

Contents

Sub Division 10:2009 - Super Tools

12 From the Editor



01

Introduction

18 Super Tools

The Value of Synergy



18

02

Persuasive Marketing Tools Branding & Packaging Strategy

28 Law of Branding

เครื่องมือสร้าง “สัญลัญะ” ในใจผู้บริโภค

Case Study

40 HomePro สร้างแบรนด์บนฐานความรู้ลึก

44 Packaging

Marketing Tool for Competitive Advantage

Opinion

48 สักกฉัฐ ศิวะบวง How to Build Brand Identity

51 ชัยรัตน์ อัครวงกูร Total Identity

54 เป็ดโลก Packaging

Case Study

63 Kleenex Customize กลุ่มผู้ใช้ด้วย Packaging

66 S&P Bakery's Identity



28



40



48



51

03

Co-operative Marketing Tools Co-Marketing Strategy

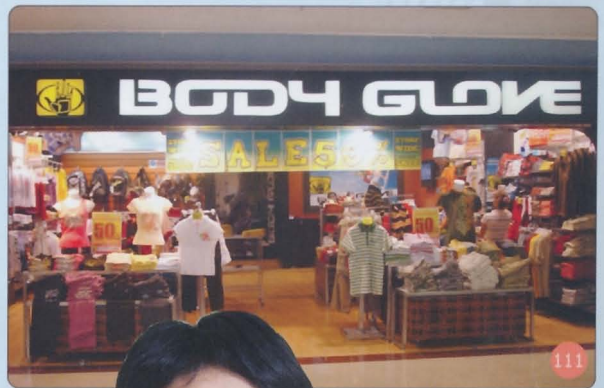
- 68 **Co-Marketing**
Deep Partnership + Deep Marketing
Case Study
- 69 **เมืองไทยประกันชีวิต - ทรู แฟนเทเชีย**
Strategic Alliance Partner
- 72 **AIS Win-Win Situation**
- 75 **dtac Tag Team Marketing**
- 78 **P&G - Google**
แลกเปลี่ยน "พนักงาน" สร้าง "Innovation Changer"
- 81 **ซิลวาเนีย - สกพัตชน**
Quality Product + Distribution Synergy



04

Business Crisis Management Tools Crisis Management Strategy

- 84 **Crisis Management** When Crisis Hits U
- 86 **Crisis Management** วิกฤตในทุกระดับของสังคม
- 95 **Issue Management & Crisis Communication**
จากแนวทางสู่การปฏิบัติ
Case Study
- 105 **Marsh & McLennan Companies**
การแก้ Corporate Crisis บริษัทจากเหตุการณ์ 9/11
- 108 **บ้านไร่กาแฟ** Quiet Crisis
- 111 **บอดีโกลว** "พนักงาน" ร่วมใจ แก้ไข "วิกฤต"
- 114 **Thai Rung** ฝ่าวิกฤตสู่ World Class



05

Stakeholders Engagement Tools Cocktails Trio Strategy

- 118 **Cocktails Trio** IRM + CSR + CRM
- 121 **Investor Relationship Management**
อาวุธลับบริษัทมหาชน



Case Study

125 SCG 3 เครื่องมือสร้าง Relationship + Goodwill

128 Central Customer First

Biz Strategy Review

133 Trio Tools in Mobile Biz Mix & Match Strategy

137 Bank ยุค Customer Centric
CRM สู่ตระหนักรู้ลูกค้า

Case Study

140 KBank 3 สัมพันธลูกค้า

143 สแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด Relationship Networking

146 ธุรกิจประกันชีวิต The Power of Three

150 เมืองไทยประกันชีวิต สัมผัสแบรนด์ด้วย CRM

06

Social Responsibility Tools CSR-SE Strategy

154 CSR

166 ศส.ดร.วรากรณ์ สามโกเศศ
“Social Enterprise เป็นทางเลือกที่ 3
ระหว่างทุนนิยม และสังคมนิยม”

171 CSR Branding The New Paradigm & Consumer Trend

Case Study

180 CAT สร้าง Brand Equity ผ่านกิจกรรม CSR

183 ปตท. มุ่งสู่ CSR Role Model

186 Toyota สิ่งแวดล้อม + สังคม + เศรษฐกิจ

189 ธนาคารกรุงไทย CSER เสริมสร้างทุนทางปัญญา

192 East Water Customize the People

195 Index

198 Last Page



Credit

Sub Division 10:2009 - Super Tools

ชื่อหนังสือ Super Tools ชื่อชุด BrandAge Essential ISBN 978-616-90225-8-9
 ผู้ริเริ่มเรียง กองบรรณาธิการนิตยสาร BrandAge Essential
 พิมพ์ครั้งแรก พฤศจิกายน 2552 ราคา 180 บาท

บรรณาธิการอำนวยการ พิชัย ศิริจันทน์
 บรรณาธิการบริหาร อรรถการ สัตยพานิชย์, สมบุญ รุจิขจร บรรณาธิการฝ่ายภาพ ณรงค์ อินจรงใจ

กองบรรณาธิการนิตยสาร BrandAge Essential ยุทธิพงษ์ จิว, นิสา ดิษขุเจริญ
 ออกแบบปก เกวัญ จารุรัตนาภรณ์ รูปเล่ม เอกชัย สุขมหา
 ช่างภาพ วิจักขณ์ สุขเจริญ, เฉษฎา กนกโชติกุล, ไพบุลย์ วาจา, ยงยุทธ ปู่กระสิงห์
 พิสูจน์อักษร สุพัตรา โพธิ์ประชุม, อภิรัตน์ โภคณิชาติ ประสานงาน ปาริสุทธิ์ เอี่ยมพัฒน:สุพงษ์,
 วิลาวัลย์ ศรีตรา Contributor อัจฉราวดี กาโม

ส่วนธุรกิจ
 กรรมการผู้จัดการ ธนเดช กุลปิตวัน ผู้จัดการฝ่ายขาย / การตลาด จินตนา คงวัฒนานนท์
 ฝ่ายขาย / การตลาด ทัศนัญดา จันทร์รัตน์, พิษณุ อุฒสินต์, ภัคภิญญา ชิว:โอสถ, นุชนารถ สุปการ

สมาชิกสัมพันธ์ / จัดจำหน่าย
 บริษัท ไทยคุณ-แบรนด์เอง จำกัด 128/410 อาคารพญาไทพลาซ่า ชั้น 37 ถนนพญาไท แขวงทุ่งพญาไท
 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400 โทร 0-2129-3857-8 แฟกซ์ 0-2129-3856

แยกสี คลาสสิก สแกน พิมพ์ เลิฟ แอนด์ ลีฟ โทร 0-2540-5201-4 แฟกซ์ 0-2540-5200
 ผู้พิมพ์ผู้โฆษณา พิชัย ศิริจันทน์

บริษัท ไทยคุณ-แบรนด์เอง จำกัด
 BrandAge Extension 128/410 อาคารพญาไทพลาซ่า ชั้น 37 ถนนพญาไท แขวงทุ่งพญาไท
 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400 โทร 0-2129-3861-3 (อัตโนมัติ)
 แฟกซ์ 0-2129-3861-3 ต่อ 411 e-mail brand_extension@hotmail.com
 website http://brandageessential.hi5.com

เลขหมู่ 698.827
 ข 822
 2552
 เลขทะเบียน 20338
 วันที่ 25 ก.ค. 2560
 116877