

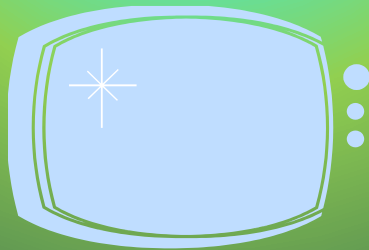
การโฆษณา

ความหมายของการโฆษณา

การโฆษณา (advertising) หมายถึง การนำเสนอและ
การส่งเสริมความคิด สินค้าและบริการใด ๆ ในลักษณะที่ไม่เป็น
การส่วนบุคคล โดยมีผู้อุปถัมภ์ที่ระบุชื่อเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายให้
(American Marketing Association: AMA quoted in
Kotler & Keller, 2009)



การโฆษณา หมายถึง การสื่อสารข่าวสารเกี่ยวกับ
ผลิตภัณฑ์หรือความคิดในลักษณะที่ไม่เป็นการส่วนบุคคล โดย
ผ่านสื่อมวลชนต่าง ๆ อันเป็นความพยายามเพื่อเชิญชวน
โน้มน้าวจิตใจ พฤติกรรมของผู้ซื้อหรือผู้รับสารให้เกิดความ
คล้อยตาม โดยมีผู้อุปถัมภ์ที่ระบุชื่อออกค่าใช้จ่าย



ลักษณะของการสื่อสารทางด้านการโฆษณา

1. เป็นการนำเสนอต่อสาธารณชน
2. เป็นการกระจายเผยแพร่ข่าวสาร
3. สามารถแสดงออกได้หลายลักษณะ
4. เป็นการสื่อสารที่ไม่เจาะจงบุคคลโดยเฉพาะ



หน้าที่ของการโฆษณา

1. เพื่อบอกความแตกต่างในผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายที่ต่างจากผลิตภัณฑ์คู่แข่ง
2. เพื่อติดต่อสื่อสารให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์
3. เพื่อกระตุ้นแรงเร้าให้ซื้อผลิตภัณฑ์ไปใช้
4. เพื่อช่วยให้การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น
5. เพื่อเพิ่มความชอบและความรักดีในตราสินค้ามากขึ้น
6. เพื่อช่วยลดต้นทุนด้านการขายให้น้อยลง



การตัดสินใจเกี่ยวกับโฆษณา

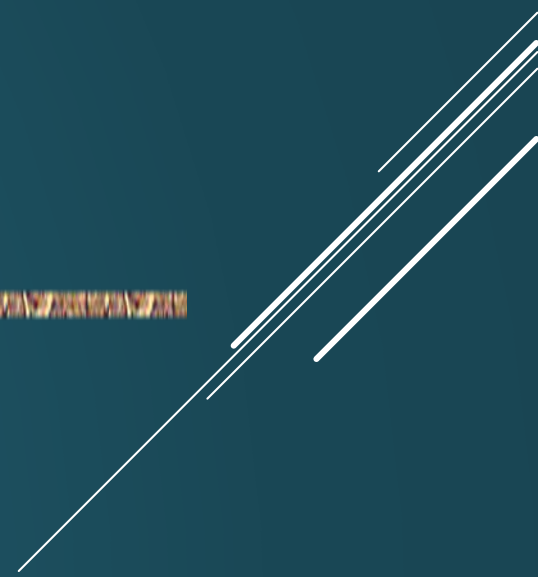
1. การกำหนดวัตถุประสงค์ของการโฆษณา

1.1 เพื่อแจ้งข่าวสาร

1.2 เพื่อจูงใจ

1.3 เพื่อการตัดสินใจซื้อ

1.3 เพื่อเตือนความทรงจำ



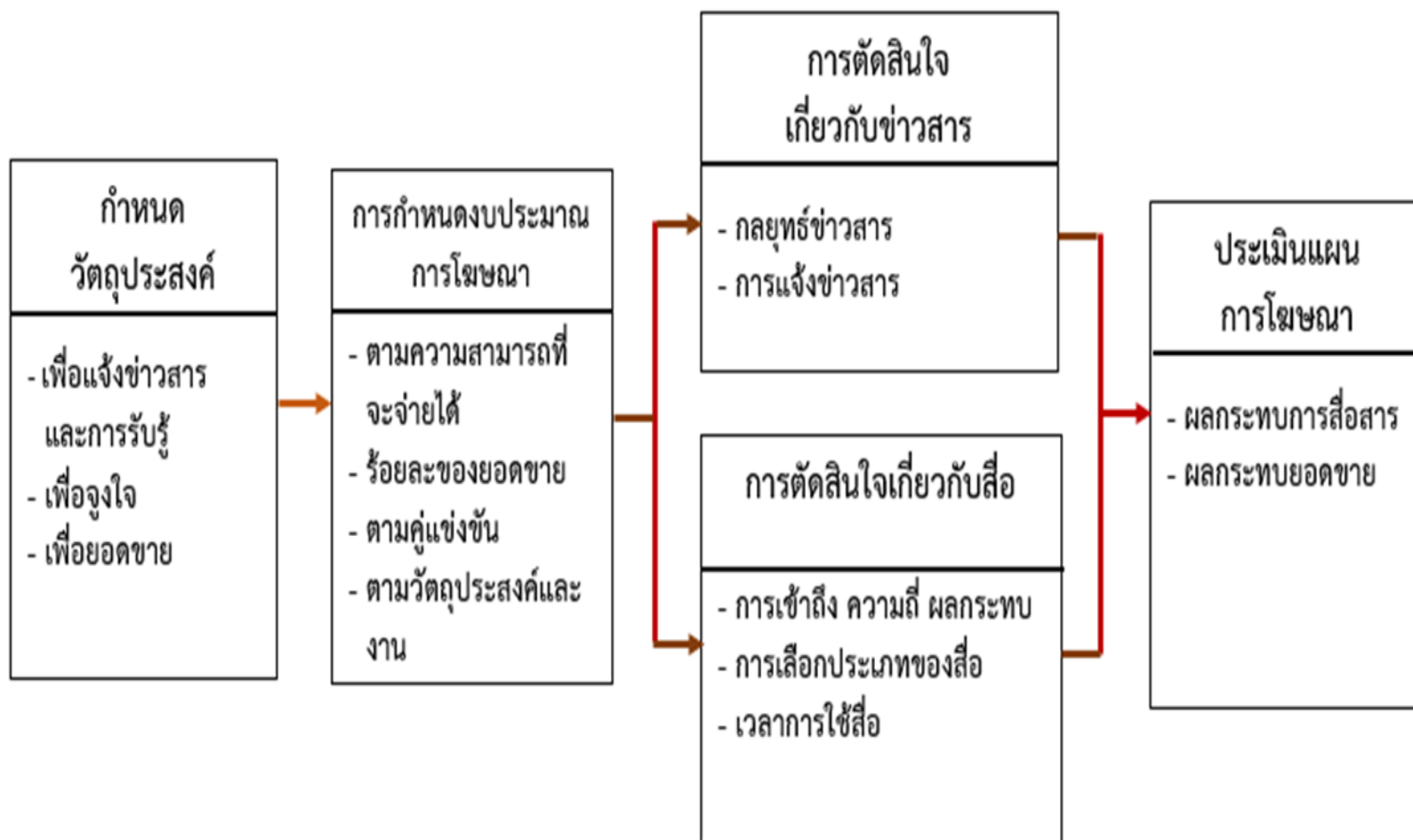
2. การกำหนดงบประมาณโฆษณา

2.1 วิธีกำหนดเท่าที่จัดสรรให้ได้ (affordable method)

2.2 วิธีกำหนดตามจำนวนเปอร์เซ็นต์ของยอดขาย (percentage-of-sales method)

2.3 วิธีกำหนดตามคู่แข่ง (competitive-parity method)

2.4 วิธีกำหนดตามวัตถุประสงค์และงาน (objective-and-task method)



ภาพ การตัดสินใจเกี่ยวกับโฆษณา

ตารางวัตถุประสงค์การโฆษณา

วัตถุประสงค์การโฆษณา	คำอธิบาย/ ความมุ่งหมายปฏิบัติ
<p>เพื่อแจ้งข่าวสาร</p> <ul style="list-style-type: none">- แจ้งตลาดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่- แนะนำวิธีการใช้ผลิตภัณฑ์ใหม่- แจ้งตลาดเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงราคา	<ul style="list-style-type: none">- บรรยายถึงบริการที่มี- แก้ไขความประทับใจที่ไม่ดี- ลดความกลัวของผู้ซื้อ- สร้างภาพพจน์ของบริษัท
<p>เพื่อจูงใจซื้อ</p> <ul style="list-style-type: none">- สร้างความชอบในตราสินค้า- กระตุ้นให้เปลี่ยนจากตราเดิม- เปลี่ยนการรับรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์	<ul style="list-style-type: none">- จูงใจลูกค้าให้ซื้อทันที- จูงใจให้ลูกค้ารับโทรศัพท์การเสนอขาย
<p>เพื่อเตือนความทรงจำ</p> <ul style="list-style-type: none">-เตือนความจำลูกค้าว่าสินค้าเป็นที่ต้องการในอนาคต-เตือนความจำลูกค้าว่าสามารถซื้อสินค้าได้ที่ไหน	<ul style="list-style-type: none">- ทำให้สินค้าอยู่ในใจลูกค้าแม้อยู่นอกฤดูกาล- รักษาการจดจำตราและแหล่งขาย

3. การพัฒนากลยุทธ์การโฆษณา

3.1 การสร้างข่าวสารโฆษณา

- กลยุทธ์ข่าวสาร
- การสร้างข่าวสาร

3.2 การเลือกสื่อโฆษณา

- การเข้าถึง ความถี่ และผลกระทบ
- การเลือกประเภทสื่อโฆษณา
- การเลือกเวลาในการลงสื่อโฆษณา

4. การประเมินผลการโฆษณา

4.1 ผลกระทบด้านการสื่อสาร

4.2 ผลกระทบยอดขาย