

บทที่ 7

การสื่อสารทางการตลาด

การสื่อสารทางการตลาดนั้นมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่ม Brand Awareness ของเว็บไซต์ และเพิ่ม จำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์รวมไปถึงการเพิ่มจำนวนสมาชิกของเว็บไซต์ (Member) ให้เพิ่มขึ้น จึงจำเป็นต้องมีกิจกรรมทางการตลาดที่สามารถสื่อสารได้ครบวงจรมาสนับสนุนเพื่อให้บรรลุ เป้าหมายดังกล่าว ซึ่งมีรายละเอียดของงบประมาณและกิจกรรม ดังข้างล่างนี้

งบประมาณ (BUDGET)

บริษัทได้วางงบประมาณสำหรับการทำการสื่อสารทางการตลาดเพื่อที่จะจัดกิจกรรม ทางการตลาดในรูปแบบต่างๆเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ได้วางไว้ โดยในปีแรกจะใช้งบประมาณ 5.64 ล้านบาท ซึ่งแบ่งงบประมาณนี้ออกเป็น 3 ส่วน คือ

- 1). งบประมาณ 3.1 ล้านบาท (55.57%) สำหรับกิจกรรม Above the line
- 2). งบประมาณ 2.3 ล้านบาท (41.46%) สำหรับกิจกรรม Below the line
- 3). งบประมาณ 0.17 ล้านบาท (2.97%) สำหรับกิจกรรม Contingency Plan

7.1 การสื่อสารการตลาดโดยใช้สื่อทางการตลาด (Above the line)

วัตถุประสงค์ของการใช้สื่อโฆษณา

- เพื่อการสร้างรับรู้และการจดจำชื่อเว็บไซต์ (Brand Awareness)
- เพื่อการสื่อสารถึงรายละเอียดคุณสมบัติของเว็บไซต์ (Product Knowledge)
- การให้รายละเอียดเกี่ยวกับคุณประโยชน์ของเว็บไซต์(Product Benefits)
- เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับเว็บไซต์ (Brand Attitude)

โดยมี Key Message ที่สื่อไปยังผู้บริโภค คือ

“สัมผัสประสบการณ์การใช้สินค้าตัวอย่างได้ด้วยตัวคุณเอง” เพื่อสร้าง

ประสบการณ์ที่ดีที่มีต่อผลิตภัณฑ์จากการได้ทดลองใช้สินค้าตัวอย่างที่เว็บไซต์ได้จัดส่งให้ดังนั้นทาง บริษัทจึงได้มีการจัดให้มีการส่งเสริมการตลาด ดังนี้

7.1.1 การโฆษณาทางสื่อ นิตยสาร (Magazine Advertising)

วัตถุประสงค์

- เพื่อสร้าง Brand Awareness ไปยังผู้บริโภค ให้ผู้บริโภคสามารถรับรู้และจดจำชื่อเว็บไซต์
- เพื่อสร้างการรับรู้ถึงคุณสมบัติที่โดดเด่นและรายละเอียดต่างๆของเว็บไซต์ ทำให้ผู้บริโภครู้จักรายละเอียดเกี่ยวกับเว็บไซต์และสามารถเข้าถึงระบบการทำงานที่มีประสิทธิภาพของเว็บไซต์

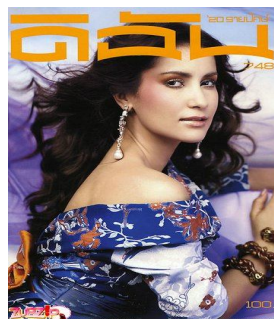
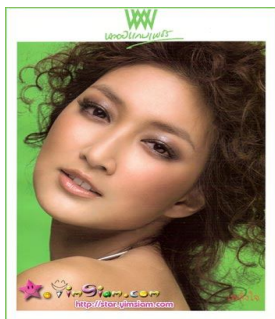
กลุ่มเป้าหมาย

การสื่อสารโดยสื่อ นิตยสารนั้นจะมีการลงโฆษณาในนิตยสารสำหรับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายซึ่งเป็น ผู้หญิงวัยทำงานที่มีอายุตั้งแต่ 20 – 40 ปี ทำงานอยู่ในเมือง มีการใช้ชีวิตที่มีระดับ และทันสมัยอยู่ตลอดเวลา นิตยสารที่จะใช้ในการโฆษณา เช่น ELLE แพรว Cosmo พลอยแกมเพชร แพรวสุดสัปดาห์ CLEO

วิธีดำเนินงาน

จัดทำ Print Advertising โดยสร้าง Media ด้วย Concepts ที่ว่า การทดลองใช้สินค้าตัวอย่าง (Free Sampling) เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีกับผลิตภัณฑ์จากการได้ทดลองใช้สินค้าตัวอย่างที่เว็บไซต์ได้จัดส่งให้ พร้อมทั้งบอกถึงคุณสมบัติที่โดดเด่นของเว็บไซต์ ที่มีการรวบรวมข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิต (Life style) ของกลุ่มเป้าหมาย ที่เป็นผู้หญิงวัยทำงาน เช่น ข้อมูลผลิตภัณฑ์ความงาม เช่น ผลิตภัณฑ์กลุ่มเครื่องสำอาง ผลิตภัณฑ์สำหรับผิวหน้า ผลิตภัณฑ์สำหรับผิวกาย ผลิตภัณฑ์สำหรับผม น้ำหอม ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร เป็นต้น นอกจากนี้ยังรวมถึงการติดตามข่าวสารด้านความงาม โดยเฉพาะในเว็บไซต์ 9y; มีสินค้าตัวอย่างเพื่อทดลองใช้ให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ใช้เพื่อสร้างให้เกิดประสบการณ์ที่ดีต่อผลิตภัณฑ์นั้น นิตยสารที่จะใช้ลงสื่อโฆษณาจะเป็น นิตยสารสำหรับผู้หญิงโดยเฉพาะเช่น ELLE แพรว COSMO พลอยแกมเพชร แพรวสุดสัปดาห์ CLEO เป็นต้น ซึ่งการลงโฆษณาจะกระจายให้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายในแต่ละนิตยสารให้มากที่สุด และ หากมีการลงโฆษณามากกว่าหนึ่งเล่มในเดือนนั้นจะใช้โฆษณาคนละแบบ เพื่อได้ความหลากหลายของข้อความที่สื่อ





ระยะเวลาดำเนินการ

ในช่วงปีที่ 1 จะเริ่มลงโฆษณาทันทีที่มีการเปิดตัวเว็บไซต์โดยการโฆษณาในแมกกาซีนเดือนละ 2 เล่ม เพื่อสร้าง Brand Awareness ของเว็บไซต์ให้กลุ่ม Member ได้รู้จักในตัวเว็บไซต์ หลังจากนั้น ปีที่ 2 จะลงโฆษณาเพียงเดือนละ 2 ครั้ง เพื่อ Reminded Brand

ปีที่ 1	ม.ค	ก.พ	มี.ค	ม.ย	พ.ค	มิ.ย	ก.ค	ส.ค	ก.ย	ต.ค	พ.ย	ธ.ค
Elle	A		A		A		A		A			A
Cosmo			A			A		A		A		
พลอยแกมเพชร		A		A			A				A	
แพรว		A		A		A		A		A		A
Image	A				A				A		A	

ปีที่ 2	ม.ค	ก.พ	มี.ค	ม.ย	พ.ค	มิ.ย	ก.ค	ส.ค	ก.ย	ต.ค	พ.ย	ธ.ค
Image		A		A		A		A		A		A
ดิฉัน	A	A		A		A		A		A	A	
Cleo			A		A		A		A			A
แพรวสุดฯ	A		A		A		A		A		A	

ตารางที่ 7.1 การลงโฆษณาใน Magazine

งบประมาณ

ค่าใช้จ่ายในการลงโฆษณานิตยสาร 1 หน้า 60,000 บาท/1 เล่ม/1 เดือน

ค่าดีไซน์ 30,000 บาท/1 เล่ม/1 เดือน

ค่าใช้จ่ายโดยรวม

ปีที่ 1 2,160,000 บาท

ปีที่ 2 2,160,000 บาท

7.1.2 การโฆษณาทางสื่อรถไฟฟ้า

วัตถุประสงค์

- เพื่อสร้าง Brand Awareness ของเว็บไซต์
- เพื่อสร้างการรับรู้ถึงคุณสมบัติที่โดดเด่นของผลิตภัณฑ์

กลุ่มเป้าหมาย

ผู้หญิงที่มีอายุตั้งแต่ 20 – 40 ปี เนื่องจากไลฟ์สไตล์ของกลุ่มเป้าหมายที่ใช้ชีวิตเดินทางในเมือง ใช้ชีวิตที่มีระดับ และต้องการความสะดวกรวดเร็ว รถไฟฟ้าจึงเป็นสื่ออย่างหนึ่งที่เข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้

วิธีดำเนินงาน

จัดทำ Advertising ผ่านรถไฟฟ้า เพื่อให้กลุ่มลูกค้าสามารถเห็นโฆษณาได้มากขึ้น โดยโฆษณาที่ลงจะออกแบบให้เข้ากับ concept ของผลิตภัณฑ์พร้อมทั้งบอกคุณประโยชน์และจุดเด่นของเว็บไซต์ โดยทำการลงโฆษณาตามจุดที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และเน้นให้ผู้บริโภคจดจำชื่อของเว็บไซต์เพื่อให้เข้ามาเยี่ยมชมและสมัครเป็นสมาชิกของเว็บไซต์

ระยะเวลาดำเนินการ

ปีที่ 1 จะเริ่มลงโฆษณาตั้งแต่การเปิดตัวเว็บไซต์และมีการโฆษณาอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี โดยเริ่มตั้งแต่เดือน ม.ค. – ธ.ค.และตลอดต่อเนื่องในช่วงเวลาปีที่ 2

ปีที่ 1	ม.ค	ก.พ	มี.ค	ม.ย	พ.ค	มิ.ย	ก.ค	ส.ค	ก.ย	ต.ค	พ.ย	ธ.ค
ป้ายโฆษณาภายในรถไฟฟ้าเหนือศรีระ	A	A	A	-	A	-	A	-	A	-	A	-
ปีที่ 2	ม.ค	ก.พ	มี.ค	ม.ย	พ.ค	มิ.ย	ก.ค	ส.ค	ก.ย	ต.ค	พ.ย	ธ.ค
ป้ายโฆษณาภายในรถไฟฟ้าเหนือศรีระ	A	-	-	A	-	-	A	-	-	A	-	-

ตารางที่ 7.2 การลงโฆษณาในรถไฟฟ้าบีทีเอส

งบประมาณ

ป้ายโฆษณาภายในรถไฟฟ้าเหนือศีรษะ (ขนาด 1.5*0.25 ม.) 3 ป้ายต่อขบวนทั้งหมด

45 ป้าย

ปีที่ 1 ค่าโฆษณา	133,000 บาท
ปีที่ 2 ค่าโฆษณา	76,000 บาท
รวม	209,000 บาท



แผนภาพที่ 7.1 แบบการลงโฆษณา Standard

7.1.3 การโฆษณาทางสื่ออินเทอร์เน็ต (Online Marketing)

วัตถุประสงค์

- เพื่อสร้างความน่าสนใจและการสร้าง Brand Awareness ให้กับเว็บไซต์
- เพื่อให้ผู้บริโภคมารถเข้าถึงคุณประโยชน์ของเว็บไซต์ได้

กลุ่มเป้าหมาย

ผู้หญิงที่มีอายุตั้งแต่ 20 – 40 ปี ทำงานอยู่ในเมือง มีการใช้ชีวิตที่มีระดับ มีความ

เกี่ยวข้องกับการใช้คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตอยู่เป็นประจำ และชอบค้นหาข้อมูล

รูปแบบการใช้สื่อ

- Banner Ads
- Search Engine Marketing แบบ PPC (Pay Per Click)
- Web board

วิธีดำเนินการ

1. ออกแบบ banner เพื่อลงโฆษณาในเว็บไซต์ของกลุ่มเป้าหมายหลัก เช่น
www.yahoo.com www.pantip.com www.sanook.com และ www.jeban.com
โดยโฆษณาดังกล่าวจะเป็น link สู่ Website ที่สร้างขึ้น
2. ทำการเลือก Key Word ที่เหมาะสมเพื่อลงโฆษณาผ่านทาง Search Engine
Marketing เช่น “ Free Sampling” “สินค้าตัวอย่าง” “สินค้าทดลองใช้”
“Beauty” “ ผู้หญิง” “แต่งหน้า” “ความงาม” “เครื่องสำอาง”
3. ทำการตอบคำถาม ตั้งกระทู้ พร้อมให้คำแนะนำตาม web board ของเว็บไซต์ของ
ตัวเอง และตามเว็บไซต์ต่างๆที่กลุ่มเป้าหมายจะเข้าถึงเพื่อให้สามารถรู้จักและ Link
เข้ามาสู่ตัวเว็บไซต์ ตัวอย่างเช่น
“แนะนำเว็บไซต์ใหม่แจกดาวน์โหลดให้ทดลองฟรี”
“.....อยากรู้รายละเอียดเพิ่มเติมเข้ามาที่ (เว็บไซต์)”
“สนใจสินค้าทดลองใช้ฟรี !!!ที่เว็บไซต์... “
“Guru เกี่ยวกับความงาม “

ระยะเวลาดำเนินการ

- Banner Ads จะทำการโฆษณา ตลอดช่วง 1 – 3 ปี โดยในปีแรกจะเริ่มเดือน ม.ค.
- Search Engine Marketing แบบ PPC จะทำการโฆษณาในปีแรกเท่านั้น
- Web board จะทำตลอดเวลาดำเนินงาน

ผู้รับผิดชอบ

- Agency ออกแบบโฆษณาสื่อ Internet
- Marketing
- IT Support
- Officer รับผิดชอบตอบปัญหาหรือให้ความรู้ต่างๆ

ปีที่ 1	ม.ค	ก.พ	มี.ค	ม.ย	พ.ค	มิ.ย	ก.ค	ส.ค	ก.ย	ต.ค	พ.ย	ธ.ค
Banner Ads	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
- Jeban												
- Pantip												
- Sanook												
Search Engine Marketing	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
Web board	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A

ปีที่ 2	ม.ค	ก.พ	มี.ค	ม.ย	พ.ค	มิ.ย	ก.ค	ส.ค	ก.ย	ต.ค	พ.ย	ธ.ค
Banner Ads	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
- Jeban												
- Yahoo												
- Kapook												
Web board	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A

ตารางที่ 7.3 การลงโฆษณาในสื่ออินเทอร์เน็ต

งบประมาณ

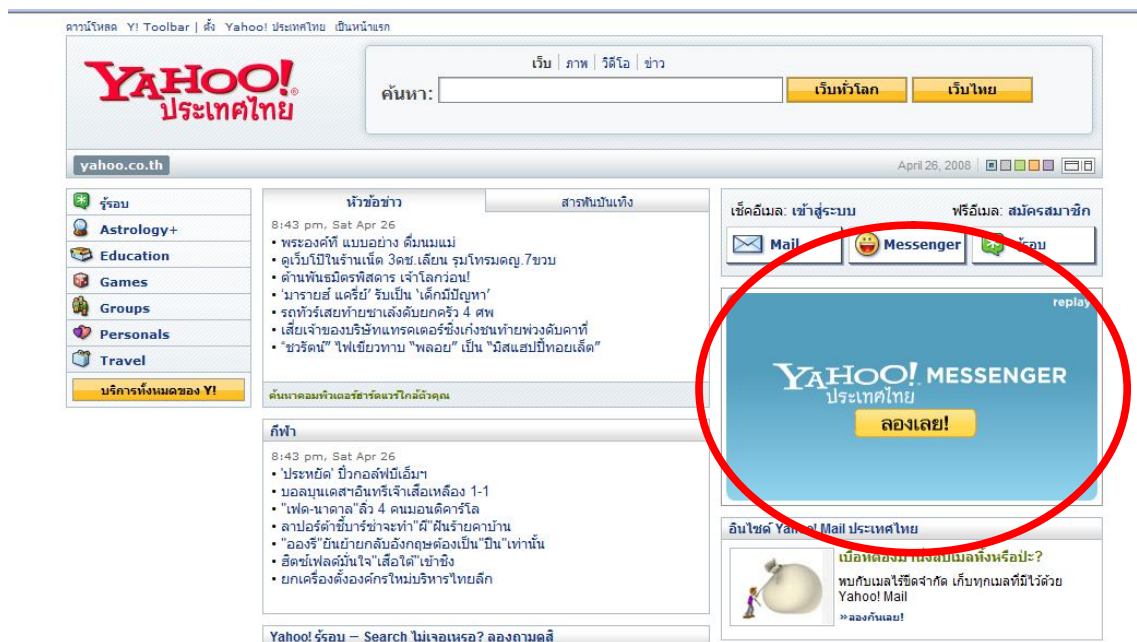
ค่าใช้จ่ายในแต่ละสื่อ Online

1. Banner Ads 30,000 บาทต่อ Banner
2. Search Engine Marketing แบบ PPC 10,000 บาทต่อเดือน
3. Web board (พนักงานบริษัทเป็นผู้ดำเนินการ)

งบประมาณรวม

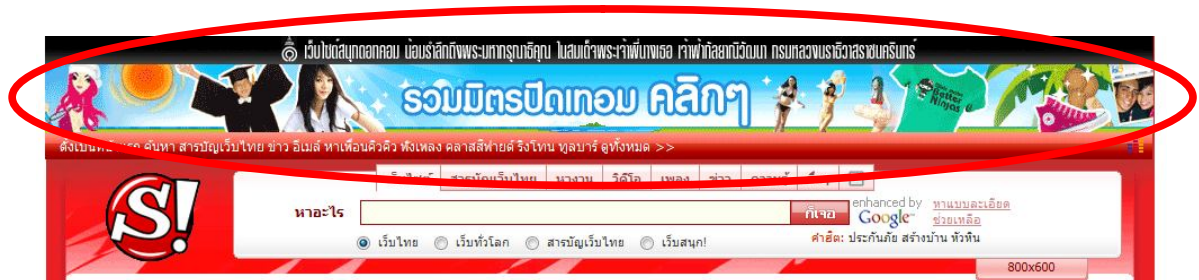
ปีที่ 1 840,000 บาท

ปีที่ 2 720,000 บาท

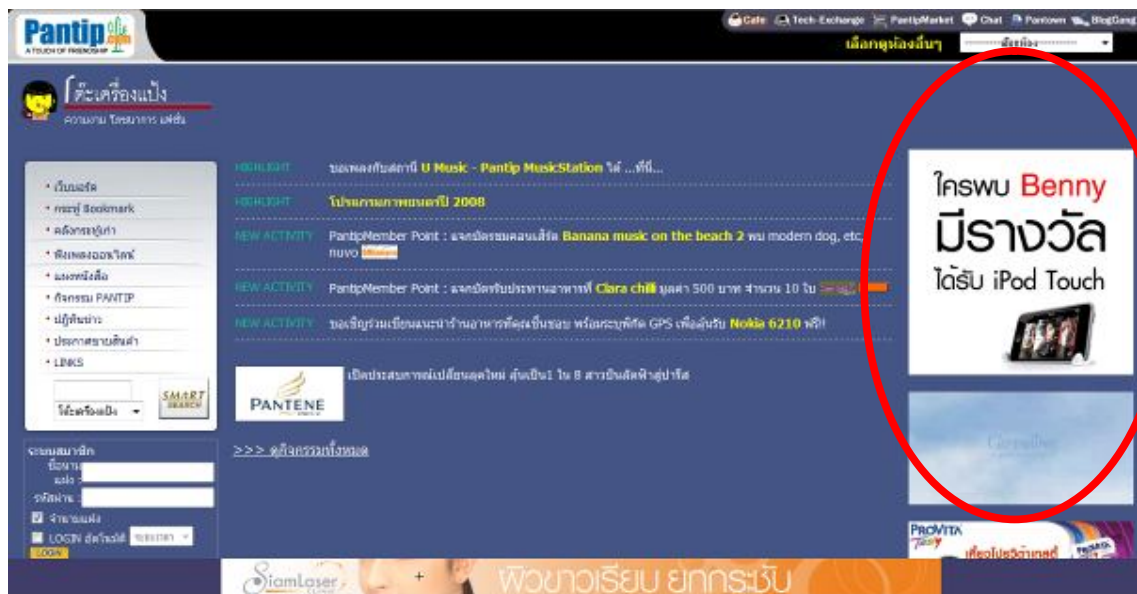


www.th.yahoo.com

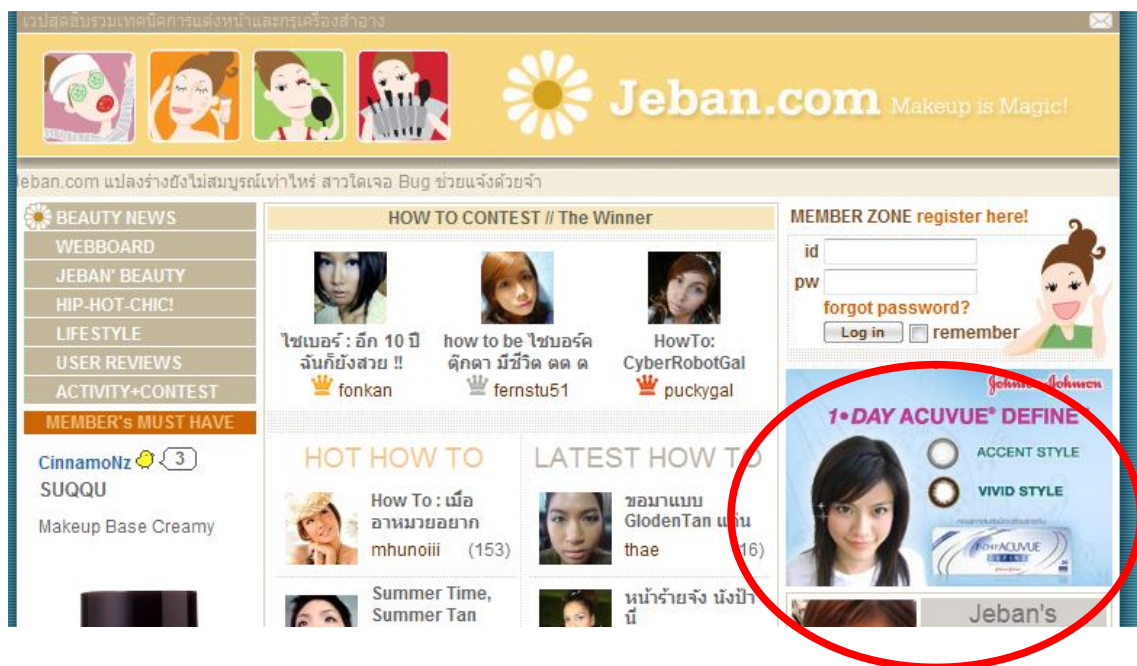
แผนภาพที่ 7.2 รูปแบบการลงโฆษณาใน www.yahoo.com



แผนภาพที่ 7.3 รูปแบบการลงโฆษณาใน www.sanook.com



แผนภาพที่ 7.4 รูปแบบการโฆษณาใน www.pantip.com



แผนภาพที่ 7.5 รูปแบบการโฆษณาใน www.jeban.com

7.2 การสื่อสารการตลาดโดยใช้กิจกรรม Below The Line Activity

ในส่วนของกิจกรรม Below the line นั้นจะเป็นต้องสื่อ Message เช่นเดียวกับสื่อ Above the line ที่เน้นสื่อสารถึง “สัมผัสประสบการณ์การใช้สินค้าตัวอย่างได้ด้วยตัวเอง” ผ่านทางเว็บไซต์ ซึ่งเกี่ยวกับสินค้าสำหรับผู้หญิง เช่น ในเรื่องของสินค้าความงาม และสินค้าตัวอย่างที่เกี่ยวข้องกับการทำกิจกรรมในชีวิตประจำวันของกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงสาระและเนื้อหาเกี่ยวกับความงาม Shopping lifestyle เป็นต้น เพื่อสื่อให้ผู้บริโภครู้จักและสนใจที่จะเข้ามาเป็นสมาชิกในเว็บไซต์ และรู้สึกมีส่วนร่วมกับทางเว็บไซต์ ซึ่งรายละเอียดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อสร้างการรับรู้ของเว็บไซต์ (Awareness) ดังนี้

7.2.1 การจัด Road Show ตาม Office Building

วัตถุประสงค์

- เพื่อแนะนำเว็บไซต์ให้เป็นที่รู้จักแก่กลุ่มเป้าหมายรวมไปถึงการสร้าง Brand Awareness ของเว็บไซต์ให้เกิดขึ้น
- เพื่อเพิ่มจำนวนสมาชิกของเว็บไซต์ให้มากขึ้น

ระยะเวลาดำเนินการ

การดำเนินการจะเริ่มในช่วงตั้งแต่เดือน ม.ค –มี.ค รวมระยะเวลา 3 เดือนโดยเลือกสถานที่ในแหล่ง Office Building ต่าง ๆ รวมไปถึงรถไฟฟ้า BTS & MRT โดยรวมทั้งสิ้น 15 ครั้ง

(ปีที่ 1 : เดือนที่ 1 จำนวน 1 ครั้ง เดือนที่ 2 จำนวน 1 ครั้ง เดือนที่ 3 จำนวน 1 ครั้ง)

(ปีที่ 2 : เดือนที่ 1 จำนวน 1 ครั้ง เดือนที่ 3 จำนวน 1 ครั้ง เดือนที่ 5 จำนวน 1 ครั้ง)

วิธีดำเนินการ

- ทำบูทกิจกรรม Road Show ไปยัง Office Building ต่าง ๆ เช่น สาทรธานี เอ็มไพร์ทาวเวอร์ สีลม สาทร อโศก ดิค All season ดิค Grammy อาคารมาลีนนท์ ชอง 3
- เพื่อเปิดโอกาสให้กลุ่มลูกค้าที่สนใจสมัครเป็นสมาชิกของเว็บไซต์
- มี Pretty ให้ข้อมูลรายละเอียดของเว็บไซต์
- มีการแจกตัวอย่างสินค้าตัวอย่าง

งบประมาณ

• ค่าพนักงานแจกโบรชัวร์	50,000 บาท
• ค่าโบรชัวร์ และสินค้าแจก	50,000 บาท
• ค่า Production บัญชี	100,000 บาท
• ค่าเช่าสถานที่	100,000 บาท
ค่าใช้จ่ายในปีที่ 1 รวม	300,000 บาท
ค่าใช้จ่ายในปีที่ 2 รวม	300,000 บาท

7.2.2 Co- Promotion กับพันธมิตรทางการค้า

จัดให้มีการส่งเสริมการขายโดยการทำ Co-Promotion กับกลุ่มพันธมิตรการค้าที่เป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับผู้หญิง เช่น บัตรเครดิต (Lady Credit) ธุรกิจเสริมความงาม Pub & Reassurances Fitness Spa เป็นต้น

วัตถุประสงค์

- เพื่อแนะนำเว็บไซต์ให้เป็นที่รู้จักแก่กลุ่มเป้าหมายรวมไปถึงการสร้าง Brand Awareness ของเว็บไซต์ให้เกิดขึ้น
- เพื่อเพิ่มจำนวนสมาชิกของเว็บไซต์ให้มากขึ้น

7.2.2.1 Co promotion ร่วมกับบัตรเครดิต

ระยะเวลาดำเนินการ ม.ค พ.ค ก.ย

ทำการโฆษณาผ่านทางรายละเอียดใบแทรกของสมาชิกบัตรเครดิต เช่น บัตรเครดิต Citi M KTC Lady Central Credit Card เป็นต้น พร้อมแจ่งโปรโมชั่นสิทธิพิเศษต่างๆให้กับกลุ่มเป้าหมาย เช่น เข้ามารับ Gift Voucher ส่วนลด จากการเข้ามาสมัครสมาชิกของเว็บไซต์

งบประมาณ

ค่าใช้จ่ายในการโฆษณาร่วมกับบริษัทบัตรเครดิต	100,000 บาท/ 1 บัตรเครดิต	
ค่าใช้จ่ายในการทำอาร์ทเวิร์ก โฆษณา	50,000 บาท	
ปีที่ 1 ดำเนินการ 3 ครั้ง ต่อปี	รวม	450,000 บาท
ปีที่ 2 ดำเนินการ 3 ครั้ง ต่อปี	รวม	450,000 บาท

7.2.2.2 จัดโปรโมชั่นร่วมกับพันธมิตร ทางการค้าร้านอาหารและ สถาบันความงาม

เพื่อสร้าง Loyalty Program แก่สมาชิกของ
เว็บไซต์จะมีการจัด Co-promotion เพื่อให้สมาชิกเว็บไซต์ได้รับ
ส่วนลดพิเศษแก่ร้านค้าต่าง ๆ ที่ร่วมรายการ เช่น

- ร้านอาหาร เช่น ร้าน โออิชิ Loghome
- สปา เช่น ลีลาวดีสปา Anandaspa S
Medical Spa
- Fitness เช่น Fitness First California
- Pub & Reassurances เช่น Goodview Lake
Hill
- สถาบันเสริมความงาม Body Shave Marie
France Bodyline



Leelawadee Spa



โดยสมาชิกจะได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ เช่น บัตรส่วนลดในแต่ละร้านค้า หรือ Gift
Voucher เพื่อให้กลุ่มสมาชิกได้เข้าใช้บริการในร้านค้าต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ lifestyle ของกลุ่มลูกค้า
รวมถึงเป็นการกระตุ้นให้กลุ่มสมาชิกเข้าร่วมกิจกรรมอื่นๆ ของทางเว็บไซต์เพิ่มเติม และทำกิจกรรม
อย่างต่อเนื่อง โดยในการทำโปรโมชั่นนี้จะขอสปอนเซอร์จากเจ้าของผลิตภัณฑ์เพื่อทำกิจกรรมใน
เว็บไซต์

7.2.3 Promotion & Rewards

วัตถุประสงค์

- เพื่อสร้าง Loyalty กับสมาชิกโดยจะกระตุ้นให้สมาชิกเข้าร่วมกิจกรรมของเว็บไซต์

ทางบริษัทมีการจัดกิจกรรมเพื่อให้สมาชิกใช้

คะแนนสะสมแลกของรางวัลจากเว็บไซต์ เช่น Gift Set

ผลิตภัณฑ์กลุ่มต่าง ๆ



ในการทำรายการโปรโมชั่นนั้นจะตั้งงบประมาณไว้ที่ 10% ของยอดขายเพื่อจัดหาของรางวัลสำหรับลูกค้าที่ร่วมกิจกรรม โดยการใช้คะแนนสะสมแลกของรางวัล ซึ่งในปีแรกตั้งค่าใช้จ่ายที่ 837,600 บาท หรือเดือนละประมาณ 69,800 บาท

7.2.4 Event สำหรับสมาชิก

วัตถุประสงค์

- เพื่อสร้าง Loyalty กับกลุ่มสมาชิก
- เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อเว็บไซต์
- เพื่อเป็นสื่อกลางในการจัดกิจกรรมร่วมระหว่างเจ้าของผลิตภัณฑ์และกลุ่มสมาชิกของเว็บไซต์

โดยในการจัด Event นั้นจะเน้นกิจกรรมตาม Life Style ของสมาชิกเพื่อกระตุ้นให้สมาชิกเข้าร่วมกิจกรรมภายในเว็บไซต์อย่างต่อเนื่องเพื่อสะสมแต้มและเลือกเข้าร่วมกิจกรรมที่สนใจ ซึ่งการจัดกิจกรรมนี้เป็นการทำสร้างความสัมพันธ์ (Customer Relationship Management) กับสมาชิกและเจ้าของผลิตภัณฑ์ที่เข้าร่วมกับทางเว็บไซต์ โดยกิจกรรมที่จัดได้แก่

7.2.4.1 Perfect Beauty:

เป็นกิจกรรมที่น่าเสนอในเรื่องความสวยความงามให้กับสมาชิกได้เข้าร่วมเพื่อให้สมาชิกได้มีประสบการณ์ร่วมกับสินค้าตัวอย่างและเสริมสร้างให้เกิดประสบการณ์ที่ดีระหว่างผลิตภัณฑ์ สมาชิกและเว็บไซต์มากขึ้น ตัวอย่างกิจกรรมในกลุ่ม Perfect Beauty คือ การจัด Work Shop การแต่งหน้ากับสินค้าเครื่องสำอาง ซึ่งการจัดกิจกรรมการแต่งหน้าจะช่วยเพื่อเสริมบุคลิกภาพด้านความงามให้กับสมาชิก โดยสมาชิกสามารถนำแต้มสะสมมาแลกเพื่อเข้าร่วมงาน Work Shop เกี่ยวกับการแต่งหน้า การทวนหน้า เป็นต้น บริษัทจะทำการติดต่อแบรนด์เครื่องสำอางต่างๆ ให้เข้าร่วมเป็นสปอนเซอร์และจัด work shop ให้กับกลุ่มสมาชิก



ระยะเวลา

ระยะเวลา 1 วัน ช่วงเดือนกุมภาพันธ์ และธันวาคม โดยเริ่มกิจกรรม 2 ครั้งต่อปี โดยเริ่มดำเนินกิจกรรมตั้งแต่ปีที่ 1 และ ปีที่ 2

งบประมาณ

ค่าสถานที่และค่ากิจกรรม 100,000 บาทต่อครั้ง

ปีที่ 1 ค่าใช้จ่ายรวม 200,000 บาทต่อปี

ปีที่ 2 ค่าใช้จ่ายรวม 200,000 บาทต่อปี

7.2.4.2 Dining & Entertainment :

เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวกับความสนุกสนานสำหรับการพักผ่อนหลังจากการทำงานและวันหยุดหรือกิจกรรมการสังสรรค์กับเพื่อนๆ ซึ่งตัวอย่างกิจกรรมในกลุ่ม Dining & Entertainment คือ Lady Society Party ที่มีการจัดกิจกรรมในร้านประเภท Pub & Restaurant เช่น ร้าน Zantika ทองหล่อ โดย



สมาชิกที่เข้าร่วมจะได้สัมผัสกับความสนุกสนานกับเสียงเพลง พร้อมด้วยอาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งทางบริษัทจะมีการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ เช่น เครื่องดื่มสำหรับผู้หญิง อย่าง Smirnoff เป็นต้น โดยทางบริษัทจะติดต่อให้สินค้านั้นเป็น Sponsor ของงาน จำนวนสมาชิกที่เข้าร่วม 50 คน

ระยะเวลา

ระยะเวลา 1 คืน ในช่วงเดือนมีนาคม และสิงหาคม โดยเริ่มจัดกิจกรรม 1-2 ครั้งต่อปี โดยเริ่มดำเนินกิจกรรมตั้งแต่ปีที่ 1

งบประมาณ

ค่าสถานที่และค่ากิจกรรม	100,000	บาท/ครั้ง
ปีที่ 1 ค่าสถานที่และค่ากิจกรรมรวม	100,000	บาทต่อปี
ปีที่ 2 ค่าสถานที่และค่ากิจกรรมรวม	100,000	บาทต่อปี

7.2.4.3 Travel & Relax :

เป็นกิจกรรมที่เน้นการพักผ่อนตามสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจในช่วงเวลาวันหยุด โดยจะมีการจัดกิจกรรมที่ตรงกับ Life style ของกลุ่มลูกค้า เช่น กลุ่มที่ชอบท่องเที่ยวแหล่งธรรมชาติ ได้สัมผัสกับอากาศบริสุทธิ์พร้อมร่วมทำกิจกรรมสนุกๆ ตาม Concept: Your style Your Life เช่นกิจกรรมแคมป์ที่ฟาร์มโชคชัยในงาน



จะมีการให้สมาชิกได้มีการสัมผัสกิจกรรม เช่น กิจกรรม เที่ยวชมฟาร์มโชคชัย โดยมีการเที่ยวชมฟาร์ม การขี่ม้า เป็นต้น นอกจากนี้ภายในงานก็จะมีรับประทานอาหารซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์เด่นของร้าน เช่น สเต็ก และไอศกรีม และมีการจัดกิจกรรม Ice Cream Workshop ที่ให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการผลิตด้วยความสนุกสนาน



แบบมีสาระ พร้อมสัมผัสประสบการณ์การเรียนรู้ขั้นตอนกระบวนการผลิต และได้ปรุงแต่งสีกลิ่นตามรสชาติที่ชอบ โดยมีวิทยากรผู้เชี่ยวชาญคอยให้คำแนะนำอย่างใกล้ชิด เพื่อให้คุณได้ไอศกรีมนมสดที่เป็นของฝากจากฟาร์มโชคชัยที่สมาชิกได้ลงมือทำเอง

การจัดงานโดยการเชิญสมาชิกเข้าร่วมด้วยการใช้คะแนนสะสม เพื่อเข้าร่วมในกิจกรรมดังกล่าว ซึ่งมีการกำหนดจำนวนสมาชิกที่เข้าร่วม เช่นพิเศษสำหรับสมาชิก 30 ท่านแรก

ระยะเวลา

ระยะเวลา 2 วัน 1 คืน ในช่วงเดือนพฤศจิกายน โดยจัดกิจกรรม 1 ครั้งต่อปีในปีที่ 1 และ ปีที่ 2

งบประมาณ

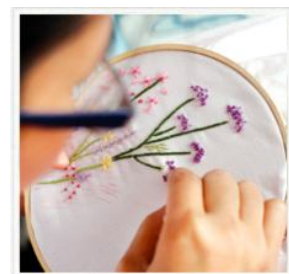
ปีที่ 1 ค่าสถานที่และค่ากิจกรรม	150,000	บาท
ปีที่ 2 ค่าสถานที่และค่ากิจกรรม	150,000	บาท

7.2.4.4 Happy Home

การแนะนำกิจกรรมที่น่าสนใจที่เหมาะกับ lifestyle ของสมาชิกซึ่งสามารถทำได้ภายในบ้านสำหรับวันสบายๆ ดังนั้นกิจกรรมที่จะจัดขึ้นจะเป็นรูปแบบของ Tips& Taste @Home by your shelf เพื่อให้สมาชิกได้มาทำกิจกรรมที่สมาชิกส่วนใหญ่สนใจร่วมกัน ซึ่งสามารถนำเคล็ดลับและวิธีการจากผู้เชี่ยวชาญกลับไปทำที่บ้านได้ในวันว่าง เช่น การทำอาหาร งานประดิษฐ์ การปักผ้า เป็นต้น

ตัวอย่างกิจกรรมที่ทางเว็บไซต์จัดขึ้น เช่นกิจกรรม

เปิดคอร์สเกี่ยวกับการทำอาหารให้แก่สมาชิกได้ร่วมสนุกสนานและเพลิดเพลินกับการทำเมนูอาหารจานเด็ดโดย ผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารและดาราคณโปรด โดยการดำเนินงานในวันดังกล่าว บริษัทจะหา Sponsor จากผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องเพื่อสนับสนุนผลิตภัณฑ์มาร่วมให้สมาชิกได้ใช้ในการทำเมนูอาหาร เช่น เนสท์เล่ ซึ่งมีผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับการทำอาหาร อย่างนมสดคาร์เนชั่น เป็นต้น



ระยะเวลา

ระยะเวลา 1 วัน ช่วงเดือน พฤษภาคม และกันยายน ในปีที่ 1 และ ปีที่ 2

งบประมาณ

ค่าสถานที่และค่ากิจกรรม	100,000	บาท
ค่าใช้จ่ายจ้างดารา	30,000	บาท/ครั้ง
ปีที่ 1 ค่าใช้จ่ายรวม	150,000	บาท
ปีที่ 2 ค่าใช้จ่ายรวม	150,000	บาท

ปีที่ 1	ม.ค	ก.พ	มี.ค	ม.ย	พ.ค	มิ.ย	ก.ค	ส.ค	ก.ย	ต
Dining & Entertainment								x		
Perfect Beauty		x								
Happy Home					x				x	
Travel & Relax										
ปีที่ 2	ม.ค	ก.พ	มี.ค	ม.ย	พ.ค	มิ.ย	ก.ค	ส.ค	ก.ย	ต
Dining & Entertainment			x					x		
Perfect Beauty		x								
Happy Home					x				x	
Travel & Relax										

ตารางที่ 7.4 แผนการจัด Event ของปีที่ 1 และปีที่ 2

7.2.5 Event กลุ่มลูกค้าที่เป็นเจ้าของสินค้า

วัตถุประสงค์

- เพื่อแนะนำเว็บไซต์ให้เป็นที่รู้จักแก่กลุ่มเป้าหมายรวมไปถึงการสร้าง Brand Awareness ของเว็บไซต์ให้เกิดขึ้น
- เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อเว็บไซต์
- เพื่อเพิ่มยอดขายและจำนวนลูกค้าของเว็บไซต์ให้มากขึ้น

เป็นกิจกรรมเปิดตัวเว็บไซต์ให้เป็นที่รู้จักในกลุ่มลูกค้าที่เป็นเจ้าของสินค้าต่างๆ โดยในการจะเชิญลูกค้าที่เป็นเจ้าของสินค้าจากบริษัทต่างๆ เข้าร่วมกิจกรรมเพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินงาน และกิจกรรมต่างๆ ของเว็บไซต์ นอกจากนี้ยังมีการให้ข้อมูลการวิจัยพฤติกรรมของ

ผู้บริโภคและรูปแบบสื่อทางอินเทอร์เน็ตต่างๆที่ใช้ในปัจจุบัน โดยในงานจะมีการแจกสินค้าตัวอย่างให้ลูกค้าทดลอง รวมทั้งขอข้อมูลลูกค้าที่สนใจเพื่อเข้าไปให้รายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าเพิ่มเติม

ระยะเวลา

ระยะเวลา 1 วัน ช่วงในเดือน กุมภาพันธ์ของปีที่ 1

งบประมาณ

ค่าสถานที่(โรงแรม)และค่ากิจกรรม	150,000	บาท
ปีที่ 1 ค่าใช้จ่ายรวม	150,000	บาท

Above The Line Activities													Expenditure
	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec	
การโฆษณาทางสื่อวิทยุ	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	2,160,000
การโฆษณาทางสื่อรถไฟฟ้า	X	X	X		X		X		X		X		133,000
การโฆษณาทางสื่ออินเทอร์เน็ต	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	840,000
Banner Ads													720,000
Search Engine Marketing													120,000
Total Expenditure :Above The Line Activities													3,133,000
Below The Line Activities													Expenditure
Road Show	X	X	X										300,000
Co- Promotion	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	450,000
Promotion & Rewards	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	837,600
Event		X	X		X			X			X	X	600,000
Perfect Beauty:													200,000
Dining & Entertainment :													100,000
Travel & Relax :													150,000
Happy Home :													150,000

Event เปิดตัวเว็บไซต์	x	150,000
Total Expenditure: Below The Line Activities		2,337,600
Contingency Plan Expenditure		167,520
Total Expenditure		5,638,120

ตารางที่ 7.5 แผนกิจกรรมการสื่อสารทางการตลาดของปี 1