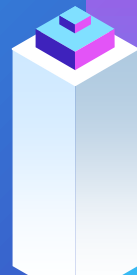


Marketing 5.0 for Exhibition

August, 4, 2022
PME+0 #3



Today's CONTENTS

TODAY'S AGENDA



MARKETING

Part 1



EXHIBITION

Part 2

MARKETING

Marketing Evolution

1.0

**Product
Centric**

Products Products
Products

2.0

**Customer
Centric**

Customer
Segmentation

3.0

Human Centric

Social
Environment
CSR
Communication

4.0

**Traditional to
Digital**

More tech
More digital
omnichannel

PHILIP KOTLER
HERMAWAN KARTAJAYA
IWAN SETIAWAN

MARKETING 5.0

TECHNOLOGY FOR HUMANITY



Marketing 5.0

technology for humanity

Philip Kotler ได้ให้คำจำกัดความของ Marketing 5.0 ไว้ว่าเป็น “การนำเอาเทคโนโลยีที่มีความสามารถในการเลียนแบบมนุษย์มาใช้ในการสร้าง สื่อสาร ส่งมอบและเสริมคุณค่าให้กับประสบการณ์ของลูกค้า ตลอดทุกกระบวนการ”



PHILIP KOTLER
HERMAWAN KARTAJAYA
IWAN SETIAWAN

MARKETING 5.0

TECHNOLOGY FOR HUMANITY

Part 1 Chapter 1



BABY BOOMERS



GEN X



GEN Y



GEN Z



GEN ALPHA

*KEY
DEFINITION*

The Aging
Economic
Power-
house

The
Middle-
Child
Leaders

The Gen-
Why
Millennials

The First
Digital
Natives

The
Children of
Millennials

*BRAND
PREFERENCE*

ESTABLISHED BRANDS

EXPERIENTIAL BRANDS

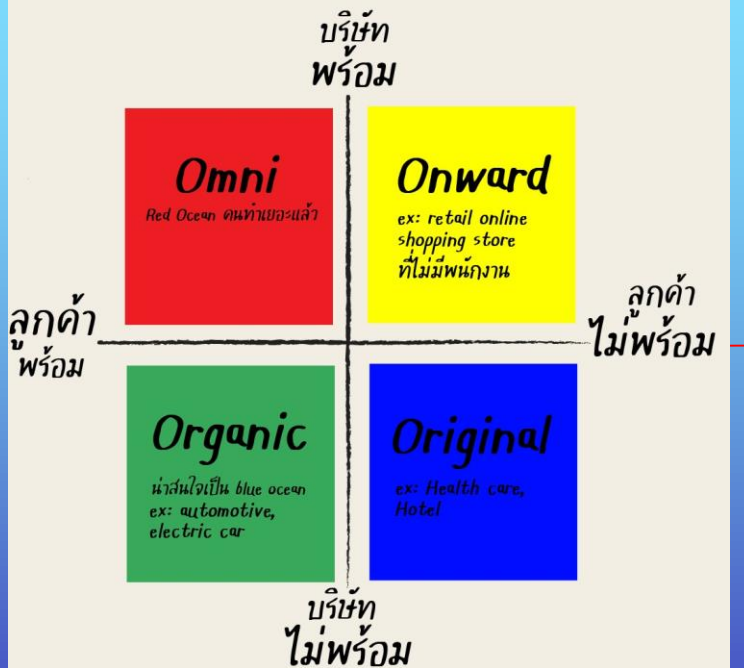
ENGAGING BRANDS

Generation Gap

More GAP
Much more Difference

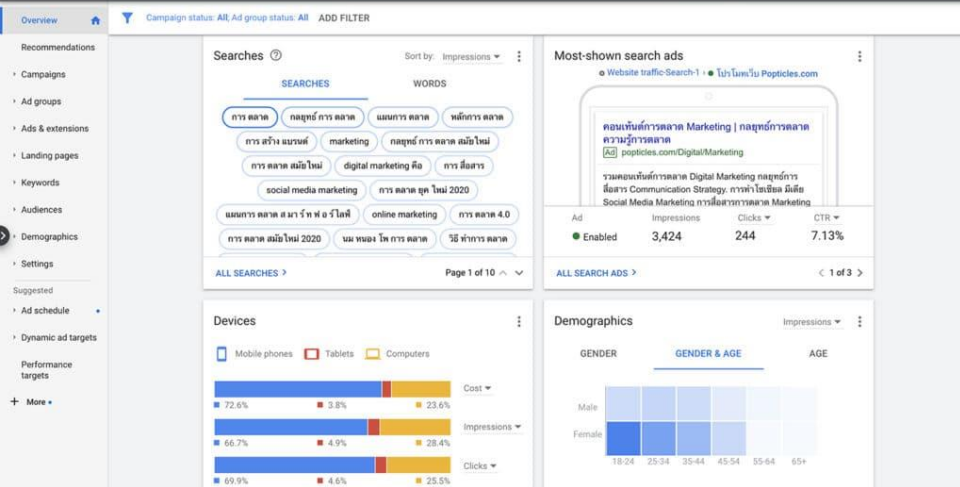
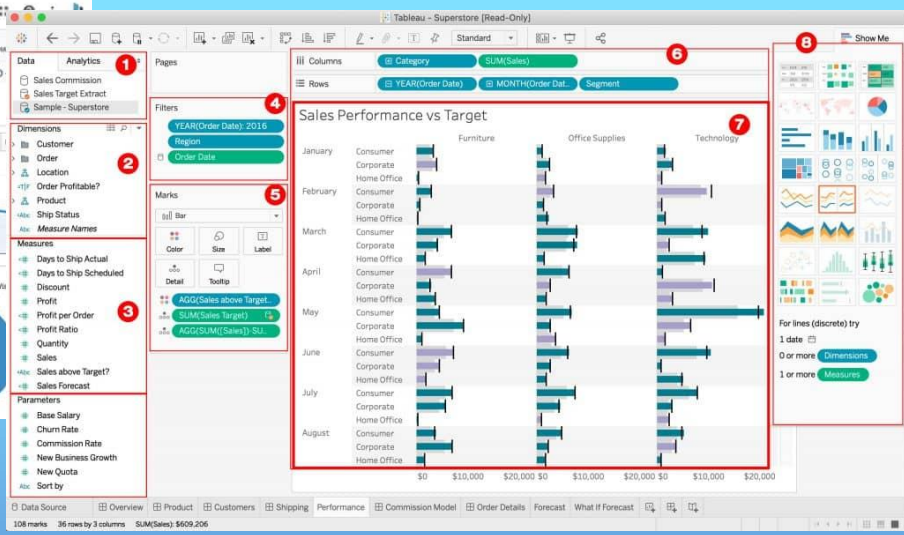
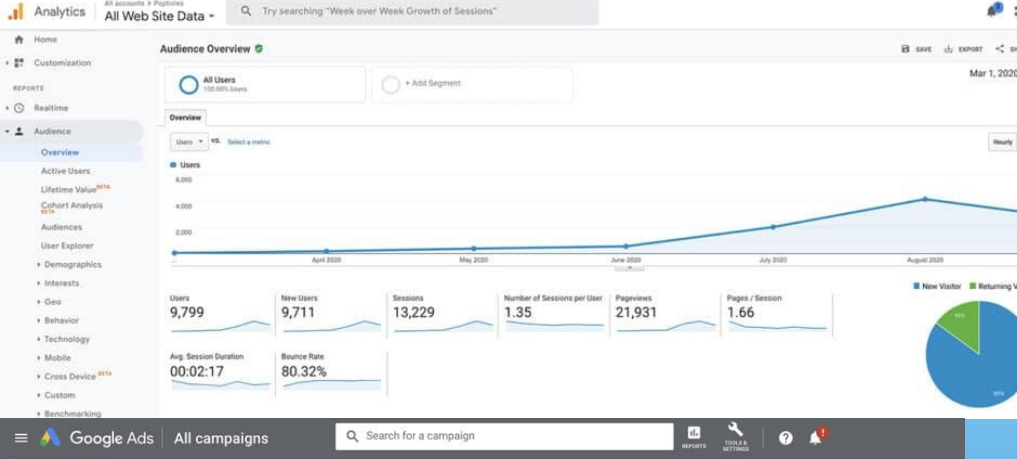
Digital Readiness Matrix

Digital Readiness Matrix



สามารถเริ่มด้วย 3 มุมมอง tech

1. Personalize เฉพาะเจาะจงได้มากขึ้น
2. Socialize เข้าหาลูกค้า พบปะได้ง่าย
3. Experience = product+tech เน้นสร้างประสบการณ์



Create an Automation Email

Regular | Automated | Plain-text

Featured | Tags | Subscriber Activity | E-Commerce | API

Retarget site visitors

Email a reminder to people about the cool stuff they saw on your website.

Turn on an abandoned cart email

Send a friendly reminder to people who leave your store without checking out.

Enable order notifications

Beautify your receipts and shipping updates, and add in some product recommendations while you're at it.

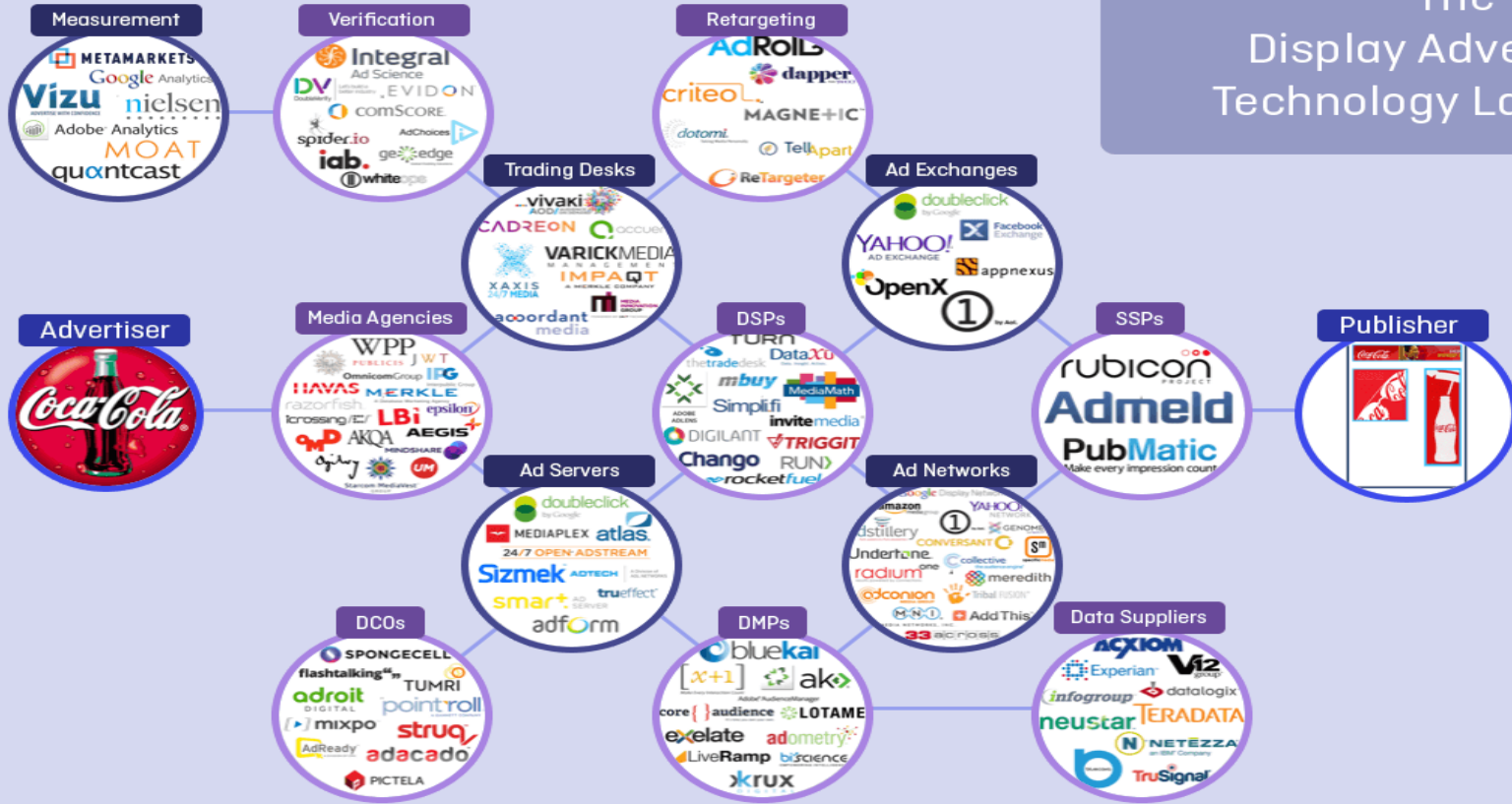
Follow up on purchases

Ask customers to review a product they bought recently, or recommend other stuff they might like.

Win back lapsed customers

Reach out to customers who haven't bought anything in the past few months.

The Display Advertising Technology Landscape



Marketing Technology Landscape

The Martech 5000

Total Solutions 8,000

Advertising & Promotion 922

Content & Experience 1,936

Social & Relationships 1,369

Commerce & Sales 1,314

Data 1,258

Management 601

Access all the data of this landscape & more at martech5000.com

2019

7,200 solutions



2018

6,600 solutions



2017

5,500 solutions



2016

4,875 solutions



2015

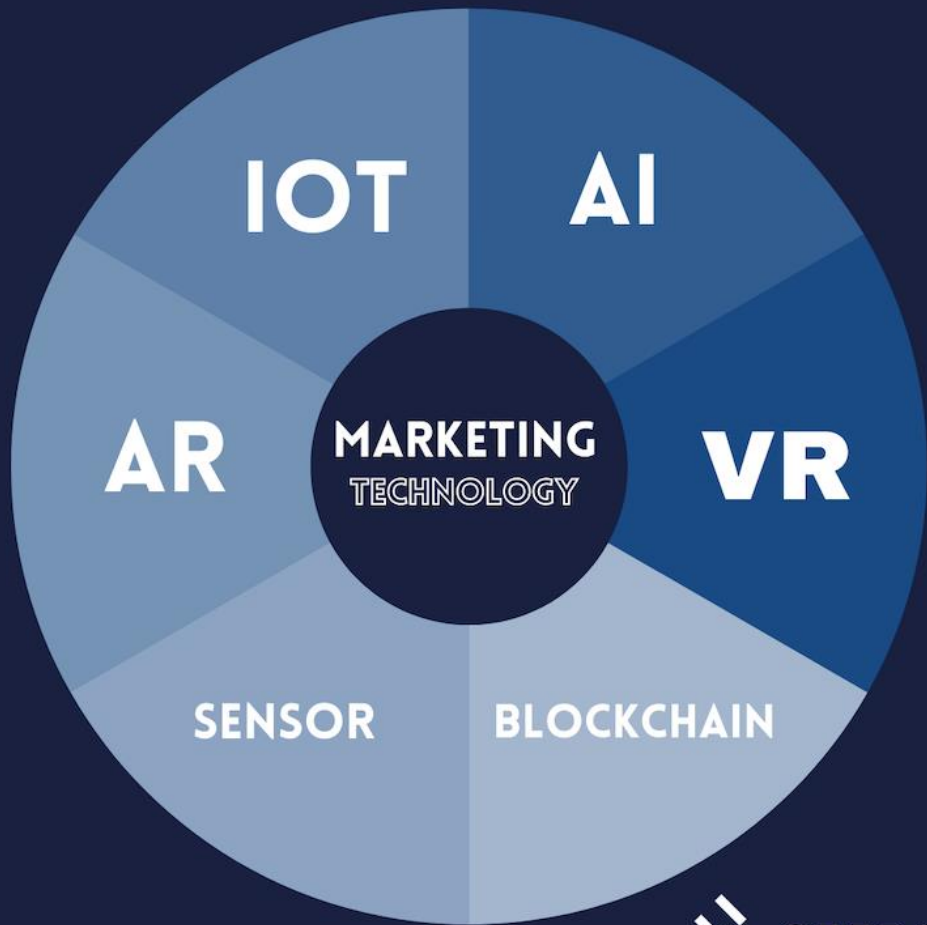
4,000 solutions



2014

3,100 solutions





MarTech

AI: มีชื่อเต็มว่า Artificial Intelligence เป็นปัญญาประดิษฐ์ที่สามารถประมวลผล และวิเคราะห์ข้อมูลได้ในเชิงลึก มีความฉลาดคล้ายกับสมองมนุษย์

AR: การใช้เทคโนโลยีมาผสมผสานระหว่างโลกเสมือนจริง และ โลกแห่งความเป็นจริง หรือที่เราเรียกว่า Augmented Reality

VR: มีชื่อเต็มว่า Virtual Reality เป็นเทคโนโลยีโลกเสมือน ซึ่งเป็นการจำลองสภาพแวดล้อมจริงของเข้าไปให้ดูเสมือนจริง

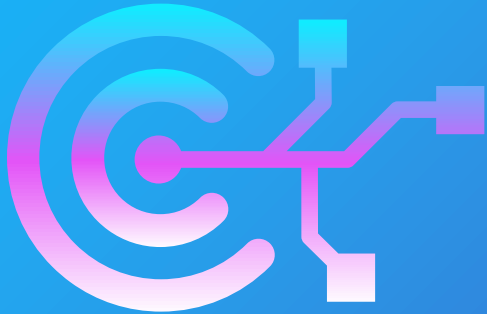
IoT: หรือชื่อเต็มก็คือ Internet of Things เป็นสิ่งของ อุปกรณ์ ที่มีการฝังระบบอิเล็กทรอนิกส์ ระบบเซนเซอร์ หรือ ซอฟแวร์ลงไป เพื่ออำนวยความสะดวกบางอย่างของมนุษย์

Block Chain: ระบบเทคโนโลยีที่สร้างความปลอดภัย

MarTech

1. Marketing Analytics, Performance Tracking & Attribution
2. Cloud/Data Integration Platform
3. Business/Customer Data Visualization Technologies
4. Conversion Rate Optimization / Personalization
5. Advertising Technology
6. Visitor Identification Software
7. Affiliate Marketing
8. Content Marketing Tools
9. SEO tool
10. Social Media Marketing
11. CRM, CDP, Marketing Automation
12. Marketing Cloud Suites

The Segments of One



Massive Niche

Individual Segmentation

No more ONE SIZE FIT ALL or FEW FIT ALL

CDP : Customer data Platform (TECH)

CLV: Customer lifetime value

Four Segmentations



Geographic

Where are they?
Who they are?
Current location,
Workplace, School



Demographic

Age, Sex, Job,
Education, Income,
Family



Behavioral

Customer
Behavioral,
Customer Journey
Media Channel,
Patterns



Psychological

Passion, Goal,
Inspiration, Belief,
Ideology



Marketing Persona 1:1

CDP : Customer data Platform

โปรแกรมในการเก็บข้อมูลของลูกค้า เพื่อใช้รวบรวมข้อมูลลูกค้า และจัดกลุ่มข้อมูลเข้าด้วยกันเป็นโปรไฟล์ลูกค้าคนหนึ่ง ทำให้สามารถนำมาใช้สร้างกลยุทธ์การตลาดได้มากมาย เรียกได้ว่าเป็น “สมองของการตลาด” เลยก็ว่าได้

Customer data

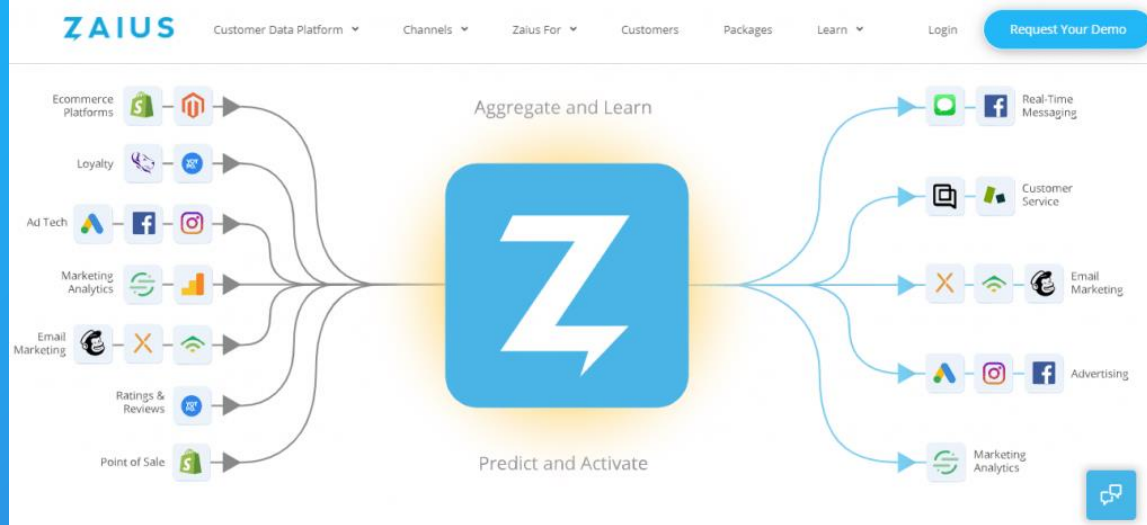
Categorized

Analyzed

Strategy formulation tools



CDP Platform



EXPONEA | a Bluewin Group company

WHY EXPONEA? PRODUCTS PRICING BLOG LIBRARY CONTACT US

Capabilities Marketing Channels Pricing Product ChangeLog Product Roadmap Integrations Documentation

Exceptional Customer Experiences

Exponea helps you maximize profits and decrease marketing spend by targeting the right customers with the right message at the perfect time.

Case Study : Target Shopping Mall, USA, 2010



- Target's Andrew Pole (from LinkedIn)



Source: Forbs

Marketing 5.0 in Exhibition

What you need for Marketing 5.0?



Vision



Mindset



Digital
Infrastructure



Data Ecosystem



Human & Tech

Marketing 5.0 Summary

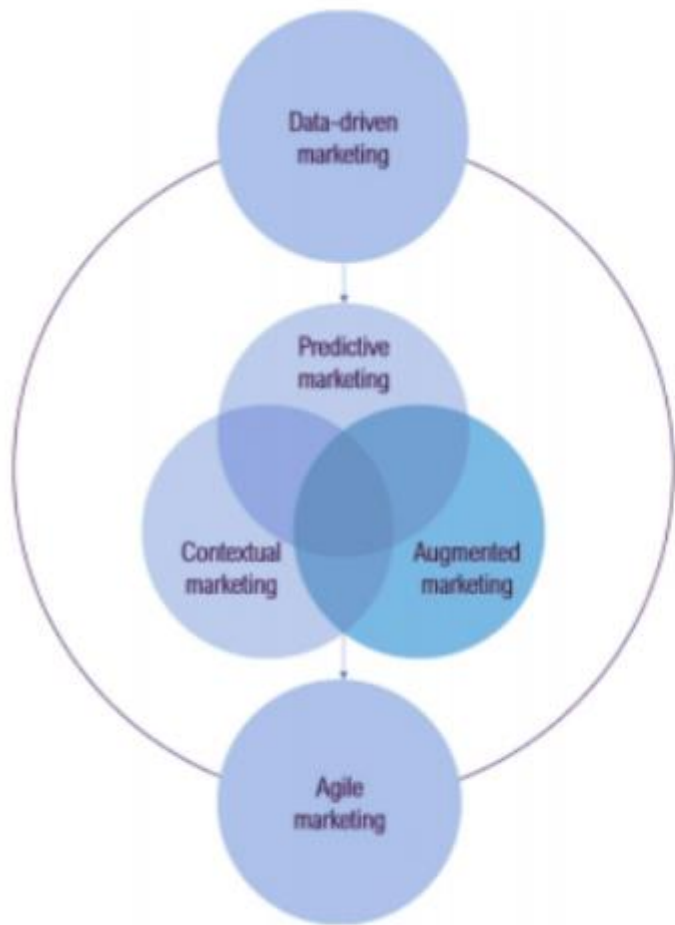


Data Driven Marketing

Data Driven Marketing Objectives & Goals setting

- ค้นพบไอเดียที่น่าสนใจงานและบริการใหม่ๆ
- ประมาณการความต้องการของตลาด
- แนะนำงานที่ลูกค้าน่าจะร่วมครั้งต่อไป
- สร้างประสบการณ์เฉพาะให้ลูกค้า
- กำหนดราคาที่เหมาะสมกับลูกค้า
- เเสาะหาและระบุกลุ่มเป้าหมายที่ถูกต้อง
- นำเสนอ message และเนื้อหาที่ถูกต้อง
- เลือกการใช้ media ได้อย่างถูกต้องเหมาะสม
- พยากรณ์ความไม่พอใจของลูกค้าและการที่ลูกค้าไม่

กลับมา



Data Driven Marketing

Make decision based on collected, available data

Predictive Marketing

Predict results of marketing activities before launch

Contextual Marketing

Real-time personalized marketing from triggers (customer's behaviors)

Augmented Marketing

Virtual interactions with customers such as Chatbot, VR, AR

Agile Marketing

Decentralized, cross-functional team to ideate, design, develop, and validate marketing rapidly.

Applied Example

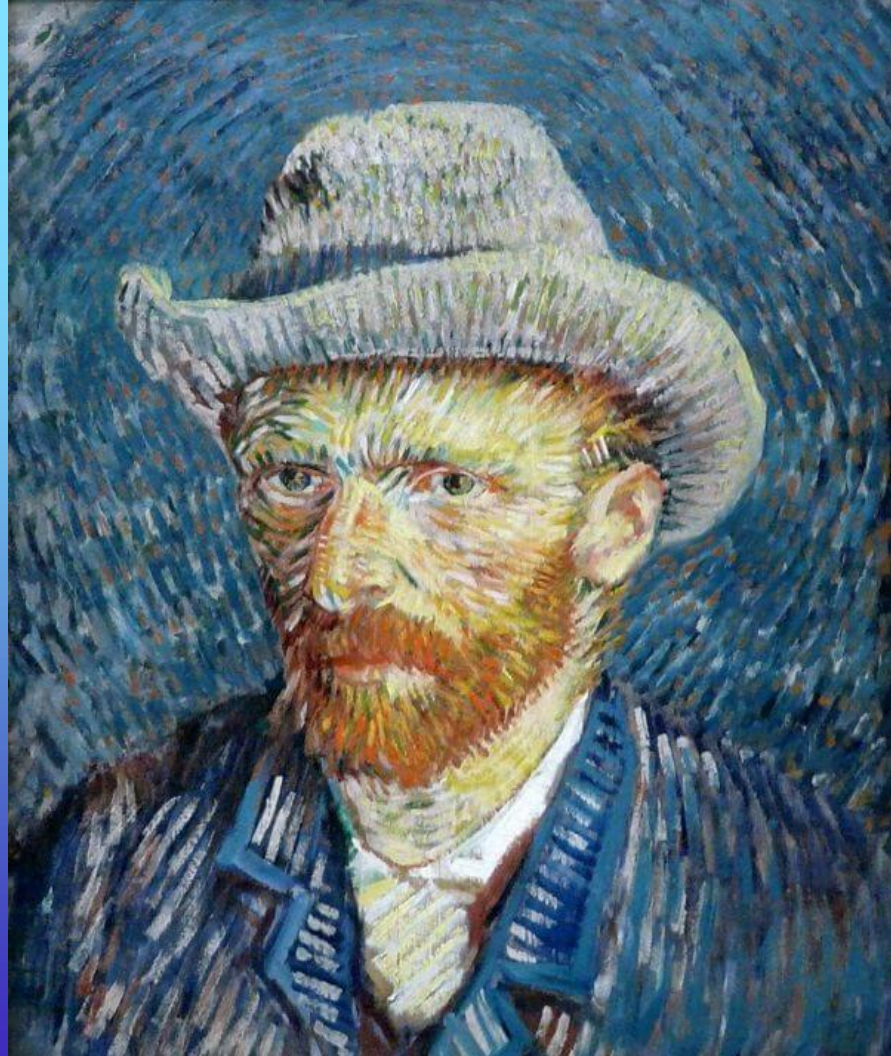
**A PICTURE IS
WORTH A
THOUSAND
WORDS**











Van Gogh Museum

Amsterdam









VAN GOGH

THE IMMERSIVE
EXPERIENCE

- LONDON -

Tickets to Van Gogh: The Immersive Experience London
now on sale!

BOOK TICKETS



360°
PROJECTIONS

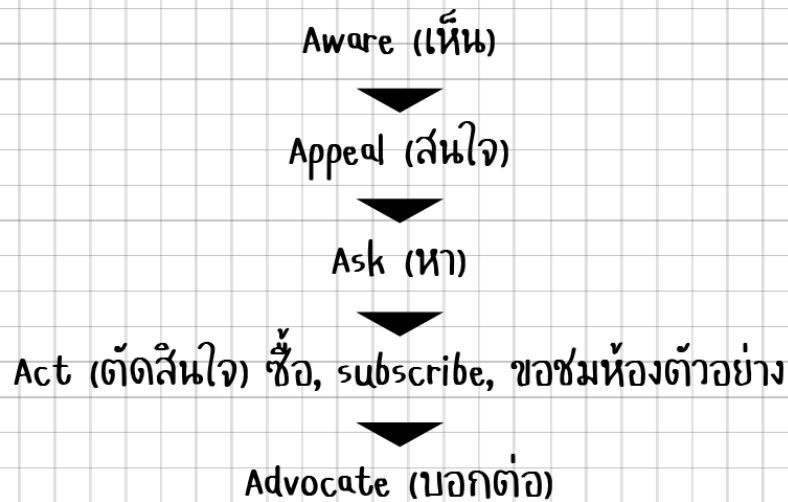


15,000 ft²
SCREENS

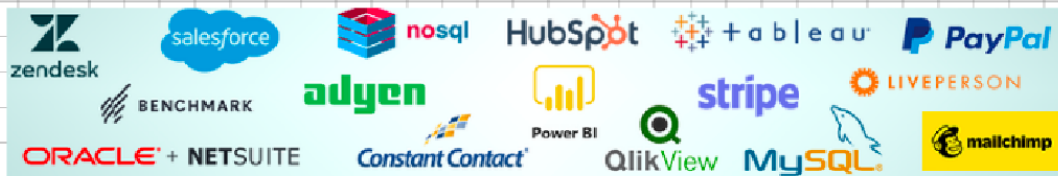


VIRTUAL
REALITY

Kohler อธิบาย Customer Journey ในมุมมองใหม่



Next Tech + รวมกับ Marketing 5.0 จะเข้าไปสู่การตลาดแบบใหม่
ในแต่ละ step มี tool อะไรบ้าง CMO สมัยใหม่จำเป็นต้องดู

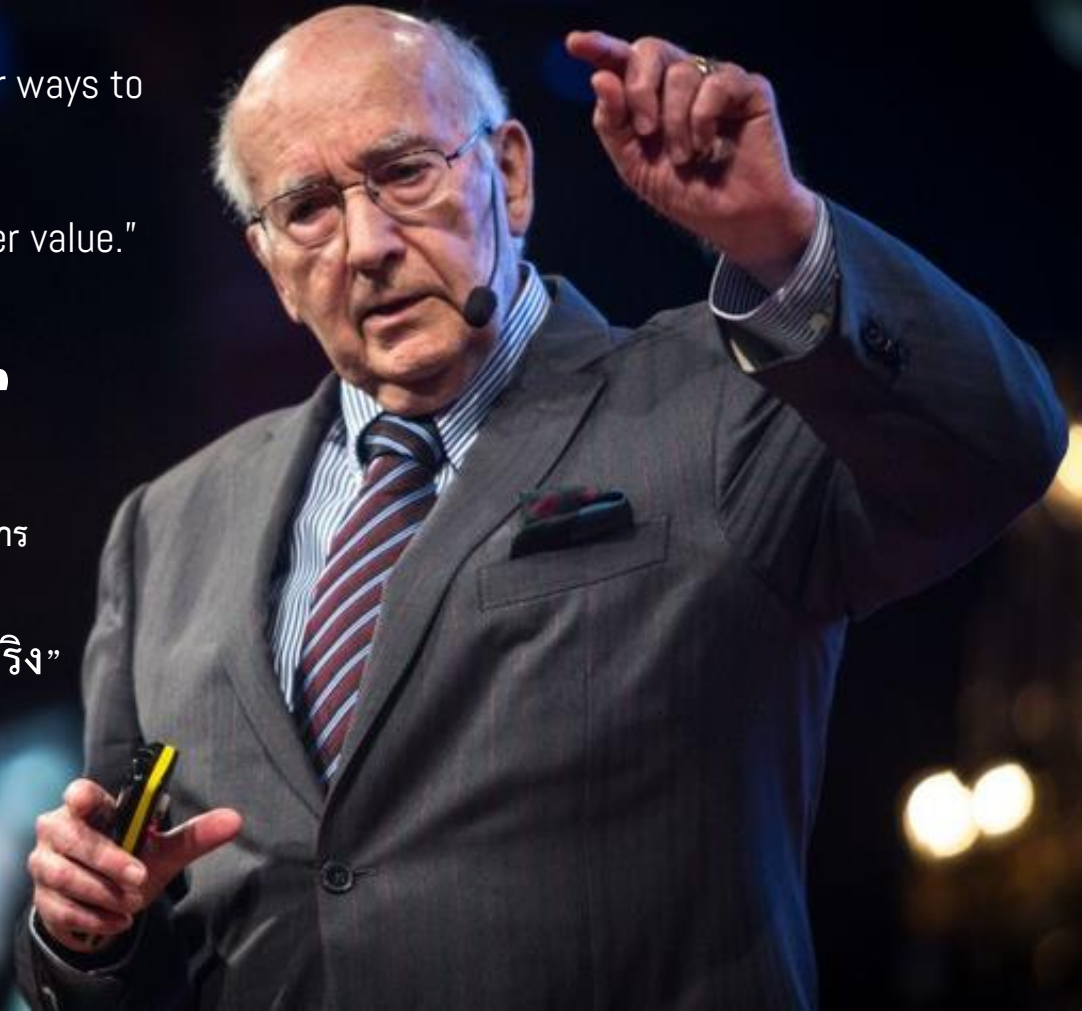


“Marketing is not the art of finding clever ways to dispose of what you make.

It is the art of creating genuine customer value.”

Mr. Philip Kotler

“การตลาดไม่ใช่ศิลปะในการหาวิธีที่ชาญฉลาดในการ
กำจัดสิ่งที่คุณทำ..หากแต่มันเป็นศิลปะ
ในการสร้างมูลค่าให้กับลูกค้าอย่างแท้จริง”



กองทุนเพื่อความเสมอภาคทางการศึกษา (กสศ.)



- 1) การเปิดโอกาสให้ประเทศไทย (ศธ. และกสศ.) เข้าสู่เวทีระดับโลกด้านนโยบายและด้านวิชาการ (เช่น การฟื้นฟูความรู้ที่ถดถอย กลไกและนวัตกรรมการเงินด้านการศึกษา)
- 2) การผลักดันวาระการสร้างเสมอภาคทางการศึกษาและปวงชนเพื่อการศึกษาในเวทีนานาชาติ เป็นการขยายบทบาทและศักยภาพของประเทศไทย
- 3) การผลักดันเชิงนโยบายระดับนานาชาติสู่การผลักดันและการดำเนินงานในประเทศ

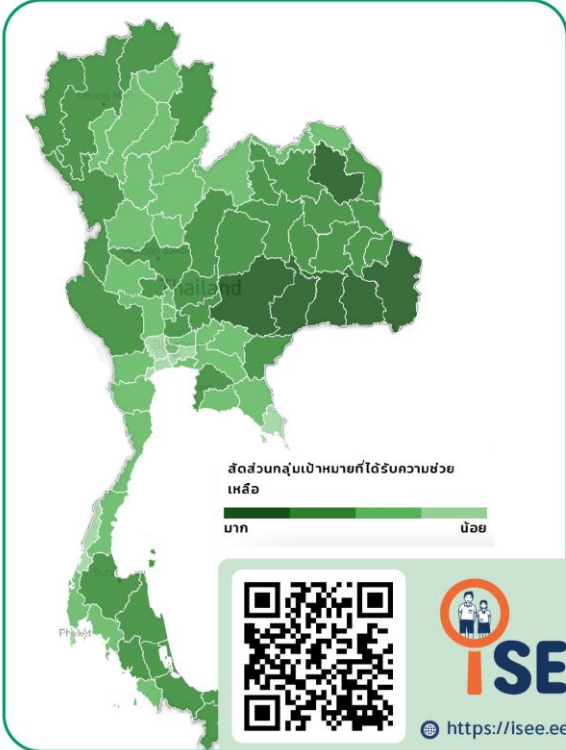
- 4) การใช้ Bangkok Statement ในการทำงาน โดยข้อเสนอและผลการประชุมสอดคล้องกับสิ่งที่ กสศ. กำลังขับเคลื่อน

- 5) การสร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านวิชาการและการผลักดันนโยบายในระดับสากลที่กว้างขวางขึ้น

- 6) ใช้ข้อมูล Big Data ในการขับเคลื่อนองค์กร และชี้เป้า ติดตามกลุ่มเป้าหมายผ่านระบบ iSEE



การดำเนินงานของ กสศ. ในพื้นที่ทั่วประเทศ



<https://isee.eef.or.th>

กลุ่มผู้รับประโยชน์ กสศ.

- เด็กปฐมวัย
- นร.ยากจน อนุบาล- ม.ต้น (ทุนเสมอภาค)
- นร. ม.ปลาย/ ปวส./ปวช. (ครูรัก(ษ์)ถิ่น)
- นักศึกษาครู ป.ตรี (นวัตกรรมสายอาชีพ)
- นักศึกษา ป.ตรี - ป.เอก (ทุนพระกนิษฐาธิราชเจ้า)
- บุคคลทั่วไป (ทุนพัฒนาอาชีพ)
- เด็กที่ไม่มีข้อมูลในระบบการศึกษา
- โรงเรียน TSQP

ภาคีภาครัฐร่วมดำเนินงาน กสศ.



การระดมความร่วมมือจากภาคประชาสังคม



ยอดผู้บริจาค กสศ.

ปี 2562-2565

32,989 ราย

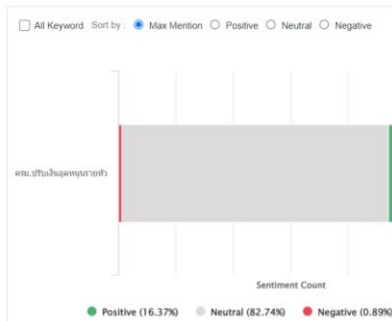
จัดสรรเงินบริจาคช่วยเหลือ
เด็กและเยาวชน

70,140 คน



มีองค์กรเอกชน ร่วมกว่า **200** องค์กร





ครอบคลุมการจัดการศึกษาตั้งแต่ระดับก่อนประถมศึกษา
 การจัดการศึกษาโดยครอบครัวและสถานประกอบการ
 รัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการ คำใช้จ่ายด้านสถานศึกษา
 ขณะที่มีงบประมาณสิ้นค้าเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา stillonmymind9
 เพื่อลดภาระผู้เรียนและเพิ่มศักยภาพสถานศึกษาในการจัดการศึกษาขั้นพื้นฐาน เริ่มขึ้นจากปี
 48,741.62 ค่าเครื่องแบบนักเรียน เพิ่มเงินอุดหนุนค่าใช้จ่ายรายหัว
 vffidbm0clic **ค่าจัดการเรียนการสอน** ประมาณด้วย 206,301.88
 และค่ากิจกรรมพัฒนาคุณภาพผู้เรียน ครอบคลุมการศึกษาในระบบ
 รัฐบาลเพิ่มเงินอุดหนุนค่าใช้จ่ายรายหัว **ล้านบาท** เห็นทอง จันทโรชา รวยการ
 นายกรัฐมนตรี มีรัฐมนตรีขาดอันดับ **ปวช. ประถมศึกษา** #ไทยคู่ฟ้า นาท รว 54,548.86
 ไตรสรณกุล ประยุทธ์ #นักเรียน **ครั้งแรกในรอบ** งามประมาณ
 ผู้ปกครอง 2,259.22 **ครั้ง** เมื่อวันที่ **dailythailand**
 ล้านคน **ครม. traisuree** การศึกษา จำนวน 52,612.28
 ละครรายการ รัฐบาล **ตั้งแต่ปี** 8,066 มีรัฐมนตรีและประกาศนโยบายวิชาชีพ
 50,399.12 นกกรวม **นักเรียน t.co** #รัฐบาล โยชุตี ไตรสรณภ 2,259
 และจัดสรรเงินไปซื้อไป **ค่าอุปกรณ์การเรียน** #การศึกษา ค่าเครื่องแบบ ครั้งแรกในรอบ
 ในลักษณะงบประมาณผูกพันต่อเนื่อง งบบาล กล่าวไว้ ที่ประชุม **ค่าจัดการพัฒนาคุณภาพผู้เรียน**
 มีที่ คำใช้จ่ายด้านผู้เรียน kde711179
 ทั้งในระบบและอกระบบ 2,213.16
 คำหวังสื่อเรียน จะเพิ่มขึ้น **ตั้งแตระดับก่อนประถมศึกษา**
 งบประมาณ เห็นชอบหลักการปรับอัตราเงินอุดหนุนค่าใช้จ่ายรายหัวสำหรับผู้เรียนการศึกษาขั้นพื้นฐาน
 และระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ปรับเพิ่มตามผลการศึกษาค่าใช้จ่ายจึงสำหรับอุปกรณ์การเรียนขั้นพื้นฐาน
 การปรับอัตราเงินอุดหนุนรายหัวตามความจำเป็นพื้นฐาน
 รวมเงินอุดหนุนระยะเวลา ของสถานศึกษารัฐและเอกชน



ความร่วมมือของคุณ
เปลี่ยนชีวิตเด็ก ๆ ได้

บริจาคเลย

แคมเปญ



ศูนย์ช่วยเหลือเด็กวิกฤติการศึกษา
 พี่นุได้กลุ่มเปราะบางไม่ให้หลุดจากระบบการศึกษาทั้งจากความยากจน และไม่มีอุปกรณ์การเรียนออนไลน์ในช่วงโควิด-19

ร่วมบริจาค



ทุน กสศ. - ปดก. “สมหมายใจเพื่อน้อง”
 โอกาสเพื่อนักเรียนทุนเสมอภาคครั้งรอยต่อ ป.6 และ ม.3

รายละเอียด

THANKS YOU!

Do you have any questions?

Tanaphat@EEF.OR.TH

+66 0970099186

www.eef.or.th

