

# หลักสูตร “สร้างแบรนด์คอนเซ็ปต์สุดยอด ด้วยวิธี A ถึง Z” (รุ่นที่ 11) A to Z to build Winning Brand Concepts ณ ห้องบุษบา โรงแรมแมนดาริน



เมื่อสินค้าหรือบริการใหม่อยู่ในมือ ไม่รู้จะทำอะไรต่อดี... มีวิธีที่จะหาแนวคิด (Brand Concept) ให้ได้ เพื่อให้ “โดนใจ” ผู้บริโภคเป้าหมายให้มากที่สุด เพื่อนำไปเตรียมตัวทำแผนการตลาดที่กระชับและได้ผลจริง Brand Concept ไม่ใช่โฆษณาแต่เป็นมากกว่านั้น

**Brand Concept** เป็นจุดยืนของแบรนด์ที่ต้องใช้การตอกย้ำกับผู้บริโภคเป้าหมายซ้ำๆ จนได้ผล

2 ประการหลัก ในการวัดแบรนด์คอนเซ็ปต์ที่ยอดเยี่ยม คือ

- ต้องมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น ไม่ซ้ำคู่แข่ง (Uniqueness)
- ต้องโดนใจผู้บริโภคตัวจริงเท่านั้น ( Relevancy)

ทำอย่างไรจะได้มา ซึ่งแบรนด์คอนเซ็ปต์ที่ยอดเยี่ยมนี้?ไม่ว่าคุณจะเป็นสินค้าใด หรือจะเป็นการให้บริการใด ก็ตามในตลาดเมืองไทย ของยุคนี้ รับรอง! หลักสูตรนี้ มีคำตอบให้คุณแน่....

**หลักสูตรนี้เหมาะสำหรับใคร ? Who should attend?**

- นักการตลาดที่มองหาวิธีการทำงานแบบใหม่ๆ หรือทางเลือกที่มีประสิทธิผลสูง
- ผู้ประกอบการที่ต้องการเข้าใจการตลาดแนวใหม่ เพื่อนำไปพัฒนาและเพิ่มศักยภาพของสินค้าหรือบริการ
- ทีมงานบริหารลูกค้าจากบริษัทโฆษณาที่ยังขาดเครื่องช่วยสร้างสรรค์แนวคิดใหม่ๆ



## หัวข้อการสัมมนา **What the course will cover?**

วันพฤหัสบดีที่ 8 พฤษภาคม 2557

- ความต้องการของผู้บริโภคคืออะไร?: **What is it?**
- จะหาวิธีค้นพบได้อย่างไรทั้งแบบเป็นระบบและแบบสร้างสรรค์คิดนอกกรอบ:
  - » **How to find it systematically and creatively?**
- สอนเทคนิคของ การตั้งคำถาม “ทำไมจึงใช้” และ “ทำไมไม่ใช้”:
  - » **Why and Why Not Technique**
- ประโยชน์ที่จะได้รับและคุณสมบัติของแบรนด์นั้น คืออะไร?: **What is it?**
- การเขียนคอนเซ็ปท์บอร์ดให้เป็น: **Concept Board: What is it and how to prepare?**
- ฝึกการใช้งานจริง: **Case Studies**

วันศุกร์ที่ 9 พฤษภาคม 2557

- จะสร้างให้จุดนี้สัมพันธ์กับความต้องการของผู้บริโภคอย่างไรจึงจะได้ผลจริง:
  - » **How to link them with the Consumer Insights for best results?**
- วิธีการนำคอนเซ็ปท์บอร์ดมาทดสอบกับผู้บริโภคให้ได้ผลจริง: **Concept Test: What is it?**
- ฝึกการใช้งานจริงในโลกของแบรนด์จริง: **Case Studies**
- บริษัทชั้นนำทางการตลาดใช้แบรนด์คอนเซ็ปท์อย่างไร
  - » พร้อมประสบการณ์จริงที่สำเร็จและที่ล้มเหลว:
  - » **How Best Consumer Product companies experience in Brand Concepts:**
  - » **Success and Failure**
- ฝึกการใช้งานจริง: **Case Studies**

วิทยากร/Trainer

คุณจรรยาจรี ธรรมมา

## **Marketing Expert, SHE (Thailand) Co., Ltd.**

- ประสบการณ์จริงในการสร้างแบรนด์คอนเซ็ปท์กว่า 20 ปี จาก พีแอนด์จี ,ฟรีโตเลย์ ,มาจนถึงยูนิลีเวอร์ โดยเริ่มจากเป็น Brand Manager จนเป็นผู้อำนวยการฝ่ายการตลาดประจำภาคพื้นเอเชียแปซิฟิก
- ไม่เพียงรู้อจริง สามารถถ่ายทอดได้จนปฏิบัติจริง
- ยึดหลักการ “สอนไป ฝึกปฏิบัติจริง” ในทุกจุดที่สำคัญ
- ผู้เข้าเรียนทุกคน ควรเตรียมพร้อมเต็มที่!!

### **“แบรนด์คอนเซ็ปท์”ที่ยอดเยี่ยม ทำอย่างไร**

แบรนด์คอนเซ็ปท์ที่ยอดเยี่ยมจะทำให้แบรนด์ยั่งยืน เพราะความชัดเจน โดดเด่นในหัวใจของผู้บริโภค กลุ่มเป้าหมาย มาเรียนรู้ที่จะสร้างสรรค์ให้เป็นอย่างดีด้วย Work shop ในหลักสูตรนี้

**วัน เวลา สถานที่** กำหนดการอบรม 2 วัน *วันที่ 8-9 พฤษภาคม 2557*

**สถานที่ :** รร. แนนดาริน ,สามย่าน

**ค่าลงทะเบียนอบรม** สมาชิกสมาคมฯ ท่านละ 13,900 (+ VAT 7% = 973) รวมเป็นเงิน 14,873 บาท

ผู้สนใจทั่วไป ท่านละ 14,900 (+ VAT 7% = 1,043) รวมเป็นเงิน 15,943 บาท

รวมอาหารเที่ยง ,อาหารว่าง 4 มื้อ และเอกสารประกอบการอบรม