



มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม



# บทที่ 9

## การส่งเสริมการตลาด (Promotion)



# ความหมายการส่งเสริมการตลาด

การติดต่อสื่อสารทางการตลาดกับลูกค้าเพื่อกระตุ้นหรือจูงใจให้  
เกิดความต้องการและตัดสินใจซื้อสินค้าของธุรกิจ โดยการแจ้งข่าวสาร  
การสร้างทัศนคติ การรับรู้และการเรียนรู้ทำให้เกิดภาพลักษณ์ (Image)  
ที่ดี



# วัตถุประสงค์การส่งเสริมการตลาด

1. เพื่อแจ้งข่าวสาร ให้รู้จักผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย
2. เพื่อจูงใจ
  - กระตุ้นความต้องการ
  - พยายามให้ผู้บริโภคคล้อยตาม
3. เพื่อเตือนความทรงจำ

# ส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด (Promotion mix)



1. การโฆษณา (Advertising)
2. การขายโดยพนักงานขาย (Personal Selling)
3. การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion)
4. การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation)
5. การตลาดทางตรง (Direct Marketing)

# 1. การโฆษณา (Advertising)



การติดต่อสื่อสารโดยผ่านสื่อที่เข้าถึงลูกค้าจำนวนมาก โดยเจ้าของสินค้า หรือผู้ประกอบการต้องเสียค่าใช้จ่าย

*สรุป*

- เป็นการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้บุคคล
- ต้องเสียค่าใช้จ่ายด้านโฆษณา
- จูงใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์
- อาศัยสื่อต่างๆ



# 1. การโฆษณา (Advertising) (ต่อ)

## ประเภทของสื่อโฆษณา

- หนังสือพิมพ์ (newspapers)
- นิตยสาร (magazine)
- จดหมายตรง (direct mail)
- วิทยุ (radio)
- โทรทัศน์ (television)
- อินเทอร์เน็ต (internet)
- การโฆษณากลางแจ้ง (outdoor)



## 2. การขายโดยพนักงานขาย(Personal Selling)



การติดต่อสื่อสารทางตรงโดยการเผชิญหน้าระหว่างผู้ขายและผู้  
มุ่งหวัง (การติดต่อสื่อสารแบบ 2 ทาง)

หน้าที่ของพนักงาน

- การสร้างคำสั่งซื้อ (order getting)
- การรับคำสั่งซื้อ (order taking)
- การให้การสนับสนุน (supporting)



# 3. การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion)



การกระตุ้นความต้องการซื้อของลูกค้าและพัฒนาทำงานของคนกลาง

เพื่อ

- ทำให้ผู้บริโภคเกิดการทดลองใช้
- เพื่อจูงใจลูกค้าใหม่
- กระตุ้นให้ลูกค้าในปัจจุบันให้ใช้ผลิตภัณฑ์มากขึ้น
- กระตุ้นให้เกิดความต้องการอย่างทันที
- ลดสินค้าคงคลัง

# 3. การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) (ต่อ)



## ประเภทการส่งเสริมการขาย

### ➤ มุ่งสู่ผู้บริโภค (Consumer promotion)

--> ลด แลก แจกสินค้าตัวอย่าง แคมเปญสินค้า การชิงรางวัล การบริจาคเพื่อการกุศล

### ➤ มุ่งสู่คนกลาง (Trade promotion)

--> ส่วนลดปริมาณ แคมเปญสินค้า การให้โควตา การให้เครดิต

### ➤ มุ่งสู่พนักงานขาย (Sales force promotion)

--> แข่งขันการขาย การให้รางวัล โบนัส ฝึกอบรม สัมมนา

## 4) การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์



- การให้ข่าว
- การตีพิมพ์ เอกสารผลการดำเนินงาน
- การจัดกิจกรรมพิเศษ
- การกล่าวสุนทรพจน์ (speech)
- การจัดกิจกรรมบริการชุมชน
- การใช้สื่อเฉพาะของกิจการ

## 5) การตลาดทางตรง (Direct Marketing)



เป็นการส่งเสริมการตลาดด้วยการสร้างความสัมพันธ์รายตัวกับลูกค้า โดยใช้  
ข้อความสั้น จดหมายทางอิเล็กทรอนิกส์ หรือทางโทรศัพท์

# การพิจารณางบประมาณสำหรับการส่งเสริมการตลาด



- กำหนดสัดส่วนกับปริมาณการขาย
- กำหนดตามปริมาณงานหรือวัตถุประสงค์ที่ต้องการ
- กำหนดตามเงินทุนที่มีอยู่
- กำหนดตามคู่แข่งชั้น



## แบบฝึกหัด บทที่ 9

1. จงอธิบายความหมายของการส่งเสริมการตลาด ให้เข้าใจ พอสังเขป
2. จงอธิบายเครื่องมือการส่งเสริมการขายสำหรับผู้บริโภค ให้เข้าใจ มาพอสังเขป
3. จงอธิบายกระบวนการขายโดยใช้พนักงานขาย ให้เข้าใจ มาพอสังเขป
4. จงอธิบายความหมายสื่อโฆษณา ให้เข้าใจ มาพอสังเขป
5. จงอธิบายความหมายการประชาสัมพันธ์ ให้เข้าใจ มาพอสังเขป



มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม