

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

โครงการออกแบบสิ่งพิมพ์เพื่อการโฆษณา ลงเท้าผ้าใบคอนเวอร์สเลอร์

โดย

ศิวา จันทรทิษ



รฟ.
ค. 551 ค
๒๕๓๑-๒๕๓๒

เลขหมู่.....
เลขทะเบียน..... 86875
วัน,เดือน,ปี..... 16 ส.ค. 2552

ที่ ar

b. 10842371
i.....

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาคามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต
ภาควิชาศิลปะทัศนศิลป์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ. 2533

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า

โครงการออกแบบสิ่งพิมพ์โฆษณา เพื่อการประชาสัมพันธ์รองเท้าคอนเวิร์ส
(รุ่น ออสการ์ รวมคารา)



.....
หัวหน้าภาควิชาศิลปะ

.....
คณบดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำนำ

รองเท้าผ้าใบ "คอนเวร์สลดสคาร์" เป็นสินค้าที่กำลังมาแรง และเป็นที่น่าสนใจมาก แม้จะมีคู่แข่งที่นำกล้วมากอยู่หลายยี่ห้อ เช่น ไนกี้ รั๊ปบ็อค อะดิดาส แต่เราก็มีจุดยืนที่เด่นชัด ในการที่จะมุ่งเป้าหมายไปที่กลุ่มวัยรุ่น สนับสนุนการออกแบบที่สร้างสรรค์มากมายหลายเฉดเพื่อให้เลือกเปลี่ยนได้อย่างสะดวกตามสไตล์ ก้าวจุดนี้เองที่สร้างความท้าทายให้ข้าพเจ้าอยากทำโฆษณาชิ้นนี้ เพราะนอกจากจะสามารถนำเสนอที่สร้างสรรค์ซึ่งเป็นจุดขายหลักมาเล่นให้เด่นในการโฆษณาแล้ว ยังสามารถแสดงความคิดออกแบบรูปร่างลักษณะของตัวโฆษณา รวมทั้งสื่อได้อย่างอิสระ แปลกใหม่ เราใจได้ เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายกำหนดไว้แล้ว ข้าพเจ้าคิดว่าภาพพจน์ที่ดีของสินค้าที่ใด่มากจากการโฆษณานี้จะทำให้สินค้านี้ดูโดดเด่นเป็นที่ยอมรับ และเป็นผู้นำในตลาดได้ที่สุดในที่สุด



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิตติกรรมประกาศ

โครงการพิเศษ 2 นี้ขึ้นประสบความสำเร็จเรียบร้อยได้ก็เพราะที่
นลง ๆ ชาวนิเทศศิลป์ที่ได้ออกกำลังกายกำลังใจกำลังแรงด้วยก็มาตลอด และขอขอบคุณ
เป็นอย่างสูงสำหรับอาจารย์ภาควิชานิเทศศิลป์ทุกท่านที่ได้อาทรอดความรู้อย่าง
ซาบซึ้งใจจะไม่มีวันลืมเลย

ศิวา จันทรพิณ

รหัส 29-2518



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

บทนำ

บทที่ 1

- ความสำคัญของโครงการ	1
- วัตถุประสงค์ของโครงการ	2
- ขอบเขตของโครงการ	2
- แหล่งข้อมูล	2
- ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	2

บทที่ 2 ข้อมูล

- ประวัติของโรงงเห่าผ้าใบคอนเวอรส์ลอลสตาร์	3
- ข้อมูลผลิตภัณฑ์	3
- ราคาของผลิตภัณฑ์	5
- จุดเด่นของผลิตภัณฑ์	5
- ข้อมูลเพิ่มเติมสำหรับสินค้าประเภทเดียวกัน	5
- จุดขายใหญ่แต่ละชนิดของคู่แข่ง	7
- เปอร์เซ็นต์ส่วนแบ่งทางการตลาดของโรงงเห่าผ้าใบ	7
- กลุ่มเป้าหมาย	7
- วัตถุประสงค์ในการประชาสัมพันธ์	7

บทที่ 3 แนวทางการลดแบบ

- วัตถุประสงค์	8
- แนวทางการลดแบบ	8

บทที่ 4 ขั้นตอนในการทำงาน

- ขั้นตอนในการทำแบบร่าง	11
- ผลงานจริง	17

บรรณานุกรม

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญของโครงการ

ในปัจจุบันโฆษณามีความมีบทบาทในธุรกิจเป็นอย่างมากทั้งนี้เนื่องมาจากวงการธุรกิจได้มีการแข่งขันกันอย่างมากมาย ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจขนาดเล็กหรือขนาดใหญ่ ดังนั้นการโฆษณาจึงเป็นสิ่งจำเป็นในการช่วยสร้างเอกลักษณ์และภาพลักษณ์ของตัวผลิตภัณฑ์หรือการบริการใด ซึ่งจะทำให้ธุรกิจนั้นสามารถเป็นผู้นำในตลาดการค้าได้ในที่สุด แต่ก็ยังมีผลิตภัณฑ์หรือการบริการอีกไม่น้อยที่ยังละเลยหรือขาดการโฆษณาที่ดี ซึ่งส่งผลให้ธุรกิจนั้น ๆ ไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร

ดังนั้นในการทำโครงการพิเศษ 2 ครั้งนี้ ข้าพเจ้าจึงคิดหาโฆษณาขึ้นเนื่องจากงานโฆษณาเป็นงานที่น่าสนใจ นอกจากจะตงมีการออกแบบ ยังจะต้องมีการวางแผนงานโฆษณาการเลือกใช้สื่อต่าง ๆ เพื่อที่จะให้เกิดผลประโยชน์มากที่สุด โดยคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้ลึกลับ

สำหรับผลิตภัณฑ์ที่จะทำโฆษณานี้คือ "รองเท้าผ้าใบคอนเวอรส์กลอสตาร์" ซึ่งปัจจุบันที่ตลาดรองเท้าผ้าใบได้มีการแข่งขันกันเพิ่มมากขึ้น จึงเป็นแรงจูงใจให้ยากที่จะนำเสนอ และอีกประการหนึ่งเป็นงานที่ข้าพเจ้ามั่นใจว่าจะทำได้

วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อเป็นการส่งเสริมการขายและเป็นการกระตุ้นชำเค็อนให้ผูบริโภคไม่ลืมตัวสินค้าและเกิดเพิ่มยอดจำหน่ายให้มากขึ้น เนื่องจากมีคู่แข่งทางการค้าผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกันออกมาหลายยี่ห้อ
2. ตามห้างสรรพสินค้า ณ จุดขายสินค้าถนนเวรส์ ควรที่จะมีโปสเตอร์โฆษณาเพื่อปิดภายในบริเวณจุดขาย เพื่อเป็นการสร้างภาพพจน์ที่ดีของสินค้าในสาขาของลูกค้า

ขอบเขตของโครงการ

- | | |
|---------------------------|--------|
| 1. โฆษณาในนิตยสาร หน้าคู่ | 2 ชั้น |
| 2. โปสเตอร์ขนาด 17" x 24" | 3 ชั้น |
| 3. Bill Board | 1 ชั้น |

แหล่งข้อมูล

1. บริษัท แหตติคมารเก็ตติ้ง จำกัด
2. นิตยสารอูแซง
3. นิตยสารมีเดีย โฟกัส

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. สามารถสร้างยอดจำหน่ายให้เพิ่มขึ้น
2. สามารถสร้างภาพพจน์ที่ดีต่อลูกค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

ข้อมูล

ประวัติของรองเท้าผ้าใบคอนเวอร์สคอสตาร์ด

รองเท้าผ้าใบ คอนเวอร์ส คอสตาร์ด ถูกรังสรรค์โดยนักวิ่งที่มีจุดเริ่มต้นมาจาก ชัค เทเลอร์ นักบาสเกตบอลของประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นผู้ริเริ่มคิดที่จะผลิต รองเท้าสำหรับการเล่นบาสเกตบอล จึงได้ทำรองเท้าผ้าใบคอนเวอร์สขึ้นมา รองเท้าผ้าใบคอนเวอร์สจึงได้เริ่มต้นมาจากรองเท้าที่ใช้เล่นบาสเกตบอลจนกระทั่งปัจจุบัน รองเท้าคอนเวอร์สได้มีการผลิตรองเท้ากีฬาเพื่อเล่นกีฬารชนิดต่าง ๆ ออกมามากมาย

ข้อมูลผลิตภัณฑ์

รองเท้าผ้าใบคอนเวอร์ส มี 2 แบบ คือ แบบหุ้มข้อ และแบบไม่หุ้มข้อ ซึ่งมีทั้งแบบสำหรับเด็กและผู้ใหญ่ มีดังนี้

แบบหุ้มข้อ

- 1. CONS ERX 150 HI ราคา 2,200 บาท
- 2. CONS ERX 300 HI ราคา 2,900 บาท
- 3. ALL STRA H ราคา 450 บาท
- 4. ALL STRA NEE HI
- 5. ALL STRA CLASSIC

แบบไม่หุ้มข้อ

- 1. WAVE PLUS ราคา 2,850 บาท
- 2. ALL STAR LOW ราคา 400 บาท
- 3. JACK PURCELL ราคา 350 บาท
- 4. SKID GRIP ราคา 290 บาท
- 5. BANGKOK MARATHON ราคา 350 บาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6.	PHALTON 11	5707	550	บาท
7.	ROYAL MARATHON	"	300	"
8.	GAZELLE	"	400	"
9.	CIRKUS	"	480	"
10.	COMMODORE	"	650	"
11.	CONVERTER	"	700	"
12.	PROCOUNT JUNIOR	"	240	"
13.	ECONOMY CHEERING LOWCUT	"	500	"
14.	STUNT STAR 11 LOWCUT	"	550	"
15.	STUNT STAR 11 MIDCUT	"	600	"
16.	SPECIAL MAKE MIDCUT	"	650	"
17.	MITAR INFANT	"	200	"
18.	LITTLE STAR INFANT	"	180	"
19.	DAREDAVIL INFANT	"	200	"
20.	GENE 11 INFANT	"	180	"
21.	MICRO INFANT MIDCUT	"	240	"
22.	MITAR 11	"	260	"
23.	SST YOUTH	"	290	"

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบของเล็กมี 2 ชนิด คือแบบหุ้มข้อและไม่หุ้มข้อ ซึ่งมีลวดลายต่าง ๆ มากมาย ซึ่งแต่ละแบบจะมีลักษณะที่แตกต่างกันออกไปแล้วแต่โอกาสในการสวมใส่ ซึ่งส่วนใหญ่ลวดลายของผ้าใบจะเป็นการดู เน้นเรื่องสีสรรเป็นอย่างมาก

ราคาของผลิตภัณฑ์รองเท้าผ้าใบคอนเวอร์ส รันกลอสตาร์

ราคาของผลิตภัณฑ์แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ ผลิตในประเทศญี่ปุ่น ราคา 400 - 450 บาท ผลิตในอเมริกา ราคา 740 - 780 บาท

จุดเด่นของผลิตภัณฑ์

สินค้าคอนเวอร์สเข้าสู่ตลาดเมื่อกลางปี 2528 โดยใช้การแข่งขันกีฬา โอลิมปิกเป็นจุดเริ่มต้นสร้างชื่อเสียงให้กับตัวสินค้าและรันกลอสตาร์ เป็นรุ่นที่มีชื่อเสียงที่สุดของคอนเวอร์ส ซึ่งเนื้สีสรรสำหรับวัยรุ่นเห็นโคชัดโดยมีสีเค็บ 20 สีและเป็นผ้าใบที่ใช้ถึง 7 ชนิดใน 1 คู่

ข้อมูลเพิ่มเติม เค็มสำหรับสินค้าประเภทเดียวกัน

คู่แข่งที่มีสินค้าครบทุกประเภทเหมือนสินค้าคอนเวอร์ส คือ ไนกี้ โดยมีสินค้าประเภท จอกกิ้ง เทนนิส บาสเกตบอล สินค้าไนกี้เป็นคู่แข่งโดยตรงมาตลอด รวมทั้งยังมีสินค้าของอะดิดาส รั๊ปค และพูมาด้วย

สำหรับค่ายบจากรันกลอสตาร์รุ่นใหม่ ชื่อมิลาโน ส่วนแพนออกเรซิงซูส์ สำหรับนักขี่รถ โดยมีเป้าหมายที่วัยรุ่นเช่นกัน ส่วนตลาดของค้ายาวจวนั้นเจาะตลาดกลุ่มคนทุกเพศทุกวัย จึงได้ลกลมาหลายยี่ห้อเพื่อแยกส่วนแบ่งในตลาดให้เด่นชัด เช่น นอร์ธสตาร์ ทาวเวอร์ ซันเบลคัมเบอร์ และ แซนคัก โดยนอร์ธสตาร์เน้นรองเท้าหุ้มสวชชนิดลาลอง ซึ่งในปัจจุบันนอร์ธสตาร์มีรุ่น "MISS SNEAKER" เป็นรองเท้าผ้าใบแฟชั่นสำหรับผู้หญิง ซึ่งเป็นการฉีกแนวของบจาทที่เจาะรองเท้าผ้าใบเป็นที่ที่หรือสำหรับนักเรียน จึงปล่อยสินคารุ่นมิลาโนออกมาเป็นรองเทาลาลองหลายแบบเน้นแฟชั่นแต่ไม่ใช่ผ้าใบ ใส่ได้ทั้งผู้หญิงผู้ชาย เขาตลาดราคาตัวคือ 199-299 บาท

อีกตัวหนึ่งคือ ทาวเวอร์ ซึ่งเป็นยี่ห้ออินเทล เจาะตลาดรองเท้าผ้าใบกีฬา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โดยมีจุดเด่นที่กรรมวิธีทางเคมีป้องกันไม่ให้ผักที่เรียกเจริญเติบโตในโรงเพาะมาเป็นจุดขาย
มีวางขายอยู่แล้วเงียบ ๆ และเริ่มลดโฆษณาการตลาดโดยใช้สโลแกนว่า "กันเชื้อรา
ปลอดภัยกลับ" รวมทั้งโปรโมทด้วยการจัดแข่งขันवलเลขบลดซึ่งบอกว่าจะจัดตลอด ๆ กัน
ไปทุกปีด้วย

ทางด้านแผนหลังจากลดต้นทุนใหม่ ๆ เจาะเข้าตลาดอังกฤษก็ทำแพชั่น เทียว
ก็เริ่มผลิตรองเท้า เรซิ่งชูส์ พื้นเป็นยางหุ้มยาวถึงส้นช่วยป้องกันไม่ให้รองเท้าถูกขูดขีด
ขณะขับรถ รองเท้าลักษณะนี้ยังไม่มีใครผลิต ตลาดจึงยังแสบอยู่มากแต่พยายามสร้างภาพ
พจน์ให้คนเห็นถึงความจำเป็น ราคาถูกลง 480 บาท

นอกจากสินค้าในค้ายใหญ่ดังกล่าวแล้ว ยังมีสินค้าระดับชาวบ้านที่หำกันเอง
ไม่มีขี้นลดลงมาด้นมาก ขายราคาถูกเจาะกลุ่มวัยรุ่นเช่นกัน มีสีส้นสะกดตา ซึ่งทำให้ตลาด
นี้ดูก็กัก ปีนีตลาดรองเท้าผ้าใบมีแนวโน้มดีขึ้น เพราะหลายค่ายพยายามบุกตลาดมากที่สุด
นอกจากจะมีการโฆษณาแฉแฉแฉแล้ว ก็จะมุ่งเข้ารวมการจ้ดรายการเดินแฟชั่นร่วมกับสื่อ
ภาพิติตบางส่วน และบางแห่งที่มีสินค้าครบถวียงเช่น ชูคักฟ้า เช่นซองแพน

นอกจากนี้ด้านการกระจายสินค้า เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของห้างสรรพสินค้า
หรือบริษัทห้างสาธาตุนเองก็ช่วยขยายตลาดได้มากขึ้น ถ้าชบายามีสาขาลงเกือบ 111 ร้าน
ทั่วประเทศ วางเช่าร้านรองเท้า 104 ร้านในลักษณะเลเยนต์ และวางตามร้านค้าทั่วไป
อีกประมาณ 13,000 ร้าน รวมทั้งมีแนวโน้มที่จะบุกตลาดในศูนย์การค้า

ทางด้านแผน แลคทีฟ ชาเจลร ลิตทาส และอื่น่อลื่น ๆ ยังคงใช้ระบบเดิม
คือผ่านซ้บ้าและทีมเซลลยกลงคนเอง เขาตามร้านกีฬาและห้างสรรพสินค้าทั่วไป

สำหรับตลาดรองเท้าผ้าใบในช่วงชวบปีที่ผ่านมามีก็กักเฉพาะถนปีเพราะมี
หน้าใหม่ ๆ ลงสนาม เช่น ชาเจลร โอลิมปิก กอนเวกเรส รวมวงประกอภกับเป็นช่วง
ไกลเปิดเทอม จากนั้นก็เงียบลง เนื่องจากเศรษฐกิจไม่ดี จนปลายปีตลาดก็เริ่มซบ้บดีขึ้น

แพนเป็นยี่ห้อหน้าในตลาดระดับราคาถนช่วงถูก เพราะเขาตลาดมานานและ
โหมโฆษณาหนัก ส่วนลิตทาสและไนก็เป็ยี่ห้อหน้าในระดับราคาถนช่วงแพง

จุดขายใหญ่แต่ละชนิดของคู่แข่ง

ไนกี้	เน้นจุดขายที่รองเท้าจอกกิ้ง
อาดิดาส	เน้นจุดขายที่กีฬาฟุตบอล และในปัจจุบันเริ่มจับจุดขายที่รองเท้าจอกกิ้ง
รีบค	เน้นจุดขายที่รองเท้าเคนแควโรบิค รองเท้าเทนนิส และรองเท้าบาสเกตบอล

เปอร์เซ็นต์ส่วนแบ่งทางการตลาดของรองเท้าผ้าใบ

ไนกี้	28%
รีบค	13%
อาดิดาส	8%
คอนเวอร์ส	8%
พูมา	6%

กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายเจาะกลุ่ม ถึง อายุตั้งแต่ 14-20 ปี

วัตถุประสงค์ในการประชาสัมพันธ์

1. ต้องการให้ผู้บริโภคที่มีทัศนวิสัยที่ดีต่อผลิตภัณฑ์
2. ต้องการให้ผู้บริโภคมีแนวทางในการเลือกซื้อสินค้า
3. ต้องการให้ผลิตภัณฑ์มีภาพพจน์ที่ดีและมั่นคงในสายตาของลูกค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

แนวทางการออกแบบ

หลังจากได้อ่านทฤษฎีต่าง ๆ ทั้งแต่ข้อมูลของตัวผลิตภัณฑ์ ข้อมูลกลุ่มเป้าหมาย ข้อมูลงานด้านการตลาดออกจนการตัดสินใจวางแผนเลือกใช้สื่อโฆษณาประเภทต่าง ๆ แล้วก็ได้ประมวลข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์ค้นหาแนวทางการออกแบบเพื่อให้บรรลุถึงวัตถุประสงค์ของการโฆษณาคือไป

เมื่อวิเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ แล้ว ก็สามารถกำหนดรูปแบบและแนวทางในการออกแบบได้ดังนี้คือ

1. โฆษณาในนิตยสารหน้าคู่ 2 ชิ้น

วัตถุประสงค์

เพื่อให้ผู้บริหาร โภคมีแนวทางในการเลือกซื้อสินค้าและเพื่อเป็นการกระตุ้นย้ำเตือนมิให้ลืมผลิตภัณฑ์ และที่สำคัญเพื่อจุดมุ่งหมายในการเพิ่มยอดขายสินค้าให้มากขึ้น

แนวทางการออกแบบ

ใช้สีสรรของรองเท้า โดยจะนำสีสรรต่าง ๆ มาเล่นในการออกแบบ และนำรองเท้าที่มีสีสรรต่าง ๆ ของรุ่นออกสตาร์มาจัดวางเป็นรูปร่างของคนให้เกิดความแปลกตาและความน่าสนใจ โดยใช้เส้นสีต่าง ๆ แทนแขนหรือขา โดยจะให้เกิดความเคลื่อนไหว และความสะใจ เพราะตัวสินค้าคอนเวอส์เกดก็เก๋เกี้ยวกันเป็นจุดยืนของความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่เป็นวัยรุ่นว่าต้องการความสะใจ มีความเป็นของตัวเอง การที่หาโฆษณาออกมาแบบนี้ก็เพื่อให้เกิดความแปลกใหม่ดึงดูดความสนใจของคุณดู และในขณะที่เดียวกันก็ช่วยส่งเสริมความเป็นตัวของตัวเอง รวมทั้งเอกลักษณ์ของผู้ที่สวมคลุมเวอส์ให้มากยิ่งขึ้น

สำหรับรูปแบบการจัดวาง จะใช้ลักษณะที่เรียบง่าย พื้นหลังเป็นสีขาวเพื่อให้ตัวสินค้ามีความโดดเด่นและน่าสนใจ ดูทันสมัยมากขึ้น และสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายหลัก ดังนั้นข้อความโฆษณาจึงมีไม่มากนัก เพราะตัวของสินค้าผู้บริหาร โภคคลนช่างจะรู้จักกันดีอยู่แล้ว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จึงไม่จำเป็นต้องมีรายละเอียดของสินค้ามากนัก

ขอความโฆษณาใช้คำว่า "สะใจไปกับสีสรร" เพื่อที่จะเน้นให้ผู้บริโภค
รับรู้เรื่องสีที่มีหลากหลาย และสอดคล้องกับรูปแบบการโฆษณา

นิตยสารที่จะนำลงโฆษณา

1. เปรียว
2. แพรว
3. ลิมเมจ
4. นิตยสารวัยรุ่นอื่น ๆ

2. โปสเตอร์ ขนาด 17" 24" จำนวน 3 ชิ้น

วัตถุประสงค์

เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ที่มีภาพจันทน์ที่ตีและสร้างความเชื่อมั่นในสินค้าด้านคุณภาพใน
สายตาของลูกค้า และเป็นการดึงดูดใจลูกค้าเกิดความสนใจมากยิ่งขึ้น

แนวทางการออกแบบ

ลักษณะการออกแบบโฆษณานี้ เน้นรูปแบบที่ทันสมัย เพื่อสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย
และมีการจัดวางในลักษณะเดียวกันทั้ง 3 ชิ้น เพื่อสร้างเอกลักษณ์ให้ผู้บริโภคจำได้
มีความแปลกใหม่ โดยใช้สีสรรของรงเทาโดยฉนำสีต่าง ๆ มาเล่นในการออกแบบ และ
นำร่องเท้าที่มีสีสรรต่าง ๆ ของรุ่นลวดสคาร์มาวางเป็นรูปร่างคน โดยใช้เส้นสีมาแทนขา
และแขน ให้เกิดความเคลื่อนไหวและความสะใจ เพราะจุดสินค้าคอนเวิร์สเเองก็แพชั่น
กันเป็นจุดขึ้นของความถ่วงการของลุ่มเป้าหมาย เป็นวัยรุ่นที่ชอบความสะใจ เป็นตัว
ของตัวเเอง จึงนำเสนอลักษณะนี้ให้ถึงความแปลกใหม่ และดึงดูดความสนใจให้ได้

รูปแบบการจัดวาง

ใช้ลักษณะเดียวกับที่โฆษณาในนิตยสาร การจัดวางที่เรียบง่าย พื้นหลังสีขาว
เพื่อให้ตัวสินค้าดูโดดเด่น ทันสมัย ขอความโฆษณาในโปสเตอร์ไม่มีมากนัก เพราะตัวสินค้า
เป็นที่รู้จักกันดีอยู่แล้ว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อความในโฆษณาใช้คำว่า "สะใจไปกับสี่สรร" เพื่อให้สอดคล้องกับ
รูปแบบของ โปสเตอร์

สถานที่ติดตั้ง

ณ จุดขายตามห้างสรรพสินค้า และร้านค้าทั่วไป ทั้งในกรุงเทพฯ และต่าง
จังหวัด

3. บิลบอร์ด ขนาด 15 27 เมตร 1 ชั้น

วัตถุประสงค์

เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีภาพพจน์ที่ดี เชื่อมโยงในสินค้าว่ามีคุณภาพ มีความมุ่งมั่นใน
สาขาของลูกกวาด และ เพื่อเป็นการกระตุ้นและย้ำเตือนมิให้ผู้บริโภคลืมผลิตภัณฑ์นี้

แนวทางในการออกแบบ

จะเน้นเรื่องสี่สรรและความหลากหลายของร่องเทารุ่นกลดสตาร์ เพื่อให้
ผู้บริโภคเกิดความสนใจและสะดวกในการเลือกสี่สรร เป็นลักษณะของคอนเวอส์ชั่นที่มี
มีให้เลือกถึง 20 สี รูปแบบของงานจะใช้ร่องเทามาเรียงเป็นรูปร่างคลื่นโดยใช้เส้นสี
แดงมาแทนแชนและซา เพื่อความแปลกใหม่สอดผู้พบเห็น

รูปแบบการจัดวาง

ใช้ลักษณะการจัดวางที่เรียบง่าย พื้นหลังสีขาว เพื่อให้ตัวสินค้าเด่นชัด ดู
โปร่งสบายตาและทันสมัย ข้อความโฆษณามีไม่มากนัก เพราะตัวสินค้าเป็นที่รู้จักกันดีอยู่แล้ว
ข้อความที่ใช้ในการ โฆษณา "สะใจไปกับสี่สรร" เพื่อให้สอดคล้องกับรูป
แบบชั่งบิลบอร์ด

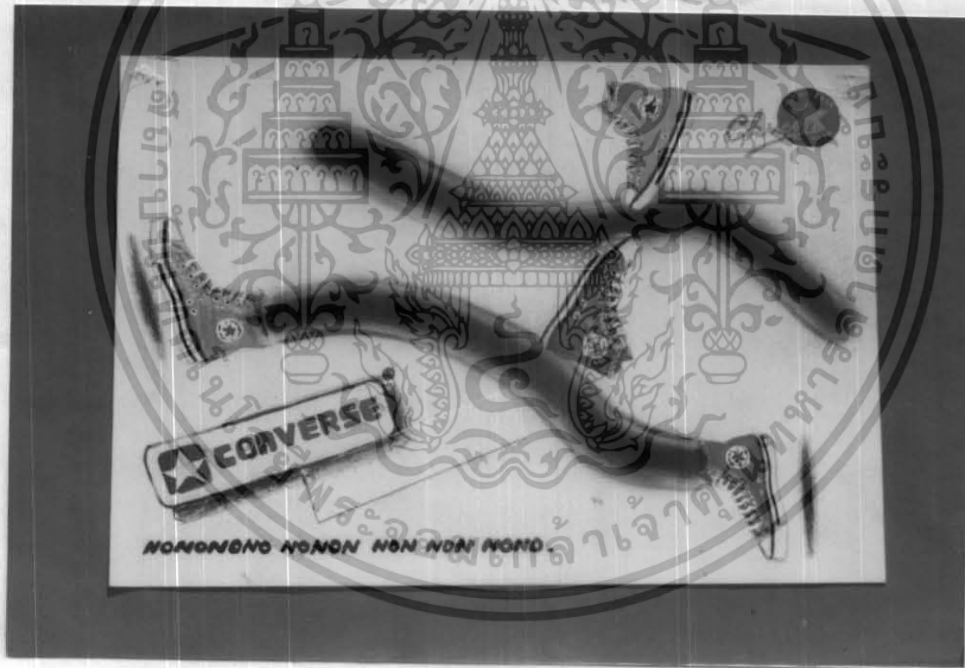
สถานที่ติดตั้ง

ตามศูนย์การค้า ถนนย่านจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สีแยกศูนย์การค้าสยาม
มาบุญครอง

บทที่ 4

ขั้นตอนในการทำแบบร่าง

โฆษณาชนิดยสาร 1



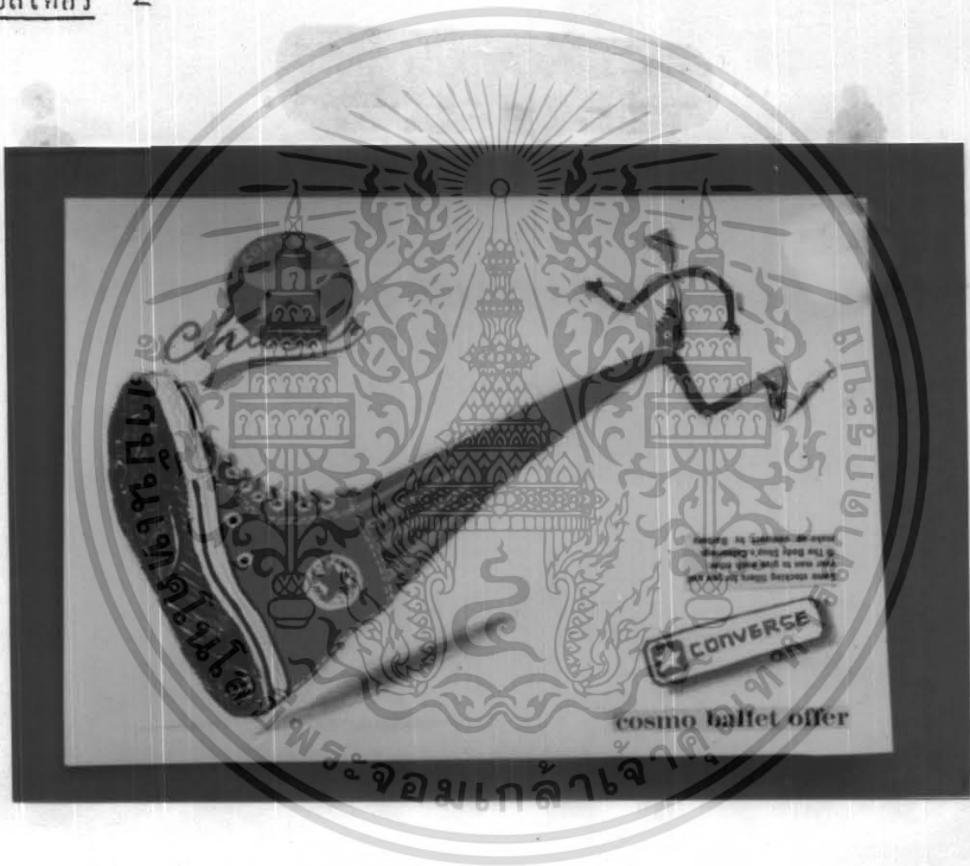
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โปสเตอร์ 1



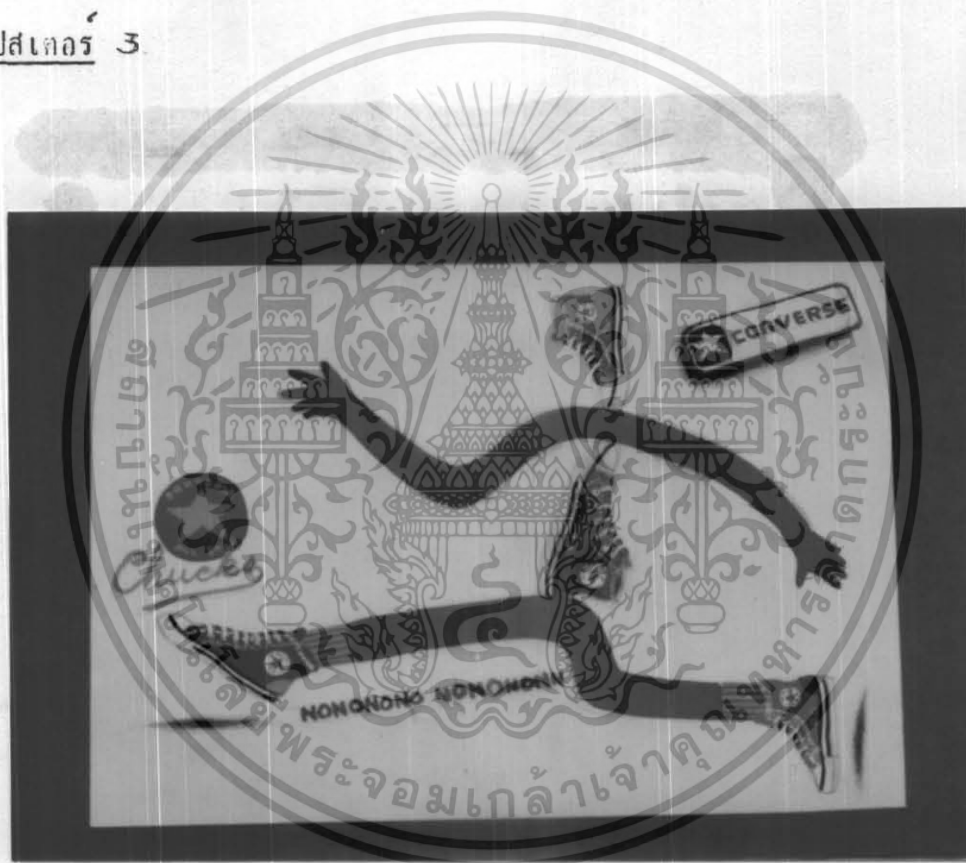
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โปสเตอร์ 2



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โปสเตอร์ 3



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Bill Board



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

ผลงานจริง

หลังจากได้ทำออกแบบร่างจนได้แบบที่แน่นอนแล้วก็ได้ลงมือทำงานจริง โดยพยายามค้นหาเทคนิคต่าง ๆ เพื่อให้ผลงานออกมาได้ใกล้เคียงกับแบบร่างมากที่สุด รวมทั้งให้ใกล้เคียงกับงานที่พิมพ์จริงมากที่สุดด้วย

โฆษณาในนิตยสาร จำนวน 2 ชิ้น

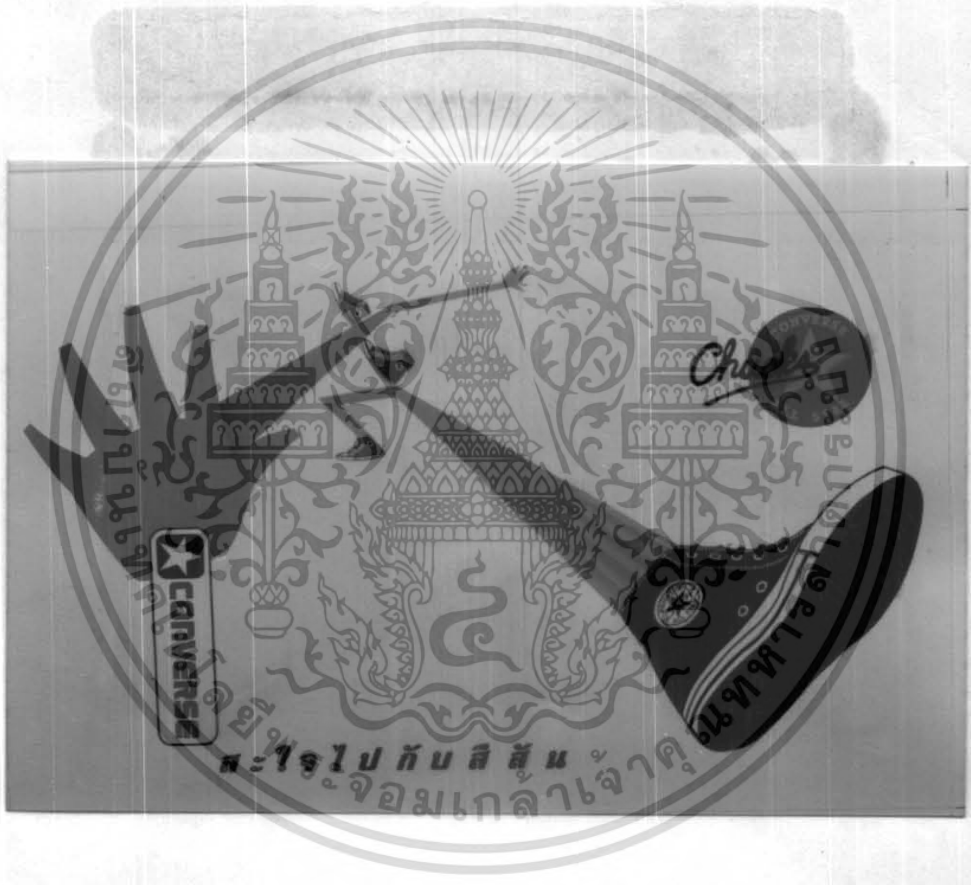
ชิ้นที่ 1



86875

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชั้นที่ 2



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โปสเตอร์จำนวน 3 ชิ้น

โปสเตอร์ 1



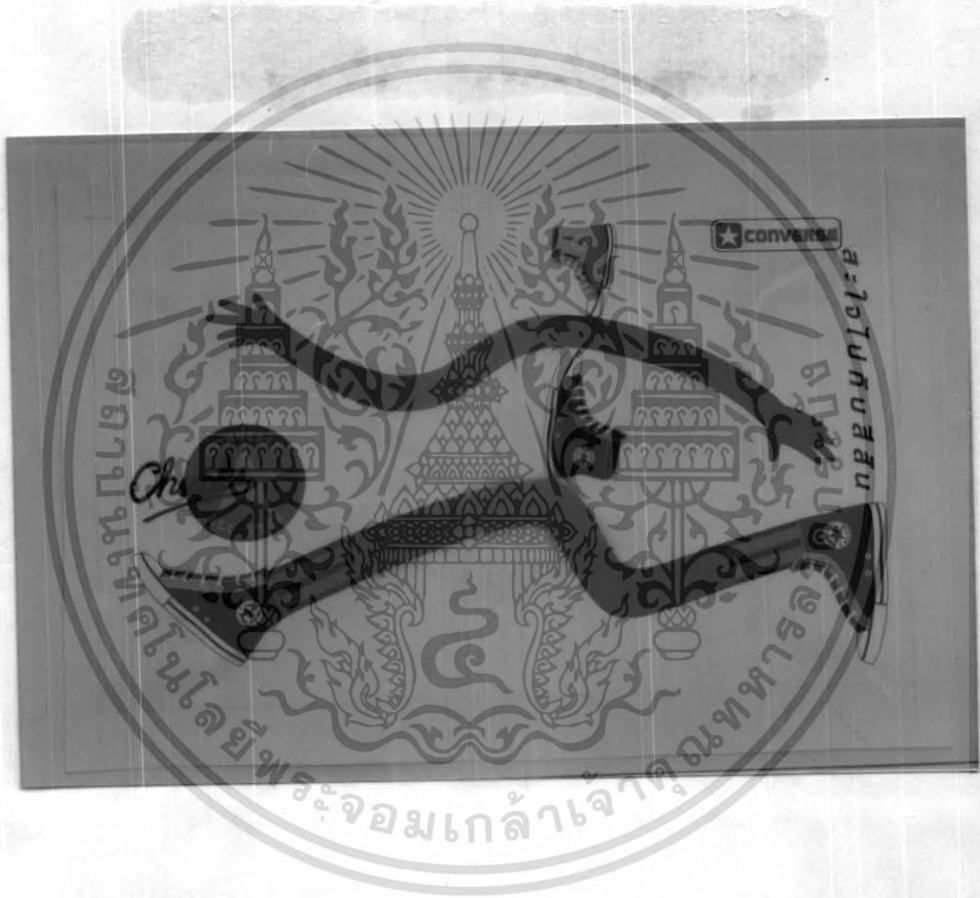
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โปสเตอร์ 2



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โปสเตอร์ 3



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Bill Board



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

หนังสือคู่แข่ง. ฉบับวันศุกร์ที่ 9 กันยายน 2532.

หนังสือมีเคียวไฟก๊ส. ฉบับวันพุธที่ 15 สิงหาคม 2532.

บริษัท เทคติกมาร์เก็ตติ้ง จำกัด



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้