



บัณฑิตวิทยาลัย
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
การถ่ายทอดความรู้จากบริการวิชาการ ประจำปีการศึกษา
2554

.....
การจัดทำแผนการตลาด

โดย นาง อบล สัมฤทธิ์
รหัส 53-99018-02645

แผนการตลาดมี 2 ระดับ คือ ระดับกลยุทธ์ และระดับปฏิบัติงาน โดยแผนการตลาดจะช่วยให้กิจการบรรลุเป้าหมายที่ต้องการ ผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องคิดให้เพียงพอและครอบคลุมการตลาด มีความหมายพิเศษหลายมิติ คือ การตลาดในมิติที่ 1 คือ การซื้อ การขาย การไปตลาดเพื่อไปซื้อสินค้า ทั้งในฐานะผู้ประกอบการหรือในฐานะผู้บริโภคก็ตาม การตลาดในมิติที่ 2 คือ การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ เพื่อให้มวลชนเข้าใจว่าเรามีสินค้าอะไรบ้าง สามารถหาซื้อได้ที่ไหน อย่างไร เป็นการตลาดเชิงระบบ ซึ่งมีการสื่อสารทำให้สินค้าเป็นที่รู้จัก และสร้างความต้องการของผู้บริโภค และ การตลาดในมิติที่ 3 คือ นอกจากการโฆษณาประชาสัมพันธ์แล้ว นักธุรกิจจำเป็นต้องการขนส่งสินค้าไปยังสถานที่ผู้บริโภค จัดส่งถึงที่ทำงานหรือที่บ้าน

เทคนิคสู่ความสำเร็จของแผนทางการตลาด 1.ต้องสอดคล้องสัมพันธ์กับแผนธุรกิจต้องมีความสอดคล้องกับแผนอื่นๆ ด้วย เช่น แผนการผลิตสินค้า แผนการเงินต้องมีความสอดคล้องสัมพันธ์กัน เพื่อความมีประสิทธิภาพ 2. ต้องเข้าใจง่ายสำหรับพนักงานทุกระดับ ต้องทำให้พนักงานเข้าใจคำว่า “ให้ดีที่สุด” ของเราแค่ไหน เขียนเป็นลายลักษณ์อักษร เป็นตัวเลข ซึ่งเป็นเทคนิคการเขียนแผนการตลาดที่เข้าใจ

ง่าย 3. แผนการตลาดต้องให้ความสำคัญเกี่ยวกับกำลังคน ต้องมีการ
คัดเลือกลูกจ้าง การพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ ความสามารถเพื่อ
ตอบสนองความต้องการของลูกค้าซึ่งจะมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา