



corbis

corbis

# วิจัยทางการออกแบบแฟชั่น

รหัสวิชา : **FAS3303**

ผศ.สุวิทย์ สาดสังข์

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 ราชเทวี โรงงานอยู่ใน  
สมุทรปราการ สมุทรสาคร ชลบุรี และระยอง  
ทำเกี่ยวกับผลิตเหล็กกล้าโครงสร้าง และวัสดุโลหะประกอบ  
รถยนต์ ผลประกอบการเติบโตต่อเนื่องอยู่ที่ 25% คุณ XXX เป็นผู้  
จัดการฝ่ายการผลิตดูแลคุณภาพการผลิตของบริษัททั้งหมด  
และอนุมัติการสั่งซื้อวัตถุดิบทั้งหมด

### DAY IN LIFE


ประชุมข้างนอกกับลูกค้า  
ประชุม Remote Conference  
ประชุมบอร์ดผู้บริหาร

### BUYING- RAW MATERIAL FACTORS

ต้นทุนต่ำ และได้คุณภาพมาตรฐาน ยอมรับได้ทั้งแบบสั่งผลิต  
และสต็อกสินค้า วัตถุดิบต้องรักษาสิ่งแวดล้อม 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 เป็นช่องทางการตลาดติดต่อเป็นหลัก

### BRAND

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

### PAIN POINT

- บริษัทเพิ่งก่อตั้งมาได้ 10 ปี แต่การตรวจสอบการผลิตยังไม่เป็น  
ระบบ บางสายไม่สามารถใช้โปรแกรมในการช่วยเหลือได้
- ลูกค้าสั่งซื้อสินค้าได้ลำบากเพราะมีแค่ช่องทางติดต่อ  
เพียง 2 ช่องทางเท่านั้น
- โรงงานแต่ละแห่งติดต่อกับยก CI Brand ไม่เป็นไปตามที่  
หวัง

### GOALS

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



# TOBI DAY

PERSONA TEMPLATE

**AGE** 26  
**OCCUPATION** Record Store Manager  
**STATUS** Single  
**LOCATION** New York, NY

**TIER** Enthusiast  
**ARCHETYPE** The Maestro

Ambitious | Admired | Focused

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

**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

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

# Persona คืออะไร?

ทำไมถึงต้องทำก่อนออกแบบ



**สร้างจากลูกค้าที่มีอยู่แล้ว :** ด้วยวิธีนี้คือการให้การสัมภาษณ์เข้ามาด้วยชุดคำถามต่าง ๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลจากปากลูกค้าลูกค้า หรือสามารถรับรู้ว่าคุณสมบัติที่มีอายุ 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 เพื่อให้สามารถสร้างข้อมูลที่มีความครบครันในการทำงานขึ้นมาได้

**สร้างจากกลุ่มลูกค้าที่ยังไม่มี :** วิธีนี้จะยากขึ้นเพราะสร้างจากจินตนาการล้วน ๆ ซึ่งจะต้องเริ่มต้นจากการวางเป้าหมายของสินค้าและบริการ หรือระดับโครงการขึ้นมาว่าอยากจะเป็นอย่างไร และสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องกับโครงการทั้งหมดออกมาเพื่อให้ได้ภาพรวมของที่ทุกคนมองออกมาให้ตรงกัน แล้วนำมาเทียบกับภาพรวมหรือเทรนด์ของธุรกิจและอุตสาหกรรมนั้น ๆ ออกมา รวมทั้งศึกษาของข้อมูลทางการตลาดแล้วจับมารวมกันออกมา



- 1.ชื่อ :** ลองตั้งชื่อตัวแทน **Persona** มา โดยใช้แค่ชื่อต้นอย่างเดียว พร้อมกับสร้างคำเพื่อให้เกิดการจำตัวแทนนี้ได้
- 2.ทัศนคติ :** หาประโยคสั้น ๆ ที่สามารถแสดงถึงทัศนคติของคนผู้นี้ว่าเป็นอย่างไร เพื่อที่จะได้เข้าใจความคิดได้ทันที
- 3.อาชีพ :** การใส่อาชีพนั้นทำให้ได้ภาพลักษณ์ว่ากลุ่มเป้าหมายเรานั้นทำงานอะไรและลักษณะงานหรือโดยตำแหน่งนั้นเป็นใคร
- 4.ที่อยู่ :** การรู้ที่อยู่และรู้ว่าไปทำงานที่ไหน ทำให้สามารถรู้ว่าจะสื่อสารไปยังที่ใดหรือบริเวณไหนได้ถูกต้อง แถมยังรู้ด้วยว่าด้วยพื้นเพเค้าเป็นคนอย่างไร
- 5.อายุ :** ใส่อายุเพื่อที่จะได้รู้ว่ากลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่นั้นอายุเท่าไร
- 6.สถานะ :** ตัวแทนนั้นจะมีสถานะอย่างไร เพื่อที่จะได้เข้าใจในความคิดเพราะคนโสดแต่งงาน และหย่าร้างนั้นย่อมมีความคิดที่แตกต่างกัน
- 7.การศึกษา :** การศึกษาทำให้รู้ว่าจะต้องสื่อสารแบบไหน และทำให้เข้าใจถึงระดับความคิดวิเคราะห์ในการสื่อสารมากน้อยแค่ไหน

**8. รายได้ :** การล่องรู้รายได้ ทำให้รู้ถึงกำลังซื้อว่ามีกำลังซื้อหรือกำลังในการใช้จ่ายมากน้อยแค่ไหนด้วย

**9. ความสนใจ :** กลุ่มตัวแทนมีความสนใจอะไรบ้าง และมีงานอดิเรกอย่างไร เพื่อที่จะสามารถหาจุดมาสื่อสารต่อไปได้ถูกต้อง

**10. ชีวิตประจำวัน :** ทำให้รู้ถึงว่า วันหนึ่ง ๆ คนคนนี้จะต้องเจออะไรบ้างในชีวิตประจำวัน เพื่อที่จะได้รู้การเดินทางในแต่ละวันว่ามาเจอสินค้าและบริการได้อย่างไร

**11. พฤติกรรม :** ต้องเข้าใจว่าพฤติกรรมของตัวแทนนั้นมีความสุข เป็นคนจริงจัง เป็นคนรักครอบครัว หรือชอบเรียนรู้ เพื่อที่จะสามารถสร้างเนื้อหาหรืองานที่ตรงกับพฤติกรรมแบบนี้ได้

**12. แรงขับ :** เหตุผลที่ตัวแทนนี้จะมาซื้อสินค้าและบริการของคุณว่ามีแรงขับดันจากอะไรขึ้นมา



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



# Persona



## ลลิตา อนันต์ ณ สงขลา

อายุ 33 ปี รายได้เฉลี่ย 100k/ เดือน

**Bio:** บิวตี้บล็อกเกอร์ และยูทูบเบอร์ที่มีชื่อเสียง ทำธุรกิจเครื่องสำอาง ชอบเดินท่องเที่ยว อุดหนุนสินค้าท้องถิ่น มีมูลนิธิช่วยเหลือสัตว์จรจัด และช่วยเหลือเด็กด้อยโอกาส

### Goals

- ต้องการเป็นผู้นำและสร้างแรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต การท่องเที่ยว และการแต่งกาย

### Buying Criterias



### 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, ซิลส์คาเฟ่, ฟังเพลง,  
สุนทรีย์, มนุษย์สัมพันธ์ดี, สไตส์โดดเด่นของตัวเอง,  
เก่งฉลาด, ชอบความสวยงาม, รักธรรมชาติ, รักสบาย,  
Mix&Matchในการแต่งตัว, มีคน follower เยอะ,  
ตาม Trend, ชอบเป็นที่ดึงดูด, มีเอกลักษณ์ที่น่ามอง,  
หลงใหลเสน่ห์วัฒนธรรมและค้นพบสิ่งใหม่ 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 เธอเป็นผู้บริหารที่มีความใส่ใจต่อการทำงาน ในทุกส่วนอย่างละเอียดรวมถึงครอบครัวและการเข้าสังคม เธอมีมุมมองที่ทันสมัย กล้าคิด กล้าทำ และกล้าเรียนรู้ในสิ่งที่แปลกใหม่ที่นำเสนอ ใจอยู่เสมอ ถึงแม้เธอจะเป็นกลุ่มที่เริ่มเข้าสู่ช่วงสาวสวยวัยแต่เธอไม่เคยปล่อยให้ตัวเองให้เป็นไปตามช่วงอายุและกาลเวลา เธอใส่ใจในการดูแลตัวเอง บุคลิกภาพ และสุขภาพ ให้แข็งแรงอยู่เสมอ รักธรรมชาติ สนใจสิ่งแวดล้อม รักการแต่งตัว ชื่นชอบในแฟชั่น และสนใจในสินค้าไลฟ์สไตล์ที่ตอบ โจทย์ในชีวิตและส่งเสริมให้เธอมีชีวิตที่มีความสุขมากขึ้นท่ามกลางภาวะสังคมที่ตึงเครียดสูงในหลายด้านตลอดเวลาปัจจุบัน จึงทำให้บุคลิกภายนอกของเธอดูสดใสอ่อนกว่าวัยจริงของเธอ ที่ก้าวสู่เลข 5 ตอนปลายอย่างไม่น่าแปลกใจ

**Difficulties**



การใช้ชีวิตในสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน

ว่างอยู่ตามกาลเวลา ที่ต้องใส่ใจในการดูแลตัวเองมากขึ้น

**Needs**



ได้รับการยกย่องในสังคม ว่าเป็นที่น่าเชื่อถือ มีบุคลิกภาพที่ดีและมีความคิดทันสมัยอย่างโดดเด่นในสังคม

มีเวลาใส่ใจ ดูแลสุขภาพและความงามของตนเองเสมอๆ แม้จะไม่ค่อยมีเวลาออกกำลังกาย เพื่อไม่ให้แก่เป็นไปตามสภาพช่วงอายุวัย

ค้นหาสินค้าที่ดี มีประโยชน์และส่งเสริมคุณภาพชีวิตของตนเอง ในสังคม ให้ดีเพิ่มขึ้นเพื่อสนองการใช้ชีวิตอย่างมีความสุขในทุกวัน

**Aims**



ประสบความสำเร็จ ในธุรกิจและเป็นที่ยอมรับ ในแวดวงธุรกิจความงาม และพัฒนาสู่ตลาดโลก

เป็นผู้หญิงสวยวัยที่ได้รับการชื่นชมว่า อดีและมีสไตล์ ในแวดวงธุรกิจและสังคม

เข้าใจเทรนด์ ทิศทาง กระแสค่านิยมและใส่ใจในเรื่องสังคม 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 โดยเธอเป็นหนึ่งในคอลัมน์ิส 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.



Ekkasit - Executive

Age	45
Job Title	Managing Director
Level	Top Management
Field	Management, Sales
Education	MBA

### Bio

คุณกิตติพงษ์ เจ้าของ Digital Marketing Agency ที่ให้บริการทำการตลาดออนไลน์ให้กับบริษัทขนาดกลางและขนาดใหญ่ในประเทศไทย

### Buying Criteria



### Job Responsibilities

- บริหารบริษัทให้สามารถดำเนินการต่อไปได้
- ขายบริการสื่อโฆษณาออนไลน์
- สัมภาษณ์งาน

### Job Measurement

- ยอดขายและกำไร
- ดัชนีความพึงพอใจของลูกค้า
- ดัชนีความพึงพอใจของพนักงาน

### Goals

บริษัทสามารถทำยอดขายและกำไรได้ตามเป้าหมายที่วางไว้ ลูกค้ามีความพึงพอใจในบริการและอยากที่จะใช้บริการต่อเนื่อง พนักงานมีความสุขในการทำงานและอยากที่จะทำงานกับบริษัทต่อเนื่อง

### Challenges

จำนวนลูกค้าที่ติดต่อเข้ามาไม่เท่ากับที่คาดหวังไว้ พนักงานไม่สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีปัญหาเรื่องการปวดเมื่อย เหนื่อยล้าสายตายูบ่อยๆ

### Organization

26 - 50 คน

### Industry

Advertising

### Reports Line

- with: COO, CFO
- from: HR manager, Financial advisor

### Solutions of Interest

- Productivity
- Trendy workplace
- Employee satisfaction

### Information Sources

- Google
- Marketing & Business Websites; Content Shifu
- Exhibitions / Expos i.e. DAAT

### Journey Behaviour

- Aware: ติดตามข่าวสารจากสื่อที่กดติดตามทางอีเมลและไลน์
- Consider: หากเป็นเรื่องยากๆ มักขอลงเรียนคอร์สออนไลน์หรืออ่านหนังสือในประเด็นนั้นๆ
- Decide: ขอให้ทีมช่วยทำ Report มานำเสนอ

### Quotes

งานเอเจนซีของเราบางครั้งก็ต้องมีการทำงานล่วงเวลา แต่คนรุ่นใหม่สมัยนี้มักทำงานได้ไม่ยาวและสุขภาพก็ไม่ค่อยดี

### Day in life

- ประชุมข้างนอก
- ประชุม Video conference
- ประชุมในบริษัท

### Media Mix

- Everyday:
- Often:
- Sometimes:



Sumittra - The Smart Lady

## Background

Age	35
Occupation	Marketing Director
Income	>200K
Family	โสด
Location	ทำงานและมีคอนโดย่านสุขุมวิท
Education	ป.โท New York

## Quote

ฉันซื้อสินค้าเพื่อเชื่อใจในแบรนด์นั้นๆ ฉันชอบแบรนด์ที่ไม่ Mass จนเกินไป แต่ก็ไม่นิยมรวมถึงฉันใส่ใจความทันสมัย ฟังก์ชันที่เหมาะสมกับชีวิตเร่งรีบ และความเป็นมืออาชีพ

## Goals / Motivation

ต้องการเป็นผู้นำหญิงที่น่าจับตามองทั้ง ในแวดวงของงานและแวดวง Community ของตนเอง

## Frustration

เป็นผู้หญิงผิวแทน ผมหยักศก และโครงสร้างใหญ่ ทำให้หาเครื่องแต่งกายได้ยาก

## Lifestyle

เข้าฟิตเนสทุกเช้าก่อนเข้างาน ทำงานในบริษัทข้ามชาติ ใช้คอมพิวเตอร์เน็ตคล่องแคล่ว ตกเย็นชอบสังสรรค์ในร้านอาหารและบาร์ดีๆ ตามทันกระแสต่างๆ ติดตามข่าวทั้งไทยและเทศอย่างสม่ำเสมอ และช้อปปิ้งออนไลน์บ่อยมากกว่าออฟไลน์

## Journey Behaviour

Aware	ติดตามข่าวสารและมองหาแรงบันดาลใจใหม่ๆ จากสื่อที่กดติดตามทางอีเมล, ..
Consider	ค้นหาข้อมูลบน Google เพื่อดูรีวิว
Decide	คอนเทนต์บนเว็บไซต์สารได้เคลียร์ และบริการของทีม Customer Service

## Buying Criteria

Branding	■ ■ ■ ■ ■
Service	■ ■ ■ ■ □
Variety & Up to date	■ ■ ■ □ □
Function	■ ■ ■ □ □
Price Sensitivity	■ □ □ □ □

## Media Mix

Everyday	  
Often	 
Sometimes	 

## Brand They Love

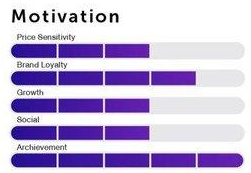
Lululemon, Google, Apple

## Influencer They Follow

Oprah Winfrey, Sheryl Sandberg



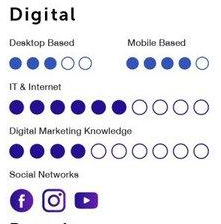
**ชาญ ปิติ**  
Age 37 ปี  
Occupation เจ้าของโรงแรมใน จ.ภูเก็ต  
Locations กรุงเทพฯ (ภูเก็ท)



- Challenges**
- โลกดิจิทัลเปลี่ยนแปลงเร็วตามไม่ทัน
  - มีคู่แข่งรุ่นใหม่ขึ้นเรื่อยๆ ต้องทำตัวให้ทันสมัยตลอดเวลา

**Goals**  
อยากประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ

**What we can do**  
ช่วยทำธุรกิจบนโลกออนไลน์ให้สำเร็จ



**Bio**  
ชาญ ได้รับมรดกที่ดินในจ.ภูเก็ตจากครอบครัวและได้รับทำธุรกิจโรงแรมในภูเก็ต ได้ประมาณ 7 ปีแล้ว แต่ปัจจุบันมีโรงแรมเกิดขึ้นมาเป็นผู้แข่งขันขึ้น ทำให้ชาญต้องหาวิธีใหม่ๆ ในการทำธุรกิจเพื่อรับมือกับคู่แข่งที่เพิ่มขึ้นในทุกๆ วัน



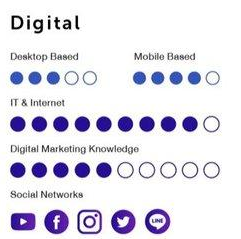
**นัฐพงศ์ กิติโชติ**  
Age 26 ปี  
Occupation นักการตลาด  
Locations กรุงเทพฯและปริมณฑล



- Challenges**
- อยากพัฒนาตัวเองให้เก่งขึ้น
  - สื่อดิจิทัลเปลี่ยนแปลงเร็วมาก ฉะนั้นจะต้องตามโลกให้ทัน

**Goals**  
Expert ในเรื่อง Digital Marketing

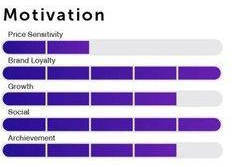
**What we can do**  
ช่วยเพิ่มศักยภาพและพัฒนาด้าน Digital Marketing ให้เก่งยิ่งขึ้น



**Bio**  
นัฐพงศ์ เป็นนักการตลาดรุ่นใหม่ในองค์กรเอกชน มีความกระตือรือร้นในเรื่องงานและหาความรู้ใหม่ๆ เสมอ คอนเน็คชั่นเรื่อง Digital Marketing เป็นพิเศษ ส่วนใหญ่จะขอศึกษาด้วยตัวเอง จาก Youtube บ้าง และคอร์สออนไลน์ต่างประเทศ



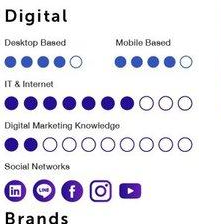
**นิตาภัทร ใจรม**  
Age 31 ปี  
Occupation HRD บริษัทเอกชน  
Locations กรุงเทพฯพนาทศ



- Challenges**
- ยังไม่มีอะไรวัดผลพัฒนาการคนในองค์กรได้
  - ทำให้พนักงานในองค์กรมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
  - ตามให้ทันโลกทุกวันนี้ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

**Goals**  
ประสบความสำเร็จในการพัฒนาทักษะคนในองค์กร

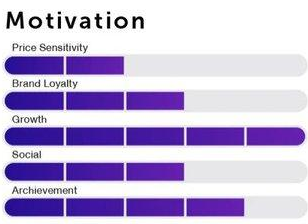
**What we can do**  
สามารถแนะนำสิ่งที่เหมาะสมกับคนในองค์กรนั้นๆ ได้



**Bio**  
นิตาภัทร เป็นคนมีบุคลิกขี้สงสัยกับโซเชียลมีเดีย Social Media คล่องแคล่ว จึงเลือกทำงานในสายงานที่เกี่ยวกับคน คือ Human Resource มีหน้าที่พัฒนาคนในองค์กร ที่ต้องหาวิธีจัดอบรม พนักงานอยู่เรื่อยๆ และต้องดูว่าคนในองค์กรยังขาดอะไรและควรพัฒนาอะไรบ้าง



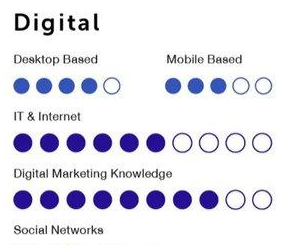
**สิทธิตถ์ วัฒนกุล**  
Age 42 ปี  
Occupation Marketing Manager  
Locations กรุงเทพฯพนาทศ



- Challenges**
- ตามให้ทันโลกดิจิทัล ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว
  - พัฒนาคมนในทีมให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น
  - ความรู้จากองค์กรเก่าไม่ได้ผลกับองค์กรใหม่

**Goals**  
พัฒนาคมนและตัวเองให้มีความรู้สุดใหม่ อยู่ตลอดเวลา

**What we can do**  
ช่วยให้คนในทีมและตัวเองพัฒนายิ่งขึ้น



**Bio**  
สิทธิตถ์ ทำงานด้าน Marketing มาตั้งแต่เรียนจบ มีประสบการณ์เกี่ยวกับสายงานนี้ค่อนข้างเยอะพอสมควร มีความรู้ทั้งการตลาดแบบออฟไลน์ และออนไลน์ ชอบที่จะหาความรู้ใหม่ๆ ใส่ตัวเสมอ และชอบถ่ายทอดความรู้ให้กับทีมและคนที่สนใจ ชอบคุยกับคนใหม่ๆ มนุษย์สัมพันธ์

**Buyer Persona**  
**Jessica Smith**

**Age:** 34  
**Occupation:** Productivity  
**Location:** Texas  
**Education:** Bachelor's Degree

**Motivations:**

- Fast Search Time
- Easy Comparison
- Fast Delivery
- The Best Price

**Goals:**

- Save time
- Save money
- Find the best deal
- Get the best service
- Get the best product

**Personality:**

- Organized
- Practical
- Hardworking
- Protective

**Monthly Spending:**

- Fast Search Time
- Easy Comparison
- Fast Delivery
- The Best Price
- Fast Search Time

# Persona ของลูกค้าคืออะไร

**Background:**

- Grew up in town
- Honors Student in High School
- Served as President of the Philanthropy Group in High School

**Demographics:**

- Millennial
- 22 years old
- College student
- Attends local university

**Goals:**

- Education Major
- Wants to eventually work internationally and teach children abroad

**Sample Sally**



**Hobbies & Interests:**

- Supports children's charities
- Tech savvy
- Loves nature, yoga, health food

**Challenges:**

- Not able to give as much since she is a college student
- Difficult to find time to volunteer

**Common Objections:**

- Not feeling valued for her time spent volunteering
- Not receiving information in a timely manner

**Biggest Fears:**

- Will get stuck with no development opportunities
- Won't be able to find a job in her field

**Jill Anderson**

*"I'm looking for a site that will simplify the planning of my business trips."*

**Bio:** Jill is a Regional Director who travels 4-8 times each month for work. She has a specific region in which she travels, and she often visits the same cities and stays at the same hotel. She is frustrated by the fact that no matter how frequently she takes similar trips, she spends hours of her day booking travel. She expects her travel solutions to be as organized as she is.

**Goals:**

- To spend less time booking travel
- To narrow her options quickly

**Frustrations:**

- Too much time spent booking - she's busy!
- Too many websites visited per trip
- Not terribly tech savvy - doesn't like the process

**Personality:**

Introvert:  Extrovert:

Analytical:  Creative:

Loyal:  Picky:

Passive:  Active:

**Preferred Channels:**

Chrome:

Mobile:

Email:

Traditional Ads:

**Motivations:**

Price:

Comfort:

Convenience:

Speed:

Loyalty/Miles:

**Brands:**

KAYAK Expedia ACE HOTEL Lyft