Marketing Strategy for SMEs towards Food Industry 4.0



ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุปผา ลาภะวัฒนาพันธ์

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย



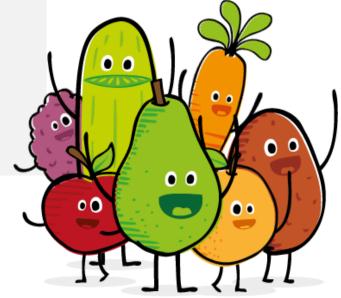






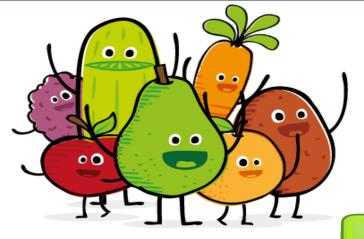








INNOVATION





ผศ.ดร.บุปผา ลาภะวัฒนาพันธ์

PRODUCTION

INTERNET OF THINGS



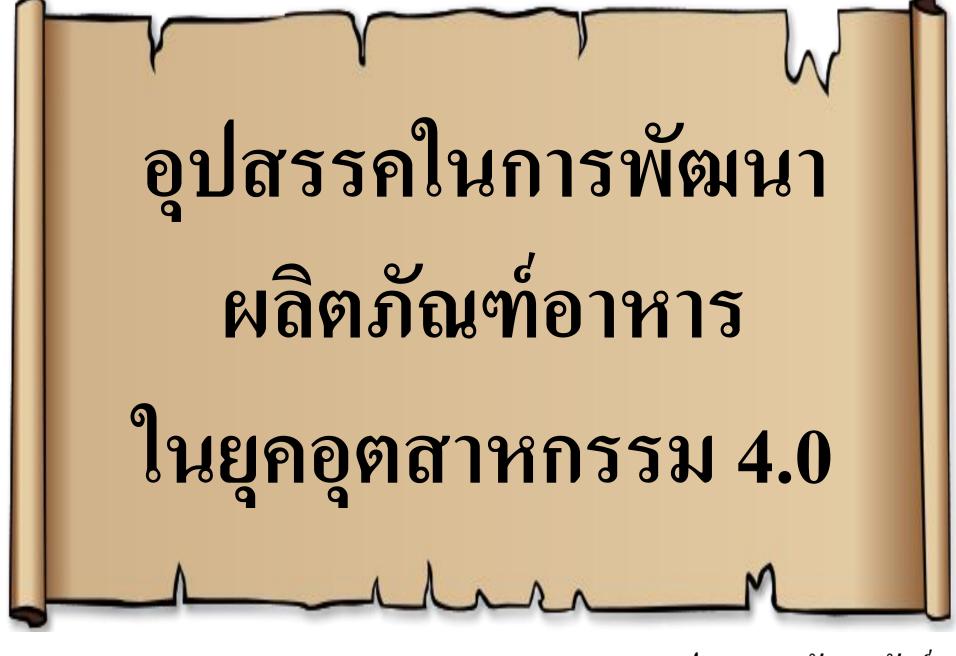
การสร้างสรรค์ธุรกิจ อาหารด้วยนวัตกรรม

Innovation





- ปรุงแต่งอาหารให้เป็นเมนูใหม่ๆ
- การคิดสูตรอาหารลดน้ำหนัก
- พัฒนาอาหารเสริมหรืออาหารที่มีผลในเชิงรักษาโรค
- เก็บรักษาอาหารให้มีอายุยาวนานขึ้น
- () ช่วยให้อาหารสะดวกต่อการพกพา







MARKETING STRATEGY

FOOD

Industry 4.0

MARKETING Strategy 4.0

SWOT และกำหนดกลุ่มเป้าหมาย

การนำนวัตกรรมมาเพิ่มมูลค่าให้สินค้า

การสร้างแบรนด์ของตนเองขึ้นมา

การสื่อสารแบรนด์ให้เป็นที่รู้จักในตลาด

การขยายตลาด เพิ่มช่องทางจัดจำหน่าย

SWOT Analysis

คือจุดเริ่มต้นสำคัญ

ในการทำตลาด



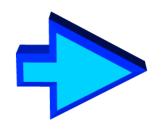
กำหนดกลุ่มเป้าหมาย กิจะซื้อสินค้าให้ชัดเจน





Mass Marketing





ผู้สูงอายุวัยต้น (อายุ 60-69 ปี)

กลุ่มที่ทำงานได้ เน้นตรวจสุขภาพ รับประทานอาหาร เสริม เครื่องสำอางเน้นเรื่องความชุ่มชื่น ชะลอวัย



ผู้สูงอายุวัยกลาง (อายุ 70-79 ปี)

กลุ่มที่ต้องการพักผ่อน บางคนมีโรคประจำตัวที่ต้อง ระวัง ต้องการเรียนรู้โซเชียลมีเดีย



ผู้สูงอายุวัยปลาย (อายุ 80 ปีขึ้นไป)

กลุ่มที่ต้องพึ่งพิงผู้ดูแล









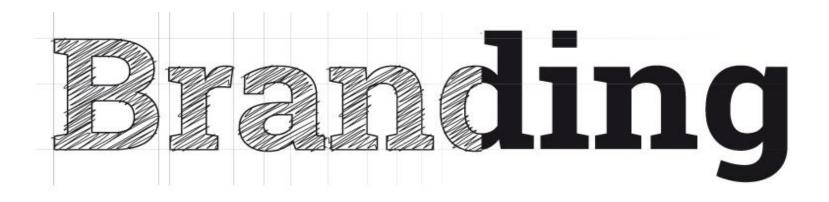


DATABASE

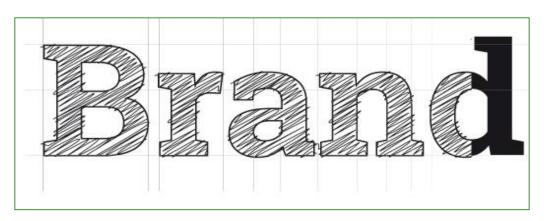




ต้องรู้จักสร้างแบรนด์ อะไรคือตัวตนที่โดดเด่น









การสรางแบรนด์ คือ

การหาตัวตนให้เจอ

Brand Identity Consum



สร้างเรื่องราวของแบรนด์ ให้มีคุณค่าและน่าจดจำ

BRAND STORY



สื่อสารแบรนด์ให้ กลุ่มเป้าหมายรับรู้ และเป็นที่รู้จักในตลาด

COMMUNICATION

COMMUNICATIONS OBJECTIVES

การสร้างการรับรู้ (Awareness)

การให้ข้อมูล (Inform)

การโน้มโน้มใจ (Persuade)

การย่ำเตือน (Remind)

อย่าลืมขยายตลาดและ เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย





Digital Television

Digital Billboards

Online Marketing

SMS Marketing Internet

Marketing Mobile

Marketing

ผศ.ดร.บุปผา ลาภะวัฒนาพันธ์

Social Media

E-MARKETPLACE



Brand Advocate



MARKETING TRENDS



ผศ.ดร.บุปผา ถาภะวัฒนาพันธ์











3 Target แห่งอนาคต

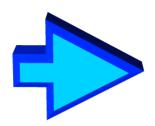
ผู้สูงอายุ เด็กทารก และเด็กเล็ก ผู้ชาย

Niche ตลาดใหม่มาแรง

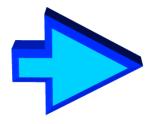
การตอบสนองความต้องการถูกค้า เฉพาะกลุ่ม สามารถยกระดับสินค้า เป็นพรีเมี่ยม และขายราคาสูงขึ้นได้

ผลิตภัณฑ์อาหาร





ผลิตภัณฑ์อาหารมือหลัก



อาหารว่าง



เครื่องดื่ม

อาหารที่ป้องกันหรือช่วยลด ความเสียงในการเกิดโรคต่าง ๆ อาทิโรคหัวใจและหลอดเลือด มะเร็ง เบาหวาน และระบบย่อย

.

อาหารประเภทออร์แกนิกส์ (Organics) ที่ผลิตจาก ธรรมชาติหรือสมุนใพร

อาหารเพื่อสุขภาพ เช่น อาหาร ใขมันต่ำ

ไม่มีคอเลสเตอรอล น้ำตาลน้อยหรือไม่ใส่เลย

อาหารสดที่แบ่งเป็น บรรจุภัณฑ์เดี่ยวเพื่อผู้สูงวัยใน ครอบครัวขนาดเล็ก หรือผู้ที่ใช้ชีวิตตามลำพัง

Special พิเศษเหนือใคร

ลูกค้าสนใจเรื่อง Service Quality และ Experience มากขึ้น ทำให้เขารู้สึกพิเศษกว่าใคร

