

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

โครงการออกแบบสิ่งพิมพ์โฆษณาของบริษัท บีเฮาส์ จำกัด

โดย

นางสาวศุภรัตน์ วิจิตรภาพ



ภาคนี้พิมพ์ขึ้นนี้เป็นส่วนหนึ่งในวิชาโครงการพิเศษออกแบบสิ่งพิมพ์ 2
ให้เป็นไปตามหลักสูตรของการศึกษา
ปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต (นิเทศศิลป์)

เลขหมู่.....
เลขทะเบียน..... 86657
วัน,เดือน,ปี... 30 S.ค. 2551

b. 1087205X
i.....

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เดือน มีนาคม พ.ศ. 2552

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง

โครงการโฆษณาผลิตภัณฑ์ของบริษัท บีเฮ้าส์ จำกัด

โดย

นางสาวศุภรัตน์ วิจิตรภาพ



คณบดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำนำ

สำหรับภาคนิพนธ์ของโครงการพิเศษ 2 นี้ เป็นสิ่งจำเป็นที่นักศึกษาระดับปริญญาตรี
นิเทศศิลป์ชั้นปีที่ 4 ทุกคนที่จะสำเร็จการศึกษาออกไปประกอบอาชีพการงานในอนาคต
จะต้องทำเพื่อเพิ่มความสามารถในการทำโครงการพิเศษขึ้นนี้

อนึ่งข้อมูล เพื่อประกอบการทำงานภาคนิพนธ์นี้ เป็นองค์ประกอบสำคัญใน
การทำงานออกแบบ ซึ่งเป็นการทำงานบนพื้นฐานของเหตุผลและผลเพื่อให้ได้มาซึ่งผลงาน
ในขั้นที่สำเร็จอย่างสมบูรณ์

จึงหวังเป็นอย่างยิ่งว่าภาคนิพนธ์ฉบับนี้จะเป็นส่วนหนึ่งสำหรับการทำโครงการ
พิเศษให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น และเป็นแนวทางในการค้นคว้าหาข้อมูลของนักศึกษาระดับปริญญาตรี
นิเทศศิลป์ในรุ่นต่อไป

นางสาว สุภรัทม์ วิจิตรภาพ

10 มีนาคม 2532

ประกาศคุณประการ

การทำโครงการพิเศษนี้ กว่าจะสำเร็จลุล่วงออกมาได้ก็ด้วยที่นั่น มิได้ขึ้นอยู่กับ
ผู้ที่ เป็นเจ้าของโครงการพิเศษแต่เพียงผู้เดียว ทั้งนี้จะต้องขึ้นอยู่กับผู้ที่ เป็นเจ้าของโครงการ
จะมีวิธีใดในการที่จะนำบุคคลต่าง ๆ ที่มีความสามารถในทุก ๆ ด้านมาช่วยแนะนำและให้
ความช่วยเหลือเพื่อให้งานนั้นสำเร็จลุล่วงออกมาได้ก็ด้วยดีและสมบูรณ์ที่สุด

ขอขอบคุณ

อาจารย์ประจำภาควิชาศิลปะทุกท่าน

คุณสุจินตนา มีคุณ เอี่ยม หัวหน้าแผนกศิลปะ ๒ ๕๕

คุณศิรินทร บิยัสสพันธ์ แผนกศิลปะ ๒ ๕๕

อลยา ภูระหงษ์

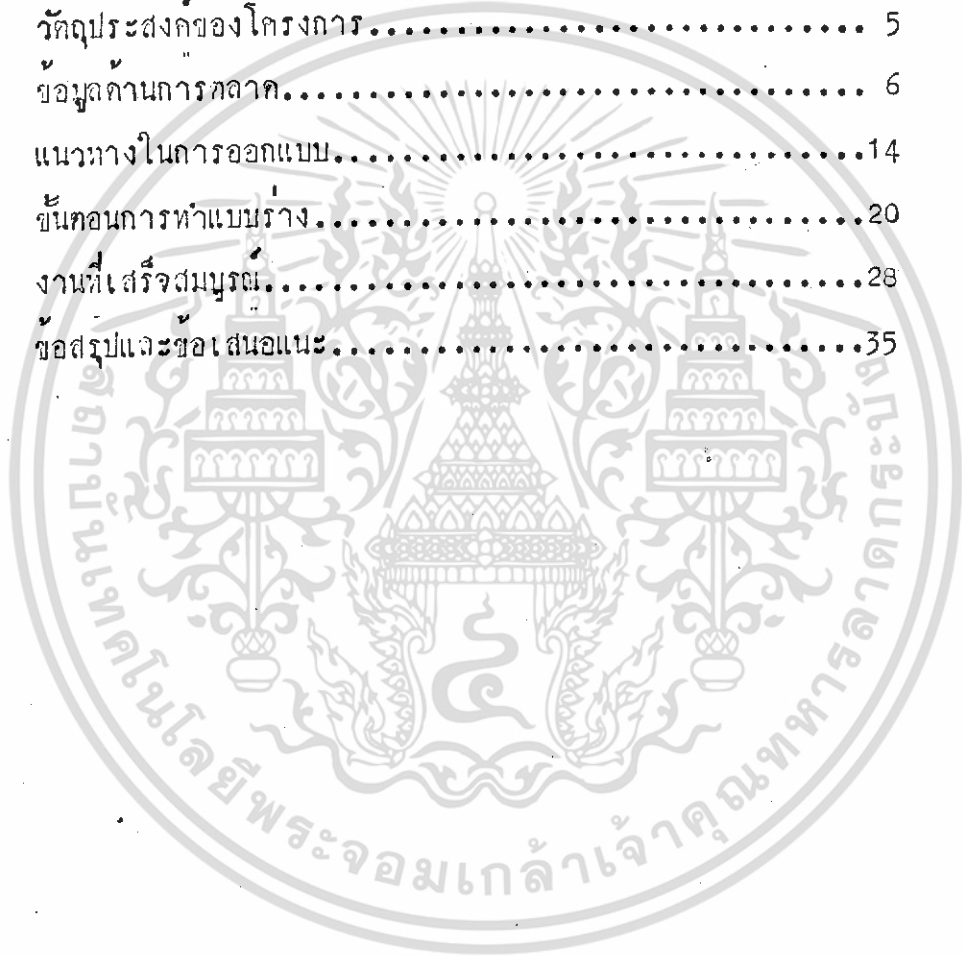
ศิริเพ็ญ พายัพวัฒนวงศ์

เพื่อน ๆ ชั้นปีที่ 4 และน้อง ๆ ในศิลปะทุกคนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

	หน้า
ประวัติความเป็นมา.....	1
เครื่องหมายการค้าของบริษัท.....	2
ความสำคัญของโครงการ.....	4
วัตถุประสงค์ของโครงการ.....	5
ข้อมูลด้านการตลาด.....	6
แนวทางในการออกแบบ.....	14
ขั้นตอนการทำแบบร่าง.....	20
งานที่เสร็จสมบูรณ์.....	28
ขอสรุปและขอเสนอแนะ.....	35



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติความเป็นมา

บริษัทบี.เฮาส์ จำกัด เป็นบริษัทที่ผลิตสินค้าที่ใช้ทดแทนบ้าน มีทั้งผลิตภัณฑ์ที่เป็นเฟอร์นิเจอร์ เฟอร์นิเจอร์ และผลิตภัณฑ์เคหะสิ่งทอ ผลิตภัณฑ์ที่สำคัญและทำรายได้ให้กับบริษัทเป็นส่วนใหญ่คือ ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ภายในบ้านที่ทำจากสิ่งทอ ส่วนของผลิตภัณฑ์อื่น ๆ มีการนำสิ่งทอนี้เข้าไปเป็นส่วนประกอบช่วย การออกแบบลวดลายสีสรร รูปทรงต่าง ๆ ต้องเป็นไปตามนโยบายและสไตล์ของบริษัท

บริษัทบี.เฮาส์ จำกัด ตั้งอยู่ที่ซอยเสนานิคม 1 บางเขน กรุงเทพฯ เป็นสำนักงานเพื่อการดำเนินงาน โดยมี นางภัทรารัตน์ รอดคำดี เป็นกรรมการผู้จัดการ และเป็นเจ้าของบริษัท ตั้งมาเมื่อปี พ.ศ. 2528 มีจำนวนพนักงานประมาณ 80 คน

การดำเนินงานของบริษัท

การดำเนินงานของบริษัทจัดแบ่งหน่วยงานออกเป็น 9 แผนก คือ

1. แผนกบุคคล มีหน้าที่บริหารงานด้านบุคคล และงานธุรการต่าง ๆ
2. แผนกขาย มีหน้าที่จัดการ เรื่องการขายสินค้าของบริษัท
3. แผนกบัญชี มีหน้าที่ทำบัญชี รายรับ รายจ่าย และจัดงบประมาณ
4. แผนกออกแบบ มีหน้าที่ออกแบบลวดลาย ผลิตภัณฑ์ และออกแบบพิมพ์หรือรวมทั้งจัดโชว์รวมความสาขาต่าง ๆ ของบริษัท
5. แผนกผลิต มีหน้าที่ทำแพทเทิร์น และทำตัวอย่างผลิตภัณฑ์ เพื่อส่งให้โรงงานผลิต โรงงานผลิตนี้ว่าจ้างโรงงานตัดเย็บ
6. แผนกจัดส่ง มีหน้าที่จัดส่งสินค้า ไปยังสาขาต่าง ๆ และมีหน้าที่บรรจุนำห่อผลิตภัณฑ์รวมทั้งการ ตรวจสอบสินค้าและการสต็อกสินค้าด้วย
7. แผนกจัดซื้อ มีหน้าที่ซื้ออุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต และอุปกรณ์ใช้ในสำนักงาน เบ็ดเตล็ด
8. แผนกส่งออก มีหน้าที่ติดต่อบริษัท ออเดอร์ จากลูกค้าต่างประเทศ
9. แผนกธุรการ มีหน้าที่ติดต่อบริษัท งานกับแผนกต่าง ๆ ภายในและภายนอกบริษัท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เครื่องหมายการค้าของบริษัท

บริษัทมีเฮาส์ จำกัด มีสีประจำคือ สีชมพู และสีเทา ไว้ใช้ในงานทำป้ายชื่อ
ห้างร้าน ป้ายฉลากบอกรายละเอียดสินค้า ป้ายราคา ป้ายโฆษณาต่าง ๆ

เครื่องหมายการค้าของบริษัท คือชื่อมีเฮาส์ โดยเขียนเป็นภาษาอังกฤษ
และมีรูปรั้งตั้งอยู่ใต้วอักษร

นโยบายและการดำเนินงานของบริษัท

บริษัทมีเฮาส์ จำกัด จะผลิตสินค้าไทยมีสไตล์เป็นของตนเอง มีการกำหนด
แนวทางไว้แน่นอน ทั้งทางด้านลวดลาย และสีสรร การออกแบบผลิตภัณฑ์เน้นความกลมกลืน
ของลวดลาย และสีสรร รวมทั้งรูปแบบที่เข้ากันได้ เพื่อทำผลิตภัณฑ์เป็นเซต ซึ่งทำให้ลูกค้า
ได้เลือกซื้อไว้ใช้ในการตกแต่งห้องใ้ครบวงจร ปัจจุบันการแบ่งกลุ่มของสินค้าไว้ตามรูป
แบบของลายผ้าและการออกแบบผลิตภัณฑ์ 4 สไตล์คือ

1. สไตล์คันทรี่ เช่น ลายผลไม้ต่าง ๆ เน้นความเป็นธรรมชาติ
2. สไตล์โมเดิร์น เช่น ลายเรขาคณิต
3. สไตล์สวีท เช่น ลายดอกไม้ กอกลูกลาว
4. สไตล์คลาสสิก เช่น ลวดลายที่มีรายละเอียดมาก ๆ และมีสีสรรสวยงาม

การออกแบบผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ จะยึดหลักการออกแบบตามแนวทางทั้ง 4 รูปแบบ
นี้ โดยเริ่มจากการออกแบบ ลวดลายและสีสรรของผืนผ้า ส่วนผลิตภัณฑ์อื่น ๆ เช่น
เฟอร์นิเจอร์ และเซรามิค การออกแบบจะออกแบบให้ได้บรรยากาศที่กลมกลืนกับสไตล์
แต่ละประเภทด้วย

ตัวอย่าง สไตล์คันทรี่ ลวดลายสีสรรจะเกี่ยวกับธรรมชาติ เช่น สีเขียว
ฟ้า ชมพู ลวดลายเป็นพวกลายผลไม้ รูปสัตว์ ถ้าเป็นเฟอร์นิเจอร์ก็จะออกแบบให้เข้ากับ
บรรยากาศชนบท เป็นธรรมชาติ ส่วนใหญ่จะใช้ไม้ฉำฉา ไม้โอ๊ค เป็นต้น

ก้านลวดลาย เน้นความเป็นสากล ที่เข้าใจง่าย สำหรับทุกชาติทุกภาษา
ไม่ได้เน้นเอกลักษณ์ของประเทศใดประเทศหนึ่ง เช่น ลายดอกไม้ ลายเรขาคณิต เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ก้านสีสรร เน้นสีสรรที่สดชื่น อ่อนหวาน นุ่มนวล และสดใส เช่นแกง ชมพู
ฟ้า เป็นต้น

ขั้นตอนการ ออกแบบและผลิตภัณฑ์

1. ออกแบบลายทามสไคล์ และความนิยมของกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งสีสรรให้สอดคล้องกัน
2. ออกแบบผลิตภัณฑ์และการตกแต่ง โดยคำนึงถึงลักษณะลายและสีสรรของผ้าและประโยชน์ใช้สอย
3. สร้างแพทเทริน ความแบบของผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบไว้ และตัดออกเป็นชิ้นเพื่อทำการเย็บ
4. เย็บชิ้นส่วนทุกชิ้นเข้าด้วยกัน พร้อมทั้งตกแต่งผลิตภัณฑ์ให้สวยงาม
5. ตรวจสอบความเรียบร้อยของผลิตภัณฑ์ จากนั้นก็ทำการบรรจุหีบห่อ
6. นำมาจัดเรียงตามชั้นวางขาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความสำคัญของโครงการ

เนื่องจากบ้านและเครื่องเรือนเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่งของชีวิตมนุษย์ บ้านเป็นศูนย์รวมที่ให้ทั้งความสุขทางกายและจิตใจ เมื่อคนเรามีบ้านเป็นที่อยู่อาศัยการมีศิลปะในการตกแต่งบ้านให้สวยงามน่าอยู่น่าใช้จึงเป็นเรื่องจำเป็น เมื่อคนเรามีศิลปะในการตกแต่งบ้านก็เท่ากับว่ากำลังเลือกสรรความสุขให้กับตัวเองและทุกคนในครอบครัว และเมื่อในชีวิตของพวกเราต้องการพักผ่อนนอนหลับห้องต่าง ๆ ภายในบ้านจึงควรเป็นโลกส่วนตัวที่ให้ทั้งความสุขกายสบายใจตามจินตนาการ สร้างสรรค์ที่มีให้ผสมผสานกับรสนิยมของลูกค้าและออกมา เป็นสิ่งที่สร้างความประทับใจอันยาวนานในชีวิตมนุษย์

สำหรับบริษัท บี.แฮร์สัน เป็นบริษัทที่ผลิตเฟอร์นิเจอร์แบบต่าง ๆ ในการตกแต่งบ้าน สโตร์เฟอร์นิเจอร์ของบี.แฮร์สัน จะมีอยู่ 4 สโตร์

1. โมเดิร์นที
2. สวีท
3. คันทรี่
4. กอธาสติก

ทั้งหมด 4 สโตร์นี้จะเน้นในลักษณะกลาง ๆ คือไม่มากจนเกินไป แต่ยังคงความเป็นบี.แฮร์สันไว้ในลักษณะการมีลวดลายของผ้า ไม่ว่าจะเป็นสี ที่อ่อนหวานหรือการมีเฟอร์นิเจอร์ที่เข้าชุดกัน

บี.แฮร์สัน จะเน้นเฟอร์นิเจอร์ที่มีสโตร์เฉพาะตัว และพิถีพิถันในการออกแบบลวดลาย โดยเริ่มตั้งแต่คอนเซ็ปต์ของการดีไซน์ที่เน้นการเข้ากันเป็นชุด ทั้งแก่เฟอร์นิเจอร์ชิ้นใหญ่ไปจนถึงของประดับบ้านชิ้นเล็ก ๆ โดยจะเน้นพวกเครื่องนอนเป็นหลัก ส่วนเฟอร์นิเจอร์ชิ้นอื่น ๆ จะหามาประกอบเพื่อความสมบูรณ์ในเทศกาลต่าง ๆ ในรอบปีหนึ่ง ๆ ที่มีแฮร์สันจะมีเทศกาลต่าง ๆ เพื่อออกผลิตภัณฑ์ในคอลเลกชันใหม่ ๆ เช่น เทศกาลปีใหม่ เทศกาลฤดูร้อน เทศกาลของใช้เด็ก เทศกาลแต่งงาน เทศกาลคันทรี่ ฯลฯ บริษัทจึงจำเป็นต้องมีการโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์ของบริษัททุกครั้งที่จะออกผลิตภัณฑ์ใหม่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วัตถุประสงค์ของโครงการ

- เพื่อเป็นการโฆษณาและส่งเสริมการขายของบริษัทให้มากยิ่งขึ้น และทรง
กึ่งกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด
- เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์แบบใหม่ ๆ ในแต่ละเทศกาลของ
บริษัท
- เพื่อเป็นการสร้างทัศนคติและรสนิยมที่ดีให้กับลูกค้าที่สนใจในผลิตภัณฑ์ของ
บริษัท

แหล่งข้อมูล

บริษัท บี.อี.เอส 195/17-21 ซอยเสนาภิรมย์ 1 ถนนพหลโยธิน
โทร. 579-1511 579-1521 579-1531 579-6318
และโชว์รูมต่าง ๆ
ชั้น 5 มานูครองเซนเทอร์ โทร. 217-9541
745 อาคารมิราเคิลมอลล์ สุขุมวิท 41 โทร. 258-0652-4 ท่อบี.อี.เอส
ชั้น 3 เซ็นทรัลพลาซ่า โทร. 541-1172
ชั้น 4 เกอระมอลล์ 3 รามคำแหง โทร. 310-1106
ชั้น 4 โซโก้ อิมรินทร์พลาซ่า

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- เพื่อเป็นการส่งเสริมการขายให้กับบริษัทมากยิ่งขึ้น
- เพื่อเป็นการขยายตลาดและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่

แผนงานโฆษณา

วัตถุประสงค์ในการโฆษณา

- เพื่อออกยี่ห้อ Brand Awareness ในผลิตภัณฑ์ Bee House
- เพื่อกระตุ้นให้เกิดการยอมรับในผลิตภัณฑ์ Bee House มากยิ่งขึ้น
- เพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับผลิตภัณฑ์
- เพื่อสร้างความประทับใจและความสัมพันธ์ระหว่าง Bee House

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น ไม่อนุญาตให้เผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กับกลุ่มเป้าหมาย

กลยุทธ์ในการโฆษณา

- แคมเปญโฆษณาของ Bee House จะพัฒนาออกมาเป็น 2 แคมเปญ โดยแคมเปญแรกจะเป็นลักษณะของ Corporate Advertising เพื่อสร้าง Corporate Image ให้กับผลิตภัณฑ์ Bee House ส่วนอีกแคมเปญหนึ่งจะเป็นลักษณะของ Product Advertising เพื่อ Create Volume ของการขายสินค้าโดยจะเน้นในส่วนที่เป็น Collection ใหม่ ๆ ของ Bee House
- กลยุทธ์ทางด้านการโฆษณาที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพและแคมเปญประชาสัมพันธ์ สำหรับ Corporate Advertising และ Product Advertising เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือในผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องและช่วยเสริมส่งเสริมให้แคมเปญโฆษณามีจุดแข็งยิ่งขึ้น เพื่อประสิทธิภาพสูงสุดในการโฆษณา
- Leaflet & Direct Mailing จะเป็นเครื่องมืออีกชิ้นหนึ่งที่ช่วยส่งเสริมด้านการขาย ซึ่งเราสามารถกระทำได้ต่อเนื่องและสอดคล้องกับแคมเปญโฆษณา หรือจะเลือกใช้เป็นสื่อใด ๆ สำหรับบาง Collection ที่ไม่มีโฆษณาก็ได้

กลยุทธ์ความคิดสร้างสรรค์สำหรับ Corporate Ad

Communication Objectives

- เพื่อทอกย้ำ Brand Awareness และสร้าง Brand Image ให้กับ Bee House
- สร้างการรับรู้และการยอมรับในกลุ่มเป้าหมายว่า Bee House เป็น ศูนย์รวมเฟอร์นิเจอร์ดีไซด์และอุปกรณ์ตกแต่งบ้านคุณภาพดี ที่มีให้คุณเลือกได้ Match ครบครันเป็นชุด
- Create Need ให้เกิดขึ้นในกลุ่มเป้าหมาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Target ConsumerDemographic

- ชาย, หญิง อายุ 25 ปีขึ้นไป
มีฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม A, B, C
อาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ

Psychographic

- เขาและเธออยู่ใน Working Class ที่ผ่านการ
ทำงานมาแล้วอย่างน้อย 3-4 ปี ในตำแหน่งงานที่
ท้าทายความเพียรพยายาม เขาและเธออาจเป็นโสด
หรือแต่งงานแล้ว (New Family) แม้ว่าจะไม่
ร่ำรวยนัก แต่เขาเหล่านี้เป็นคนที่มีความสนใจ
การดำเนินชีวิตแบบสมัยใหม่ พิถีพิถันในการเลือกข้าว
ของเครื่องใช้ไม่ว่าจะเป็นของใช้ส่วนตัวหรือเฟอร์นิเจอร์
ตกแต่งบ้าน จากการศึกษาที่ค่อนข้างถี่ผนวกกับความ
เข้าใจในชีวิตทำให้เขาเหล่านี้เป็นคนที่รู้จักจักรวรรดิวางแผน
เพื่ออนาคต และเหนือสิ่งอื่นใดคือ ความรับผิดชอบที่เขา
มีอยู่เต็มเปี่ยม เขาต้องการบ้านที่ครอบคลุมความหมายของ
คำว่า บ้าน เพราะเป็นที่ที่เขาจะใช้ชีวิต... เพื่อ
อนาคตที่ยั่งยืน

Creative Execution & Rational

แคมเปญ Corporate Ad นี้ ถูกสร้างสรรค์ขึ้นมา เพื่อสร้าง Image ให้กับ Bee House และสร้างการยอมรับว่าเป็นศูนย์รวมเฟอร์นิเจอร์ที่โดดเด่นจนอุปถัมภ์แก่บ้านที่มี Character ต่างจากเฟอร์นิเจอร์ตกแต่งบ้านที่มีอย่างมากมายในกรุงเทพฯ

ดังนั้นสิ่งที่เราต้องสะท้อนออกมาในชั้นโฆษณา เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายทราบว่า Bee House เป็นเฟอร์นิเจอร์ที่มีสไตล์เฉพาะตัว และพิถีพิถันในการออกแบบลวดลาย โดยเริ่มตั้งแต่ Concept ของการดีไซน์ที่เน้นการ match เข้ากันเป็นชุด ทั้งแต่เฟอร์นิเจอร์ชิ้นใหญ่จนถึงของประดับบ้านชิ้นเล็ก ๆ

และเพื่อเป็นการสอดคล้องกับ Positioning Slogan ของ Bee House ที่ใช้อยู่ในปัจจุบันว่า

"Bee House... Makes House a Home"

เราจึงสร้างสรรค์ Theme Line ของ Bee House ว่า

"มีไอเดีย สร้างสรรค์สีสันและชีวิตชีวาอย่างครบครันเพื่อผสมผสานจินตนาการของคุณสู่ความสุขและความหมายของบ้านที่แท้จริง" ซึ่ง Theme Line ของ Bee House นี้จะปรากฏอยู่ในชั้นโฆษณาของ Bee House ทุกชิ้น เพื่อเป็นการสะท้อนถึง Concept Design ซึ่งเป็น Character เฉพาะตัวของ Bee House

ส่วนทางด้านกลยุทธ์ความคิดสร้างสรรค์นั้น สำหรับ Corporate Ad ชิ้นแรก เราได้จับในจุดที่ว่า พฤติกรรมของคนส่วนใหญ่ที่มักจะแต่งบ้านนั้น มักจะมีจินตนาการหรือพอจะมี Idea อยู่บ้างแล้วว่าจะตกแต่งมุมของบ้านอย่างไร บ่อยครั้งที่เขามักจะไม่ว่างจะเริ่มกันจากจุดไหน จึงจะสามารถถ่ายทอดจินตนาการของเขาให้ออกมาเป็นจริงได้ จากจุดนี้เองเราจึงได้พยายามสร้างความรู้สึก ให้เกิดขึ้นในใจของกลุ่มเป้าหมายว่าการตกแต่งบ้านจะกลายเป็นเรื่องง่ายไปทันที หากคุณได้รู้จักบีเฮ้าส์ และให้บีเฮ้าส์เป็นผู้ถ่ายทอดจินตนาการของคุณออกมาเป็นจริง ซึ่งในโฆษณาชิ้นแรกเราใช้คำพูดว่า "จากใจเริ่มคิด... สู่การเริ่มต้นบีเฮ้าส์"

กลยุทธ์การใช้สื่อ

โฆษณาภาพพจน์

- เพื่อเป็นการสร้างภาพพจน์ของตัวสินค้าให้เกิดขึ้นในใจของกลุ่มเป้าหมาย สื่อที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้กว้างขวางและชัดเจน คือ หนังสือพิมพ์ธุรกิจ เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อและวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ที่ค่อนข้างจะน่าสมัย และในขณะเดียวกันใช้สื่อวิทยุ สารผู้หญิงและนิตยสารบ้าน เป็นสื่อสนับสนุน ภายใต้ระยะเวลา 2 เดือน

- ลักษณะการโฆษณาภาพพจน์นี้มีอยู่ 2 ระยะเวลาคือ

- 1) ระยะเวลาแรก กุมภาพันธ์-มีนาคม
- 2) ระยะเวลาที่สอง กรกฎาคม-สิงหาคม

เหตุผลของการใช้โฆษณาภาพพจน์ คือ

ระยะเวลาแรก

โฆษณาชิ้นแรก เพื่อเป็นการเปิดตัวสินค้าภาพพจน์ของ BEE HOUSE ต่อกลุ่มเป้าหมาย

โฆษณาชิ้นที่สอง เป็นการเพิ่มรายละเอียดของภาพพจน์ให้มากขึ้น และสร้างความเข้าใจอันดีต่อกลุ่มเป้าหมายก่อนโฆษณาตัวสินค้า (Product Ad)

ระยะเวลาที่สอง

เพื่อเป็นการเตือนความทรงจำของกลุ่มเป้าหมายอีกครั้งหนึ่งในช่วงกลางปี ด้วยขนาดของโฆษณา 2 หน้าคู่สี่สี เฉพาะในนิตยสารเท่านั้น

การโฆษณาสินค้า (PRODUCT AD)

เมื่อมีการโฆษณาภาพพจน์ในระยะแรกไปแล้ว จะต่อยอดโฆษณาตัวสินค้าแต่ละชนิดนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- COUNTRY LIVING
- TOD & TEEN
- WEDDING

หลักการก็คือ เมื่อมีการแนะนำสินค้าใหม่สู่กลุ่มเป้าหมายนั้น จะใช้หนังสือพิมพ์และนิตยสารทั้ง 2 ชนิด ยกเว้น รายการ "TOD & TEEN" นั้น ไม่ได้ใช้หนังสือพิมพ์ ส่วนขนาดของนิตยสารนั้น เป็นหน้าเดียวสี่สี ทั้งนี้ด้วยเหตุผลที่ว่า หนังสือพิมพ์จะใช้กระจายข่าวสาร ได้กว้างขวางมากกว่า ในกรณีที่ต้องการแนะนำสินค้าใหม่ ๆ ระยะเวลาของการโฆษณาประเภทสินค้าแต่ละชนิดนี้ ประมาณ 2 เดือน

จำนวนครั้งของการโฆษณาสินค้า (PRODUCT) แต่ละชนิดนั้น จะมีความถี่ของนิตยสารประมาณ 7-9 ครั้ง ความสำคัญของแต่ละชนิด

การเลือกประเภทของนิตยสารของแต่ละสินค้ามีความแตกต่างกันบ้างเช่น TOD & TEEN นั้นจะเพิ่มนิตยสารเกี่ยวกับแม่และเด็ก ซึ่งจะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยตรงได้ชัดเจนขึ้น หรือในรายการของ WEDDING นั้น จะเน้นหนังสือที่เข้าถึงกลุ่มหนุ่มสาว เช่น เพิ่มหนังสือ LOOKS เป็นต้น และจะเพิ่มความถี่ในบางฉบับเป็น 2 ครั้ง ทั้งนี้ระยะเวลาของการโฆษณา 2 เดือน เดือนนั้น สามารถจะเพิ่มความถี่ได้เหมาะสม

PR. CAMPAIGN

OBJECTIVES

1. ช่วยส่งเสริมให้แคมเปญโฆษณามีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
2. สร้างความน่าเชื่อถือให้กับผลิตภัณฑ์
3. กระจายการรับรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในส่วนที่ไม่มีแคมเปญโฆษณา

สำหรับแคมเปญประชาสัมพันธ์ของบี.เฮ้าส์ เราจะแบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ คือ

1. ประชาสัมพันธ์ในลักษณะของการแจกข่าว เช่น การแนะนำคอลเลคชั่นต่าง ๆ ของบี.เฮ้าส์ หรืออิงกับเทศกาลสำคัญต่าง ๆ เช่น เทศกาลวาเลนไทน์, ฉลองเปิดโชว์รูมใหม่ ๆ ฯลฯ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ประชาสัมพันธ์ในลักษณะของการให้สัมภาษณ์หรือแทรกเข้าไปในคำสัมภาษณ์ของแมกกาซีนต่าง ๆ เช่น คอลัมน์สัมภาษณ์ชีวิตของผู้หญิงพนักงาน, คอลัมน์ "จับจ่ายใช้สอย", คอลัมน์บ้านและสวนชวนเลือก, คอลัมน์ "ช้อปปิ้งโก้" ฯลฯ
3. ประชาสัมพันธ์ในลักษณะของการ JOIN PROMOTION เช่น การหารางวัลขึ้นส่วนโฆษณาในหนังสือพิมพ์ ฯลฯ

การเลือกใช้สื่อโฆษณา

วัตถุประสงค์

- ท้องการให้กลุ่มเป้าหมายได้รู้จักและคุ้นเคยกับชื่อ Bee House โดยให้จดจำเอกลักษณ์ตลอดจนแนวความคิดของความเป็น Bee House ที่แท้จริง
- เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้รับทราบถึงสินค้าใหม่ของ Bee House และกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความต้องการซื้อสินค้าในวาระและเทศกาลต่าง ๆ ที่ทาง Bee House ได้จัดทำเสนอขึ้นมา

กลุ่มเป้าหมาย

- ผู้ชาย และผู้หญิง อายุ 25 ปีขึ้นไป
- กลุ่มรายได้ ระดับปานกลาง-สูง
- เป็นผู้ที่มีใจรักการตกแต่งบ้าน

Product Advertising

Communication Objectives

- เพื่อเป็นการแนะนำ Collection ใหม่ ๆ ของบีเฮ้าส์
- สร้างการรับรู้และ Create Need ให้เกิดขึ้นในกลุ่มเป้าหมาย

Country Living

Product Characteristic- สำหรับ Collection นี้จะเป็นลักษณะของ Country Style โดยดึงเอาความงามจากธรรมชาติ เช่น ลวดลายของดอกไม้ป่า และนำมาสานกับเนื้อไม้ใน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนำมาใช้เผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โทนซีริม Country Living จึงค่อนข้างมีสไตล์
เฉพาะตัวให้ความรู้สึกจริงจัง หากแฝงความอบอุ่น
อ่อนหวานอยู่ในที

Production Line

- เน้นการ Match กันเป็นชุดทั้งแก่ ตู้, เกียงนอน,
โต๊ะหัวเตียง, ม่าน, หมอน ฯลฯ

Target Group

- ชาย, หญิง อายุ 25 ปีขึ้นไป
SES. A,B,C + คนกลุ่มนี้เป็นคนที่มีการศึกษาดีและ
มี Class และค่อนข้างจะมีรสนิยมเฉพาะตัว พิถีพิถัน
กับการเลือกข้าวของตกแต่งบ้าน เขาเหล่านี้อาจเป็น
โสดหรือแต่งงานแล้ว

Tone ของโฆษณา

- สำหรับ Country Living Collection นี้เราจะ
เน้น Concept ในเรื่องของ ธรรมชาติที่จะสามารถ
เข้าไป Match ได้อย่างกลมกลืนกับบ้านของคุณ เพื่อ
สร้างรูปแบบใหม่ที่เพิ่มชีวิตชีวาให้กับชีวิตคุณ

WEDDING COLLECTION

PRODUCT CHARACTERISTIC : เป็น COLLECTION ที่ดีไซน์ขึ้นเป็นพิเศษสำหรับผู้ที่
เตรียมตัวจะแต่งงานโดยเฉพาะ จึงเน้นลวดลายที่
อ่อนหวานในเจตนาที่อบอุ่น

PRODUCTION LINE

- : จะเน้นในส่วนของห้องนอนโดยเฉพาะทั้งแก่ เกียง,
ตู้, โต๊ะ คอลกจนชุดเครื่องนอนที่ MATCH กันเป็น
SET ไม่ว่าจะเป็นผ้าปูที่นอน ปลอกหมอน ผ้าคลุม
เตียง ฯลฯ

TARGET GROUP

: ชาย-หญิง อายุ 25 ปีขึ้นไป SES A, B, C เขาและเธอมี PLAN ที่จะแต่งงาน จึงเตรียมตกแต่งบ้านที่กำลังจะกลายเป็นเรือนหอของเขาทั้ง 2 ทั้งเขาและเธอเป็นคนค่อนข้างทันสมัย มีการเตรียมพร้อม ขอมรับการเปลี่ยนแปลงและสิ่งใหม่ ๆ ที่เข้ามาสู่ชีวิตของเขา

TONE ของโฆษณา

: สดชื่นและเต็มไปด้วยชีวิตชีวา โดยมี Bee House เป็นผู้สร้างบรรยากาศอันแสนโรแมนติคนี้

TOD & TEEN

PRODUCT CHARACTERISTIC: เป็น COLLECTION ในวัยตั้งแต่ NEW BORN จนถึง TEEN-AGE โดยเน้นลวดลายแบบเด็ก ๆ และเลือกใช้สีที่สะท้อนออกถึงความนุ่มนวล น่ารัก อ่อนหวาน ในโทนสีที่อบอุ่น

PRODUCTION LINE

: ส่วนใหญ่จะเป็นเฟอร์นิเจอร์สำหรับเด็ก ไม่ว่าจะเป็นชุดเตียงนอน, ตู้เสื้อผ้า, วอลต์เปเปอร์ ครอบจนโคมไฟและเฟอร์นิเจอร์ประดับกระจุ๊กกระจิก ซึ่งทุกชิ้นจะเลือกใช้ลวดลายที่ MATCH กันเป็นชุด

TARGET GROUP

: ชาย-หญิง อายุ 25 ปีขึ้นไป SES. A,B,C มีสถานภาพแต่งงานแล้วและมีลูกอยู่ในระหว่างวัยแรกเกิดจนถึงวัย TEEN-AGE

เขาเหล่านี้เป็นพ่อแม่สมัยใหม่ที่ใส่ใจลูกทั้งทางกายภาพและจิตใจ ในบางเวลา เขาอาจกลายเป็นเพื่อน, เป็นพี่ หรือเป็นที่ปรึกษาที่ดีของลูกได้

TONE ของโฆษณา

: จะเน้นในส่วนของความรักความเข้าใจระหว่างคุณกับลูกที่มี TOD & TEEN จาก BEE HOUSE เป็นส่วนช่วยเติมเต็มจินตนาการของลูกให้สดใสและอมอวลไปด้วยความสุข

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แนวทางในการออกแบบ

1. โฆษณาดงนิกยสาร 3 ชั้น ขนาด 11 x 8.2 นิ้ว
 - เลือกผลิตภัณฑ์ในอกลเดคชันใหม่ในลักษณะอิงเทศกาลสไกล์คันธ์รี
 - คิก Concept โดยกึ่งเอาความงามจากธรรมชาติ เช่น ลวกลายของกอกไม้ป่าและนํามาผสานกับเนื้อไม้ในโชนขริม เน้นการจิกม้านไท้กู เป็นธรรมชาติ
 - ในโฆษณานิกยสารทั้ง 3 ชั้น จะแบ่งเป็น 3 ห้อง 3 โทนสี เช่น ห้องนอน ห้องนั่งเล่น ห้องอาหาร

1.1 โฆษณาชั้นที่ 1 ห้องนอนสีฟ้าชุกแ่งเครื่องนอนลาย VIOLA

เทคนิคและวิธี ใช้ภาพถ่ายสำหรับห้องนอนโดย เน้นสไกล์คันธ์รีธรรมชาติ

การสร้างภาพและสื่อความหมาย เน้นที่ทิวสายฟ้า โดยกึ่งลายผ้าในรูปมา เขียนเป็นส่วนประกอบในค่านข้างของชั้นงานโฆษณา เพื่อสื่อความหมายของโฆษณาให้ชึกเจนยิ่งขึ้น

ข้อความ

HEAD "ผสมความอ่อนหวาน ผสานความสคใส"

SUBHEAD "มีเฮ้าส์... จุกรวมความสูงของคนรักบ้าน"

COPY "มีเฮ้าส์สร้างสรรคสีสันและชีวคชีวา เพื่อผสานจินตนาการ คุมสู่ความสุขและความหมายของบ้านที่แท้จริง"

"แ่งเติมความสคใสในสไกล์คันธ์รี ลักษณะรูปทรงและโครงสร้างเรียบง่ายจากสีไม้ธรรมชาติสามารถจิกเข้ากันไค้กับสีหวาน ๆ ของชุกเครื่องนอน"

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

LOGO

ADDRESS

1.2 โฆษณาชิ้นที่ 2 ห้องนั่งเล่นสีชมพูชุดผ้าปูโต๊ะลาย GLORY

เทคนิคและวิธี ใช้ถ่ายภาพสำหรับห้องนั่งเล่นโดยเน้นสไตล์
กันทรวิกรมชาติ

การสร้างภาพและสื่อความหมาย เน้นที่ตัวลายผ้าโดยดึงลายผ้า
ในรูปมาเขียนเป็นส่วนประกอบในค่าน้ำของ
ชิ้นงานโฆษณา เพื่อสื่อความหมายของโฆษณาให้
ชัดเจนนยิ่งขึ้น

ข้อความ

HEAD

SUBHEAD

COPY

"ใส่ความปรารถนา เพิ่มชีวิตที่สีสัน"

"บี๋ เอ้าส์... จุกรวมความสุขของคนรักบ้าน"

"บี๋ เอ้าส์สร้างสรรคสีสันและชีวิตชีวา เพื่อผ้าน
จินตนาการคุณสู่ความสุขและความหมายของบ้าน
ที่แท้จริง""ตกแต่งความอ่อนช้อยงดงามเพิ่มความนุ่มนวล
อ่อนหวานและประณีตด้วยสีสันและลายผ้าหลากสี
ที่สร้างสรรค์สารพันสิ่งของต่าง ๆ ที่เข้าชุกกัน"

LOGO

ADDRESS

1.3 โฆษณาชิ้นที่ 3 ห้องอาหารสีเขียว ชุดผ้าปูโต๊ะลาย COVENTRY

เทคนิคและวิธี ใช้ถ่ายภาพสำหรับห้องอาหารโดยเน้นสไตล์
กันทรวิกรมชาติ

การสร้างภาพและสื่อความหมาย เน้นที่ตัวลายผ้าโดยดึงลายผ้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในรูปแบบ เขียนเป็นส่วนประกอบในคำข้างของ
ชิ้นงานโฆษณา เพื่อสื่อความหมายของโฆษณาให้
ชัดเจนยิ่งขึ้น

ข้อความ

HEAD "พิถีพิถันความงาม เสริมสร้างบรรยากาศ"
SUBHEAD "มีแฮส... จุกรรวมความสุขของคนรักบ้าน"
COPY "มีแฮสสร้างสรรค์สีสันและชีวิตชีวา เพื่อผสาน
จินตนาการคุณสู่ความสุขและความหมายของบ้าน
ที่แท้จริง"
"เพื่อ สหชาติอาหาร อย่างประณีตทุกมื้อสำคัญหรือ
วันที่พิเศษช่วยบรรยากาศที่สดใสจากน้ำพุโต๊ะสี
หวาน และผสมผสานกลมกลืนกับเครื่องใช้บน
โต๊ะอาหาร"

LOGO

ADDRESS

2. โฆษณาลงหนังสือพิมพ์ 1 ชิ้น ขนาด 10 + 15 นิ้ว (ครึ่งหน้าแนวนอน)

- เน้นที่ตัวเครื่องเรือนที่จะนำมาประกอบในสไลด์ เช่น ชุดเครื่องนอน
โคมไฟ
- เซรามิก แจกัน ของประดับตกแต่งบ้าน ฯลฯ

โฆษณาชิ้นที่ 4 ห้องนอนสีชมพูชุดเครื่องนอนลาย COVENTRY

เทคนิคและวิธี ใช้ภาพถ่ายสำหรับห้องนอนโดยเน้นสไลด์ค้นหรือ
ธรรมชาติ

การสร้างภาพและสื่อความหมาย เน้นที่เตียงเครื่องเรือน โดยเฉพาะใน
ช่วงเทศกาลนี้มีเครื่องเรือนอะไรบ้าง โดยใช้วิธีการ
DIECUT ในตัวสินค้า เพื่อสื่อความหมายของ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การสร้างภาพและสื่อความหมาย เน้นที่ตัวเครื่องเรือนโดยเฉพาะว่า
ในช่วงเทศกาลนี้มีเครื่องเรือนอะไร
บ้าง เพื่อสื่อความหมายของโฆษณา
ให้ชัดเจนยิ่งขึ้น

ข้อความ

HEAD

"สัมปัสสรรมชาติใน สโกลบ้านมีเฮ้าส์"

"กันทรียโกล"

COPY

"กลับคืนสู่รูปแบบความงามที่เป็นธรรมชาติอีกครั้ง
พบกับเครื่องเรือนแบบใหม่ ๆ สีไม้โอ๊คในสโกล
สุญม ลวดลายไม้ดอกไม้ป่า และของประดับตกแต่ง
อื่น ๆ อยู่ในขณะนี้ตามสาขาต่าง ๆ"

LOGO

ADDRESS

4. กล่อง 2 ชั้น ดุงกระดาษ 2 ชั้น ขนาดใส่ผ้าปูที่นอนและปลอกหมอน
กล่องขนาด 6.5 + 9 นิ้ว หน้า 1 นิ้ว, 9.5 + 14 นิ้ว หน้า 1.5 นิ้ว
ดุง ขนาด 10 + 14.5 นิ้ว, 14.5 + 17.5 นิ้ว

เทคนิคและวิธี

- กล่องมี 2 สี คือ ชมพูและเขียวส่วนที่เป็นสีเขียว
เป็นตัวกล่องสำหรับใส่ผ้าปูที่นอนและปลอกหมอน
ส่วนสีชมพูเป็นผ้าลายโอริงแลนก์ นำมาหุ้มเป็นที่
สวมตัวกล่องอีกทีหนึ่ง มีโลโก้ประทับที่ก้นตัวกล่อง
ใช้เทคนิคการสกรีน
- ดุงสีเขียว 2 ขนาด มีลายดอกไม้ใช้เทคนิคการเขียน
ถ้วยสีโปสเตอร์ ทึกลงบนดุงอีกชั้นหนึ่ง มีโลโก้ประทับ
ที่ก้นตัวดุง ใช้เทคนิคการสกรีน เจาะตาไก่ใช้เชือก
สีขาวมัดเป็นปมสำหรับเป็นหูหิ้ว

ประโยชน์ใช้สอย สำหรับใส่สินค้าตัวอย่างหรือชุดของขวัญสำหรับ
ช่วงโปรโมทเทศกาลสโตร์กันทร



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบร่างโฆษณาลงในนิตยสาร

Like mother, like daughter

It's not just the clothes she wears, it's the way she looks at the world. It's the way she smiles. It's the way she says "I love you". It's the way she says "I'm proud of you". It's the way she says "I'm here for you".

HOUSE

Other than Butter

It's not just the butter she uses, it's the way she uses it. It's the way she spreads it. It's the way she tastes it. It's the way she says "I love you". It's the way she says "I'm proud of you". It's the way she says "I'm here for you".

A Diet Low-Calorie Snacks

It's not just the snacks she eats, it's the way she eats them. It's the way she chooses them. It's the way she enjoys them. It's the way she says "I love you". It's the way she says "I'm proud of you". It's the way she says "I'm here for you".

งานออกแบบและสร้างสรรค์งานโฆษณาและสื่อประชาสัมพันธ์ของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

สไตลและการจัดวาง

ผสมความอ่อนหวาน ผสานความสดใส



เป็นน้ำในร่างอวภังโกละฮิวฮิว
เพื่อสานจินตนาการคุณสู่ความสุข
และความหมายของวันพิเศษ

บีเข้าส์... จุดรวมความสุขของคนรักบ้าน

แต่เติมความสดใสได้แค่คั้นกรี้ ลึกขณะปรุงทรงและโครงสร้างด้วยจาก
สีไม่ธรรมชาติสามารถเจือกันได้ดีกับสีหวานๆ ของบคุกร์หรือเมลอน

คันทรีสไตล์



16๑/17-21
ขอนแก่นนิคม
พงษ์อินทร์
578 1511
578 1521
578 1531
578 6218

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พิธีพิธีอันความงาม เสริมสร้างบรรยากาศ



ปีมีแสงสว่างไสวและมีชีวิตชีวา
เพื่อผลงานชิ้นดีและการคู่ความสุข
และความหมายของบ้านที่แท้จริง

ปีเข้าสู่...จุดรวมความสุขของคนรักบ้าน

เห็นรสชาติอาหารช่างประณีตทุกเมื่อเสิร์ฟทุกวันพิเศษด้วยบรรยากาศที่
สดใสจากน้ำใต๊ะสีหวานและผสมผสานกลิ่นกันเครื่องใช้บนใต๊ะอาหาร

คันทรีสไตล์



105/1721
ถนนพหลโยธิน 1
พหลโยธิน 10ก.
578-1511
578-1521
578-1531
578-6218

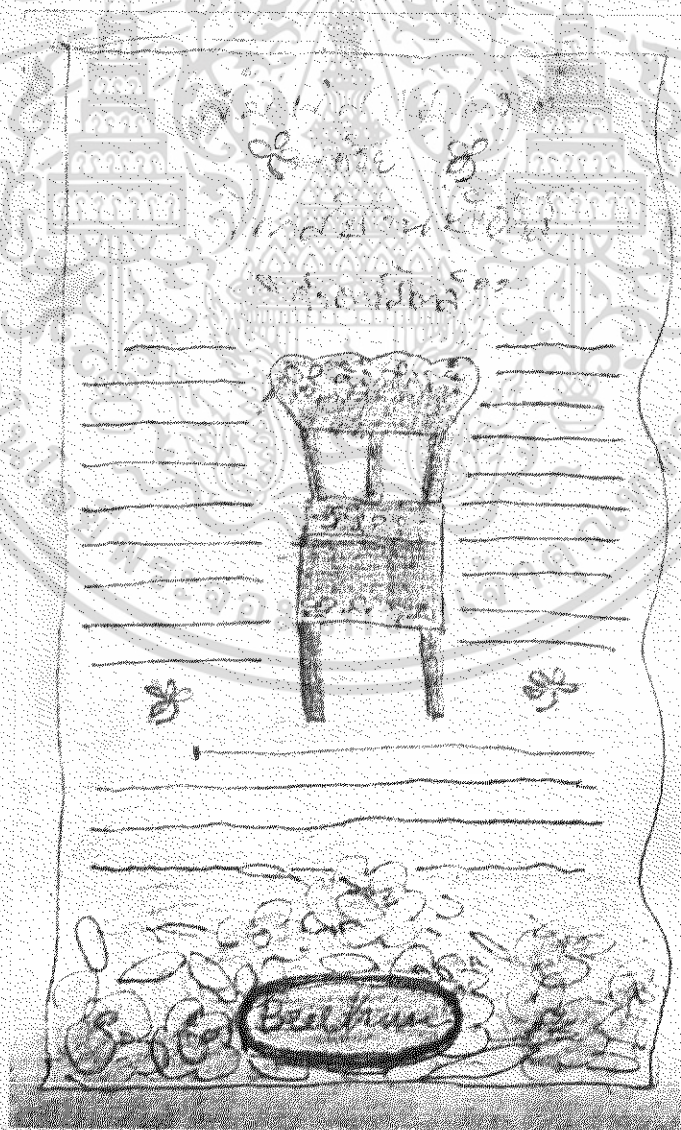
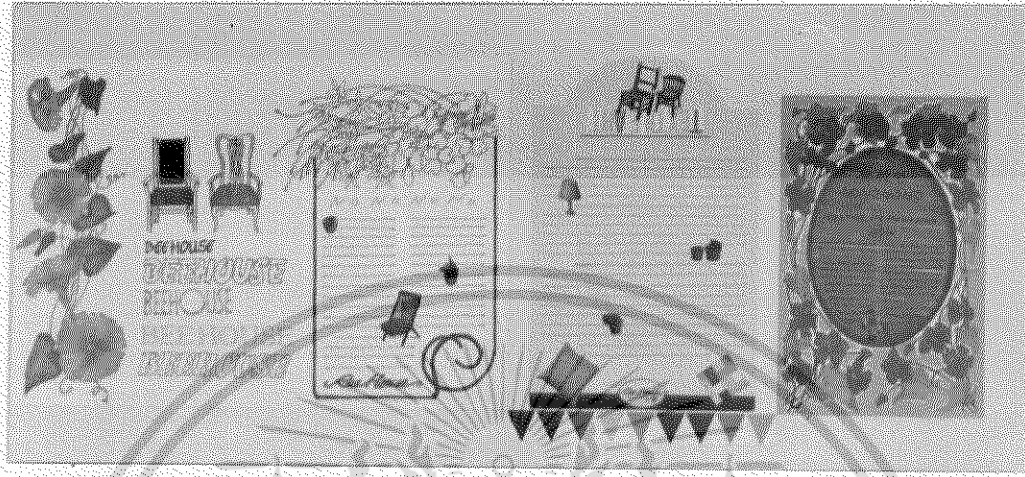
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบร่างโคมไฟลงในหนังสือพิมพ์

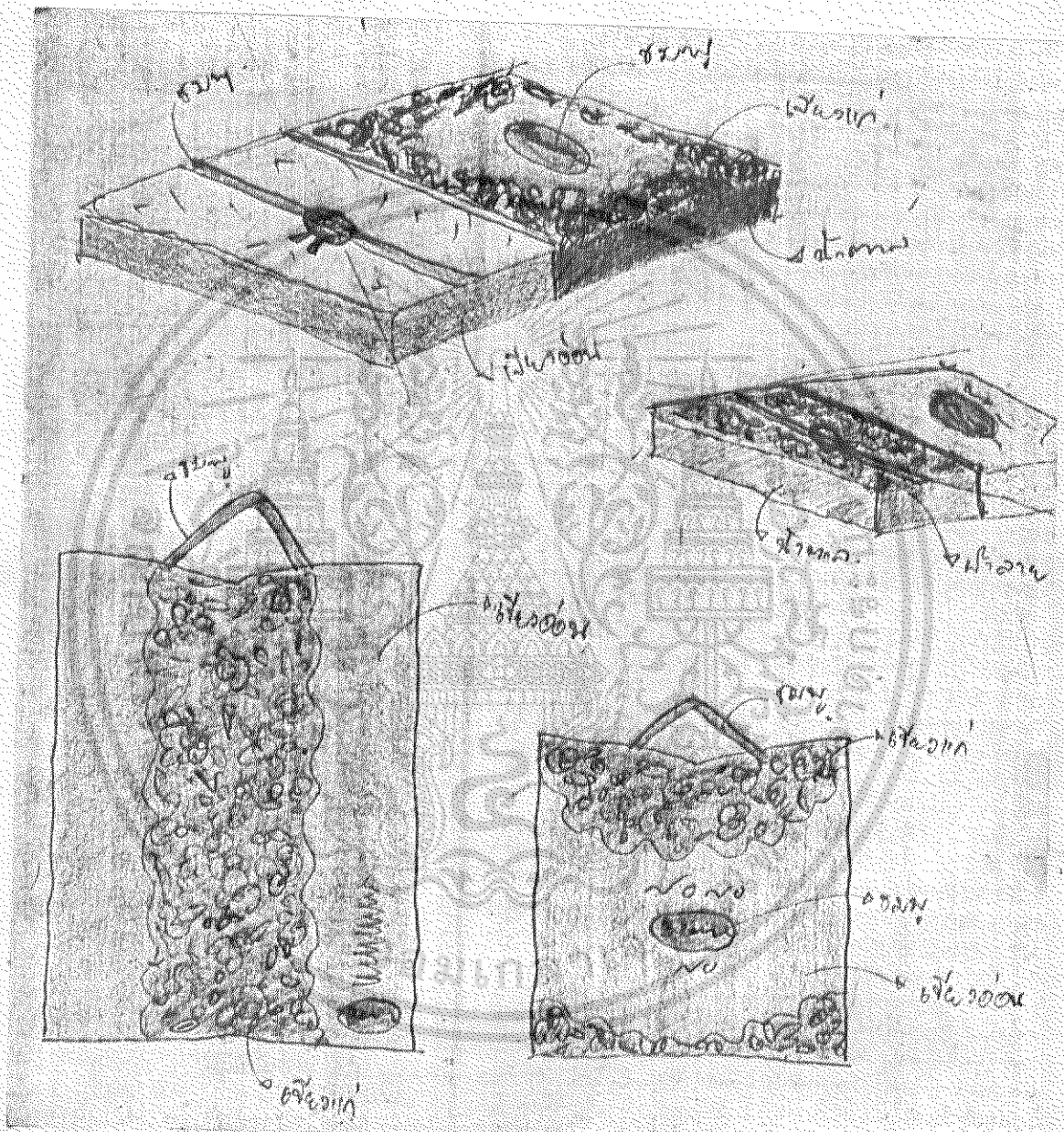


เอกสารนี้เป็นเอกสารสงวนลิขสิทธิ์ของสถาบันวิจัยและพัฒนา โคมไฟดวงไฟนี้เป็นลิขสิทธิ์ของสถาบันวิจัยและพัฒนา โคมไฟดวงไฟนี้เป็นลิขสิทธิ์ของสถาบันวิจัยและพัฒนา โคมไฟดวงไฟนี้เป็นลิขสิทธิ์ของสถาบันวิจัยและพัฒนา

แบบร่างโปสเตอร์เทศกาล



แบบร่างที่หก



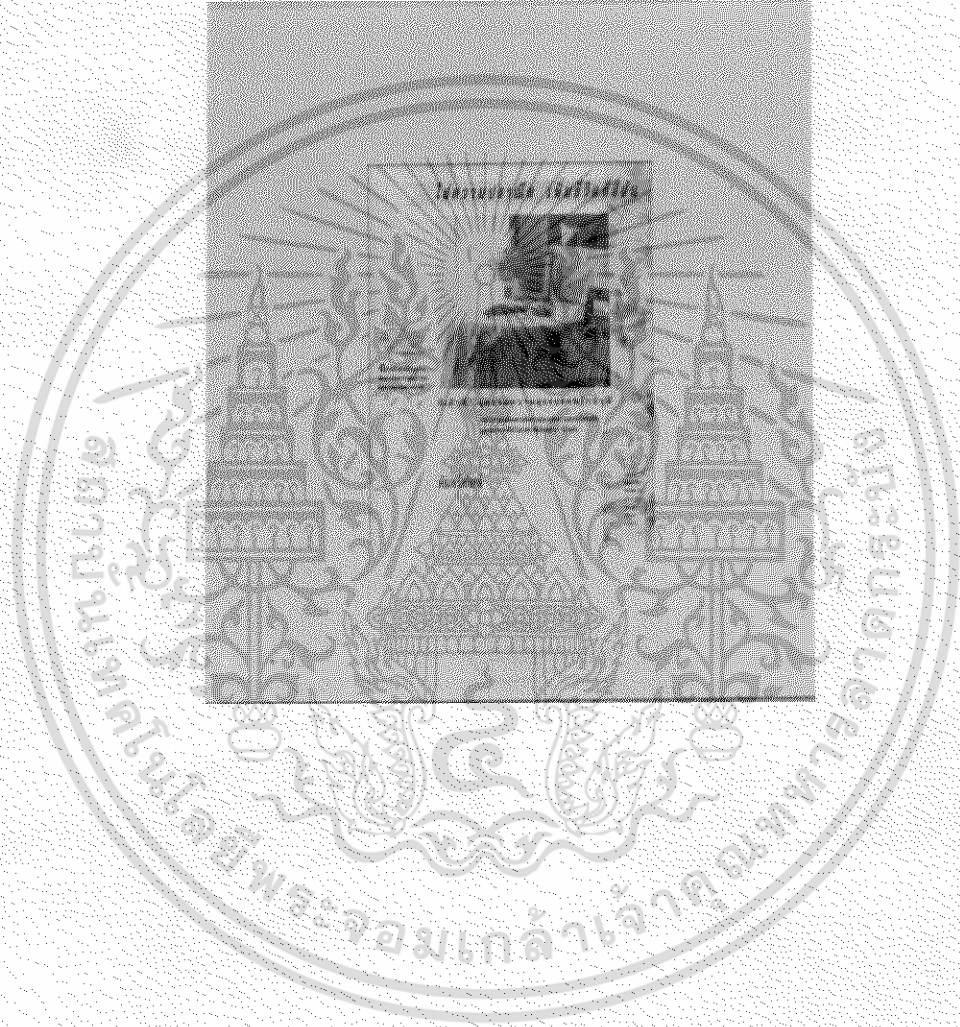


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โฆษณาในวิทยสารจีนที่ ๑



โฆษณาลงในนิตยสารชิ้นที่ 2



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ในนามเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต
โดยไม่ได้รับอนุญาตทางอื่น อีกที่ห้ามมิให้คัดลอกเผยแพร่ และต้องอ้างถึงชื่อของเอกสารหากจะนำเผยแพร่ต่อไป

โคมแดงในนิยายสั้นที่ 3



โคมดวงในหนังสือพิมพ์



งานจริงที่แท้



เจ็ดสายนี้เป็นเอกสารที่ส่งมาไว้สำหรับทางโรงเรียนเพื่อการศึกษา
ในวาระที่ต่างที่สิ้น ซึ่งที่เห็นมีทั้งกระดาษเขียน และซองใส่ซองเงินบ้างแล้วสำหรับทางโรงเรียน

ข้อสรุปและข้อเสนอแนะ

สำหรับการทำโครงการพิเศษนี้ กว่าจะสำเร็จออกมาได้ก็ด้วยดีนั้น บ่อมจะต้องมีอุปสรรคต่าง ๆ ในการทำงาน เกิดขึ้นเสมอ ๆ เพราะฉะนั้นในการทำโครงการพิเศษนี้ ควรที่จะต้องปฏิบัติทุกประสงคที่ทั้งไว้อย่างเคร่งครัด รวมทั้งขั้นตอนในการหาข้อมูลเช่นกัน จะต้องให้ความสำคัญทั้งเหตุและผล เพื่อเป็นพื้นฐานในการทำงานออกมาแบบต่อไป



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้