

Implanting Brands into Digital and Designing Brand Architecture

หลักสูตร : กลยุทธ์การสร้างแบรนด์และออกแบบแบรนด์ในยุคดิจิทัล

“สร้างแบรนด์ให้โดนใจลูกค้ายุค 4.0”

Course outline

• How to Build Brands?

เรียนรู้ทฤษฎีและแนวคิดต่างๆ ในการรักษาแบรนด์ และสร้างแบรนด์ เราทำได้อย่างไรว่าแบรนด์เรายังอยู่ดีหรือไม่ ในยุคลูกค้าดิจิทัลนี้ เขาใจการสร้างแบรนด์ตั้งแต่การกำหนดแนวทางของแบรนด์ จนถึงการสื่อสารแบรนด์

• Insightful Branding

จะเกิด Insightful Branding ได้ ย่อมเกิดจากการที่เราต้องเข้าใจความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า ที่อยู่ลึกเข้าไปในความคิดของลูกค้าเสียก่อน การจะ insight ลูกค้าได้ จะต้องมีความเข้าใจบางอย่าง เรียนรู้ผ่านกรณีศึกษาในหลักสูตรนี้

• Brand Revitalization

เรียนรู้กลยุทธ์ที่จะปรับเปลี่ยนแบรนด์ เมื่อถึงวันที่สินค้า หรือแบรนด์ของเราอยู่นิ่งมานาน เริ่มอืดตัว หรือเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรงขึ้นจนต้องถึงเวลาที่จะแต่งเติมสีสันใหม่ในใจลูกค้า รวมถึงกับการปรับเปลี่ยนแบรนด์ในเข้ากับลูกค่านใหม่ หรือลูกค้าในยุคดิจิทัลนี้ให้มากขึ้นด้วย

• Building Brand Characters

แนวทางการสร้าง Brand Characters ให้เกิดขึ้นอย่างโดดเด่น ไม่ใช่เรื่องง่าย เริ่มตั้งแต่การวาง Brand Identity จนถึงการวางบุคลิกภาพของแบรนด์ Brand Personality จะต้องทำอย่างไร ถึงจะได้ไปเป็น Brand ที่อยู่ในใจของลูกค้า

• Effective Brand Positioning Strategies

เราวางตำแหน่งของ Brand เราอย่างไร ให้สอดคล้องกับตำแหน่งทางการตลาดและทิศทางการตลาดของเราในภาพรวม (Market Positioning and Direction) รวมถึงการแนะนำข้อคิดต่างๆ ที่น่าสนใจเพื่อวางตำแหน่งของ Brand ได้อย่างถูกต้อง

• Enhancing Brand Loyalty and Engagement

จากความพึงพอใจในตัวสินค้า จนถึงการศึกษาลูกค้าจะรักดีต่อแบรนด์ และผูกพันกับแบรนด์เรา ไม่ใช่เรื่องง่ายเลย การสร้างความจงรักภักดีต่อแบรนด์จึงต้องทำแบบมีกลยุทธ์ อย่งไรลูกค้าถึงจะรักแบรนด์เราอย่างยั่งยืน

• Developing Brand Architecture

จากความพึงพอใจในตัวสินค้า จนถึงการศึกษาลูกค้าจะรักดีต่อแบรนด์ และผูกพันกับแบรนด์เรา ไม่ใช่เรื่องง่ายเลย การสร้างความจงรักภักดีต่อแบรนด์จึงต้องทำแบบมีกลยุทธ์ อย่งไรลูกค้าถึงจะรักแบรนด์เราอย่างยั่งยืน

• Digital Branding

ปรับเปลี่ยนแบรนด์ของเรา เข้าสู่โลกยุคดิจิทัล ตอบสนองลูกค้ายุค 4.0 ด้วยการสื่อสารแบรนด์ผ่านช่องทางออนไลน์ และโลกของ Social Media การสร้าง Brand Content ที่โดนใจลูกค้ายุคดิจิทัลนั้นเป็นอย่างไร

• How to Build Great and Good Brands

เป็นเพียงแบรนด์ที่ดีอาจไม่เพียงพอ ในโลกการตลาดปัจจุบัน แต่อย่างไรที่จะนับว่าเป็นแบรนด์ที่ยิ่งใหญ่ในสายตาลูกค้าได้สู่การเป็น Great แบรนด์ที่อยู่ใน Top of Mind ของลูกค้า เป็น Great แบรนด์ที่ลูกค้ามองเห็นคุณค่า หรือ Brand Value ที่แท้จริง

อังคาร ที่ 17 กรกฎาคม 2561



ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์แบรนด์เข้าสู่ยุคดิจิทัล ออกแบบ

โครงสร้างแบรนด์สู่อัตลักษณ์ใหม่ เพื่อสร้างความผูกพัน

และความจงรักภักดีกับลูกค้ายุค 4.0 อินไซด์กลยุทธ์แบรนด์

วางตำแหน่งการตลาดอย่างไรให้แบรนด์แข็งแกร่งจาก

Good Brands สู่ Great Brand

Implanting Brands into Digital and Designing Brand Architecture

หลักสูตร : กลยุทธ์การสร้างแบรนด์และออกแบบแบรนด์ในยุคดิจิทัล

Objective

- เรียนรู้กลยุทธ์การสร้างแบรนด์ และการออกแบบโครงสร้างแบรนด์ที่เข้มแข็งและทรงพลัง
- อัปเดตเทรนด์และมุมมองใหม่ๆ เพื่อสร้างโอกาสในการพัฒนาแบรนด์สู่ยุคดิจิทัล
- เรียนรู้เทคนิคการเสริมสร้างความจงรักภักดีและสร้างความจดจำอย่างมีเสน่ห์
- เรียนรู้จากกรณีศึกษาความสำเร็จที่มีประสิทธิภาพและความล้มเหลวของการสร้างแบรนด์
- เรียนรู้วิธีการและกำหนดกลยุทธ์ต่างๆ ในการบริหารแบรนด์อย่างเหนือชั้น

อังคาร ที่ 17 กรกฎาคม 2561 ลงทะเบียน 8.30 น. อบรมเวลา 9.00 - 16.00 น.

สถานที่ โรงแรม สวิสไฮเทล เลอคองคอร์ด (รัชดาภิเษก) ค่าธรรมเนียม 6,800 บาท (*ไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม)



ผศ.ดร.วิเลิศ ภูริวัชร

- อาจารย์ประจำ ภาควิชาการตลาด คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ผู้เชี่ยวชาญและที่ปรึกษาทางการตลาด องค์กรภาครัฐและเอกชน
- คอลัมน์นิสต์การตลาด Marketing is all around ของกรุงเทพธุรกิจ



สนใจสมัคร ส่งใบตอบรับ มาที่ >>>

LINE
@strategiccenter

หรือสมัครบนเว็บไซต์
WWW.SBDC.CO.TH



1 ชื่อ
ตำแหน่ง/ฝ่าย มือถือ
E-mail

2 ชื่อ
ตำแหน่ง/ฝ่าย มือถือ
E-mail

3 ชื่อ
ตำแหน่ง/ฝ่าย มือถือ
E-mail

ชื่อบริษัท/องค์กร

สำนักงานใหญ่ สาขา

เลขประจำตัวผู้เสียภาษี

ประเภทธุรกิจ

ที่อยู่

ชื่อผู้ประสานงาน

ตำแหน่ง/ฝ่าย

โทรศัพท์ มือถือ

โทรสาร

E-mail

สมาชิกศูนย์ฯ รับส่วนลด 10 %

สมาชิกศูนย์ฯ 1,500 บาท / ปี
พร้อมรับสิทธิประโยชน์กับทางศูนย์ฯ
(ขอสงวนสิทธิ์สำหรับสมาชิกและผู้ที่เกี่ยวข้องที่นั่ง
ล่วงหน้าก่อน)

01

การชำระเงิน

- ชำระโดยส่งจ่ายเช็ค/แคชเชียร์เช็ค ชิดคร่อม
ส่งจ่ายในนาม
"บริษัท ศูนย์พัฒนากลยุทธ์ทางธุรกิจ จำกัด"
เลขประจำตัวผู้เสียภาษี 0105539066692
1755 ซ.ลาดพร้าว 94 ถ. ลาดพร้าว แขวงพลับพลา
เขตวังทองหลาง กรุงเทพฯ 10310

02

โอนเงินเข้าบัญชี

ธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน)
สาขาศรีวิภาทวารนอินทาวน
บัญชีออมทรัพย์ เลขที่ 609-2-01313-6

ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน)
สาขาสี่แยกศรีวิภา บัญชีออมทรัพย์
เลขที่ 140-2-12879-3

03

****หมายเหตุ หากต้องการยกเลิกหลักสูตรต้องแจ้งล่วงหน้าอย่างน้อย 3 วัน
มิฉะนั้นท่านต้องชำระค่าใช้จ่ายร้อยละ 30 ของค่าธรรมเนียมการอบรม