

AAM3307

รองศาสตราจารย์ ดร.ประกายกวีล ศรีจินดา



การวางแผนรณรงค์โฆษณาและการสื่อสารการตลาด

Advertising and Marketing Communication

Campaign



radio



television



newspaper



billboard



internet



magazine



leaflet

advertising

สัปดาห์ที่ 3 และ 4

การวิเคราะห์สถานการณ์ และ SWOT Campaign

การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายและ Consumer Insight

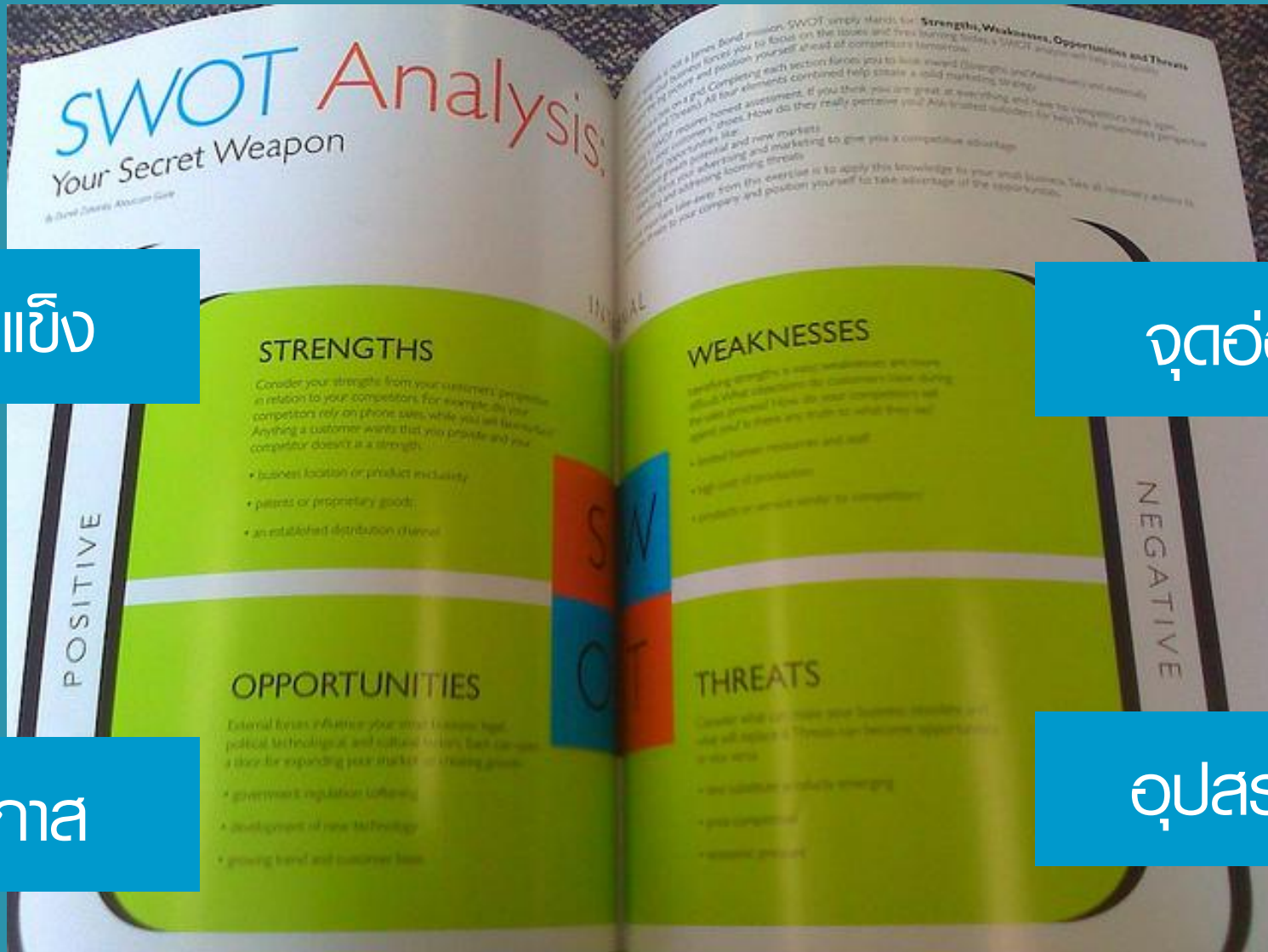
Activity 1: Insight Recall



SWOT ที่ดี ไม่ใช่ แค่ S W O T แต่ควรนำไปสู่อะไร?

Target กับ Consumer Insight ต่างกันตรงไหน?

Insight ที่ “ไม่ใช่ Insight” มีลักษณะอย่างไร?



จุดแข็ง

จุดอ่อน

โอกาส

อุปสรรค

SWOT ที่ดี ไม่ใช่ แค่ S W O T แต่ควรนำไปสู่อะไร?



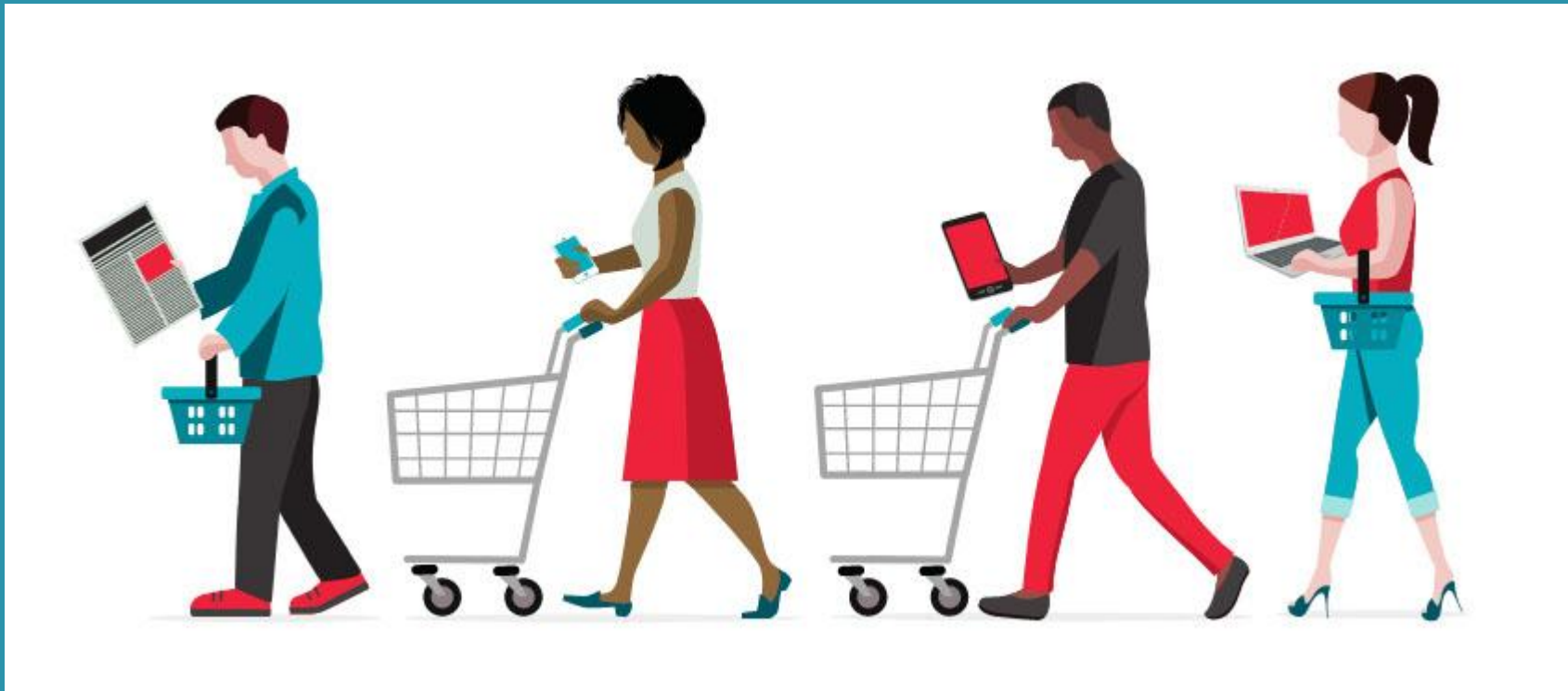
Target กับ Consumer Insight ต่างกันตรงไหน?



Target กับ Consumer Insight ต่างกันตรงไหน?



Target กับ Consumer Insight ต่างกันตรงไหน?



Insight ที่ “ไม่ใช่ Insight” มีลักษณะอย่างไร?

Activity 2: Campaign Diagnosis Lab

งานกลุ่ม 4 คน

จากการบ้านสัปดาห์ที่แล้ว

เลือก “ประเด็น / แบรินด์” ที่อยากทำรณรงค์

จาก Campaign Brief ฉบับย่อ

แต่ละกลุ่ม เว็ช 4 สถานี (สถานีละ ~15 นาที)

One Slide Strategy Pitch

แต่ละกลุ่มสรุป 1 สไลด์ / 1 แผ่นกระดาษ

ประกอบด้วย 4 ประเด็น

- Key Situation
- Key SWOT ที่เลือกใช้
- Core Consumer Insight (1 ประโยค)
- Campaign Direction (ไม่ต้องคิดชิ้นงาน)



คำไม่ก็คำ สามารถ เปลี่ยนทิศทาง แคมเปญได้ทั้งชุด

AAM3307

รองศาสตราจารย์ ดร.ประกายกวีล ศรีจินดา



การวางแผนรณรงค์โฆษณาและการสื่อสารการตลาด

Advertising and Marketing Communication

Campaign