

การตลาดในเศรษฐกิจยุคใหม่

(Marketing in the New Economy)

- การตลาดและเศรษฐกิจยุคใหม่ (Marketing and New Economy)
- แนวความคิดทางการตลาด (Marketing Concepts)
- หลักการตลาดสมัยใหม่ (New Marketing Principles)



การตลาดในเศรษฐกิจใหม่
(Marketing in the New Economy)

• การตลาดและเศรษฐกิจใหม่ (Marketing and New Economy)

- การตลาดในเศรษฐกิจใหม่ (Marketing in the New Economy)
- ความหมายการตลาด (Definition of Marketing)

iG E A

C E N + R E

การตลาดในเศรษฐกิจใหม่

(Marketing in the New Economy)

ตลอดชีวิต

- จากการเน้นตัวเลขการเงิน --> เป็นตัวเลขการตลาดมากขึ้น
- จากการเน้นผู้ถือหุ้น --> มาเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกิจการ
- จากการเน้นทำการตลาดโดยกิจการ --> มาเป็นให้ทุกคนทำการตลาด
- จากการสร้างตราลิขิตผ่านการใช้โฆษณา --> มาเป็นหน้าที่การทำงาน
- จากการเน้นการให้ลูกค้าเข้ามาซื้อ --> มาเป็นการ

รักษาสุขภาพเอาไว้

- จาการที่ไม่วัดความพึงพอใจ
Ass.Prof.Dr Pattana Sirichopunt, Ph.D.
พึงพอใจเชิงลึก

การตลาดในเศรษฐกิจใหม่

(Marketing in the New Economy)

- การตลาดและเศรษฐกิจใหม่ (Marketing and New Economy)
- การตลาดในเศรษฐกิจใหม่ (New Economy)
- ความหมายการตลาด (Definition of Marketing)

การตลาดคือ การทำหน้าที่ขององค์กรและกลุ่มงานที่เกี่ยวข้องกับการขายสินค้าและบริการ การสื่อสาร และส่งเสริมคุณค่าให้กับลูกค้า โดยทำการบริหารจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าเพื่อให้ได้รับประโยชน์ต่อองค์กรและผู้ถือหุ้นทั้งหลาย

- ความสำคัญของการตลาด (The Importance of Marketing)

ต้องการธุรกิจ

ต่อสังคม

ต่อระบบเศรษฐกิจ

Marketing Land

Asst.Prof.Dr.Pattana S.

การตลาดในเศรษฐกิจใหม่

(Marketing in the New Economy)

- แนวความคิดทางการตลาด (Marketing Concepts)
 - วิวัฒนาการทางการตลาด (Marketing Revolution Eras)
 - แนวความคิดหลักการตลาด (The Core Concepts of Marketing)

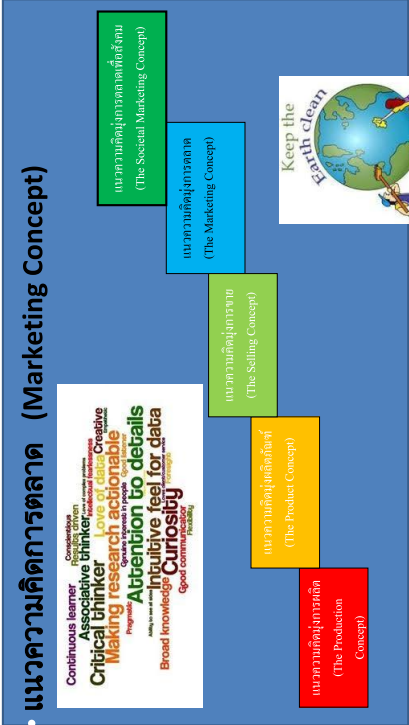


การตลาดในเศรษฐกิจยุคใหม่

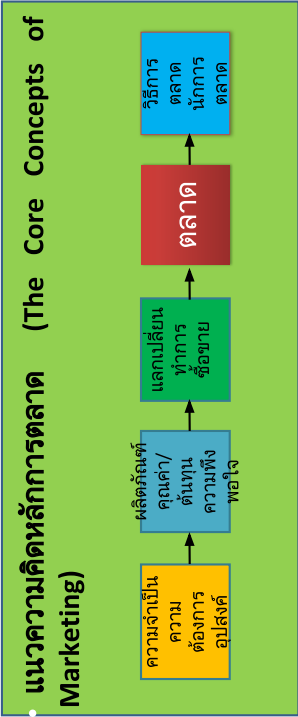
(Marketing in the New Economy)

- แนวความคิดทางการตลาด (Marketing Concepts)
 - วิวัฒนาการทางการตลาด (Marketing Revolution Eras)
 - ยุคการผลิต (The Production Era)
 - ยุคการขาย (The Sales Era)
 - ยุคการตลาด (The Marketing Era)
 - ยุคความสัมพันธ์ (The Relationship Era)





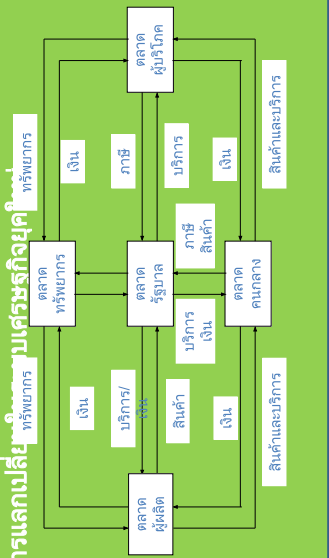
การตลาดในเศรษฐกิจใหม่
(Marketing in the New Economy)



การตลาดในเศรษฐกิจใหม่

(Marketing in the New Economy)

- แนวความคิดหลักการตลาด (The Core Concepts of Marketing)



การตลาดในเศรษฐกิจยุคใหม่

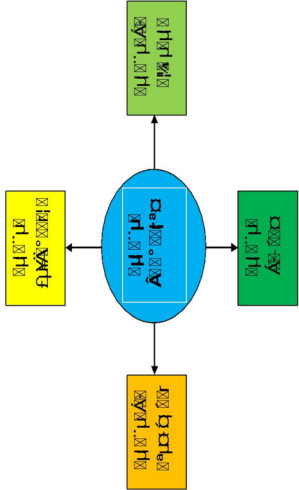
(Marketing in the New Economy)

- หลักการการตลาดสมัยใหม่ (New Marketing Principles)
 - วิธีการตลาดแบบองค์รวม (Holistic marketing)
 - การตลาดภายในองค์กร (Internal Marketing)
 - การตลาดเชิงบูรณาการ (Integrated Marketing)
 - กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix)
 - การตลาดเชิงความสัมพันธ์ (Relationship Marketing)
 - การตลาดเชิงสังคม (Societal Marketing)



การตลาดในเศรษฐกิจใหม่
(Marketing in the New Economy)

- หลักการตลาดสมัยใหม่ (New Marketing Principles)
 - วิธีการตลาดแบบองค์รวม (Holistic marketing)



การตลาดในเศรษฐกิจยุคใหม่

(Marketing in the New Economy)

หลักการการตลาดสมัยใหม่ (New Marketing Principles)

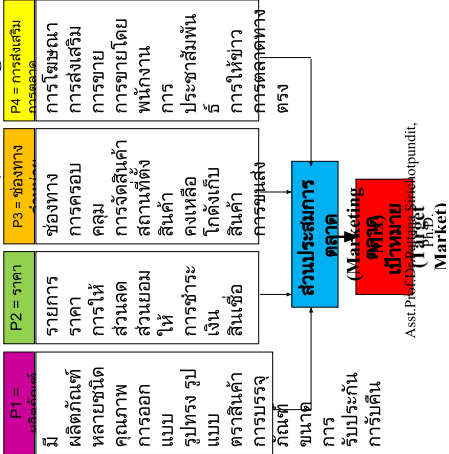
- วิธีการตลาดแบบองค์รวม (Holistic marketing)
- การตลาดภายในองค์กร (Internal Marketing)
 - การทำงานของพนักงานหน่วยงานต่างๆ ในองค์กรต้องมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยทำงานเชื่อมโยงกันในทุกส่วนงาน ตั้งแต่ผู้บริหารระดับสูง ผู้บริหารการตลาด และพนักงานต่างๆ มีความเข้าใจถึงวัตถุประสงค์การตลาดและ



การตลาดในเศรษฐกิจยุคใหม่

(Marketing in the New Economy)

◆ ส่วนผสมการตลาด (Marketing Mix or 4 Ps)



การตลาดในเศรษฐกิจยุคใหม่

(Marketing in the New Economy)

- หลักการตลาดสมัยใหม่ (New Marketing Principles)
 - วิธีการตลาดแบบองค์รวม (Holistic marketing)
 - การตลาดเชิงบูรณาการ (Integrated Marketing)
 - กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix)
 - 4P's vs. 4 C's

4Ps	4Cs
1. สินค้า (Product)	1. ความต้องการของลูกค้า (Customer Needs and Wants)
2. ราคา (Price)	2. ค่าใช้จ่ายของลูกค้า (Cost to the Customer)
3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	3. ความสะดวกในการซื้อ (Convenience)
4. การส่งเสริมการขาย (Promotion)	4. การสื่อสาร (Communication)

การตลาดในเศรษฐกิจใหม่

(Marketing in the New Economy)

- หลักการตลาดสมัยใหม่ (New Marketing Principles)
 - วิธีการตลาดแบบองค์รวม (Holistic marketing)
 - การตลาดเชิงความสัมพันธ์ (Relationship Marketing)
 - พนักงานขายแบบอัตโนมัติ (Sale Force Automation)
 - การใช้เทคโนโลยี (Use of Technology)
 - การจัดการโอกาส (Opportunity Management)
 - การพัฒนาและรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า (Developing



การตลาดในเศรษฐกิจยุคใหม่

- (Marketing in the New Economy)
หลักการตลาดสมัยใหม่ (New Marketing Principles)

- วิธีการตลาดแบบองค์รวม (Holistic marketing)
 - การตลาดเชิงสังคม (Societal Marketing)
 - คำนึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders)
 - มีผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม (Environmental Products)
 - อุปสงค์ด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Demand)
 - การปรับเปลี่ยนหน่วยงานภายใน (Change of Internal Departments)
 - ฝ่ายการตลาด (Marketing Department)
 - ฝ่ายวิจัยและพัฒนา หรือ R&D
 - ฝ่ายผลิต (Manufacturing Department)

การตลาดในเศรษฐกิจใหม่

(Marketing in the New Economy)

- การปรับเปลี่ยนหน่วยงานภายใน (Change of Internal Departments)
 - ฝ่ายการตลาด (Marketing Department)
 - ฝ่ายวิจัยและพัฒนา หรือ R&D
 - ฝ่ายผลิต (Manufacturing Department)

