

TK park สร้างนักการตลาดไอเดียเจ๋ง ผลิต 6

แบรนด์แฟชั่นบุกตลาดวัยรุ่น

คนเราถ้าตั้งใจทำอะไรสักอย่าง เป็นต้องสำเร็จและทำได้จริงเสมอ ล่าสุดอุทยานการเรียนรู้ TK park ได้เปิดโอกาสให้เยาวชน 18 – 25 ปี ที่สนใจอยากเป็นนักการตลาดให้มีโอกาสได้เป็นนักการตลาดได้จริง กับ โครงการ TK park แฉงเกิดการตลาด : แต่ง ผัน บั่น แบนด์ ที่เปิดให้เยาวชนได้เรียนรู้กับ “มี้อาชีพ” ในวงการการตลาดและแฟชั่นแบบจัดเต็ม พร้อมให้เยาวชนได้ทดลองสร้างแบรนด์ของตัวเองออกสู่ตลาดเพื่อแฉงเกิดการตลาดอย่างเป็นทางการอีกด้วย



นางสาววันธร มงคลเลิศพล นักจัดการความรู้อาวุโส อุทยานการเรียนรู้ TK park กล่าวว่าปีนี้นับเป็นปีที่ 3 ของโครงการ TK park แฉงเกิดการตลาด ที่ยังคงมุ่งมั่นฝึกฝนให้เยาวชนไทยที่สนใจเรียนรู้ทักษะด้านการตลาดให้มีความสามารถเป็นนักการตลาดยุคใหม่ ซึ่งในปีนี้ได้น่านโยบายของรัฐบาลความเป็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์และเรื่องของแฟชั่นมาทำให้เป็นโปรเจกต์ผลิตผลงานของเยาวชนเปิดโอกาสให้เยาวชนได้ต่กดวงประสบการณ์จริงกับการออกไอเดียสร้างแบรนด์เจ๋งๆโดนๆเจาะตลาดแฟชั่น

“ปีนี้เราเปิดให้เยาวชนได้ทดลองปฏิบัติงานจริง เพื่อเก็บเกี่ยวประสบการณ์แทนที่จะแค่เขียนแผนการตลาดลงกระดาษเพียงอย่างเดียว เพราะจะทำให้เรียนรู้ได้มากกว่า และทำงานเป็นจริงๆได้มากกว่า ซึ่งจากกว่า 300 ผลงานที่ส่งเข้าร่วมแข่งขัน เราก็ได้คัดเลือกให้เหลือเพียง 6 แบนด์สุดท้ายที่มีความแตกต่างกันอย่างน่าสนใจ อาทิ แบนด์ ZL ที่นำเอาเรื่องราวของชนเผ่าซูลูจากแอฟริกามาเป็นแรงบันดาลใจ หรือแบรนด์ลิ่งยักษ์ที่ดึงเสน่ห์ความเป็นไทยนำมาทำให้ร่วมสมัย แบนด์ Cat’sE เสื้อผ้าเทรนด์ใหม่ที่เอาใจคนรักแมว หรือแนวคิดเพื่อสังคมก็สามารถถูกถ่ายทอดออกมาเป็นแบรนด์แฟชั่นได้อย่างลงตัว กับ ทีม YOUR ที่ “ใส่” อักษรเบรลล์ลงในแทคเสื้อเพื่อคนตาบอดรวมทั้งแบรนด์ AMATA ที่เป็นเรื่องของนกยูงสู่แฟชั่น ท้ายสุดทีม WARP แบนด์ที่เน้นการย้อนเวลากลับไปหาสีสันของแฟชั่น

โดยทุกแบรนด์สินค้าที่กล่าวนี้ได้ผ่านกระบวนการคิด การฝึกปฏิบัติแก้ไขปัญหามาอย่างน่าตื่นเต้นและกำลังจะเข้าสู่กระบวนการประชาสัมพันธ์และจำหน่าย เพื่อเปิดโอกาสให้เยาวชนได้ลงสนามธุรกิจจริง จากนั้นคณะกรรมการก็จะดำเนินการประเมินผลทางการตลาด ทั้งในเรื่องของความสร้างสรรค์ เรื่องการวางแผนสินค้า แผนการตลาด ผลประกอบการและคุณค่าด้านอื่นที่ได้รับ เพื่อประเมินศักยภาพการเรียนรู้ และแนวทางการพัฒนาการปมเพาะนักการตลาดหน้าใหม่เพื่อวงการการตลาดไทยต่อไป”

[nggallery id=151]

ด้าน “มาร์ส เลิศวลีฐู เทียนทอง” นักศึกษาชั้นปีที่ 3 คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

หนึ่งในเยาวชน โครงการ TK park แจ้งเกิดการตลาด : แต่ง ผัน บั้น แบนด์ เจ้าของไอเดียเสื่อยึดเอาใจ คนรักแมว แบนด์ Cat'sE กล่าวว่า เขาเป็นคนที่สนใจงานด้านการตลาดและไฟผันอยากจะเป็นนักการตลาดอย่างจริงจัง เลยทุ่มเทให้กับการสร้างแบนด์แฟชั่นแบนด์แรกในชีวิตนี้มาก และมีความรู้สึกว่าการนี้ต่างจากกิจกรรมฝึก เยาวชนเวทีอื่นๆที่แข่งขันกันแล้วก็จบที่รางวัล แต่กิจกรรมนี้เขาเปิดใจว่าสิ่งที่ได้เต็มๆคือ ความภาคภูมิใจและความ รู้ที่เป็นความรู้จริงๆ

“หลังจากอบรมมีความรู้พอสมควรแล้วทางTK park ก็ให้พวกเราเตรียมคิดแผนเพื่อชิงเงินทุนทำธุรกิจรับ โดยผม ยอมรับว่าทีมผมมีข้อเสียมากสุดใน 6 ทีม แต่เราก็ปรับกระบวนการความคิดมุมมองกันใหม่ ใช้ไอเดียและความรู้ที่ได้รับ การอบรมมาสร้างแบนด์กันใหม่ จนเป็นแบนด์ Cat'sE เพื่อคนรักแมวที่เป็นเพศไหนวัยไหนก็ใส่เสื้อเราได้เราเริ่ม สร้างจุดแข็งของแบนด์เป็น และสร้างตัวตนของสินค้าได้ ทำให้ตอนนี้ทุกคนในทีมกำลังสนุกมาก และกำลังมุ่งไปสู่ จุดหมายเดียวกันเพราะ ทุกคนมองภาพของการตลาดออกไป พร้อมๆกันและภูมิใจกับผลงานกันค่อนข้างมาก แม้ยัง ไม่ได้รู้ว่าผลด้วยซ้ำว่าออกมาจะเป็นยังไงแต่ก็ตั้งใจที่สุดที่จะทำให้แบนด์เป็นที่รู้จัก โดยกำลังหาวิดีโอเปิดตัวที่มี ฟรีเซ็นเตอร์สวมใส่เสื้อผ้าของเราให้ผู้บริโภคเห็นภาพ เป็นสื่อแนะนำแบนด์”

ทิศทางเดียวกับ “ชานนท์ สีสานวัฒน์กุล” นักศึกษาชั้นปีที่ 3 คณะพาณิชยศาสตร์การบัญชี มหาวิทยาลัยธรรม ศาสตร์ อีกหนึ่งในเยาวชน โครงการ TK park แจ้งเกิดการตลาด : แต่ง ผัน บั้น แบนด์ บอกการฝึกเป็นนักการ ตลาดแบบนี้เป็นโอกาสที่หาไม่ได้จากเวทีไหน ได้ทั้งการเรียนรู้และได้ฝึกความอดทน แม้ในทีมจะมีความถนัดที่แตก ต่างออกไป แต่พวกเขาก็ภูมิใจที่ได้ร่วมกันทำงานจนสำเร็จ ฝึกคิดแบนด์แฟชั่นที่มีมุมมองเพื่อสังคม อย่าง การ ทำแบนด์เสื้อสำหรับคนตาบอด ออกมาได้

“ แบนด์ที่เราคิดมีลูกเล่นสำหรับคนตาบอดที่คนตาบอดจะสามารถทราบได้ว่า เสื้อที่ใส่อยู่ลายอะไรสีอะไร โดยเสื้อ ยึดจะมีการทำพิมพ์นูนอยู่ตรงปลายเสื้อ และใช้ชื่อแบนด์ว่า Your เพื่อให้เหมาะกับทุกคน ที่ไม่ใช่แค่คนตาบอดแต่ ยัง เป็นแบนด์ที่เปิดมุมมองให้คนตาดีที่คิดแบบนี้เพราะเราพยายามช่วยกันระดมความคิดเห็นในหลายๆการพัฒนา ผลงานไม่ให้เจาะกลุ่มเป้าหมายในวงแคบเกินไป เพราะในกลุ่มมีทั้งคนเรียนไฟแนนซ์ การตลาด การจัดการ ทำให้ เราทำงานร่วมกันแล้วได้เรียนรู้อะไรหลากหลาย หลายมุมมอง อย่างน้อยที่เราภูมิใจกับกิจกรรมที่ได้ทำจริงตรงนี้คือ เราได้เพื่อนที่ทำงานร่วมกัน ได้รู้จักสร้างความแตกต่างในเสื้อยืดหลายๆแบนด์ให้มันเกิดขึ้น และรู้จักพยายามทำให้ ผันการเป็นนักการตลาดของเราประสบความสำเร็จด้วย”

อย่างไรก็ตาม หากสนใจอยากไปช้อปปิ้งไอเดียสุดๆใหม่ๆของวงการแฟชั่นไทย ก็ไปกันได้เลยในวันเสาร์ที่ 24 สิงหา คม - เสาร์ที่ 31 สิงหาคม 2556ที่ TK POP UP STORE ณ ชั้น 8 อุทยานการเรียนรู้ TK park ศูนย์การค้าเซ็นทรัล เวิลด์ แล้วจะได้พบกับผลิตภัณฑ์แฟชั่นโดนใจ พร้อมกลยุทธ์เด็ดจากเด็กการตลาดอาทิ กลยุทธ์ฮอทเชลของเสื้อยืด คนรักแมวที่อัดแน่นด้วยความหลากหลายสามารถเพิ่มลายเสื้อได้ด้วยตัวเอง หรือ กลยุทธ์เพื่อสังคมของเสื้อยืดคน ตาบอดก็มีแพ็คเกจสุดคูลชื่อ 1 แกรม 1 ได้เสื้อแถมได้บุญ นอกจากนี้ยังมีกลยุทธ์เจาะตลาดเด็กแนวแจกกระเป่าสุด เซอร์ถึงย่านอินดี้ เป็นต้น