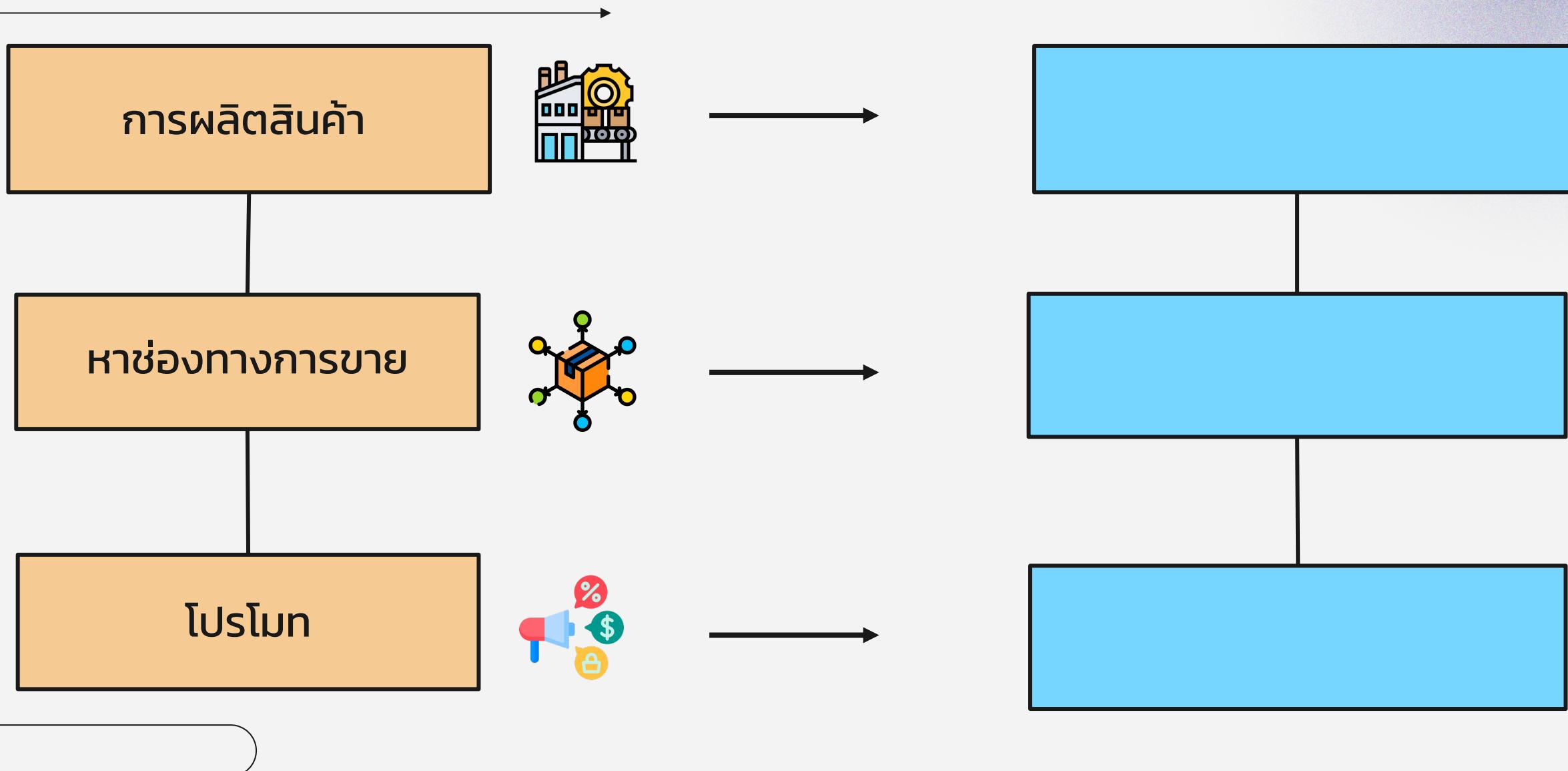


# **Purpose marketing :** ทำการตลาดอย่างไร ใช้เงินน้อยที่สุด

---

ดร.กฤติณ พงษ์รุนเลิศ  
(เกตุวุฒิ Marumura)

# การตลาดแบบ Purpose Marketing



# **4 คำถามที่ต้องตอบให้ได้**

**1. Customer Voice สิ่งที่ลูกค้าพิมพ์มาในหัวแบบถอดใจ  
“ถ้ามี / ได้อย่างนี้ ก็คงดีสินะ..”**

**2. Other brands : สิ่งที่แบรนด์อื่น ๆ ในตลาดเสนอ (แต่มันยังไม่ใช่)**

**3. Our brand : สิ่งที่แบรนด์เราจะเข้ามาช่วย**

**4. Positive Impact : “ชีวิต” ลูกค้าจะเปลี่ยนไปอย่างไร ?**

みんなのコンディションがちょっと良くなると  
世界はどうなるだろう？

誰もが気持ちよく働けて、  
楽しく遊べて、  
家族の時間はもっと素敵になって。  
誰かが誰かに手を差し伸べたりもできたりして。

誰もが今日という日を満足して眠り、  
明日という日を歩んでいければ、  
毎日、世界中で、幾つものチャレンジが  
生まれ続けていく。

ある人々は夢を叶え、ある人々は困難を克服する。  
一人一人のポテンシャルが、この世界を感動させ、  
その全部の力が集まって、社会を、  
未来を変えていく。

ポテンシャルを、引き出せ  
**TENTIAL**

หากทุกคนมีสุขภาพที่ดีได้ โลกจะเป็นยังไงนะ ?

เกี่ยวเล่นได้อย่างสนุกสนาน ...

มีเวลาที่ดีกับครอบครัว ...

มีแรงไปช่วยเหลือผู้อื่นได้ ... แบบไม่พยายามเกินไป

แต่ตอนนี้ เราต้องพึ่งยา? คอยดูตัวเลขในแอพฯ ?

**Tential** ตั้งใจช่วยให้ผู้คนนอบได้เต็มที่ ตื้นอย่างสุดซึ่บ  
ทำงานด้วยความกระปรี้กระเปร่า เกี่ยวเล่นได้อย่างสนุกสนาน  
เราจึงใช้กระบวนการทางวิทยาศาสตร์ ร่วมกับนักกีฬา ซึ่งเป็นกลุ่ม  
คนที่จริงจังเรื่องการรักษาศักยภาพตัวเองมากที่สุด  
มาทำให้ Potential ของแต่ละคน ก่อเกิดและเติบโตกัน

**เราจะดึงศักยภาพของทุกคนออกมา**



まずは気軽に試したい方へ  
おすすめ商品



# คำถาม (สกัดอว客家 1-2 ประโยชน์)

1. ลูกค้าแบบไหนกันที่เรารายกช่วย ? เขาอึดอัด หงุดหงิด หรือกลุ้มใจกับเรื่องอะไร ?

Ex. (ผู้บริหารระดับสูงที่วัน ๆ เครียด) อยากรอนหลับได้ อยากทำงานด้วยความกระปรี้กระเปร่า ไม่เหนื่อยล้า

2. จริง ๆ ลูกค้าเคยลองผลิตภัณฑ์หรือบริการอื่นแล้ว แต่สิ่งที่ลูกค้ารู้สึกยังไม่เต็มเต็ม ลูกค้าใช้อะไรบ้าง เพื่ออะไร ?

Ex. จะกินยา眠อนหลับ ก็กลัวติดยา ลองเปลี่ยนหมอนฟูก ก็ไม่ได้ผล จะออกกำลังกาย ก็ไม่มีเวลา

# คำดำเนินการ

3. สิ่งที่แบรนด์เราตั้งใจทำต่างจากเจ้าอื่น ๆ ในตลาด และตอบโจทย์ลูกค้าในข้อ 1. คืออะไร ? ด้วยวิธีการใด ?

Ex. ทำให้ผู้คนใช้ชีวิตได้ดีขึ้น ตั้งแต่ตื่นจนเข้านอน ด้วยกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ที่คิดค้นร่วมกับนักกีฬามืออาชีพ

4. จากข้อ 2. “ชีวิต” ลูกค้า จะเดี๋ยวนี้ได้อย่างไร ?

Ex. ผู้คนจะสุดໃส นอนหลับเต็มอิ่ม → กระปรี้กระเปร่า กล้าลงอะไรใหม่ ๆ

# Storytelling \*

1. Customer Voice

2. Other brands

3. Our brand

4. Impact

เรารอ yanon หลับได้ อยากทำงานด้วยความกระปรี้กระเปร่า ไม่เหนื่อยล้า

แต่ จะกิน yanon หลับ ก็กลัวติดยา ลองเปลี่ยนหมอนฟูก ก็ไม่ได้ผล จะอุยกำลังกาย ก็ไม่มีเวลา

ดังนั้น แบรนด์ Tential จึงเกิดขึ้นมาเพื่อกำให้ผู้คนใช้ชีวิตได้ดีขึ้น ตั้งแต่ตื้นจนเข้านอน ด้วยกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ที่คิดคันร่วมกับนักกีฬามืออาชีพ

โดยหวังว่า ...ผู้คนจะได้กระปรี้กระเปร่า กล้าลองอะไรใหม่ ๆ

# Storytelling (Polished) \*

เรารายกนอนหลับได้ อยากทำงานด้วยความกระปรี้กระเปร่า ไม่เห็นอยล้า

แต่ จะกินยานอนหลับ ก็กลัวติดยา ลองเปลี่ยนหมอนฟูก ก็ไม่ได้ผล จะอุยกำลัง  
กาย ก็ไม่มีเวลา

ดังนั้น แบรนด์ Bakune จึงเกิดขึ้นมาเพื่อทำให้ผู้คนใช้ชีวิตได้ดีขึ้น ตั้งแต่ตื้นจนเข้านอน ด้วย  
กระบวนการทางวิทยาศาสตร์ที่คิดคันร่วมกับนักกีฬามืออาชีพ

โดยหวังว่า ... จะสามารถช่วยให้ผู้คนกระปรี้กระเปร่า กล้าลองอะไรใหม่ ๆ ได้  
มาลองคันพบศักยภาพที่แท้จริงของกัน ร่วมกับเรา

# **Purpose marketing :** ทำการตลาดอย่างไร ใช้เงินน้อยที่สุด

---

ดร.กฤติณ พงษ์รุนเลิศ  
(เกตุวุฒิ Marumura)