญกับการทำธุรกิจทุกประเภท การกำหนดรูปแบบการทำงานวางแผนปฏิบัติการล่วงหน้าเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นในการดำเนินธุรกิจทุกรูปแบบ เพื่อการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคที่ตรงเป้าหมาย สามารถนำไปใช้ในการออกแบบได้ นอกจากการศึกษาดารตลาดแล้ว นักออกแบบต้องศึกษาความต้องการของผู้บริโภคจากหลักการ ทฤษฎี พฤติกรรม นำมาใช้วิเคราะห์ผลสู่การออกแบบในส่วนต่อไป