



บทที่ 2 กลยุทธ์และการออกแบบ อัตลักษณ์แบรนด์

เข้าใจแบรนด์อย่างลึกซึ้ง สร้างคุณค่าให้โดดเด่น แตกต่าง และน่าจดจำ



ชื่อ-สกุล

รหัสนักศึกษา

ชั้นเรียน

วันที่

1 ความหมายของแบรนด์

จงอธิบายความหมายของ "แบรนด์" ในความเข้าใจของนักศึกษา

.....

.....

.....

.....



แบรนด์ไม่ใช่แค่ชื่อ
แต่คือ "คุณค่า" และ "ความรู้สึก"
ที่ผู้บริโภคมีต่อเรา



2 การวิเคราะห์แบรนด์ที่มีชื่อเสียง

จงศึกษาข้อมูลแบรนด์ต่อไปนี้ แล้วกรอกข้อมูลลงในตารางให้ครบถ้วน

แบรนด์	ประเภทธุรกิจ	กลุ่มเป้าหมาย	คุณค่าหลัก (Brand Value)	จุดเด่นของแบรนด์	สิ่งที่ทำให้แบรนด์ น่าจดจำ
 Starbucks					
 Apple					
 Nike					

3 การวิเคราะห์องค์ประกอบของแบรนด์

จงเลือกแบรนด์จากข้อ 2 เพียง 1 แบรนด์ แล้ววิเคราะห์องค์ประกอบของแบรนด์ต่อไปนี้

 ชื่อแบรนด์ (Brand Name) :

 โลโก้ (Logo) :

 สี (Colors) :

Aa ตัวอักษร (Typography) :

 บุคลิกภาพของแบรนด์
(Brand Personality) :

 คุณค่าที่ส่งมอบให้ลูกค้า
(Value Proposition) :

4 สรุปองค์ความรู้

จากการเรียนรู้ในบทที่ 2 นักศึกษาได้เรียนรู้อะไรบ้าง และจะนำความรู้นี้ไปประยุกต์ใช้ได้อย่างไร

.....

.....

.....

สรุปให้เข้าใจ
นำไปใช้ได้จริง
คือก้าวสำคัญ
ของการเรียนรู้!

