

MARKETING and DESIGN

Branding



การสร้างแบรนด์

Branding

TOPIC HIGHLIGHTS

- What is branding?
- The importance of branding
- Techniques and important steps in branding
- Branding process
- 5 steps to create a brand identity
- SWOT Analysis

PERSONAL
BRANDING

What is branding?

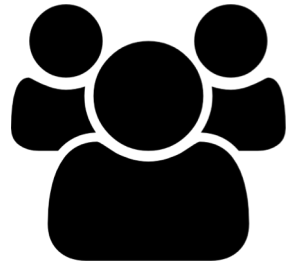


BUSINESS BRANDING

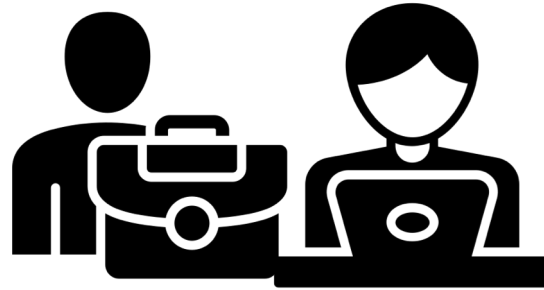
การสร้างแบรนด์
ส่วนบุคคล



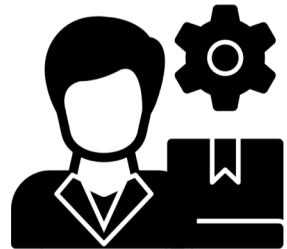
ทำไมต้องสร้าง Personal Brand



**GENERAL
PEOPLE**



**ENTREPRENEURS AND
FREELANCERS**



**BUSINESS
OWNER**



INFLUENCERS

The importance of building a Personal Brand



บ่งบอกถึงชื่อเสียงที่ดี Indicates Good Reputation

เพราะคนส่วนใหญ่มั่นใจมากขึ้นเมื่อพวกเขาเห็นว่า คุณสามารถทำอะไรได้บ้าง เมื่อพวกเขาตระหนักถึงความสามารถของคุณพวกเขาจะรู้สึกสบายใจในการปล่อยให้ผู้จัดการกับสิ่งที่คุณต้องการ

สร้างการติดต่อให้เกิดขึ้น Establishes Contacts

จะทำให้เกิดการเริ่มต้นการเชื่อมต่อกับผู้คน (ที่อาจจะมีความเชี่ยวชาญพิเศษ) ที่สนใจได้ เพราะความน่าเชื่อถือของคุณจะช่วยให้คุณมีตัวตนทางออนไลน์ และอาจจะเกิดการปรากฏตัวต่อสาธารณะมากขึ้น



พัฒนาความน่าเชื่อถือ Develops Trustworthiness

ในฐานะผู้ริเริ่มและมีทักษะในด้านพิเศษของคุณ ในทำนองเดียวกันคุณจะได้รับการยอมรับในด้านความเชี่ยวชาญของคุณ คุณกำลังสร้างความประทับใจไปตลอดชีวิตและนำเสนอความเป็นเอกลักษณ์ของคุณ สุดท้ายคุณจะรู้ว่าการยอมรับนับถือและความน่าเชื่อถือนั้นผสมผสานกับ Personal Brand คุณ

The importance of building a Personal Brand



ได้มาซึ่งความมั่นใจ Attain Confidence

ความกล้าแสดงออกที่คุณจะมีจะมาจากจุดเริ่มต้น และความสามารถในเชิงบวกของคุณที่คุณสามารถแบ่งปันกับคนทั่วไปได้ คุณกำลังเพิ่มความมั่นใจในตัวเองเมื่อคุณรู้ว่าคุณมีสิ่งที่มีค่าที่จะนำเสนอ การสร้างแบรนด์ส่วนบุคคลที่ทำอย่างดีจะเน้นจุดแข็งของคุณและให้ทิศทางว่าจะนำไปใช้ที่ใด

การรักษาความถูกต้องที่เป็นของเรา Securing Legitimacy

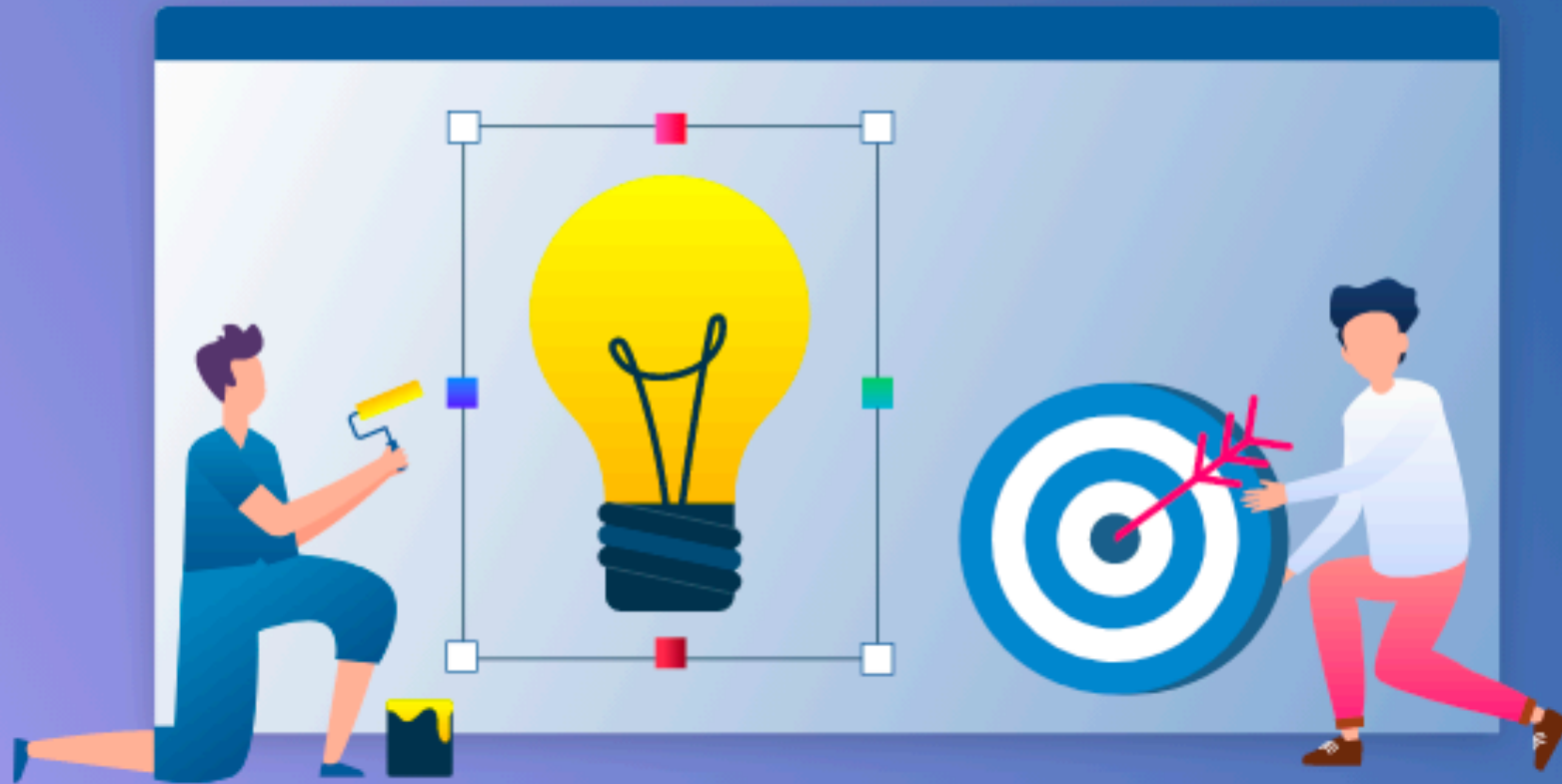
การสร้างแบรนด์ทำให้คุณทำสิ่งต่างๆให้ถูกต้อง ซึ่งจะช่วยให้คุณทำสิ่งต่างๆในชีวิตให้สำเร็จได้โดยไม่มียาก คุณสามารถโฟกัสกับงานของคุณได้มากขึ้น โดยเน้นที่คุณภาพ ในขณะที่เดียวกันคุณจะได้รับประโยชน์จากความสามารถที่ทำให้คุณสมหวัง





BUSINESS

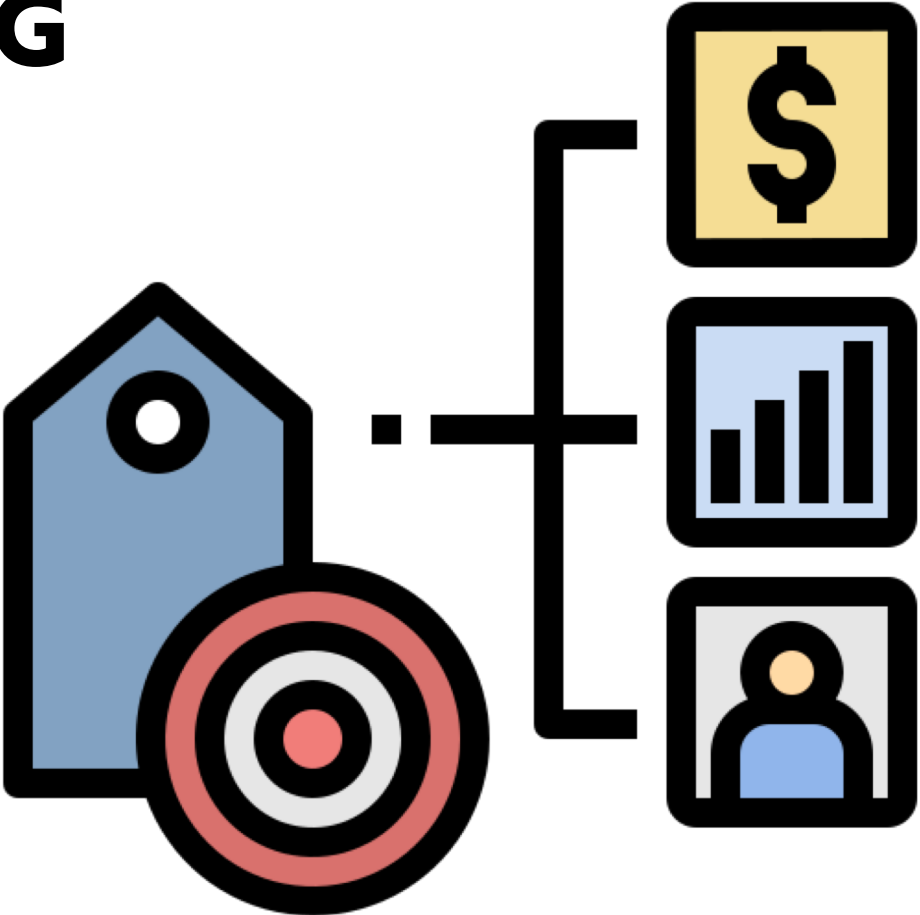
BRANDING





**BRAND
AWARENESS**

BRANDING GOALS



THE IMPORTANCE OF BRANDING

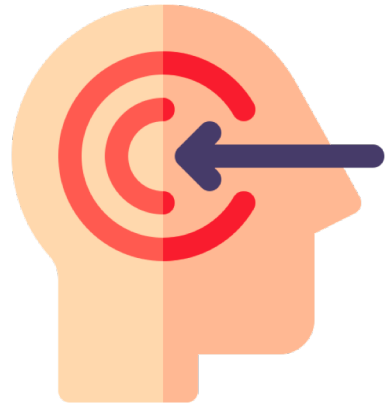
Why Branding is Important to Your Company?



Why is **Branding Important** for Business?



**PSYCHOLOGY
TECHNIQUES**



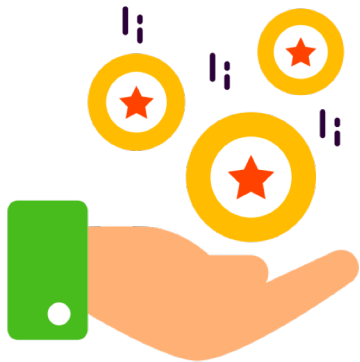
PERCEPTION



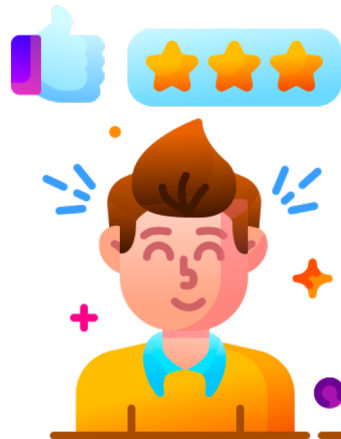
**KNOW MORE ABOUT
THE BUSINESS**



TRUST



LOYALTY



SATISFIED



**EASIER ADVERTISING
STRATEGY**



**PSYCHOLOGY
TECHNIQUES**



PERCEPTION



**KNOW MORE ABOUT
THE BUSINESS**



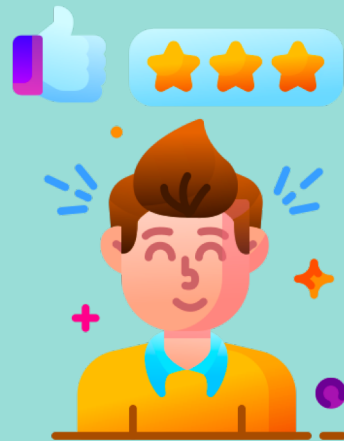
TRUST



LOYALTY



**EASIER ADVERTISING
STRATEGY**



SATISFIED



Techniques and important steps in branding

Your brand is the heart and soul of your company and is responsible for influencing the audience's perceptions. Drive supporters to your organisation in the end Building a brand is more than just selecting the perfect logo or name; it is the result of a number of interconnected factors.

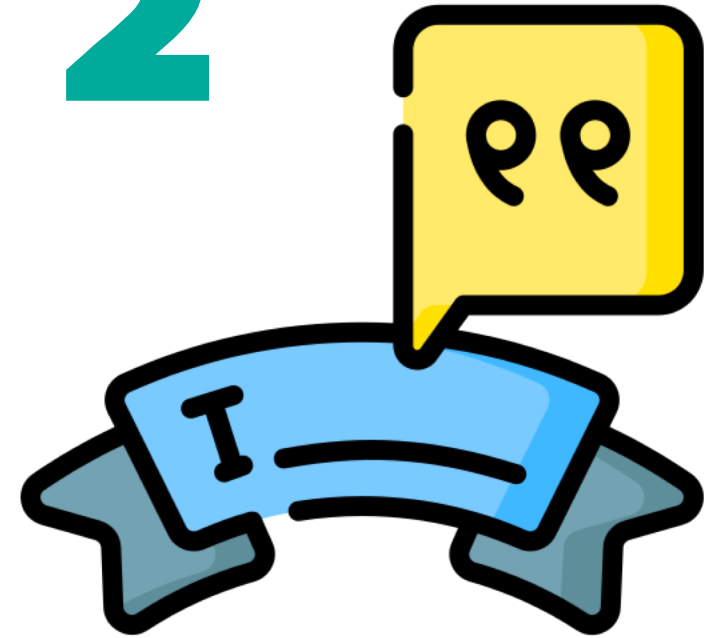
10 KEY TECHNIQUES



Decide on a brand name

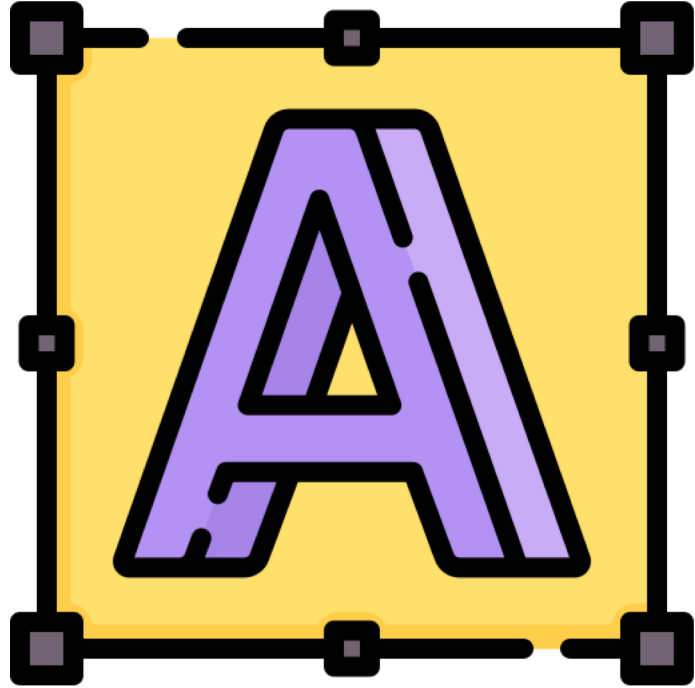
1

2



Choose a catchy slogan

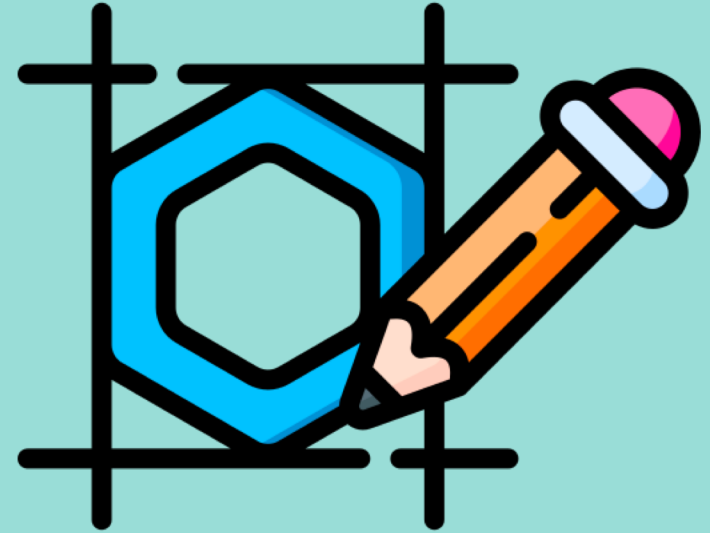
10 KEY TECHNIQUES



Thinking about brand design

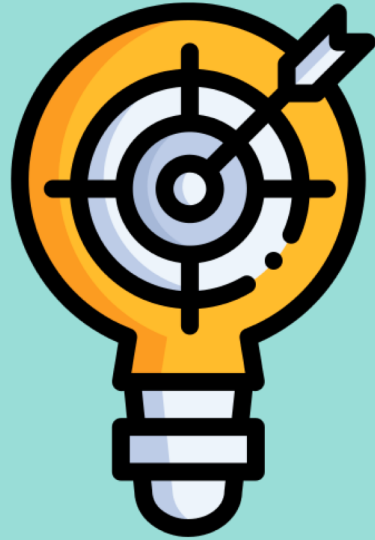
3

4



Create a unique brand logo.

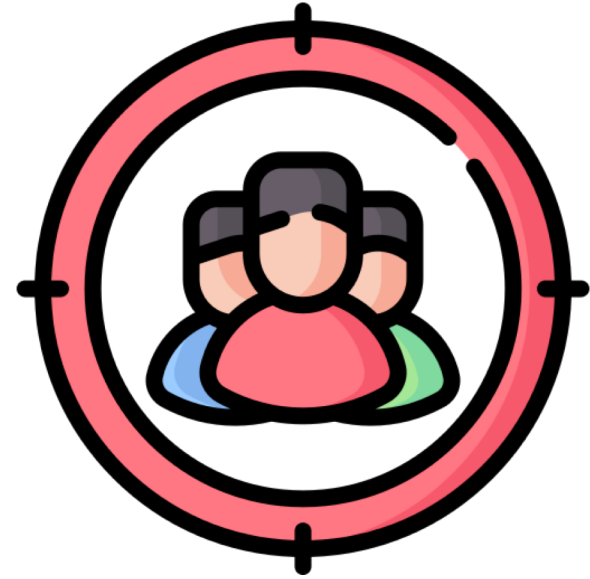
10 KEY TECHNIQUES



Define brand definition

5

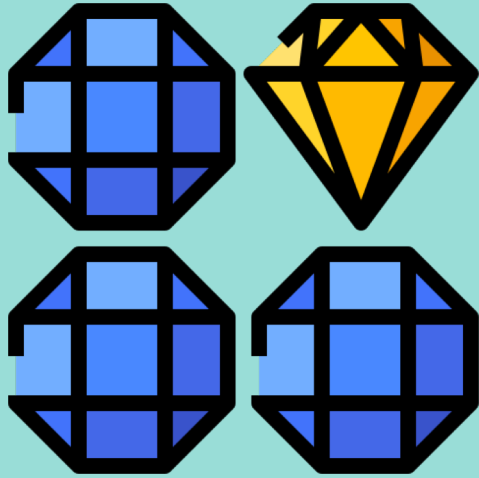
6



Define your target audience and research competitors

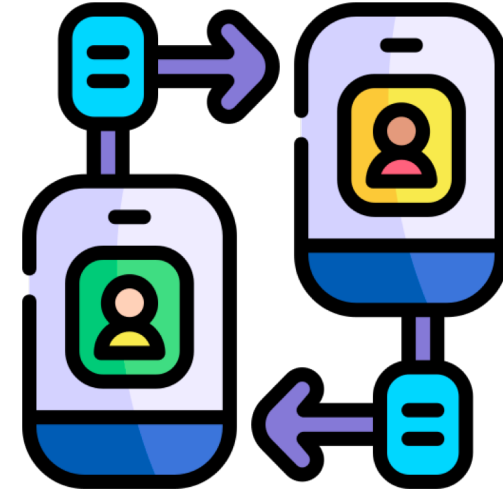
10 KEY TECHNIQUES

7



Make a difference and brand positioning

8



Share your brand story

10 KEY TECHNIQUES



Customize brand

10



Check the status of the brand

9

BRANDING PROCESS

BRANDING PROCESS

1. BRAND MISSION
กำหนดพันธกิจ

2. รู้จักลูกค้า ออกแบบ
กลุ่มเป้าหมาย

3. สร้างสิ่งที่ทำให้
แตกต่างจากคู่แข่ง

6. งานดีไซน์

5. ศึกษาออกแบบโลโก้

4. BRAND PERSONALITY
ออกแบบบุคลิกของแบรนด์



BRAND MISSION

During the formative period It is very important for us to know that “Why did our business arise?” Because if we have a solid core, then the growth will have a clear direction and meet the requirements of what we really want to be.



To maintain the peace and security of the world



Create value, add value
to every business and society



workpoint

Produce work with social responsibility



Delivering good health and happiness
to customers with quality and
delicious food, along with excellent
service at a reasonable price.



2

Know your customers, design your target audience

PERSONA

Buyer persona
Jhon!

ABOUT
Age: 25
Work: Designer
Status: Single
Location: West

PERSONALITY
week: [bar] strong
extrovert: [bar] introvert
thinker: [bar] feelers
judgers: [bar] perceivers

Goals
Lorem ipsum
Lorem ipsum
Lorem ipsum

BIO
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

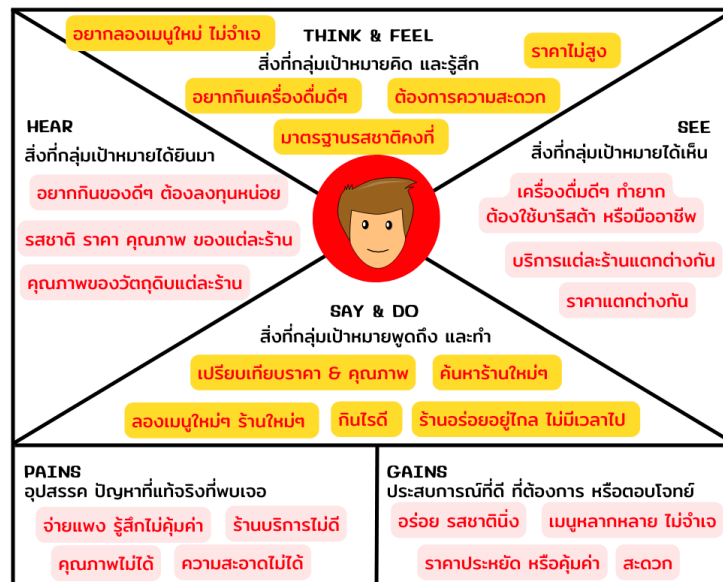
DISC PROFILE

PRUSTATIONS
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Interest
Games (50%)
Music (30%)
Watch (20%)

message like

Empathy Map





3

**Create something that
sets you apart from your competitors**

- **Excitement** - Exciting, fun, confident, challenging, alert, focusing on the new generation who want to go out and live (Pepsi, Honda, Sprite)
- **Sincerity** - caring, sincere, honest, such as service and insurance business (Thai Life Insurance)
- **Sophistication** - complex, luxurious, luxurious, such as cosmetics or brand names (Mercedes, L'Oreal)
- **Competence** - smart, superior, advanced, such as IT products or smartphones (Apple, Microsoft)
- **Ruggedness** - durable, hardy, courageous, such as buildings Mechanical (Ford, Wrangler, Reebox)

Brand Personality

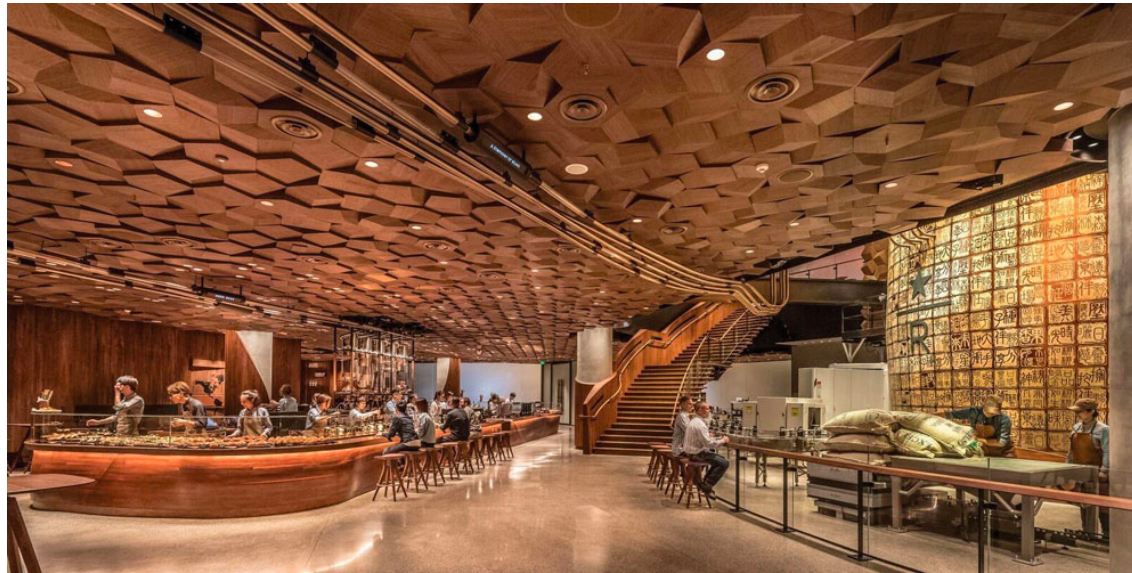


5

**study
logo
design**

Supreme

SAMSUNG



6

Design

5 STEPS TO CREATE A BRAND IDENTITY

1

Study audiences, competitors, and brand strengths

- **Audience** (รู้จักผู้ชม)
- **Value Proposition & Competition** (รู้คุณค่าหรือจุดแข็งของแบรนด์ และรู้จักคู่แข่ง)
- **Mission** (มีพันธกิจและวิสัยทัศน์ที่ชัดเจน)
- **Personality** (บุคลิกภาพของแบรนด์)
- **การวิเคราะห์ SWOT**

S

W

O

T

วิเคราะห์
SWOT

The difference between Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats is...

SW

STRENGTHS AND WEAKNESSES

Caused by internal factors of the business that we can control

OT

OPPORTUNITIES AND THREATS

It is an external factor, meaning that we cannot control those events.

SWOT ANALYSIS OF

Coca-Cola

STRENGTHS

- Brand value \$ 77, 839 billion
- World's largest beverage company
- Strong marketing and advertising
- Most extensive beverage distribution channel
- Customer loyalty

OPPORTUNITIES

- Growth in beverage consumption
- Increasing bottle water demand
- Reduced price of production material
- Increasing demand for healthy food and beverage

WEAKNESSES

- Reliance in carbonated drinks
- Lack of diversification
- Negative publicity
- High debt level due to acquisitions
- Brand failures or many brands with insignificant amount of revenues

THREATS

- Changing user demand for competitor drinks
- Increased competition in carbonate drink industry
- Local brands in different countries
- Water scarcity
- Legal requirements to disclose negative information on product labels



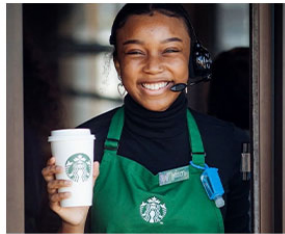
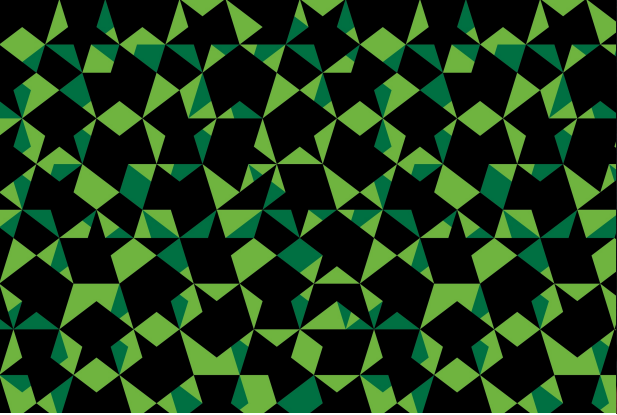
2

Design logos and business templates



"Design is creating a quiet brand ambassador for your brand."

Paul Rand



**SPRINT
PLAYLIST**

Our latest listens for your spring sprint.

**SNKRS
SUNDAY**

NIKE AIR MAX UPTEMPO 97
AVAILABLE SUNDAY ONLY

NIKE + RUN CLUB

**RUN
LOS ANGELES**

THE CULTURAL CITY TOUR
There's only one way up – together.
Conquer the climb this Sunday.

NIKE+ RUN CLUB

**ONLY
SUNDAY**

KOBE MARCH MADNESS
ONLY IN THE NIKE+ APP

**RECORDS
PLAYLIST**

No nonsense jams for smashing times
and laying down records.

NRC

JUST DO IT
SUNDAY

**PLAYLIST
UPDATES**

Colour & Type

Templates



CONSISTENCY



CONTENT ●

● BRAND

LOWER
BRAND
VOLUME

MEDIUM
BRAND
VOLUME

HIGHER
BRAND
VOLUME



Priyanka Chopra - Vog...
pinterest.com



Ariana Grande Covers...
fashionista.com



June 2019 Issue Of Br...
vogue.co.uk



Eva Herzigova, Vogue ...
famousfix.com



Kim Kardashian West'...
vogue.com



Photos: Margot Robbi...
vogue.com



Covers The March Iss...
vogue.co.uk



Anushka Sharma - Vo...
pinterest.com



Taylor Marie Hill Mana



Covers The April Issue



All the April 2019 Ma



Deenika Padukone or



Hailev Rieber Cover th



Colorism in High Fash



Rianne Van Romnaev



Teen Vogue Cover Gal

FLEXIBILITY

3

Communications you will use to connect with audiences will be through advertisements and on social media



Connection & Emotion



เมืองไทย
ประกันชีวิต
MUANG THAI LIFE ASSURANCE

Advertise

Advertising, whether traditional or digital, It is the most effective way to introduce your brand to the world. It is a way to make a brand's message, identity, or positioning be seen and heard by the target audience.



Coca-Cola ✓
Food/Beverages

Like Follow Message

Timeline About Photos Likes Videos

92m people like this
Jason Forker Ruoff and 27 other friends

Invite friends to like this Page

ABOUT

Welcome to the happiest Facebook page on, um, Facebook.

<http://coca-cola.com/>

VISITOR POSTS

Post Photo / Video

Write something...

Post

Coca-Cola
2 hrs · 🌐

It's hard to beat the forecast. #Colacast

FRI SAT SUN MON TUE

Create Page

- Recent
- 2015
- 2014
- Founded

Sponsored



Jimmy John's
online.jimmyjohns.com
Relax, we've got dinner covered. Order online at jimmyjohns.com

Social Media

4

KNOW WHAT TO AVOID

Don't imitate your competitors. Your competitors are selling the same products or services.



ZARA and G2000 are both clothing brands but have a clear brand identity that makes them stand out in their own right.

- ZARA focuses on outstanding fashion.
- The G2000 focuses on formality and reliability.

การบ้าน

วิเคราะห์ SWOT (กลุ่ม)

- จับกลุ่มมี 4 กลุ่ม วิเคราะห์ SWOT ของธุรกิจอะไรก็ได้
 - กลุ่มละ 6 คน 3 กลุ่ม
 - กลุ่มละ 5 คน 1 กลุ่ม