

การเข้าใจตลาดและกลุ่มเป้าหมาย คือจุดเริ่มต้นของการสร้างแบรนด์ที่แข็งแกร่ง
เมื่อเรารู้ว่าใครคือผู้บริโภคของเรา และพวกเขาต้องการอะไร เราจะสร้างแบรนด์ที่ตอบโจทย์
และแตกต่างได้อย่างยั่งยืน



1 การวิเคราะห์ตลาด (Market Analysis)

วิเคราะห์สภาพแวดล้อมของตลาด เพื่อค้นหาโอกาสและความท้าทาย

จุดแข็ง (Strengths)
สิ่งที่ธุรกิจเราทำได้
เช่น คุณภาพดี, ราคาเหมาะสม

จุดอ่อน (Weaknesses)
สิ่งที่ธุรกิจเราควรพัฒนา
เช่น การตลาดน้อย, ช่องทางจำหน่ายจำกัด

SWOT

โอกาส (Opportunities)
สิ่งที่เปิดโอกาสในตลาด
เช่น เทรนด์กำลังมาแรง, กลุ่มลูกค้าเพิ่มขึ้น

อุปสรรค (Threats)
สิ่งที่เป็นอุปสรรคหรือความท้าทาย
เช่น คู่แข่งมาก, เศรษฐกิจผันผวน

2 กลุ่มเป้าหมาย (Target Audience)

ทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมายของเราให้ชัดเจน

ชื่อกลุ่มเป้าหมาย :

อายุ : ปี

เพศ : ชาย หญิง อื่นๆ

อาชีพ :

รายได้ต่อเดือน :

ที่อยู่อาศัย :

❤ ความสนใจ
เช่น ชอบท่องเที่ยว, ทำอาหาร, ออกกำลังกาย

🛒 พฤติกรรมการซื้อ
เช่น ซื้อออนไลน์, เปรียบเทียบราคา

❓ ปัญหา/ความต้องการ
เช่น ต้องการสินค้าคุณภาพดี, ราคาคุ้มค่า

📱 ช่องทางที่เข้าถึง
เช่น Facebook, IG, TikTok, YouTube

3 องค์ประกอบของแบรนด์ (Brand Components)

ชื่อแบรนด์
(Brand Name)

โลโก้
(Logo)

Aa

สีและตัวอักษร
(Color & Font)

สโลแกน
(Slogan)

คุณค่าของแบรนด์
(Brand Value)

องค์ประกอบเหล่านี้ช่วยให้แบรนด์ของเราจดจำง่าย และสื่อสารคุณค่าได้ชัดเจน

4 ตัวอย่างแบรนด์ที่ประสบความสำเร็จ

Apple

สโลแกน: Think Different

จุดเด่น: นวัตกรรม เรียบง่าย พรีเมียม

กลุ่มเป้าหมาย: คนรุ่นใหม่ รายได้ปานกลางถึงสูง

amazon

สโลแกน: Work Hard. Have Fun. Make History.

จุดเด่น: สะดวก รวดเร็ว สินค้าให้เลือกมาก

กลุ่มเป้าหมาย: ทุกเพศทุกวัย ที่ซื้อของออนไลน์

Nike

สโลแกน: Just Do It.

จุดเด่น: สปอร์ต แรغبิดาลง คุณภาพสูง

กลุ่มเป้าหมาย: คนรักกีฬา และการออกกำลังกาย

5 ข้อมูลสำหรับกรอก (Data Entry Fields)

ลองกำหนดข้อมูลเบื้องต้นของแบรนด์ของคุณ

YOUR BRAND

ชื่อแบรนด์ :

ประเภทธุรกิจ :

สินค้า/บริการหลัก :

จุดเด่นของสินค้า/บริการ :

กลุ่มเป้าหมายหลัก :

ช่องทางการจัดจำหน่าย :

ช่องทางการสื่อสาร/การตลาด :

6 สไตล์การเรียนรู้ของเรา (Learning Styles)

ทำเครื่องหมาย ✓ ในสไตล์การเรียนรู้ที่คุณถนัดมากที่สุด (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

Visual
(การมองเห็น)

เรียนรู้จากภาพ แผนภาพ วิดีโอ อินโฟกราฟิก

Auditory
(การฟัง)

เรียนรู้จากการฟัง อธิบาย พูดคุย เสียง

Read/Write
(การอ่าน/เขียน)

เรียนรู้จากการอ่าน จดบันทึก เขียนสรุป

Kinesthetic
(การลงมือทำ)

เรียนรู้จากการลงมือทำ ทดลอง ปฏิบัติจริง

สรุปสิ่งที่ได้เรียนรู้ในบทที่ 1