

Packaging 2

Project 1 : Rebranding



1 ภาพ หลากความหมาย



ความหมาย

ตราสัญลักษณ์

เป็นมากกว่าแค่ ชื่อ โลโก้
หรือสัญลักษณ์ทางการค้า

ภาพจำ

ความ
น่าเชื่อถือ

ประสบการณ์

คุณค่า

ความ
สัมพันธ์

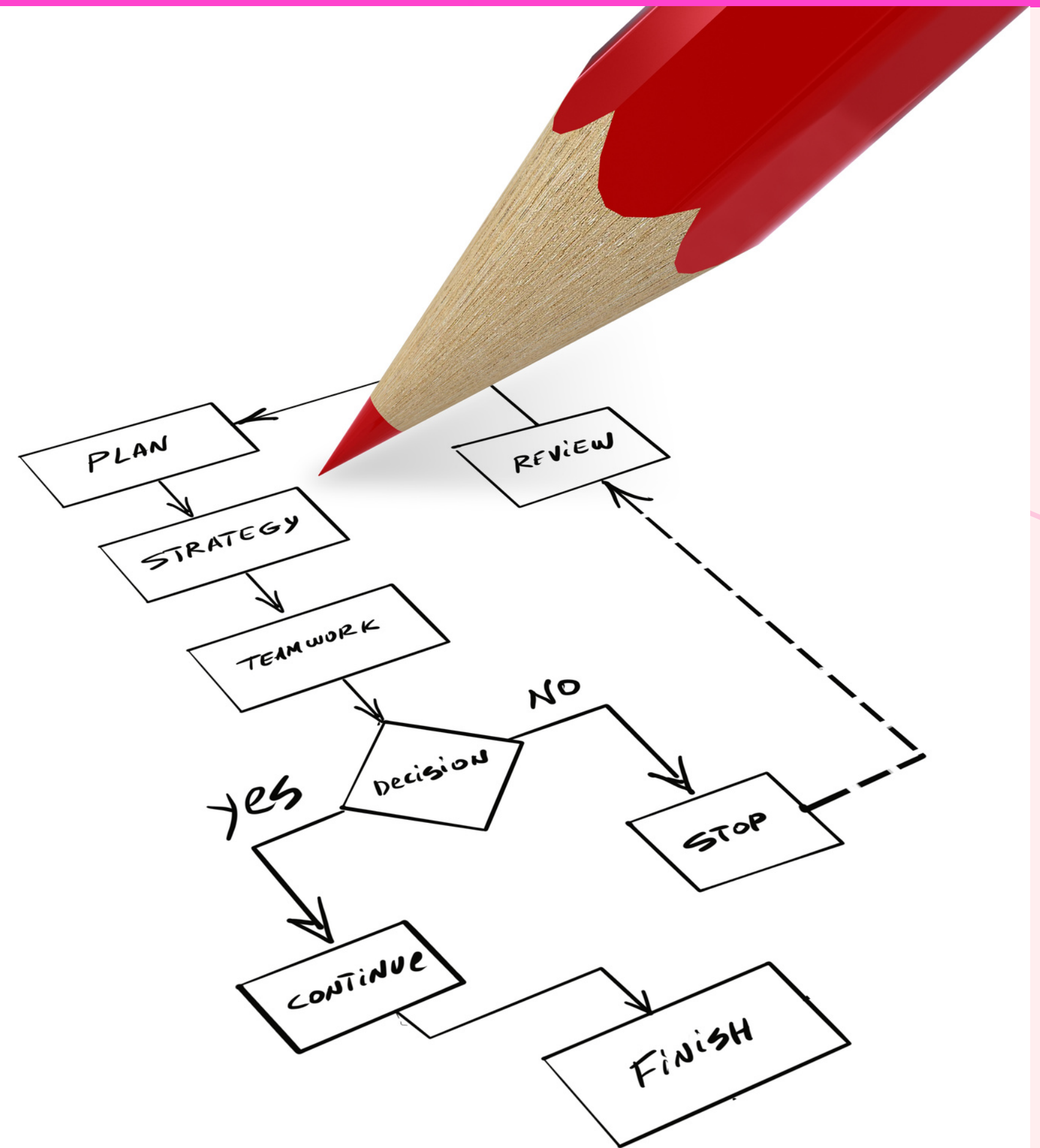
คุณภาพ

Brand Strategy

กลยุทธ์ในการสร้างตราสินค้า มีกระบวนการที่ซับซ้อน ต้องอาศัยทีมที่เชี่ยวชาญเป็นมืออาชีพ มีความรู้ความสามารถในด้านต่างๆกัน การสร้างตราสินค้าต้องทราบว่าเราจะต้องสื่อสาร

อะไร กับใคร อย่างไร ที่ไหน เมื่อไร
(WHAT WHOME HOW WHERE WHEN)

พร้อมๆกับการเจาะจงถึง ลูกค้า ใครคือกลุ่มเป้าหมาย



ต้องทราบถึง

ตำแหน่งทางการตลาด กลุ่มเป้าหมาย สินค้าหรือบริการ สินค้าคู่แข่ง
เพื่อใช้ในการสื่อสารถึงสินค้า โดยการออกแบบตราสัญลักษณ์ บรรจุภัณฑ์
หรือกราฟฟิคอื่นๆ ซึ่งทำให้ ลูกค้านักกลุ่มเป้าหมาย มองเห็นได้ถึงคุณค่าของสินค้านั้น

การสื่อสารของตราสินค้าผ่านสื่อต่างๆ เช่น อัตลักษณ์ บรรจุภัณฑ์ การโฆษณา กราฟฟิคต่างๆ เป็นต้น

ราคาถูก คุ่มค่า ประหยัด



What you will get:

- ✓ สีสด แม่สี
- ✓ ไม่เน้นภาพประกอบ
- ✓ บรรจุภัณฑ์ธรรมดา

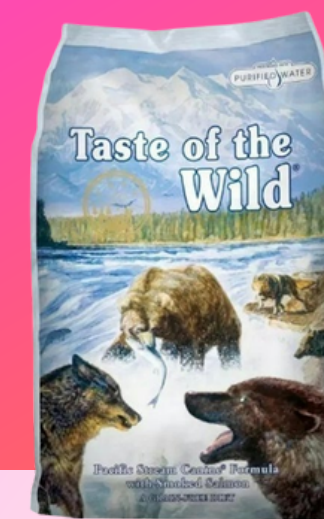
ปานกลาง จับต้องได้ คุณภาพดี



What you will get:

- ✓ ตัวอักษรได้รับการออกแบบ
- ✓ มีโทนสีต่างๆ
- ✓ ภาพประกอบมีสีสัน หรือใช้ภาพถ่าย
- ✓ บรรจุภัณฑ์ได้รับการออกแบบ

หรูหรา พิเศษ ตลาดบน



What you will get:

- ✓ ตัวอักษรได้รับการออกแบบ เรียบง่าย แต่หรูหรา
- ✓ มีคู่สี
- ✓ ภาพประกอบสวยงาม หรือใช้ภาพถ่าย
- ✓ บรรจุภัณฑ์ได้รับการออกแบบ วัสดุคุณภาพ

What is ReBranding

การปรับภาพลักษณ์
สร้างการรับรู้ใหม่

ปัจจัยที่ทำให้rebranding

- 1.เพิ่มขยายกลุ่มเป้าหมายใหม่
- 2.สภาพการณ์ใหม่ที่เปลี่ยนไป ยุคสมัยเปลี่ยนไป
- 3.ไม่สามารถทำยอดขายได้ตามที่ตั้งเป้าไว้
- 4.ยากต่อการจดจำ



ศรีจันทร์ กลับมาเป็นที่รู้จักในตลาดอีกครั้ง ได้ฐานลูกค้าใหม่ๆเพิ่มขึ้นอีกด้วย

รวีศ หาญอุตสาหกรรม



Research

จากตราสินค้าที่กำหนดให้

Brand history

ข้อมูลเกี่ยวกับแบรนด์ ให้มากที่สุดที่จะหาได้ เช่น สร้างขึ้นเมื่อไหร่ โดยใคร สำหรับใคร ขายที่ไหน

Brand analysis history

-แบรนด์นี้ ได้เปลี่ยนแปลง อย่างไรบ้าง ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน

-สร้างไทม์ไลน์ ประกอบภาพ ที่ สามารถหาได้ รวมทั้งเวลา ช่วงเวลา

Market analysis

-ตำแหน่งทางการตลาดปัจจุบันนี้เป็นอย่างไร ใคร เป็นกลุ่มเป้าหมาย

-คนทั่วไปมีความคิดเห็นอย่างไรต่อแบรนด์นี้

Brand visual analysis

-แยกแยะส่วนประกอบของการออกแบบ กราฟิกว่ามีการสื่อสารอย่างไร เช่น สี โลโก้

-จุดแข็ง จุดอ่อนของการออกแบบนี้เป็นอย่างไร

