

1. สถานการณ์ทางการตลาด Market Review

A : ข้อมูลทางการตลาดและข้อมูลผลิตภัณฑ์ต่างๆ โดยเจาะจงสินค้าที่เป็นโจทย์หลัก

รองเท้านักเรียนชาย Pan ปัจจุบัน รุ่น PAN FUTSAL เป็นรองเท้านักเรียนที่มีรูปแบบของความเป็นรองเท้ากีฬาเข้ามาผสมผสานในงาน DESIGN ซึ่งสามารถใช้เล่นกีฬา และ ใส่ทำกิจกรรมต่างๆนอกจากเป็นรองเท้านักเรียนที่สวมใส่ ซึ่งงบริษัท บางกอกแอธเลติก เป็น หนึ่งในทางด้านรองเท้ากีฬา ฟุตซอล ในระดับประเทศ และเป็น SPONSOR ให้นักกีฬาทีมชาติเสมอมา

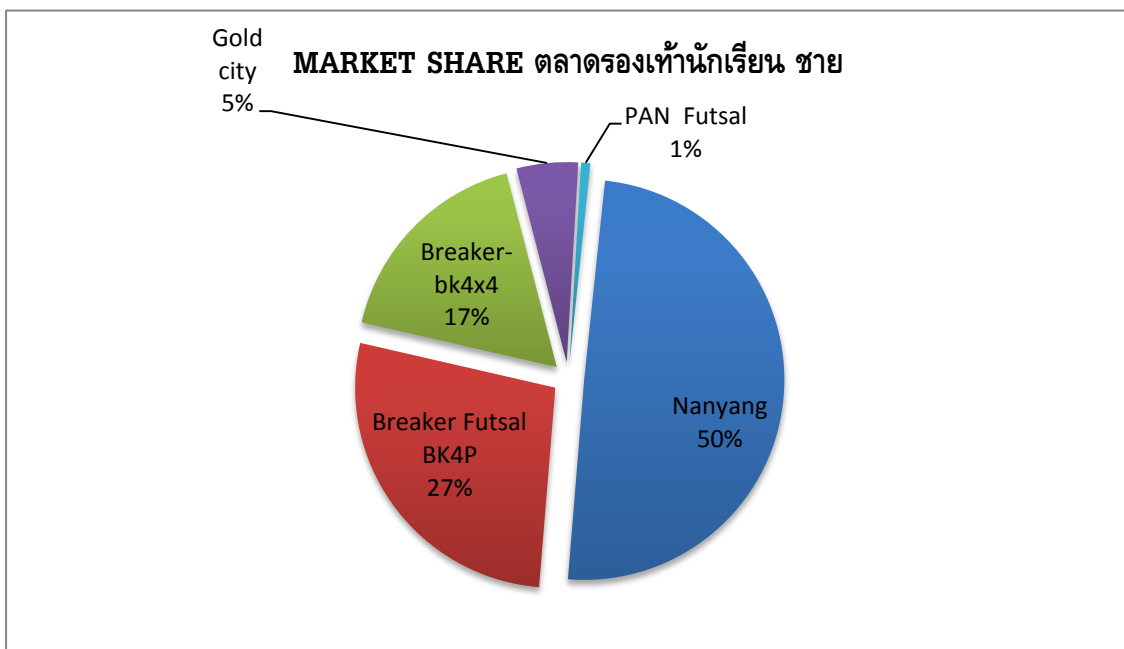
B : วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายหลัก : นักเรียนชายในระดับชั้น ประถมต้น และประถมปลาย รวมไปถึง ระดับ มัธยมต้น และ มัธยมปลาย (ช่วงอายุ 10- 18 ปี)

กลุ่มเป้าหมายรอง : เพศชาย คนทำงาน ทั่วไป อายุ 18 ปีขึ้นไป

กลุ่มผู้รับสื่อ : กลุ่มนักเรียนชาย ทุกระดับชั้น และ ผู้ปกครอง รวมถึงผู้ประกอบการธุรกิจสินค้าประเภท กลุ่มนักเรียน

C : ยอดขายและส่วนแบ่งตลาด



D : การวิเคราะห์คู่แข่ง

แบรนด์ นันยาง : เป็นรองเท้านักเรียนชายที่มีส่วนแบ่งตลาดเป็นอันดับที่ 1 จุดเด่นคือ เป็นรองเท้า Style พื้นสีเขียว เป็นเอกลักษณ์เป็นหลัก ลักษณะเป็นรองเท้าผ้าใบทรงหุ้มข้อ สุนทรียภาพยอดเยี่ยม ได้ดี มีการทำโฆษณาประชาสัมพันธ์ จุดเด่นที่พื้นเป็น หลัก

แบรนด์ Breaker : รองเท้านักเรียนชายที่ดังเรื่องการนำเอารองเท้าไปเล่นฟุตบอล ฟุตซอล ซึ่งเป็นที่ที่นักเรียนชาย เล่นหลังเลิกเรียน หรือเวลาว่าง มีการนำเอา PRESENTER ที่เป็น นักร้องนักแสดงมาทำการตลาดประชาสัมพันธ์

BRAND

แบรนด์ Gold city : เป็นรองเท้าที่มีราคาถูกที่สุดในบรรดารองเท้านักเรียนประเภท นักเรียนชายเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ตลาดล่างโดยช่องทางขายผ่านทาง LOTUS /BIG C

E : พฤติกรรมการซื้อของลูกค้าและอัตราการซื้อ

โดยปกติ กลุ่มผู้บริโภคจะซื้อรองเท้านักเรียนโดยช่องทางการขายที่ ร้านค้า และ ห้างสรรพสินค้า เป็นหลัก ส่วนช่องทาง Online มีอัตราส่วนประมาณ 25- 30 % จากยอดขายรองเท้านักเรียนชาย PAN

F : การจัดจำหน่ายและกระจายสินค้า

ช่องทางการจัดจำหน่าย : ร้านค้า / ห้างสรรพสินค้า /Online Website

2 : ปัญหาและโอกาสทางการตลาดปัจจุบัน PROBLEM / OPPORTUNITY

Problem : เนื่องจากรองเท้านักเรียนชาย Pan ได้ขาดการประชาสัมพันธ์ และ การทำการตลาดที่ต่อเนื่องและจริงจัง จึงทำให้ภาพลักษณ์ และ การจดจำของผู้บริโภค ขาดหายไปอีกทั้งสินค้าในกลุ่มคู่แข่งมีการใช้สื่อและการตลาดที่เข้าถึงผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง และมีการแข่งขันการสูง จึงทำให้ แบรนด์ PAN ที่ช่วงขาดหายไป

Opportunity : กลุ่มเด็กนักเรียนชายหันมาเล่นกีฬาฟุตซอลมากขึ้น ด้วยชื่อเสียงและผลงานของนักกีฬาทีมชาติไทย ที่ ประสบความสำเร็จในแมทการแข่งขัน ต่างๆ ในระดับ ประเทศและสากล จึงทำให้เห็นโอกาสในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย

3 : ระบุผลิตภัณฑ์ที่ท่านประสงค์จะทำแผน Digital Marketing

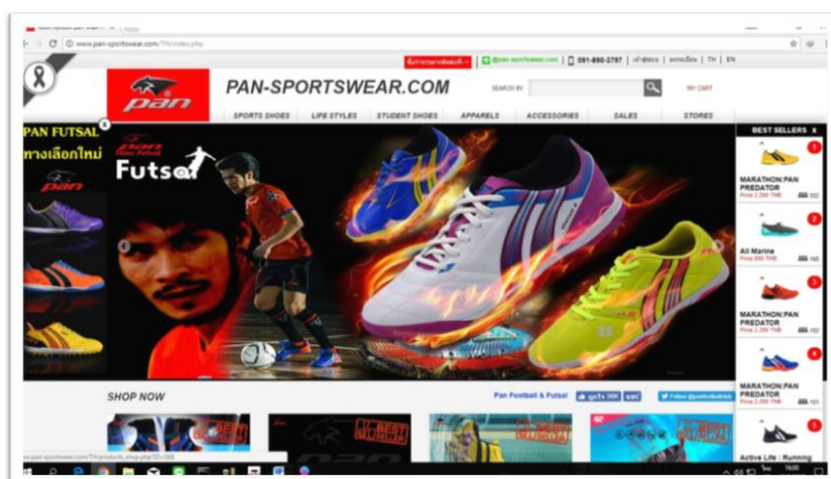


4 : วัตถุประสงค์ หรือเป้าหมาย ของการทำ DIGITAL MARKETING โครงการ U Power นี้

โจทย์ : Rebranding รองเท้านักเรียนผู้ชาย Pan รุ่น PAN FUTSAL ให้มี Market share เพิ่มขึ้น 10 % ภายในระยะเวลา 1 ปี

5.แนวทางการตลาดขององค์กรของท่านที่เกี่ยวข้อง หรือเกี่ยวเนื่องกับ Digital Marketing

PAN SHOP:<http://www.pan-sportswear.com/TH/products.php?cat=17>



6 : การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ทางการตลาด (Positioning Strategy)

รองเท้านักเรียนชาย PAN เป็นรองเท้านักเรียนที่ตอบโจทย์กับกลุ่มนักเรียนชายที่ชอบเล่นกีฬา และ ทำกิจกรรมในโรงเรียน อีกทั้งผู้ที่มี กีฬา และ นักกีฬาทีมชาติเป็นแรงบันดาลใจ

6 : ส่วนผสมทางการตลาดเพื่อเป็นเครื่องมือในการปฏิบัติการ (Marketing Mix Implementation Tools)

โฆษณาทาง TV. / Online / สื่อประชาสัมพันธ์ในร้านค้า / Promotion ในร้านค้า / สนับสนุนกิจกรรมต่างๆในโรงเรียน และงานกีฬาต่างๆ

7 : ตัวอย่างหรือ Case Study ของการทำ Digital Marketing ของท่านที่ผ่านมา

ช่องทาง Social Mdia ของแบรนด์ในปัจจุบัน

Facebook : <https://www.facebook.com/Pansportswear/>

YouTube : <https://www.youtube.com/watch?v=7LoFVVsXR9M>

Instagram : <https://www.instagram.com/panfootballfutsal/>.



8 : การบริหารแผนการตลาด Executing (อยากเห็นแผนนี้ดำเนินการอย่างไร)

นำข้อมูลที่ได้จากกลุ่มเป้าหมายมาปรับใช้กับสถานะการณ์หรือช่วงฤดูกาลของการจัดจำหน่ายสินค้า หรือผลิตภัณฑ์
ในกลุ่มนักเรียนให้เกิดประสิทธิภาพ

9 : KPI การประเมินผล การวัดผล HOW TO

Awareness	เกณฑ์การวัดผล	Reach
Engagement	เกณฑ์การวัดผล	Like / comment / Share
Product Trail	เกณฑ์วัดผล	Tactic ของกิจกรรม