

Contents

Marketeer

<http://www.marketeeronline.co>
Email: marketeer@marketeeronline.co



a member of The Magazine Association of Thailand (TMAT)
สมาคมนิตยสารแห่งประเทศไทย



สะสมไม่ลับอ่านฟรี
www.thairways.com/rop



Facebook/
MarketeerMagazine

ฉบับ 225 ประจำเดือน มกราคม 2562

Columnist

087

ศ.วิฑูรย์ รุ่งเรืองผล : เข้าใจลูกค้า
ด้วย Customer Persona

090

ดร.ธีรพันธ์ โลกองคำ : การตลาด 4.0
คืออะไรกันแน่?

094

รวิศ หาญอุตสาหะ :
Good writing changes things

096

ดร.เกษม พัพฒน์เสรีธรรม :
วิธีรับมือ ลูกค้าเจ้าปัญหา

098

วิรัตน์ แสงทองคำ :
พลังใหม่ ความคิดใหญ่

Cover Story

036

Consumer Trends 2019 : Retail จะไป
ทางไหน

039

"5 อินไซต์" ที่ต้องรู้ใน "ยุคการตลาด 5.0"

041

4 เทรนด์ "เทคโนโลยี" ที่ต้องจับตามองในปี
2019

044

Media Trend 2019 : ศาสตร์ใหม่ที่ทุกคนต้อง
เรียนรู้

046

โฆษณา 2019 สื่อไหนเติบโตสุด

048

7 เทรนด์ตลาดสินค้าแบรนด์หรู

050

Consumer Trend 2019 ต้อง T-R-U-S-T

The Battle

052

"แดรี่ควีน" โอศกริมก็ยังมีขายนะ
แต่ขอเสิร์ฟ อาหาร เพิ่มอีกเมนู

054

Super Hero เมอร์รอน : ความหวังใหม่ของ
ค่ายถั่วหมึในปี 2019

056

Sneaker Limited Edition : ตลาดนี้ Mass
แล้วจ๊ะ

058

4 ยักษ์ใหญ่ Video Streaming ผู้แย่งชิง
"เวลาคน" คนทั่วโลก

060

ฆ่าตำนาน 1950-2019 Vespa VS Lam-
bretta : ใครคือเจ้าแห่งความคลาสสิกตัวจริง!

068

The Masked Singer USA :
สภฏมิ Reality Show สอนให้

The Exclusive

026

"หวัดบิน" เมืองเล็กๆ ที่จะเป็น World Sport
Destination

029

ยุคorkศึกที่ สุภัสสร : ดอกรหัสแผนการเติบโต
แบบยั่งยืนของกทท.

032

ประธาน KBTG : ความท้าทายครั้งใหญ่ของ
"กระเทียม" เรือโรมัน พูนผล

The Inspire

102

"สเติร์ก ลุงหนวด" ราชนัแห่งสเติร์กมดนม

104

การตลาดของคนตัวเล็ก :
EVEANDBOY ทำไรมากกว่าเกม ROV

106

เฮลซ์ บลูบอย ตลาดหวานๆ 2,600 ล้าน

108

จากชุดไปงานปาร์ตี้ที่ติดเอง กลายเป็นแบรนด์
เช่าชุดสนุกๆ ที่ใส่ความสวยงามไปในเนื้อผ้า

The Academy

080

รถใหม่ แรนต์ใหม่ อินไซต์ใหม่ผู้บริโภค

082

Online Radio เหมือนจะเกิด แต่ไม่

084

กลยุทธ์ฝ่ากติก "โซเซียลเน็ตเวิร์ค"

086

"3 คำถาม" ที่ "แบรนด์" ต้องรู้
เพื่อใช้โซเซียลเน็ตเวิร์ค ได้เต็มประสิทธิภาพ

Contents

Marketeer

<http://www.marketeeronline.co>
Email: marketeer@marketeeronline.co



Facebook/
MarketeerMagazine

ฉบับที่ 226 ปี 2562

Columnist

091
ศ.วิภาวดี รุ่งเรืองผล : สถานดูแลผู้สูงอายุเฉพาะ
กลางคืน.....จุดเริ่มต้นของธุรกิจดูแลผู้สูงอายุ

094
ดร.ธีรพันธ์ โล่ห์ทองคำ : 5 อันดับแรก ของ
กลยุทธ์การตลาดอินเทอร์เน็ตในปี 2562

097
ดร.เกษม พิพัฒน์เสรีธรรม :
ปัญหา ...หนู (มีเขี้ยว)

100
วิศ ชาญอุตสาหกรรม : Growth Mindset
คืออะไร และ ไม่ใช่อะไร

102
วิรัตน์ แสงทองคำ :
เรื่องราวกาแฟผ่าน

Cover Story

022
บัณฑูร ลำคำ : เติบโตหน้า "รัศมีปานาน" ต่อ
ไมโคร ผ่านยุทธศาสตร์ "Nan Sandbox"

030
อเล็กซานดรา โรซี่ : "ดีแทค" เติบโตหน้าสร้าง
สังคมให้แข็งแกร่งด้วยดิจิทัลเทคโนโลยี

036
สุพิตรา เป้าเปี่ยมทรัพย์ : ได้เวลา "พุดชา"
สร้าง Roadmap ใหม่ เพื่อสังคมที่ยั่งยืน

038
พิชัย จิราธิวัฒน์ : "เซ็นทรัล ทำ"
วิถีคิดใหม่ เพื่อสังคม ของเซ็นทรัลกรุ๊ป

040
วิภากร จันทนิล : CSR ในสไตล์
"Think Difference" ของเอฟ

043
วันีส อิศวสิทธิถาวร : "เอสซีจี"
Circular Life โลกน่าอยู่ ต้องเริ่มที่ "เรา"

046
พูนสิทธิ์ ว่องวรวิชัย : เส้นทาง "สีเขียว"
ของแมงกักรุงศรี

056
พิพัฒน์ ยอดพฤติการณ์ :
ทิศทาง 0การทำให้ CSR ในยุคดิจิทัล

008
Society

090
Short Message

114
World Marketeer

The Battle

059
ลินเตา หลวงผลิต หนักดีเกิดโกโก้

062
7 ร้านอาหารใน App เดียว โอกาสที่นำพร้อม
อุปสรรคของ "MINOR FOOD"

064
Get ะ เกิดตลาดได้แค่ไหน ?

068
เหนียวหนอยนะ Hot Pot !

070
"แม็กโคร" ในมือเจ้าสาว "ธนิษฐ์"
กำลังปั้น "ธนิษฐ์" อย่างต่อเนื่อง

072
ทำไม Netflix ถึง Disrupt วงการบันเทิงโลก

079
เมื่อแบรนด์ที่เบียดกันมาเล่น
ตลาดเครื่องดื่มเบียร์ 0.0

The Inspire

12
Creative Box

106
มุมมองของ โอปอล์ ปาณิสรา
ในวันที่ขยับสถานะจากคนเบื้องหน้า
มาเป็นนักธุรกิจตัวจริง

110
พิพิธภัณฑ์เสื้อยืดแห่งแรกในไทย
สถานที่รวบรวมเสื้อยืดมูลค่าหลักแสน
ที่ไม่มีป้าย Don't Touch เพื่อทำให้คน
เข้าถึงงานศิลปะได้มากขึ้น

Contents

Marketeer

http://www.marketeeronline.co
Email: marketeer@marketeeronline.co



a member of The Magazine Association of Thailand (TMAT)
สมาชิ กสมาคม กิตยสาร กิตยสาร กิตยสาร กิตยสาร



Facebook/
MarketeerMagazine

ฉบับที่ 227 ปี 2562

Columnist

- 143**
ศ.วิทวัส รุ่งเรืองผล : การตั้งราคา
ในธุรกิจพัฒนาที่อยู่อาศัย
- 146**
ดร.ธีรพันธ์ โล่ห์ทองคำ : 7 เคล็ดลับในการ
พัฒนากลยุทธ์การทำตลาดด้วยเนื้อหา
- 150**
รวิศ หาญอุตสาหะ : เราต้องไปไกลแค่ไหน
- 152**
ดร.เกษม พัฒน์เสริธรรม :
การสร้างลูกค้าเป้าหมาย
- 154**
วิรัตน์ แสงทองคำ :
สีสันและการทำนาย

Cover Story

- 034**
ศุภลักษณ์ อินทุพัช : ย้อนอดีต
พลิกอนาคต เดอะมอลล์ กรุ๊ป
ได้เวลา M Transformation
- 042**
ศุภาวี สุธรรมพันธุ์ : "ดุสิต เซ็นทรัลพาร์ค"
ยุทธศาสตร์โรงแรมไทยเพื่อโลกอนาคต
- 048**
รเชיים ศรีมงคล : KTC กำหนดโลกการทำมา
ค้า 2 ในที่ต่ออยู่ให้ได้
- 052**
อนุพงษ์ อัครโกทก : AP World, A New
Vision of Quality of Life
- 055**
เมฆ ศรีวัฒนชัย : กรุงไทยยุคใหม่ สู่สมการ
Mobile Banking เต็มตัว
- 058**
ชฎากิพ วุฒระกูล : ความท้าทายใหม่ของ
"สยามพิวรรธน์" พิชัยพลิกคนไทยไปยังใหญ่
บนเวทีโลก
- 064**
รุ่งโรจน์ รัชนีโยภาส : SCG ยิง "ใหญ่"
ยิง "อยู่ยาก" ต่อมเปลี่ยนตัวเวดลวดเวลา
- 067**
"ก้าวที่ไม่หยุดชะงัก" ของดีแทค
- 070**
เชินกรล กรุ๊ป "นักสู้ผู้เปลี่ยนเกม"
ด้วยยุทธศาสตร์ "Digital Centrality"
- 073**
SCB ไม้วัด KPI แต่ทำอย่างไรให้ลูกค้ารัก
- 076**
AIS เลื่อนมาสู่ Digital Life Service
Provider ที่ชัดเจน
- 014**
Creative Box
- 168**
Short Message

The Academy

- 136**
ท่าไม ANA ครองแชมป์สายการบินมีพนักงาน
ดีสุดหลายปีติด
- 138**
ท่าไม Lamy ถึงขีด แทน Rotring
- 140**
FMCG Consumer Trends 2019
ที่นักการตลาดต้องรู้

The Battle

- 116**
2018 ปีแรกที่ช่อง 3 รู้จักกับคำว่า "ขาดทุน"
- 120**
CRG ถึงเวลา Transform เพื่อโตในยุค
"ร้านอาหารดิจิทัล"
- 122**
คำปลื้ม Local ทำไร่นมๆ รวยไม่ใช่เล่นๆ
- 124**
ตลาดอินสไทย Price war "จัดหนัก"
"สุขใจ" คนชื่อ "ทุกซิก" เจ้าของแบรนด์

The Inspire

- 157**
'อเล็กซ์ เบนเดลล์' ในมุมมองบริหารธุรกิจ
Social Enterprise ที่หวังสร้างความยั่งยืนให้
สิ่งแวดล้อม
- 160**
วิธีคิดของ 'พีเช็ด 7 5' พวกที่เต็มไปด้วยโยชนา
กับการทำให้คนอยากจะทำดีด้วยตัวเอง
- 162**
'Grazia' ร้านกาแฟ & เวลาได้ในซอย
ลึก ที่ดึงให้ลูกค้าเงี้ยวเดินตามมาด้วยความ
อึดใจเลียนขนานแท้

Contents

Marketeer

http://www.marketeeronline.co
Email: marketeer@marketeeronline.co



a member of The Magazine Association of Thailand (TMAT)
สมาชิ กสมาคมนิตยสารแห่งประเทศไทย



ฉบับที่ 228 เดือนเมษายน ปี 2562

Columnist

- 149**
ศ.วิฑูรย์ รุ่งเรืองผล :
การตั้งราคาในธุรกิจพัฒนาที่อยู่อาศัย
ตอนที่ 2
- 152**
ดร.ธีรพันธ์ ไหล่ทองคำ :
เทคนิคการเล่าเรื่องราวผ่านสื่อดิจิทัล
เมื่อต้องเชื่อมโยงศาสตร์และศิลป์เข้าด้วยกัน
- 156**
วิศ ชาญอุตสาหกรรม :
Mindset กับการบริหารเวลา
- 158**
ดร.เกษม พิพัฒน์เสวีธรรม :
คนเด็กสร้างบ้าน (เมือง)
- 160**
วิรัตน์ แสงทองคำ :
"ธรรมชาติ" เป็นใจ

No. 1 Brand Thailand 2018-2019

- 060**
อันดับ 1 ประกันสุขภาพ
เพราะเข้าใจลูกค้ามากที่สุด
- 066**
ความท้าทายของ No.1 ในไทย
แบบสวีเดนเอเชีย
- 070**
Donut & More Concept
เมื่อ มีสเตอร์ โดนัท ไม่ได้มีแค่โดนัท
- 074**
Auntie Anne's วันนี้นักยืมต่อคิวอะเซี่ยน
- 078**
การคิดค้นนวัตกรรมใหม่อยู่เสมอ
สุดสำเร็จทำให้ เคนกัน
เป็นเบอร์หนึ่งไม่เคยเปลี่ยน
- 082**
ฮอลล์ No.1 Brand ไม่ใช่แค่ผู้นำมาร์เก็ตแชร์
แต่ต้องเป็นแบรนด์ที่ 1 ในใจผู้บริโภคเสมอ
- 086**
No.1 Brand ตัวจริง
ที่ลูกค้าอยากซื้อด้วยมากที่สุด
- 092**
Acer ดินฮีสปอร์ตไทย
ต้องพัฒนาไปทุก Ecosystem
- 094**
NAMING SPONSOR
เบื้องหลังการสร้างแบรนด์รอยัลตี้
ตั้งแต่วัยเด็ก

TheBattle

- 097**
ท่าโมเซ็นทรัล ปรับโฉม Central.co.th ใหม่
ตั้งมั่นใจว่า เป็นห้างอันดับหนึ่งใน
Omni Channel

- 100**
Big C ในยุค Digital disruption
สาขาต้องโตวิธีไหน?
- 104**
CJ ใหญ่แค่ไหนจะมาปลุกชีพหมิงไทย
- 106**
วิเคราะห์การแข่งขันธุรกิจเรือสำราญ
ที่มาพร้อมกันยุคทริพย์ใหม่ในเอเชีย
- 109**
คำสั่ง 10 บาท ส้มมากลดให้ด้วย เบน
"รับหัวอาหาร" ที่ตลาดนี้ Line Man สะเทือน
- 114**
วิเคราะห์ เหตุผลที่ Line@
ปรับ New Design พร้อมราคาใหม่
ที่ผู้ใช้งานต้องจ่ายแพงขึ้น
- 117**
ท่าโม ลอริอัล ถึงต้องการเป็นผู้บุกเบิก
ด้าน Beauty Tech
- 122**
MK-SHABU SHI-HOT POT
รสชาติการตลาดที่ "ต้น" ต้นสิ้นเซียว
- 125**
เมื่อแบรนด์เมียร์
หันมาเล่นตลาดเครื่องดื่มเบียร์ 0.0%
- 128**
ตลาดชาเขียวชง-ลดตัว "ต้น" เติบโต
ขึ้นสินค้าใหม่ต่อไป "ขอแค่ตัวเดียว"
- 130**
วิเคราะห์ ท่าโมเข้าแท่น้อย
หันมาทำข้าวแกงกะหรี่ขาย
- 133**
'ออฟฟิศให้เช่ากลางเมือง' ยืมเนื้อหอม แต่
ไม่บาน 'Co-Work Space' จะเข้ามาแทนที่?
- 136**
วิธี "แท็กทีม" ครั้งใหม่ของ True Vision
- 138**
วิเคราะห์โอกาสบนความท้าทาย
หลังทีวีดิจิทัลเหลือ 15 ช่อง
- 140**
การตลาดของ YG ที่ทำให้ BLACKPINK
กลายเป็นเทรนด์รูปเปอร์ดิว ของเกาหลี

Contents

Marketeer

<http://www.marketeeronline.co>
Email: marketeer@marketeeronline.co



a member of The Magazine Association of Thailand (TMAT)
สมาชิ กสมาคมนิตยสารแห่งประเทศไทย



ฉบับที่ 229 เดือนพฤษภาคม ปี 2562

Columnist

- 105**
ศ.วิฑริส รุ่งเรืองผล :
แนวทางการสร้างจุดขาย
ของโครงการอสังหาริมทรัพย์
- 108**
ดร.ธีรพันธ์ โล่ห์ทองคำ :
การสร้างแบรนด์
ในยุคปัจจุบัน (ตอนแรก)
- 112**
วิศ ชาญอุดมสาหะ :
การทดลองที่ไม่มีวันสิ้นสุด
- 114**
ดร.เกษม พิพัฒน์เสวีธรรม :
จุดยอด "ความยั่งยืน"
- 116**
วิรัตน์ แสงทองคำ :
แค่ ผ่านทาว... Starbucks

TheBattle

- 060**
เสวยชัย
ธุรกิจที่เหมือนจะมียิบหาย แต่ดันก็กลับมา
- 064**
ธุรกิจความสวยมูลค่าหลายพันล้าน
"KARMART" - "BEAUTY"
ใครทำได้ดีกว่ากัน

- 066**
ธุรกิจเรือโดยสาร "พระเอก"
ทางเลือกยานรตติ
วิ่งได้แต่เม็ดเงินยังไม่กินใจ

- 068**
ขสมก. ไรชขาดทุนซ้ำซ้อน
จนมีหนี้แสนล้านบาท

- 070**
ทำไมเจ้าสัวเจริญ
ถึงสนใจสูบ สตาร์บักส์ ไทย

- 072**
Starbucks VS Cafe' Amazon ภาค 2

- 074**
กำปสิญยุค 2019
ต้อง "คิดใหม่" เพื่อ "อยู่รอด"

- 076**
MK กับภารกิจขายกาแฟและขนมหวาน

- 078**
มีกั๊งกั๊ง-โอบองแปง "มัดแมน" ที่ยังขาดทุน
"เหรียญฮาวด์" จะช่วยได้ไหม

- 081**
ตามติดชีวิต "ดิอบ" เจ้าแม่พันล้าน ภาค 2
หมิวดีต้องมีหลายภาค

- 084**
ทำไม "วิทสัน" ยืมหนี้ร้านสุขภาพ
และความงาม ในแบบที่คู่แข่งก็ยืมกลับไม่ได้

TheAcademy

- 086**
ทำไม Yeti เป็นแบรนด์ Cooler สุด Hot

- 088**
Subaru จากแบรนด์ที่เคยถูกเมิน
สู่รถขวัญใจชาวอเมริกัน

- 090**
ทำไม Starbucks อาศัยแชมป์ในจีน
ให้ Luckin Coffee

- 092**
จากดีจิสคือ New Normal
สู่ Way of Life ที่ขาดไม่ได้

- 094**
คนไทย "ตกงาน" 1.1%
ความสุขแท้จริง หรือ ภาพลวงตา?

- 096**
อาณาจักรสบูทอจี ที่เด่นกั๊งกั๊งโตกว่า

- 099**
ฟรีแลนซ์ชาวไทยทำงานอะไรกัน?
แล้วรายได้ดีแค่ไหน?

- 102**
ทำไม Disneyland ถึงขึ้นชื่อว่าเป็นสวนสนุก
ที่มีคนเที่ยวมากที่สุด

- 104**
ทำไม... ไชยณา 2019 ไม่โต

- 008**
CreativeBox

- 118**
World Marketeer
Marie Kondo : ทำต่อไปที่ต้องจับตา
ของธุรกิจบ้านสไตล์ญี่ปุ่นคนดัง