

การสร้างและขยายช่องทาง การเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ภายใต้กลยุทธ์การตลาดแนวราบ

ดร.นิษลญา ทรุ่นเกษม
นส.สายทอง บุญปัญญา

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)
กรมสุขภาพจิต สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข และ ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

กลยุทธ์การตลาดแนวราบของ ธุรกิจแอลกอฮอล์ในประเทศไทย

- การ “ตีกรอบ” ของพรบ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 มิให้มีการโฆษณาและการส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆ ทำให้กลุ่มธุรกิจแอลกอฮอล์ได้มีการปรับรูปแบบการสื่อสารการตลาดของตนเอง โดยเฉพาะการมุ่งทำตลาดกับกลุ่มเป้าหมายในประเภทของสถานบันเทิง/ผับ/บาร์ ซึ่งเป็นช่องทางในการสื่อสารเพื่อสร้างโอกาสการดื่มและการขายสินค้าที่สำคัญ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

◎ เพื่อศึกษา สํารวจ และวิเคราะห์

1. กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของกลุ่มธุรกิจแอลกอฮอล์
 - เลือกศึกษาแบบเจาะจงจากกิจกรรมพิเศษที่ปรากฏผ่านข้อมูลการวิเคราะห์เอกสารและกิจกรรมเปิดที่ทุกคนสามารถเข้าร่วมได้
2. กลยุทธ์การส่งเสริมการขายของสถานบันเทิง/ผับ/บาร์
 - เลือกแบบเจาะจงจากสถานบันเทิงที่อยู่รอบโซนเรด (ม.รท.สวนดุสิตและม.รท.สวนสุนันทา) และโซนเผลโล่ว (ม.รท.พระนครและม.รท.จันทรเกษม)
 - เพิ่มโซนม.หอการค้า ม.พระจอมเกล้าพระนครเหนือ รัชดาชอยส์ และอดทก.)

[เฉพาะรูปแบบแนวราบ หรือ below the line]

การตลาดแนวราบ

- Product
- Price
- Place
- promotion

- ◎ People
- ◎ Physical evidence
- ◎ Process

เครื่องมือในการส่งเสริมการตลาดในลักษณะแบบ
non-media product

บทบาทหน้าที่ของการตลาดแนวราบ

1. การสร้างกระแสความรู้ในแบรนด์
2. การสร้างยอดขายหรือส่วนแบ่งตลาด
3. การสร้างแรงจูงใจให้ลูกค้าเป้าหมายเกิดการซื้อ
4. การสร้างกระแสความภักดีต่อตราสินค้า
5. การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมลูกค้าเป้าหมายตามที่ต้องการ

กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแนวราบของ กลุ่มธุรกิจแอลกอฮอล์

การดึง/ผลัก/สร้างภาพลักษณ์องค์กร

[1] กลยุทธ์การดึง ดึงให้ลูกค้าซื้อของผ่านการสร้างประสบการณ์ร่วม เช่น การสนับสนุนกิจกรรมด้านกีฬา ความบันเทิง และวัฒนธรรม

[2] กลยุทธ์การผลัก เช่น ผลักด้วยการจัดวางสินค้า ผลักด้วยการใช้คน + สิ่งของ + กิจกรรม

[3] กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์องค์กร ภายใต้การจัดกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม ทั้งในรูปแบบที่บริษัทดำเนินการเอง หรือดำเนินกิจกรรมร่วมกับพันธมิตรอื่นๆ

กลยุทธ์การตลาดแบบแนวราบของบริษัทแอลกอฮอล์ในประเทศไทย

ร้านค้า/สถานบันเทิง/ผับ/บาร์
ล-ล-จ-ถ-อี-พ-อี

ล-ล-ล-ล-อี-พ-อี



- ลด
- แลก
- แลก
- แถม
- ฟรี + ดีไซน์ (ร้าน/บรรยากาศ)
- เพลง/พูล/พี + เพื่อน
- โคโยตี้/พริตตี้

กรณีตัวอย่าง: Anna & Charlie's Café

- พิเศษสุดในช่วงโปรโมชันฯ หากสั่งกุ้งเผา หรือ ปูเผา จะได้รับ**เบียร์สิงห์**ขวดเล็กเย็นชื่นใจแก้ กระจายทันที 1 ขวดฟรี และที่พิเศษไปกว่านั้น หากสั่งชุดดกอมโบทะเลรวม จะได้รับ**เบียร์สิงห์** ขวดเล็กเย็นนำไปจิบเคล้าอาหารทะเลสดทันที 2 ขวดฟรี
- <ช่วงเดือนเมษายน>

กรณีตัวอย่าง:

แฮร์รี บาร์ โรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ สีลม กรุงเทพฯ

- โปรโมชั่นพิเศษต้อนรับเทศกาลฟุตบอล ฟุตบอล เวิลด์ คัพ 2010 (FIFA World Cup 2008) ระหว่างวันที่ 11 มิถุนายน ถึง 11 กรกฎาคม นี้ ให้คุณได้เชียร์ทีมฟุตบอลในดวงใจได้อย่างสนุกสนาน ด้วยโปรโมชั่น**เบียร์สิงห์**แบบไม่อั้นราคาพิเศษสุดเพียงท่านละ 450 บาท ตลอดแมช 90 นาที
- <ผูกกับกีฬา ผูกกับร้านค้า>

กรณีตัวอย่าง: โปรโมชั่นโซนสถานศึกษา

- **โซนม.รภ.พระนคร** พบว่า ไม่ค่อยมีโปรโมชั่น เนื่องจากลักษณะของร้านจะเป็นร้านเล็กๆ นักศึกษาจะนิยมเข้าในช่วงคืนวันศุกร์ และเลี้ยวฉลองวันเกิดหรือการสอบ นักศึกษาใส่ชุดนักศึกษาและสูบบุหรี่ในผ้า
- **โซนม.รภ.จันทระเกษม** พบว่า ให้โปรโมชั่นที่ ถูก และนิยมให้โปรโมชั่นทุกช่วง เช่น โปรโมชั่นวันเด็ก นักศึกษาจะนิยมเข้าช่วงหัวค่ำถึงเที่ยงคืน และทุกร้านจะพบว่านักศึกษาใส่ชุดนักศึกษาเข้าร้าน

กรณีตัวอย่าง: โปรโมชั่นโซนสถานศึกษา

- **โซนม.หอการค้า** พบว่า นักศึกษาจะเปลี่ยนใส่ชุดธรรมดาก่อนเข้าร้านและนิยมนั่งนอกร้านเพื่อสูบบุหรี่ ใช้กลยุทธ์ด้านราคาถูก การขายเหล้าพร้อม กับ mixer โดยจำกัดจำนวน ช่วงเวลาที่นิยมนั่งคือ วันจันทร์ถึงวันพฤหัสบดี
- **โซนม.พระจอมเกล้าพระนครเหนือ/พระรามเจ็ด** พบว่า นักศึกษาจะใช้เสื้อชอปเข้ามานั่งในร้าน และนิยมนั่งเฉพาะวันเปิดเทอมและปิดเทอม กลยุทธ์การขายจะเป็นการให้ฟรี การแถม และราคาถูก





Johnnie Walker: The Striding Man Society มีบัตรเข้าร่วมงาน VESPA Bangkok Holiday "What's your Vespiration?" มาแจกสำหรับชาว Striding Man คนไหนสนใจอยากร่วมงาน งานนี้ เซเล็ป-ดาราเทียบ แจกง่ายๆครับ 5 คนแรกที่คอมเมนต์แจ้งความประสงค์ที่จะไปร่วมงาน รับบัตรไปได้เลย (ผู้ที่ได้บัตรสามารถพาเพื่อนไปร่วมได้หนึ่งองคนนะครับ)



Johnnie Walker: The Striding Man Society

On behalf of VESPA, we would like to thank you Johnnie Walker for sponsoring VESPA Bangkok Holiday "...

โดย: Dome Atthakrai

ดูเพิ่มเติม

📅 12 ตุลาคม เวลา 14:38 น. · แสดงความคิดเห็น · ถูกใจ · แบ่งปัน · รายงานผู้ดูแล

👍 10 คนถูกใจสิ่งนี้

💬 ดูทุกความเห็น (22)



Gus รักในหลวง อยากไป

12 ตุลาคม เวลา 21:27 น. · ถูกใจ · รายงานผู้ดูแล



Chock Pphobchok อยากไปๆๆ แต่ทันสมัยครับเนี่ย

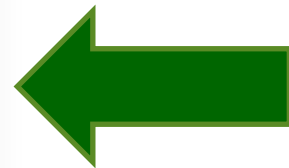
13 ตุลาคม เวลา 14:46 น. · ถูกใจ · รายงานผู้ดูแล

🌐 86%



27 NOV GLOBAL NIGHTLIFE COMES TO BANGKOK

BE THERE ในค่ำคืนแห่งที่ระดับโลก ณ จุดหมายใหม่ล่าสุด
แค่ทวง 1 ใบ 6 คำใบที่แพรวถึงรายละเยียดมีนสๆ ของชาน
ใครต่อนทุก 50 คนต่อคำใบ รับบัตรเขางานคนละ 2 ใบ!



ระดับชาติ ครั้งที่ 6
Globalized World
28 พฤศจิกายน 2559

คำถาม : **คุณรู้จัก MIAMI ดีแค่ไหน?**

HINT : 27 เม.ย.นี้ รับเจ้าพระยาจะมีรถซาฟารีมาด้วยกับสายพลไมไดใน Miami Mule

A

มะพร้าว

มะพร้าว

B

สับปะรด

สับปะรด

คลิกที่นี้เพื่อตอบ >



Tiger Beer Thailand มีเกมส์ง่ายๆมาให้เล่น แค่ออกรับแวนเพลง Motown ที่จะนำมาเล่นในงานฉลองครบรอบปีที่ 5 ของ Cosmic Cafe ครั้งนี้มีต้นกำเนิดมาจากประเทศอะไร สิบคนแรกที่ตอบถูก รับบัตรเข้างานพร้อมของกำนัลจากไทเกอร์ ไปเลยคนละสองใบ



Cosmic Cafe 5th Years Anniversary

สถานที่:: Cosmic cafe, RCA Block C (Opposite Club 808)

เวลา: 23 พฤศจิกายน 2010 21:00

👁️ 19 ชั่วโมงที่แล้ว · ถูกใจ · แสดงความคิดเห็น · แบ่งปัน

👍 4 คนถูกใจสิ่งนี้

💬 ดูทุกความเห็น (14)



Anananoop Wannathaorchai สหรัฐอเมริกาคร้า

12 ชั่วโมงที่แล้ว · ถูกใจ · รายงานผู้ดูแล



Tiger Beer Thailand โอเค...จบการแข่งขัน สรุปคือทุกคนในที่นี้รับบัตรไปเลยคนละสองใบคร้าบ แล้วเดี๋ยวที่เสือจะติดตอกลับไปทาง inbox เทียบให้สนุกครบทุกคน :D

3 ชั่วโมงที่แล้ว · ถูกใจ · รายงานผู้ดูแล

🌐 87%

👤 สนทนา



Tiger Beer Thailand มาบอกอีกครั้ง เผื่อคนที่ยังไม่รู้จะได้เตรียมตัวเตรียมใจ แล้วมาเล่นเกมสลับรับบัตรไปงาน Big Mountain ในวันที่ 10 - 11 ธันวาคมนี้กัน



รูปภาพบนกระดาน

ไทเกอร์กลับมาอีกครั้งกับงาน Big mountain music festival ในวันที่ 10-11 ธันวาคมนี้ ใครยังไม่มียบัตร เตรียมตัวเล่นเกมสลับรับบัตรกันไว้ได้เลย

โดย: Tiger Beer Thailand

👁️ วันวันพฤหัสบดีเวลา 15:07 น. · ถูกใจ · แสดงความคิดเห็น · แบ่งปัน

facebook 👤 👁️ 🗨️ 🔗 ค้นหา

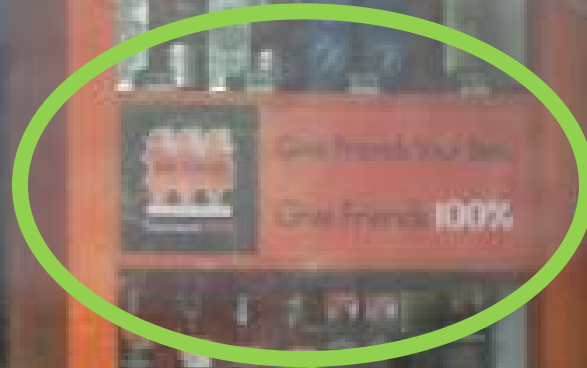


แนะนำให้เพื่อน

ไทเกอร์ขอสนับสนุนการดื่มแอลกอฮอล์อย่างมีความรับผิดชอบ <http://www.drink-savvy.com/>

ข้อมูล

ก่อตั้งวันที่:
1 November 2009







Chang

Chang

Chang

Chang

การประชุมวิชาการสุรกรณบัณฑิต ครั้งที่ 6

'สุรในฟ้าเร้า : Alcohol Problems in the Globalized World'

22 - 23 พฤศจิกายน 2559



รูปภาพของ www.i-greenspace.com - Greenspace Beer Park 2010 at CDC

รูปภาพที่ 18 จากทั้งหมด 24 ข้อณกลับไปที่อัลบั้มนี้ • รูปภาพของ www.i-greenspace.com • ข้อมูลส่วนตัวของ www.i-greenspace.com



กลับมาอีกครั้ง พร้อมปรากฏการณ์ความสนุกที่ยิ่งใหญ่กว่าเดิมแบบสุดขีด พบกับคอนเสิร์ตจากศิลปินชื่อดังทุกวันแบบไม่มีวันหยุด และ ABSOLUT ICEBERG ครั้งแรกในประเทศไทย

ABSOLUT PARC

AT SIAM PARAGON 10 พ.ย. - 3 ธ.ค. นี้



สัมผัสประสบการณ์ที่ทุกคนต้องถวิลหา ความสนุกเหนือระดับไม่มีวันหยุด 24 ชั่วโมงเต็ม ที่เหล่าศิลปินชั้นนำของเมืองไทย
 จัดมอบความสุขทุกวันเต็มรูปแบบพร้อมดีเจแบบ ABSOLUT ที่ไม่มีใครตามทัน
 ครั้งแรกที่คุณจะได้สัมผัส ABSOLUT ICEBERG BANGKOK มาแล้วถึงความเย็น -10 องศา ทิวทัศน์สุดขั้วจับใจกลางเมือง
 ที่คุณต้องไปพลาดมาเยือนสักครั้งให้ได้ เริ่มระเหิดความสุข วันที่ 10 พ.ย. นี้ กับงานเปิดตัวครั้งยิ่งใหญ่
 เหนือจินตนาการในแบบ 4D มาโดย ชิม พืชธากา ไชยเชื้อ และคอนเสิร์ตจากศิลปินชื่อดังที่คุณคาดไม่ถึงแน่นอน

www.zuatnight.com



Smirnoff Experience Thailand Join us at FunFact this Saturday where you can warm up for the big Nightlife Exchange event at the end of this month. Enjoy tunes from Stamp, Pru, and Golf Fucklinghero. If you haven't already, confirm your attendance at this link below.

ห้ามพลาดงาน BE THERE @ Funfact เสาร์นี้ ไปมันส์กับสแตมป์ น้อยวงพร และกอล์ฟฟักกิ้ง...

ดูเพิ่มเติม



BE THERE @ Fun Fact

สถานที่: Fun Fact
เวลา: 20 พฤศจิกายน 2010 20:00

87% สนทนา



แนะนำให้เพื่อน

This is where restless minds, rebellious hearts and dreamers gather to share their extraordinary moments and inspire new acts that subvert the everyday.

Smirnoff Experience Thailand มาแชร์กันหน่อยครับเพื่อนๆ วิกเอนต์นี้เสมอรนออฟสูตรไหน ที่เป็นตัวคุณที่สุด

Weekend is here! What will you mix your Smirnoff with this weekend?! 19 ชั่วโมงที่แล้ว

สก็อตวิสกี้ที่ **ใหญ่** ที่สุด กับเทศกาลดนตรีที่ **ใหญ่** ที่สุด
ชวนเพื่อนแท้เที่ยวด้วยกันมันส์เต็ม

100



กริ๊ปสุดพิเศษนี้
สำหรับพื้ชอคดี **500** ท่าน เท่านั้น

ออกเดินทางพร้อมกัน 10-12 ธ.ค. 2553

BIG MOUNTAIN MUSIC FESTIVAL 2010
ในอุธธา ณาไทย

มันส์ มินส์ มินส์ !!!

เมื่อ **ใหญ่** เจอ **ใหญ่** ปีนี้



เตรียมตัวให้พร้อม
ความ เมา มันส์ มาก
แบบเต็ม **100** คำลึงอะมา!!

เมื่อ **ใหญ่** เจอ **ใหญ่** ปีนี้



เตรียมตัวให้พร้อม
ความ เมา มันส์ มาก
แบบเต็ม **100** คำลึงอะมา!!

เมื่อ **ใหญ่** เจอ **ใหญ่** ปีนี้



เตรียมตัวให้พร้อม
ความ เมา มันส์ มาก
แบบเต็ม **100** คำลึงอะมา!!





ประเดิมในช่วงโค้งสุดท้ายปลายปีนี้ เปิดตัวแคมเปญ Iconography เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคก้าวข้ามอุปสรรคของตนไปข้างหน้า สอดคล้องกับแนวคิด Keep Walking โดยบริษัทดำเนินภายใต้ 3 กลยุทธ์หลัก คือ 1. Progress หรือการทำแคมเปญ Iconography โดยสื่อสารถึงการก้าวไปข้างหน้าและการกระตุ้นให้ผู้บริโภคเอาชนะอุปสรรค เพื่อก้าวเดินต่อไปสู่ความสำเร็จอย่างมั่นคง ซึ่งจะสื่อสารผ่านสื่อกลางแจ้ง

สิ่งพิมพ์ และกิจกรรมออนไลน์เพื่อชักชวนให้ผู้บริโภคใกล้ชิดกับแบรนด์มากขึ้น และกระตุ้นให้มีส่วนร่วมการสร้างภาพลักษณ์แบรนด์

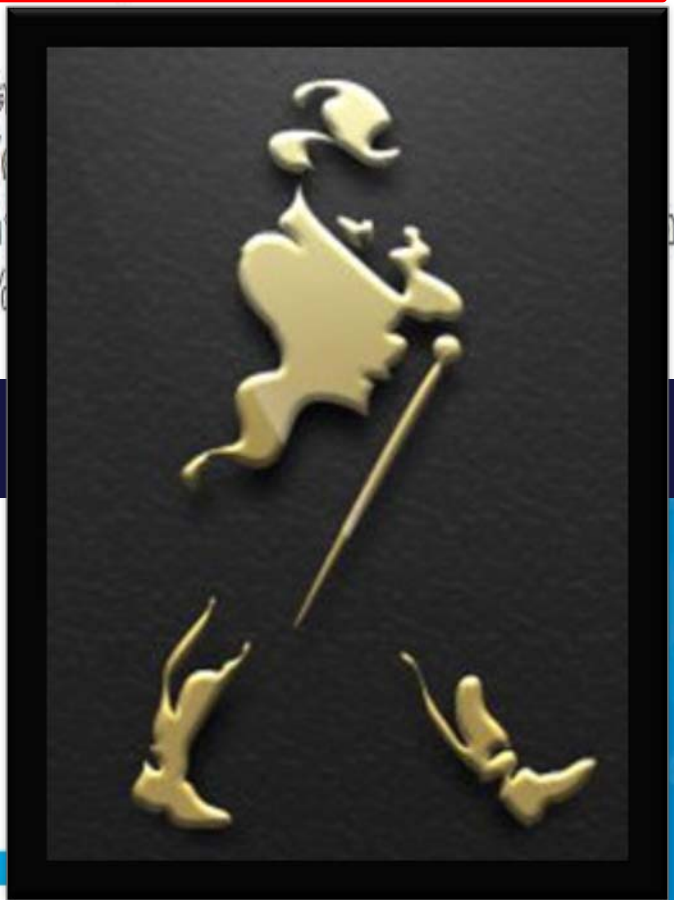
ส่วนกลยุทธ์ที่ 2. คือ Quality ปรับบรรจุภัณฑ์จ่อทันที วอลเกอร์ แบล็ก เลเบิลใหม่ทั่วโลกในรอบ 10 ปี เป็นครั้งที่ 6 จากการที่อยู่ในตลาดรวม 100 ปี เพื่อให้มีความทันสมัยสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายอายุ 25-35 ปี และปรับราคาสินค้าขึ้น 50 บาท อาทิ ขนาด 750 มล. จาก 1,099 บาท เป็น 1,149 บาท และขนาด 1 ลิตร จาก 1449 บาท เพิ่มเป็น 1199 บาท และ 3. คือ Style and Sophistication การสร้างสรรค์กิจกรรมการตลาด

อาทิ การจัดงานปาร์ตี้เอ็กซ์คลูซีฟต่อเนื่องถึงปีหน้า

"การปรับราคาที่เพิ่มขึ้น 50 บาท สูงกว่าที่วางไว้ก่อนหน้านี้ เพราะด้วยกลยุทธ์การตลาดที่เน้นการเติบโตของแบรนด์

ใน
บัญชีเดือน
3,750 ล้าน

เลเบิล แต่
ต่อการตัด
ทางออก
75%





Smirnoff Experience Thailand Hey check out this cool new pack we've been working on, using Augmented Reality technology! This will be out in two weeks!
สเมอ์รนออฟแพ็คเกจใหม่สุดคูลที่ใช้ AR เทคโนโลยีครับ ที่จะมาให้สนุกถึงมือทุกคนอีกเพียง 2 อาทิตย์ ไม่นานเกินรอ นะครับ



11 ตุลาคม 2010 19:31

ความยาว:: 0:59

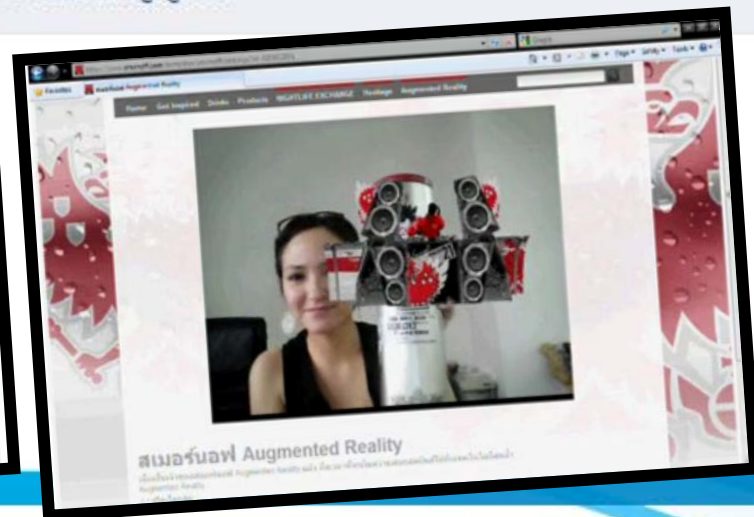
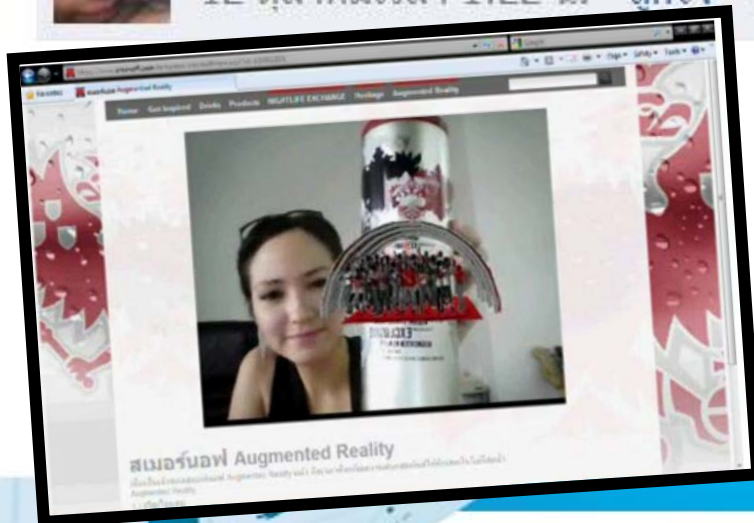
11 ตุลาคม เวลา 19:31 น. · แสดงความคิดเห็น · ถูกใจ · แบ่งปัน

👍 Sari Sacha และอีก 38 คนถูกใจสิ่งนี้

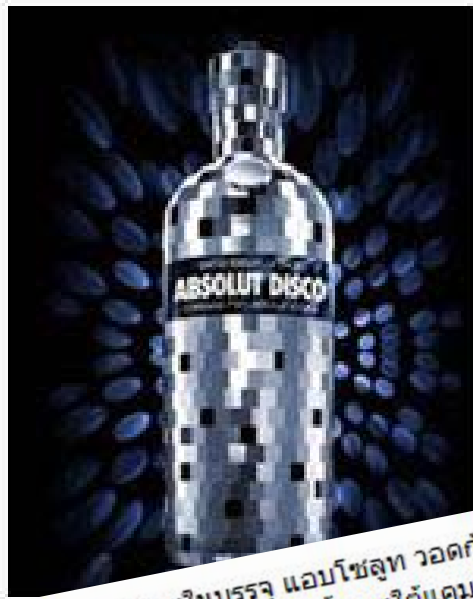


JanJow Jathutrongkakul เห็นแล้วอยากDrinkมาก

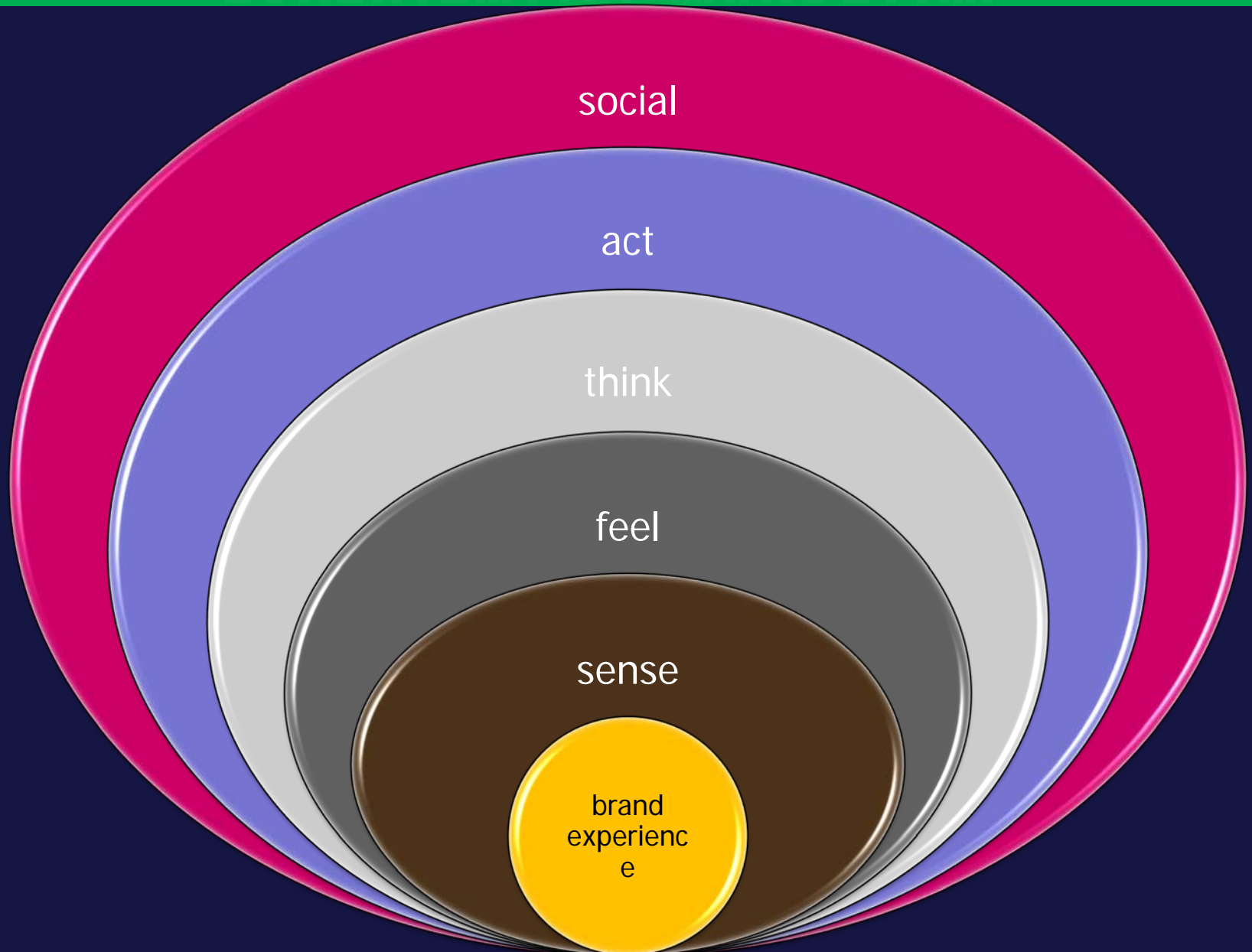
12 ตุลาคม เวลา 1:22 น. · ถูกใจ · รายงานผู้ดูแล



แอบโซลูท กลิมเมอร์ ถูกผลิตขึ้นจำนวน 4.8 ล้านขวดทั่วโลก และภายในบรรจุ แอบโซลูท วอดก้า (แบบดั้งเดิม) และจะวางจำหน่ายไปกว่า 100 ประเทศทั่วโลก ในช่วงเทศกาลปลายปี 2010 นี้ ภายใต้แคมเปญเดียวกันคือ ABSOLUT GLIMMER – MAKE THE PRESENT EXCEPTIONAL จะวางจำหน่ายในประเทศไทย ในสาขาเท่านั้น และตามสถานบันเทิงที่ร่วมรายการ สินค้ามีจำนวนจำกัดเพียง 18,000 ขวด เท่านั้น ในราคาเท่าเดิมกับรุ่นปกติ 1 ลิตร



EXPERIENTIAL MARKETING



engagement marketing

interest	desire	action
<ul style="list-style-type: none">• จังหวะเวลา และ ช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสม• <u>online video clips</u>• <u>interactive game online</u>	<ul style="list-style-type: none">• ใช้อารมณ์เป็นตัวขับเคลื่อน• นวัตกรรมของแบรนด์/ ความเป็นผู้นำของแบรนด์	<ul style="list-style-type: none">• ช่องทางออกที่แบรนด์มอบให้• ปฏิสัมพันธ์กับแบรนด์

เสียงกฎหมายได้ด้วยกลยุทธ์การปล้ำสินค้า

- การปล้ำหรือการกระจายสินค้าด้วยกลยุทธ์ดังกล่าว ก่อให้เกิดสิ่งที่เรียกว่า 2As นั่นคือ
 - **A-availability** = เกิดช่องทางการขายในรูปแบบใหม่ที่ช่วยกระตุ้นทั้งยอดขายและช่วยเพิ่มปริมาณการสื่อสารตราสัญลักษณ์และความรักดีในสินค้าของผู้บริโภค
 - **A-approachability** = เกิดการเข้าถึงได้อย่างง่ายและผู้บริโภคได้เกิดพฤติกรรมการทดลองดื่มหรือเกิดพฤติกรรมการดื่มอย่างสม่ำเสมอ

ladynitta@gmail.com

การสร้างและขยายช่องทางการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
ภายใต้กลยุทธ์การตลาดแนวราบ

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)
กรมสุขภาพจิต สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข และ ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา