

Marketing in Practice

# การตลาด มืออาชีพ

กิตติ สิริพัลลภ

ทป.

HF

การตลาดมืออาชีพ



\* 8 0 0 3 2 6 3 5 \*

ห้องสมุด วทบ นครราชสีมา

กลับไปสู่ "หลักการ" และ "ความแท้จริง" ในโลกของการตลาด

# สารบัญ

4P 4C และ 4F: การตลาดแบบไทย ๆ	10
Behavioral Segmentation	22
ทำให้ภาพลูกค้าชัดเจน	
Product Varieties:	36
น้อยไปไม่สำเร็จ มากไปสับสน	
Differentiation:	44
อย่าแค่ไม่เหมือน ต้องแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ	
ตำแหน่งผลิตภัณฑ์:	54
ปัจจัยที่ต้องพิจารณาในการกำหนด	
Check list	62
สาเหตุที่ทำให้ “แบรนด์” ไม่ประสบความสำเร็จ	
สงครามอิรัก: ทหารตาย	76
สงครามราคา: นักการตลาดตาย	
ดีลเลอร์ เป็นพันธมิตรอย่างไรให้เติบโต	84
บัญญัติ 10 ประการของหนังโฆษณาที่ดี	94
โฆษณาตก...สร้างหรือทำลายสินค้า	106

ห้องสมุด  
วิทยาลัยพยาบาลฯ นครราชสีมา

Co-Promotion:	114
รวมกันเราช่วย แยกกันเราเหนื่อย	
Event Marketing: อย่างไร ? จึงได้ผล	122
Sport Marketing	128
ไมซ์แค่สร้าง Brand Awareness	
Entertainment & Edutainment Marketing	134
Zero-Based Planning	140
ท่องเที่ยวก่อนรุ่งตลาดเอเชีย	
Ambush Marketing:	150
เป็นรองหรือเป็นต่อ ?	
จากทำแข่งถึง CRM	158
แนวคิดดั้งเดิม การจัดการแบบใหม่	
CRM ยุคใหม่	166
จะจัดการอย่างไรดี ?	
การตลาดอนาคต	174