

FFS 1201

รายวิชา หลักการออกแบบ
แฟชั่นและสไตลิ่ง

อาจารย์ผู้สอน : ผศ.ดร. สุวิทย์ ชาติสังข์



A woman with dark hair pulled back, wearing dark sunglasses, a black turtleneck, a black blazer, and wide-leg grey trousers, stands on a concrete staircase. She is holding a black bag and has one hand on a metal railing. The background is a weathered concrete wall. The text 'Fashion psychology: How it affects our mood' is overlaid in white serif font.

Fashion psychology: How it affects our mood

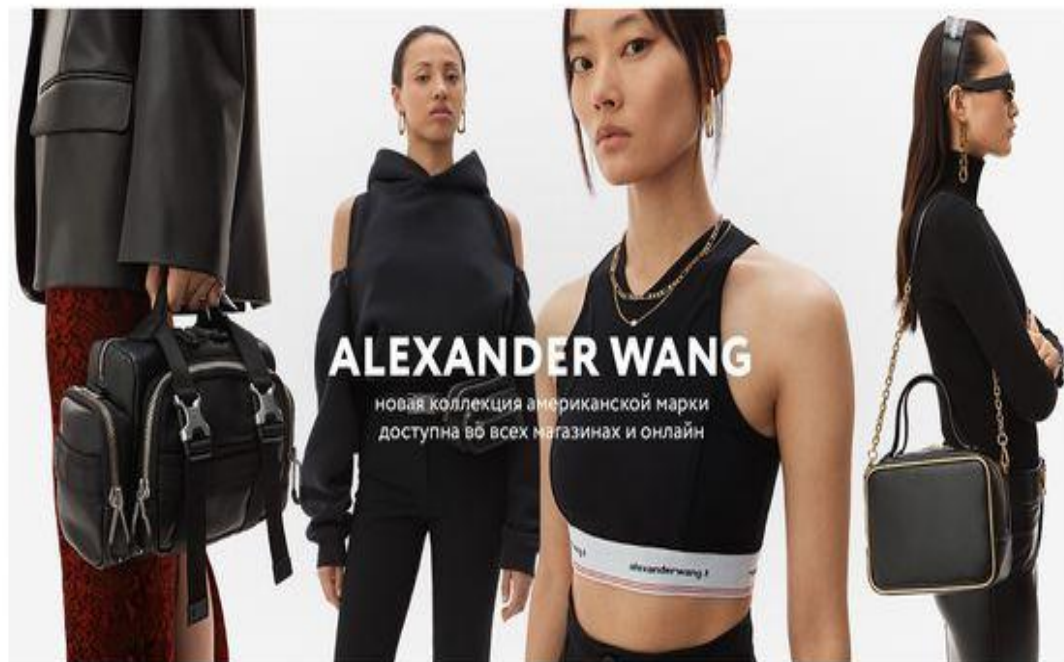
Persona คืออะไร?

ทำไมถึงต้องทำก่อนออกแบบ



WHAT TO WEAR?

BASIC - COLOR - DESIGN - SILHOUETTE - MATERIAL



มาจากแนวทางการทำการตลาดหรือการทำการ
สื่อสารทางการตลาดนั้น สิ่งสำคัญอย่างหนึ่ง
คือการเข้าใจว่าตัวตนของผู้ซื้อนั้นจะเป็น
อย่างไร และทำความเข้าใจในบุคลิกของผู้
ซื้อหรือกลุ่มเป้าหมายได้ถูกต้อง ซึ่งจะทำ
ให้นักการตลาดสามารถเข้าใจว่าเป้าหมาย
ของผู้บริโภคที่อยากจะได้สินค้าหรือการ
แก้ปัญหานี้คือใคร มีแรงบันดาลใจหรือ
แรงขับที่จะทำให้เกิดการซื้อได้อย่างไร
รวมถึงพฤติกรรมและความนึกคิดต่าง ๆ ของ
ผู้บริโภคออกมาได้ ซึ่งโดยทั่วไปแล้วความ
เข้าใจเหล่านี้ได้มาจากข้อมูลในอดีตของลูกค้า
เอามารวมกันเพื่อสร้างข้อมูลเป้าหมายที่จะทำ
การสื่อสารออกมา ซึ่งวิธีการดังกล่าวเรียกว่า
การสร้าง **Persona**

Marketing Team

BABYSHARK COMPANY

INDUSTRY : MANUFACTURER

AGE GROUP : 20 - 30+

QUOTE :

การตลาดรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม โอบอ้อมด้วยเหล็กกล้า

DEMOGRAPHIC PROFILE

บริษัทอายุ 10 ปี สำนักงานใหญ่อยู่ที่ ระยอง โรงงานอยู่ใน
สมุทรปราการ สมุทรสาคร ชลบุรี และระยอง
ทำเกี่ยวกับผลิตเหล็กกล้าโครงสร้าง และวัสดุโลหะประกอบ
รถยนต์ ผลประกอบการเติบโตต่อเนื่องที่ 25% คุณ XXX เป็นผู้
จัดการฝ่ายการผลิตดูแลคุณภาพการผลิตของบริษัททั้งหมด
และอนุมัติการสั่งซื้อวัตถุดิบทั้งหมด

DAY IN LIFE

ประชุมข้างนอกกับลูกค้า
ประชุม Remote Conference
ประชุมบอร์ดผู้บริหาร

BUYING-RAW MATERIAL FACTORS

ต้นทุนต่ำ และได้คุณภาพมาตรฐาน ยอมรับได้ทั้งแบบสั่งผลิต
และสต็อกสินค้า วัตถุดิบต้องรักษาสีสิ่งแวดล้อม ใช้เทคโนโลยีที่
ไม่ก่อมลพิษ

ORGANIZATION SIZE

4,000 คนขึ้นไป (รวมทุกโรงงานแล้ว)

 [Number : 123-456-7890](tel:123-456-7890)

 [Email : hello@reallygreatsite.com](mailto:hello@reallygreatsite.com)

 [Facebook : BabyShark Metal](#)

 [Website : www.BabyShark.com](http://www.BabyShark.com)

 [Line : @BabySharkMetal](#)

 [LinkedIn : @BabySharkinwZa](#)



LIFESTYLE

รับผิดชอบด้านการผลิตชิ้นส่วนโลหะทั้งหมด และการกระจาย
สินค้าสู่ภาคอุตสาหกรรมที่ใช้โลหะเป็นหลัก

MARKETING REPORT LINE

Marketing Head, Manager, Manufacturing Auditor

SOCIAL MEDIA CHANNEL

ใช้ Facebook และ Line เป็นช่องทางการติดต่อเป็นหลัก

BRAND

ใช้ระบบ BPO จากแบรนด์ YYY ช่วยในการจัดเก็บเอกสารเข้า
ระบบมากขึ้น พร้อมระบบการตรวจสอบการผลิตอื่นๆ ด้วย
อุปกรณ์คือโปรแกรมบางตัว Error บ่อย ต้องให้เจ้าหน้าที่จาก
บริษัทเข้ามาซ่อมสม่ำเสมอ

PAIN POINT

- บริษัทเพิ่งก่อตั้งมาได้ 10 ปี แต่การวางสายการผลิตยังไม่เป็น
ระบบ บางสายไม่สามารถใช้โปรแกรมในการช่วยเหลือได้
- ลูกค้าสั่งซื้อสินค้าได้ลำบากเพราะมีแค่ช่องทางการติดต่อ
เพียง 2 ช่องทางเท่านั้น
- โรงงานแต่ละแห่งติดต่อกันยาก CI Brand ไม่เป็นไปตามที่
หวัง

GOALS

เข้า IPO ตลาดหุ้น ภายใน 20 ปี
เพิ่มผลประกอบการแตะ 100 ล้าน
เพิ่มช่องทางการติดต่อจากลูกค้า และโรงงาน-โรงงาน

ทีมการตลาด JJ และ ทีม Sales กลุ่ม 2 รับหน้าที่ดูแลลูกค้ากลุ่มนี้



TOBI DAY

PERSONA TEMPLATE

AGE 26
OCCUPATION Record Store Manager
STATUS Single
LOCATION New York, NY
TIER Enthusiast
ARCHETYPE The Maestro

Ambitious Admired Focused

MOTIVATIONS

- Incentive
- Fear
- Achievement
- Growth
- Power
- Social

GOALS

- To grow a strong industry reputation
- To build an audio-pro portfolio
- To keep track of everything

FRUSTRATIONS

- Slow download times
- Data crashes
- Poor communication

BIO

Tobi has a day job at a record store, but on the side she does all kinds of production work for up-and-coming artists. She never hesitates to learn something new and she often acts as tech support for her friends and clients. She is usually working on a dozen projects at a time and is trying to establish herself in the industry, so she hates data crashes or anything that makes her look bad. Because she works alone and in her home, collaboration is everything.

PERSONALITY

Extrovert Introvert

Sensing Intuition

Thinking Feeling

Judging Perceiving

TECHNOLOGY

IT and Internet

Software

Mobile Apps

Social Networks

Audi

Coca-Cola

SONY

PreSonus

"If I had a way to share projects and collaborate in real time, that would make my workload so much easier to manage."

Persona เป็นวิธีการสร้างบุคลิกลักษณะของกลุ่มเป้าหมายออกมาเพื่อเป็นตัวแทนกลุ่มเป้าหมายหรือลูกค้าในอุดมคติที่วางไว้จากการใช้ข้อมูลการวิจัยทางการตลาดและการเก็บข้อมูลออกมา ซึ่งการทำ **Persona** ออกมานี้มีความสำคัญอย่างมากในการทำกลยุทธ์ทางการตลาดต่าง ๆ เพราะจะสามารถให้ ภาพที่ชัดเจนได้ของความคาดหวังของกลุ่มเป้าหมาย ทำให้คนทำงานสามารถวางแผนได้ถูกว่าจะสื่อสารอะไรจากข้อมูลที่มีมากมายที่ต้องสื่อสาร ทำให้การทำงานนั้นชัดเจนมากขึ้น สามารถทำให้การสื่อสารนั้นถูกต้อง ถูกที่ ถูกเวลา รวมถึงสามารถนำไปสู่การทำงานต่าง ๆ ที่ดีขึ้นได้ด้วย ดังนั้นการสร้างหรือเข้าใจ **Persona**

สร้างจากลูกค้าที่มีอยู่แล้ว : ด้วยวิธีนี้คือการนำการสัมภาษณ์เข้ามาด้วยชุดคำถามต่าง ๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลจากปากลูกค้าลูกค้า หรือสามารถรับรู้ว่าคุณสมบัติ อายุ เพศ ความสนใจและอื่น ๆ แบบนี้ นอกจากนี้ก็ยังสามารถใช้ข้อมูลจากการเก็บทาง Digital หรือ Feedback จาก Touchpoint ต่าง ๆ ออกมา ไม่ว่าจะเป็น Google analytics, Social Media Analytics, CRM หรือ Call Center ต่าง ๆ เพื่อให้สามารถสร้างข้อมูลที่มีความครบถ้วนในการทำงานขึ้นมาได้

สร้างจากกลุ่มลูกค้าที่ยังไม่มี : วิธีนี้จะยากขึ้นเพราะสร้างจากจินตนาการล้วน ๆ ซึ่งจะต้องเริ่มต้นจากการวางเป้าหมายของสินค้าและบริการ หรือระดับโครงการขึ้นมาว่าอยากจะเป็นอย่างไร และสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องกับโครงการทั้งหมดออกมาเพื่อให้ได้ภาพรวมของที่ทุกคนมองออกมาให้ตรงกัน แล้วนำมาเทียบกับภาพรวมหรือเทรนด์ของธุรกิจและอุตสาหกรรมนั้น ๆ ออกมา รวมทั้งศึกษาของข้อมูลทางการตลาดแล้วจับมารวมกันออกมา



1.ชื่อ : ลองตั้งชื่อตัวแทน **Persona** มา โดยใช้แค่ชื่อต้นอย่างเดียว พร้อมกับสร้างคำ
เพื่อให้เกิดการจำตัวแทนนี้ได้

2.ทัศนคติ : หาประโยคสั้น ๆ ที่สามารถแสดงถึงทัศนคติของคนผู้นี้ว่าเป็นอย่างไร เพื่อที่จะ
ได้เข้าใจความคิดได้ทันที

3.อาชีพ : การใส่อาชีพนั้นทำให้ได้ภาพลักษณ์ว่ากลุ่มเป้าหมายเรานั้นทำงานอะไรและ
ลักษณะงานหรือโดยตำแหน่งนั้นเป็นใคร

4.ที่อยู่ : การรู้ที่อยู่และรู้ว่าไปทำงานที่ไหน ทำให้สามารถรู้ว่าจะสื่อสารไปยังที่ใดหรือ
บริเวณไหนได้ถูกต้อง แถมยังรู้ด้วยว่าด้วยพื้นเพเค้าเป็นคนอย่างไร

5.อายุ : ใส่อายุเพื่อที่จะได้รู้ว่ากลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่นั้นอายุเท่าไร

6.สถานะ : ตัวแทนนั้นจะมีสถานะอย่างไร เพื่อที่จะได้เข้าใจในความคิดเพราะคนโสด
แต่งงาน และหย่าร้างนั้นย่อมมีความคิดที่แตกต่างกัน

7.การศึกษา : การศึกษาทำให้รู้ว่าจะต้องสื่อสารแบบไหน และทำให้เข้าใจถึงระดับความคิด
วิเคราะห์ในการสื่อสารมากน้อยแค่ไหน

8. รายได้ : การล่องรู้รายได้ ทำให้รู้ถึงกำลังซื้อว่ามีกำลังซื้อหรือกำลังในการใช้จ่ายมากน้อยแค่ไหนด้วย

9. ความสนใจ : กลุ่มตัวแทนมีความสนใจอะไรบ้าง และมึงานอดิเรกอย่างไร เพื่อที่จะสามารถหาจุดมาสื่อสารต่อไปได้ถูกต้อง

10. ชีวิตประจำวัน : ทำให้รู้ถึงว่า วันหนึ่ง ๆ คนคนนี้จะต้องเจออะไรบ้างในชีวิตประจำวัน เพื่อที่จะได้รู้การเดินทางในแต่ละวันว่ามาเจอสินค้าและบริการได้อย่างไร

11. พฤติกรรม : ต้องเข้าใจว่าพฤติกรรมของตัวแทนนั้นมีความสุข เป็นคนจริงจัง เป็นคนรักครอบครัว หรือชอบเรียนรู้ เพื่อที่จะสามารถสร้างเนื้อหาหรืองานที่ตรงกับพฤติกรรมแบบนี้ได้

12. แรงขับ : เหตุผลที่ตัวแทนนี้จะมาซื้อสินค้าและบริการของคุณว่ามีแรงขับดันจากอะไรขึ้นมา



- 13. เป้าหมายและอุปสรรค :** ต้องรับรู้ว่าคุณสมบัติเหล่านั้นมีเป้าหมายอะไรในชีวิตและความท้าทายในแต่ละวันที่ต้องเจอในการแก้ปัญหาต่างๆ ขึ้นมา
- 14. ปัญหา :** อะไรคือ **Pain point** ของ **Persona** เมื่อใช้สินค้าอื่น ๆ หรือสินค้านั้นเก่า ๆ ของเราเอง และเราจะสามารถแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นนี้ได้อย่างไร
- 15. ความต้องการ :** กลุ่มตัวแทนต้องการอะไรมากที่สุดหรือมีความคาดหวังในตอนนี้อย่างไร คุณสามารถทำอะไรที่ดีกว่าเดิมได้ จนกลุ่มตัวแทนนี้ต้องให้ความสนใจขึ้นมา
- 16. ความรู้สึก :** กลุ่มตัวแทนนี้จะต้องมีความรู้สึกอย่างไร เมื่อได้รับสินค้าและบริการออกไป
- 17. สื่อและคนที่มีอิทธิพล :** รู้ไหมว่า **Persona** เราับสื่ออะไรบ้าง ใช้แบรนด์อะไร ชอบอ่านอะไร ดูทีวีรายการไหน ดาราคนไหนที่ชอบ ใครเป็นคนที่มามีอิทธิพลต่อเค้า



Muse คือ

บุคคล แรงบันดาลใจ หรือสัญลักษณ์ ที่
กระตุ้นความคิดสร้างสรรค์และเป็น
ต้นแบบทางอารมณ์ แนวคิด หรือ
อัตลักษณ์ในการสร้างสรรค์ผลงาน



ความหมายของ **Muse** ในบริบทแฟชั่น

ในแฟชั่น **Muse** ไม่จำเป็นต้องเป็นคนดังเสมอไป

แต่คือตัวแทนของกลุ่มเป้าหมายหรือจิตวิญญาณของแบรนด์



Muse แตกต่างจาก Target Group อย่างไร

ประเด็น

Muse

Target Group

ลักษณะ

ตัวแทนเชิงอารมณ์/ภาพ

กลุ่มตลาดเชิงข้อมูล

บทบาท

จุดเริ่มต้นแนวคิด

กำหนดทิศทางการตลาด

รูปแบบ

คนเดียว / ภาพลักษณ์

กลุ่มคนจำนวนมาก

ใช้เมื่อ

สร้างแรงบันดาลใจ

วางกลยุทธ์แบรนด์



- บุคลิก / อารมณ์

- สไตล์การแต่งกาย

- ไลฟ์สไตล์ประจำวัน

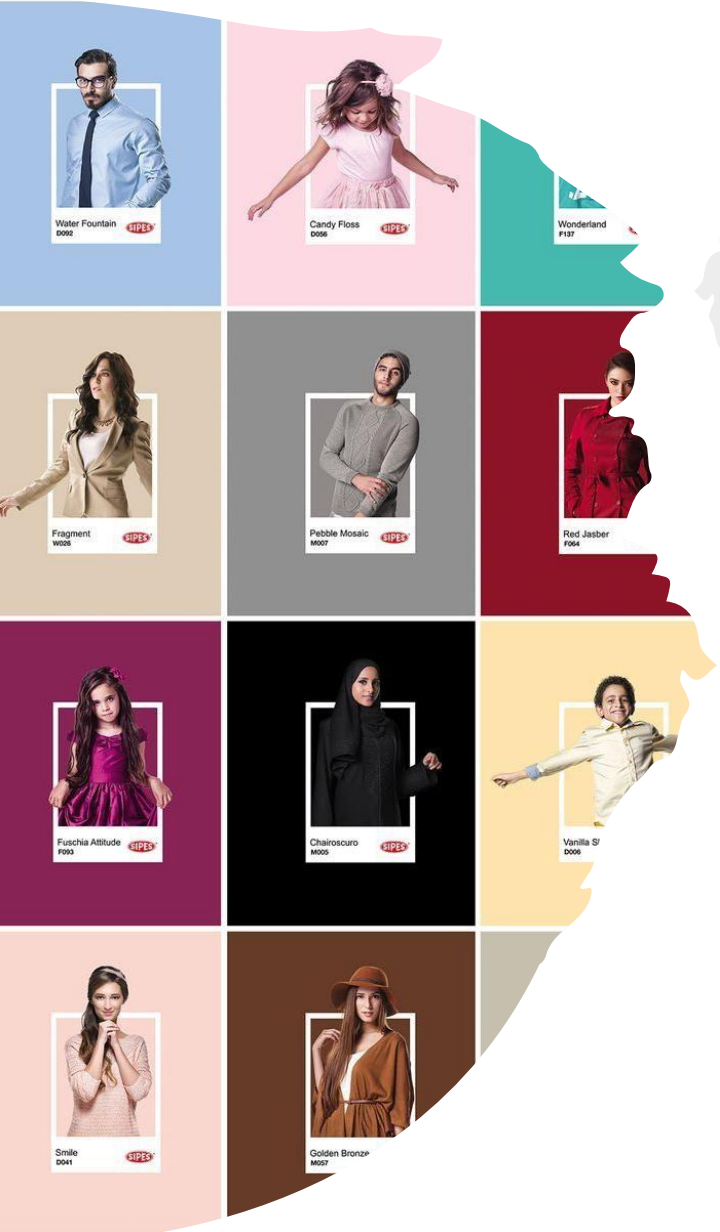
- ค่านิยม ความเชื่อ
รสนิยม

- แรงบันดาลใจทาง
วัฒนธรรม



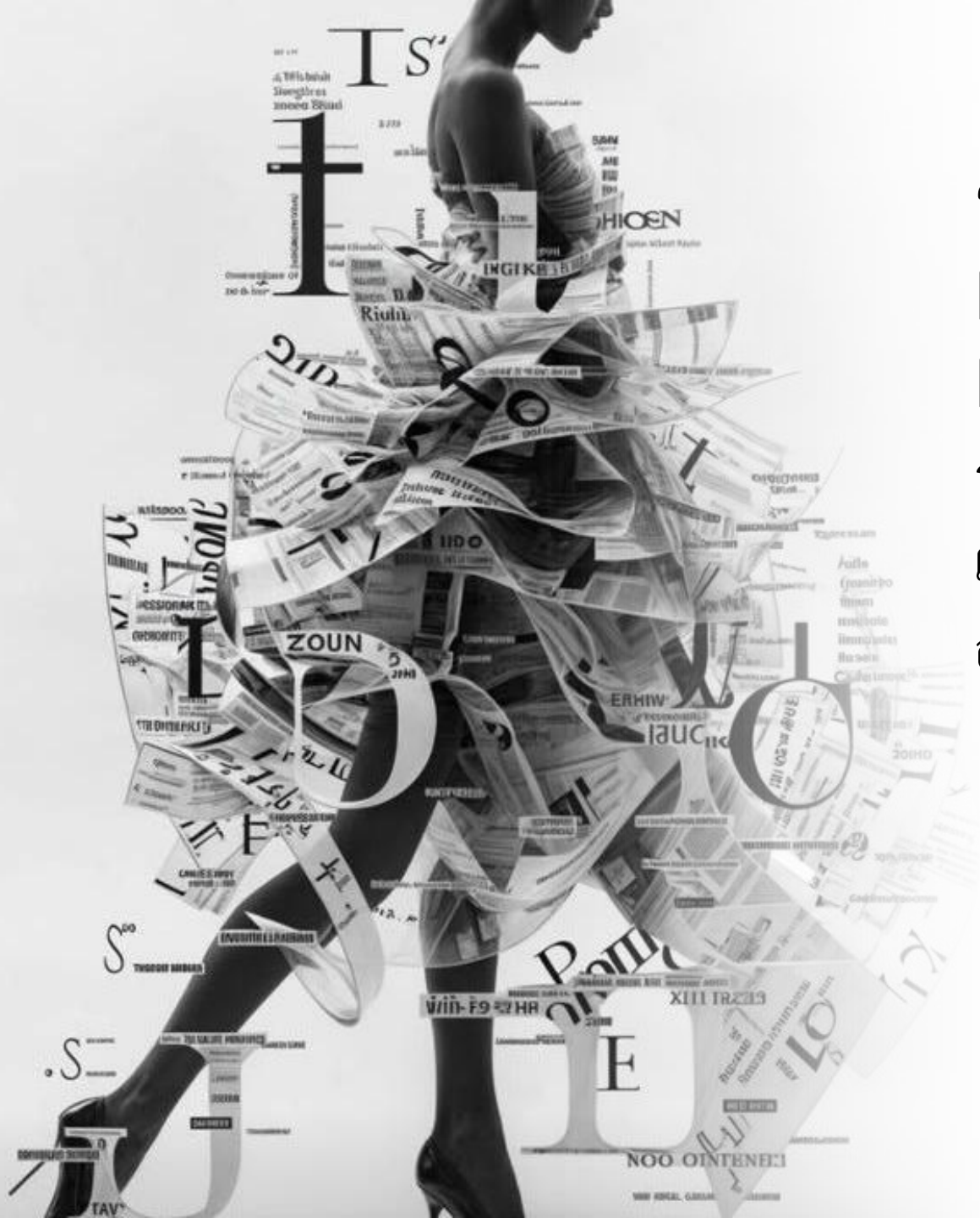
Chill, relax. Enjoy sunrise and sunset every f*cking single day. Ride with Xi Sette. The journey must go on.





Muse ส่งผลต่อการออกแบบอย่างไร

- โทนสี
- Silhouette
- วัสดุ
- Mood & Tone ของ Collections
- การนำเสนอภาพลักษณ์ (Styling / Campaign)



“ถ้าคุณอธิบาย
Muse หรือ
Persona ของแบ
รנד์คุณ ไม่ได้
แสดงว่ายังไม่รู้ว่าคุณ
ออกแบบให้ใคร”

Personality influences what one wears.



AVANT-GARDE

audience
who
are
confident
in
their style

ANDROGYNY'S
GENDER FLUID

MIRAGE

streetwear
and
interest in
high fashion
on
and
culture
and
health

STREETWEAR

Our mission is to
revolutionize
self-expression
by creating unisex,
modular designs that
encourage layering
and mix-and-match
styles.



FUTURISTIC

redefine
street
style
where
fashion
transcends
gender and
every outfit
becomes a
celebration
of who
you are.



MUSE | BOARD

In Miami, she is known as Angeles Almuna. She is a stylist, photographer, and mostly, breast cancer survivor. In 2015 she was detected with breast tumor and had mastectomy in 2016.

MARIA DE LOS ANGELES



Influencer, Blogger, or other art related job.

Living in metropolitan city in moderate and homey apartment.



Jewelry collectable



Photography

Spending Me-time with light novel or inspirational book. Self-Gratitude habit with aroma therapy.



Spending weekend with supportive family or friends.



All Saints

Customer Profile

Age: 20
Occupation: Student
Listens to: Tv on the Radio. White Denim.
Yeah Yeah Yeah's. Eels. The Rapture.
Watches: Gossip Girl. One Tree Hill. 90210.
Misfits.
Wears: All Saints. Topshop. Firetrap. Diesel.
Make up: Rock chick style. GOSH Eyeliner. Black
Eyeshadow. StTropez. Rimmel Lipstick.
Interests: Fashion. Music. Shopping. Gigs,
Photography. Design. Clubbing. Gym.
Cinema. Socialising. Eating Out.



MUSE PROFILE



- Name - Selena Marie Gomez.
- Age - 28 year old.
- Height - 1.65m
- Profession - Singer & Actress.
- Body type - Banana shaped body.
- Interest - learning new languages,dancing
- Martial status - Unmarried.
- lives - Texas,United States.
- Personality/character - kind - hearted,Passionate.
- Style icon - Natalie Portman,Taylor Swift.
- Idols - Bruno Mars,Christina Aguilera,Britney Spears, Beyonce, Taylor Swift.
- Interesting facts - She is named after the tejano singer 'Selena Quintanilla'. Selena become the youngest ambassador to UNICEF in 2009 at age of 17. She has her own fashion line clothing 'Dream out loud'.
- Events - Red carpet, Met gala, Amas, Vmas, Grammy awards, Cannes, Film festival, promotional event.
- Adjective - Loyal, kind - hearted, Chrismatic, Giving.



INNOCENCE

Spring/Summer 2020

Location: Smart, Urban cities

Gender: Female

Age: 25-45

Social status: High class

Income per year: \$100,000 or above

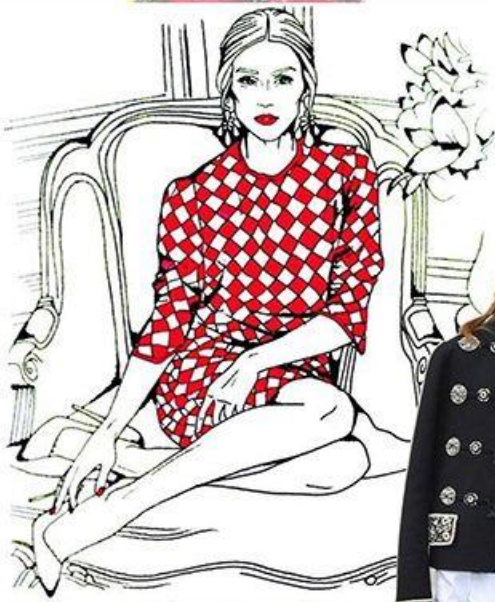
Career: Creative industry, entertainment industry, business, finance

Benefit sought/activities: Exhibition opening, Dinner parties, Gala event, Formal event, Work.

Lifestyle: traveler, art enthusiast, fashion enthusiast, workaholic

Personality: Independent, well-manner, passionate, confident, smart, artsy, expressive.

Demographic: High class women who live in big cities, always participate in social activities and formal events. They are well aware of fashion and concern with their outward appearance



MOHAMED RADY

SENIOR ART DIRECTOR

EDUCATION

Bachelor of applied arts,
Graphics and Advertising
Department

SKILLS

Art direction
Visual storytelling
Concept development
Campaign ideation
Digital design
AI-powered visuals
Photo manipulation
Photography direction
Brand identity
Studio & shoot supervision
Team leadership
Moodboarding
Motion briefing
Retouching

CREATIVE DNA

250+ Clients.
12+ Years.
One obsessive visual mind.

I'm an artist who found home in advertising, crafting campaigns that blur the lines between direction, digital art, and real-world storytelling. I play with light, shape ideas, and now using AI to take creativity even further.

Bē

PORTFOLIO

Click my world.

<https://www.behance.net/muhammedraa93a>

MEGA CLIENTS



muhammedrady3@gmail.com
 +201125711638
 Cairo, Egypt

CREATIVE JOURNEY

SENIOR ART DIRECTOR

Fuse Integrated – Riyadh, Saudi Arabia
May 2024 – Present (Full-Time / Remote)

SENIOR ART DIRECTOR

FP7 McCann – Riyadh, Saudi Arabia
Aug 2024 – Sep 2024 (Freelance / Remote)

ART DIRECTOR

FP7 McCann – Riyadh, Saudi Arabia
Dec 2023 – May 2024 (Full-Time / Remote)

ART DIRECTOR

Acquaint Communications – Saudi Arabia
Jun 2023 – Dec 2023 (Full-Time / On-site Cairo Office)

VISUAL ARTIST

Freepik – Spain
Mar 2022 – Sep 2024 (Freelance / Remote)

ART DIRECTOR

Icon Creations – Egypt
Mar 2022 – Jun 2023 (Full-Time / On-site)

- Senior Graphic Designer
Jun 2019 – Mar 2022 (Full-Time / On-site)
- Graphic Designer
May 2017 – Jun 2019 (Full-Time / On-site)

Persona



ลลิตา อนันต์ ณ สงขลา

อายุ 33 ปี รายได้เฉลี่ย 100k/ เดือน

Bio: บิวตี้บล็อกเกอร์ และยูทูบเบอร์ที่มีชื่อเสียง ทำธุรกิจเครื่องสำอาง ชอบเดินท่องเที่ยว อดทนสินค้าท้องถิ่น มีมูลนิธิช่วยเหลือสัตว์จรจัด และช่วยเหลือเด็กด้อยโอกาส

Goals

- ต้องการเป็นผู้นำและสร้างแรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต การท่องเที่ยว และการแต่งกาย

Buying Criterias

Product Quality	■	■	■	■	■
Price Sensibility	■	■	■	■	■
Function	■	■	■	■	■
Service	■	■	■	■	■
Sharing Comm.	■	■	■	■	■
Branding	■	■	■	■	■

Media Mix



Frustration

- มีเวลาน้อย เนื่องจากทำธุรกิจหลายอย่าง

Personality



Social



USER research



Gen Y in Thailand : 2523 - 2542 >> 32%
20 - 40 year 18.7 ล้านคน

Target ประมาณ 600,000 person up
คาดการณ์ที่จะสนใจ App. 30% -50%

CLASS : คนมีฐานะ - คนชั้นกลางที่มีคุณภาพชีวิตที่ดี
Geography : ไทย เอเชีย ยุโรป และอเมริกา

ผู้บริหาร, ดารา ,นักแสดง, Youtuber, Influencer, AE, Net Idol, ชอบเดินทาง, ชอบเข้าสังคม, Update Social, ชอบถ่ายภาพ, รักแฟชั่น, มีบุคลิกดี, ชิลส์คาเฟ่, ฟังเพลง, สนุกสนาน, มนุษย์สัมพันธ์ดี, สไตล์โดดเด่นของตัวเอง, เก่งฉลาด, ชอบความสวยงาม, รักธรรมชาติ, รักสบาย, Mix&Matchในการแต่งตัว, มีคน follower เยอะ, ตาม Trend, ชอบเป็นที่ดึงดูด, มีเอกลักษณ์ที่น่ามอง, หลงไหลเสน่ห์วัฒนธรรมและค้นพบสิ่งใหม่ etc.

ราคาเฉลี่ย 15,000 - 30,000 / ครั้ง / คน
มูลค่า 50,000,000 / ปี



Project title

Stakeholder group



Name Usaki Sakura

Key feature / quality

Japan Aging Society, Luxury, Fashion,
Natural Textile, Innovation, Socialize,
Modernism, Wellness

Quote

I am happy with everything that I choose well for
my life

Profile description (Actions, behaviors, interactions, emotions, habits...)

Usaki Sakura เป็นเจ้าของธุรกิจด้านความงามและสินค้าบำรุงผิว ของญี่ปุ่น เธอเติบโตในครอบครัวที่มีความรักและอบอุ่น โดยเธอเป็นลูกสาวคนโตของตระกูลเป็นคนที่สืบทอดและดูแลกิจการหลักของครอบครัว เธอเป็นผู้บริหารที่มีความใส่ใจต่อการทำงานในทุกส่วนอย่างละเอียดรวมถึงครอบครัวและการเข้าสังคม เธอมีมุมมองที่ทันสมัย กล้าคิด กล้าทำ และกล้าเรียนรู้ในสิ่งที่แปลกใหม่ที่นำเสนอ ใจอยู่เสมอ ถึงแม้เธอจะเป็นกลุ่มที่เริ่มเข้าสู่ช่วงสาวสูงวัยแต่เธอไม่เคยปล่อยตัวเองให้เป็นไปตามช่วงอายุและกาลเวลา เธอใส่ใจในการดูแลตัวเอง บุคลิกภาพ และสุขภาพให้แข็งแรงอยู่เสมอ รักธรรมชาติ สนใจสิ่งแวดล้อม รักการแต่งตัว ชื่นชอบในแฟชั่น และสนใจในสินค้าไลฟ์สไตล์ที่ตอบโจทย์ในชีวิตและส่งเสริมให้เธอมีชีวิตที่มีความสุขมากขึ้นท่ามกลางภาวะสังคมที่ตึงเครียดสูงในหลายด้านตลอดเวลาปัจจุบัน จึงทำให้บุคลิกภายนอกของเธอดูสดใสอ่อนกว่าวัยจริงของเธอ ที่ก้าวสู่เลข-5 ตอนปลายอย่างไม่น่าแปลกใจ

Difficulties



การใช้ชีวิตในสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน

ช่วงอายุตามกาลเวลา ที่ต้องใส่ใจในการดูแลตัวเองมากขึ้น

Needs



ได้รับการยกย่องในสังคม ว่าเป็นนักธุรกิจ ที่น่าเชื่อถือ มีบุคลิกภาพที่ดีและมีความคิดทันสมัยอย่างโดดเด่นในสังคม

มีเวลาใส่ใจ ดูแลสุขภาพและความงามของตนเองเสมอๆ แม้จะไม่ค่อยมีเวลาออกกำลังกาย เพื่อไม่ให้แก่เป็นไปตามสภาพช่วงอายุวัย

ค้นหาสินค้าที่ดี มีประโยชน์และส่งเสริมคุณภาพชีวิตของตนเองในสังคม ให้ดีเพิ่มขึ้นเพื่อสนองการใช้ชีวิตอย่างมีความสุขในทุกวัน

Alms



ประสบความสำเร็จ ในธุรกิจและเป็นที่ยอมรับ ในแวดวงธุรกิจความงาม และพัฒนาสู่ตลาดโลก

เป็นผู้หญิงสูงวัยที่ได้รับการชื่นชมว่า ดูดีและมีสไตล์ ในแวดวงธุรกิจและสังคม

เข้าใจเทรนด์ ทิศทาง กระแสนิยมและใส่ใจในเรื่องสังคม สิ่งแวดล้อม ธรรมชาติและความเป็นไปของตลาดโลกปัจจุบัน



Project title

Stakeholder group

Profile description (Actions, behaviors, interactions, emotions, habits...)



Eve Lee ตอนนี้เธอ อายุ 35 ปี เกิดที่ประเทศฮ่องกง แต่ครอบครัวย้ายมาทำธุรกิจที่ฝรั่งเศส จึงทำให้เธอเติบโตและใช้ชีวิตที่ Paris ลักษณะนิสัยเธอเป็นคนกล้าแสดงออกถึงแม้จะเติบโตกับสังคมเอเชีย การปลูกฝังค่านิยมแบบคนเอเชีย แต่เธอก็สามารถผสมผสานวัฒนธรรมทั้งตะวันตกและตะวันออกได้เป็นอย่างดี นิสัยของเธอเป็นคนรักอิสระ สามารถทำอะไรหลายๆ อย่างได้ในเวลาเดียวกัน เชื้อมั่นในตนเอง สนใจแฟชั่น ดูแลสุขภาพ ความสวยงาม ชื่นชอบการปาร์ตี้และการเข้าสังคม ในขณะที่ครอบครัวของเธอประสบความสำเร็จในด้านธุรกิจ แต่ตัวเธอเองนั้นกลับเลือกอาชีพนักเขียน ที่สะท้อนมุมมองของสังคม สิ่งแวดล้อม โดยเธอเป็นหนึ่งในคอลัมน์ส ที่มีผู้ติดตามมากที่สุดในนิตยสาร VOUGE ความเป็นคนคิดนอกกรอบ ทำให้งานอดิเรกของเธอคือการลงทุนในรูปดิจิทัล เพราะเธอติดตามเทคโนโลยีใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลา

Name

EVE LEE

Key feature / quality

Education, Freedom, Social,
Culture, fashion, Identity

Quote

" Follow your own star! "

Difficulties



Communicate with family that have a difference generation and belief.



Hard to handle fast fashion.



Needs



Update the new trend every single day



Talk to her family across the world.



Writing about her experience throught out the day.

Aims



Make the world to be the better place.



Role model of sustainable environmental fashion.



Driving fashion and lifestyle products.



ชาญ ปิติ
Age 37 ปี
Occupation เจ้าของโรงงานใน จ.ภูเก็ต
Locations กรุงเทพฯ (ภูมิลำเนา)

Bio
ชาญ ได้รับมรดกที่ดินในจ.ภูเก็ตจากครอบครัว และได้เริ่มทำธุรกิจโรงงานในภูเก็ต ได้ประมาณ 7 ปีแล้ว แต่ปัจจุบันมีโรงงานแค่ชิ้นมาเป็นคู่แข่งเพิ่มขึ้น ทำให้ชาญต้องหาวิธีใหม่ๆ ในการทำธุรกิจ เพื่อรับมือกับคู่แข่งที่เพิ่มขึ้นในทุกๆ วัน



What we can do
ช่วยทำธุรกิจบนโลกออนไลน์ให้สำเร็จ



นิตสุพงศ์ กิติโชติ
Age 26 ปี
Occupation นักการตลาด
Locations กรุงเทพฯและปริมณฑล

Bio
นิตสุพงศ์ เป็นนักการตลาดรุ่นใหม่ในองค์กรเอกชน มีความกระตือรือร้นในเรื่องงานและหาความรู้ใหม่ๆ เสนอ คอนเน็คชั่นเรื่อง Digital Marketing เป็นพิเศษ ส่วนใหญ่จะชอบศึกษาด้วยตัวเอง จาก Youtube บ้าง และคอร์สออนไลน์ต่างประเทศ

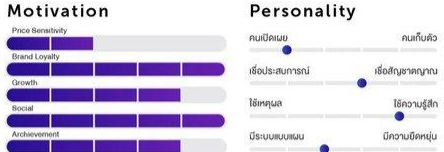


What we can do
ช่วยเพิ่มศักยภาพและพัฒนาด้าน Digital Marketing ให้ดียิ่งขึ้น



นิตชาภัทร ไจรม
Age 31 ปี
Occupation HRD บริษัทเอกชน
Locations กรุงเทพฯและปริมณฑล

Bio
นิตชาภัทร เป็นคนมีมนุษยสัมพันธ์ดี ใช้ Social Media คล่องแคล่ว จึงเลือกทำงานในสายงานที่เกี่ยวข้องกับคน คือ Human Resource มีหน้าที่พัฒนาคนในองค์กร ที่ต้องหาข้อดีของคน พนักงานอยู่เรื่อยๆ และต้องดูว่าคนในองค์กรยังขาดอะไรและควรพัฒนาอะไรบ้าง

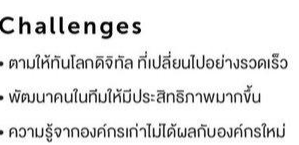
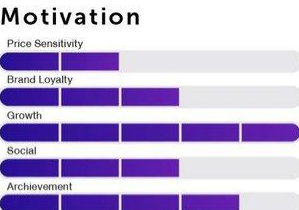


What we can do
สามารถแนะนำสิ่งที่เหมาะสมกับคนในองค์กรนั้นๆ ได้

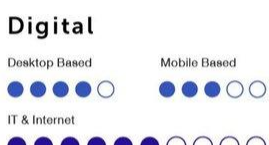


สิริศักดิ์ วัฒนกุล
Age 42 ปี
Occupation Marketing Manager
Locations กรุงเทพฯและปริมณฑล

Bio
สิริศักดิ์ ทำงานด้าน Marketing มาตั้งแต่เรียนจบ มีประสบการณ์เกี่ยวกับสายงานนี้ค่อนข้างเยอะพอสมควร มีความรู้ทั้งการตลาดแบบออฟไลน์ และออนไลน์ ชอบที่จะหาความรู้ใหม่ๆ ใส่ตัวเสมอ และชอบถ่ายทอดความรู้ให้กับทีมและคนที่สนใจ ชอบคุยกับคนใหม่ๆ มนุษย์สัมพันธ์ดี



What we can do
ช่วยให้คนในทีมและตัวเองพัฒนายิ่งขึ้น



What we can do
ช่วยให้คนในทีมและตัวเองพัฒนายิ่งขึ้น



FAS 2301

รายวิชา การจัดการสินค้าแฟชั่น

อาจารย์ผู้สอน : ผศ.ดร. สุวิทย์ stadstang