

เอกสารโครงงานนวัตกรรมเครื่องสพพัฒน์ ประจำปี 2566 (ปีที่ 19) (ฉบับเต็ม)

ชื่อนวัตกรรม Wacoal Mood: Do it your mood.....

ประเภทนวัตกรรม

- ☐ Product ☐ Production ☐ System & Process ☒ Sales & Marketing
☐ Services & Personality ☐ Energy Saving & Global Warming & Environment
☐ Corporate Social Responsibility (CSR)
☐ Petty Award

บริษัทเจ้าของนวัตกรรม คือ.....บริษัท ไทยวาโก้ จำกัด (มหาชน).....

ผู้สร้างนวัตกรรม

- 1)ดาริณี เครือวานิชกิจ.....ตำแหน่ง.....Marketing Communication Officer.....
 2)เกษรา เกษสาคร.....ตำแหน่ง.....Media & Advertising Officer
 3)ภานุวัฒน์ สาสนัส.....ตำแหน่ง.....Public Relation Officer.....

สถานที่ติดต่อบริษัท ไทยวาโก้ จำกัด (มหาชน) ฝ่าย Marketing.....

โทรศัพท์ 0-2289-3100 #531.....มือถือ (ต้องระบุ).....089 148 6446.....

E-mail.....tlekrua@gmail.com.....

(**ต้องมีลายเซ็นทุกครั้ง**)

ลงชื่อ..........ผู้อนุมัติ

()

กรรมการผู้จัดการ หรือ ผู้รับมอบอำนาจ

.....

กรุณาดูตรวจสอบสถานะโครงการนวัตกรรมของท่าน ดังหัวข้อต่อไปนี้

1. นวัตกรรมที่ส่งเข้าประกวดเคยได้รับ.....

- ☐ สิทธิบัตร เลขที่..... ☐ อนุสิทธิบัตร เลขที่.....
- ☐ รออนุมัติสิทธิบัตร / อนุสิทธิบัตร ☒ ยังไม่ได้จดสิทธิบัตร / อนุสิทธิบัตร
- ☐ รางวัลอื่นๆ (ระบุ).....

2. นวัตกรรมที่ส่งเข้าประกวดเคยริเริ่มในบริษัทมาก่อนหรือไม่

- ☐ มีการริเริ่มมาก่อน ☒ ไม่เคยริเริ่มมาก่อน
- ☐ นำมาพัฒนาต่อยอดมาจาก (กรุณาเลือกตอบ)
- ☐ นวัตกรรมเดิมของบริษัทที่เคยคิดค้นด้วยตนเอง (โปรดระบุ)
-
- ☐ นวัตกรรมที่มีการคิดค้นจากภายนอก (โปรดระบุ)
-

3. สถานะของนวัตกรรมที่ส่งเข้าประกวด

- ☐ กำลังทดลองใช้ ☐ ยังไม่วางตลาด
- ☐ นำมาใช้จริง ตั้งแต่..... ☒ วางตลาด ตั้งแต่....ต.ค. 2565 เป็นต้นไป.....

บทคัดย่อ

ที่มา/ความสำคัญ/วัตถุประสงค์

ปัจจุบันภาพรวมตลาดชุดชั้นในผู้หญิงนั้น มีการเติบโตที่สูงขึ้นทุกปี ในขณะที่เดียวกันก็มีความท้าทายรวมถึงมีการแข่งขันที่สูงอย่างต่อเนื่อง ทั้งด้านราคา คุณภาพสินค้า บริการ ดีไซน์ ไปจนถึงความสะดวกสบายในการเลือกซื้อ ในฐานะผู้นำตลาด เราจึงอยากจะเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดของกลุ่มวัยรุ่น อายุ 16-22 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีพฤติกรรมเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วอยู่เสมอ จึงเป็นวัตถุประสงค์ว่าเราจะใช้เครื่องมือทางการตลาดมาผสมผสานอย่างไรให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

รายละเอียด (หลักคิด/วิธีการพัฒนา / ปรับปรุง)

วาโก้แบรนด์ชุดชั้นในอันดับ 1 ของไทย ที่ใครๆก็รู้จักและอยู่ในตลาดมานานกว่า 53 ปี ถ้ามองตัวแบรนด์และผลิตภัณฑ์ หากมองภาพลักษณ์ของวาโก้จะดูเป็นสินค้าสำหรับผู้ใหญ่ นั่นจึงเป็นสิ่งที่วาโก้ต้องการพัฒนาและปรับปรุง การสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย โดยเราจะสร้างการรับรู้และสร้างกลยุทธ์ เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งตลาดกลุ่มลูกค้าวัยรุ่น อายุ 16-22 ปี จากปัญหาดังกล่าว เราจึงใช้กลยุทธ์ทางการตลาด แบบ 360 องศา ผ่านการสื่อสารหลายรูปแบบเพื่อให้บรรลุเป้าหมายทางการตลาด

บทสรุป (ผลลัพธ์ที่ได้)

จากการที่เราเลือกที่จะพัฒนาและปรับปรุงการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายไปยังกลุ่มลูกค้าวัยรุ่น อายุ 16-22 ปี โดยใช้กลยุทธ์ทางการตลาด แบบ 360 องศา ผ่านการสื่อสารหลายรูปแบบ ส่งผลให้กระบวนการทำงานมีประสิทธิภาพสูงขึ้น กระตุ้นให้เกิดการซื้อหรือเข้ามาใช้บริการ และส่งผลให้เกิดยอดขายและกำไรอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากมีการใช้เครื่องมือในการสื่อสาร รูปแบบใหม่ๆ ที่ไม่เคยทำมาก่อน จึงมีการประสานงานกันหลายฝ่าย ทำให้พนักงานหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้เกิดประสบการณ์การเรียนรู้ เกิดเป็นองค์ความรู้ใหม่ๆ

คำสำคัญ

Do it your Mood , ยอดขาย, กลยุทธ์ทางการตลาด แบบ 360 องศา, ช่องทางการขาย