หน่วยการเรียนรู้ที่ 4 การตลาด Marketing
เรื่องที่ 4.2 การส่งเสริมการขาย

เวลาฝึกอบรม 3 (1 – 2) ชั่วโมง
Vocabulary

1. Sale = ลดราคา

2. Buy 1 Get 1 = ซื้อหนึ่งแถมหนึ่ง

3. Promotion = การส่งเสริมการขาย

4. Free = ไม่มีค่าใช้จ่าย

5. Discount = ลดราคา

6. Save = ประหยัด

7. Pay only = จ่ายเพียง

8. Gift = ของขวัญ

9. Voucher = คูปองแทนเงินสดหรือลดราคา

10. Premium = สินค้าเกรดดี

เนื้อหา

ผู้เรียนชมวิดีทัศน์

https://www.youtube.com/watch?v=qx_DHbfFDIs https://www.youtube.com/watch?v=fhnIZU1aA40 http://smallbusiness.chron.com/good-marketing-promotion-techniques-63722.html http://smallbusiness.chron.com/top-ten-promotional-strategies-10193.html https://www.dailyenglish.in.th/10-common-marketing-vocabularies/

วัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการตลาดก็คือ กระตุ้นความต้องการซื้อของลูกค้า (Demand) ซึ่งมี 2 ลักษณะคือ

- ส่งเสริมหรือสนับสนุนทัศนคติเดิมที่ดีอยู่แล้ว ไปสู่พฤติกรรมการซื้อ
- เปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อของตลาดเป้าหมาย

วัตถุประสงค์พื้นฐานในการส่งเสริมการตลาดมี 3 ประการคือ

- **เพื่อแจ้งข่าวสาร (To Inform)** อาจเป็นการแนะนำสินค้าใหม่หรืออธิบายลักษณะใหม่ของผลิตภัณฑ์ หรือชี้แจงข้อเท็จจริงเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ เช่น ไดเอทโค้ก แจ้งว่าเป็นเครื่องดื่มที่มีแคลอรี่น้อยกว่าหนึ่งแคลอรี่ต่อ 100 กรัม
- **เพื่อจูงใจ (To Persuade)** เป็นการชี้จุดเด่นของสินค้าเพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความต้องการและเกิดการตัดสินใจซื้อ เช่น เป๊ปซี่ ใช้สโลแกนว่า รสชาติของคนรุ่นใหม่

ตารางแสดงถึงเครื่องมือในการส่งเสริมการตลาด

การโฆษณา (Advertising)	การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling)	การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion)	การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and Relation)
1.1 สิ่งตีพิมพ์และสื่อกระจายเสียง (Print and Boardcast Ads.)	2.1 การเสนอขาย (Sales Presentations)	3.1 แข่งขัน-เกมส์ ชิงโชค (Contests, Games, Sweepstakes)	4.1 การให้สัมภาษณ์ (Press Kits)
1.2 โฆษณาที่ติดอยู่ภายนอกหีบห่อ (Packaging Outer)	2.2 การประชุม (Sales Meeting)	3.2 ลอตเตอรี่ (Lotterries)	4.2 สุนทรพจน์ (Speeches)

1.3 โฆษณาที่ติดอยู่ภายในหีบห่อ (Packaging Inserts)	2.3 การสื่อสารทางการตลาด (Telemarketing)	3.3 ของแถมและของขวัญ (Premiums and Gifts)	4.3 การสัมมนา (Seminars)
1.4 ไปรษณีย์ (Mailings)	2.4 โปรแกรมในการให้สิ่งจูงใจพนักงานขาย (Incentive Program)	3.4 การแจกของตัวอย่าง (Sampling)	4.4 รายงานประจำปี (Annual Peports)
1.5 แคตตาล็อก (Catalogs)	2.5 ตัวอย่างสินค้า (Sampling)	3.5 งานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Fairs and Irade Shows Exhibitions)	4.5 การบริจาคเพื่อการกุศล (Charitable Donations)
1.6 ภาพยนตร์ (Motion Picture)	2.6 งานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Fair and Trade Shows)	3.6 การสาธิตสินค้า (Demonstration)	4.6 การเป็นสปอนเซอร์ (Sponsor Ships)
1.7 นิตยสาร (House Magazines)		3.7 การแจกคูปอง (Couponing)	4.7 การตีพิมพ์เอกสาร (Publications)
1.8 แผ่นพับและรูปเล่ม (Brochures and Booklets)		3.8 การคืนเงิน (Rebates)	4.8 การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับชุมชน (Communicty)
1.9 โปสเตอร์และใบปลิว (Posters and Leaftets)		3.9 สินเชื่ออัตราดอกเบี้ยต่ำ (Low interest Financing)	4.9 การลอบบี้ (Lobbyings)
1.10 สมุดรายการ (Directories)		3.10 ส่วนยอมให้จากการแลกซื้อสินค้า (Trade in Allowance)	4.10 สื่อเฉพาะ (Identity Media)
1.11 โฆษณาที่พิมพ์ซ้ำ (Reprints of Ads.)		3.11 แสตมป์การค้า (Trading Stamp)	

1.12 ป้ายโฆษณา (Billboards)		3.12 สิ่งผูกติดกับสินค้า (Tie-Ins)	
1.13 เครื่องหมายที่ใช้ในการจัดแสดงสินค้า (Display Signs)		3.13 การให้ความบันเทิง (Entertainment)	
1.14 การจัดแสดงสินค้า ณ จุดซื้อ (Point -of-Purchase-Displays)			
1.15 วัสดุโสตทัศนูปกรณ์ (Audiovisual Materials)			
1.16 สัญลักษณ์และโลโก้ (Symbol and Logos)			

วิธีการเขียนการส่งเสริมการขาย

ผู้เรียนชมวิดีทัศน์

https://justpublishingadvice.com/how-to-write-dialogue-and-make-it-sound-great/
เรื่อง Sales Techniques and About Sales https://www.plerdy.com/blog/sales-techniques/

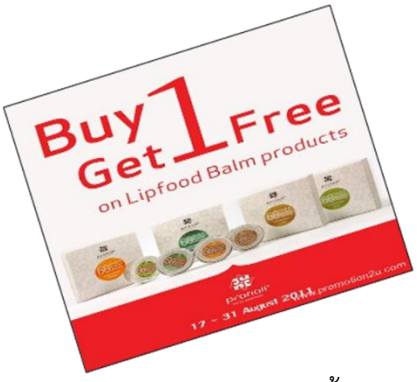
ในการเขียนการส่งเสริมการขายจำเป็นต้องเลือกเครื่องมือในการส่งเสริมการขายก่อน ซึ่งการการเลือกเครื่องมือในการส่งเสริมการขายสามารถทำได้กับกลุ่มต่างๆ 3 กลุ่มได้แก่ ลูกค้า คนกลาง และ พนักงานขาย ดังนั้นในการส่งเสริมการขายไปยังกลุ่มต่างๆ จึงมีการใช้เครื่องมือของการส่งเสริมการขายที่ แตกต่างกันดังนี้

- การส่งเสริมการขายไปยังลูกค้า มีเครื่องมือที่นักการตลาดนิยมนำมาใช้ได้แก่ การให้ตัวอย่างสินค้า (Sample) การใช้บัตรส่งเสริมการขายหรือคูปอง(Coupons) การเสนอคืนเงิน(Money Refund Offer)
  ข้อเสนอส่วนลด (Price Pack)สำหรับการซื้อสินค้าหลายๆอย่างร่วมกัน หรือสินค้าอย่างเดียวพร้อมกันหลายๆชิ้น ของแถม (Premium) การให้สะสมแสตมป์ไว้แลกสินค้า(Trading Stamp) การแข่งขัน (Contest) เช่น เล่นเกมส์เพื่อชิงรางวัลการส่งสลากชิงโชค(Sweepstake)

- การส่งเสริมการขายไปยังคนกลาง เครื่องมือที่นักการตลาดนิยมนำมาใช้ได้แก่ การให้ส่วนลดพิเศษแก่คนกลาง(Buying Allowance) สินค้าให้เปล่า (Free goods) การโฆษณาร่วม (Cooperative Advertising)
  และการแข่งขันการขาย(Sales Contest) ระหว่างร้านค้าต่างๆ เป็นต้น

- การส่งเสริมการขายไปยังพนักงานขาย เครื่องมือที่มักถูกนำมาใช้ได้แก่ เงินรางวัล (Incentives) การแข่งขันระหว่างพนักงานขาย (Sales Contest) และการประชุมการขาย(Sales Meeting)

ตัวอย่างโฆษณาที่จัดโปรโมชั่น



จากภาพจะเห็นได้ว่าถ้าลูกค้าซื้อสินค้าหนึ่งชิ้นรับฟรีอีก หนึ่งชิ้น

เมื่อลูกค้าเห็นป้ายนี้แสดงว่าร้านค้าร้านนี้กำลังลดราคาสินค้า

จากโฆษณานี้เห็นว่าอาหารจะลดราคาลงในวันอาทิตย์เวลา เที่ยงถึงถึง 16.00 น. จากราคาเดิม 900 บาทเหลือเพียง 395 บาท

Exercise

Exercise 1: Promotion

1. What will you get if you buy a bicycle?
    a. A chair
    b. Trek Racing Team Graphic
    c. A foldable outdoor chair
    d. A bike

2. When does this campaign start and end?
    a. May 31 to April20
    b. April 20
    c. May 31
    d. April 20 – May 31

Answer:

Exercise 1 : 1. a 2. d

ตัวอย่างบทสนทนา

ผู้เรียนสามารถศึกษาได้จาก
https://www.youtube.com/watch?v=Cih4uQ6wwjY

กิจกรรมการประเมินผล

ประเมินจากการเลือกใช้คำในบทสนทนา (บทบาทสมมุติ)

References

อรชร มณีสงฆ์. (Online). Retrieved from
http://www.stou.ac.th/stouonline/lom/data/sms/market/Unit10/Subm1/U1013-1.htm