



หลักสูตร Brand & Packaging สู่ BCG Model

สถาบันบริการวิชาการ
โครงการส่งเสริมผู้ประกอบการผ่านระบบ BDS
ประจำปี 2566

หลักสูตร Brand & Packaging
สถาบันบริการวิชาการแห่งมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

ชื่อบริการ Brand & Packaging สู่ BCG Model

ประเภทของบริการ การเพิ่มผลิตภาพและประสิทธิภาพธุรกิจ

เลขที่บริการ

รายละเอียดของการให้บริการต่าง

1. สร้างองค์ความรู้ในการสร้างแบรนด์และบรรจุภัณฑ์แบบองค์รวม (BCG Model)
2. สร้าง/Rebrand ให้เกิดความร่วมมือและตรงกับแนวโน้มที่เปลี่ยนแปลงไปให้กับผู้ประกอบการ
3. จัดทรัพยากรสิ่งทางปัญญา (เครื่องหมายการค้า , ลิขสิทธิ์ , สิทธิบัตรการออกแบบ)
4. พัฒนาบรรจุภัณฑ์แบบองค์รวม (BCG Model) โดยการค้นหาเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ ค้นหาวัสดุต่าง ๆ

ให้นำกลับมาใช้ประโยชน์สูงสุด

5. ผลิตบรรจุภัณฑ์ / ฉลากแบบองค์รวม (BCG Model)

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้ผู้ประกอบการ เกิดองค์ความรู้ในการสร้างแบรนด์และบรรจุภัณฑ์แบบองค์รวม (BCG Model) โดยการค้นหาเอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์ ค้นหาวัสดุต่าง ๆ นำกลับมาใช้ประโยชน์สูงสุด โดยมุ่งเน้นที่การสังคมและสิ่งแวดล้อม
2. พัฒนาแบรนด์แบบองค์รวม (BCG Model)
3. จัดทรัพยากรสิ่งทางปัญญาให้กับแบรนด์ (เครื่องหมายการค้า , ลิขสิทธิ์ , สิทธิบัตรการออกแบบ)
4. พัฒนาบรรจุภัณฑ์ / ฉลากแบบองค์รวม (BCG Model) มุ่งเน้นที่วัสดุในพื้นที่ และวัสดุรักษ์โลก
5. สร้างการรับรู้ สร้างภาพลักษณ์ให้ผู้ประกอบการผ่านแบรนด์ / ฉลาก / บรรจุภัณฑ์ เพื่อสร้างยอดขาย สร้างรายได้ เกิดความยั่งยืนในการทำธุรกิจต่อไป

ประโยชน์ของบริการ

1. แบรนด์ / บรรจุภัณฑ์ ที่สร้างขึ้นทำให้เกิดการจดจำผลิตภัณฑ์และธุรกิจ
2. แบรนด์ / บรรจุภัณฑ์ ช่วยเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงลูกค้า / สร้างลูกค้ากลุ่มใหม่
3. แบรนด์ / บรรจุภัณฑ์ ช่วยสร้างอัตลักษณ์ให้ผลิตภัณฑ์ / ธุรกิจ สร้างภาพจำที่ชัดเจนให้ลูกค้า
4. แบรนด์ทำให้การวางแผนการตลาด การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดสร้างความได้เปรียบด้านการแข่งขันได้ดีขึ้น
5. แบรนด์ / บรรจุภัณฑ์ ช่วยสร้างความน่าเชื่อถือ / ความสัมพันธ์กับลูกค้า / สร้างความภักดี / การซื้อซ้ำ
6. แบรนด์ / บรรจุภัณฑ์ ทำให้การทำตลาดง่ายขึ้น
7. แบรนด์ / บรรจุภัณฑ์ ทำให้มูลค่าของธุรกิจสูงขึ้น
8. บรรจุภัณฑ์ สร้างความสะดวกสบายให้ผู้บริโภค

ขั้นตอนการดำเนินการสร้างแบรนด์

1. **ศึกษาบริบทของธุรกิจ คู่แข่งขัน** ศึกษาแนวคิดผู้ประกอบการที่ต้องการสร้างแบรนด์ และคู่แข่งชั้นของผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกัน ในประเด็นพันธกิจ ภารกิจ เป้าหมายวัตถุประสงค์ จุดแข็ง จุดอ่อน เพื่อนำมาสร้างกลยุทธ์ในการสร้างแบรนด์

2. **รวบรวมข้อมูลของลูกค้าเป้าหมาย** ทำความเข้าใจในลูกค้า STP Market , Consumer Insight ,Customer Journey , Pain Point เพื่อนำมาสร้างคุณค่าและวางกลยุทธ์ในการสื่อสารการตลาด

3. **ออกแบบบุคลิกภาพของแบรนด์** ในองค์ประกอบต่าง ๆ ดังนี้ โลโก้ (Logo) ตัวอักษร (Font) สีประจำแบรนด์ (Colors) กราฟฟิก (Graphic) ไอคอน (Brand CI) ความรู้สึก (Mood & Tone) เพื่อสร้างเพื่อสร้างคุณค่าและการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

4. **สร้างแบรนด์** ลงมือทำแบรนด์จากการออกแบบให้เห็นเป็นภาพประจักษ์ เพื่อสร้างการจดจำ สร้างความแตกต่าง

5. **การสื่อสารกับลูกค้า** เริ่มสื่อสารกับผู้บริโภค บนสื่อ Social Media หรือเว็บไซต์ หรือบรรจุภัณฑ์ที่สร้างขึ้น

ขั้นตอนการดำเนินการสร้างพัฒนาบรรจุภัณฑ์

1. **ขั้นเริ่มต้นก่อนการออกแบบบรรจุภัณฑ์** เป็นขั้นตอนในการศึกษาผลิตภัณฑ์ กฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง พฤติกรรมผู้บริโภค อัตลักษณ์ของแบรนด์ กลยุทธ์ทางการตลาด และรวบรวมข้อมูลของบรรจุภัณฑ์ประเภทเดียวกับบรรจุภัณฑ์ที่ต้องการพัฒนามาใช้เป็นไอเดียในขั้นตอนต่อไป

2. **ขั้นตอนการออกแบบไอเดียการพัฒนา** เป็นรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น วันหมดอายุ วันที่ผลิต ภาพผลิตภัณฑ์ กราฟฟิก ส่วนประกอบผลิตภัณฑ์ เพื่อนำมาใช้ในการสร้างไอเดียในส่วนที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์ เช่น สี ฟอนต์ สไตล์ จุดโฟกัส เพื่อสร้างการจดจำในแบรนด์ บรรจุภัณฑ์ และสร้างความสะดวกในการจัดวางผลิตภัณฑ์บนกล่องและการมองเห็นได้ง่าย

3. **ขั้นตอนการเลือกประเภทบรรจุภัณฑ์** เป็นการพิจารณาถึงวัสดุต่าง ๆ ที่จะนำมาใช้ในการทำเป็นบรรจุภัณฑ์หลักและบรรจุภัณฑ์รอง โดยเน้นที่วัสดุที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม เพื่อให้สร้างภาพลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์และธุรกิจ รวมถึงการให้ความสำคัญการใช้งาน

4. **ขั้นตอนการเลือกวัสดุและการพิมพ์ฉลาก** เป็นการตัดสินใจเลือกวัสดุและการพิมพ์ฉลาก ซึ่งต้องไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน ราคาต้นทุนในการผลิตไม่เป็นภาระของผู้ผลิตและผู้บริโภค (แต่จะคำนึงถึงภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ /ธุรกิจ)

สิ่งที่ส่งมอบ

1. ผู้ประกอบการได้รับองค์ความรู้ในการสร้าง Brand & Packaging โดยมุ่งเน้น BCG Model
2. ผู้ประกอบการได้แบรนด์ โลโก้
3. ผู้ประกอบการได้ แบรนด์ โลโก้ จดเครื่องหมายการค้า (กรณีไม่ได้จดเครื่องหมายการค้า)
4. ผู้ประกอบการได้เครื่องมือสื่อสารการตลาดผ่าน Brand & Packaging ที่ช่วยให้เกิดเศรษฐกิจแบบองค์

รวม (BCG Model)

สาขาที่ให้บริการ

สาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน / สาขาออกแบบบรรจุภัณฑ์ คณะศิลปกรรมและสื่อสร้างสรรค์

ข้อมูลในการติดต่อ

ชื่อ-สกุล ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดุขฎิ เทียมเทศ บุญมาสูงทรง รองผู้อำนวยการฝ่ายวิชาการและวิจัย สถาบัน
บริการวิชาการ

ที่อยู่ 744 ถนนสุนทรารายณ์ ตำบลในเมือง อำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา 30000

โทรศัพท์มือถือ 08-1547-6552

อีเมล ajanndusadee@gmail.com

Line ID 08-1547-6552

คณะผู้จัดทำและพิจารณาหลักสูตร

- | | | |
|------------------------|---------------|----------------------------------|
| 1. ผศ.ดุขฎิ เทียมเทศ | บุญมาสูงทรง | อาจารย์ประจำสาขาการตลาด |
| 2. อาจารย์ ดร. สิริภัก | ฤทธิ์น้ำคำ | อาจารย์ประจำสาขาออกแบบบรรจุภัณฑ์ |
| 3. อาจารย์บุริม | हनุนันต์ | อาจารย์ประจำสาขาการตลาด |
| 4. อาจารย์ปิยมาภรณ์ | เทียมจิตร | อาจารย์ประจำสาขาการตลาด |
| 5. อาจารย์ภูมิพัฒน์ | นวจินดากาญจน์ | อาจารย์ประจำสาขาการตลาด |
| 6. อาจารย์สุพรรณณี | พรภักดี | อาจารย์ประจำสาขาการตลาด |
| 7. อาจารย์ธฤช | ธนพิทชัย | อาจารย์ประจำสาขาการตลาด |
| 8. อาจารย์วิทยา | มนตรี | อาจารย์ประจำสาขาระบบสารสนเทศ |