

วิชา การจัดนิทรรศการทางการตลาด

รหัสวิชา 20202-2023

การจัดงานแสดงสินค้าหรือบริการเพื่อวัตถุประสงค์ทางการตลาด ซึ่งมีเป้าหมายหลักเพื่อสร้างการรับรู้ถึงแบรนด์, แนะนำสินค้าหรือบริการ, สร้างยอดขาย, และสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

บทที่ 1

- ความหมายของการจัดนิทรรศการ และการจัดนิทรรศการทางการตลาด
- ลักษณะของการจัดนิทรรศการ
- ตัวอย่างการจัดนิทรรศการ

การจัดนิทรรศการ คืออะไร?

การจัดนิทรรศการ หมายถึง สื่อที่วัสดุ อุปกรณ์ เทคนิค วิธีการต่าง ๆ มารวมกัน

เพื่อสร้างความดึงดูดใจต่อผู้พบเห็น และสามารถถ่ายทอดสารต่าง ๆ ตามเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของผู้จัด

การจัดนิทรรศการทางการตลาด คืออะไร?

เป็นนิทรรศการอีกรูปแบบหนึ่งจัดอย่างแพร่หลาย นิทรรศการประเภทนี้อาจจัดในร่มหรือกลางแจ้งก็ได้ จะเป็นนิทรรศการแบบชั่วคราวเท่านั้น จุดประสงค์เพื่อการซื้อขายสินค้า และการพาณิชย์

นิทรรศการทางการตลาดที่ใหญ่ที่สุด คือ งานมหกรรมการแสดงสินค้านานาชาติ ซึ่งหมุนเวียนจัดในประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก การจัดนิทรรศการทางการตลาดจะมุ่งการขายตรงหรือส่งเสริมการขาย เป็นนิทรรศการทางการพาณิชย์ที่นิยมจัดกันมาก ในช่วงทศวรรษนี้ เช่น ขายเครื่องเรือน บ้าน รถยนต์ ส่วนนิทรรศการขนาดเล็ก บริษัทผู้ผลิตเป็นเจ้าของนิทรรศการเอง

แต่ละห้างสรรพสินค้าก็มีการจัดนิทรรศการทางการตลาดกันตลอดปี นิทรรศการทางการตลาดอาจจะจัดเพื่อดึงดูดผู้ชมให้เข้ามาในร้านค้า เพื่อซื้อสินค้านั้น ๆ หรือสินค้าอย่างอื่นด้วยก็ได้ ซึ่งมีการจัดกันอยู่เสมอ ๆ ในศูนย์การค้าใหญ่ ๆ หรือห้างสรรพสินค้าต่าง ๆ นิทรรศการประเภทนี้มักจัดเล็ก ๆ เป็นนิทรรศการชั่วคราวมีระยะเวลากำหนดแน่นอนโดยทั่วไปจะจัดในเทศกาลต่าง ๆ เพื่อการโฆษณาห้างสรรพสินค้าไปด้วย

การจัดนิทรรศการแบ่งได้ 3 ลักษณะ

ลักษณะที่ 1 การจัดนิทรรศการแบบสองมิติเป็นการจัดโดยเน้นการใช้สื่อประเภทสองมิติ

ซึ่งความหมายทางกายภาพของสื่อสองมิตินั้น เป็นสื่อที่มีเพียงความกว้าง และยาว พบเห็นกันได้ง่าย และนิยมใช้กันอยู่ทั่วไป เช่น ป้าย กราฟิก รูปภาพ เป็นต้น การเลือกสื่อประเภทสองมิติมาใช้ในการจัดนิทรรศการมักจะมีเหตุผลมาจากข้อจำกัดในหลาย ๆ ประการ เช่น วัตถุประสงค์ พื้นที่ในการจัดนิทรรศการ ลักษณะของเนื้อหา เป็นต้น

อย่างไรก็ตามสื่อสองมิติก็สามารถสร้างความเข้าใจตลอดจนความน่าสนใจได้ดีหากมีการออกแบบ และวางแผนการผลิตอย่างมีระบบ ตลอดจนมีการนำหลักทางศิลปะมาใช้อย่างถูกต้องและเหมาะสม

การจัดนิทรรศการแบ่งได้ 3 ลักษณะ

ลักษณะที่ 2 การจัดนิทรรศการแบบสามมิติ

การจัดนิทรรศการแบบนี้เป็นการนำเอาสื่อประเภทสามมิติมาใช้ในการนำเสนอเป็นส่วนใหญ่ สื่อสามมิติเป็นสื่อที่พิจารณาในแง่ความน่าสนใจ และดึงดูดใจแล้วค่อนข้างจะได้เปรียบสื่อสองมิติ และกินความหมายกว้างกว่า ทั้งนี้หากพิจารณาลักษณะทางกายภาพจะพบว่าของจริง (Real Object) ให้ประโยชน์ในแง่ของการเรียนรู้ที่ได้ประสิทธิภาพมากกว่า และจะมีคุณค่ามากกว่าสื่อสองมิติอย่างชัดเจน แต่การเลือกสื่อประเภทนี้ ตลอดจนการผลิตขึ้นมาใหม่ ต้องมีความเหมาะสม มิฉะนั้นจะเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดความสูญเปล่า

การจัดนิทรรศการแบ่งได้ 3 ลักษณะ

ลักษณะที่ 3 การจัดนิทรรศการแบบผสมผสาน

การจัดในลักษณะนี้จะผสมผสานสื่อสองมิติและสามมิติเข้าด้วยกัน ทำให้ผู้ชมไม่จำเจและเบื่อหน่าย แต่ต่อมามีการออกแบบสร้างสรรค์ให้เกิดความสัมพันธ์และส่งเสริมกันและกันเป็นอย่างดี ในทางปฏิบัติจะพบว่าโดยส่วนมากจะจัดนิทรรศการในลักษณะผสมผสานเป็นส่วนมาก

ตัวอย่างการจัดนิทรรศการ

นิทรรศการจัดแสดงสินค้าใน **Hall** เพื่อสร้างการรับรู้และเพิ่มยอดขาย



ตัวอย่างการจัดนิทรรศการ

นิทรรศการยกระดับสินค้าและเศรษฐกิจท้องถิ่น



วิชา การจัดนิทรรศการทางการตลาด

รหัสวิชา 20202-2023

ฉบับที่ 1

การจัดงานแสดงสินค้าหรือบริการเพื่อวัตถุประสงค์ทางการตลาด ซึ่งมีเป้าหมายหลักเพื่อสร้างการรับรู้ถึงแบรนด์, แนะนำสินค้าหรือบริการ, สร้างยอดขาย, และสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า