

# หน่วยที่ 6

ส่วนประสมทางการตลาดด้าน

การส่งเสริมทางการตลาด



# ความหมายของการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

- กิจกรรมที่ธุรกิจใช้เพื่อ แจ้งข่าวสาร, ชูใจ, 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 คุปอง 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

