


volume 18/7 2017/display until august 2017  BrandAge Online  
<http://www.brandage.com/>



# BrandAge

207



## Work Life Balance

คือสิ่งสะท้อนความเป็นตัวตนคนรุ่นใหม่

# Content

**BrandAge Beyond Marketing Strategy**  
ฉบับเดือนกรกฎาคม 2560 ราคา 90 บาท



P.010	<b>Editor's Note</b>
P.016	<b>Biz 2 Buzz</b>
P.032	<b>Brand Party</b>
P.120	<b>Late News</b>
P.126	<b>Marketing Thought</b>
	<b>แบรนด์ไทยๆ</b>
P.026	MK สุกั้หม้อพระดับตำนาน
	<b>Fair Trade</b>
	<b>Cover Story</b>
P.042	NECTEC FAARM Series เอกชนเลือกได้เพื่อทุกคน รวม SDGs

	<b>Onsite</b>
P.044	คอมฟอร์ท น้ำเดียว ตอบโจทย์ Unilever Sustainable Living Plan
P.046	<b>Balance</b> GNH แนวคิดความสุขมวลรวมประชาชาติ ปรัชญาขับเคลื่อนสังคม ประเทศ และโลกสู่ความยั่งยืน
	<b>Route Map</b>
P.048	โดบิลด์ ทริบปี ต้นเหตุ สังคมเรียกร้องครั้งใหญ่ ทุกคนต้องเท่าเทียมกัน
	<b>Next</b>
P.050	AIS D.C. จีทีซอร์สำคัญการเป็นผู้นำด้านดิจิทัล
P.053	Sony & Panasonic ทวงบัลลังก์ TV Premium
P.056	Epson ปีกรงรบ เสริมทัพองค์เจ็ท รุกขาดเลเซอร์
P.058	เมืองไทยประกันชีวิต ก้าวข้ามท่ามากกว่าประกัน
P.060	ไทย-เดนมาร์ก "คิดดี" ทางเลือกคุณแม่ยุคใหม่



**THAILAND'S MOST**  
SOCIAL POWER BRAND **2017**

**INSIGHT OF DIGITAL NATIVES**

	<b>Cover Story</b>		
P.084	Thailand's Most Social Power Brand Insight of Digital Natives	P.107	Nescafé สร้างประสบการณ์ ชม ชง ชิม
P.088	โลกของแบรนด์ โลกของ โซเชียลมีเดีย ความท้าทายที่ต้องเข้าใจ กล้า ตั้งสูรณ กรรมการผู้จัดการบริษัท Iss โซเชียล จำกัด	P.110	FWD Model Digital Asset Management
P.099	ดีแคด Right Time, Right Place, Right Content	P.112	เปปซี่ ปรับหมากกกระดาน สานต่อทุก โซเชียลมีเดีย
P.101	Samsung Mobile จริงใจ เข้าใจ และเข้าถึง	P.114	โคคา-โคลา Lifestyle Engagement
P.104	ฟอร์ด Digital First	P.116	น้ำดื่มสิงห์ สื่อสารตรงใจและตลอดเวลา