

## Marketing

- Market segmentation ( การแบ่งตลาด ) เช่น Maxtor Seagate Lacie > เป็นบริษัทของ Seagate หก ห้า หก เป็นบริษัทเกี่ยวกับ HDD  
Maxtor เป็นแบรนด์ตลาดล่าง Seagate เป็นแบรนด์ตลาดกลาง Lacie เป็นแบรนด์ตลาดบน

ในการแบ่งตลาดแต่ละประเภท จะใช้ Demographic > อายุ , รายได้ , เพศ , อาชีพ , การศึกษา  
Geographic > แบ่งตามพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ (ไม่ค่อยเห็นในไทย)  
Psychographic > จิตวิทยา เช่น Social class  
ใช้ 3 อันนี้ในการแบ่ง Segment ตลาด  
ไม่ควรแบ่งตลาดย่อยเกินไป และต้องดูว่าคนในตลาดมีกำลังซื้อมั้ย  
เช่น อายุ ก็แบ่งได้เป็นวัยเด็ก วัยทำงาน วัยสูงอายุ

พอแบ่ง Segment ได้แล้วต้องพิจารณาถึงขนาดของ Segment & Growth rate สิ่งที่ต้องพิจารณาต่อมาคือ กำลังซื้อของแต่ละ Segment  
และต่อมาคือ คู่แข่งในแต่ละ Segment ( ถ้าไปเจอบริษัทใหญ่ก็เจ๊งอะ ) ถัดจากการดูคู่แข่งก็ต้องดูถึง Supplier ( คนขายของให้เราอะ  
ประมาณว่าคนจัดหาวัตถุดิบ คนรับทำ )

แบ่ง Segment แล้วพิจารณาตามลำดับ  
ขนาดของ Segment & Growth rate > กำลังซื้อของแต่ละ Segment > คู่แข่งใน Segment > Supplier

จุดที่นำมาวาง Position คือ จุดเด่นของผลิตภัณฑ์เรา ที่แสดงให้เห็นว่าต่างจากผลิตภัณฑ์อื่นๆ

- จุดเด่น
  - Product Differentiate คือ ความแตกต่างในแง่ตัวผลิตภัณฑ์ / สร้างความแตกต่างให้ได้เพื่อที่จะทำให้ผู้บริโภคพยายามซื้อ  
เช่น ยา Para จะแบ่งได้เยอะ - Tylenol , Sara , Paracap  
อย่าง Tylenol ก็จะโฆษณาว่าตัวยาไม่ได้ผลิตในไทย เป็นตัวยานอก
  - Service Differentiate คือ การแตกต่างในแง่ของการบริการ เช่น Dell ขึ้นมาได้เพราะมี Service Onsite กลับกันอีกบริษัทนึงหายไปแล้ว
  - Brand  
เมื่อแบรนด์นี้มีผู้มีชื่อเสียง ผู้เชี่ยวชาญมารีวิวแล้วบอกว่าดี ผู้บริโภคก็จะสนใจ

หลักการ 4P > - Product > ผลิตภัณฑ์คืออะไรที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้ นอกจากสิ่งของที่จับต้องได้  
ผลิตภัณฑ์ยังรวมไปถึงการบริการ การให้คำปรึกษา ( ด้านกฎหมาย , ด้านการเงิน เป็นต้น ) หรือ  
บริษัทที่น่าคอนเสิร์ตมาจัดก็เป็นผลิตภัณฑ์ เพราะ ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้  
หากเราจะทำ Product สิ่งแรกที่ต้องคิดคือ

- Design ของผลิตภัณฑ์ ถัดไปคือ
- Quality ของผลิตภัณฑ์ ถัดไปคือ
- Features ของผลิตภัณฑ์ (อย่าคิดเอง ต้องออกไปสำรวจตลาดว่าต้องการอะไรเพื่อที่จะยอมจ่ายในราคานี้ )
- Brand ของผลิตภัณฑ์ ต้องพิจารณา 1.ว่าจะมีดีมี / มีดีหรือเปล่า ?  
เมื่อมี Brand จะต้องมีการโปรโมทเพื่อให้ผู้บริโภครับรู้ด้วย ซึ่งการโปรโมทมันมีต้นทุนทำให้ราคาของแพงขึ้น
- ถ้าไม่มี Brand ก็ผ่าน แต่ถ้ามี Brand ก็ต้องมีการตั้งชื่อ ในการตั้งชื่อจะมีหลากหลายแนว

Brand มี 4 ประเภท

Licensed Brand > ชื่อชื่อแบรนด์เขามาอะ

Manufacturer Brand อันนี้ตั้งชื่อเอง > 1.ชื่อแบรนด์ควรจะบอกประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ 2.ออกเสียงง่าย  
3.จดทะเบียนได้ ( ไม่ซ้ำกับสิ่งที่ไม่ควรตั้ง ไม่หยาบ ไม่ลามก อนาคต เช่น กิซชู  
ไม่ได้เพราะถึงแม้จะไม่ใช้ชื่อแบรนด์ แต่มันก็เป็นชื่อที่คนทั่วไปเรียกกันอยู่แล้ว )

Private Brand อันนี้แบรนด์ของตัวเองอะ แบบ Tesco ARO > จะทำโดยห้างสรรพสินค้าอื่นๆ ทำมาเพื่อสู้กับ Manufacturer Brand

เพราะถ้าแค่ขายเฉยๆจะได้กำไรแค่บางส่วนมาเป็นรายได้ แต่ถ้าทำผลิตภัณฑ์เองจะได้เงินเต็มๆ

เพราะถ้าผู้บริโภคติดใจผลิตภัณฑ์ก็จะดึงลูกค้าเข้าห้างเขาด้วย

Co-brand > การร่วมกันของแบรนด์ 2 แบรนด์หรือหลายๆแบรนด์

- Price >
- Place
- Promotion