

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
สถานการณ์ปัจจุบันที่เป็นปัญหาและโอกาส.....	1
กลยุทธ์การตลาดเพื่อการกุศล (Cause Marketing) ทางออกของการแข่งขัน...	7
ความสำคัญการสร้างยุทธศาสตร์การตลาดเพื่อการกุศล.....	11
ผลที่คาดว่าจะได้รับ.....	12
ขอบเขตของยุทธศาสตร์.....	12
2 บทวิเคราะห์สถานการณ์.....	14
สภาพแวดล้อมของปรากฏการณ์.....	14
คู่แข่งในตลาดชุดชั้นในสตรี.....	14
อิทธิพลด้านกฎหมายและการเมือง.....	31
อิทธิพลด้านเศรษฐกิจ.....	33
สังคมวัฒนธรรมของผู้บริโภค.....	34
ด้านเทคโนโลยี.....	35
การวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งโอกาสและอุปสรรค.....	36
3 ยุทธศาสตร์.....	42
วัตถุประสงค์ของโครงการ WIENNA Charity.....	42
กลุ่มเป้าหมาย ด้วยการวิเคราะห์ตามลักษณะต่างๆ.....	42
รูปแบบโครงการ WIENNA Charity.....	43
สาเหตุของการทำโครงการ WIENNA Charity.....	44
ศักยภาพการจัดทำโครงการ.....	45
จุดยืนของโครงการ.....	45
การให้คำมั่นสัญญา.....	45
สิ่งที่พิสูจน์การเข้าร่วมโครงการ.....	45
บุคลิกภาพของโครงการ.....	45

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
Mood & Tone.....	45
เครื่องมือการสื่อสารการตลาด.....	46
4 โครงการWIENNA Charity.....	55
แผนกลยุทธ์สำหรับโครงการ WIENNA Charity.....	55
เครื่องมือการตลาดบูรณาการ.....	56
กลยุทธ์ที่ 1 รณรงค์ประชาสัมพันธ์เผยแพร่กิจกรรมในวงกว้าง.....	63
กลยุทธ์ที่ 2 จัดกิจกรรมRoad Showเผยแพร่โครงการห้างสรรพสินค้า.....	64
กลยุทธ์ที่ 3 จัดกิจกรรมRoad Showเผยแพร่โครงการตามโรงพยาบาลญาไท	66
กลยุทธ์ที่ 4 จัดกิจกรรมRoad Showเผยแพร่โครงการ ตามOffice Building....	66
กลยุทธ์ที่ 5 จัดกิจกรรมRoad Show เผยแพร่โครงการร่วมกับสื่อวิทยุ.....	67
กลยุทธ์ที่ 6 การจัดกิจกรรมMeet & Greet.....	68
5 บทสรุป.....	70
การประเมินผลโครงการ.....	70
ผลที่คาดหวังจากโครงการ.....	71
ข้อเสนอแนะของโครงการ WIENNA Charity.....	72
บรรณานุกรม.....	75
ภาคผนวก.....	80
ประวัติผู้ศึกษาค้นคว้า.....	85

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงปัจจัยหลักที่ผลักดันให้ผู้ประกอบการทั่วโลกต้องแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม.....	3
2	แสดงปัจจัยหลักที่ผลักดันให้ผู้ประกอบการในประเทศไทยต้องแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม.....	4
3	แสดงจำนวนตลาดชุดชั้นในมูลค่ารวม 12,000 บาท.....	14
4	แสดงตลาดชุดชั้นในประเภทมีแบรนด์มูลค่ารวม 6,000 บาท.....	15



สารบัญภาพ

ภาพ		หน้า
1	คอลเลคชั่น Wacoal Gold.....	16
2	คอลเลคชั่น Wacoal Bijoux และ Beloved.....	17
3	กิจกรรมเปิดตัวWacoal Kiss Me และWacoal PING.....	18
4	โครงการโบว์ชมพู.....	19
5	ภาพสื่อที่ลงโฆษณาต่างๆ.....	19
6	การเปิดตัวด้วยดารานในคอลเลคชั่น Wacoal Kiss Me.....	20
7	การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายร่วมกับห้างเซ็นทรัล.....	21
8	เปิดตัวสินค้าคอลเลคชั่นใหม่ด้วยอัม พัชราภา และฟังก์กี้ สาวิกา.....	21
9	แคมเปญรณรงค์ตรวจมะเร็งเต้านม.....	24
10	แสดงกิจกรรมส่งเสริมการขายต่างๆของซาบีน่า.....	24
11	การใช้ผู้มีชื่อเสียงในการเปิดตัวคอลเลคชั่นซาบีน่าใหม่.....	25
12	กิจกรรมส่งเสริมการขาย Guy Laroche.....	26
13	คอลเลคชั่น Love Secret Colorful Passionและ Sexy in Red Rose.....	28
14	การเปิดตัวสินค้าBSC โดยใช้ดาราน.....	29
15	นวัตกรรมสินค้า MAIDEN FORM ใหม่.....	30
16	คอลเลคชั่น Passion of Peacock และPower Diamond.....	35
17	การวิเคราะห์ SWOT Analysis.....	36
18	ช่องทางการสั่งซื้อสินค้าของ บริษัท วีน จำกัด.....	37
19	กิจกรรมเพื่อประชาสัมพันธ์การออกบูธในห้างสรรพสินค้า.....	38
20	การบรรยายความรู้จาก นายแพทย์ธรรมนิตย์ อังศุสิงห์.....	40
21	ความถี่ในการเลือกซื้อชุดชั้นในสตรี.....	41
22	แสดงโลโก้สัญลักษณ์ของโครงการ WIENNA Charity.....	46
23	การใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาด.....	46
24	สินค้าชุดชั้นในคอลเลคชั่น WIENNA Ribbon.....	49
25	ส่วนประสมทางการตลาดที่นำมาใช้ในการสื่อสาร.....	55
26	รูปแบบกิจกรรมโครงการWIENNA Charity.....	63

