

LIVE
RICH

MANGA
FOR SUCCESS

มังงะเพื่อความสำเร็จ

MARKETING

ปั้นธุรกิจปัง
ด้วยพลังการตลาด

มาทำให้การตลาดเป็นเรื่องสนุกกันเถอะ!
รวบรวมเรื่องสำคัญที่คุณจำเป็นต้องรู้

- ส่วนผสมทางการตลาด หรือ 4P
(Product, Price, Place และ Promotion)
- กระบวนการต่าง ๆ ของลูกค้า
ตั้งแต่เริ่มรู้จักแบรนด์
ไปจนถึงประสบการณ์หลังการซื้อ
- การวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อนของคู่แข่ง

TAKASHI YASUDA เขียน
พิมพ์ภาพรณ สมเกียรติวิระ แปล



MARKETING

ปั้นธุรกิจปังด้วยพลังการตลาด

TAKASHI YASUDA เขียน
พิมพ์ภากรณ์ สมเกียรติวีระ แปล

ENJU SHIGEMATSU ภาพประกอบ



MARKETING

บันฑูรกิจปงดวยพลังการตลาด

ผู้เขียน: Takashi Yasuda

ผู้แปล: พิมพ์พารณ สมเกียรติวิระ

บรรณาธิการ: ณัฐดนัย เลิศชัยฤทธิ

พิสูจน์อักษร: สุานิสร์ ปันขาว

ที่ปรึกษา: จักรพงษ์ เมษพันธุ์, พงษ์พันธ์ วงศ์หนองเตย

ศิลปกรรม: เซนินสา เพ็ญวงศ์

All Rights Reserved. This translation published under license with the original publisher John Wiley & Sons, Inc. Thai language edition copyright © 2025 by Live Rich Forever Co., Ltd through RTA Rights Agency.

Copyright © 2023 by John Wiley & Sons, Inc. All rights reserved.

Copyright © 2014 Takashi Yasuda, Enju Shigematsu. All rights reserved.

ข้อมูลทางบรรณานุกรมของหอสมุดแห่งชาติ

ทาคาชิ, ยาซูดะ.

Marketing บันฑูรกิจปงดวยพลังการตลาด.-- กรุงเทพฯ : ลิฟ ริช ฟอ์เอฟเวอร์, 2568.
264 หน้า.

1. การตลาด. I. พิมพ์พารณ สมเกียรติวิระ, ผู้แปล. II. ชื่อเรื่อง.

658.8

ISBN 978-616-8187-82-1

พิมพ์ครั้งแรก : กรกฎาคม 2568

จัดพิมพ์โดย : บริษัท ลิฟ ริช ฟอ์เอฟเวอร์ จำกัด

เลขที่ 17 ซอยรามอินทรา 23 แยก 8 แขวงอนุสาวรีย์ เขตบางเขน กทม. 10220

โทรศัพท์ : 063-219-3994

E-mail : cs@liverich.co.th

www.facebook.com/LiveRichSociety

จัดจำหน่ายโดย

บริษัท ซีเอ็ด ยูเคชั่น จำกัด (มหาชน)

1858/87-90 ถนนเพชรตัด แขวงบางนาใต้

เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260

โทรศัพท์ 0-2826-8000

พิมพ์ที่ : บริษัท กู๊ดเฮด พรินท์ติ้ง แอนด์

แพคเกจจิ้ง กรุป จำกัด

6/1 นิคมอุตสาหกรรมบางชัน ซอยเสรีไทย 58

แขวงมีนบุรี เขตมีนบุรี กรุงเทพฯ 10510

โทรศัพท์ 0-2136-7042

การนี้ต้องการสั่งซื้อหนังสือจำนวนมากเพื่อการฝึกอบรม พัฒนางองค์กร ขาย หรือเป็นของขวัญ
กรุณาติดต่อขอรับส่วนลดพิเศษได้ที่ บริษัท ลิฟ ริช ฟอ์เอฟเวอร์ จำกัด
โทร. 063-219-3994 หรืออีเมล cs@liverich.co.th

MARKETING

ปั้นธุรกิจปังด้วยพลังการตลาด

TAKASHI YASUDA เขียน

พิมพ์ภาพรณ์ สมเกียรติวิระ แปล

คำนำสำนักพิมพ์

หากถามขึ้นมาลอย ๆ ว่า “การตลาดคืออะไร” เชื่อว่าเราคงหาคำตอบหรือคำจำกัดความกันได้ไม่ยาก ยิ่งสมัยนี้ยิ่งง่าย เพราะแค่พิมพ์เวิร์ดในอินเทอร์เน็ตก็เจอเกลื่อนแล้ว แต่แก่นแท้ของมันต่างหากที่น้อยคนจะเข้าถึงและสามารถนำมาใช้ได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ

เพื่อให้เราได้เข้าใจและเห็นภาพมากขึ้นเกี่ยวกับแง่มุมต่าง ๆ ของการตลาด หนังสือเล่มนี้ที่เป็นหนึ่งในซีรีส์ Manga for Success จึงได้ถูกผลิตออกมาในเวอร์ชันภาษาไทย เพื่อคนที่สนใจเรื่องนี้โดยเฉพาะ รับรองว่าแต่ละบทที่ได้อ่านจะได้ทั้งความสนุกสนานบันเทิง และความรู้ที่สามารถนำไปใช้ได้จริงอย่างแน่นอน

คุณทาคาชิ ยาสุตะ ซึ่งเป็นผู้เขียน ทำงานที่เกี่ยวข้องกับการตลาดมาโดยตลอด ทุกวันนี้เขามีจัดงานสัมมนา งานบรรยาย และเขียนบทความเกี่ยวกับการใช้การตลาดในธุรกิจแต่ละสาขา ดังนั้นอย่าให้หน้าปกสีส้มสดใสของเล่มนี้หลอกคุณได้ว่าเนื้อหาสาระภายในเล่มจะไม่เข้มข้น

เนื้อหาของเล่มนำเสนอในรูปแบบมังงะ หรือการ์ตูนสไตล์ญี่ปุ่น อ่านง่ายว่าด้วยเรื่องราวของมาริโอะ สาวออฟฟิศที่เจอเรื่องแย่ ๆ สารพัดจากชีวิตในกรุงโตเกียว ทั้งโปรเจกต์การตลาดที่ถูกหัวหน้าปัดตก แถมยังถูกแฟนหนุ่มบอกเลิก จึงตัดสินใจขอพักกายพักใจกลับไปหาครอบครัวที่ฮอกไกโด เธอคิดเอาเองว่าเหนื่อยสุดก็คงแค่ตื่นนอนมาช่วยพ่อแม่ขายขนมมันจูที่เป็นกิจการเล็ก ๆ ของครอบครัว ซึ่งสุดท้ายกลายเป็นว่าทริปนี้เธอไม่ได้พักผ่อนเต็มที่อย่างที่หวังไว้ เพราะดันไปเจอกับสองเทวทูตที่มาช่วยสอนเรื่องการตลาด

คอยแนะแนวทางต่าง ๆ ในการทำให้ร้านขนมมันจูกลับมาขายดีเหมือนเมื่อครั้งอดีต

แน่นอนอยู่แล้วว่าระหว่างทางย่อมต้องมีอุปสรรค มารีโมะเองก็ต้องเผชิญกับอะไรหลายอย่างที่ทำให้เธอได้เรียนรู้ ได้เติบโตขึ้น เรามาลุ้นกันว่าเธอจะช่วยพลิกฟื้นกิจการของครอบครัวได้สำเร็จหรือไม่ และเธอจะแก้ไขสถานการณ์ที่ย่ำแย่ต่าง ๆ เมื่อกลับไปใช้ชีวิตที่กรุงโตเกียวได้อย่างไร

ขอเชิญชวนคุณมาเรียนรู้เรื่องการตลาดจากทฤษฎีกลับไปพร้อม ๆ กัน หากคนอย่างมารีโมะยังเก่งขึ้นได้ แล้วทำไมคุณจะเป็นอย่างนั้นบ้างไม่ได้ล่ะ

สำนักพิมพ์ลีฟริช

ร่วมสร้างสรรค์สังคมนักอ่านผู้มั่งคั่ง รวยทรัพย์ และรวยสุข

คำนำผู้แปล

ใครที่หยิบหนังสือเล่มนี้ขึ้นมาเพราะเห็นหน้าปกเป็นมังงะญี่ปุ่นบ้างคะ?

แล้วใครที่ไม่ใช่สายมังงะเลย แต่สนใจเรื่องการตลาด เลยลองหยิบมาพลิกดูว่าเนื้อหาการตลาดมันมาอยู่กับมังงะได้ไงเนี่ย?

ไม่ว่าคุณจะหยิบเพราะอะไร — ยินดีต้อนรับเข้าสู่โลกของ “การตลาดที่เล่าผ่านมังงะ แต่ได้ความรู้แบบเข้มข้น” ค่ะ

ผู้แปลเชื่อว่าหลายคนเรียนการตลาดมาแล้วไม่รู้ที่คอร์ส อ่านตำรามาไม่รู้ที่เล่ม แต่พอต้องลงมือทำการตลาดจริง ก็มักมีคำถามแว็บในใจว่า “การตลาดคืออะไรกันแน่?” และ “เราต้องจัดเอากลยุทธ์การตลาดไหนมาใช้กับงานของเราในตอนนี่” ซึ่งคำตอบของคำถามนี้ไม่ง่ายเลย เพราะหนังสือการตลาดหลายเล่มมักจะยกเคสตัวอย่างมาเป็นเคสสั้น ๆ เพื่อประกอบกับหัวข้อหรือทฤษฎีที่กำลังอธิบายอยู่ในขณะนั้น แต่เมื่อเปลี่ยนหัวข้อใหม่ เคสตัวอย่างก็จะเปลี่ยนไปจนทำให้บางครั้งเราไม่สามารถเห็นภาพที่แท้จริงว่าธุรกิจนั้น ๆ ใช้การตลาดมาสร้างธุรกิจตั้งแต่ต้นน้ำจนปลายน้ำได้อย่างไรบ้าง

แต่สำหรับหนังสือเล่มนี้ คุณน่าจะเจอผู้เขียนเลือกที่จะหยิบเครื่องมือที่ทรงพลังที่สุดอย่างหนึ่งของมนุษย์ คือ “การเล่าเรื่อง” หรือ “Storytelling” มาเล่าเรื่องราวของธุรกิจครอบครัวหนึ่งที่เป็นธุรกิจท้องถิ่นระดับ SME (แบบ very small) ซึ่งกำลังประสบปัญหาธุรกิจสุดคลาสสิกมาเป็นสตอรี่หลักตั้งแต่บทแรกจนถึงบทสุดท้าย โดยเล่าในรูปแบบของมังงะที่เข้าใจง่าย และสอดแทรกคำถามหรือบทเรียนทางการตลาดเข้าไปในทุกบท

และเมื่อจบมังงะแต่ละบท ผู้เขียนจะพาคุณกลับมาดำดิ่งถึงทฤษฎีทางการตลาดที่เราเคยได้เรียนได้อ่านมาจากปรมาจารย์ระดับโลก โดยจะเป็นทฤษฎีทางการตลาดที่เชื่อมโยงกับสตอรี่ในมังงะบทนั้น ๆ เพื่อให้เราเข้าใจได้ชัดเจนขึ้นว่า เมื่อเกิดเหตุการณ์แบบนี้เราจะหยิบทฤษฎีการตลาดใดมาใช้แก้ปัญหาธุรกิจของเราได้บ้าง และจะทำงานจริงได้อย่างไร

ดังนั้น ไม่ว่าคุณจะหยิบหนังสือเล่มนี้เพราะชอบความเป็นมังงะ หรือหยิบเพราะอยากเพิ่มพูน-ทบทวนความรู้ด้านการตลาด หรือเรียกตามศัพท์ที่คนยุคนี้นิยมใช้ว่า “อัปสکیل-รีสکیل” ตัวเอง หนังสือเล่มนี้คือตอบโจทย์ค่ะ

หัวใจของการตลาดที่คุณยาสู่ตะผู้เขียนเล่มนี้ได้ฝากไว้ในตอนหนึ่งของมังงะ คือ “คุณต้องเปิดให้ผู้มีโอกาสเป็นลูกค้ากลายเป็นลูกค้าของคุณให้ได้” ผู้แปลจึงหวังเป็นอย่างยิ่งว่า ความรู้การตลาดในหนังสือเล่มนี้จะช่วย “สร้างลูกค้าใหม่” ให้คุณได้ค่ะ

ขอบคุณที่หยิบและเปิดหนังสือเล่มนี้นะคะ หวังว่าคุณจะเป็น “ลูกค้าใหม่” ของสตอรี่เล่มนี้ค่ะ

พิมพ์ภาพรณ สมนเกียรติวิระ

Copyright

สารบัญ

บทนำ 16

บทที่ 1

การตลาดคืออะไร

เรื่องที่ 1 > แยกไม่ขาดฟันมาเยือน! จะเองหรือจะช่วยเหลือ? 19

1. อารมณ์และเหตุผลในบริบททางการตลาด 46
 2. จะเรียกผู้ซื้อของคุณว่าอะไรขึ้นอยู่กับสถานการณ์นั้น ๆ 48
 3. มุมมองสามด้านทางการตลาด 51
 4. การตลาดคืออะไร 54
 5. แนวคิดทางการตลาดเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลาอย่างไร 56
 6. ขอบเขตของการตลาด 59
- คอลัมน์ 1: การฟังเสียงของตลาด
ของคุณ 62



บทที่ 2

ข้อดีและข้อเสียของการตลาดแบบไวรัล

เรื่องที่
2

การบอกปากต่อปากจะพาลูกค้าเข้าร้านจริงหรือ 66

1. อิทธิพลของการบอกปากต่อปากผ่านการตลาดแบบไวรัล 76
2. คิดค้นกลยุทธ์เพื่อเพิ่มการบอกปากต่อปาก 78
3. สินค้าและบริการที่ได้รับผลกระทบจากการบอกปากต่อปากมากที่สุด 80
4. เทคนิคในการเพิ่มพลังการตลาดแบบปากต่อปาก 82



บทที่ 3

ทำความเข้าใจคนที่ซื้อสินค้าของคุณ

เรื่องที่
3

ลูกค้าของคุณต้องการอะไรจริงๆ 86

1. แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภคของ AIDMA 96
2. แบบจำลองกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค
ตามแนวทางของ Kotler คืออะไร 100
3. ความปรารถนาของมนุษย์: ความจำเป็นกับความต้องการ 103
4. ให้คิดถึงความจำเป็นและความต้องการของผู้บริโภคในใจเสมอ 105
5. การทำความเข้าใจความต้องการของมนุษย์ 108
6. ผู้ซื้อที่กำหนดเทรนด์ และผู้ซื้อที่เดินตามเทรนด์ 111



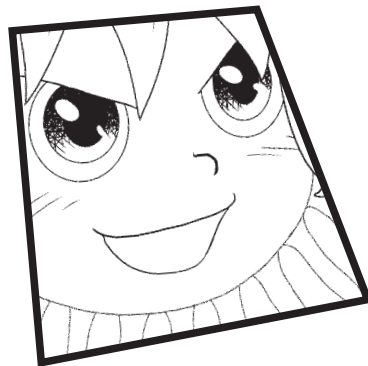
บทที่ 4

จัดระเบียบความสัมพันธ์ ระหว่างบริษัทกับลูกค้าของคุณ

เรื่องที่
4

ขนมมารีโมะมันจูปลอมปรากฏตัว! 116

1. วิเคราะห์ลูกค้าของคุณ คู่แข่งของคุณ และบริษัทของคุณ 126
2. ระบุจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสภายนอก และภัยคุกคามของบริษัทของคุณ 128
3. พัฒนากลยุทธ์ตามปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก 130
4. โมเดล Five Force (ปัจจัยผลักดันทั้ง 5) 135
5. ตัดสินใจเรื่องใคร อะไร และอย่างไร 137
6. กลยุทธ์การตลาดที่แตกต่างกัน 139
7. สร้างจุดได้เปรียบทางการแข่งขัน 141
8. จะต่อสู้ด้วยวิธีใดขึ้นอยู่กับ
ตำแหน่งทางการตลาด 144



บทที่ 5

ตัดสินใจว่าลูกค้าของคุณคือใคร

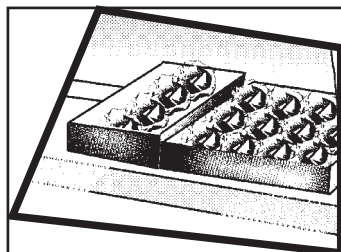
เรื่องที่ 5 } ใครคือลูกค้าใหม่ของร้านกามาเยะ 148

1. การเชื่อมโยงสินค้ากับลูกค้า: โมเดลการตลาด STP 156
 2. ค้นหาปัจจัยร่วมจากผู้บริโภคที่มีลักษณะคล้ายกัน 159
 3. จัดทำแผนที่การรับรู้ของผู้บริโภค 165
 4. เมื่อเปลี่ยนกลุ่มเป้าหมาย คอนเซ็ปต์สินค้าก็เปลี่ยนตาม 168
- คอลัมน์ 2: กฎทั่วไปเมื่อต้องการจำกัดกลุ่มเป้าหมายให้แคบลง 173

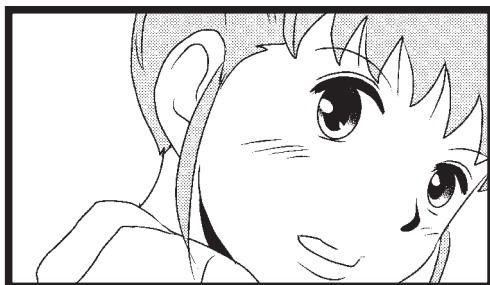
บทที่ 6

กำหนด 4P ของคุณ

เรื่องที่ 6 } มาทำมาร์โมะมินจูจิวกินเถอะ!
..... 176



1. การตลาด 4P คืออะไร 200
 2. ประเด็นหลักในการสร้างความแตกต่างให้ผลิตภัณฑ์ 202
 3. แปรนัยคืออะไร 205
 4. คุณสร้างแบรนด์ของคุณได้อย่างไร 207
 5. วงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ 209
 6. กลยุทธ์การตลาดแบบ Push และ Pull 213
 7. วิธีการสื่อสารเพื่อการโปรโมตที่แตกต่างกัน 215
 8. คุณสมบัติของวิธีการโฆษณาแต่ละวิธี 217
 9. ผลที่เกิดจากการประชาสัมพันธ์ 219
 10. วิธีการส่งเสริมการขายหลากหลายรูปแบบ 221
 11. สามแนวทางในการตั้งราคาสินค้า 224
 12. การตั้งราคาตามอุปสงค์ 226
 13. จิตวิทยาราคาและการตั้งราคา 228
 14. คิดถึงวิธีการกระจายสินค้าของคุณ 230
 15. ค้นหาคุณลักษณะพิเศษของพื้นที่ตลาดของคุณ 233
 16. หน้าที่ของการขายส่ง 235
- คอลัมน์ 3: การจัดระเบียบข้อมูลและเตรียมกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ปัจจุบันของคุณ 237

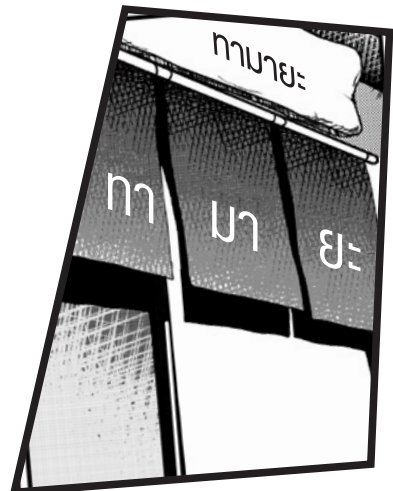


บทที่ 7

สร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้าของคุณ

เรื่องที่ 7 } ข้อความสุดท้าย 240

1. ความสำคัญของการจับลูกค้าให้อยู่หมัด 254
2. องค์ประกอบของความพึงพอใจของลูกค้า:
ฟังก์ชันพื้นฐานที่ต้องมี และฟังก์ชันที่ไม่คาดว่ามี 259
3. ดูแลลูกค้าที่ดีที่สุดของคุณ 261
4. ทำไมความพึงพอใจของลูกค้าจึงสำคัญ 263



บทนำ

ทำไมคุณถึงเลือกหยิบหนังสือเล่มนี้

คุณต้องการเพิ่มยอดขายสินค้าของคุณใช่หรือเปล่า คุณกำลังสนใจพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่สามารถเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าใช่หรือไม่ หรือบางทีคุณอาจทำงานด้านค้าปลีกหรืองานขาย และต้องการหาความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการตลาด และอาจมีอีกหลายคนที่กำลังมองหาเพื่อเรียนรู้และประยุกต์ใช้ความรู้ด้านการตลาดกับงานที่เกี่ยวข้อง

คุณอาจจะเป็นคนที่กำลังจะเริ่มทำงานเต็มตัว และคิดว่าอยากเรียนรู้เกี่ยวกับการตลาดไว้อย่างรวดเร็ว บางทีคุณอาจกำลังคิดว่าการรู้เกี่ยวกับการตลาดจะทำให้คุณได้เปรียบในการสัมภาษณ์งาน หรือคุณอาจเป็นนักเรียนที่เรียนการตลาดอยู่และรู้สึกยาก และคุณแค่ต้องการภาพรวมพื้นฐานที่ง่ายต่อการเข้าใจ หรือคุณอาจเป็นคนที่กำลังมองหาหนังสือการตลาดที่เป็นเชิงปฏิบัติมากกว่าเชิงวิชาการ

การตลาดเป็นเครื่องมือครบรสที่สามารถช่วยให้คุณมีประสิทธิภาพในการทำงานมากขึ้น และช่วยให้คุณภาพชีวิตของคุณดีขึ้น มันสามารถช่วยเพิ่มยอดขายและผลกำไร ซึ่งสามารถนำไปสู่เงินเดือนและรายได้ที่ดีขึ้น อันช่วยเพิ่มพูนสถานะทางสังคมของคุณในระยะยาวได้

ความรู้ด้านการตลาดเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งขาดแบบไม่ต้องสงสัยหากคุณทำงานที่เกี่ยวข้องกับการวางแผน ธุรกิจ และการขาย นอกจากนี้ ความรู้ด้านการตลาดยังเป็นประโยชน์แม้แต่กับงานในสำนักงานทั่วไปก็ตาม ไม่ว่าจะเป็น

งานที่เน้นกระบวนการทั่ว ๆ ไป จนถึงงานนำเสนอต่อหน้าคนอื่น เรื่อยไปจนถึง การสื่อสารในชีวิตประจำวัน การเรียนรู้ด้านการตลาดจะให้ประโยชน์มากมาย ในหลากหลายสถานการณ์ และสำหรับคนที่ทำงานในสาขาความคิดสร้างสรรค์ การตลาดยังสามารถช่วยถ่ายทอดคุณค่าของผลิตภัณฑ์และทักษะความเชี่ยวชาญ ของคุณให้เด่นชัดยิ่งขึ้น ทำให้ลูกค้าพึงพอใจในการจ่ายเงินมากขึ้น

หนังสือเล่มนี้เขียนขึ้นเพื่อให้การตลาดง่ายต่อการเข้าใจ โดยการ ยกตัวอย่างที่นำไปปฏิบัติใช้ได้ และเล่าถึงสถานการณ์ต่าง ๆ ในรูปแบบของมังงะ และเพื่อให้คนในวงกว้างเชื่อมโยงกับตัวอย่างสถานการณ์ได้ง่ายขึ้น เหตุการณ์ ที่เกิดในมังงะจึงถูกเชิดฉากให้เกี่ยวกับร้านธุรกิจครอบครัวเล็ก ๆ ที่ขายขนม มังจูในเมืองเล็ก ๆ ในญี่ปุ่น ขนมมันจูเป็นขนมแป้งนึ่งไส้ต่าง ๆ เช่น ถั่วหวาน คัสตาร์ด รวมถึงไส้เนื้อสัตว์ เจ้าของร้านสองสามีภรรยาผู้สูงอายุได้ใช้ความ พยายามอย่างเต็มที่เพื่อรักษาธุรกิจครอบครัวที่ดำเนินมายาวนานให้ยังเดิน ต่อไปได้ ในขณะที่นางเอกของเราคือคนที่เริ่มเบื่อหน่ายกับชีวิตในเมืองของเธอแล้ว วันหนึ่งมีลูกค้าที่ไม่ธรรมดาสองคนมาที่ร้าน และเรื่องราวของเราก็เริ่มต้นจาก ตรงนั้น มังจะถูกออกแบบให้คุณสัมผัสประสบการณ์จากสถานการณ์จริง และ ต่อด้วยบทวิเคราะห์ที่จะช่วยให้คุณลงลึกกับแนวคิดทางการตลาดตามที่ได้ ถูกนำเสนอผ่านเรื่องราวในมังงะ

ไม่ว่าคุณจะหยิบหนังสือเล่มนี้ขึ้นมาด้วยเหตุผลใดก็ตาม ผมหวังว่า มันจะช่วยทำให้คุณสามารถพัฒนาวิชาชีพของคุณให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และนำคุณไปสู่ชีวิตที่ดีขึ้น

ทาเคชิ ยาสึตะ

Copyright

บทที่ 1

การตลาดคืออะไร





อืากกกกก!
ผมขอ
...

...
ไล่คุณ
ออก!!!

แวกที่ไม่คาดฝัน
มาเยือน!
จะเองหรือจะช่วย
เนี่ย?

เรื่องที่ 1



นายยยยยยยย!

มองย้อนกลับไป
นั่นคือจุดเริ่มต้น
ความช่วยเหลือ
ของฉันทัน



เอ้อออ!

ฉันว่า
ฉันถูกสาป
จากเทพ
แห่ง
ความช่วยเหลือ
แห่ง



ไม่มี
อะไรดีเลย
ชีวิตตอนนี้

อ- อย่า
คิดมากเลย
มาสิมะ
เธอก็รู้ว่า
ช่วงหลัง ๆ
บริษัทเรา
ไม่ค่อยดี
ใช่มั้ยละ?



เชอสิ
ฉันว่าหัวหน้า
น่าจะถูกขับมาจาก
ข้างบนอีกที
เขาเลยอาจจะ
หลุดหัดนะ

คุณคิดว่า
ทำไม
ร่างโปรเจกต์
ของฉัน
ถึงถูกตีตก
หรือ?

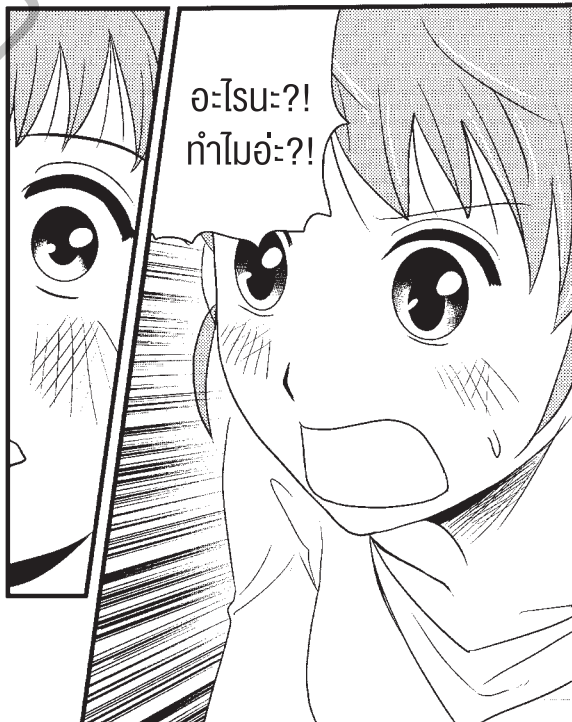
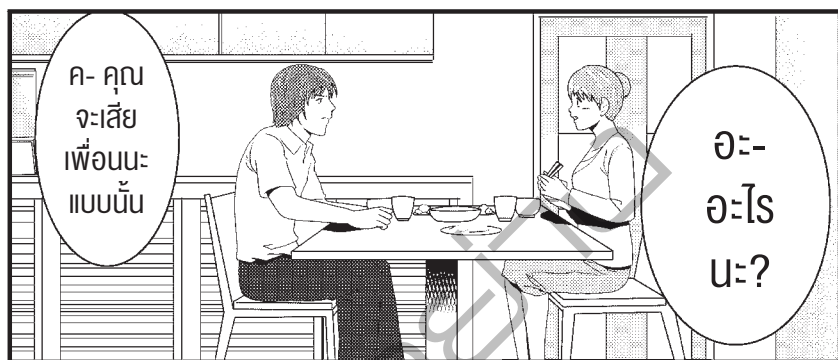


ฉันช่วยเต็ม
จุดขาย
เข้าไปให้
หมดแล้วละ

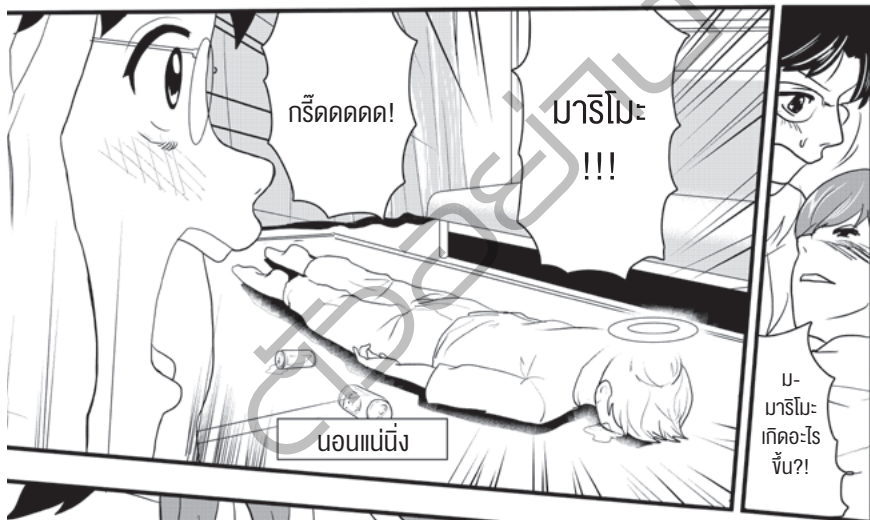


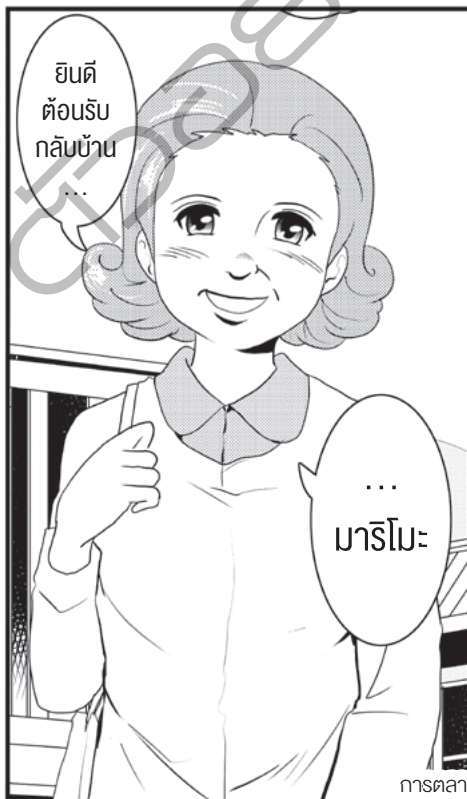
ฉันมั่นใจว่าหัวหน้า
ไม่ใช่เรอออกหรอก
เอ้อ...
เดี๋ยวออกไป
หาอะไรดื่ม
กับดึกว่า

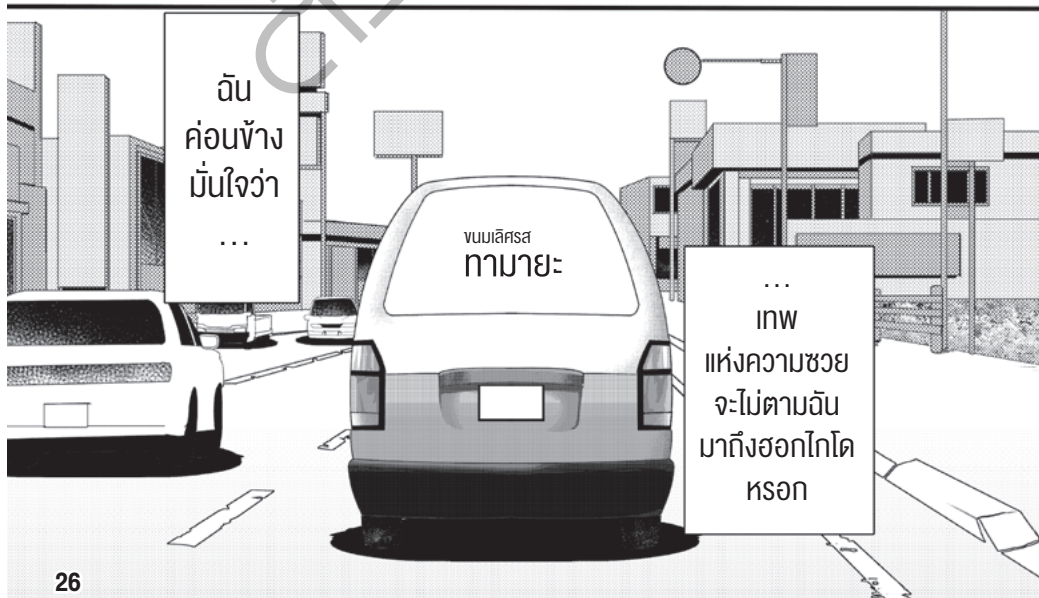
ได้เลย
เดี๋ยวจะขอให้
แฟนมาอยู่
เป็นเพื่อน
ด้วย











...
เทพ
แห่งความช่วยเหลือ
จะไม่ตามฉัน
มาถึงฮอกไกโด
หรอก





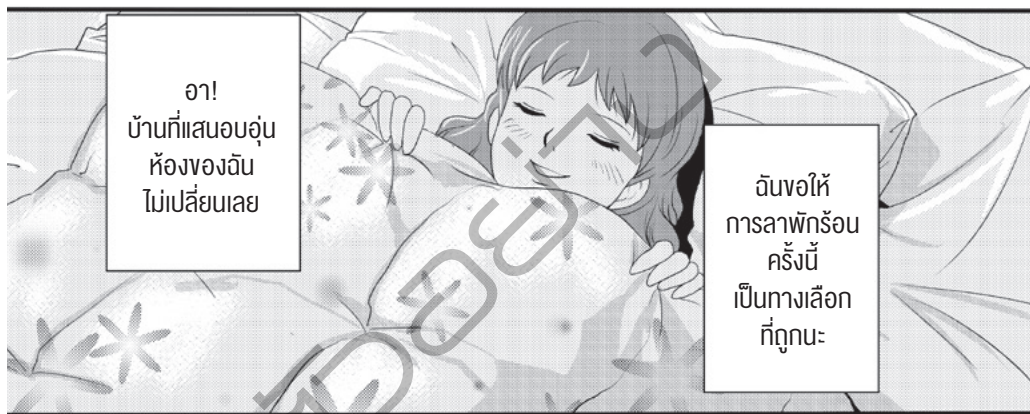
นี่ก็นาน
แล้วนะตั้งแต่
หนูกลับมา
แต่พ่อของหนู
ก็ยังเย็นชา
เหมือนเคย



ทานข้าว
มาหรือยัง?

หนู
ทานบน
เครื่องบิน
มาแล้วค่ะ

จันทาไม
ไม่อาบน้ำ
ซะละ



อา!
บ้านที่แสนอบอุ่น
ห้องของฉัน
ไม่เปลี่ยนเลย

ฉันขอให้
การลาพักร้อน
ครั้งนี้
เป็นทางเลือก
ที่ถูกต้องนะ



ห่างหายไป
สักพักแล้วนะ
พรุ่งนี้ฉันจะตื่น
มาช่วยงาน
พ่อแม่



เราจะเลือก
เธอหรือ?

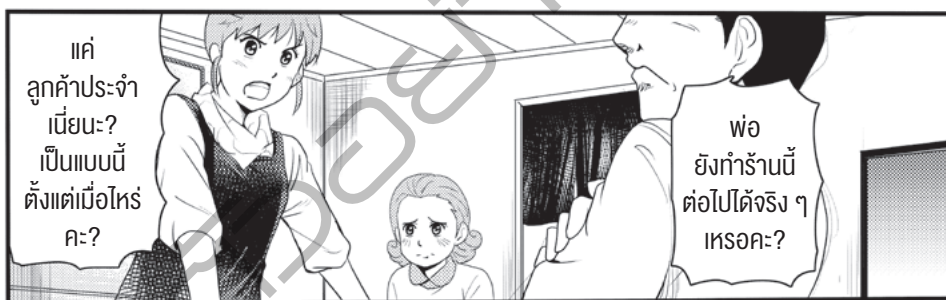
อืมมม
ไม่รู้สิ



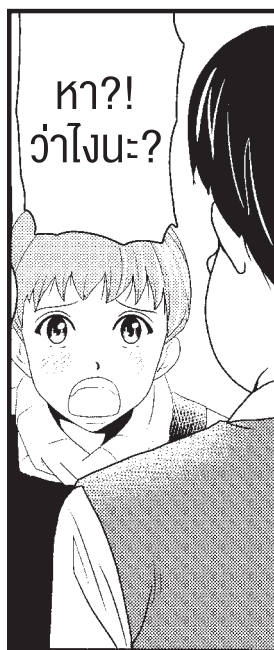
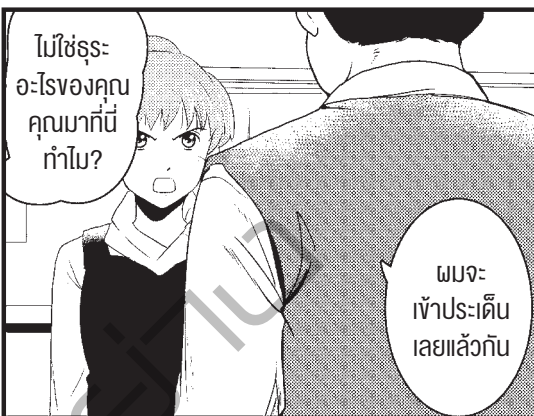
ดูเหมือน
เธอ
ใช่
ไม่ค่อยดี

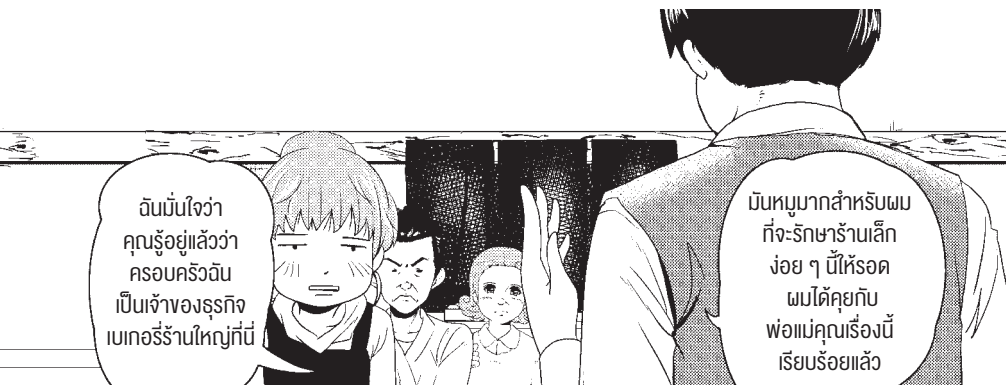
จับดูเธอ
อีกนิด
แล้วกัน















อะไรนะ?!



หึ! ได้!
ถ้าจ้ะร้านเล็ก ๆ
ของคุณ
ก็ไม่มีทางฝัน
หรอก

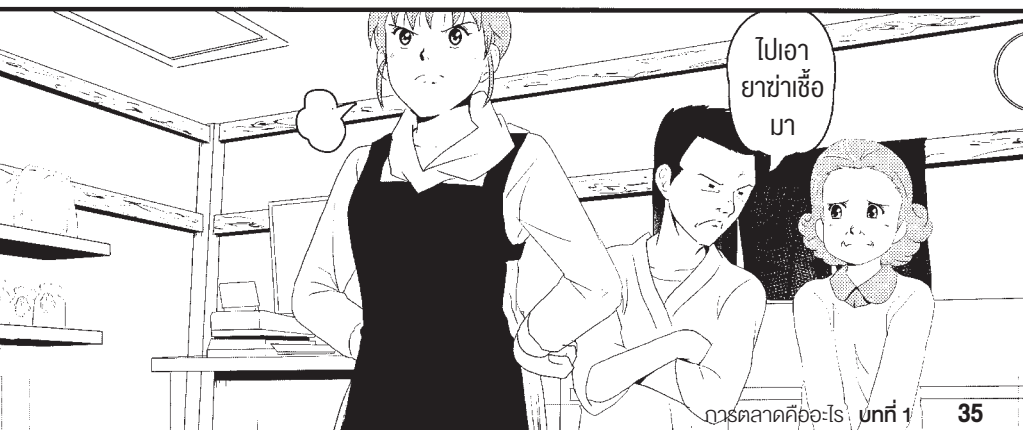
ผมมั่นใจว่า
คุณต้องมา
ขอผมแต่งงาน
ในอีกไม่ช้า



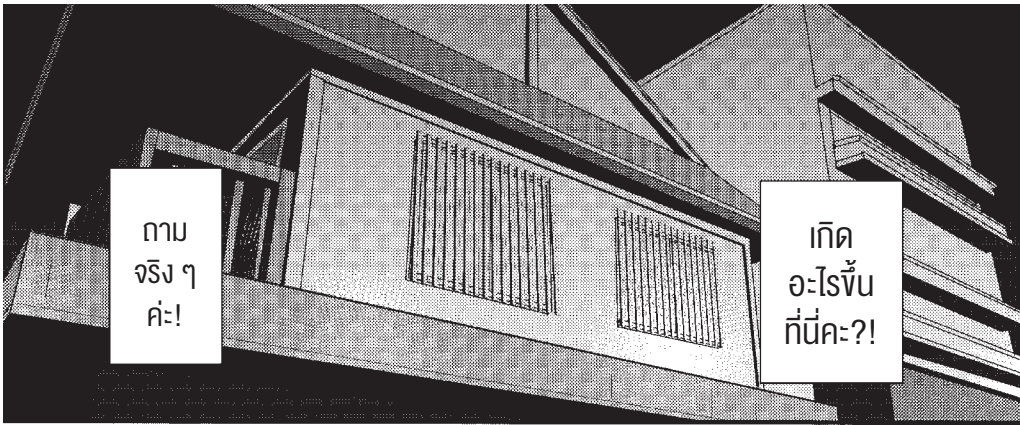
ตอนคุณขอ
ผมคิดว่าผมจะให้คุณ
ลูกเข้าต่อน้าผม
ขอผมแต่งงาน

ฝันไป
เหอะ!

ออกไป!
ไปมโน
ที่อื่นไป!



ไปอา
ย้าข้าซื้อ
มา



ถาม
จริง ๆ
ค่ะ!

เกิด
อะไรขึ้น
ที่นี่คะ?!

อย่า
โง่
น้า!

หยุดไร้สาระ
และกลับไป
โตเกียวซะ
เป็นห่วง
งานตัวเอง
เหอะ!

แม่ก็
เห็นด้วย
กับพ่อ
จ๊ะ

เราไม่ตอบ
ตกลง
เรื่องให้หนู
แต่งงาน
แบบนั้นหรอก
ไม่ต้องกังวล-

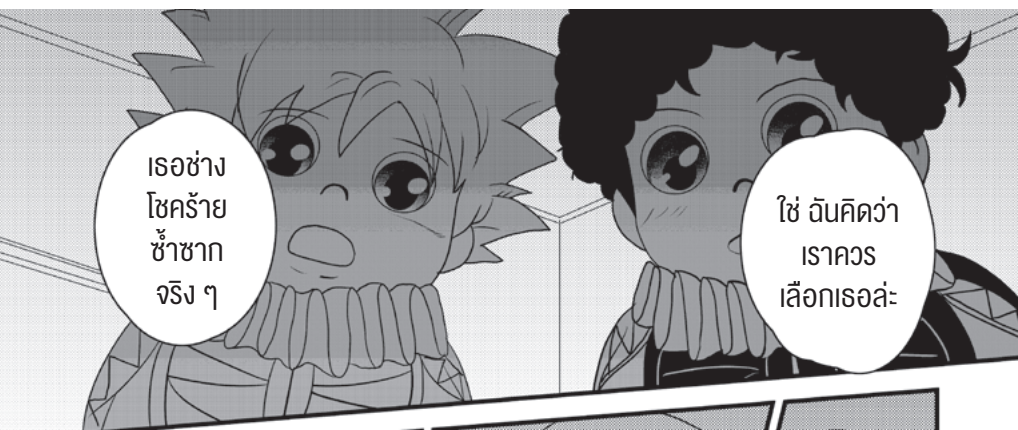
ฉันคิดว่า
ฉันต้อง
โดนสาป
จริง ๆ แน่

ทำไม
ให้มัน
ออกไป
จาก
ตัวฉัน?

ฉันแค่
คิดจะหยุดพัก
ยังไม่ได้เลย

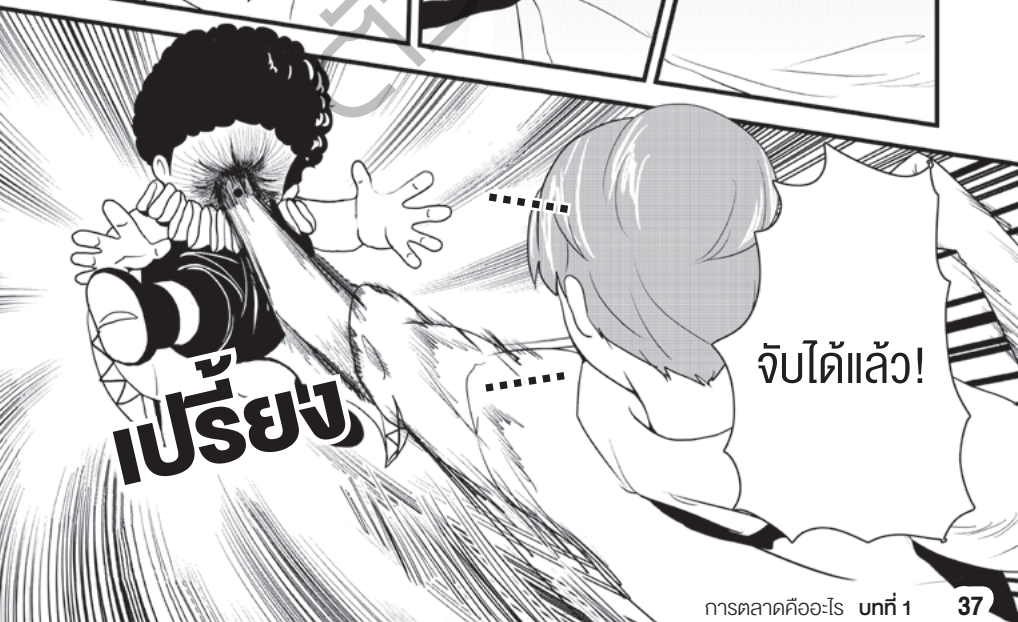
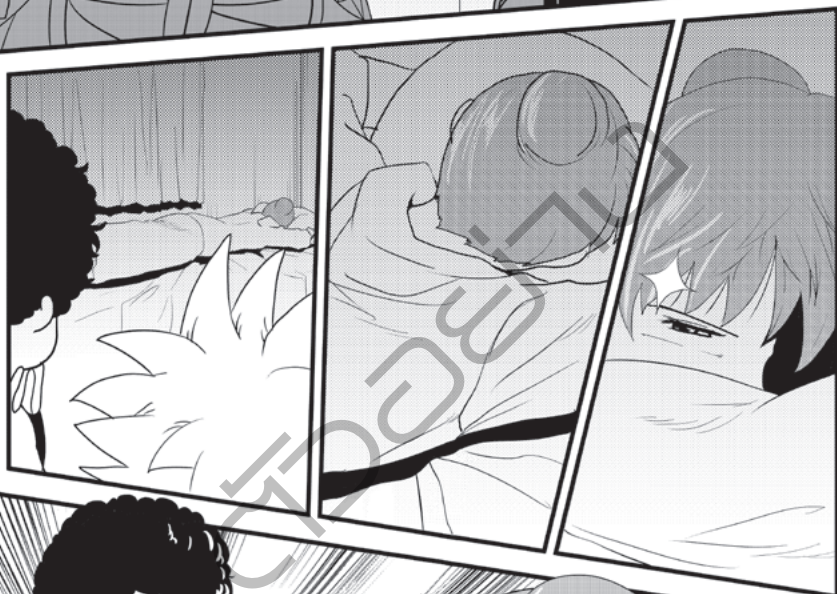
...

ฮือๆ

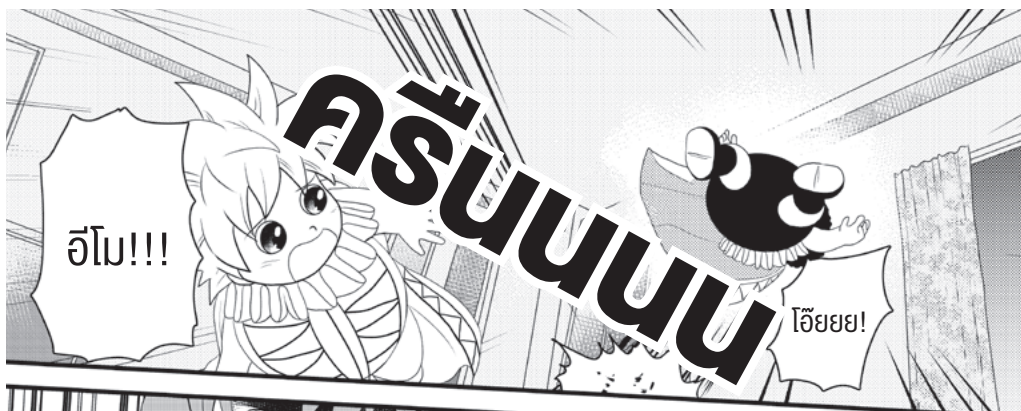


เธอช่าง
โชคร้าย
ซ้ำซาก
จริง ๆ

ใช่ ฉันคิดว่า
เราควร
เลือกเธอละ



จับได้แล้ว!



ครึ้นนนน

อโหม!!!

โธ้ยยย!



ฉันเจอแกจนได้!
แกเป็นเทพ
แห่งความช่วยเหลือ
ที่สิงฉันอยู่ใช่ไหม?
ฉันโซคร้ายมาตลอด
อย่าหวังว่าฉัน
จะขอบคุณแก



ฉันไม่อยาก
เชื่อเลยว่า
แกจะตาม
ฉันมาจนถึง
ฮอกไกโด!

อโหม!
นาย
โอเค
นั้ย?



ฉันจะจับแก
และไล่แก
ออกไปจากตัวฉัน
เตรียมตัวเหอะ!

เดี๋ยว ๆ ๆ
คุณเข้าใจผิด
ทั้งหมดเลย!



อโหม!!!

อโหม!!!

อโหม!!!

อโหม!!!

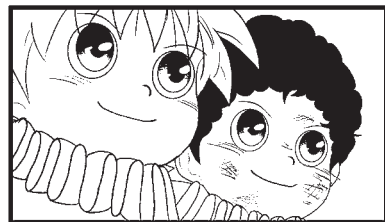
อโหม!!!

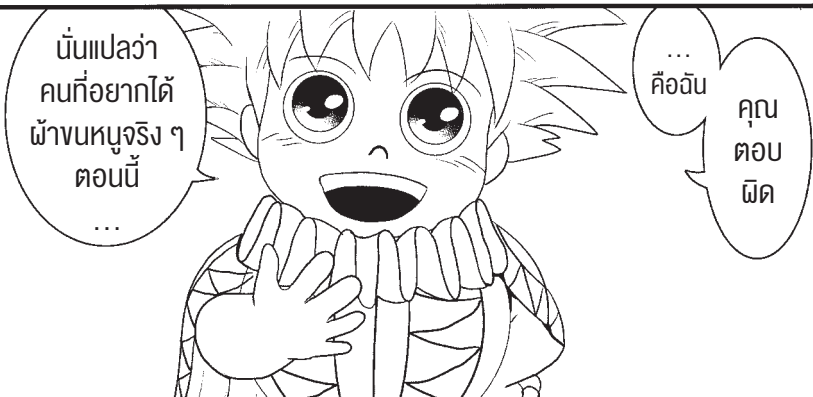
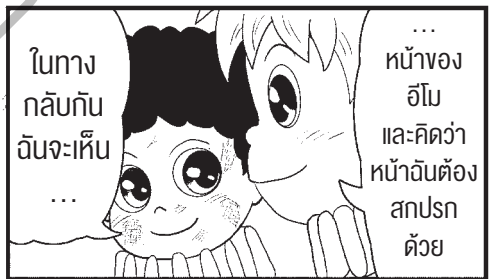
อโหม!!!

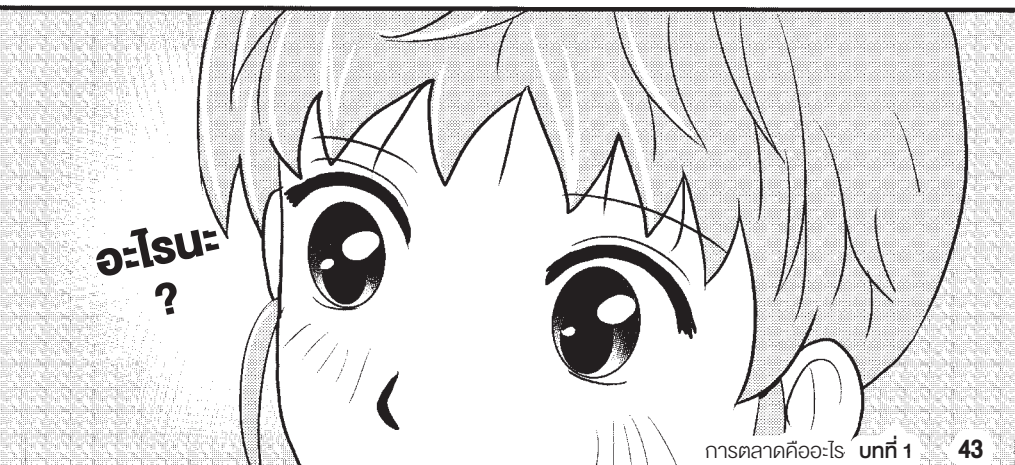
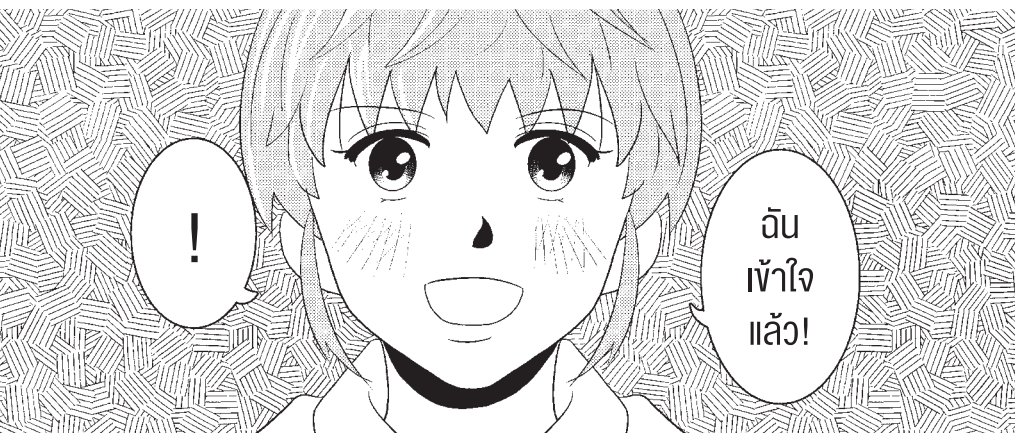
อโหม!!!













อะไรเนี่ย!
ฉันทำอะไร
ผิดเหรอ?

ฉันกำลังที่
คุณชอบ
ให้ตลอด!

คุณ
อยากได้
ความจริง
เหรอ?

ฉันทำ
ทุกอย่าง
เท่าที่ฉันทำได้
ให้คุณ!

คุณ
ทำให้ผม
หงุดหงิด
สุด ๆ!

อ- อย่
คิดมาก
บาร์โ
ก็รู้ว่า
ห้
บรัช
ค่อ

ไม่มีอะไร
ดีเลย
ชีวิต
ตอนนี้

คุณคิดว่าคุณ
ทำทุกอย่าง
เพื่อให้ผม
มีความสุข

แต่ที่จริง
คุณกำลัง
บีบบังคับผม
ทุกอย่าง!

คุณคิดว่า
ทำไม
ร่างโปรเจกต์
ของฉันทถึงถูก
ตีตกเหรอ?

ฉันมั่นใจว่า
หัวหน้าไม่ใส่
เธอออกหรือ
เออ...
เดี๋ยวออกไป
หาอะไรดื่ม
กันดีกว่า

ฉัน
ช่วยเต็ม
จุดขาย
เข้าไปให้
หมดแล้ว
ล่ะ



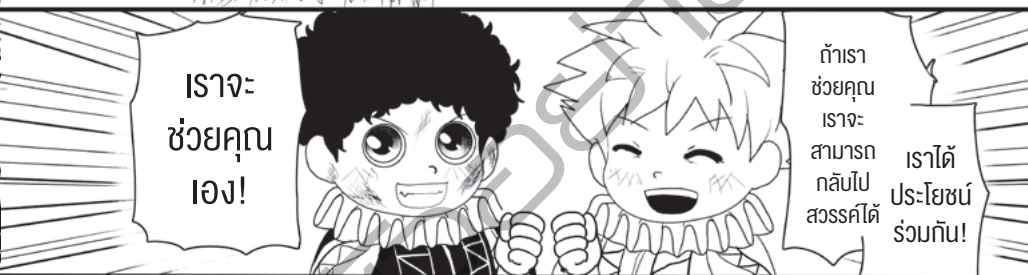
คุณต้อง
พยายาม
จินตนาการให้ได้
ว่าผู้คนคิด
และรู้สึก
อะไรบ้าง

นี่คือ
วิธีที่คุณ
จะเข้าหา
สิ่งต่าง ๆ
ทางการตลาด



งั้น
ย้อนกลับไป
เรื่องก่อนหน้านี้
สิ่งที่เราต้องทำ
คือเซฟ
ร้านขนมมันจู
ของครอบครัว
ใช่ไหม?

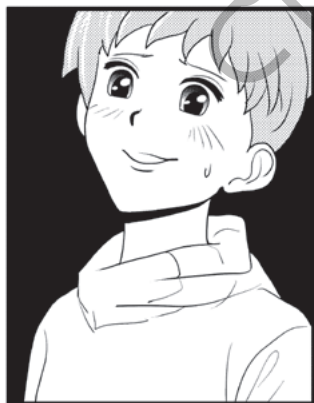
หืม?
เอ่อ... ก็ใช้
นั่นแหละ
ค่ะ



เราจะ
ช่วยคุณ
เอง!

ถ้าเรา
ช่วยคุณ
เราจะ
สามารถ
กลับไป
สวรรค์ได้

เราได้
ประโยชน์
ร่วมกัน!



จู่ ๆ ก็มี
เทวทูต
การตลาด
2 คน
ปรากฏตัว
ต่อหน้าฉัน

พวกเขาพูดว่า
จะช่วยเซฟมันจู
ด้วยศาสตร์
การตลาด แต่ฉัน
จะไว้วางใจพวกเขา
ได้จริง ๆ หรือ?



อารมณ์และเหตุผลในบริบททางการตลาด

คุณคิดอย่างไรบ้างเกี่ยวกับบททดสอบของอีโมและโลจิที่มีต่อมารีโมะ ในหน้า 41 ใบหน้าของอีโมนั้นสกรปรก ในขณะที่ใบหน้าของโลจินั้นสะอาด คุณคิดว่าคำอธิบายเกี่ยวกับคำตอบของพวกเขาทั้งสองนั้นเป็นอย่างไร

คุณเลือกอีโมที่มีใบหน้าสกรปรกเหมือนกับที่มารีโมะเลือกหรือเปล่า หรือคุณเลือกโลจิที่หน้าตาสะอาดด้วยเหตุผลแบบที่อีโมและโลจอธิบาย

ผมมักจะถามคำถามที่คล้ายกันนี้ในงานสัมมนาที่ผมจัดขึ้น ที่น่าสนใจมากคือคำตอบของแต่ละคนมักจะแตกต่างกันไปตามอาชีพของผู้เข้าสัมมนา คนที่ทำงานเกี่ยวข้องกับการตลาดการขายและงานบริหาร รวมถึงคนที่มีความสนใจในการตลาดโดยธรรมชาติมักจะเลือกโลจิด้วยเหตุผลใบหน้าที่สะอาดของโลจิ ในทางกลับกัน คนที่ทำงานด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ พนักงานออฟฟิศทั่วไป และคนที่มึ่ประสบการณ์ด้านการตลาดน้อย ต่างก็มักจะเลือกอีโมที่มีใบหน้าสกรปรก ผมใช้คำถามนี้ในงานสัมมนาเพื่อให้ผู้ร่วมงานได้คิดอย่างลึกซึ้งจริงๆ ตอนที่ต้องคิดถึงความรู้สึกของลูกค้า หลังจากให้ผู้ร่วมสัมมนาเลือกคำตอบของเขาได้แล้ว ผมจะถามพวกเขาว่า แล้วเขาจะเข้าหาลูกค้าที่พวกเขาเลือกเพื่อให้ยอมควักเงินซื้อผ้าเช็ดตัวนั้นอย่างไร

ในมังงะ หลังจากจบคำถามของอีโมและโลจิ เราก็ได้เห็นภาพย้อนหลังของมารีโมะที่แสดงถึงความผิดพลาดของเธอหลาย ๆ อย่างที่ผ่านมา มารีโมะได้วางแผนต่าง ๆ ตามสิ่งที่เธอต้องการเท่านั้น และไม่สามารถถ่ายทอดความตั้งใจของเธอได้ ผมเชื่อว่าพวกเราส่วนใหญ่เคยผ่านประสบการณ์ผิดพลาดคล้าย ๆ กันในอดีต หากมารีโมะเรียนรู้พื้นฐานของการตลาด เธอจะสามารถหลีกเลี่ยงข้อผิดพลาดประเภทนี้ได้ในอนาคต

การตลาดเป็นวิธีการสื่อสารและเครื่องมือที่คุณสามารถใช้เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่ผู้คนสามารถซื้อได้และพึงพอใจที่จะซื้อ การตลาดช่วยให้คุณได้รับผลลัพธ์ที่ยอดเยียม โดยผสมผสานอารมณ์และตรรกะเหตุผลเข้าด้วยกัน ความสามารถในการจินตนาการ และเข้าใจอารมณ์หรือความคิดของลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญมากในการตลาด แต่การใช้ตรรกะเหตุผลเพื่อวางแผนกลยุทธ์และวิธีการที่จะนำพาลูกค้าของคุณไปซื้อสิ่งที่คุณกำลังขายก็สำคัญไม่แพ้เช่นกัน ในบทที่ 1 นี้เราจะแนะนำแนวคิดพื้นฐานที่คุณจำเป็นต้องรู้ในการศึกษาการตลาด