

บทที่ 6 กลยุทธ์การตลาด

6.1 การแบ่งส่วนตลาด (Market Segmentation)

จากรูปแบบการให้บริการของร้าน Gift by Yourself ที่เน้นการมอบคุณค่าเกี่ยวกับของขวัญที่มีเอกลักษณ์และมีความหมายเฉพาะเจาะจงสำหรับผู้ให้และผู้รับผ่านการประดิษฐ์ของขวัญและรูปแบบของขวัญที่ลูกค้าสามารถเลือกสรรได้ตามความต้องการ จึงทำให้กลุ่มลูกค้าหลักที่บริษัทฯ คาดว่าจะมีความสนใจในบริการของร้านเป็นกลุ่มวัยรุ่นจนถึงวัยทำงานตอนต้น อายุ 15 – 25 ปี ในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากกลุ่มลูกค้าดังกล่าวมีพฤติกรรมที่สอดคล้องกับรูปแบบการให้บริการของร้าน นั่นคือกลุ่มลูกค้าดังกล่าวเป็นกลุ่มที่ต้องการการยอมรับจากสังคม ดังนั้นจึงค่อนข้างให้ความสำคัญกับการมอบของขวัญให้กับบุคคลรอบข้าง รวมถึงการสร้างความโดดเด่นให้กับตนเองด้วยการสร้างความแตกต่างเป็นเอกลักษณ์ ไม่ซ้ำกับผู้อื่น ซึ่งรวมถึงไปถึงพฤติกรรมของการมอบของขวัญที่กลุ่มลูกค้ากลุ่มนี้มักจะให้ความสำคัญกับการเลือกซื้อของขวัญที่มีเอกลักษณ์และมีความหมายพิเศษสำหรับผู้รับแต่ละบุคคล นอกจากนั้นกลุ่มลูกค้าดังกล่าวยังเป็นกลุ่มที่ค่อนข้างมีเวลาว่างจากกิจวัตรประจำวันต่าง ๆ เช่น การเรียนหนังสือ หรือการทำงาน ในช่วงเริ่มต้นที่ยังมีความรับผิดชอบที่ไม่สูงมากนักจึงทำให้กลุ่มลูกค้าดังกล่าวมีเวลาว่างสำหรับการจัดเตรียมของขวัญให้กับผู้อื่น ประกอบกับร้าน Gift by Yourself มีสถานที่ตั้งร้านอยู่บริเวณสยามสแควร์ซึ่งเป็นสถานที่ที่กลุ่มลูกค้าดังกล่าวมักจะไปเดินเล่นและซื้อของเป็นประจำซึ่งจะช่วยส่งเสริมให้กลุ่มลูกค้าดังกล่าวสามารถเลือกใช้บริการของร้านได้อย่างสะดวก

สำหรับการแบ่งส่วนตลาดนั้นจะนำเกณฑ์คุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ (Demographic Segmentation) มาเป็นเกณฑ์ในการแบ่งส่วนตลาด ซึ่งจะสามารถแบ่งได้เป็น 3 กลุ่ม โดยจากการวิจัยตลาดพบว่าลูกค้าแต่ละกลุ่มนั้นมีพฤติกรรมการให้ พฤติกรรมกาเลือกซื้อของขวัญ ทัศนคติและแนวโน้มการยอมรับบริการของทางบริษัทที่แตกต่างกัน ซึ่งกลุ่มทางการตลาดทั้ง 3 กลุ่ม ได้แก่

1. กลุ่มนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย
เป็นกลุ่มที่มีอายุในช่วง 15 – 18 ปี และกำลังศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย
2. กลุ่มนิสิตนักศึกษาในระดับปริญญาตรี
เป็นกลุ่มที่มีอายุในช่วง 18 – 22 ปี และกำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี
3. กลุ่มคนวัยทำงานตอนต้น
เป็นกลุ่มที่มีอายุในช่วง 22 – 25 ปี และอยู่ในช่วงของการเริ่มต้นการทำงาน

6.2 การเลือกกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Market Targeting)

1). กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก

บริษัทได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นกลุ่มนิสิตนักศึกษาในระดับปริญญาตรี เนื่องจากผลการวิจัยตลาดพบว่ากลุ่มเป้าหมายกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่ค่อนข้างให้ความสำคัญกับการให้ของขวัญกับบุคคลรอบข้างซึ่งจะเห็นได้จากการที่กลุ่มเป้าหมายกลุ่มนี้มีปริมาณการให้ของขวัญโดยเฉลี่ยในแต่ละปีที่ค่อนข้างสูงและมีกำลังซื้อที่สูงในระดับหนึ่ง อีกทั้งผลการวิจัยยังพบว่ากลุ่มเป้าหมายดังกล่าวมีความสนใจในการให้ของขวัญที่มีรูปถ่ายของผู้ให้หรือผู้รับและมีพฤติกรรมในการประดิษฐ์ของขวัญด้วยตนเองมากที่สุดและเป็นกลุ่มที่ให้ความสนใจในรูปแบบสินค้าและบริการของบริษัทมากที่สุดอีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับรูปแบบการให้บริการของร้านที่เน้นคุณค่าหลักของของขวัญในด้านความตั้งใจและความจริงใจของผู้ให้ของขวัญผ่านการประดิษฐ์ด้วยตนเองและมีความหมายพิเศษเฉพาะเจาะจงผ่านรูปภาพ สัญลักษณ์ต่าง ๆ ตัวหนังสือ หรือรูปแบบการตกแต่งที่มีเอกลักษณ์เฉพาะบุคคลที่ผ่านการสร้างสรรค์ของผู้ให้ของขวัญขึ้นนั้นด้วยตนเอง

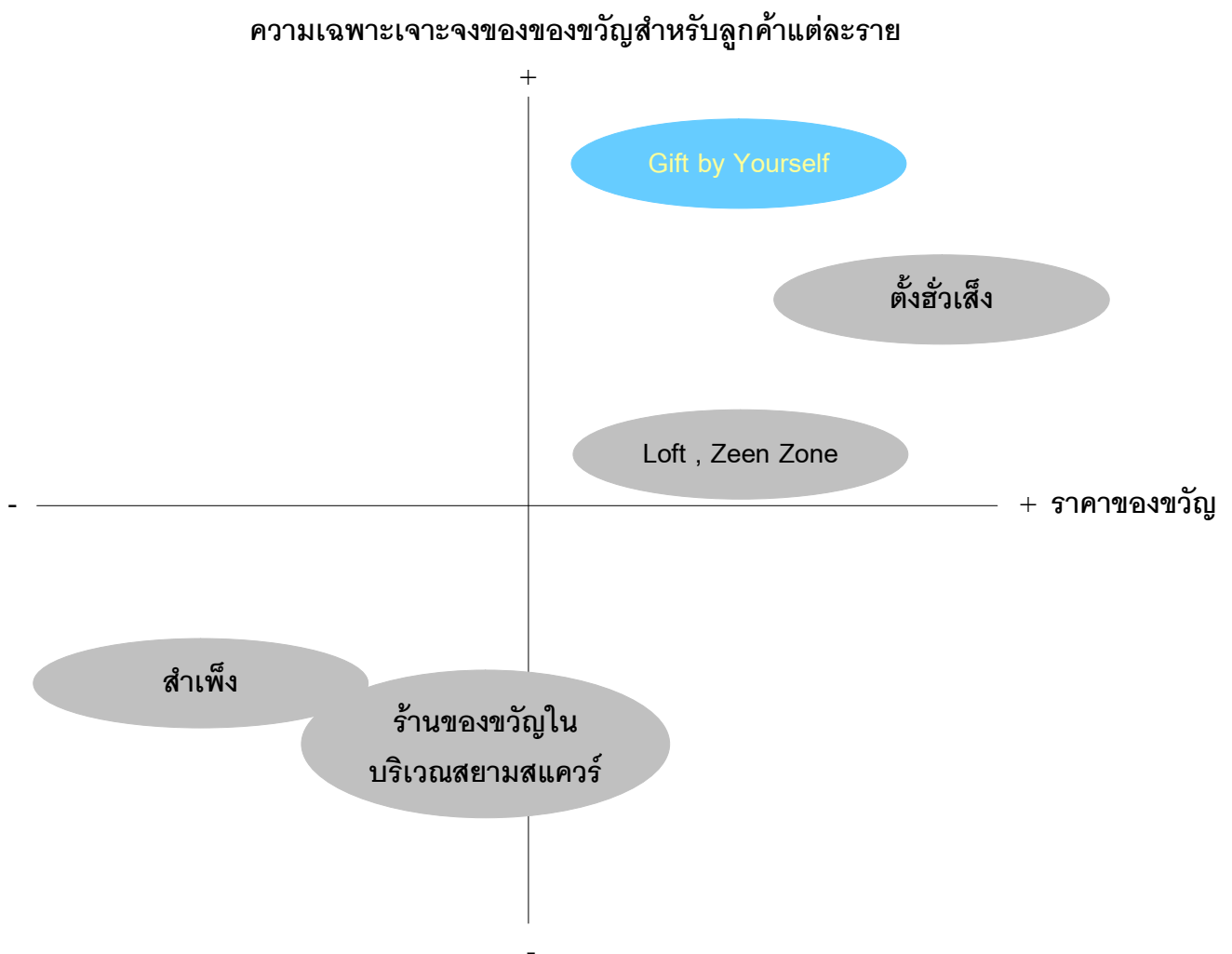
2). กลุ่มลูกค้าเป้าหมายรอง

บริษัทได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายรองเป็นกลุ่มนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายและกลุ่มคนวัยทำงานตอนต้น เนื่องจากจากผลการวิจัยนั้นพบว่ากลุ่มเป้าหมายรองทั้งสองกลุ่มนี้มีความสนใจรูปแบบสินค้าและบริการของบริษัทเช่นเดียวกับกลุ่มเป้าหมายหลัก และกลุ่มนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายนั้นเป็นกลุ่มที่ค่อนข้างให้ความสำคัญกับการมอบของขวัญให้กับบุคคลรอบข้างเนื่องจากจากผลการวิจัยได้พบว่ากลุ่มเป้าหมายกลุ่มนี้มีปริมาณการให้ของขวัญโดยเฉลี่ยในแต่ละปีสูงที่สุด แต่กลุ่มนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายนี้ก็มีความสนใจในการให้ของขวัญที่มีรูปถ่ายของผู้ให้หรือผู้รับและความสนใจในการประดิษฐ์ของขวัญด้วยตนเองไม่สูงมากนักและมีกำลังซื้อที่ไม่มากเท่ากับกลุ่มเป้าหมายหลัก ดังนั้นบริษัทจึงกำหนดให้กลุ่มเป้าหมายดังกล่าวเป็นกลุ่มเป้าหมายรอง นอกจากนั้นจากผลการวิจัยจะพบว่าแม้ว่ากลุ่มคนวัยทำงานตอนต้นจะมีปริมาณการให้ของขวัญโดยเฉลี่ยในแต่ละปีไม่สูงมากนัก แต่กลุ่มเป้าหมายรองดังกล่าวเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูงที่สุดและมีการมอบของขวัญที่มีราคาเฉลี่ยสูงที่สุด อีกทั้งยังเป็นกลุ่มที่ให้ความสนใจค่อนข้างมากกับการมอบของขวัญที่มีรูปถ่ายของผู้ให้หรือผู้รับและการประดิษฐ์ของขวัญด้วยตนเองอีกด้วย

6.3 การวางตำแหน่งร้านค้า (Market Positioning)

บริษัทได้กำหนดตำแหน่งของร้าน Gift by Yourself ให้เป็นร้านที่นำเสนอบริการเกี่ยวกับของขวัญที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีความหมายพิเศษและเฉพาะเจาะจงสำหรับลูกค้าแต่ละราย และเป็นของขวัญที่แสดงถึงความตั้งใจและความจริงใจของผู้ให้ของขวัญผ่านการประดิษฐ์ของขวัญชิ้นนั้นด้วยตนเอง

แผนภาพที่ 6.1 : ตำแหน่งร้านค้า (Positioning Map) เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง



เมื่อพิจารณาจากแผนภาพตำแหน่งร้านค้า (Positioning Map) เปรียบเทียบกับคู่แข่ง จะพบว่าแผนภาพตำแหน่งร้านค้าจะประกอบไปด้วยแกนหลักซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการเลือกซื้อของขวัญ ดังนี้

1). ปัจจัยในด้านระดับความเฉพาะเจาะจงของของขวัญ

จากผลการวิจัยจะพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อของขวัญของกลุ่มเป้าหมายมากที่สุดคือปัจจัยในด้านความสำคัญตามตัวผู้รับ ดังนั้นจะเห็นได้ว่าความเฉพาะเจาะจงของของขวัญสำหรับผู้ให้และผู้รับแต่ละรายนั้นมีความสำคัญอย่างมาก ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งแล้วจะพบว่าร้าน Loft และ Zeen Zone ซึ่งเป็นคู่แข่งทางอ้อมนั้นสามารถตอบสนองความต้องการในด้านนี้ของกลุ่มเป้าหมายได้เพียงแค่ระดับหนึ่งเท่านั้น เนื่องจากแม้ว่าร้านทั้งสองจะมีการจำหน่ายสินค้าที่มีการออกแบบที่สวยงามและทันสมัย แต่สินค้านั้นก็จะเป็นสินค้าที่มีจำหน่ายเป็นจำนวนมากสำหรับลูกค้ากลุ่มใหญ่ จึงไม่สามารถสร้างความเป็นเอกลักษณ์ ความเฉพาะเจาะจงและความหมายพิเศษระหว่างผู้ให้และผู้รับแต่ละรายได้

สำหรับห้างตั้งฮั่วเส็งซึ่งเป็นคู่แข่งอีกรายหนึ่งนั้นจะให้บริการและจำหน่ายสินค้าที่กลุ่มเป้าหมายสามารถเลือกสรรในรูปแบบของตนเองเพื่อสร้างความเป็นเอกลักษณ์และความหมายพิเศษที่เฉพาะเจาะจงได้เพิ่มมากขึ้น เนื่องจากห้างตั้งฮั่วเส็งจะเน้นจำหน่ายวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการประดิษฐ์ จึงทำให้กลุ่มเป้าหมายสามารถเลือกสรรอุปกรณ์เพื่อนำไปประดิษฐ์ของขวัญเองได้ แต่กลุ่มเป้าหมายจะต้องทำการประดิษฐ์เองทั้งหมดตั้งแต่เริ่มแรก นั่นคือต้องมีการออกแบบ การจัดหาและการจัดเตรียมความพร้อมของวัสดุเอง เช่น การเตรียมลายเส้นสำหรับการลงสี เป็นต้น ดังนั้นจึงทำให้ลูกค้าจำนวนมากซึ่งไม่ทราบวิธีการในการประดิษฐ์ดังกล่าวไม่สามารถประดิษฐ์ของขวัญเองได้ จึงไม่สามารถสร้างของขวัญที่มีเอกลักษณ์และความหมายพิเศษเฉพาะได้ และแม้ว่าห้างตั้งฮั่วเส็งจะมีการเตรียมบริการเกี่ยวกับการประดิษฐ์ของขวัญดังกล่าวให้กับกลุ่มเป้าหมายบ้าง แต่ก็ยังมีขอบเขตในเรื่องของประเภทสินค้าที่มีอยู่เพียง 1 – 2 ชนิดเท่านั้น

สำหรับร้าน Gift by Yourself นั้นจะมีระดับของความเฉพาะเจาะจงสำหรับของขวัญของลูกค้าแต่ละรายค่อนข้างสูงมาก เนื่องจากร้านได้นำเสนอบริการเกี่ยวกับของขวัญที่ลูกค้าสามารถเลือกสรรรูปแบบเฉพาะแต่ละบุคคลได้ผ่านการออกแบบ ตัวอักษร รูปถ่ายต่าง ๆ จึงทำให้ของขวัญดังกล่าวสามารถสะท้อนถึงความหมายพิเศษระหว่างผู้ให้และผู้รับแต่ละรายได้เป็นอย่างดี อีกทั้งร้านค้ายังนำเสนอบริการในการจัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์ในการประดิษฐ์ของขวัญให้กับกลุ่มเป้าหมาย จึงทำให้ของขวัญแต่ละชิ้นนั้นมาจากการประดิษฐ์ของลูกค้าแต่ละคนซึ่งจะช่วยสร้างความแตกต่างและความมีเอกลักษณ์ของของขวัญของลูกค้าแต่ละรายได้เป็นอย่างดี

2). ปัจจัยในด้านระดับราคาของของขวัญ

เนื่องจากระดับราคาของของขวัญก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อของขวัญของกลุ่มเป้าหมาย ดังนั้นบริษัทจึงได้ทำการเปรียบเทียบปัจจัยดังกล่าวของร้าน Gift by Yourself และ คู่แข่ง ซึ่งจะพบว่าระดับราคาของของขวัญของร้าน Gift by Yourself นั้นจะอยู่ในระดับเดียวกับ คู่แข่งหลักคือร้าน Loft และ Zeen Zone นั่นคืออยู่ในระดับที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยของราคาในตลาดอยู่ ระดับหนึ่ง แต่ก็ยังอยู่ในระดับที่ต่ำกว่าห้างตั้งฮั่วเส็งซึ่งมีการกำหนดระดับราคาที่ยกขึ้นสูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งระดับราคาของของขวัญที่ห้างตั้งฮั่วเส็งเตรียมบริการเกี่ยวกับการประดิษฐ์ให้

จากแผนภาพตำแหน่งร้านค้า (Positioning Map) เปรียบเทียบกับคู่แข่งดังกล่าวข้างต้นจะ เห็นได้ว่าร้าน Gift by Yourself สามารถนำเสนอคุณค่าในด้านความเฉพาะเจาะจงของของขวัญ ของลูกค้าแต่ละรายได้สูงที่สุด และมีระดับราคาที่สูงกว่าระดับราคาเฉลี่ยของราคาของขวัญใน ตลาดเล็กน้อย แต่ก็ยังเป็นระดับราคาที่ไม่สูงกว่าคู่แข่ง

6.4 วัตถุประสงค์ด้านการตลาด

จากวัตถุประสงค์ที่ต้องการมุ่งไปสู่จุดสูงสุดในการสร้างคุณค่า (Value Creation Frontier) ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Customer Responsiveness) เพื่อให้ สามารถตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าในเรื่องการจัดเตรียมของขวัญที่มีความหมายและมีคุณค่า ซึ่งจะสร้างให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันต่อไปนั้น บริษัทได้ กำหนดกลยุทธ์องค์กรที่มุ่งเน้นการสร้างความแตกต่าง (Differentiation) ทั้งในด้านสินค้าและบริการสำหรับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจง (Focus) และเพื่อเป็นการส่งเสริมให้บริษัท สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ข้างต้นภายใต้กลยุทธ์องค์กรที่กำหนดไว้ นั้น บริษัทได้มีการ จัดเตรียมแผนการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดต่าง ๆ โดยมีวัตถุประสงค์ทางการตลาดดังต่อไปนี้

6.4.1 วัตถุประสงค์ระยะสั้น (1 ปี)

- สร้างความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับสินค้าประเภทของขวัญประดิษฐ์ (Product Awareness) ให้เป็นที่รู้จักร้อยละ 35 ของกลุ่มเป้าหมายทั้งหมด
- สร้างยอดขายรวมทั้งสิ้นในปี พ.ศ.2551 เป็นจำนวนเงินประมาณ 3.5 ล้านบาท

6.4.2 วัตถุประสงค์ระยะยาว (3 ปี)

- สร้างให้ร้าน Gift by Yourself เป็นที่รู้จักร้อยละ 40 ของกลุ่มเป้าหมาย (Brand Awareness) และสร้างให้ลูกค้าเกิดความผูกพัน (Brand Loyalty) ต่อร้าน Gift by Yourself
- สร้างยอดขายรวมทั้งสิ้นในปีที่ 2 และ 3 เพิ่มขึ้นจากปีที่ 1 ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 25 ต่อปี

6.5 ตราสินค้า (Brand)

6.5.1 Brand DNA (Brand Essence)

“Unique & Sincere Gift”

สำหรับประเด็นหลักซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของตราสินค้า Gift by Yourself นั้นคือความเป็นเอกลักษณ์และความจริงใจ จึงทำให้ร้าน Gift by Yourself เป็นผู้นำเสนอสินค้าและบริการเกี่ยวกับของขวัญที่แสดงถึงความจริงใจ ความตั้งใจ ความเป็นเอกลักษณ์และมีความหมายเฉพาะเจาะจงระหว่างผู้รับและผู้ให้แต่ละบุคคลผ่านรูปแบบของของขวัญ การตกแต่ง คำพูด และรูปภาพต่าง ๆ ที่แตกต่างกันระหว่างของขวัญแต่ละชิ้น รวมถึงเป็นของขวัญที่ผู้ให้ทำการประดิษฐ์เองซึ่งจะสะท้อนถึงความตั้งใจและความจริงใจให้การมอบของขวัญชิ้นนั้นอีกด้วย

6.5.2 Brand Benefit

สำหรับคุณประโยชน์ที่กลุ่มลูกค้าจะได้รับจากร้าน Gift by Yourself นั้นคือความสะดวกสบายในการประดิษฐ์ของขวัญด้วยตนเองผ่านวัสดุอุปกรณ์ที่ร้านได้จัดเตรียมให้และผ่านบริการในการให้คำแนะนำของร้านตั้งแต่ขั้นตอนการออกแบบของขวัญไปจนถึงวิธีการประดิษฐ์ของขวัญต่าง ๆ ซึ่งของขวัญที่ประดิษฐ์ได้นั้นจะเป็นของขวัญที่มีเอกลักษณ์และมีความหมายพิเศษเฉพาะเจาะจงระหว่างผู้ให้และผู้รับแต่ละบุคคล

6.5.3 Brand Value

สำหรับคุณค่าที่กลุ่มลูกค้าจะได้รับจากร้าน Gift by Yourself นั้นคือความอบอุ่นจริงใจจากการดูแลเอาใจใส่อย่างเต็มที่ของพนักงานร้านซึ่งจะให้บริการลูกค้าแต่ละรายอย่างสุภาพและจริงใจซึ่งจะทำให้กลุ่มลูกค้าสามารถสัมผัสบรรยากาศแห่งความอบอุ่นภายในร้านได้ นอกจากนี้ลูกค้ายังจะได้รับคุณค่าในเรื่องของการได้แสดงถึงความจริงใจและความตั้งใจในการมอบของขวัญผ่านการประดิษฐ์ของขวัญด้วยตนเองอีกด้วย

6.5.4 Brand Promise

“Uniqueness, High Identity, Hand-Made, High-Intention, Sincere, and Convenience” สำหรับสิ่งที่กลุ่มลูกค้าสามารถมั่นใจได้ว่าจะได้รับจากสินค้าและบริการของร้าน Gift by Yourself ในทุกครั้งที่ใช้บริการ คือ

- *Uniqueness* คือความเป็นเอกลักษณ์ของของขวัญของลูกค้าแต่ละบุคคล เนื่องจากลูกค้าของร้าน Gift by Yourself สามารถกำหนดรูปแบบของขวัญของตนเองตามความต้องการได้ตั้งแต่เริ่มต้นออกแบบไปจนถึงการประดิษฐ์ด้วยตนเอง จึงทำให้ของขวัญของลูกค้าแต่ละรายมีความเป็นเอกลักษณ์ของตนเองผ่านรูปแบบของขวัญที่แตกต่างกัน รวมไปถึงการประดิษฐ์และการตกแต่งรายละเอียดเพิ่มเติมที่แตกต่างกันตามความต้องการของลูกค้าแต่ละราย ดังนั้นของขวัญแต่ละชิ้นนั้นจะมีความเป็นเอกลักษณ์ไม่ซ้ำกัน
- *High-Identity* คือความหมายที่พิเศษเฉพาะเจาะจงระหว่างผู้รับและผู้ให้แต่ละราย เนื่องจากลูกค้าของร้าน Gift by Yourself สามารถที่จะนำรูปภาพหรือสิ่งที่มีความหมายพิเศษระหว่างผู้ให้และผู้รับแต่ละรายมาเป็นส่วนประกอบในของขวัญของตนเองได้ จึงทำให้ของขวัญนั้นเป็นสิ่งกลางในการสื่อสารความหมายพิเศษระหว่างผู้ให้และผู้รับของขวัญได้เป็นอย่างดี
- *Hand-Made* คือการประดิษฐ์ของขวัญด้วยตนเอง ลูกค้าของร้าน Gift by Yourself นั้นสามารถที่จะประดิษฐ์ของขวัญด้วยตนเองได้จากวัสดุอุปกรณ์และคำแนะนำในการประดิษฐ์ของขวัญต่าง ๆ ที่ร้านได้จัดเตรียมให้
- *High-Intention* คือความตั้งใจในการมอบของขวัญซึ่งลูกค้าของร้าน Gift by Yourself จะสามารถแสดงออกถึงความตั้งใจในการมอบของขวัญให้กับผู้รับได้ผ่านการประดิษฐ์ของขวัญด้วยตนเอง
- *Sincere* คือความจริงใจในการมอบของขวัญซึ่งลูกค้าของร้านสามารถสื่อสารความจริงใจในมิตรภาพระหว่างผู้ให้และผู้รับผ่านของขวัญที่ผู้ให้ตั้งใจประดิษฐ์ด้วยตนเองพร้อมทั้งยังมีส่วนประกอบที่มีความหมายพิเศษระหว่างผู้ให้และผู้รับแต่ละราย จึงทำให้ผู้รับสามารถสัมผัสได้ถึงความจริงใจของผู้ให้ของขวัญและยังสามารถรำลึกถึงความทรงจำที่ดีระหว่างผู้ให้และผู้รับผ่านชิ้นของขวัญนี้ได้อีกด้วย
- *Convenience* คือความสะดวกสบายในการประดิษฐ์ของขวัญที่มีเอกลักษณ์และมีความหมายพิเศษได้ด้วยตนเองได้อย่างง่ายดาย เนื่องจากร้าน Gift by Yourself ได้จัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์ในการประดิษฐ์พร้อมทั้งคู่มือประดิษฐ์ และยังสามารถจัดเตรียมบริการใน

การให้คำแนะนำในเรื่องต่าง ๆ ให้กับลูกค้า ดังนั้นจึงทำให้ลูกค้าสามารถประดิษฐ์ของขวัญในรูปแบบที่ตนเองต้องการได้อย่างสะดวกยิ่งขึ้น

6.5.5 Brand Personality

Gift by Yourself เป็นร้านที่มีบุคลิกอบอุ่น จริงใจและแฝงไปด้วยความทันสมัย เนื่องจากร้าน Gift by Yourself เป็นร้านที่เน้นคุณค่าของการนำเสนอสินค้าและบริการเกี่ยวกับของขวัญที่มีเอกลักษณ์ มีความหมายพิเศษเฉพาะเจาะจง และเป็นของขวัญที่แสดงถึงความจริงใจและความตั้งใจ จึงทำให้ของขวัญจากร้าน Gift by Yourself เต็มไปด้วยความอบอุ่นจริงใจของผู้ให้ซึ่งส่งไปยังผู้รับ นอกจากนี้ Gift by Yourself ยังเป็นร้านที่นำเสนอบริการที่เสนออบอุ่นจากพนักงานขายที่มีความเชี่ยวชาญในการประดิษฐ์ของขวัญซึ่งพร้อมที่จะให้บริการอย่างเต็มที่กับลูกค้าทุกราย จึงทำให้ร้าน Gift by Yourself มีบุคลิกที่อบอุ่นจริงใจเปรียบเสมือนเพื่อนที่อยู่เคียงข้างและพร้อมที่จะให้คำแนะนำต่าง ๆ อย่างเต็มที่เพื่อให้ลูกค้าทุกรายสามารถสร้างสรรค์ของขวัญที่มีความหมายพิเศษในรูปแบบของตนเองได้อย่างง่ายดาย นอกจากนี้ร้าน Gift by Yourself ยังมีบุคลิกที่ทันสมัยเพื่อให้สอดคล้องกับภาพลักษณ์ของกลุ่มเป้าหมายหลักและกลุ่มเป้าหมายรองซึ่งเป็นกลุ่มนักเรียน นักศึกษาและวัยทำงานตอนต้นซึ่งมีบุคลิกที่ทันสมัยอีกด้วย โดยความทันสมัยของร้าน Gift by Yourself นั้นสามารถสื่อสารผ่านได้ทั้งทางรูปลักษณะภายนอก เช่น การตกแต่งร้านหรือบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น และผ่านรูปแบบสินค้าและบริการของร้านที่มีความทันสมัยโดยร้าน Gift by Yourself จะมีการจัดเตรียมรูปแบบสินค้าและบริการใหม่ ๆ ที่มีความทันสมัยให้กับลูกค้าอยู่เสมออีกด้วย

6.5.6 Brand Positioning , Brand Positioning Statement

“Gift by Yourself , Make your gift in your own style”

บริษัทได้กำหนดตำแหน่งของร้าน Gift by Yourself ให้เป็นร้านที่นำเสนอบริการเกี่ยวกับของขวัญที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีความหมายพิเศษและเฉพาะเจาะจงสำหรับลูกค้าแต่ละราย และเป็นของขวัญที่แสดงถึงความตั้งใจและความจริงใจของผู้ให้ของขวัญผ่านการประดิษฐ์ของขวัญขึ้นนั้นด้วยตนเอง ซึ่งลูกค้าของร้าน Gift by Yourself สามารถที่จะสร้างสรรค์ของขวัญในรูปแบบของตนเองตามความต้องการได้อย่างเต็มที่ตั้งแต่ขั้นตอนของการออกแบบของขวัญด้วยตนเอง การเลือกสรรวัตถุดิบต่าง ๆ พร้อมทั้งการตกแต่งของขวัญขึ้นนั้นด้วยตนเอง จึงทำให้ของขวัญแต่ละชิ้นเป็นสื่อกลางแทนความรู้สึกที่ดีของผู้ให้ที่ต้องการสื่อสารไปยังผู้รับได้อย่างดี

6.5.7 Brand Identity

6.5.7.1 Brand Naming

“Gift by Yourself”

บริษัทได้ทำการตั้งชื่อร้านเป็นภาษาอังกฤษว่า “Gift by Yourself” เนื่องจากภาษาอังกฤษเป็นภาษาสากลซึ่งสามารถแสดงถึงความทันสมัยสอดคล้องกับภาพลักษณ์ของกลุ่มเป้าหมายที่เป็นกลุ่มนักเรียน นักศึกษาและวัยทำงานตอนต้นซึ่งเป็นกลุ่มวัยรุ่นที่มีบุคลิกที่ทันสมัยได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ความหมายของชื่อร้านยังสามารถสื่อสารถึงคุณค่าหลักที่ร้าน Gift by Yourself ได้นำเสนอไปยังกลุ่มเป้าหมายได้อีกด้วย นั่นคือการนำเสนอบริการเกี่ยวกับของขวัญที่ลูกค้าสามารถประดิษฐ์ได้ด้วยตนเองซึ่งจะทำให้ลูกค้าสามารถมอบของขวัญที่แสดงถึงความตั้งใจ ความจริงใจ รวมถึงเป็นของขวัญที่มีเอกลักษณ์และมีความหมายพิเศษเฉพาะเจาะจงระหว่างผู้ให้และผู้รับแต่ละรายอีกด้วย

6.5.7.2 Brand Logo

แผนภาพที่ 6.2 : Brand Logo



ร้าน Gift by Yourself ได้จัดทำสัญลักษณ์ของร้านภายใต้แนวคิดของความจริงใจและความอบอุ่นและแฝงไปด้วยความทันสมัยเพื่อให้สอดคล้องกับบุคลิกของร้านและเพื่อให้สัญลักษณ์ดังกล่าวสามารถสื่อสารคุณค่าของร้านไปยังกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจน โดยสัญลักษณ์ดังกล่าวจะประกอบไปด้วยส่วนประกอบต่าง ๆ ดังนี้

- หัวใจ

เนื่องจากร้าน Gift by Yourself เป็นร้านที่เน้นคุณค่าเกี่ยวกับความจริงใจและความตั้งใจในการมอบของขวัญ ดังนั้นร้านจึงได้นำรูปหัวใจสีแดงมาเป็นส่วนประกอบในสัญลักษณ์ของร้านเพื่อเป็นตัวแทนของความจริงใจและความตั้งใจดังกล่าว โดยหัวใจที่เป็นส่วนประกอบนั้นจะเป็นหัวใจที่เกิดจากการวาดจึงเป็นตัวแทนของความจริงใจผ่านการประดิษฐ์ด้วยตนเอง

- วงกลม

สัญลักษณ์ของร้าน Gift by Yourself จะมีวงกลมสีฟ้าล้อมรอบรูปหัวใจซึ่งจะสร้างให้เกิดความรู้สึกที่อบอุ่นจากวงกลมซึ่งโอบล้อมหัวใจไว้พร้อมทั้งเป็นวงกลมสีฟ้าซึ่งเป็นสีแห่งความอบอุ่นอีกด้วย นอกจากนี้บริเวณขอบของวงกลมยังมีแสงเงาที่แสดงให้เห็นถึงความทันสมัยซึ่งจะช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ทันสมัยให้กับร้าน Gift by Yourself เพื่อให้สอดคล้องกับภาพลักษณ์ของกลุ่มเป้าหมายนั่นเอง

- ชื่อร้าน

สัญลักษณ์ของร้าน Gift by Yourself จะมีส่วนประกอบที่สำคัญอีกส่วนหนึ่งคือชื่อร้านเพื่อเป็นการสร้างการรับรู้และการจดจำในตราสินค้าของร้านให้กับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจนมากที่สุด โดยชื่อร้านดังกล่าวนั้นเลือกใช้ตัวหนังสือที่มีลักษณะโค้งมนเพื่อให้สอดคล้องกับส่วนประกอบอื่น ๆ ของสัญลักษณ์ นอกจากนี้ยังเลือกใช้ชื่อร้านเป็นสีครีมซึ่งเป็นสีที่แสดงถึงความอบอุ่น จริงใจและสดใสเหมาะสมกับวัยของกลุ่มเป้าหมายอีกด้วย

6.5.7.3 Brand Color

เนื่องจากร้าน Gift by Yourself มีบุคลิกที่อบอุ่นจริงใจและแฝงไปด้วยความทันสมัย บริษัทจึงเลือกใช้โทนสีฟ้าและสีครีมเป็นโทนสีหลักของร้าน เนื่องจากโทนสีทั้งสองสามารถสร้างความรู้สึกของความอบอุ่น ความจริงใจ ความสดใสและความทันสมัยได้ ซึ่งบริษัทจะทำการสร้างภาพลักษณ์และเสริมสร้างบรรยากาศของร้านผ่านโทนสีหลักทั้งสองสีนี้ เช่น การตกแต่งร้าน รูปแบบบรรจุภัณฑ์ เครื่องแบบพนักงาน เป็นต้น

6.5.7.4 Brand Package

ร้าน Gift by Yourself จะจัดเตรียมบรรจุภัณฑ์ที่แสดงถึงตราสินค้าและภาพลักษณ์ของร้านอย่างชัดเจนเพื่อเป็นการสร้างการรับรู้และการจดจำตราสินค้าของร้านกับกลุ่มเป้าหมาย โดยบรรจุภัณฑ์ดังกล่าวจะเป็นกล่องกระดาษขนาดต่าง ๆ ในโทนสีฟ้าและเหลือง ด้านบนของกล่องจะมีสัญลักษณ์ตราสินค้าของร้าน พร้อมทั้งที่อยู่และเบอร์ติดต่อของร้าน พร้อมกันนั้นร้านจะจัดเตรียม

แผนที่ร้านไว้บริเวณด้านล่างของกล่องอีกด้วย เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายสามารถมารับบริการจากทางร้านได้และยังทราบถึงช่องทางในการติดต่อกับร้านได้อย่างสะดวกอีกด้วย

สำหรับภายในบรรจุภัณฑ์จะบรรจุวัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ร้านได้จัดเตรียมให้กับลูกค้าเพื่อนำไปประดิษฐ์ของขวัญในรูปแบบของตนเองต่อไป ซึ่งก่อนที่พนักงานขายจะทำการจัดเรียงวัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ ลงในบรรจุภัณฑ์นั้น พนักงานขายจะจัดวางกระดาษแบบบางไว้บริเวณพื้นด้านล่างของกล่องและทำการจัดเรียงวัสดุอุปกรณ์ลงบนกระดาษแบบบางนั้น และเมื่อจัดเรียงวัสดุอุปกรณ์เรียบร้อยแล้วก็จะนำกระดาษแบบบางนั้นห่อปิดด้านบนอีกครั้งเพื่อเป็นการป้องกันการกระทบกระเทือนของวัสดุอุปกรณ์ซึ่งจะแสดงให้เห็นถึงความใส่ใจที่ร้านมอบให้กับลูกค้าอย่างจริงจังนั่นเอง

6.5.7.5 Brand Visual

ร้าน Gift by Yourself จะทำการสื่อสารถึงคุณค่า ภาพลักษณ์และบุคลิกของร้านไปยังกลุ่มเป้าหมายผ่านวัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ ซึ่งเป็นส่วนประกอบของร้านทุกชนิดที่จะสามารถผ่านไปยังกลุ่มเป้าหมาย ภายใต้สัญลักษณ์ โทนสี และรูปแบบที่สอดคล้องกับบุคลิกของร้าน เพื่อสร้างการรับรู้และการจดจำให้กับกลุ่มเป้าหมาย อีกทั้งยังเป็นการย้ำเตือนให้กับลูกค้าเก่าได้นึกถึงและกลับมาใช้บริการอีกครั้ง เช่น หนังสือคู่มือ สมุดภาพตัวอย่างของขวัญ โบนัสรับเงิน เป็นต้น

6.5.7.6 Brand Verbal

“Gift by Yourself , Make your gift in your own style”

บริษัทจะสื่อสารคุณค่าของร้านผ่านประโยค Brand Positioning Statement ซึ่งประกอบไปด้วยชื่อร้านและคุณค่าที่กลุ่มเป้าหมายจะได้รับจากร้านนั้นคือการประดิษฐ์ของขวัญด้วยตนเองในรูปแบบที่ต้องการ นอกจากนี้ร้านยังจะให้พนักงานขายสื่อสารประโยคดังกล่าวไปยังกลุ่มเป้าหมายโดยการกล่าวประโยคดังกล่าวเพื่อเป็นการต้อนรับลูกค้าที่เข้ามาเยี่ยมชมร้านว่า “Gift by Yourself, Make your gift in your own style สวัสดีครับ / ค่ะ” หรือกล่าวเป็นภาษาไทยว่า “Gift by Yourself มอบของขวัญแทนใจด้วยตัวคุณ สวัสดีครับ / ค่ะ”

6.6 กลยุทธ์การตลาด

สำหรับการดำเนินกลยุทธ์การตลาดเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาดและวัตถุประสงค์ขององค์กรนั้นสามารถแยกพิจารณาได้เป็น 7 กลยุทธ์หลักด้วยกัน นั่นคือกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ด้านราคา กลยุทธ์ด้านช่องทางจัดจำหน่าย กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด กลยุทธ์ด้านพนักงานผู้ให้บริการ กลยุทธ์ด้านกระบวนการให้บริการ และกลยุทธ์ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

6.6.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product & Service)

บริษัทได้จัดเตรียมสินค้าและบริการภายใต้กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ของบริษัทในหลาย ๆ ด้าน ดังต่อไปนี้

- *สินค้าและบริการที่มีความเป็นเอกลักษณ์และความหมายที่พิเศษเฉพาะเจาะจง*

เนื่องจากคุณค่าหลักที่สร้างความแตกต่างให้กับสินค้าและบริการของบริษัทนั้นคือคุณค่าในเรื่องของของขวัญที่มีความเป็นเอกลักษณ์และมีความหมายพิเศษเฉพาะเจาะจงระหว่างผู้ให้และผู้รับแต่ละราย และจากผลของการวิจัยตลาด ปัจจัยด้านลักษณะพิเศษของของขวัญตามตัวผู้รับเป็นปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดในการเลือกซื้อของขวัญ ดังนั้นบริษัทจึงได้จัดเตรียมสินค้าและบริการของร้านให้กับลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าสามารถประติษฐานของขวัญที่มีความเป็นเอกลักษณ์และมีความหมายพิเศษที่เฉพาะเจาะจงระหว่างผู้ให้และผู้รับแต่ละรายได้ด้วยตนเอง โดยเริ่มต้นตั้งแต่บริการการออกแบบของขวัญในรูปแบบของตนเอง การเลือกวัสดุในการประติษฐานต่าง ๆ ตามความต้องการ การจัดวางองค์ประกอบต่าง ๆ ที่มีความหมายพิเศษระหว่างผู้ให้และผู้รับ เช่น ภาพถ่าย คำพูด สัญลักษณ์ต่าง ๆ เป็นต้น รวมไปถึงการจัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์ในการประติษฐานของขวัญให้กับลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าสามารถประติษฐานของขวัญได้ด้วยตนเองได้อย่างสะดวกเพื่อมอบความรู้สึกดี ๆ ผ่านของขวัญชิ้นนั้นให้กับคนรอบข้างด้วยความจริงใจและความตั้งใจ

- *สินค้าและบริการที่สามารถอำนวยความสะดวกในการประติษฐานอย่างครบวงจร*

เนื่องจากบริษัทได้นำเสนอคุณค่าในเรื่องความสะดวกในการประติษฐานของขวัญด้วยตนเองในรูปแบบของตนเองให้กับกลุ่มเป้าหมาย ดังนั้นบริษัทจึงได้จัดเตรียมสินค้าและบริการของร้านโดยคำนึงถึงความสะดวกของลูกค้าในการประติษฐานของขวัญชิ้นนั้นเป็นสำคัญ นั่นคือร้านจะจัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ อย่างครบถ้วนให้กับลูกค้าพร้อมทั้งจัดเตรียมคู่มือการประติษฐานที่อธิบายขั้นตอนการประติษฐานอย่างละเอียดเพื่อให้ลูกค้าสามารถประติษฐานของขวัญได้อย่างง่ายดาย นอกจากนั้น

ร้านยังจัดเตรียมบริการในการให้คำแนะนำในทุกขั้นตอนอย่างครบวงจรตั้งแต่การออกแบบไปจนถึงขั้นตอนของการประดิษฐ์ เพื่อให้ร้านเปรียบเสมือนเป็นเพื่อนที่คอยอยู่เคียงข้างและให้คำแนะนำด้วยความจริงใจอยู่เสมอ

- **สินค้าและบริการที่มีคุณภาพ**

เนื่องจากจากผลการวิจัยตลาดพบว่าปัจจัยข้อหนึ่งที่กลุ่มเป้าหมายให้ความสำคัญเป็นอันดับต้น ๆ ในการเลือกซื้อของขวัญคือคุณภาพของสินค้า ดังนั้นบริษัทจึงได้จัดเตรียมสินค้าและบริการที่เปี่ยมไปด้วยคุณภาพ ทั้งในเรื่องของวัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ถูกคัดสรรอย่างดีและมีความทนทานเพื่อให้ของขวัญที่ประดิษฐ์ได้นั้นเป็นของขวัญที่มีความสวยงาม มีคุณภาพที่ดีและสามารถเก็บรักษาได้อย่างยาวนานเพื่อให้ผู้รับสามารถรำลึกถึงความทรงจำดี ๆ ได้ตลอดไป และร้านจะมีการตรวจสอบคุณภาพของสินค้าอยู่เสมอโดยร้านจะทำการตรวจสอบลักษณะของสินค้าและวัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ ก่อนที่จะนำมาเป็นส่วนประกอบในสินค้าของร้านให้วัตถุประสงค์ต่าง ๆ มีคุณภาพและเมื่อผู้จัดจำหน่ายนำสินค้ามาส่งพนักงานขายของร้านจะทำการตรวจสอบพิจารณาลักษณะของสินค้าโดยละเอียดก่อนทำการรับสินค้า อีกทั้งพนักงานของร้านจะหมั่นตรวจสอบคุณภาพวัสดุและสินค้าที่วางจำหน่ายในร้าน รวมทั้งสินค้าที่เก็บไว้ในคลังสินค้า โดยการตรวจสอบคุณภาพสินค้าภายในร้านนั้นจะมีการตรวจสอบสัปดาห์ละ 1 ครั้ง นอกจากนี้ร้านจะจัดทำแบบสำรวจความคิดเห็นด้านความพึงพอใจในคุณภาพสินค้า โดยให้ลูกค้าระบุประเภทสินค้าที่คิดว่าด้อยคุณภาพรวมถึงสินค้าหรือวัสดุที่ลูกค้าต้องการแนะนำให้ทางร้านนำเข้ามาจำหน่ายอีกด้วย

นอกจากนั้น ร้านยังจัดเตรียมบริการที่มีคุณภาพจากพนักงานขายที่เปี่ยมไปด้วยความจริงใจในการให้บริการอย่างเต็มที่เพื่อให้ลูกค้าได้รับคำแนะนำที่ดีที่สุด และยังมีบริการจัดเตรียมเครื่องมือในการให้คำแนะนำต่าง ๆ ระหว่างขั้นตอนในการให้บริการอีกด้วย เพื่อให้ลูกค้าสามารถรับบริการต่าง ๆ และเข้าใจขั้นตอนในการประดิษฐ์ของขวัญได้อย่างเต็มที่ เช่น การใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ในการแสดงตัวอย่างของขวัญที่มีภาพถ่ายของลูกค้าเพื่อจำลองภาพสำเร็จของของขวัญที่ประดิษฐ์เรียบร้อยแล้ว หรือแสดงภาพเคลื่อนไหวของขั้นตอนการประดิษฐ์ต่าง ๆ เพื่อให้ลูกค้าสามารถศึกษาเพิ่มเติมได้ด้วยตนเอง เป็นต้น

- **สินค้าและบริการที่มีความหลากหลาย**

เนื่องจากจากผลวิจัยตลาดนั้นพบว่าปัจจัยที่กลุ่มเป้าหมายให้ความสำคัญในการเลือกสถานที่ในการเลือกซื้อของขวัญคือความหลากหลายของสินค้า โดยมีกลุ่มเป้าหมายถึงร้อยละ 70 ที่ให้ความสำคัญกับปัจจัยดังกล่าวเป็นอันดับหนึ่ง ประกอบกับคุณค่าหลักของร้าน Gift by

Yourself นั้นจะมุ่งเน้นถึงของขวัญที่มีความเป็นเอกลักษณ์ ดังนั้นร้านจึงได้จัดเตรียมของขวัญประเภทต่าง ๆ เป็นจำนวนมากเพื่อให้เกิดความหลากหลายและสามารถสร้างเอกลักษณ์ให้กับของขวัญแต่ละชิ้นได้มากที่สุด นอกจากนี้ร้านจะมีการออกแบบของขวัญประเภทใหม่ ๆ เพื่อเป็นการเพิ่มทางเลือกให้กับลูกค้าตลอดเวลาซึ่งรวมถึงรูปแบบของขวัญแบบพิเศษสำหรับเทศกาลต่าง ๆ ระหว่างปีอีกด้วย โดยในช่วงแรกของการเปิดดำเนินงานร้านจะจัดเตรียมของขวัญประเภทต่าง ๆ ประมาณ 10 – 15 ประเภท โดยสินค้าประเภทต่าง ๆ นั้นจะสามารถแบ่งเป็น 4 กลุ่มตามลักษณะและวิธีการประดิษฐ์หลัก ๆ ดังต่อไปนี้

1. กลุ่มของขวัญที่ประดิษฐ์ขึ้นจากการนำวัสดุต่าง ๆ มาประกอบ ได้แก่
 - ครอบสติช
 - โมเสค
2. กลุ่มของขวัญที่ประดิษฐ์ขึ้นจากการลงสีหรือพิมพ์ลาย ได้แก่
 - เสื้อยืดลงสีหรือพิมพ์ลาย
 - ผ้าบาติกลงสี
 - แผ่นกระจกลงสี
 - ปลอกหมอนลงสีหรือพิมพ์ลาย
 - ภาชนะสำหรับใส่ดอกไม้ลงสี
3. กลุ่มของขวัญที่ประดิษฐ์ขึ้นจากการตัดเย็บ ได้แก่
 - ตุ๊กตาน้ำเพื่อน
 - ดอกไม้ประดิษฐ์หน้าเพื่อน
4. กลุ่มของขวัญที่ประดิษฐ์ขึ้นจากวิธีการประดิษฐ์หลายขั้นตอน ได้แก่
 - โคมไฟรูปแบบต่าง ๆ
 - Snow Globe
 - ปาจิงโกะ

(รายละเอียดของสินค้าแต่ละประเภท อุปกรณ์ในชุดของขวัญประดิษฐ์และวิธีการประดิษฐ์ อยู่ในภาคผนวกที่ 5 และ 6)

6.6.2 กลยุทธ์ด้านราคา (Price)

สำหรับการกำหนดกลยุทธ์ด้านราคาของร้าน Gift by Yourself นั้นจะคำนึงถึงปัจจัย 3 ปัจจัยหลักในการกำหนดระดับราคาสินค้า ดังนี้

- ปัจจัยด้านต้นทุนสินค้าและต้นทุนการดำเนินงาน

เนื่องจากหลักการพื้นฐานในการดำเนินธุรกิจนั้นคือการสร้างให้ธุรกิจเกิดกำไรเพื่อสร้างให้เกิดความมั่งคั่ง (Wealth) ให้กับผู้ถือหุ้น ดังนั้นการกำหนดระดับราคาสินค้าของร้าน Gift by Yourself จึงมีพื้นฐานจากต้นทุนสินค้าและต้นทุนการดำเนินงานของร้าน โดยร้านจะกำหนดระดับราคาสินค้าทุกชิ้นให้สูงกว่าต้นทุนสินค้าและต้นทุนการดำเนินงานของร้าน โดยกำหนดอัตรากำไร (% Margin) ต่ำที่สุดที่ 30% ของต้นทุนสินค้าเพื่อให้ครอบคลุมถึงต้นทุนสินค้าและต้นทุนการดำเนินงานโดยเฉลี่ยของสินค้าแต่ละชิ้นนั่นเอง

- ปัจจัยด้านระดับราคาของกลุ่มเป้าหมายยินดีจ่าย

เนื่องจากสินค้าประเภทของขวัญนั้นเป็นสินค้าที่มีกระบวนการตัดสินใจในการซื้อจากอารมณ์ (Emotion) มากกว่าการคำนึงถึงต้นทุนจริงของสินค้า (Function) นั่นคือหากกลุ่มเป้าหมายรู้สึกถึงความพึงพอใจในของขวัญชิ้นนั้น ๆ หรือรู้สึกว่าของขวัญชิ้นดังกล่าวจะสามารถเป็นตัวแทนในการสื่อสารความรู้สึกดี ๆ ไปยังผู้รับได้แล้ว และระดับราคาของของขวัญนั้นไม่สูงกว่าระดับราคาของกลุ่มเป้าหมายยินดีจ่าย กลุ่มเป้าหมายก็จะทำการตัดสินใจซื้อสินค้าชิ้นนั้นได้อย่างรวดเร็วยิ่งขึ้น ดังนั้นร้าน Gift by Yourself จึงได้นำระดับราคาของกลุ่มเป้าหมายยินดีจ่ายมาเป็นอีกปัจจัยหนึ่งในการกำหนดระดับราคาของสินค้า นอกเหนือจากปัจจัยในด้านต้นทุนเพื่อให้ระดับราคาดังกล่าวสอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น และจากผลการวิจัยจะเห็นว่าระดับราคาของของขวัญที่กลุ่มเป้าหมายกลุ่มใหญ่ที่สุดร้อยละ 63.8 มอบให้กับครอบครัวนั้นคือราคาโดยเฉลี่ยไม่เกินชิ้นละ 500 บาท ดังนั้นร้าน Gift by Yourself จึงพยายามกำหนดระดับราคาให้สอดคล้องกับระดับราคาของกลุ่มเป้าหมายยินดีจ่ายเพื่อให้เป็นระดับราคาที่เหมาะสมและดึงดูดใจกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด

- ปัจจัยด้านระดับราคาของคู่แข่ง

เนื่องจากร้าน Gift by Yourself ได้กำหนดตำแหน่งทางการตลาดให้เป็นผู้นำเสนอสินค้าและบริการเกี่ยวกับของขวัญที่มีความหมายพิเศษซึ่งสามารถแสดงถึงความตั้งใจและความจริงใจภายใต้ระดับราคาที่คุ้มค่าและอยู่ในระดับราคาเดียวกับคู่แข่งเพื่อให้เกิดความได้เปรียบในการ

แข่งขันนั้นคือร้าน Gift by Yourself จะสามารถนำเสนอสินค้าและบริการที่ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายแต่ละรายได้สูงกว่าคู่แข่งภายใต้ระดับราคาที่เหมาะสมนั่นเอง

จากปัจจัยดังกล่าว ทางร้านจะกำหนดราคาเฉลี่ยของสินค้าแต่ละประเภทดังนี้

ตารางที่ 6.1 : ราคาของสินค้าแต่ละประเภท

ประเภทของสินค้า	ราคาต่อชิ้น (บาท)
ครอบสติช	750
โมเสค	620
เสื่อยี่ดลงสี่	310
ผ้าบาติก	400
แผ่นกระจก	450
ปลอกหมอนพิมพ์ลาย	400
ภาชนะสำหรับใส่ดอกไม้	350
ตุ๊กตา	500
ดอกไม้ประดิษฐ์	350
โคมไฟ	475
ปาจิงโกะ	500
Snow Globe	500

หมายเหตุ : รายละเอียดของสินค้าแต่ละประเภท ราคาของสินค้า และวิธีการประดิษฐ์อยู่ในภาคผนวกที่ 5

6.6.3 กลยุทธ์ด้านช่องทางจัดจำหน่าย (Place)

ร้าน Gift by Yourself ได้จัดเตรียมช่องทางในการให้บริการลูกค้าไว้ทั้งหมด 2 ช่องทางด้วยกันเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายสามารถเลือกใช้บริการของร้านได้โดยสะดวกยิ่งขึ้นและเพื่อให้ร้าน Gift by Yourself สามารถเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้มากยิ่งขึ้น ซึ่งช่องทางจัดจำหน่ายทั้งสองช่องทางนั้น ได้แก่

- ร้าน Gift by Yourself

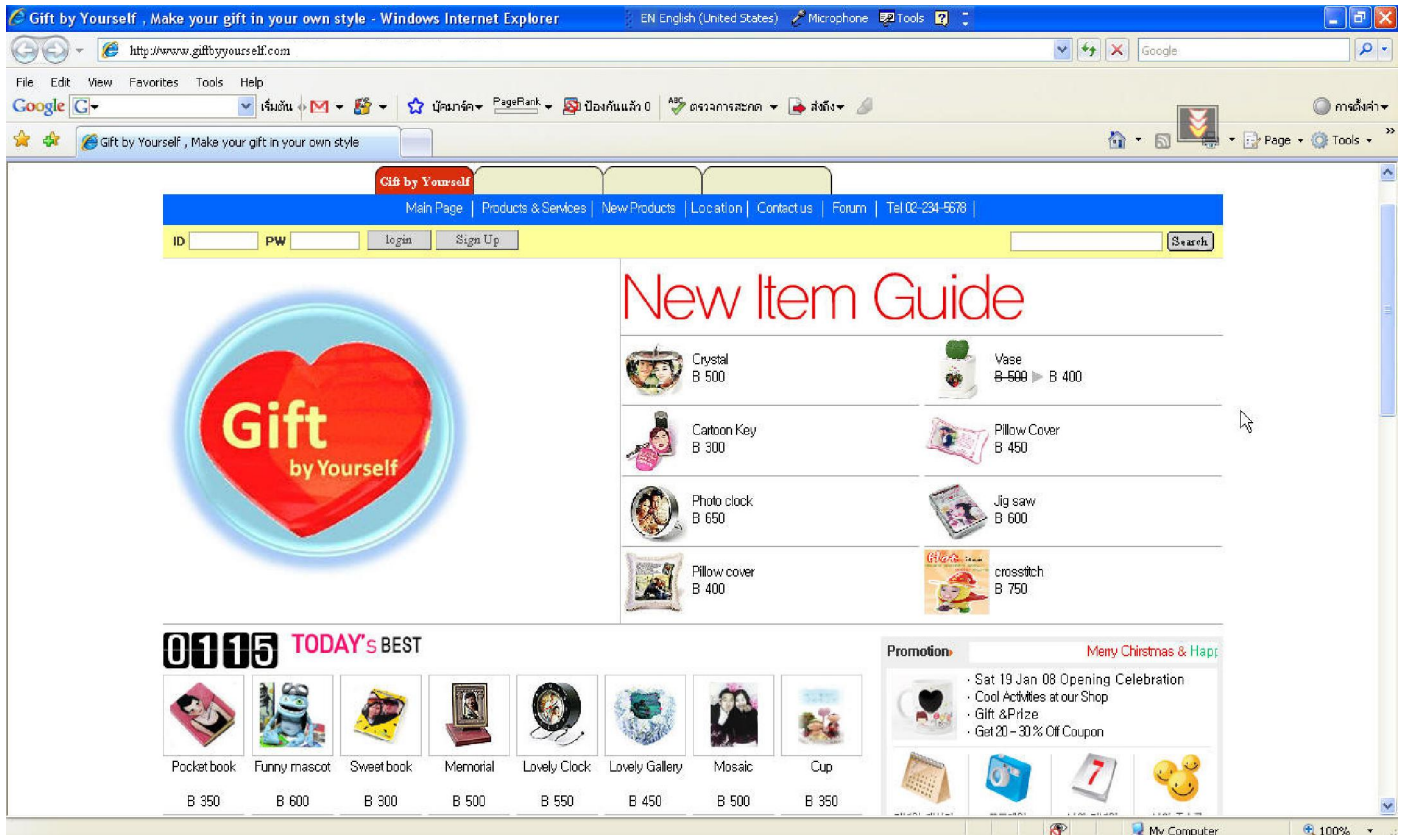
บริษัทจะจัดตั้งร้าน Gift by Yourself ขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายหลักของบริษัทเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายสามารถเข้ามาใช้บริการของร้านได้โดยสะดวก นอกจากนี้ยังมีวัตถุประสงค์ในการสื่อสารคุณค่าและภาพลักษณ์ของร้านผ่านร้าน Gift by Yourself อีกด้วยโดยผ่านบรรยากาศอันแสนอบอุ่นจริงใจของการตกแต่งร้านด้วยรูปแบบและโทนสี

ที่อบอุ่นและกลุ่มเป้าหมายยังสามารถสัมผัสตัวอย่างสินค้าจริงที่จัดวางโชว์ภายในร้านอีกด้วยเพื่อช่วยให้กลุ่มเป้าหมายสามารถจินตนาการถึงของขวัญในรูปแบบของตนเองได้ชัดเจนยิ่งขึ้น รวมไปถึงมีการจัดเตรียมอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ช่วยให้กลุ่มเป้าหมายสามารถทดลองออกแบบของขวัญของตนเองได้ เช่น คอมพิวเตอร์ เป็นต้น นอกจากนี้ภายในร้านยังมีพนักงานขายที่สุภาพและพร้อมที่จะให้บริการอย่างเต็มที่กับกลุ่มเป้าหมายและยังคอยให้คำแนะนำเกี่ยวกับขั้นตอนต่าง ๆ ในการประดิษฐ์ของขวัญอีกด้วย ซึ่งจะช่วยให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกที่ดีต่อร้าน Gift by Yourself และใช้บริการของร้านต่อไป

สำหรับพื้นที่ที่จะทำการจัดตั้งร้าน Gift by Yourself นั้นจะอยู่ในบริเวณที่กลุ่มเป้าหมายสามารถสังเกตเห็นได้อย่างชัดเจนและเป็นบริเวณที่กลุ่มเป้าหมายมักมาทำกิจกรรมต่าง ๆ เป็นประจำเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายสามารถรับรู้ถึงบริการของร้าน Gift by Yourself ได้และยังสามารถแวะเยี่ยมชมและใช้บริการของร้านได้โดยสะดวกอีกด้วย โดยแม้ว่าจากผลวิจัยตลาดจะพบว่าสถานที่ที่กลุ่มเป้าหมายมักไปเลือกซื้อของขวัญเป็นอันดับต้น ๆ คือ ร้าน Loft จตุจักร และห้างสรรพสินค้า แต่ในเบื้องต้นบริษัทจะจัดตั้งร้านในพื้นที่บริเวณสยามสแควร์เนื่องจากเป้าหมายทางการตลาดในช่วงเริ่มต้นของการดำเนินธุรกิจคือการสร้างความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับสินค้าประเภทของขวัญประดิษฐ์ (Product Awareness) และการสร้างให้กลุ่มเป้าหมายรู้จักและคุ้นเคยกับตราสินค้า Gift by Yourself (Brand Awareness) ซึ่งบริเวณสยามสแควร์เป็นบริเวณที่มีกลุ่มเป้าหมายจำนวนมากผ่านไปมาอยู่เป็นประจำ จึงทำให้เป็นการสร้างโอกาสให้กลุ่มเป้าหมายรู้จักและคุ้นเคยต่อบริการและตราสินค้าของร้านมากขึ้นเพื่อให้สามารถบรรลุเป้าหมายทางการตลาดได้ อีกทั้งยังเป็นเป็นการสร้างโอกาสให้กลุ่มเป้าหมายมาใช้บริการของร้านได้มากยิ่งขึ้นอีกด้วย นอกจากนี้หลังจากที่กลุ่มเป้าหมายเกิดความคุ้นเคยกับบริการและตราสินค้าของร้านแล้ว บริษัทยังมีแผนการในการขยายร้านไปยังสถานที่ต่าง ๆ ที่กลุ่มเป้าหมายมักไปเลือกซื้อของขวัญต่อไปในอนาคตอีกด้วย

- เว็บไซต์ www.giftbyyourself.com

แผนภาพที่ 6.3 : เว็บไซต์ของร้าน



สำหรับเว็บไซต์ของร้านนั้นมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเพิ่มความสะดวกให้กับกลุ่มเป้าหมายในการค้นหาข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับสินค้าและบริการของร้าน เช่น ประเภทสินค้าและบริการของร้าน วิธีโอเอสไอตีวิธีการประดิษฐ์ของขวัญแต่ละประเภท ภาพจำลองของของขวัญที่ให้กลุ่มเป้าหมายสามารถนำภาพถ่ายของตนเองใส่ในของขวัญแต่ละประเภทเพื่อดูภาพสำเร็จของของขวัญที่ประดิษฐ์เรียบร้อยแล้ว เป็นต้น นอกจากนี้ลูกค้ายังสามารถส่งสินค้าผ่านทางเว็บไซต์เพื่อให้ร้านจัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์หรือประดิษฐ์ของขวัญตามที่ต้องการและจัดส่งสินค้านั้นไปให้ลูกค้าทางไปรษณีย์ได้ และร้านยังมีการจัดเตรียมเกร็ดความรู้และเคล็ดลับต่าง ๆ เกี่ยวกับของขวัญต่าง ๆ ให้กับผู้เข้าชมเว็บไซต์เพื่อเพิ่มความน่าสนใจให้กับเว็บไซต์ของร้านอีกด้วย เช่น วิธีการเลือกซื้อของขวัญตามวันเกิด เป็นต้น

6.6.4 กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

- **การโฆษณา (Advertising) และการประชาสัมพันธ์ (Public Relations)**

เนื่องจากธุรกิจบริการเกี่ยวกับของขวัญประดิษฐ์ด้วยตนเองนั้นเป็นธุรกิจรูปแบบใหม่ อีกทั้งร้าน Gift by Yourself ยังเปิดทำการเป็นครั้งแรก ดังนั้นร้านจึงได้จัดเตรียมการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เพื่อสื่อสารให้กลุ่มเป้าหมายได้รับรู้ถึงลักษณะของบริการรูปแบบใหม่นี้ รวมไปถึงรับรู้ถึงตราสินค้าของร้าน Gift by Yourself อีกด้วย นอกจากนี้ยังเป็นการเชิญชวนให้กลุ่มเป้าหมายมาทดลองใช้บริการของร้าน โดยร้านจะแบ่งช่วงของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์เป็น 2 ช่วงด้วยกัน นั่นคือ

- **ช่วงก่อนเปิดร้าน**

เนื่องจากร้าน Gift by Yourself เพิ่งเปิดดำเนินการเป็นครั้งแรก ร้านจึงได้จัดเตรียมกิจกรรมต่าง ๆ สำหรับการเปิดตัวร้านวันแรกเพื่อเป็นการเชิญชวนให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความสนใจในบริการของร้านและเข้าเยี่ยมชมร้าน ดังนั้นร้านจึงมีการจัดเตรียมการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ในช่วง 2 สัปดาห์ก่อนเปิดร้าน เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้รับรู้ถึงข้อมูลเบื้องต้นของธุรกิจและของร้าน Gift by Yourself รวมถึงเชิญชวนให้กลุ่มเป้าหมายเข้าร่วมกิจกรรมของร้านในวันเปิดร้านอีกด้วย โดยร้านจะจัดเตรียมแผ่นพับและโปสเตอร์ซึ่งระบุถึงชื่อร้าน สถานที่ตั้งของร้าน ลักษณะบริการของร้าน กำหนดการและกิจกรรมต่าง ๆ ในวันเปิดร้าน รวมถึงชิ้นส่วนสำหรับรับของที่ระลึกภายในงานเพื่อเชิญชวนให้กลุ่มเป้าหมายมาร่วมกิจกรรม โดยร้านจะทำการแจกแผ่นพับให้กับกลุ่มเป้าหมายและติดโปสเตอร์ดังกล่าวภายในบริเวณสยามสแควร์ โรงเรียน มหาวิทยาลัยและสถาบันศึกษาในบริเวณใกล้เคียง นอกจากนี้ร้านจะยังมีการโฆษณาผ่านป้ายโฆษณาในบริเวณสยามสแควร์เพื่อสื่อสารให้กลุ่มเป้าหมายจำนวนมากที่เดินเล่นบริเวณนั้นสามารถรับรู้ถึงตราสินค้าของร้านและรับรู้ถึงกิจกรรมในวันเปิดร้านอีกด้วย

- **ช่วงหลังจากร้านเปิดดำเนินการแล้ว**

หลังจากที่ร้าน Gift by Yourself ได้เปิดดำเนินการแล้ว ร้านจะยังคงดำเนินการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการรับรู้และเกิดความคุ้นเคยกับบริการและตราสินค้าของร้าน Gift by Yourself อย่างต่อเนื่อง และยังเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ถึงสินค้า บริการ กิจกรรมต่าง ๆ และรายการส่งเสริม

การขายใหม่ ๆ ของร้าน โดยร้านจะยังคงทำการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อรูปแบบเดิม นั่นคือแผ่นพับ โปสเตอร์และป้ายโฆษณาในบริเวณสยามแสควร์และสถาบันศึกษาบริเวณใกล้เคียง

- **กิจกรรมเปิดตัวร้าน Gift by Yourself**

ร้าน Gift by Yourself จะมีการจัดเตรียมกิจกรรมต่าง ๆ ในวันเปิดดำเนินการวันแรก โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเป็นการสร้างการรับรู้ สร้างความเข้าใจในบริการของร้าน สร้างการรับรู้ถึงตราสินค้าของร้าน Gift by Yourself และสร้างให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงการเปิดโอกาสให้กับกลุ่มเป้าหมายได้มาร่วมสัมผัสบรรยากาศและบริการต่าง ๆ ของร้าน ซึ่งกิจกรรมต่าง ๆ ในวันเปิดร้านมีดังต่อไปนี้

- **กิจกรรมทดลองประดิษฐ์ของที่ระลึกด้วยตนเอง**

ร้านจะจัดเตรียมกิจกรรมให้กับกลุ่มเป้าหมายได้ทดลองประดิษฐ์ของขวัญอย่างง่ายด้วยตนเอง เช่น พวงกุญแจ โดยร้านจะจัดเตรียมกล้องถ่ายรูปเพื่อถ่ายรูปกลุ่มเป้าหมายที่มาร่วมกิจกรรม รวมถึงให้กลุ่มเป้าหมายระบุข้อความที่ต้องการใส่ในพวงกุญแจ จากนั้นร้านจะนำวัสดุอุปกรณ์สำหรับการประดิษฐ์ให้กับกลุ่มเป้าหมายเพื่อทดลองประดิษฐ์ด้วยตนเองภายในงาน โดยจะมีพนักงานคอยให้คำแนะนำในการประดิษฐ์ ซึ่งเมื่อกลุ่มเป้าหมายประดิษฐ์เรียบร้อยแล้วก็จะได้ของที่ระลึกเป็นพวงกุญแจที่มีภาพถ่ายและข้อความของตนเองบนพวงกุญแจนั้น โดยกิจกรรมดังกล่าวนี้ นอกจากจะเป็นกิจกรรมสำหรับการดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมายแล้ว กิจกรรมดังกล่าวยังสามารถสร้างให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการรับรู้และเข้าใจในบริการของร้านได้ในเวลาอันรวดเร็วโดยการให้กลุ่มเป้าหมายได้สัมผัสกับบริการของร้านโดยตรงด้วยตนเอง ซึ่งจะเป็นการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความรู้สึกที่ดีต่อร้านและกลับมาใช้บริการของร้านในครั้งต่อไป

- **กิจกรรมจับคู่ของขวัญ**

ร้านจะจัดเตรียมกิจกรรมให้กลุ่มเป้าหมายที่เข้าร่วมกิจกรรมวันเปิดร้านได้ส่งของขวัญชิ้นกับร้าน โดยให้กลุ่มเป้าหมายกรอกรายละเอียดส่วนบุคคลลงในคูปอง เช่น ชื่อ ที่อยู่ เบอร์ติดต่อ แล้วหย่อนคูปองดังกล่าวใส่กล่องเพื่อรอลุ้นการจับรางวัลต่อไป โดยรางวัลดังกล่าวจะเป็นชุดเซทของขวัญที่ร้านจัดเตรียมให้นั่นเองเพื่อเป็นการเปิดโอกาสให้กลุ่มเป้าหมายได้ทดลองประดิษฐ์ของขวัญด้วยตนเอง ซึ่งวัตถุประสงค์

หลักของกิจกรรมดังกล่าวคือการเก็บข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มเป้าหมายที่เข้าร่วมกิจกรรมของร้าน เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายที่เข้าร่วมกิจกรรมของร้านนั้นเป็นกลุ่มที่ให้ความสนใจกับบริการของร้านในระดับหนึ่งประกอบกับกลุ่มเป้าหมายดังกล่าวยังคงได้สัมผัสกับบริการของร้านด้วยตนเองผ่านกิจกรรมการประดิษฐ์ของที่ระลึก ดังนั้นกลุ่มเป้าหมายดังกล่าวจึงมีการรับรู้และมีความเข้าใจในบริการของร้าน จึงทำให้กลุ่มเป้าหมายนี้มีโอกาสในการกลับมาใช้บริการของร้านเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้เนื่องจากร้าน Gift by Yourself นั้นเปิดทำการเป็นครั้งแรกจึงต้องจัดหาฐานข้อมูลลูกค้าเพื่อทำการสื่อสารข้อมูลต่าง ๆ และเชิญชวนให้กลุ่มเป้าหมายมาใช้บริการของร้านต่อไป โดยเมื่อร้านได้รับข้อมูลดังกล่าวเรียบร้อยแล้ว ร้านจะทำการส่งจดหมายข่าวสารต่าง ๆ (Direct Mail) ของร้านไปยังกลุ่มเป้าหมายดังกล่าวเพื่อเป็นการย้ำเตือนถึงบริการของร้านอย่างต่อเนื่อง รวมถึงเป็นการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการรูปแบบใหม่ ๆ ของร้าน กิจกรรมของร้าน และรายการส่งเสริมการขายต่าง ๆ เพื่อเชิญชวนให้กลุ่มเป้าหมายดังกล่าวมาใช้บริการ อีกทั้งยังเป็นการกระจายข่าวสารถึงกลุ่มเป้าหมายอื่น ๆ ผ่านกลุ่มเป้าหมายกลุ่มนี้อีกด้วย

▪ รายการส่งเสริมการขายพิเศษ

ร้านจะจัดเตรียมรายการส่งเสริมการขายพิเศษสำหรับกลุ่มเป้าหมายที่ใช้บริการของร้านภายในงานเปิดร้าน เช่น การมอบส่วนลด การแถมสินค้าอื่น เป็นต้น ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวนี้มีวัตถุประสงค์หลักในการดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้ทดลองใช้บริการของร้านเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายสามารถรับรู้และเข้าใจถึงบริการของร้านได้ดียิ่งขึ้น รวมถึงสามารถจดจำตราสินค้าของร้านได้อย่างดีและกลับมาใช้บริการอีกครั้ง โดยร้านจะเชิญชวนให้กลุ่มเป้าหมายตัดสินใจใช้บริการภายในงานโดยนำเสนอส่วนลดและของแถมต่าง ๆ แต่ร้านจะหลีกเลี่ยงการเชิญชวนในลักษณะของการพยายามสร้างยอดขาย (Hard Sales) เนื่องจากจะทำให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความรู้สึกและประสบการณ์ที่ไม่ดีต่อร้านต่อไปได้ อีกทั้งกิจกรรมดังกล่าวมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อสร้างการรับรู้และความเข้าใจของสินค้าและบริการรวมถึงตราสินค้าในกลุ่มเป้าหมาย แต่ไม่ได้มีวัตถุประสงค์หลักในการสร้างยอดขาย และหากกลุ่มเป้าหมายยังไม่พร้อมที่จะใช้บริการด้วยเหตุผลต่าง ๆ เช่น ไม่ได้นำภาพถ่ายมาด้วย หรือยังไม่ถึงโอกาสที่จะมอบของขวัญ ร้านก็จะนำเสนอคู่มือพร้อมส่วนลดหรือของแถมให้กับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายซื้อคู่มือดังกล่าวเพื่อนำกลับมาใช้บริการภายหลังอีกครั้ง

- **กิจกรรมตามเทศกาลต่าง ๆ**

เนื่องจากในเทศกาลต่าง ๆ ระหว่างปีนั้นเป็นโอกาสสำคัญที่กลุ่มเป้าหมายจะทำการมอบของขวัญให้กับบุคคลรอบข้าง ดังนั้นจึงเป็นช่วงเวลาสำคัญที่ร้านควรจะทำ การนำเสนอสินค้าและบริการของร้านให้กับกลุ่มเป้าหมายให้ได้มากที่สุดเพื่อให้ลูกค้าตระหนักถึงสินค้าและบริการของร้านและเลือกใช้บริการกับร้านต่อไป ดังนั้นร้านจึงจะทำการจัดเตรียมสินค้าและบริการในรูปแบบใหม่ ๆ เพื่อให้สอดคล้องกับเทศกาลต่าง ๆ ระหว่างปี เช่น เทศกาลปีใหม่ เทศกาลวาเลนไทน์ เทศกาลรับปริญญา เป็นต้น นอกจากนี้ร้านยังจะจัดเตรียมกิจกรรมตามเทศกาลต่าง ๆ อีกด้วยเพื่อเป็นการดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้มาร่วมกิจกรรมของร้านเพื่อเกิดความคุ้นเคย เกิดการจดจำ และเลือกใช้บริการของร้านในที่สุด

- **กิจกรรมการประกวดแนวคิดการประดิษฐ์ของขวัญ**

เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายของร้านเป็นกลุ่มวัยรุ่นซึ่งเป็นวัยที่เปี่ยมไปด้วยความคิดสร้างสรรค์ ความมีเอกลักษณ์ของตนเองและต้องการสร้างการยอมรับเพื่อให้เกิดความภาคภูมิใจในตนเอง ดังนั้นร้านจึงได้จัดเตรียมกิจกรรมการประกวดแนวคิดการประดิษฐ์ของขวัญเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายสามารถแสดงแนวคิดสร้างสรรค์ของตนเองได้อย่างเต็มที่ โดยร้านจะตัดสินผู้ชนะจากการตัดสินของคณะกรรมการประกอบด้วยคะแนนเสียง (Vote) ของกลุ่มเป้าหมายด้วยและร้านจะนำแนวคิดการประดิษฐ์ที่ได้รับรางวัลอันดับ 1 – 3 มาเป็นสินค้าที่จัดจำหน่ายในร้านต่อไป พร้อมทั้งมอบทุนการศึกษาเป็นรางวัลสำหรับการประกวดในครั้งนี้ ซึ่งจะเห็นได้ว่ากิจกรรมดังกล่าวนี้นอกจากจะเป็นการส่งเสริมให้กลุ่มเป้าหมายได้มีส่วนร่วมกับร้านแล้ว ยังเป็นการสร้างให้ผู้ประกวดที่เป็นกลุ่มเป้าหมายรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของร้านและมีความภูมิใจในแนวคิดของตนโดยเฉพาะอย่างยิ่งกับผู้ประกวดที่ได้รับรางวัล นอกจากนี้ยังเป็นการสร้างการรับรู้ให้กับตราสินค้าของร้านในกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น เพราะนอกจากผู้เข้าร่วมประกวดแล้วก็ยังมีบุคคลรอบข้างผู้ประกวดที่จะได้รับรู้ถึงบริการของร้านและตราสินค้าของร้านผ่านผู้ประกวดนั่นเอง และยังเป็น การดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมายอื่น ๆ ให้เข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าวด้วยการให้คะแนนกับผู้เข้าประกวดพร้อมทั้งเยี่ยมชมแนวคิดที่น่าสนใจต่าง ๆ ของผู้ประกวด และยังทำให้ร้านสามารถสร้างสรรค์สินค้าใหม่ ๆ ที่ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้อีกด้วย

- **กิจกรรมนอกสถานที่ต่าง ๆ**

เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายของร้าน Gift by Yourself นั้นเป็นกลุ่มนักเรียน นักศึกษา และกลุ่มวัยทำงานตอนต้นซึ่งกระจายอยู่ตามบริเวณต่าง ๆ ดังนั้นเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ถึงบริการของร้านได้อย่างทั่วถึงและครอบคลุมมากยิ่งขึ้น ร้านจึงได้จัดเตรียมกิจกรรมนอกสถานที่ต่าง ๆ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้ได้มากที่สุด เช่น การจัดกิจกรรมตามสถาบันการศึกษาต่าง ๆ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายในแต่ละสถาบันได้สัมผัสกับบริการของร้านผ่านการประดิษฐ์ของที่ระลึกอย่างง่ายด้วยตนเอง ซึ่งการจัดกิจกรรมนอกสถานที่ดังกล่าวนี้จะช่วยให้กลุ่มเป้าหมายในแต่ละสถาบันสามารถเข้าร่วมกิจกรรมได้โดยสะดวกยิ่งขึ้น

- **การสนับสนุนกิจกรรมของกลุ่มเป้าหมาย**

เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายของร้านเป็นกลุ่มนักเรียน นักศึกษา และกลุ่มวัยทำงานตอนต้น ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ มากมาย เช่น กิจกรรมรับน้อง งานรับปริญญา งานแข่งขันกีฬาระหว่างสถาบัน เป็นต้น ดังนั้นร้านจึงได้จัดเตรียมงบประมาณในการสนับสนุนกิจกรรมดังกล่าวของกลุ่มเป้าหมายเพื่อสร้างให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีกับร้านและยังเป็นการสร้างการรับรู้และการตระหนักถึงตราสินค้าของร้านให้กับกลุ่มเป้าหมายได้โดยตรงอีกด้วย และนอกจากที่ร้านจะสนับสนุนกิจกรรมของสถาบันของกลุ่มเป้าหมายแล้ว ร้านยังจัดเตรียมงบประมาณในการสนับสนุนการจัดกิจกรรมนอกสถาบันของกลุ่มเป้าหมายอีกด้วย เช่น การสนับสนุนการจัดพื้นที่จำหน่ายสินค้าประดิษฐ์ (Hand – made) ของกลุ่มนักเรียน นักศึกษา ในบริเวณสยามสแควร์ หรือ “งานอินดี้ อินทาวน์” ซึ่งจะจัดขึ้นบริเวณสยามสแควร์เป็นประจำทุกวันศุกร์ ซึ่งงานดังกล่าวนี้มีแนวคิดที่สอดคล้องกับลักษณะธุรกิจของร้านและยังมีกลุ่มเป้าหมายจำนวนมากเข้าร่วมกิจกรรมนี้ ดังนั้นการสนับสนุนกิจกรรมดังกล่าวจึงจะช่วยสร้างการรับรู้ในตราสินค้าให้เกิดขึ้นในกลุ่มเป้าหมายจำนวนมากนี้ได้

- **รายการส่งเสริมการขาย**

ร้าน Gift by Yourself ได้มีการจัดเตรียมกิจกรรมส่งเสริมการขายต่าง ๆ ตลอดปี โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงเทศกาลต่าง ๆ เพื่อเป็นการดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมายเพื่อทำให้กลุ่มเป้าหมายสามารถตัดสินใจใช้บริการของร้านได้อย่างง่ายยิ่งขึ้น โดยร้านจะ

จัดเตรียมรายการส่งเสริมการขายที่กลุ่มเป้าหมายให้ความสนใจตามผลวิจัยตลาด ดังต่อไปนี้

- *การมอบส่วนลด*

ร้าน Gift by Yourself จะมอบส่วนลดให้กับกลุ่มเป้าหมายในช่วงที่ไม่ใช่ช่วงเทศกาล(Low Season) เป็นหลัก เพื่อเป็นการกระตุ้นยอดขายในช่วงดังกล่าวให้กลุ่มเป้าหมายรู้สึกสนใจที่จะมาใช้บริการของร้าน

- *การมอบของที่ระลึก*

ร้าน Gift by Yourself จะจัดเตรียมของที่ระลึกให้กับลูกค้าในกรณีที่ซื้อสินค้าของร้านครบตามที่กำหนด โดยของที่ระลึกดังกล่าวจะเป็นของที่ร้านประดิษฐ์ด้วยตนเอง เพื่อเป็นการย้ำเตือนถึงสินค้าและบริการของร้านให้กับลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าได้นึกถึงร้าน Gift by Yourself อยู่เสมอ

- *การสะสมแต้ม*

ร้าน Gift by Yourself จะมีการจัดเตรียมระบบในการสะสมแต้มให้กับลูกค้า โดยเมื่อลูกค้าใช้บริการของร้านครบ 300 บาท ลูกค้าจะได้รับแสตมป์ 1 ดวง และเมื่อลูกค้าสะสมครบ 10 ดวงก็จะได้รับของที่ระลึกพร้อมทั้งได้รับส่วนลดในครั้งต่อไปจำนวน 10% ซึ่งระบบดังกล่าวจะเป็นการส่งเสริมให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการของร้านจนเกิดความผูกพัน (Brand Loyalty) กับร้านต่อไป และกลุ่มเป้าหมายยังอาจเชิญชวนเพื่อนหรือบุคคลรอบข้างให้มาใช้บริการร่วมกันอีกด้วย

- *การจัดชุดของขวัญคู่ (Duo Package / Couple Package)*

สำหรับสินค้าบางประเภทของร้านที่สามารถนำไปใช้เป็คู่เพื่อสร้างให้เกิดความน่ารัก เก๋ไก๋ได้นั้น ร้านจะจัดเตรียมการจัดชุดของขวัญคู่ในราคาพิเศษเพื่อกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความสนใจที่จะซื้อสินค้า 2 ชิ้นมากกว่าซื้อชิ้นเดียว เช่น เสื้อยืดดองสีคู่ ปลอกหมอนคู่ เป็นต้น

- *การจัดชุดของขวัญ (Set Package)*

สำหรับสินค้าบางประเภทของร้านที่สามารถจัดชุดเพื่อนำไปใช้ด้วยกันได้นั้น ร้านจะจัดเตรียมการจัดชุดของขวัญดังกล่าวในราคาพิเศษเพื่อกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมาย

เกิดความสนใจซื้อสินค้าหลายชิ้นมากกว่าซื้อชิ้นเดียว เช่น แจกันลงสีกับดอกไม้ประดิษฐ์หน้าเพื่อน กรอบรูปโมเสคและกระจกลงสี เป็นต้น

- **การสมัครสมาชิก**

ร้าน Gift by Yourself จะจัดเตรียมระบบสมาชิกให้กับลูกค้าโดยจะมอบสิทธิพิเศษต่าง ๆ ให้กับสมาชิกของร้าน เช่น การสะสมแต้ม สิทธิในการเข้าร่วมงานสัมมนาเชิงปฏิบัติการ (Workshop) เกี่ยวกับการประดิษฐ์ของขวัญด้วยตนเอง ซึ่งร้านจะเชิญวิทยากรที่เป็นผู้มีความเชี่ยวชาญในการประดิษฐ์มาสอนวิธีการประดิษฐ์สิ่งของต่าง ๆ ด้วยตนเอง เป็นต้น ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวนั้นจะเป็นการสร้างให้เกิดสังคม (Community) ของนักประดิษฐ์ขึ้นเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และข่าวสารต่าง ๆ เกี่ยวกับการประดิษฐ์ ซึ่งจะทำให้กลุ่มลูกค้าดังกล่าวเกิดความผูกพัน (Brand Loyalty) กับร้านเพิ่มมากขึ้น พร้อมทั้งลูกค้ายังสามารถสะสมแต้มจากการใช้บริการของร้านในแต่ละครั้งซึ่งจะทำให้ลูกค้ามีความสนใจที่จะกลับมาใช้บริการอีกครั้ง นอกจากนี้ระบบสมาชิกยังส่งเสริมให้ร้านสามารถเก็บข้อมูลต่าง ๆ ของลูกค้าทุกรายเพื่อทำการประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่าง ๆ ให้กับกลุ่มลูกค้าดังกล่าวได้ รวมทั้งสามารถนำข้อมูลของลูกค้ามาวิเคราะห์ถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคเพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนาและปรับปรุงร้านต่อไปอีกด้วย

- **การแนะนำเพื่อน**

ร้าน Gift by Yourself จะมีการจัดเตรียมโปรแกรม “เพื่อนแนะนำเพื่อน” ให้กับกลุ่มเป้าหมาย นั่นคือหากกลุ่มเป้าหมายแนะนำเพื่อนหรือคนรู้จักให้มาใช้บริการที่ร้านร้านจะมอบส่วนลดในการใช้บริการให้กับทั้งผู้แนะนำและเพื่อนเพื่อเป็นการดึงดูดให้กลุ่มเป้าหมายรู้สึกสนใจในบริการของร้านมากยิ่งขึ้น ซึ่งจากโปรแกรดังกล่าวจะทำให้ร้านสามารถเชิญชวนให้ลูกค้าใหม่มาทดลองใช้บริการของร้านได้ตลอดเวลาผ่านคำบอกเล่าและเชิญชวนของลูกค้าเก่าซึ่งเป็นบุคคลอ้างอิงที่น่าเชื่อถือเนื่องจากเคยมีประสบการณ์ในการใช้บริการของร้านมาแล้ว และยังเป็นบุคคลที่รู้จักกับกลุ่มเป้าหมาย ดังนั้นจึงทำให้เกิดความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

- **การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต (Internet Marketing)**

เนื่องจากในปัจจุบันการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตมีความสำคัญมากขึ้น อีกทั้งกลุ่มเป้าหมายของร้านโดยมากมีการสื่อสารและค้นหาข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ตเป็นประจำ และช่องทางจัดจำหน่ายของร้านช่องทางหนึ่งก็เป็นช่องทางด้านเว็บไซต์ ดังนั้นร้านจึงมี

การจัดเตรียมการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ตผ่านเว็บไซต์ต่าง ๆ เช่น การโฆษณาผ่านเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับของขวัญ หรือเว็บไซต์วาไรตี้ต่าง ๆ ที่กลุ่มเป้าหมายมักใช้บริการเป็นประจำ เช่น www.sanook.com เป็นต้น เพื่อสร้างการรับรู้ในตราสินค้าให้กับกลุ่มเป้าหมาย นอกจากนี้ยังเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายสามารถเข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์ของร้านผ่านโฆษณาดังกล่าว (Link) ได้อีกด้วย นอกจากนี้ร้านยังจะทำการโฆษณาในเว็บไซต์ที่เป็นเว็บไซต์ค้นหา (Search Engine) ต่าง ๆ อีกด้วย เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายของร้านมักทำการหาข้อมูลต่าง ๆ ทางอินเทอร์เน็ต ดังนั้นการโฆษณาในเว็บไซต์ค้นหาดังกล่าวนั้นจะช่วยเพิ่มความสะดวกให้กับกลุ่มเป้าหมายในการค้นพบบริการของร้านและเข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์ของร้านจนเกิดความสนใจและใช้บริการในที่สุด และเพื่อเป็นการกระจายข้อมูลไปยังกลุ่มเป้าหมายกลุ่มใหญ่เกี่ยวกับลักษณะธุรกิจของร้าน วิธีการใช้บริการของร้าน รวมถึงข้อมูลต่าง ๆ ของร้านได้โดยละเอียดมากขึ้น ร้านจะทำการส่งกระทู้ (Post) เกี่ยวกับร้านไปยังเว็บไซต์ที่เป็นที่นิยมในกลุ่มเป้าหมาย เช่น www.pantip.com เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้ทำความรู้จักกับบริการของร้านได้มากยิ่งขึ้น และยังเป็นการสื่อสารแบบสองช่องทาง (2 - Ways Communication) อีกด้วย เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายสามารถให้ความเห็นต่าง ๆ เกี่ยวกับบริการของร้านผ่านกระทู้ดังกล่าวได้อย่างเต็มที่และได้โดยสะดวกด้วย

6.6.5 กลยุทธ์ด้านพนักงานผู้ให้บริการ (People)

เนื่องจากร้าน Gift by Yourself นั้นเป็นธุรกิจประเภทธุรกิจบริการ ดังนั้นบุคลากรของร้านจึงเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างยิ่งในการดำเนินธุรกิจของร้าน เนื่องจากบุคลากรนั้นจะเปรียบเสมือนกับเป็นตัวแทนของร้านในการมอบบริการให้กับลูกค้าจึงเปรียบเสมือนเป็นผู้ที่สะท้อนภาพลักษณ์ของร้าน ดังนั้นร้าน Gift by Yourself จึงให้ความสำคัญกับเรื่องของบุคลากรเป็นอย่างมากตั้งแต่ขั้นตอนของการคัดเลือกพนักงานที่มีความพร้อมทั้งในด้านความรู้ ความสามารถ ควบคู่ไปกับการมีทัศนคติและบุคลิกในการทำงานที่ดี นั่นคือต้องเป็นผู้ที่มีบุคลิกที่สุภาพ อ่อนน้อม จริงใจ และมีความพร้อมในการให้บริการอย่างเต็มที่ เพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าและเพื่อให้บุคลิกของบุคลากรนั้นสอดคล้องกับภาพลักษณ์และบริการของร้าน นอกจากนี้ร้านยังให้ความสำคัญกับการฝึกอบรมบุคลากรในด้านต่าง ๆ เช่น ด้านการบริหารจัดการ ด้านทักษะการประดิษฐ์สิ่งของ ด้านทักษะการติดต่อสื่อสารและบริการลูกค้า เป็นต้น เพื่อให้บุคลากรเกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่องต่อไป และร้านยังจะมีการประเมินผลพนักงานและความพึงพอใจของลูกค้าอย่างต่อเนื่องเพื่อนำข้อมูลดังกล่าวไปใช้ในการพัฒนาระบบการให้บริการต่อไป

6.6.6 กลยุทธ์ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)

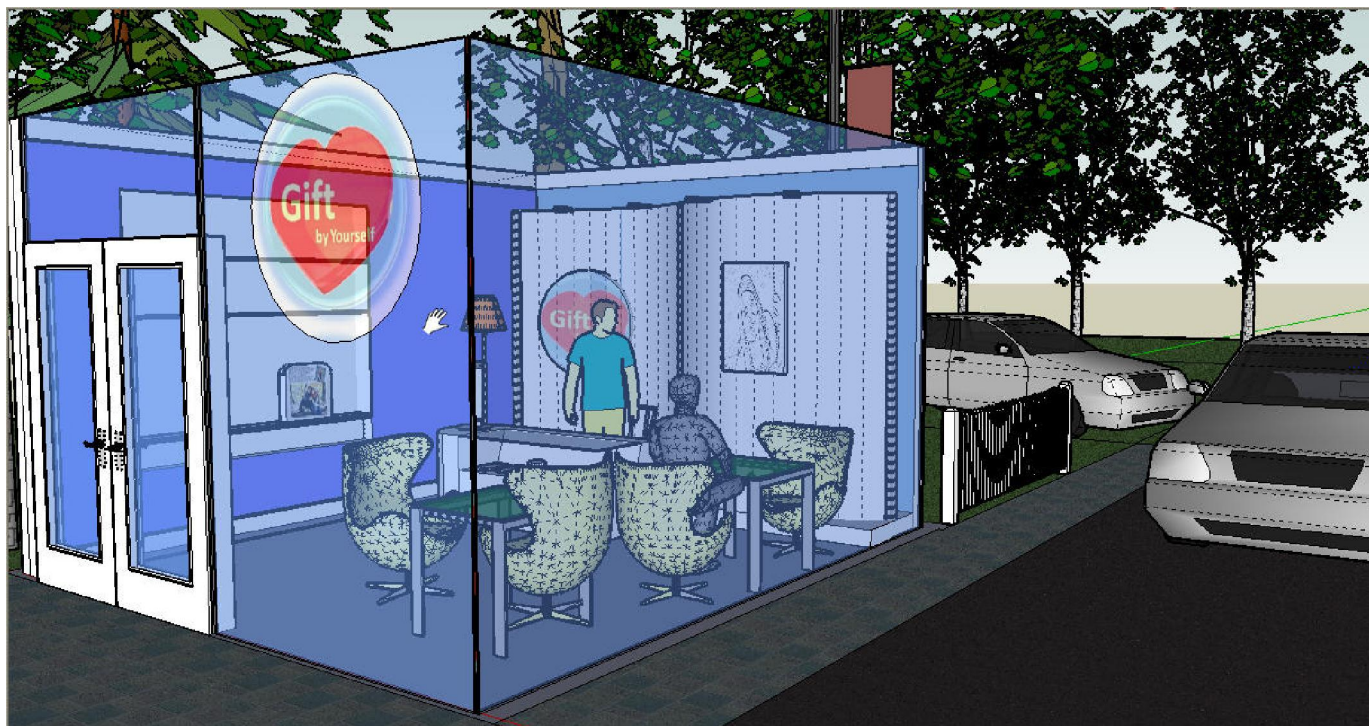
ร้าน Gift by Yourself ได้กำหนดกระบวนการในการให้บริการในแต่ละกรณีอย่างชัดเจน และคำนึงถึงความสะดวกในการรับบริการของลูกค้าเป็นสำคัญ ตั้งแต่กระบวนการการเยี่ยมชมร้านเป็นครั้งแรก กระบวนการในการเลือกสินค้าและตัดสินใจซื้อ กระบวนการในการรับบริการจากร้านในเรื่องการประดิษฐ์ของขวัญ กระบวนการชำระค่าสินค้าและบริการ รวมไปถึงบริการการจัดส่งของขวัญให้กับผู้รับอีกด้วย นอกจากนี้ร้านยังมีการจัดการกระบวนการให้บริการผ่านเว็บไซต์อย่างชัดเจนและสะดวกต่อกลุ่มเป้าหมายอีกด้วย ซึ่งทุกกระบวนการในการให้บริการทั้งทางร้านและทางเว็บไซต์นั้นจะเปี่ยมไปด้วยความใส่ใจจากความพร้อมในการให้บริการอย่างเต็มที่ของร้านผ่านพนักงานขายที่จริงใจ อีกทั้งร้านยังให้ความสำคัญกับการประเมินกระบวนการให้บริการแต่ละจุดอย่างละเอียดโดยการจัดทำแบบสอบถามในการประเมินคุณภาพในการบริการที่ลูกค้าได้รับเปรียบเทียบกับที่ลูกค้าคาดหวังไว้ (Servequal) เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวไปใช้ในการพัฒนากระบวนการในการให้บริการต่อไป

6.6.7 กลยุทธ์ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Condition)

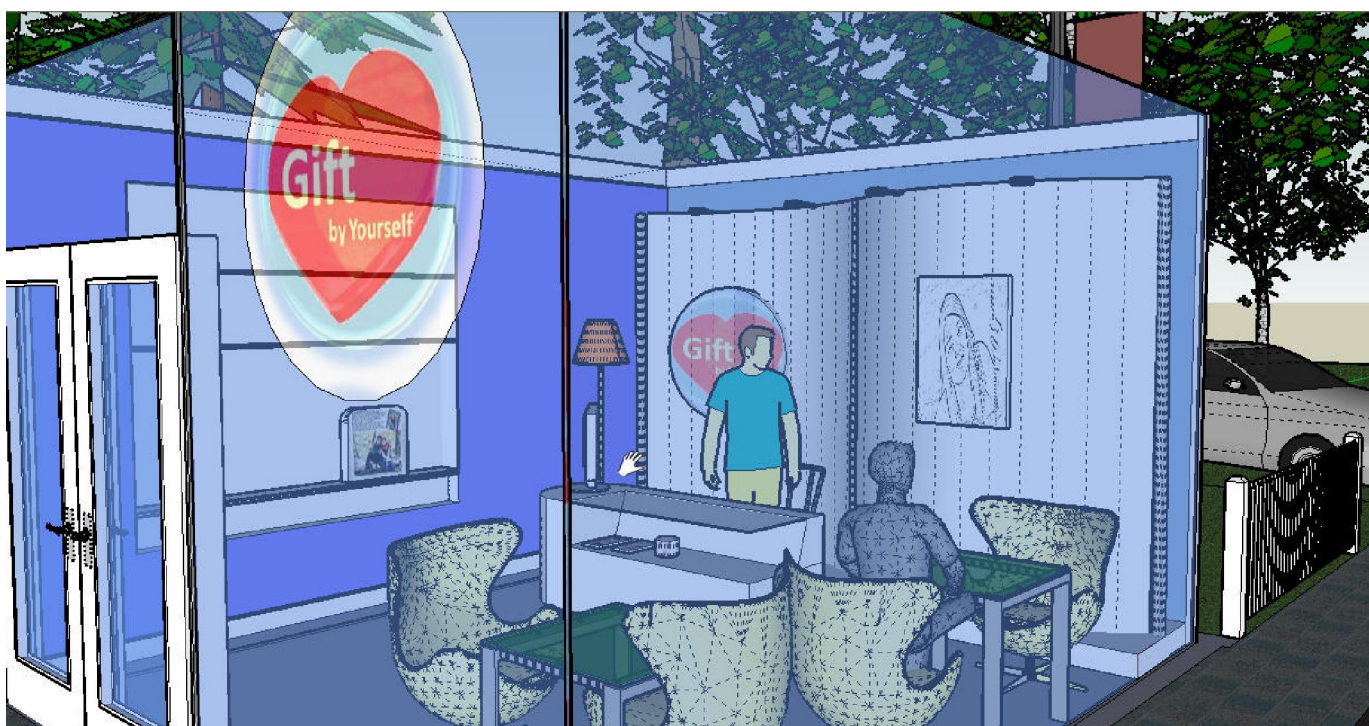
เนื่องจากสภาพแวดล้อมทางกายภาพเป็นปัจจัยสำคัญที่จะสะท้อนภาพลักษณ์และบุคลิกของร้านได้เป็นอย่างดี และเป็นสิ่งแรกที่กลุ่มเป้าหมายจะสามารถสัมผัสและจดจำได้อย่างง่ายดายที่สุดเมื่อกลุ่มเป้าหมายมาเยี่ยมชมร้านค้า ดังนั้นร้าน Gift by Yourself จึงให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมทางกายภาพอย่างมาก โดยร้านจะจัดทำสภาพแวดล้อมทางกายภาพทุกอย่างให้สอดคล้องกับบุคลิกของตราสินค้าผ่านโทนสี การตกแต่ง และองค์ประกอบต่าง ๆ ซึ่งสามารถสะท้อนให้เห็นถึงคุณค่าและหัวใจสำคัญของร้าน นั่นคือความอบอุ่น ความจริงใจ และความพร้อมที่จะให้บริการอย่างเต็มที่นั่นเอง โดยสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่ร้านได้จัดเตรียมไว้ มีดังนี้

- การตกแต่งร้านและการจัดวางองค์ประกอบของร้าน

แผนภาพที่ 6.4 : การตกแต่งร้านและการจัดวางองค์ประกอบของร้าน



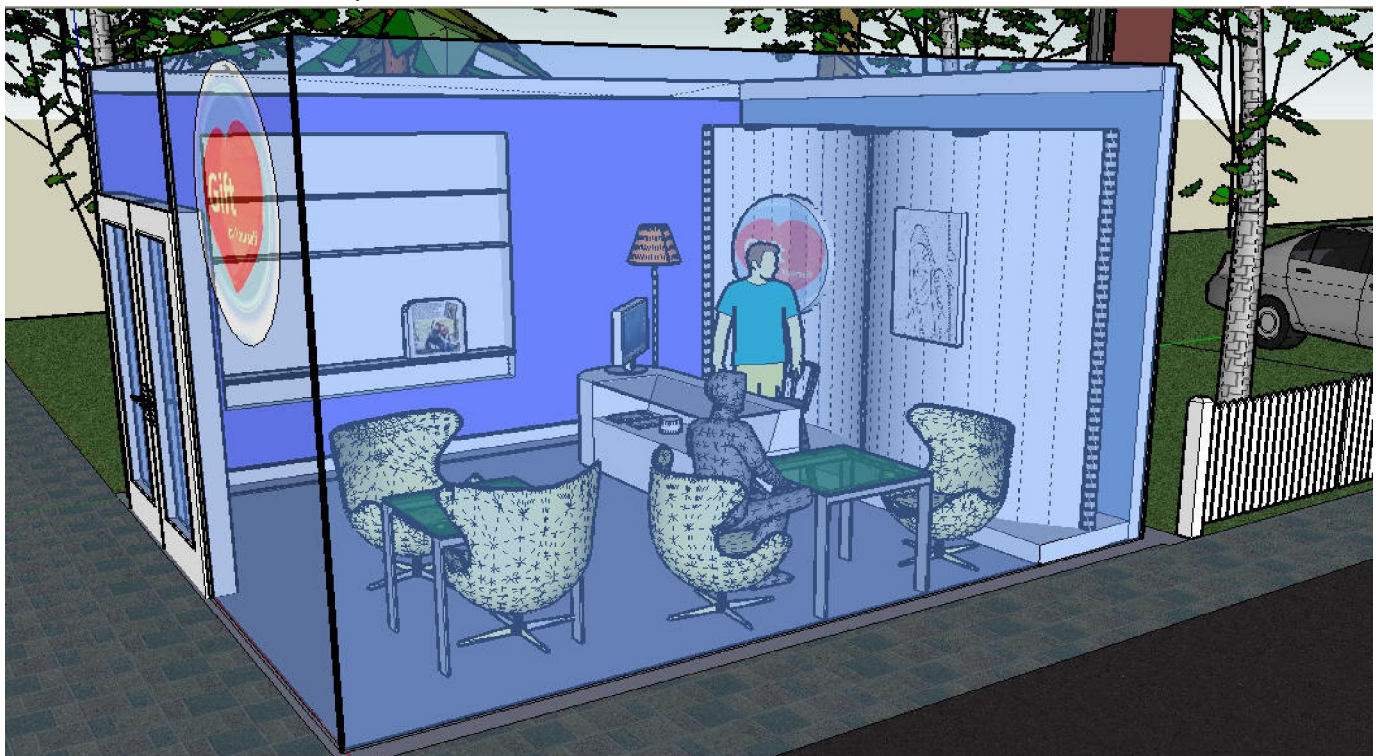
แผนภาพที่ 6.5 : การตกแต่งภายในของร้านซึ่งเน้นโทนสีฟ้าและสีเหลืองที่แสดงถึงความอบอุ่นและความทันสมัย



แผนภาพที่ 6.6 : ภาพแสดงพื้นที่จัดวางสินค้าซึ่งประกอบไปด้วยฉาก
แสดงสินค้า ตู้แสดงสินค้า และพื้นที่บนเคาน์เตอร์



แผนภาพที่ 6.7 : ผนังด้านข้างของร้านเป็นกระจกเพื่อให้
กลุ่มเป้าหมายที่ผ่านไปมาสามารถมองเห็นภายในร้านได้อย่างชัดเจน

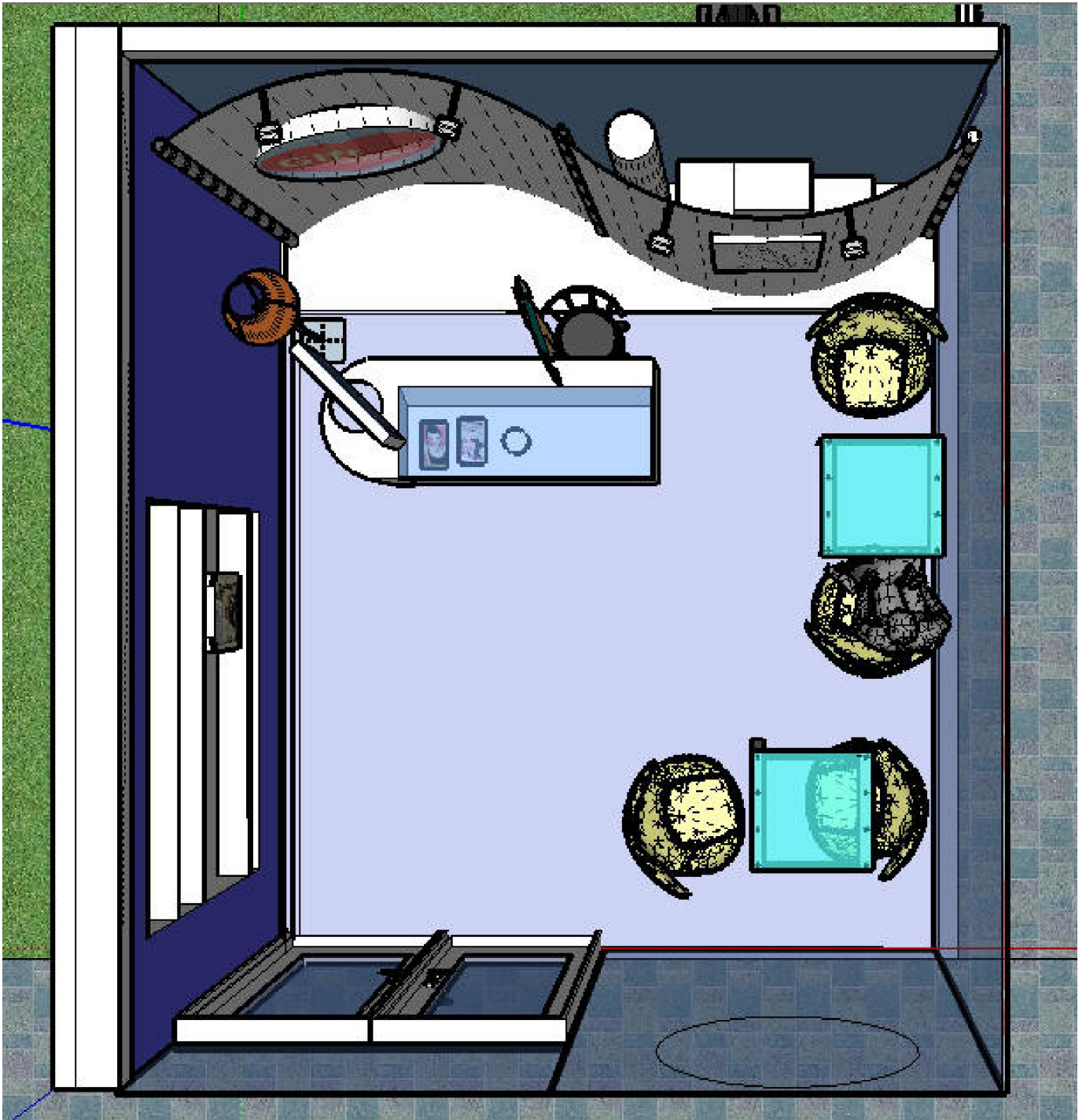


แผนภาพที่ 6.8 : ภาพด้านหน้าของร้านซึ่งมีตราสินค้าแสดงชื่อร้าน



แผนภาพที่ 6.9 : ภาพด้านบนของร้านซึ่งแสดงให้เห็นถึงการจัดวางองค์ประกอบต่าง ๆ ของร้านและแสดงพื้นที่เก็บสินค้าด้านหลังจากแสดงสินค้า





ในการตกแต่งร้านและการจัดองค์ประกอบของร้าน Gift by Yourself นั้นจะอยู่ภายใต้แนวคิดของความอบอุ่นและแฝงไปด้วยความทันสมัยภายใต้โทนสีหลักของร้าน นั่นคือสีฟ้าและสีครีม เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายสามารถสัมผัสได้ถึงบรรยากาศแห่ง

ความรู้สึกอบอุ่นเมื่อเข้ามาเยี่ยมชมร้าน พร้อมทั้งเกิดความตื่นตาตื่นใจกับความแปลกใหม่ของสินค้าที่จัดวางแสดงไว้ตามจุดต่าง ๆ ของร้าน โดยองค์ประกอบต่าง ๆ ภายในร้านนั้น มีดังนี้

- **พื้น**

ร้าน Gift by Yourself เลือกใช้วัสดุสำหรับพื้นเป็นพื้นไม้ที่มีความทนทาน และเพื่อสร้างให้บรรยากาศร้านเปรียบเสมือนบ้านที่เต็มไปด้วยบรรยากาศแห่งความอบอุ่น ผ่อนคลาย โดยสีของพื้นไม้จะใช้โทนสีโอ๊คดำซึ่งแสดงถึงความทันสมัยของร้านและสอดคล้องกับโทนสีในส่วนอื่นของร้าน

- **ผนัง**

ร้าน Gift by Yourself เลือกใช้ผนังสีฟ้าซึ่งเป็นโทนสีหลักของร้าน โดยมีผนังด้านหนึ่งเป็นผนังทึบสำหรับจัดวางตู้จัดวางสินค้า และผนังอีกด้านหนึ่งมีลักษณะใสและมีรูปร่างโค้งมนทันสมัยสำหรับจัดวางตัวอย่างสินค้าที่มีลักษณะแขวนผนัง พร้อมทั้งมีไฟส่องมาตัวอย่างสินค้าเพื่อสร้างความโดดเด่นให้กับสินค้าอีกด้วย นอกจากนี้ผนังอีก 2 ด้านซึ่งติดกับทางเดินด้านนอกจะเป็นผนังกระจกสีฟ้าใสเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายสามารถมองเห็นเข้ามาในร้านได้โดยสะดวกและสามารถมองเห็นลูกค้ายที่กำลังประดิษฐ์สินค้าที่ร้าน ซึ่งจะเป็นการดึงดูดความสนใจให้กับกลุ่มเป้าหมายที่เดินผ่านหน้าร้านให้เกิดความรู้สึกสนใจในบริการของร้านและอยากเข้าเยี่ยมชมร้านอีกด้วย โดยผนังกระจกด้านหน้าร้านจะมีการกรีนสกรีนลักษณะของร้านเพื่อแสดงชื่อร้านให้กับกลุ่มเป้าหมายสามารถเห็นได้อย่างชัดเจนและสามารถจดจำได้นั่นเอง

- **เคาน์เตอร์**

ร้าน Gift by Yourself จะมีการจัดวางเคาน์เตอร์ไว้ด้านในสุดของร้าน เพื่อให้เคาน์เตอร์ไม่กีดขวางการเข้าชมร้านของกลุ่มเป้าหมายและเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายที่อยู่ในร้านสามารถใช้พื้นที่ภายในร้านได้อย่างเต็มที่ และเคาน์เตอร์ของร้านจะหันหน้าออกไปด้านหน้าร้านเพื่อให้พนักงานขายสามารถมองเห็นกลุ่มเป้าหมายที่เดินผ่านหน้าร้านได้อย่างชัดเจนและสามารถเชิญชวนกลุ่มเป้าหมายเหล่านั้นเข้ามาเยี่ยมชมและใช้บริการ

ของร้านได้โดยสะดวก โดยเคาน์เตอร์ของร้านจะเป็นพื้นที่สำหรับการจัดวางคอมพิวเตอร์ซึ่งเป็นอุปกรณ์ในการดำเนินงานหลักของร้าน และยังเป็นพื้นที่สำหรับจัดวางตัวอย่างสินค้าและจัดเก็บอุปกรณ์ในการดำเนินงานอื่น ๆ ในตู้ด้านในของเคาน์เตอร์อีกด้วย สำหรับโทนสีของเคาน์เตอร์นั้นจะใช้โทนสีขาวและกระจกเพื่อให้ดูสะอาดตาและสอดคล้องกับโทนสีหลักภายในร้าน

- **ตู้จัดวางสินค้า**

สำหรับตู้จัดวางสินค้าภายในร้านนั้นจะมีขนาดค่อนข้างใหญ่เพื่อสามารถจัดวางตัวอย่างสินค้าได้จำนวนมากเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเห็นตัวอย่างสินค้าจริงหลายประเภท อีกทั้งยังเป็นการดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมายที่เดินผ่านไปมาได้อีกด้วย โดยตู้จัดวางสินค้าจะตกแต่งด้วยโทนสีขาวซึ่งเป็นโทนสีเดียวกับเคาน์เตอร์และจัดวางแบบหันหน้าออกไปยังผนังกระจก ซึ่งจะทำให้กลุ่มเป้าหมายที่เดินผ่านไปมาสามารถเห็นตัวอย่างสินค้าจากนอกร้านได้ถึง 2 ด้านด้วยกัน จึงเป็นการเชิญชวนให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความสนใจและต้องการเข้ามาเยี่ยมชมและใช้บริการของร้าน

- **โต๊ะและเก้าอี้**

ร้าน Gift by Yourself ได้จัดชุดโต๊ะและเก้าอี้สำหรับลูกค้าไว้ทั้งหมด 2 ชุดเพื่อให้ลูกค้าใช้สำหรับประดิษฐ์ของขวัญที่ร้าน โดยโต๊ะของร้านจะเป็นโต๊ะสี่เหลี่ยมขนาดประมาณ 0.8 x 0.8 ตารางเมตร ซึ่งเป็นขนาดที่กว้างพอสมควรสำหรับให้ลูกค้าวางอุปกรณ์ในการประดิษฐ์ และเป็นโต๊ะกระจกใสเพื่อให้สอดคล้องกับการตกแต่งร้านและยังแสดงถึงความทันสมัยอีกด้วย สำหรับเก้าอี้นั้นจะเป็นเก้าอี้ทรงไข่มุกววมสีครีมเพื่อสร้างความรู้สึกอบอุ่นเปรียบเสมือนลูกค้านั่งประดิษฐ์ของขวัญที่บ้านนั่นเอง

- **โคมไฟ**

ร้าน Gift by Yourself ได้จัดเตรียมโคมไฟสำหรับการตกแต่งร้าน 1 โคม ซึ่งโคมไฟดังกล่าวจะช่วยเพิ่มความสดใสจากสีแดงของโคมไฟและยังช่วยในการเพิ่มแสงสว่างให้กับร้าน ทำให้ร้านดูสว่างตา น่านอนนั่นเอง

- ชุดพนักงาน

แผนภาพที่ 6.10 : ชุดพนักงาน



เนื่องจากพนักงานร้าน Gift by Yourself เป็นจุดเชื่อมต่อกับลูกค้า (Contact Point) ที่สำคัญอีกจุดหนึ่งในการสื่อสารถึงตราสินค้าไปยังลูกค้าผ่านพนักงานขาย ดังนั้นร้าน Gift by Yourself จึงได้จัดเตรียมชุดพนักงานให้กับพนักงานทุกคนเพื่อสร้างให้เกิด Brand Identity นั่นคือสร้างความเป็นเอกลักษณ์กับพนักงานของร้านด้วยการแต่งกายในรูปแบบเดียวกัน ในโทนสีที่เป็นโทนสีหลักของร้าน นั่นคือโทนสีฟ้าและสีครีมซึ่งนอกจากจะสอดคล้องกับโทนสีหลักแล้วยังเป็นโทนสีที่ดูสุภาพและสะอาดตาอีกด้วย ซึ่งชุดพนักงานดังกล่าวจะสร้างให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อพนักงานขายและต่อตราสินค้าและยังง่ายต่อการจดจำของกลุ่มเป้าหมายอีกด้วย โดยชุดพนักงานของพนักงานชายและพนักงานหญิงจะเป็นชุดแบบเดียวกัน และจะประกอบไปด้วยส่วนประกอบ 3 ชิ้นด้วยกัน นั่นคือ

- เสื้อ

สำหรับเสื้อของชุดพนักงานร้าน Gift by Yourself นั้นจะเป็นเสื้อคอโปโลแขนสั้น โทนสีฟ้า เพื่อให้พนักงานผู้สวมใส่เกิดความคล่องแคล่วในการ

ให้บริการลูกค้าแต่ก็ยังแฝงไปด้วยความสุข นอกจากนั้นบริเวณหน้าออกขายบนตัวเสื้อจะมีสัญลักษณ์ของร้านปักอยู่และบริเวณขอบแขนเสื้อจะมีป้ายชื่อร้านปักเป็นแถบอยู่เพื่อเป็นการแสดงให้เห็นถึงการเป็นพนักงานร้าน Gift by Yourself และยังเป็นการสร้างการรับรู้และการตระหนักในตราสินค้าให้เกิดกับกลุ่มเป้าหมายผ่านชุดพนักงานอีกด้วย

- **กางเกง**

สำหรับกางเกงพนักงานร้าน Gift by Yourself นั้นจะเป็นกางเกงขายาวสีครีม ซึ่งเหมาะสำหรับทั้งพนักงานชายและหญิงและยังทำให้พนักงานเกิดความคล่องแคล่วในการให้บริการอีกด้วย

- **ผ้ากันเปื้อน**

เนื่องจากร้าน Gift by Yourself เป็นร้านที่นำเสนอบริการหลักเกี่ยวกับการประดิษฐ์ของขวัญ ดังนั้นพนักงานจึงมีหน้าที่หลักในการให้คำแนะนำในการประดิษฐ์ของขวัญต่าง ๆ ให้กับลูกค้า ซึ่งการประดิษฐ์ของขวัญดังกล่าวนั้นอาจมีบางครั้งที่วัสดุหกละได้ ดังนั้นเพื่อเป็นการป้องกันเหตุการณ์ดังกล่าว ร้านจึงได้จัดเตรียมผ้ากันเปื้อนให้กับพนักงานชาย ซึ่งนอกจากจะช่วยป้องกันคราบสกปรกได้แล้วผ้ากันเปื้อนยังสามารถแสดงถึงภาพลักษณ์ที่สะอาดของพนักงานชายอีกด้วยและยังเป็นการสร้างบรรยากาศภายในร้านให้เปรียบเสมือนบ้าน โดยผ้ากันเปื้อนของร้านจะเป็นผ้าสีครีมและมีสัญลักษณ์ของร้านอยู่บนผ้ากันเปื้อนเพื่อแสดงถึงตราสินค้าของร้านนั่นเอง

● **รูปแบบบรรจุภัณฑ์**

แผนภาพที่ 6.11 : รูปแบบบรรจุภัณฑ์



สำหรับบรรจุภัณฑ์ของร้าน Gift by Yourself นั้นก็จะเป็นจุดเชื่อมต่อกับลูกค้า (Contact Point) ที่สำคัญอีกจุดหนึ่ง เนื่องจากบรรจุภัณฑ์นั้นนอกจากจะช่วยในการนำส่งสินค้าให้กับลูกค้าได้อย่างไม่เสียหายแล้ว ยังเป็นจุดสำคัญสำหรับการสื่อสารข้อมูลของร้านไปยังลูกค้าได้อีกด้วย ซึ่งบรรจุภัณฑ์ของร้าน Gift by Yourself นั้นจะเป็นรูปแบบของกล่องกระดาษสีฟ้าและสีครีมซึ่งเป็นโทนสีหลักของร้าน และจะประกอบไปด้วยชื่อร้าน สัญลักษณ์ของร้าน ที่อยู่ เบอร์ติดต่อ และแผนที่ของร้าน เพื่อเป็นการบอกถึงช่องทางการติดต่อร้านให้กับลูกค้าและยังเป็นการย้ำเตือนถึงร้าน Gift by Yourself เพื่อให้กลุ่มลูกค้าจดจำได้อีกด้วย นอกจากนี้ภายในกล่องจะมีกระดาษแบบบางสำหรับห่อสินค้าอีกครั้งหนึ่ง โดยกระดาษห่อสินค้านี้ก็จะประกอบไปด้วยสัญลักษณ์ของร้านเช่นเดียวกันและอาจมีข่าวสารของร้านหรือรูปภาพของสินค้าใหม่ของร้านประกอบอยู่ด้วยเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ถึงสินค้าและบริการใหม่ ๆ ของร้าน

6.7 แผนการปฏิบัติงาน (Action Plan)

บริษัทได้กำหนดงบประมาณในการจัดกิจกรรมทางการตลาดในปี 2551 รวมทั้งสิ้น 225,000 บาท โดยแบ่งเป็นกิจกรรมทางการตลาดต่าง ๆ ดังนี้

6.7.1 กิจกรรมเปิดตัวร้าน Gift by Yourself

- วัตถุประสงค์

เพื่อเป็นการสร้างการรับรู้ สร้างความเข้าใจในบริการของร้าน สร้างการรับรู้ถึงตราสินค้าของร้าน Gift by Yourself และสร้างให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีของร้านต่อกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงการเปิดโอกาสให้กับกลุ่มเป้าหมายได้มาร่วมสัมผัสบรรยากาศและบริการต่าง ๆ ของร้าน

- รายละเอียด

ในวันเปิดตัวร้าน ร้านจะจัดเตรียมกิจกรรมต่าง ๆ มากมายเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายสามารถทดลองใช้บริการของร้าน ซึ่งกิจกรรมต่าง ๆ มีดังนี้

- กิจกรรมทดลองประดิษฐ์ของที่ระลึกด้วยตนเอง

ร้านจะจัดเตรียมกล้องถ่ายรูปและอุปกรณ์การทำพวงกุญแจด้วยตนเองให้กับผู้มาร่วมงานเพื่อให้ผู้มาร่วมงานสามารถประดิษฐ์พวงกุญแจที่มีภาพถ่ายและข้อความของตนด้วยตนเองเพื่อเป็นของที่ระลึกในการมาร่วมงานนี้

- กิจกรรมจับคู่ปองชิงโชค

ร้านจะจัดเตรียมสลากสำหรับกรอกรายละเอียดส่วนบุคคล เช่น ชื่อ ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ ให้กับผู้มาร่วมงานเพื่อส่งชิงโชคกับร้านเพื่อรับรางวัลที่ทางร้านได้จัดเตรียมไว้

- รายการส่งเสริมการขายพิเศษ

ร้านจะจัดเตรียมรายการส่งเสริมการขายพิเศษสำหรับผู้มาร่วมงานที่ตัดสินใจใช้บริการของร้านภายในงาน และยังมี การนำเสนอคู่มือพร้อมส่วนลดเพื่อให้ผู้มาร่วมงานได้รับสิทธิพิเศษจากรายการส่งเสริมการขายสำหรับการใช้บริการในภายหลัง

- ระยะเวลา

เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2551

- งบประมาณ

20,000 บาท

6.7.2 การโฆษณา (Advertising) และการประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

- วัตถุประสงค์

เพื่อเป็นการสร้างการรับรู้ สร้างความเข้าใจในบริการของร้าน สร้างการรับรู้ถึงตราสินค้าของร้าน Gift by Yourself และเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของร้านต่อกลุ่มเป้าหมายและยังทำให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความภาคภูมิใจในการใช้บริการของร้านที่เป็นที่รู้จัก นอกจากนี้ยังเป็นการเชิญชวนให้กลุ่มเป้าหมายมาทดลองใช้บริการของร้านและมาร่วมกิจกรรมวันเปิดร้านอีกด้วย

- รายละเอียด

ร้านจะแบ่งช่วงการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์เป็น 2 ช่วง นั่นคือ

- ช่วงก่อนเปิดร้าน

ร้านจะจัดเตรียมแผ่นพับสีจำนวน 4,000 แผ่นและโปสเตอร์สีขนาด A3 จำนวน 100 แผ่นซึ่งระบุถึงชื่อร้าน สถานที่ตั้งของร้าน ลักษณะบริการของร้าน กำหนดการ

และกิจกรรมต่าง ๆ ในวันเปิดร้าน รวมถึงขึ้นส่วนสำหรับรับของที่ระลึกภายในงาน เพื่อเชิญชวนให้กลุ่มเป้าหมายมาร่วมกิจกรรม เพื่อทำการแจกแผ่นพับให้กับกลุ่มเป้าหมายและติดโปสเตอร์ดังกล่าวภายในบริเวณสยามสแควร์ โรงเรียนมหาวิทยาลัยและสถาบันศึกษาในบริเวณใกล้เคียง

- ช่วงหลังจากร้านเปิดดำเนินการแล้ว

ร้านจะจัดเตรียมแผ่นพับสีจำนวน 1,000 – 2,000 แผ่นต่อเดือนและโปสเตอร์สีขนาด A3 เพื่อทำการโฆษณาถึงกิจกรรมและรายการส่งเสริมการขายของร้านตลอดช่วงของปีหลังจากที่ร้านเปิดดำเนินการแล้ว โดยร้านจะยังคงแจกแผ่นพับให้กับกลุ่มเป้าหมายและติดโปสเตอร์ดังกล่าวภายในบริเวณสยามสแควร์ โรงเรียนมหาวิทยาลัยและสถาบันศึกษาในบริเวณใกล้เคียง

- ระยะเวลา
เดือนมกราคม – ธันวาคม พ.ศ. 2551
- งบประมาณ
97,500 บาท

6.7.3 กิจกรรมตามเทศกาลต่าง ๆ

- วัตถุประสงค์
เพื่อนำเสนอสินค้าและบริการของร้านให้กับกลุ่มเป้าหมายให้ได้มากที่สุดในช่วงเทศกาลต่าง ๆ ซึ่งเป็นโอกาสสำคัญที่กลุ่มเป้าหมายจะทำการมอบของขวัญให้กับบุคคลรอบข้าง เพื่อให้ลูกค้าตระหนักถึงสินค้าและบริการของร้านและเลือกใช้บริการกับร้านต่อไป
- รายละเอียด
ร้านจะจัดเตรียมสินค้าและบริการรูปแบบใหม่ ๆ เพื่อให้สอดคล้องกับเทศกาลต่าง ๆ ระหว่างปีและร้านจะจัดกิจกรรมตามเทศกาลต่าง ๆ เช่น การจัดกิจกรรมตามสถาบันการศึกษาในเทศกาลต่าง ๆ เป็นต้น
- ระยะเวลา
เดือนมกราคม – ธันวาคม พ.ศ. 2551
- งบประมาณ
27,500 บาท

6.7.4 กิจกรรมการประกวดแนวคิดการประดิษฐ์ของขวัญ

- วัตถุประสงค์

เพื่อสร้างการรับรู้ให้กับตราสินค้าของร้านในกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้นผ่านผู้เข้าร่วมประกวดและบุคคลรอบข้างผู้ประกวด และยังเป็นการสร้างความภาคภูมิใจและความผูกพันให้เกิดกับกลุ่มเป้าหมายผ่านสินค้าของร้านเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้รู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของร้านอีกด้วย

- รายละเอียด

ร้านจะแบ่งการประกวดเป็น 2 รอบด้วยกัน นั่นคือรอบคัดเลือกและรอบชิงชนะเลิศ โดยร้านจะทำการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ของร้านให้กลุ่มเป้าหมายเข้าร่วมประกวดและร้านจะทำการคัดเลือกผลงานที่โดดเด่นจำนวน 10 ผลงานเพื่อประกวดกันอีกครั้งในรอบชิงชนะเลิศ และร้านจะจัดเตรียมของรางวัลให้กับผู้ประกวดที่ไม่ได้ผ่านเข้ารอบชิงชนะเลิศเป็นชุดประดิษฐ์ของขวัญของร้าน หลังจากนั้นร้านจะจัดกิจกรรมสำหรับการประกวดรอบชิงชนะเลิศและเชิญกลุ่มเป้าหมายมาร่วมตัดสินพร้อมกับเชิญกรรมการ 3 ท่านที่เป็นผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับของขวัญประดิษฐ์มาเป็นผู้ตัดสินอีกด้วย โดยผู้ได้รับรางวัลชนะเลิศ 3 อันดับแรกจะได้รับรางวัลเป็นทุนการศึกษาและร้านจะนำผลงานดังกล่าวไปนำเสนอให้กับกลุ่มเป้าหมายในรูปแบบของสินค้าของร้านต่อไป

- ระยะเวลา

เดือนกันยายน พ.ศ. 2551

- งบประมาณ

15,000 บาท

6.7.5 กิจกรรมนอกสถานที่ต่าง ๆ

- วัตถุประสงค์

เพื่อสร้างการรับรู้ให้กับตราสินค้าของร้านในกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้นโดยเฉพาะในช่วงแรกของการเปิดดำเนินการเพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการของร้านได้อย่างทั่วถึงและครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

- รายละเอียด

ร้านจะเน้นการจัดกิจกรรมนอกสถานที่ในบริเวณมหาวิทยาลัยมากที่สุด เนื่องจากเป็นสถานที่ที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นจำนวนมาก เช่น การจัดกิจกรรมตามสถาบันการศึกษาต่าง ๆ

โดยให้กลุ่มเป้าหมายในแต่ละสถาบันได้สัมผัสกับบริการของร้านผ่านการประดิษฐ์ของที่ระลึกอย่างง่ายด้วยตนเอง

- ระยะเวลา
เดือนเมษายน – พฤษภาคม พ.ศ. 2551

- งบประมาณ
15,000 บาท

6.7.6 การสนับสนุนกิจกรรมของกลุ่มเป้าหมาย

- วัตถุประสงค์
เพื่อสร้างให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีกับร้านและเพื่อเป็นการสร้างการรับรู้และการตระหนักถึงตราสินค้าของร้านให้กับกลุ่มเป้าหมายได้โดยตรงผ่านกิจกรรมของกลุ่มเป้าหมาย

- รายละเอียด
ร้านจะจัดเตรียมงบประมาณสำหรับการสนับสนุนกิจกรรมของกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้ร้านสามารถทำการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการของร้านผ่านสื่อของกลุ่มเป้าหมายได้ เช่น สมุด ป้ายจัดงาน เสื้อ เป็นต้น โดยร้านจะสนับสนุนกิจกรรมของกลุ่มเป้าหมายทั้งกิจกรรมภายในสถาบัน เช่น งานรับน้อง งานรับปริญญา งานแข่งขันกีฬาระหว่างมหาวิทยาลัย เป็นต้น และกิจกรรมภายนอกสถาบัน เช่น งานอินดี้ อินทาวน์ ซึ่งจะจัดขึ้นบริเวณสยามสแควร์เป็นประจำทุกวันศุกร์และเป็นงานที่มีแนวคิดที่สอดคล้องกับลักษณะธุรกิจของร้านอีกด้วย

- ระยะเวลา
เดือนมิถุนายน – กรกฎาคม พ.ศ. 2551 และเดือนธันวาคม พ.ศ. 2551

- งบประมาณ
12,000 บาท

6.7.7 รายการส่งเสริมการขาย

- วัตถุประสงค์
เพื่อเป็นการดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมายเพื่อทำให้กลุ่มเป้าหมายสามารถตัดสินใจใช้บริการของร้านได้อย่างง่ายยิ่งขึ้น เพื่อเป็นการกระตุ้นยอดขาย

- รายละเอียด
ร้านจะจัดเตรียมรายการส่งเสริมการขายต่าง ๆ ตลอดปีโดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงเทศกาลต่าง ๆ เช่น การมอบส่วนลด การมอบของแถม การสะสมแต้ม การจัดชุดของขวัญคู่ การจัดส่งชุดของขวัญ การสมัครสมาชิก การแนะนำเพื่อน เป็นต้น

- ระยะเวลา
เดือนมกราคม – ธันวาคม พ.ศ. 2551
- งบประมาณ
38,000 บาท

6.7.8 รายละเอียดแผนการปฏิบัติงานในปีแรกที่เริ่มดำเนินงาน

ตารางที่ 6.2 : รายละเอียดแผนการปฏิบัติงานในปีแรกที่เริ่มดำเนินงาน

กิจกรรม	ปี 2551											
	ม.ค.-51	ก.พ.-51	มี.ค.-51	เม.ย.-51	พ.ค.-51	มิ.ย.-51	ก.ค.-51	ส.ค.-51	ก.ย.-51	ต.ค.-51	พ.ย.-51	ธ.ค.-51
กิจกรรมเปิดร้าน												
แผ่นพับ												
โปสเตอร์												
ป้ายโฆษณา												
รายการส่งเสริมการขาย												
กิจกรรมวาเลนไทน์												
กิจกรรมวันรับปริญญา												
กิจกรรมปีใหม่												