

วิทยาลัยเทคโนโลยีชุมแพไทย-เยอรมัน(จี-เทค)

วิชา

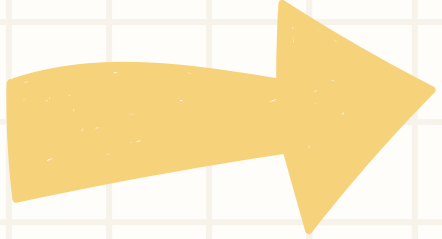
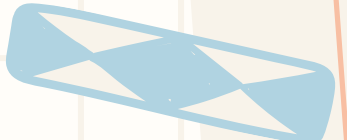



ความคิดเชิงสร้างสรรค์ทาง  
การตลาด


โดย



อ.นิภาพร พรหมเมตตา




การตลาดสร้างสรรค์  
Creative Marketing





 ความหมายของการตลาด  
สร้างสรรค์



 กระบวนการการคิด  
สร้างสรรค์ทาง  
การตลาด

 องค์ประกอบของการคิด  
สร้างสรรค์ทางการตลาด

 เทคนิคการคิดสร้างสรรค์  
ทางการตลาด



# การตลาดสร้างสรรค์

คือการใช้ความคิดสร้างสรรค์และแนวคิดใหม่ๆ มาผสมผสานกับกลยุทธ์การตลาด เพื่อให้แบรนด์หรือสินค้าโดดเด่น แตกต่าง และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

## องค์ประกอบของ ความคิดสร้างสรรค์ ทางการตลาด

1. การเข้าใจกลุ่มเป้าหมาย (Audience Insight) ศึกษาพฤติกรรม ความต้องการ ความเชื่อ
2. การคิดนอกกรอบ (Out-of-the-box Thinking) กล้าทำสิ่งใหม่ที่แตกต่างจากคู่แข่ง มองมุมกลับ เช่น ปัญหาอาจกลายเป็นจุดขายได้
3. การเล่าเรื่อง (Storytelling) ใช้อารมณ์ ความสัมพันธ์ หรือสถานการณ์จริง สร้างเรื่องราวให้ผู้บริโภครู้สึกมีส่วนร่วมกับแบรนด์
4. ความแปลกใหม่และโดดเด่น (Novelty & Differentiation) ไอเดียต้องสดใหม่ ไม่ซ้ำซากทำให้แบรนด์ “จำได้” และ “พูดถึง”
5. การใช้สื่ออย่างสร้างสรรค์ (Creative Media Usage) ใช้แพลตฟอร์มใหม่ๆ เช่น TikTok, Podcast, VR ใช้สื่อแบบผสม (Omnichannel) อย่างมีจังหวะ
6. การทดลองและเรียนรู้ (Experimentation & Feedback) กล้าลอง ปรับ เปลี่ยน และเรียนรู้จากผลลัพธ์
7. การสื่อสารที่สั้น กระชับ และตรงประเด็นสโลแกนดี คำพูดโดน รูปภาพสื่อชัด = เข้าถึงใจง่าย

# กระบวนการคิดสร้างสรรค์

1. การเตรียม  
ข้อมูล

3. การเกิดปฏิก  
ไอดี

2. การฟุ้ง  
ของไอดี

4. การ  
ประเมินและ  
คัดกรอง

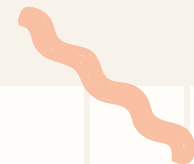
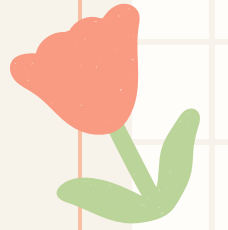
5. การลงมือ  
ทำ



## ใบงานที่ 3



1. การตลาดสร้างสรรค์ (Creative Marketing) คืออะไร?
2. กระบวนการคิดสร้างสรรค์มีอะไรบ้าง?



วิทยาลัยเทคโนโลยีชุมแพไทย-เยอรมัน(จี-เทค)  
สาขาการตลาด

ขอบคุณ  
๑