



บทที่ 5: การวัดและพัฒนาแบรนด์

(Chapter 5: Brand Measurement and Development)



คำชี้แจง: ลากหัวข้อทางด้านซ้ายมือไปวางในช่องคำตอบทางด้านขวามือ
ให้ตรงกับคำถามที่เกี่ยวข้อง

หัวข้อ (ลากคำตอบจากที่นี่)

คำถาม (วางคำตอบในช่องนี้)

การรับรู้แบรนด์
(Brand Awareness)

1 การที่ผู้บริโภคนึกถึงแบรนด์
ได้ก่อนแบรนด์อื่น

คุณภาพที่ถูกรับรู้
(Perceived Quality)

2 การที่ผู้บริโภคเชื่อว่าแบรนด์
มีคุณภาพเหนือกว่าแบรนด์อื่น

ความภักดีต่อแบรนด์
(Brand Loyalty)

3 การที่ลูกค้ากลับมาซื้อซ้ำและ
แนะนำแบรนด์ให้ผู้อื่น

ความเชื่อมโยงกับแบรนด์
(Brand Associations)

4 สิ่งที่ผู้บริโภคนึกถึงเกี่ยวกับแบรนด์
เช่น ภาพลักษณ์ คุณสมบัติ

ส่วนแบ่งทางการตลาด
(Market Share)

5 สัดส่วนยอดขายของแบรนด์
เมื่อเทียบกับตลาดทั้งหมด

คุณค่าของแบรนด์
(Brand Equity)

6 มูลค่ารวมที่แบรนด์สร้างให้กับธุรกิจ
และเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภค

การวัดผลแบรนด์
(Brand Measurement)

7 กระบวนการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์
เพื่อประเมินผลแบรนด์

การพัฒนาแบรนด์
(Brand Development)

8 การปรับปรุงและสร้างคุณค่าเพิ่ม
ให้แบรนด์อย่างต่อเนื่อง



★ เข้าใจแบรนด์ วัดผลได้ พัฒนาได้ สร้างคุณค่าได้อย่างยั่งยืน ★