

แบบฝึกหัดบทที่ 1 : Campaign Development Exercise

แบรนด์:

อุตสาหกรรม :

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ตกตะกอนทางความคิดพร้อมอธิบายลักษณะของลูกค้าในแคมเปญที่อยากพัฒนาครั้งนี้อย่างละเอียด

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	ความต้องการของลูกค้า	จุดเจ็บปวดหรือสิ่งที่อยู่ในใจ (Pain point/ Insight)

บริบททางสถานการณ์

สถานการณ์ในช่วงนี้ มีเหตุการณ์ใดที่ส่งผลต่อความรู้สึก หรือเป็นเหตุการณ์ที่กลุ่มเป้าหมายความสนใจอยู่บ้าง

ประเด็นร้อน การเมือง	ประเด็นด้าน เศรษฐกิจ / นโยบายเศรษฐกิจ	ประเด็นทางสังคม	ประเด็นเทคโนโลยี ใหม่ที่น่าจับตา	ประเด็นทาง สิ่งแวดล้อม และ ภาพรวมของ สถานการณ์โลก	ประเด็นด้าน กฎหมาย และ นโยบายที่กระทบ ต่อชีวิตของลูกค้า

สรุปประเด็นร้อนที่เป็นไฮไลต์:

จุดยืนและความเชื่อของแบรนด์

แบรนด์ที่เราดูแลมีจุดยืนและความเชื่อมั่นอย่างไรในการทำธุรกิจ

Brand Positioning (จุดยืนของแบรนด์)

Brand Believe (ความเชื่อของแบรนด์)

Brand Role & Action (บทบาทของแบรนด์ที่มีต่อลูกค้า)

ดังนั้นแล้วแบรนด์.....จึงตัดสินใจทำ

คำถามสำคัญ : อะไรคือสิ่งที่ลูกค้ามีปัญหา และแบรนด์เราสามารถเข้าไปตอบใจหายได้ภายในสถานการณ์ที่เป็นประเด็นร้อนและลูกค้าให้ความสนใจ

จึงเป็นที่มาของแคมเปญการสื่อสารที่มีชื่อว่า

“ _____ ”

สาระสำคัญ(Main Idea) ของแคมเปญ

เครื่องมือที่เหมาะสมในการสื่อสารแคมเปญ

- | | | |
|--------------|----------------|--------------------|
| - Facebook | - SEO | - Influencer |
| - Instagram | - Media (สื่อ) | - Micro influencer |
| - Youtube | - Twitter | - สื่อภายนอกบ้าน |
| - Google Ads | - Tiktok | - E-mail marketing |
| - LinkedIn | - LINE OA | |

ฉันจึงเลือกเครื่องมือ/ Platform นี้เป็นช่องทางหลัก สำหรับทำให้เป้าหมายรับรู้

ฉันเลือก

เพราะ

ฉันจึงเลือกเครื่องมือ/ Platform นี้เป็นช่องทางหลักสำหรับสะกิดให้เป้าหมายสนใจ

ฉันเลือก

เพราะ

ฉันจึงเลือกเครื่องมือ/ Platform นี้เป็นช่องทางหลักสำหรับทำให้เป้าหมายตัดสินใจซื้อ

ฉันเลือก

เพราะ

ตรวจความพร้อม

- ประชุมทีมภายใน เตรียมคำถามที่ต้องพบบ่อยและหารือกันถึงแนวทางการตอบในทีม
- แอดมินพร้อมตอบคำถาม
- ภาพประกอบที่จำเป็นต้องมี เตรียมครบและพร้อม
- คำที่ใช้ในแคมเปญโดนใจกลุ่มเป้าหมาย
- มีการกำหนดช่องทางหลัก-ช่องทางรอง ช่องทางที่จะจัดสรรงบประมาณการตลาดเรียบร้อยแล้ว