



CREATE A BRAND AS A GIFT

สร้างแบรนด์..แทนของขวัญ

Coach Roger Pundhased

CREATE A BRAND AS A GIFT

สร้างแบรนด์..แทนของขวัญ



คลิกสั่งซื้อได้ที่นี้



@booktime

Coach Roger Pundhased

Create A Brand As A Gift

สร้างแบรนด์..แทนของขวัญ

Coach Roger Pundhased

พิมพ์ครั้งที่ 1 กันยายน 2567

จัดพิมพ์โดย สำนักพิมพ์สุขภาพใจ ในเครือ บริษัท บூค ไทม์ จำกัด

ข้อมูลทางบรรณานุกรมของสำนักหอสมุดแห่งชาติ

Coach Roger Pundhased

Create A Brand As A Gift สร้างแบรนด์..แทนของขวัญ.

-กรุงเทพฯ : บூค ไทม์, 2567.

416 หน้า

1. ชื่อตราผลิตภัณฑ์. I. ชื่อเรื่อง.

658.827

ISBN 978-616-14-0605-9

บรรณาธิการบริหาร

วรุตม์ ทองเชื้อ

บรรณาธิการเล่ม

พงศธร ดนัยสวัสดิ์

พิสูจน์อักษร

ณสิกาญจน์ ปทุมทิพย์ธนนท์

ออกแบบปก

Coach Roger Pundhased

จัดเนื้อใน

จุฬาลักษณ์ เตชะรุ่งเรืองวิทย์

ฝ่ายการตลาด

อัคคณัฐ ชูมนุม

ฝ่ายขาย

มนัญชยา ศิริวงษ์

ฝ่ายประสานงานโรงพิมพ์

สุรินทร์ บุระณา

จัดจำหน่ายโดย

บริษัท บூค ไทม์ จำกัด

214 ซ.พระรามที่ 2 ซอย 38 ถนนพระราม 2

แขวงบางมด เขตจอมทอง กทม. 10150

โทรศัพท์: 0 2415 2624 0 2415 6507

คำนำสำนักพิมพ์

ในโลกธุรกิจที่แข่งขันกันอย่างดุเดือดและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว แแบรนด์ที่แข็งแกร่งไม่ใช่เพียงแค่ทางเลือก แต่คือกุญแจสำคัญสู่ความสำเร็จที่ยั่งยืน “Create A Brand As A Gift : สร้างแบรนด์..แทนของขวัญ” ไม่ใช่แค่หนังสือ แต่เป็นเส้นทางนำคุณค้นพบแก่นแท้ของแบรนด์ และสร้างคุณค่าที่จับใจผู้บริโภคอย่างแท้จริง

เพื่อนร่วมทางเล่มนี้พาคุณก้าวไปที่ละขั้น จากจุดเริ่มต้นทำความเข้าใจความสำคัญของ Branding ไปจนถึงประยุกต์ใช้เทคโนโลยี AI เพื่อสร้างแบรนด์ เรียนรู้วิธีออกจาก Comfort Zone เพื่อค้นหา IKIGAI ของธุรกิจ สร้าง WOW Effect ด้วยนวัตกรรม และใช้ Moonshot Thinking เพื่อกำหนดกลยุทธ์แบรนด์ที่ก้าวล้ำ จาก Quantum Marketing สู่ Brand Archetype และการสื่อสารแบรนด์ที่ทรงพลัง จนค้นพบว่าทำไมต้องมีแบรนด์ของคุณอยู่บนโลกใบนี้ และทำให้แบรนด์กลายเป็นของขวัญล้ำค่าในใจผู้บริโภคได้อย่างไร

ผู้ประกอบการ ผู้บริหาร และนักการตลาดจะพบว่าทุกบทเต็มไปด้วยแนวคิดที่นำไปปฏิบัติได้จริง พร้อมตัวอย่างความสำเร็จของแบรนด์ ได้เห็นภาพชัดเจนว่าทฤษฎีเหล่านี้ไม่ได้ลอยอยู่บนอากาศ แต่นำมาสร้างผลลัพธ์ที่จับต้องได้

เตรียมปลดล็อกศักยภาพของแบรนด์คุณ เปิดมุมมองใหม่ ทำทลายความคิดเดิมๆ และลงมือสร้างแบรนด์เปลี่ยนโฉมหน้าธุรกิจไปตลอดกาล ด้วย “Create A Brand As A Gift : สร้างแบรนด์..แทนของขวัญ” – ลงมือเปลี่ยนแบรนด์คุณให้กลายเป็นของขวัญที่ผู้คนต่างปรารถนาและจดจำไปอีกนาน

สำนักพิมพ์สุขภาพใจ
เพื่อชีวิตและจิตใจ



แต่...ตัวตนที่ซ่อนอยู่





สร้างแบรนด์..แทนของขวัญ

คำนำ

เรียน ผู้อ่านทุกท่าน

“I think. Therefore I am”: René Descartes
“ฉันคิด, ฉันจึงเป็น”

การมีตัวตนของเรามีความหมายต่อคนหลายๆ คน ต่อสังคม ต่อโลก ถ้าเลือกได้ จะเลือกให้เราเป็น “ใคร”

ในฐานะผู้สร้างแบรนด์และผู้สอนมาเป็นเวลานาน ผมได้ค้นพบการเปลี่ยนแปลงมากมายในวงการ ทั้งการเติบโตของโซเชียลมีเดีย แพลตฟอร์มใหม่ๆ เครื่องมือทางการตลาดใหม่ๆ รวมถึง Generative Ai อีกทั้งการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค และความท้าทายใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นตลอดเวลา แต่สิ่งหนึ่งที่ไม่เคยเปลี่ยนแปลง คือ **“หัวใจสำคัญของการสร้างแบรนด์ที่ยั่งยืน”** นั่นคือการสร้างความสัมพันธ์ที่แท้จริงกับลูกค้าและการส่งมอบคุณค่าที่แตกต่างอย่างจริงใจ

“Create A Brand As A Gift” เกิดขึ้นจากแนวคิดที่ว่า แบรนด์ที่ยิ่งใหญ่นั้นไม่ได้เป็นเพียงสินค้าหรือบริการ แต่เป็นของขวัญที่มอบให้กับกลุ่มคนที่มีความต้องการ เป็นการแบ่งปันวิสัยทัศน์ ความเชื่อ และคุณค่าที่คุณต้องการเห็นในสังคม หนังสือเล่มนี้จะพาคุณเดินทางผ่านกระบวนการสร้างแบรนด์ตั้งแต่เริ่มค้นหาศักยภาพของตัวเอง ไปจนถึงการสื่อสารเรื่องราวของคุณสู่โลกภายนอก

ผ่านบทเรียนจากประสบการณ์จริง กรณีศึกษาที่น่าสนใจ และเครื่องมือที่ใช้งานได้จริง หนังสือเล่มนี้จะช่วยให้คุณเข้าใจว่าทำไมแบรนด์ที่ประสบความสำเร็จจึงสามารถสร้างความผูกพันทางอารมณ์กับผู้คนได้ และที่สำคัญ คุณจะได้เรียนรู้วิธีการสร้างแบรนด์ของคุณเองให้กลายเป็นของขวัญที่มีคุณค่าสำหรับโลกใบนี้

ไม่ว่าคุณจะเป็นผู้ประกอบการมือใหม่ นักการตลาดที่ต้องการเพิ่มพูนความรู้ หรือเจ้าของธุรกิจที่ต้องการปรับโฉมแบรนด์ ผมหวังว่าหนังสือเล่มนี้จะเป็ฯเข็มทิศนำทางให้คุณในการสร้างแบรนด์ที่ไม่เพียงแต่ประสบความสำเร็จทางธุรกิจ แต่ยังสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อโลกของเราด้วย

ขอให้การอ่านครั้งนี้เป็นจุดเริ่มต้นของการเดินทางที่น่าตื่นเต้นในการสร้างแบรนด์ของคุณ และขอให้แบรนด์ของคุณกลายเป็นของขวัญล้ำค่าสำหรับทุกคนที่ได้สัมผัส

ขอให้สนุกกับการค้นหาตัวตนที่แท้จริง และเป็นประสบการณ์ดีๆ และเป็นของขวัญล้ำค่าของผู้คนผ่านมาพบเจอตลอดไป

Coach Roger Pundhased

อทิต ปัญฺทเศรชฺฐ์

คำนิยม

เท่าที่ผมรู้จักคุณโรเจอร์มาเป็นเวลาร่วม 10 ปี ผมมั่นใจว่า เขา
คือคนหนึ่งที่เก่งมากๆ รู้จริงและรู้ลึกในศาสตร์เกี่ยวกับ Branding
ชนิดหาตัวจับยาก

ไม่ใช่แค่การค้นคว้า ศึกษา หาอ่าน แต่ยังลงมือทำจริง

พร้อมๆ กับการสนุกในการเป็น “ผู้ให้” คุณโรเจอร์จึงเป็นจัดหลักสูตร
เพื่อถ่ายทอดความรู้ในเรื่องนี้ให้กับหลากหลาย SME อนาคตไกลอยู่หลายครั้ง
เชิญผู้คร่ำหวอดที่ประสบความสำเร็จในการสร้าง BRAND จากธุรกิจ
แขนงต่างๆ มาร่วมแบ่งปันประสบการณ์นอกตำราที่มหา’ลัยไม่มีสอน

ทุกคลาสทุกครั้งจึงกลายเป็นคลังปัญญาที่คุณโรเจอร์ได้ทยอยเก็บ
รวบรวมสะสม พิสูจน์ทราบเปรียบเทียบกับทฤษฎีหลายเล่มโต

ผมเป็นคนหนึ่งที่ให้ความสำคัญและเชื่อมั่นในเรื่องการสร้าง BRAND
เป็นอันดับแรกตั้งแต่ Day one ที่สร้างค่ายเพลง genie records เมื่อปี 2541

ใช้เรื่องนี้ขับเคลื่อนอย่างจริงจังตั้งแต่วันที่ค่ายยังว่างเปล่าจนเติบโตและมี
ศิลปินประสบความสำเร็จมากมาย

ตลอดเส้นทาง 20 ปีเศษ มีทั้งเจ็บ ทั้งจุก ล้มลุกคลุกคลาน ทำงานและ
แก้ปัญหาโดยปราศจากตำราชี้นำ

จึงอยากชื่นชมและขอบคุณที่คุณโรเจอร์เขียนหนังสือเล่มนี้ขึ้นมา
อ่านง่ายและข้อมูลประกอบแน่น เป็นทางลัด สะดวกสำหรับคนที่เผลอและใส่ใจ
อยากสร้าง BRAND ของตัวเองให้สำเร็จจนเป็นที่จดจำ

หลังอ่านจบ ผมพบว่า “CREATE A BRAND AS A GIFT” ไม่ใช่แค่
หนังสือธรรมดา แต่มันคือคู่มือที่คุณสามารถพึ่งพาและกลับมาค้นคว้าหา
ทางออกได้ทุกครั้งที่คุณเจอปัญหาหรือมีปัญหาใหม่

ขอให้ทุกท่านสนุกกับการสร้างของขวัญพันล้านนะครับ

นิค วิเชียร ฤกษ์ไพศาล

คำนิยม

เมื่อ 6 ปีที่แล้ว ได้มีโอกาสเข้าร่วมคลาส Branding ครั้งแรก โดยโค้ชโรเจอร์เป็นผู้สอน จำได้ว่าวันแรกที่ถูกถามว่า “แบรนด์คุณขายอะไร และแบรนด์คุณมีอยู่บนโลกนี้เพื่ออะไร”

2 คำถามสั้นๆ ที่ทำให้กลับมาถามตัวเองซ้ำๆ หลังจากนั้นก็ค่อยๆ ค้นพบคำตอบทีละเล็กละน้อย คลาสนั้นเป็นการเรียน Branding ที่แตกต่างจากภาพที่เปิดโลกใบใหม่ของเราโดยสิ้นเชิง เป็นการเรียนโดยใช้หัวใจมอง ทำให้เห็นแก่น (core) ของแบรนด์ตัวเองที่แท้จริง และเรียนรู้ว่าทำอย่างไรจึงจะสามารถสื่อสารออกมาให้ผู้อื่นรับรู้ได้อย่างชัดเจน

ตอนที่ทราบว่าคุณกำลังเขียนหนังสือ เราแอบคิดว่าโค้ชจะต้องซ่อนสูตรเด็ดอะไรไว้ในหนังสือเล่มนี้อีกแน่ๆ หนังสือเล่มนี้เต็มไปด้วยเนื้อหาพร้อมตัวอย่าง ที่โค้ชได้รวบรวมมาให้เราแล้ว เป็นหนังสือสำหรับนักการตลาด ผู้ประกอบการ และผู้ที่สนใจในด้านการสร้างแบรนด์ที่ต้องการแนวคิดใหม่ๆ และมุมมองที่สร้างสรรค์ในการพัฒนาแบรนด์ของตนเองควรมี

เนตรนภา นราศีจรรย์

Founder of Craftsman Roastery

คำนิยม

พร้อมหรือยัง? สำหรับการเดินทางอันแสนพิเศษของ “คุณ” ในฐานะเจ้าของแบรนด์ หรือ ผู้รังสรรค์แบรนด์ ให้มีความสัมพันธ์อันสุดพิเศษ กับ “ลูกค้า” และสามารถสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อ “สังคม” ที่เราอาศัยอยู่

ใช่เลย... “Branding” ช่างทรงพลังขนาดนั้นเลยแหละ!

แบรนด์ขึ้นนาระดับโลกที่ติดตราตรึงใจพวกเรา ล้วนผ่านการคิด ออกแบบ วางแผนเส้นทางจากจุดเริ่มต้น จุดเติบโต จนเติบโตใหญ่ ในความนึกคิด ในหัวใจ และแน่นอนสิ่งที่ตามมา คือ ฐานลูกค้าที่เหนียวแน่น ที่พร้อมจะอุดหนุนแบรนด์นั้นอย่างต่อเนื่อง และ ยั่งยืน

(ตราบใดที่แบรนด์เหล่านั้น ยังคงสื่อสารถึง Mission และ ส่งมอบ Value ที่ได้สร้างพันธสัญญากับลูกค้า แบบ Consistency ลูกค้าจะไม่มีวันปันใจให้กับแบรนด์อื่น)

ความรู้จากหนังสือเล่มนี้ คือ วิธีที่จะแบ่งแยกคุณออกจาก Commodity และเป็นวิธีการเอาชนะสงครามราคา Pricing (ที่หลายคนกลัว)

หนังสือเล่มนี้จะเป็นคัมภีร์ในการสร้างแบรนด์ ที่ทั้ง touching ทั้ง powerful และสุดท้ายสามารถสร้าง money แบบเป็นกอบเป็นกำ และยั่งยืน อีกด้วย

โค้ชโรเจอร์ได้รวบรวม Framework และร้อยเรียงมาให้ผู้อ่าน-ผู้ที่สนใจสร้างแบรนด์ สามารถทำตามและตกผลึกได้อย่างง่ายๆ ด้วย

ฝ่าตัวตน จาก passion สู่อิทธิไ

Moonshot Brand Strategy แนวคิดการสร้างแบรนด์ระดับมั่งสุดวงจันทร์

ทฤษฎีการตลาดยุคใหม่ Quantum Marketingสู่การสร้าง Quantum Branding

Marketing 5.0 จาก 4Ps สู่ 4Ds

ออกแบบ Brand Essence สู่ Brand Equity

12 บุคลิกของแบรนด์ Brand Architype

เพื่อ สื่อสาร Brand Communication

สร้าง Brand Book เพื่อประสานทุกทีมงานเป็นเนื้อเดียวกัน

จบด้วยการใช้งาน ChatGPT กับการใช้งานอย่างได้ผลในการช่วยเราในงานสร้างแบรนด์

พร้อมทั้งแบบฝึกหัดที่ทำให้เราเอาไปทำตามได้อย่างง่ายๆ

ยินดีด้วย ที่ตอนนี้คุณได้มี คู่มือในการสร้างแบรนด์ที่ครบถ้วนที่สุดเล่มนี้ ไว้ในครอบครอง

ขอให้ทุกท่าน Enjoy กับ Journey อันแสนพิเศษ กับการสร้างแบรนด์ ที่คุณแสนจะมีความสุข และภาคภูมิใจ ไปพร้อมกับคู่มือเล่มนี้ นะคะ :)

พิจิตรา เรืองวัฒนไพศาล (ProMai)

ผู้ก่อตั้ง ProMai Business School I

สถาบันสอนนักธุรกิจทำอีคอมเมิร์ซอย่างมืออาชีพ

ตัวแทนจำหน่ายช่องทางออนไลน์อย่างเป็นทางการให้แบรนด์สินค้า

ชั้นนำ อาทิ น้ำมันพืชแบรนด์ “เพลิน”

ข้าวหอมมะลิ แบรนด์ “Qrice”

ขอสปรุงรส แบรนด์ “โคคา”

ทายาท Gen2 ผู้นำพาแบรนด์ “SONAR” เครื่องใช้ไฟฟ้าของคนไทย

เข้าไปโลดแล่นในแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซชั้นนำ อาทิ Lazada Shopee

TikTok

คำนิยม

ผมเชื่อว่า หนังสือเล่มนี้จะช่วยให้ คนทำแบรนด์ทุกคน
ได้...เปลี่ยนจากทางตัน เป็นทางออกของแบรนด์
ได้...พบวิธีสร้างแบรนด์ให้เหมือนของขวัญ ที่ผู้ได้รับจะตื่นเต้น
ดีใจ
ได้...พบว่า การสร้างแบรนด์ คือความสุขเช่นปรัชญา อิศิไก
ได้...รู้ว่า comfort zone ของแบรนด์ ก็คือตัวตนของเจ้าของ
แบรนด์
ได้...ไต่ไลน์ในการสร้าง WOW effect ให้แบรนด์ตัวเอง
ได้ๆ ๆ...ความสำเร็จในการทำให้เราพาแบรนด์ของตัวเอง
ไปสู่ดวงดาว

และที่สุดได้พิชิตใจลูกค้าของเราแบบยาวๆ
แค่ได้เห็นโลโก้หรือส่วนเล็กๆ ของแบรนด์ก็เ็นต้นแล้ว กราบอ่าน
กันเถอะ แล้วคุณจะมีความสุขกับแบรนด์ตัวเองแบบตะโกน

พรพพล ลิ้มปิติรสันต์

Founder / CCO : Monday advertising agency

Founder: Amdaeng Bangkok Riverside hotel

Founder / Designer : Arpo pool villa riverside Bangkok

Founder/ Songwriter Twinกลิ้ง record

คำนิยม

ผมและโคชโรเจอร์ รู้จักกันมาตั้งแต่เพิ่งเริ่มทำงานเป็น art director และเห็นทุกการเติบโตบนเส้นทาง marketing

ถ้าเปรียบแบรนด์เป็นมนุษย์ แบรนด์ Roger ก็คงมี brand journey มาเกือบ 30 ปี เดินทางและเติบโต อย่างสวยงาม

มีเรื่องราว ที่จะมาเล่า สรุปเป็นความคิด เรื่องแบรนด์ให้เข้าใจอย่างง่ายในทุกๆ journey ที่โคชโรเจอร์ได้ผ่านมาซึ่งน่าจะเป็นประโยชน์มาก สำหรับแบรนด์ใหม่ๆ

หมื่น วิบูลย์ ลีภักดีปรีดา

Real estate developer

Owner. Amdaeng riverside hotel Bangkok

Former : founder & chief creative ofcer Monday VML co Ltd

คำนิยม

หนังสือของพีโรเจอร์เล่มนี้จะทำให้คุณได้พบกับสิ่งที่สำคัญที่สุดในการทำให้ธุรกิจโตแบบก้าวกระโดด คำแนะนำของพีโรจะทำให้คุณหยุดใส่ใจกับ WHAT ที่เป็นเรื่องผิวเผินอย่าง ธุรกิจผมทำอะไร และหันไปโฟกัสกับ “WHY” หรือสาเหตุที่แท้จริงที่ซ่อนลึกอยู่ภายในส่วนลึกของจิตใจว่าคุณทำสิ่งนี้ไปทำไม เมื่อนั้นธุรกิจของคุณจะพุ่งทะยานจนคุณเองก็คาดไม่ถึง

Suphot lee

Founder,

(MTM® BOUTIQUE MUAYTHAI FITNESS)

คำนิยม

อ่านหนังสือเล่มนี้แล้วเหมือนกลับไปเข้าคลาสแบรนด์ดิ้งอีกครั้ง
นี่ เรียกว่าเป็นคู่มือของการสร้างแบรนด์ที่ทุกคนควรมีติด
บ้านไว้ ทุกครั้งที่ได้มาเปิดอ่านจะได้รับพลังใจ ความฮึกเหิม แรง
บันดาลใจ กำลังใจ และไอเดียใหม่ในการทำงาน

ในหนังสือครบทุกมิติของการสร้างแบรนด์ ซึ่งเรื่องการสร้างแบรนด์นี้คง
ไม่มีใครถ่ายทอดได้ดีเท่าโค้ชโรเจอร์ผู้อยู่เบื้องหลังและเป็นผู้ปลุกปั้นแบรนด์
SME ไทยที่ประสบความสำเร็จกว่าร้อยแบรนด์ ต้องขอบคุณโค้ชโรเจอร์ที่ได้ให้
โอกาสเข้าไปเรียนคลาสแบรนด์ดิ้งในวันนั้นเมื่อเกือบสิบปีที่แล้ว ทำให้เห็นภาพ
แบรนด์ได้ชัดเจน ต่อยอดจนทำให้มีวันนี้ที่มีโอกาสได้ส่งมอบความตั้งใจ สินค้า
และบริการที่ดีให้กับลูกค้าค่ะ

จิรณินทร์ เอื้ออารีมิตร

ตำแหน่งกรรมการ บริษัท แมทเซ็นเตอร์ จำกัด

คำนิยม

ทำไม Brand เล็กถึงชอบยิง Ads ขณะที่ Brand ใหญ่เน้นการสร้าง Brand

ในฐานะที่ทำงานด้าน Coaching และ Mentoring ให้กับ Smes หลายๆ ธุรกิจมาเป็นระยะเวลาหนึ่ง ก็พบบ้าง Pattern ที่น่าสนใจว่า ถ้าเป็นธุรกิจที่เพิ่งเริ่มทำใหม่ๆ จะสนใจด้านยอดขาย การเรียนยิง Ads ให้เก่งๆ โดยที่พิกเรื่อง Branding ไว้ข้างหลัง ซึ่งก็ไม่ได้อะไร เพราะธุรกิจใหม่ ต้นทุนเงินรอนของธุรกิจยังไม่เยอะ ลงทุน 10,000 ต้องได้กลับมาก่อน 100,000 ให้มีกินมีจ่ายเงินเดือนลูกน้องในระยะสั้น ไม่ได้ต่างอะไรกับ Maslow hierarchy of needs ที่ต้องเอาความอยู่รอดระยะสั้นเอาไว้ก่อน

แต่กับดักที่น่าสนใจคือ ถ้าหากธุรกิจยังมองแค่ภาพระยะสั้น ไม่สร้างเสน่ห์ ไม่สร้าง Brand loved ให้กับกลุ่มลูกค้า เราจะหนีไม่พ้นการเข้าไปสู่สงครามราคา และต้องหาสินค้าใหม่ๆ นำตื้นตันมาเสนอลูกค้าอยู่เสมอ

ผิดไหม! ไม่ผิด แต่เหนื่อยมาก และรวยยาก จะเอาใหม่ล่ะ!

ก็ว่าการสร้าง Branding ให้กับธุรกิจเป็นสิ่งสำคัญ การที่มีคนเดินมา 10 คน แต่เราสวดยเหลมน่าสนใจ นำเข้าไปคุยด้วย ทำให้เราทำงานอย่างไม่เหนื่อย ลูกค้าเลือกเรา Suppliers เลือกเรา ห้างเลือกเรา พนักงานอยากทำงานกับเรา ไม่ต้องไปเป่าประกาศให้เหนื่อยยาก มีแต่คนเดินเข้ามาหา มีแต่คนอยาก Collab มีแต่คนเก่งๆ อยากทำงานด้วย มีแต่ผู้ใหญ่เรียกเข้าไปคุย “เออ ก็ว่าเราพอจะมีอะไรมาทำร่วมกันไหม” ดีจะตาย มีแต่คนเข้ามาหา

เอ... แล้วทำแต่ Brand แล้วไม่ยิง Ads ยอดจะมาใหม่พีในระยะสั้น

ก็ว่าทุกอย่างคือการ Juggling around / balancing short term และ

long term sales ยิ่ง ads ทำ โพรโมชัน สร้างยอดได้ แต่ก็ต้องไม่ลืมการสร้าง Branding ให้เราเป็นหนึ่งในใจลูกค้าด้วย

ฟังดูไม่ง่ายเลย แต่ดีใจด้วยนะคะ เพราะคำตอบอยู่ในหนังสือเล่มนี้แล้ว ถ้าถามก็พบว่า แล้วทำไมต้องเป็นเล่มนี้ละ

ตอบง่ายๆ เพราะมีคนไม่กี่คนในโลกที่กิ๊ฟเรียกได้ว่าเป็น “ครูของกิ๊ฟ” ได้อย่างเต็มปาก

20 ปีที่แล้ว จาก BBA CU เข้าทำงานที่ Unilever ได้ทุนไปเรียนด้าน Entrepreneurship กลับมากำลังงงๆ ซ้ำๆ อยากตั้งบริษัทของตัวเอง ก็มีพี่ Roger นี่แหละที่มาเป็น Coach สอนทั้งพื้นฐานโลก digital ซึ่งก็ยังเอามาใช้อยู่ในทุกวันนี้ เรียกได้ว่า Platform อะไรมา พื้นฐานแน่น เข้ามาเหอะ ขึ้น Run ได้ทั้งวงการ มากไปกว่านั้น พี่ Roger ไม่ได้สอนแค่ให้เข้าใจ Platform แต่เน้นย้ำความสำคัญของการสร้าง Brand ตั้งแต่เริ่มต้น เพราะถ้าพื้นฐานและจักรวาลของ Brand ดี เราจะไปต่อได้ง่ายและที่สำคัญ “ยืนระยะ” อยู่ยาวๆ ได้อย่างมั่นใจและมั่นคง พี่ Roger พูดเสมอว่า อย่าทำ Brand แบบพลุ มาเร็วไปเร็ว แต่ต้องยืนระยะให้ได้นานๆ เป็นที่รักของลูกค้า พนักงาน และเป็นความภูมิใจของเรา

กิ๊ฟดีใจมากๆ ที่เพื่อนๆ ได้เจอหนังสือเล่มนี้ และกำลังจะได้อ่านความลับแห่งกุญแจความสำเร็จ ที่หลายๆ Brand ได้ใช้มาก่อนล่วงหน้าและสำเร็จไปแล้ว พวกเราขอชื่นชมความสำเร็จอยู่นะคะ มา Create A Brand As A Gift กันดีกว่า สนุก ได้ผลลัพธ์ของแท้และแน่นอน :)

ด้วยรักและชอบทำงาน

แคทลียา ท้วมประถม

CEO / Founder The Idea Essential Co.,Ltd

คำนิยม

“Brand” ไม่ใช่แค่ “Logo” แบนด์ที่ดีเปรียบเสมือนของขวัญ “Gift” ที่ลูกค้ายึดติดและมีความสุขเมื่อได้รับ การสร้าง แบนด์ที่โดดเด่นไม่ใช่แค่เรื่องของคุณภาพหรือราคา แต่เป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่พิเศษทางใจกับลูกค้า เหมือนเวลาคุณมอบของขวัญให้คนรักในโอกาสพิเศษเป็นกล่องสี่เหลี่ยมที่ดูเรียบหรูถูกห่อด้วยริบบิ้นสีน้ำตาลอย่างดี ในขณะที่คนรักของคุณแกะกล่องออกมา ไม่ว่าของในกล่องนั้นจะเป็นอะไรก็ตาม... และในวินาทีที่คนรักของคุณเผยรอยยิ้มบาน แววตาดูตื่นเต้นถึงขีดสุด อาจจะมีเสียงกรีดร้องด้วยความดีใจนิดหน่อย เมื่อเพียงได้เห็นสัญลักษณ์โลหะรูปตัวอักษร “H” บนวัตถุอะไรบางอย่างในกล่องใบนั้น นั่นแหละครับอานุภาพของคำว่า “Brand”

ย้อนไปเมื่อประมาณ 10 กว่าปีที่แล้ว ในวันที่ผมมีโอกาสได้รู้จักกับทฤษฎีของการสร้างแบรนด์เป็นครั้งแรกในชีวิต ในช่วงเวลานั้น ผมยังเป็นมือใหม่ที่มีความสนใจด้านการตลาด การสร้างแบรนด์ แต่ยังขาดความรู้และประสบการณ์ โชคดีที่ผมได้ไปเรียนหลักสูตร SocialMedia4SME และได้มีโอกาสฟังแนวคิดเรื่องแบรนด์จาก “ไคซุโรเจอร์” เป็นครั้งแรก และตกใจกับแนวคิดรูปภูเขาน้ำแข็งที่ลอยอยู่ใน น้ำ (Brand Iceberg) รวมถึงโครงสร้าง Brand Essence ที่เป็นโครงสร้างเหมือนรูปบ้านที่มีรายละเอียดเป็นชั้นเป็นตอนๆ ที่ไคเจอร์เล่าให้ฟัง

หลังจากวันนั้น มิติและมุมมองเรื่องการสร้าง Brand ของผมก็ไม่เหมือนเดิมอีกต่อไป และทำให้ผมได้ค้นพบว่าการสร้างแบรนด์ไม่ได้เป็นเพียงแค่การ

ออกแบบโลโก้หรือการทำการตลาด แต่เป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ลึกซึ้งและเป็นการสร้างพื้นที่ภายในใจที่ยั่งยืนกับลูกค้า

ฟิโรเจอร์สอนให้ผมเห็นว่า การสร้างแบรนด์ที่ดีนั้นต้องใส่ใจในทุกๆ รายละเอียด ตั้งแต่การกำหนดอัตลักษณ์ของแบรนด์ การเข้าใจลูกค้า ไปจนถึงการสื่อสารที่ชัดเจนและตรงใจ ผ่านมาจนถึงวันนี้ ผมได้พัฒนาตัวเองจนกลายเป็นวิทยากรและที่ปรึกษา ผู้เชี่ยวชาญในด้านการตลาด การสร้างแบรนด์ รวมถึงด้าน Gen AI ต้องยอมรับว่า หลายๆ แนวคิดและเทคนิคที่ผมใช้อยู่ในปัจจุบัน หลายๆ อย่าง ล้วนต่อยอดมาจากการเรียนรู้และการได้รับคำแนะนำจากฟิโรเจอร์ในวันนั้น

สิ่งที่ผมประทับใจมากที่สุดในหนังสือ “Create A Brand As A Gift” เล่มนี้ ก็คือการนำเสนอแนวคิดที่เป็นเอกลักษณ์และน่าสนใจ เช่น การเปรียบเทียบการสร้างแบรนด์กับการมอบของขวัญ ซึ่งเป็นการแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการสร้างความสัมพันธ์ที่มีความหมายกับลูกค้า นอกจากนี้ ฟิโรเจอร์ ยังนำเสนอแนวคิดเชิงปฏิบัติที่สามารถนำไปใช้ได้จริง เช่น การเชื่อมโยงแนวคิดเรื่อง Moonshot Thinking, Ikigai, Quantum Marketing, Neuro Marketing และที่สำคัญ Brand Archetypes ซึ่งเป็นเทคนิคที่ลึกซึ้ง และช่วยให้การสร้างแบรนด์นั้นมีประสิทธิภาพมากขึ้น

สุดท้ายนี้ ผมขอแนะนำหนังสือ “Create A Brand As A Gift” ให้กับทุกท่านที่มีความสนใจในการสร้างแบรนด์ ไม่ว่าคุณจะเป็นมือใหม่ที่กำลังเริ่มต้น หรือเป็นผู้ที่มีประสบการณ์แล้ว หนังสือเล่มนี้จะเป็นคู่มือที่ดีเยี่ยมในการทำงานร่วมกับ AI เพื่อนำพาคุณไปสู่ความสำเร็จในโลกของการสร้างแบรนด์ โดยเคล็ดลับคือแค่คุณเข้าใจว่าในแต่ละขั้นตอนมันคืออะไร แล้วใช้ AI

เป็นตัวช่วยวิเคราะห์ สุดท้ายผมเชื่อว่าท่านจะได้กลยุทธ์ด้านแบรนด์ที่แข็งแกร่ง
และโดดเด่น เพื่อครองใจลูกค้าในยุคดิจิทัลได้อย่างยั่งยืน

ขอบคุณพี่โรเจอร์ สำหรับความทุ่มเทในการถ่ายทอดความรู้และแบ่งปัน
ประสบการณ์อันล้ำค่า และขอให้ผู้อ่านทุกท่านสนุกกับการอ่านหนังสือเล่มนี้
ผจญภัยในดินแดนมหัศจรรย์ของการสร้างแบรนด์ที่มีพลังและความหมาย จน
เป็นที่ประทับใจและจดจำของลูกค้าได้อย่างแท้จริงกันนะครับ

อัน - ปฤณ จำริญพานิช

วิทยากรและที่ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญด้าน Gen AI & Marketing

CEO & Founder – AEIOU Solution Co.,Ltd.

คำนิยม

Create A Brand As A Gift เป็นหนังสือที่สะท้อนถึงความสำคัญของการสร้างแบรนด์ที่ไม่ได้หยุดอยู่เพียงแค่คุณภาพของผลิตภัณฑ์หรือบริการ แต่ยังเน้นไปที่การสร้างความสัมพันธ์และความประทับใจที่ยั่งยืนกับลูกค้า ผู้เขียนได้ถ่ายทอดประสบการณ์และความรู้จากการทำงานในแวดวงการตลาดและการสร้างแบรนด์อย่างลึกซึ้ง ผ่านกรณีศึกษาที่หลากหลายและประสบความสำเร็จ

บทนำของหนังสือพาเราสัมผัสกับความรู้สึกที่อบอุ่นและตื่นเต้นที่เกิดขึ้นเมื่อเราได้รับของขวัญพิเศษ ซึ่งนี่คือหัวใจหลักของการสร้างแบรนด์ในมุมมองของผู้เขียน การทำให้แบรนด์เป็นเหมือนของขวัญล้ำค่าในใจลูกค้าไม่ใช่เรื่องง่าย แต่เป็นสิ่งที่สามารถทำได้โดยผ่านการวางแผนอย่างละเอียดและการดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพ

หนังสือเล่มนี้เหมาะสำหรับผู้ประกอบการ SMEs และนักการตลาดที่ต้องการสร้างแบรนด์ให้โดดเด่นและครองใจลูกค้าในระยะยาว ผู้เขียนได้อธิบายแนวทางและกลยุทธ์ในการสร้างแบรนด์ที่ไม่เพียงแต่เป็นที่จดจำ แต่ยังสร้างความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นกับลูกค้า โดยการนำเสนอเนื้อหาที่ทั้งเป็นวิทยาศาสตร์และศิลปะ การเข้าใจสมองและจิตใจของลูกค้า การวางกลยุทธ์ที่สร้างสรรค์ และการสื่อสารที่ชัดเจนและน่าประทับใจ

ความสำเร็จของแบรนด์ต่างๆ ที่ผู้เขียนได้กล่าวถึง เช่น Maguro, Her Hyness, ดำ 20, Craftsman, SHU, O&B, Hamburger Studio, Durian Corp., และ My WaWa เป็นต้น เป็นเครื่องพิสูจน์ว่ากลยุทธ์และแนวคิดที่นำเสนอใน

หนังสือเล่มนี้ได้ผลจริง และสามารถนำไปปรับใช้ได้กับธุรกิจทุกระดับ

หากคุณกำลังมองหาหนังสือที่ไม่เพียงแต่ให้ความรู้แต่ยังเป็นแรงบันดาลใจในการสร้างแบรนด์ที่แข็งแกร่งและยั่งยืน “Create A Brand As A Gift” คือหนังสือที่คุณไม่ควรพลาด

ปิญญู ปะตาหายัง

กรรมการผู้จัดการ บริษัท อินดีไซน์ แอนด์ คอนซัลแทนท์ จำกัด

คำนิยม

ในฐานะผู้ประกอบการด้านนวัตกรรม ที่มีประสบการณ์ในการสร้าง บริหารและลงทุนในธุรกิจที่หลากหลาย ผมมีโอกาสดูแลเรียนรู้จากผู้ทรงคุณวุฒิ วิทยากร และผู้บริหารทั้งในระดับประเทศและระดับโลกมากมาย

แต่สำหรับผมโค้ชโรเจอร์ คือ ผู้หนึ่งที่ผมถือว่าเป็นทั้งโค้ช และพี่ชาย ที่โดดเด่นด้วยความรู้ ประสบการณ์จากการลงมือทำ มีหัวใจแห่งการแบ่งปัน และเป็นผู้ที่อยู่เบื้องหลังผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ที่ประสบความสำเร็จอย่างมาก ในหลายอุตสาหกรรมจริงๆ และแน่นอนว่าผมก็เป็นหนึ่งในลูกศิษย์ของโค้ชโรเจอร์ ที่ได้รับความรู้ และความปรารถนาดี ในยุคเริ่มต้นของการสร้างธุรกิจ DURIAN CORP. และถือว่าพี่โรเจอร์ เป็นส่วนหนึ่งในการเติมเต็มความรู้จนเราเติบโตก้าวหน้ามาจนทุกวันนี้

เมื่อพี่โรเจอร์เขียนหนังสือ “Create A Brand As A Gift” ขึ้นมา ผมถือว่าเป็นหนังสือที่ต้องอ่านสำหรับผู้จริงจังในการสร้างแบรนด์ที่ไม่เพียงโดดเด่นในตลาด แต่ยังสร้างความประทับใจอย่างลึกซึ้งแก่ลูกค้า การมองแบรนด์เป็นของขวัญจากหัวใจของโค้ชโรเจอร์ จะทำให้เราได้กลับมาทบทวนบทบาทความสัมพันธ์แบรนด์เรา การมองแบรนด์และธุรกิจในมุมใหม่ การสร้างแบรนด์อย่างมีกลยุทธ์ ความรู้เกี่ยวกับจิตวิทยาของลูกค้า การเล่าเรื่องแบรนด์ให้น่าดึงดูดผ่านกรณีศึกษามากมาย การเรียนรู้เครื่องมือและกระบวนการทำงานที่เป็นประโยชน์ ตลอดจนการส่งมอบคุณค่าอย่างต่อเนื่อง เหล่านี้เป็นสิ่งที่มีค่าอย่างยิ่ง

หนังสือเล่มนี้ไม่เพียงแค่สอนการสร้างแบรนด์ แต่ยังเกี่ยวกับการสร้าง

ความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนและการทำให้เกิดผลกระทบที่ยิ่งใหญ่ ผมขอแนะนำหนังสือเล่มนี้ให้กับผู้ประกอบการ นักการตลาด และทุกคนที่ต้องการยกระดับแบรนด์ของตนไปสู่ระดับที่สูงขึ้น และหากเราจะหาของขวัญดีๆ ให้ใครสักคนหนึ่ง ที่สนใจในการพัฒนาแบรนด์ และชีวิต หนังสือเล่มนี้ คือ “ของขวัญที่ผมแนะนำ” และอยากให้คุณส่งมอบต่อไปให้คนที่คุณปรารถนาดี และมันอาจมีคุณค่าและส่งแรงกระเพื่อมดีๆ ต่อไป เกินกว่าที่ใครจะคาดคิด ดังที่ครั้งหนึ่งผมเคยได้รับมา จากผู้ชายที่ชื่อว่า “โค้ชโรเจอร์” เช่นกัน

*-The best gift you can give yourself
is the gift of possibility-*

(Paul Newman)

ด้วยความปรารถนาดี

บอม โอฟาร์ วีระนนท์

ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและผู้ร่วมก่อตั้ง

บจ.ดูเรียน คอร์ปอเรชั่น (DURIAN)

บจ.ยักษ์เขียว (YAK GREEN)

คำนิยม

ในโลกของการสร้างแบรนด์และการตลาดที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา มีเพียงไม่กี่คนที่สามารถสร้างชื่อเสียงที่ไม่อาจลบเลือนได้เท่ากับไคซ์โรเจอร์ ด้วยประสบการณ์กว่าสองทศวรรษในอุตสาหกรรมนี้ ข้อมูลเชิงลึกและความเชี่ยวชาญของเขาไม่เพียงแต่หล่อหลอมแบรนด์ที่ประสบความสำเร็จเท่านั้น แต่ยังช่วยชี้แนะ SMEs และสตาร์ทอัพนับไม่ถ้วนให้บรรลุศักยภาพสูงสุดของตนอีกด้วย

หนังสือเล่มล่าสุดของไคซ์ “Create Brand” ถือเป็นเครื่องพิสูจน์ถึงความรู้อันลึกซึ้งและความมุ่งมั่นอย่างแน่วแน่ของเขาต่องานฝีมือชิ้นนี้

ความเข้าใจอย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับการสร้างแบรนด์ของไคซ์โรเจอร์สามารถเห็นได้ชัดเจนตลอดทั้งเล่ม เขาพูดอย่างชัดเจนถึงแก่นแท้ของสิ่งที่ทำให้แบรนด์ไม่เพียงแต่เป็นที่รู้จักเท่านั้น แต่ยังน่าจดจำอีกด้วย แนวทางการสร้างแบรนด์ของเขามีทั้งนวัตกรรมและเชิงปฏิบัติ โดยให้คำแนะนำที่ครอบคลุมแก่ผู้อ่านซึ่งเต็มไปด้วยคำแนะนำที่นำไปใช้ได้จริงและตัวอย่างจากโลกแห่งความเป็นจริง หนังสือเล่มนี้ไม่ใช่แค่คู่มือเท่านั้น ถือเป็นมาสเตอร์คลาสในการสร้างและรักษาแบรนด์ที่โดนใจผู้บริโภคยุคใหม่

ลักษณะที่น่าสนใจที่สุดประการหนึ่งของงานเขียนของไคซ์โรเจอร์คือความสามารถของเขาในการทำความเข้าใจแนวคิดที่ซับซ้อน เขาแบ่งองค์ประกอบของการสร้างแบรนด์ที่มีประสิทธิภาพออกเป็นขั้นตอนที่สามารถจัดการได้และนำไปปฏิบัติได้ ทำให้ทั้งนักการตลาดผู้ช่ำชองและผู้มาใหม่ในสาขานี้สามารถเข้าถึงหนังสือเล่มนี้ได้ ความชัดเจนทางความคิดและความ

แม่นยำในการสื่อสารของเขาทำให้ผู้อ่านไม่เพียงแต่ได้รับข้อมูลเท่านั้น แต่ยัง
เป็นแรงบันดาลใจในการยกระดับความพยายามในการสร้างแบรนด์ของตนไป
อีกระดับ

ความเชี่ยวชาญด้านการตลาดของ Coach Roger ก็น่าประทับใจไม่แพ้กัน
กลยุทธ์ของเขาในการสำรวจภูมิทัศน์การตลาดร่วมสมัยนั้นมีข้อมูลเชิงลึกและ
มีความคิดก้าวหน้า เขาเน้นย้ำถึงความสำคัญของการก้าวหน้านำเทรนด์ใน
ขณะที่ยังคงยึดมั่นในค่านิยมหลักของแบรนด์ คำแนะนำของเขาเกี่ยวกับการ
ใช้ประโยชน์จากแพลตฟอร์มดิจิทัล โซเชียลมีเดีย และเทคโนโลยีเกิดใหม่นั้น
มีคุณค่าอย่างยิ่งในสภาพแวดล้อมของตลาดที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วใน
ปัจจุบัน

คุณลักษณะที่โดดเด่นของหนังสือ Create Brand คือการที่ได้ใช้โรเจอร์ให้
ความสำคัญกับความท้าทายที่ไม่เหมือนใครซึ่ง SMEs และสตาร์ทอัพต้อง
เผชิญ เขาเข้าใจว่าธุรกิจเหล่านี้มักจะดำเนินการโดยใช้ทรัพยากรที่จำกัด และ
จัดเตรียมกลยุทธ์ที่ปรับแต่งให้เหมาะสมซึ่งมีทั้งความคุ้มค่าและสร้างผล
กระทบ คำแนะนำของเขาเกี่ยวกับความพยายามในการรีแบรนด์เป็นสิ่งที่
น่าสังเกตเป็นพิเศษ ในขณะที่เขาแบ่งปันวิธีการที่ได้รับการพิสูจน์แล้วของเขา
ในการฟื้นฟูแบรนด์เพื่อให้ความเกี่ยวข้องและน่าดึงดูดมากขึ้นในบริบท
สมัยใหม่

ยิ่งไปกว่านั้น ความหลงใหลในงานของโค้ชโรเจอร์ยังส่องประกายใน
ทุกบทอีกด้วย การอุทิศตนของเขาในการช่วยให้ธุรกิจประสบความสำเร็จเป็น
ที่ประจักษ์ชัด และความกระตือรือร้นของเขาก็แพร่ขยายออกไป เขาเขียนไม่ใช่
แค่ในฐานะโค้ช แต่ยังเป็นทีปรึกษาที่ใส่ใจกับความสำเร็จของผู้อ่านอย่างแท้จริง
ความรู้สึกที่เป็นส่วนตัวนี้ทำให้นี้หนังสือเล่มนี้อ่านได้อย่างมีส่วนร่วมและ
สนุกสนาน รวบรวมได้รับคำแนะนำจากเพื่อนที่เชื่อถือได้

โดยสรุป ศิลปะแห่งการสร้างแบรนด์และการตลาดสมัยใหม่ Create

Brand โดย Coach Roger เป็นสิ่งที่ต้องอ่านสำหรับทุกคนที่เกี่ยวข้องกับโลกแห่งการสร้างแบรนด์และการตลาด เป็นคู่มือที่ครอบคลุม เจาะลึก และใช้งานได้จริงซึ่งนำเสนอบทเรียนอันทรงคุณค่าสำหรับธุรกิจทุกขนาด ประสบการณ์ที่กว้างขวางและความเข้าใจอย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับอุตสาหกรรมของ Coach Roger ทำให้หนังสือเล่มนี้เป็นแหล่งข้อมูลที่ขาดไม่ได้ ในฐานะบุคคลที่มีส่วนสำคัญในสาขานี้ตลอด 20 ปีที่ผ่านมา ภูมิปัญญาและคำแนะนำของเขาถือเป็นทรัพย์สินอันล้ำค่าสำหรับทุกคนที่ต้องการเชี่ยวชาญศิลปะแห่งการสร้างแบรนด์และการตลาดสมัยใหม่

กรณ์ เจริญกุล

กรรมการบริหาร MyWAWA, WAWA-X

คำนิยม

Branding ภาพลวงตาที่คนคิดว่าเป็นเรื่องง่าย แต่เมื่อคุณได้มาเรียนรู้แบบเรียนจริงๆ จะพบถึงความซับซ้อนและความเข้าใจยาก จนเกิดอาการ “หงุดหงิด” ไอ้อาการที่มันดูเหมือนง่ายนี่แหละแต่พอทำจริงแล้วคิดกันแทบไม่ได้ พยายามค้นเท่าไรก็ยังไม่หายาก

หลายต่อหลายครั้งใครๆ ก็พูดเรื่อง branding กำลังจะทำ branding คนที่พูดมีอยู่ 3 แบบ คือเข้าใจแบรนด์ตั้งแต่ไม่ลึก หรือ ไม่เข้าใจและคิดว่ามีแค่สี โลโก้ ชื่อ แพคเกจ สโลแกน และแบบที่ 3 คือ เข้าใจมากจริงๆ

ตอนที่ได้มีโอกาสเจอกับโค้ชโรเจอร์ เลยได้รู้ว่า

“ไม่ง่ายในการทำแบรนด์ แต่ก็ไม่ยาก”

ธุรกิจของเราจำต้องมี “เข็มทิศ” ติดมาด้วยในการเดินทางที่ยาวไกลนี้ แต่หากเรามีเข็มทิศมาด้วย ซึ่งนั่นหมายถึง “การสร้างแบรนด์” ส่วนประกอบอื่นๆ ในธุรกิจเราจะไม่หลงทาง เช่น การตลาด การขาย การหาพาร์ทเนอร์ และอื่นๆ จะไปในทิศทางเดียวกัน หรือเรียกได้ว่า เราจะเดินแบบมีเป้าหมาย มีรูปร่างชัดเจนและคนอื่นๆ แม้กระทั่งลูกค้าก็จะเชื่อมั่นเราเช่นกัน

ในฐานะนักเรียนคนหนึ่งและเป็นผู้ประกอบการ วันที่ได้นั่งเรียนกับโค้ชก็ได้ค้นพบว่า โค้ชโรเจอร์ ได้ “เบิกเนตร” เหมือนค้อนมาฟาดกลางหัว ทำให้ตาสว่าง และได้รู้ว่าการทำแบรนด์ดีประกอบด้วยศาสตร์และศิลป์ ต้องมีกระบวนการคิดที่ชัดเจน 1 ถึง 10 และแค่กระบวนการไม่พอต้องมีศิลปะ มีความครีเอทีฟในการคิดใส่เข้ามา

โค้ช สามารถให้คำปรึกษาทางธุรกิจขนาดเล็กจนถึงธุรกิจระดับใหญ่ระดับประเทศ ผู้ประกอบการบางคนถึงขนาดต้องรื้อแบรนด์เพราะเชื่อมั่นและ

ศรัทธา ในองค์ความรู้และการสอนแบบลงรายละเอียดเพียงวันถึงเพียงคืนของ โค้ชโรเจอร์

หากใครกำลังทำธุรกิจแน่นอนว่าต้องมี “คู่แข่ง” สินค้าหรือบริการที่อยู่ในตลาดจะมีจำนวนมากหรือน้อยเพียงใด แต่สินค้าหรือบริการที่เรา กำลังคิด จะขายหรือขายอยู่ ย่อมมีโอกาสซัดกับใครสักคน และสิ่งเดียวที่จะสร้างความ แตกต่างระหว่างคุณกับคนอื่นได้ ก็คือ การสร้างแบรนด์

หนังสือเล่มนี้ให้คุณค่าที่ดีที่สุด คือการที่เราได้ซื้อประสบการณ์ 20 กว่า ปี ของคนที่ขึ้นชื่อว่า เจ้าพ่อในเรื่องการทำ Branding ซึ่งถูกรวบอยู่ในหนังสือ เล่มนี้แล้ว

หนังสือเล่มนี้คือการย่นระยะเวลา 4 ปี ในการเรียนมหาวิทยาลัยเพื่อได้ ปริญญาบัตรหนึ่งใบ แต่คุณสามารถ เรียนจบปริญญาในเรื่องแบรนด์ดังได้ เพียงในหนึ่งอาทิตย์หรือสองอาทิตย์ทันทีที่คุณอ่านจบ คุณจะเป็นคนแบบที่ 3 คือเข้าใจเรื่องแบรนด์ดังมากๆ จริงๆ

ถ้าคุณกำลังถือหนังสือเล่มนี้อยู่ยืนด้วยยินดีด้วยนะคะคุณเรียนจบ ปริญญาแล้ว ไปสู้กันต่อเมื่ออ่านจบคะ

ดร. ณัฐวรินทร์ บวรภักคุตติศิริ

รองประธานคณะกรรมการสื่อสารองค์กร สมาพันธ์เอสเอ็มอีไทย

คำนิยม

ในฐานะลูกศิษย์ ที่เคยเรียน Branding กับโค้ช Roger หนังสือเล่มนี้ เนื้อหาเข้มข้นมาก อ่านสนุกไม่น้อยไปกว่าการไปนั่งเรียนที่คลาสเลย มีหน้าซ้ำยังอาจจะเข้มข้นกว่า ในบทท้ายๆ มีการแนะนำการใช้ chat gpt ที่เหมาะกับปัจจุบัน

ใครที่อยากสร้างแบรนด์ หรือยังสงสัยว่าการสร้างแบรนด์สำคัญไฉน หนังสือเล่มนี้มีคำตอบให้ค่ะ

ป้อ-กรรณก สว่างรวมโชค

ประธานกรรมการบริหาร บริษัท ชู โกลบอล จำกัด

คำนิยม

สนุก...

เต็มไปด้วยสาระในการสร้างแบรนด์ที่ย่อยได้ง่ายมาก

แนะนำเลยค่ะ!

แอล-กัญญฉัตร เลิศธนไพบุลย์

CEO HerHyness

สารบัญ

บทนำ	เมื่อแบรนด์กลายเป็นของขวัญล้ำค่า...ในใจ...ใครสักคน	37
บทที่ 1	BRANDING สำคัญ...จริงเหรอ?	49
บทที่ 2	COMFORT ZONE เกี่ยวอะไรกับ Branding	65
บทที่ 3	ตามหา IKIGAI สร้างธุรกิจในพื้นที่ให้ยอมรับขึ้นมาทำงาน	81
บทที่ 4	สร้าง WOW EFFECT ป็นกลยุทธ์ด้วย 10 TYPES OF INNOVATION	103
บทที่ 5	Brand Strategy ด้วยวิธีคิดทะลุไปดวงจันทร์แบบ MOONSHOT THINKING PROCESS	147
บทที่ 6	ยุคสมัยของการตลาดต้องรู้ก่อน...ว่ามาถึงจุดนี้ได้ยังไง	163
บทที่ 7	ทฤษฎีการตลาดของโลกยุค AI QUANTUM MARKETING	195
บทที่ 8	สร้างแบรนด์ด้วยกฎแรงดึงดูดกับ Quantum Branding	219

บทที่ 9 BRAND EQUITY มูลค่าของแบรนด์ และการชี้วัด BRAND PERFORMANCE	257
---	-----

บทที่ 10 BRAND ARCHITYPE บุคลิกของแบรนด์ เพื่อง่ายต่อการจดจำ	277
--	-----

บทที่ 11 BRAND COMMUNICATION สื่อสารอย่างไรให้แรง แปลงความคิดเป็นเงิน	325
---	-----

บทที่ 12 BRAND BOOK รวบรวมข้อมูลทั้งหมดไว้ในเล่มเดียวประสานทุกทีมงาน	357
--	-----

บทที่ 13 ประมวลผลทั้งหมดด้วย CHAT GPT	373
--	-----

ส่งท้ายเล่ม	389
--------------------	-----

INDEX	390
--------------	-----

ประวัติผู้เขียน	416
------------------------	-----

IDEAs

EARTH
COMMUNITY

บทนำ

เมื่อแบรนด์กลายเป็น ของขวญล้ำค่า ...ในใจ...ใครสักคน

นิภาพตัวคุณกำลังอีกกระดาษของวญ...

พบกล่องสีส้มฉูดฉาด Logo ตัว “H” เห็นชัดแต่ไกล เปิดฝากล่อง
ออกมาเป็นกระเป๋าหนังใบสวย หัวใจคุณแทบทะลักล้นออกจากอกด้วย
ความตื่นเต้น หรือนึกถึงตอนคุณได้เป็นเจ้าของ iPhone รุ่นล่าสุดก่อน
ใคร ความรู้สึกนั้น ความตื่นเต้น ความเปี่ยมล้นในใจ ผมมั่นใจว่าเรานึก
กันออก อะไรอยู่เบื้องหลังความรู้สึกนั้น มันไม่ใช่เรื่องบังเอิญ ไม่ใช่
ปรากฏการณ์ธรรมชาติ ทั้งหมดเกิดจากการวางแผนอย่างละเอียดและ
การดำเนินการอย่างมีขั้นตอน และนั่นเป็นที่มาของหนังสือเล่มในมือ
คุณตอนนี้

IDEAs

CONNECTION

EARTH
COMMUNITY

“อ้าว! แล้วฉันจะสร้างแบรนด์ให้เป็นแบบนี้ได้อย่างไรล่ะเนี่ย?”

คุณอาจกำลังคิดแบบนี้อยู่ใช่ไหมล่ะ? ก็ใช่ล่ะสิ! ในโลกที่แบรนด์เกิดใหม่วันจะเป็นร้อย จะทำยังไงให้แบรนด์ของเราโดดเด่นและครองใจลูกค้าได้ล่ะ? คำตอบไม่ได้อยู่ที่คุณภาพหรือราคาอย่างเดียวหรอกนะ (แต่ก็สำคัญนะ อย่าลืมเชียว!) แต่อยู่ที่การสร้างความสัมพันธ์สุดพิเศษกับลูกค้าต่างหากล่ะ

คิดดูสิ เวลาเราได้ของขวัญชิ้นพิเศษ เรารู้สึกยังไงกัน? ปลื้มใจสิ! เพราะคนให้เขาดึงใจเลือกของขวัญนั้นมาให้เราโดยเฉพาะ แถมยังห่อกล่องสวยเสียเหมือนเข้าใจเราดีเลย! แบรนด์ก็เหมือนกัน ถ้าเราสร้างแบรนด์ให้เหมือนของขวัญสุดเซอร์ไพรส์ในใจลูกค้า เขาก็จะรู้สึกพิเศษและจดจำเราไปนานแสนนาน (แบบไม่มีวันหมดอายุเลยล่ะ เชื้อสิ!)

หนังสือ “Create A Brand As A Gift: สร้างแบรนด์แทนของขวัญ” นำเสนอมุมมองใหม่ในการสร้างและพัฒนาแบรนด์ในยุคที่สภาพแวดล้อมทางธุรกิจมีความท้าทายและซับซ้อนมากขึ้น ในปัจจุบัน การสร้างแบรนด์ที่ประสบความสำเร็จและยั่งยืนจำเป็นต้องกลับไปสู่แก่นแท้ของความสัมพันธ์ระหว่างแบรนด์และผู้บริโภค โดยมุ่งเน้นที่ความจริงใจและการสร้างคุณค่าที่แท้จริง

IDEAs

BUSINESS

BARND &
STRATEGY

PURPOSE
STORY
TALENT
UNIQUENESS
ATTRIBUTES
CORE

VISION
MISSION
POSITIONING
VALUE
ESSENCE
ARCHETYPE
PERSONA
CUSTOMER JOURNEY
GOALS

IDEAL

EARTH

ในบริบทของสภาวะเศรษฐกิจที่ผันผวน ทั้งจากปัจจัยภายในและภายนอกประเทศ รวมถึงอัตราดอกเบี้ยที่สูงขึ้น ส่งผลโดยตรงต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค การแข่งขันทางการตลาดจึงทวีความเข้มข้นมากขึ้น ในสถานการณ์เช่นนี้ แบรินด์ที่มุ่งเน้นเพียงผลกำไรระยะสั้นโดยไม่คำนึงถึงคุณค่าที่มอบให้แก่ผู้บริโภค ย่อมเสี่ยงต่อการสูญเสียความนิยมและอาจนำไปสู่การล่มสลายในที่สุด

หนังสือเล่มนี้นำเสนอแนวคิดการสร้างแบรนด์ในฐานะ “ของขวัญ” ที่มอบให้แก่ผู้บริโภค เป็นการปรับเปลี่ยนกระบวนทัศน์จากการ “ขาย” เป็นการ “ให้” โดยมุ่งเน้นการสร้างคุณค่าที่แท้จริงและยั่งยืน แนวคิดนี้ไม่เพียงแต่จะช่วยให้แบรนด์สามารถยืนหยัดท่ามกลางความท้าทายทางเศรษฐกิจเท่านั้น แต่ยังเป็นการวางรากฐานสำหรับการเติบโตในระยะยาวอีกด้วย

“Harvard Business Review เหยงงานวิจัยการตลาด ศตวรรษที่ 21 ไม่ว่าธุรกิจใด นับจากนี้จะขายสิ่งเดียวกันให้กับลูกค้าคือ ความสัมพันธ์ (Relationship)”

IDEAs

BUSINESS

VISION
MISSION
POSITIONING
VALUE
ESSENCE
ARCHETYPE
PERSONA
CUSTOMER JOURNEY
GOALS

PURPOSE
STORY
TALENT
UNIQUENESS
ATTRIBUTES
CORE

BRANDING

LOGO SYSTEM
TYPOGRAPHY
MOOD & TONE
GRAPHIC DESIGN
PHOTOGRAPHY
KEY COLORS
LANGAUGE
VOICE

IDEAL

COMMUNITY

EARTH

หนังสือเล่มนี้เหมาะสำหรับ SME ที่อยากสร้างแบรนด์ทุกระดับชั้น แต่ใครว่าการสร้างแบรนด์ให้เป็นของขวัญ? Branding สร้างเพื่อเชื่อมต่อกับมนุษย์ เพื่อมนุษย์ โดยมนุษย์ มันจึงต้องกลับมาที่ความต้องการของมนุษย์ ใช้ทั้งศาสตร์และศิลป์ ต้องเข้าใจสมองและจิตใจลูกค้าลึกๆ (เหมือนอ่านใจเป็น) วางกลยุทธ์สุดสร้างสรรค์ (จนคู่แข่งต้องร้องว้าว!) สื่อสารแบรนด์ชัดเจนและโดนใจ (เหมือนเล่าเรื่องให้แฟนฟัง) บวกกับความจริงใจและความใส่ใจอย่างต่อเนื่อง (เหมือนเพื่อนที่ไม่มีที่กัน) ถ้าทำได้ครบสูตร รับรองว่าแบรนด์ของคุณจะกลายเป็นของขวัญในดวงใจลูกค้าไปอีกนาน ที่สำคัญคือไม่ต้องเสียต้นทุนของของขวัญด้วยนะเนี่ย!

แล้วจะเริ่มต้นยังไงดีล่ะ? หนังสือเล่มนี้ถอดมาจากหลักสูตรที่ผมสอน Branding มาตลอดร่วม 10 ปี มาจาก Case Study จนประสบความสำเร็จและพัฒนา SMEs นับร้อยธุรกิจตั้งแต่หลักสิบล้าน หลักร้อยล้านและแตะพันล้านมาได้จริง ไม่ว่าจะเป็นแบรนด์ร้านอาหารร้านโปรดอย่าง Maguro, Skincare ที่หลายๆ คนสุดปลื้มอย่าง Her Hyness, ร้านล้มตำเงินล้าน : ตำ 20, คาเฟ่เท่ๆ อย่าง Craftsman สายแฟชั่นอย่าง SHU, O&B, Hamburger Studio แม้แต่สาย Start Up อย่าง Durian Corp., ที่เชื่อนักลงทุนกับโพเจกต์โดนๆ หรือแม้แต่ My WaWa เว็บไซต์ขาย B2B Platform ที่เก็บ 1,400 ล้านภายใน 3 ปี และอีกมากธุรกิจที่ทดลองหาวิธีจนพบว่าไม่มีสูตรสำเร็จ แต่พลิกแพลงได้

IDEAs

BUSINESS

BRANDING

MARKETING

IDEAL

HUMAN

COMMUNITY

EARTH

ผมจะพาคุณพจญภัยไปในดินแดนมหัศจรรย์ของการ
สร้างแบรนด์สุดว้าว!

โดยจะพาไปตามหาสิ่งที่คุณถนัดที่สุดและทำด้วย
ความรักอย่างสุดซึ้งด้วย 'ฮัคไก' หัวใจสำคัญในการ
สร้างคุณค่าของแบรนด์ที่มาจาก..คุณ



จากการเป็นความคิด ความรู้สึก จากความไม่มีตัวตน สร้างให้มีตัวตน
ในโลกแห่งความเป็นจริง จาก IDEA มาเป็น IDEAL แล้วเดินทางต่อไปช่วยให้
สิ่งที่เรารัก มีมิติมากยิ่งขึ้น ตอบโจทย์มากยิ่งขึ้นกับ

การเชิกระยะทำไถ่เดียวและ Passion ของคุณให้มัน
แข็งแกร่งขึ้นอย่างมีโครงสร้างให้เป็นนวัตกรรม
สุดล้ำกับแนวคิด 10 ประเภท นวัตกรรม (จาก Larry
Keeley)

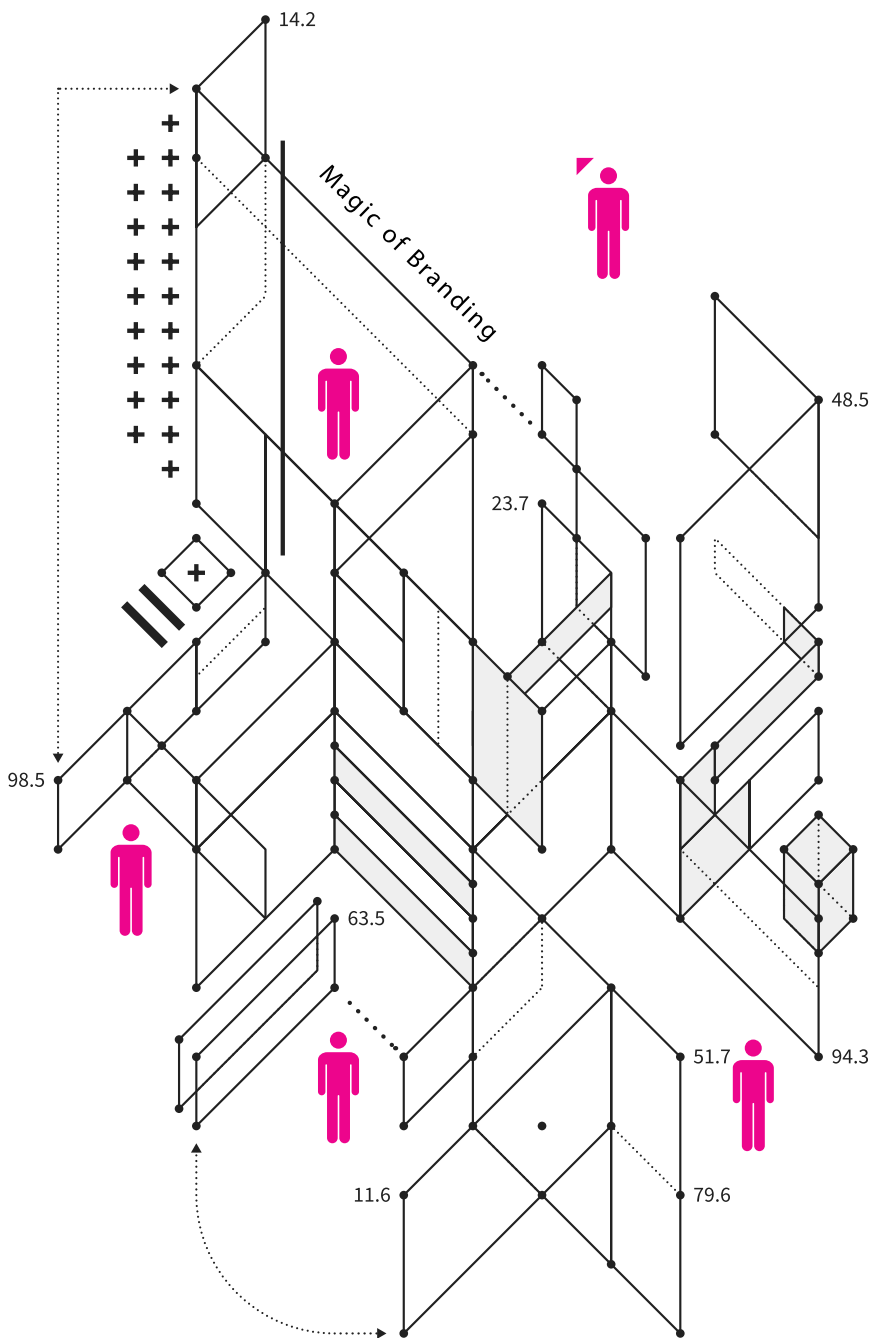
และวางกลยุทธ์ของ Brand แบบ Moonshot Thinking คิดแบบทั้งในและนอกกรอบ จนบางคนบอกคิดมีหลักการแบบไม่มีหลักการ ฟังดูอาจจะยังงงๆ หน่อยแต่บ่อยๆ จะเริ่มเข้าใจเอง

ก่อนจะพุ่งทะยานสู่แนวคิด Quantum Branding ที่ จะปลดล็อกศักยภาพแบรนด์อย่างก้าวกระโดด...เป็น มิติใหม่ของการตลาดยุคนี้ (นึกถึงตัวละคร Ant Man)

ยังไม่หมดนะครับ ยังมีการวางแผนสร้างแบรนด์อย่างเป็นขั้นเป็นตอน ด้วย Brand Pyramid (เหมือนเลโก้แต่สนุกกว่าเยอะ) พร้อมทั้งการค้นหาคลิกที่โดดเด่นให้แบรนด์ด้วย Brand Archetype (จะได้รู้ว่าแบรนด์เราเป็นฮีโร่หรือพอมดกันแน่) แล้วไม่พลาดกับกลเม็ดเด็ดๆ ที่จะล้วงลึกเข้าไปในสมองของลูกค้าหาสาเหตุการเสพติดแบรนด์

**เห็นมั๊ยละ! การสร้างแบรนด์ไม่ใช่แค่การตลาด แต่เป็น
การพจญภัยที่สนุกสุดเหวี่ยงไปเลย!**

พร้อมแล้วใช้มั๊ยที่จะออกเดินทางไปด้วยกัน? อย่างลัวไปเซียว เรามีแผนที่ (สารบัญ) มีไกด์ทัวร์ (ผู้เขียน) มีเสบียง (ไอเดียเจ๋งๆ) พร้อมแล้ว! ขอแค่คุณเปิดใจพร้อมสนุก พร้อมลุย พร้อมเปลี่ยนแปลง รับรองว่าเมื่อจบทริปนี้คุณจะได้พบกับแบรนต์ในฝันที่จะเป็นของขวัญสุดพิเศษในใจลูกค้า และเป็นแบรนต์ที่โลกต้องหันมามอง! มาเริ่มผจญภัยสุดมหัศจรรย์ไปด้วยกันเลย ;)



ประวัติผู้เขียน



อติต ปัญทเศรษฐ์ หรือที่รู้จักกันในนาม “โค้ชโรเจอร์” เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดและการสร้างแบรนด์ที่มีประสบการณ์อันหลากหลาย โค้ชโรเจอร์เริ่มต้นอาชีพในวงการโฆษณาช่วงยุค 90 ในฐานะนักเอเจนซีโฆษณาเมื่อรางวัลก่อนที่จะผันตัวไปเป็นผู้ประกอบการในต่างประเทศเป็นเวลากว่า 10 ปี

หลังจากนั้น โค้ชโรเจอร์ได้กลับมาประเทศไทย ในปี ค.ศ. 2012 และสร้างชื่อเสียงอย่างมากจากการเขียนหนังสือขายดี “Marketing on Facebook” ความสำเร็จของหนังสือเล่มนี้นำไปสู่การร่วมมือกับกระทรวงอุตสาหกรรมและมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ในการพัฒนาหลักสูตรพัฒนาศักยภาพด้าน Social Media สำหรับผู้ประกอบการ นอกจากนี้ยังได้พัฒนาหลักสูตร S-curve Branding ซึ่งมีส่วนสำคัญในติดกระดุมเม็ดแรกให้กับแบรนด์ชั้นนำมากมายที่สำเร็จและสร้างการขายได้จริงแบบถล่มทลาย โดยหลายแบรนด์ประสบความสำเร็จถึงขั้นเข้าตลาดหลักทรัพย์

โค้ชโรเจอร์ได้เขียนหนังสือคุณกำลังถือในมือ “Create A Brand As A Gift” ซึ่งเป็นการต่อยอดความสำเร็จในการสร้างแบรนด์ระดับ SME ของโค้ชโรเจอร์

ปัจจุบันโค้ชโรเจอร์ยังทำหน้าที่เป็นที่ปรึกษาด้านยุทธศาสตร์ให้กับทั้งองค์กรเอกชนและหน่วยงานราชการ



ติดตาม: คุณเบ็ตตี้แรกให้ถูกต้อง ด้วยวิธีสร้างแบรนด์ที่ทรงพลังและมีความหมาย

'Create A Brand as A Gift : สร้างแบรนด์...แทนของขวัญ'

คือคำตอบสำหรับผู้ประกอบการ ผู้บริหาร นักการตลาด และผู้เริ่มต้นธุรกิจ
สอดประสานทั้งทฤษฎีพร้อมแนวทางปฏิบัติจริงที่ถูกพิสูจน์มาแล้ว

จากความสำเร็จของแบรนด์ไทยมากมาย ...

พาคูณเจาะลึกถึงแก่นแท้ของการสร้างแบรนด์ที่มีคุณค่า มุ่งเน้นการสร้างสมดุล
ระหว่างความหลงใหลของเจ้าของแบรนด์ และคุณค่าที่แท้จริงสำหรับผู้บริโภค
เสริมพลังกระบวนการสร้างแบรนด์ที่ถูกต้องร่วมกับการใช้ AI ChatGPT ที่ชาญฉลาด
ช่วยให้กำหนดเป้าหมายที่ชัดเจน และเลือกแนวทางที่เหมาะสมในการพัฒนาแบรนด์

ถึงเวลาแล้วที่จะเปลี่ยนแบรนด์ของคุณให้กลายเป็นของขวัญล้ำค่า
ทั้งสำหรับตัวคุณเองและลูกค้าของคุณ ด้วยวิธีสร้างแบรนด์ที่ไม่เพียงแค่ 'อยู่รอด'
แต่ยังเป็นแบรนด์ที่ 'เติบโต' และ 'สร้างผลกระทบ' อย่างแท้จริง

เท่าที่ผมรู้จักคุณโรเจอร์มาเป็นเวลาร่วม 10 ปี

ผมมั่นใจว่า เขาคือคนหนึ่งที่เก่งมากๆ รู้จริงและรู้สึกในศาสตร์เกี่ยวกับ Branding
ชนิดหาตัวจับยาก ไม่ใช่แค่การค้นคว้า ศึกษา หาอ่าน แต่ยังลงมือทำจริง

นิค วิเชียร ฤกษ์ไพศาล

เนื้อหาเข้มข้นมาก อ่านสนุกไม่น้อยไปกว่าการไปนั่งเรียนที่คลาสเลย
มีหน้าซ้ำยังอาจจะเข้มข้นกว่า ในบทท้ายๆ มีการแนะนำการใช้ ChatGPT ที่เหมาะกับปัจจุบัน
ป๊อ - กรรณก สว่างรวมโชค : ประธานกรรมการบริหาร บริษัท ซู โกลบอล จำกัด

"แบรนด์คุณขายอะไร และแบรนด์คุณมีอยู่ในโลกนี้เพื่ออะไร"

ได้จะต้องซ่อนสูตรเด็ดอะไรไว้ในหนังสือเล่มนี้อีกแบบๆ

เบตตนา ุราธิกรสรย์ : Founder of Craftsman Roastery

สนุก...เติมไปด้วยสาระในการสร้างแบรนด์ที่ย่อยได้ง่ายมาก แนะนำเลยค่า

แอล-กัญญฉัตรณ์ เลิศธนไพบุลย์ : CEO HerHyness

LA0060 บริหารและการจัดการ



สุภาพใจ

f SukkhapabjaiPUB



ทดลองอ่าน



www.booktime.co.th



@booktime