



# Digital Branding

: กลยุทธ์แจ่มเกิดแบรนด์เล็ก ให้เติบโตได้อย่างยั่งยืน



Product เสิร์ชแบรนด์สินค้า Price ศึกษาราคาสินค้า Place สืบหาช่องทางขายที่คุ้มค่าที่สุด Promotion แร่ืองพาดพิงกับให้ทอยไปข้างต้งให้ทุกเวลา  
แต่ถ้าแบรนด์คือของเรายังต้อง ลูกก็จะต้องใช้สินทรัพย์ของเราเอง

โดย ณัฐพล ไชยไพโรจน์ บรรณาธิการ คณะเทคโนโลยี

# Digital Branding :

กลยุทธ์เจ๊งเกิดแบรนด์เล็ก ให้เติบโตใหญ่ได้อย่างยั่งยืน

## AUTHOR :

ณัฐพล ไช้โพธิ์ร้อน

nattaphon\_yai@hotmail.com

## EDITORIAL :

ชานะ เมศพิศวง

chana\_t@idcpremier.com

## GRAPHIC DESIGNERS :

วสันต์ พึ่งพิศวง, อุกฤษณ์ เกิดประดิษฐ์

## PAGE LAYOUT :

จิตราภรณ์ เหมะจันทร

## PROOFREADERS :

เมณฑุที ศรีอุทโยภาส, พรรณฉิม ชูราชิ

## PUBLISHING COORDINATORS :

วรพล ณธิกุล, สุพัลลภา อาจามร, ปฐมพล ชรรณศรีสกุล

พิมพ์ครั้งที่ 1 พฤษภาคม 2561

ข้อมูลทางบรรณานุกรม :

ณัฐพล ไช้โพธิ์ร้อน

Digital Branding :

กลยุทธ์เจ๊งเกิดแบรนด์เล็ก ให้เติบโตใหญ่ได้อย่างยั่งยืน

กรุงเทพฯ : ไอดีซีฯ, 2561

180 หน้า

1. การตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์

| ชื่อเรื่อง

658.6

ISBN 978-616-200-936-5

ราคา 235 บาท

## จัดพิมพ์และจัดจำหน่ายโดย

บริษัท ไอดีซี พรีเมียร์ จำกัด

200 หมู่ 4 ชั้น 19 ห้อง 1901

จิมเนเซียมอินเตอร์เนชั่นแนลทาวเวอร์

ถ.แจ้งวัฒนะ อ.บางเขน จ.นนทบุรี 11120

โทรศัพท์ 0-2962-1081 (อัตโนมัติ 10 คู่สาย)

โทรสาร 0-2962-1084

## ร้านค้าและตัวแทนจำหน่าย

โทรศัพท์ 0 2952 1081-3 ต่อ 112-114

โทรสาร 0-2962-1084

สมาชิกสัมพันธ์

โทรศัพท์ 0-2962-1081-3 ต่อ 121

โทรสาร 0-2962-1084

เรื่องขอขมาการค้ำอึ้งๆ ที่อ้างถึงเป็นของบริษัทนี้

สงวนลิขสิทธิ์ตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537

โดยบริษัท ไอดีซี พรีเมียร์ จำกัด ห้ามลอกเลียนไม่ว่า

ส่วนใดส่วนหนึ่งของหนังสือเล่มนี้ ไม่ว่าในรูปแบบใดๆ

นอกจากจะได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรจาก

ผู้จัดพิมพ์เท่านั้น

บริษัท ไอดีซี พรีเมียร์ จำกัด จัดตั้งขึ้นเพื่อเผยแพร่

ความรู้ที่มีคุณภาพสู่ผู้อ่านชาวไทย เรายินดีรับงาน

เขียนจนจบนักวิชาการและนักเขียนทุกท่าน ท่านผู้สนใจ

กรุณาติดต่อผ่านทางอีเมลที่ [info@idcpremier.com](mailto:info@idcpremier.com)

หรือหาโทรศัพท์หมายเลข 0-2962-1081

(อัตโนมัติ 10 คู่สาย) โทรสาร 0-2962-1084

# Content

สารบัญ

## แบรนด์คืออะไร

01

Chapter

\*แบรนด์ดีเป็นมากกว่าตราสินค้า  
แบรนด์ดี คือทุกสิ่งอย่างที่เกี่ยวพันกับธุรกิจ\*

# สามเรื่องต้องรู้ เมื่อคิดสร้าง แบรนด์

## 02

Chapter

"Brand Positioning  
Brand Personality  
Brand Identity

ทำให้แบรนด์ของคุณแข็งแกร่งและเป็นที่ยอมรับ"

Brand Positioning.....	40
แนวคิดในการกำหนดตำแหน่งของ แบรนด์ .....	41
Brand Personality.....	42
Brand Identity .....	44
ReThink .....	46

# Brand Positioning กำหนดตำแหน่งของ แบรนด์เพื่ออะไร

## 03

Chapter

"ตัวเราคือใคร และอยู่ตรงไหนในตลาด"

Case Study : การกำหนดตำแหน่งของ แบรนด์รองเท้า Adidas.....	59
Case Study : การกำหนดตำแหน่งของ แบรนด์รถยนต์ BMW .....	60
Case Study : การกำหนดตำแหน่งของ แบรนด์ช็อกโกแลต FERRERO ROCHER.....	61
Case Study : การกำหนดตำแหน่งของ แบรนด์ Cafe Amazon.....	62
Case Study : การกำหนดตำแหน่งของ แบรนด์ The Amazon's Embrace.....	63

# Brand Personality แบรนด์ของคุณเป็น 'คนแบบไหน'

## 04

Chapter

"คนที่เหมือนกันจะดึงดูดคนประเภทเดียวกัน"

Case Study : Brand Personality .. 74

ข้อดีของการสร้างบุคลิกภาพของแบรนด์ด้วย  
สัญลักษณ์ การ์ตูน และมาสคอต ..... 78

Case Study : บริษัทลิซ่า ฟลาซ่า  
กับบาร์บี๊อ้น ..... 81

# Brand Identity ตอกย้ำตัวตนที่ แท้จริง

## 05

Chapter

"ถ้าอ้อมหนึ่ง.. แมคโดนัลด์ลูกขึ้นมาเปลี่ยน  
พอนด์ละสิ่ฟิบหลัง  
คุณจะทำความเป็นแมคโดนัลด์ได้ไหม"

Case Study :  
Brand Identity..... 88

LEGO..... 88

McDonald's..... 90

Case Study : Instagram เปลี่ยนไป ..... 92

สีกับการสร้างเอกลักษณ์ของ  
แบรนด์..... 94

Case Study : เอกลักษณ์ที่แข็งแกร่ง  
ของแบรนด์ต่างๆ..... 96



# สร้างการรับรู้เพื่อ ความยั่งยืน

07

Chapter

## จุดสัมผัสแบรนด์ 06

Chapter

"แบรนด์จะเป็นที่ติดอกติดใจ หรือฝัง  
อยู่ในใจผู้พบเห็นได้  
ต้องสามารถสะกิดต่อมประสาทสัมผัส  
ทั้ง 5 ของผู้พบเห็นในเชิงบวก"

การสร้างประสบการณ์ผ่านโลก  
ออนไลน์ .....106

กระบวนการตัดสินใจซื้อ.....112

จุดสัมผัสแบรนด์แต่ละช่วงของ  
กระบวนการตัดสินใจซื้อ.....113

"ถ้าคุณอยากให้โลกรู้ว่าคุณทำอะไร  
ตะโกนออกไปดังๆ  
เพราะคงไม่มีใครรับรู้ว่าคุณทำอะไร  
อย่างไร หาก你不ประกาศ  
ออกไปให้เขารู้"

ทำอย่างไรให้คนรู้จักแบรนด์.....123

โมเดล 1.....129

โมเดล 2.....130

โมเดล 3.....131

Brand Recognition .....133

Brand Recall .....136

Step by Step : สร้างการ  
รับรู้ให้แบรนด์.....140

Step 1 : สร้างเว็บไซต์.....160

Step 2 : สร้างเอกเททาคันัน

Social Media.....142

Step 3 : ออกบูชแสดงสินค้าสาร  
งานแฟร์.....144

# สร้างแบรนด์บนโลก ออนไลน์

## 08

Chapter

"พลาดพันต์  
ถ้าหันหลังให้ออนไลน์"

สร้างแบรนด์บนโลกดิจิทัล.....168

# สร้างแบรนด์เขา ทำกันอย่างไร

## 09

Chapter

ขอแนะนำให้คุณรู้จักกับ  
"ขบวนการเจ็ด"

ทำไมจึงชื่อ "ขบวนการเจ็ด" .....174

แตกต่างที่พิเศษจริง .....175

ทำให้แบรนด์เป็นที่รู้จักทั้งบนโลก  
ออนไลน์และออฟไลน์.....176