

หน่วยที่ 6

ส่วนประสมทางการตลาดด้าน

การส่งเสริมทางการตลาด



ความหมายของการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

- กิจกรรมที่ธุรกิจใช้เพื่อ แจ้งข่าวสาร, ชวนใจ, และ เตือนความจำ ให้ลูกค้ารู้จักและซื้อสินค้า
- เป็นการสื่อสารระหว่างแบรนด์กับผู้บริโภค



วัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการตลาด

1. สร้างการรับรู้ในแบรนด์หรือสินค้า
2. กระตุ้นยอดขายในระยะสั้นหรือยาว
3. แนะนำสินค้าใหม่
4. แข่งขันกับคู่แข่ง
5. สร้างความภักดีในลูกค้า



เครื่องมือส่งเสริมการตลาดหลัก (Promotional Tools)

1. การโฆษณา (Advertising)

- สื่อทีวี วิทยุ โซเชียลมีเดีย ป้ายโฆษณา ฯลฯ

2. การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion)

- ส่วนลด ของแถม คูปอง โปรโมชั่นต่าง ๆ

3. การขายโดยพนักงาน (Personal Selling)

- การนำเสนอโดยตรง ตัวแทนขาย

4. การประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

- ข่าวประชาสัมพันธ์ การทำกิจกรรม CSR

5. การตลาดทางตรง (Direct Marketing)

- อีเมล แคตตาล็อก โทรศัพท์ ข้อความ SMS



ช่องทางการสื่อสารการตลาดยุคใหม่

1. การตลาดผ่าน โซเชียลมีเดีย

(Social Media Marketing)

2. การตลาดผ่านอินฟลูเอนเซอร์

(Influencer Marketing)

3. การตลาดแบบเน้นเนื้อหา

(Content Marketing)

4. การตลาดเชิงประสบการณ์

(Experiential Marketing)



ตัวอย่างกิจกรรมส่งเสริมการตลาด

1. แจกสินค้าทดลองฟรี
2. จัดกิจกรรมเกมชิงรางวัล
3. ลดราคาสินค้ารายสัปดาห์
4. Live สดขายสินค้า
5. จัดอีเวนต์เปิดตัวสินค้า



ปัจจัยที่ทำให้การส่งเสริมการตลาดตลาดได้ผล

1. รู้จักกลุ่มเป้าหมายชัดเจน
2. ใช้เครื่องมือส่งเสริมที่เหมาะสมกับสินค้า
3. สื่อสารให้ตรงจุด สั้น กระชับ
4. จัดทำโปรโมชั่นที่สร้างคุณค่าให้ลูกค้า
5. ติดตามผลและวัดประสิทธิภาพ

