

คอยตุงแบรนดส์

ตัวตน คุณค่า การเพิ่มค่า และการทำลาย





แบรนด์ คือ การตีตราแสดงความเป็นเจ้าของ

แบรนด์ คือ / สร้างโดย **โลโก้**

brandbeing™

© 2013 ALL RIGHTS RESERVED

No. 775,194.

PATENTED NOV. 15, 1904.

K. O. GILLETTE.
RAZOR.

APPLICATION FILED DEC. 3, 1901.

NO MODEL.

แบรนด์ คือ การแสดงความเป็น เจ้าของลิขสิทธิ์
แบรนด์สร้างโดย

เครื่องหมายการค้า

brandbeing™

© 2013 ALL RIGHTS RESERVED



แบรนด์ คือ คุณภาพมาตรฐานการผลิต

แบรนด์ คือ / สร้างโดย **ตัวสินค้า**

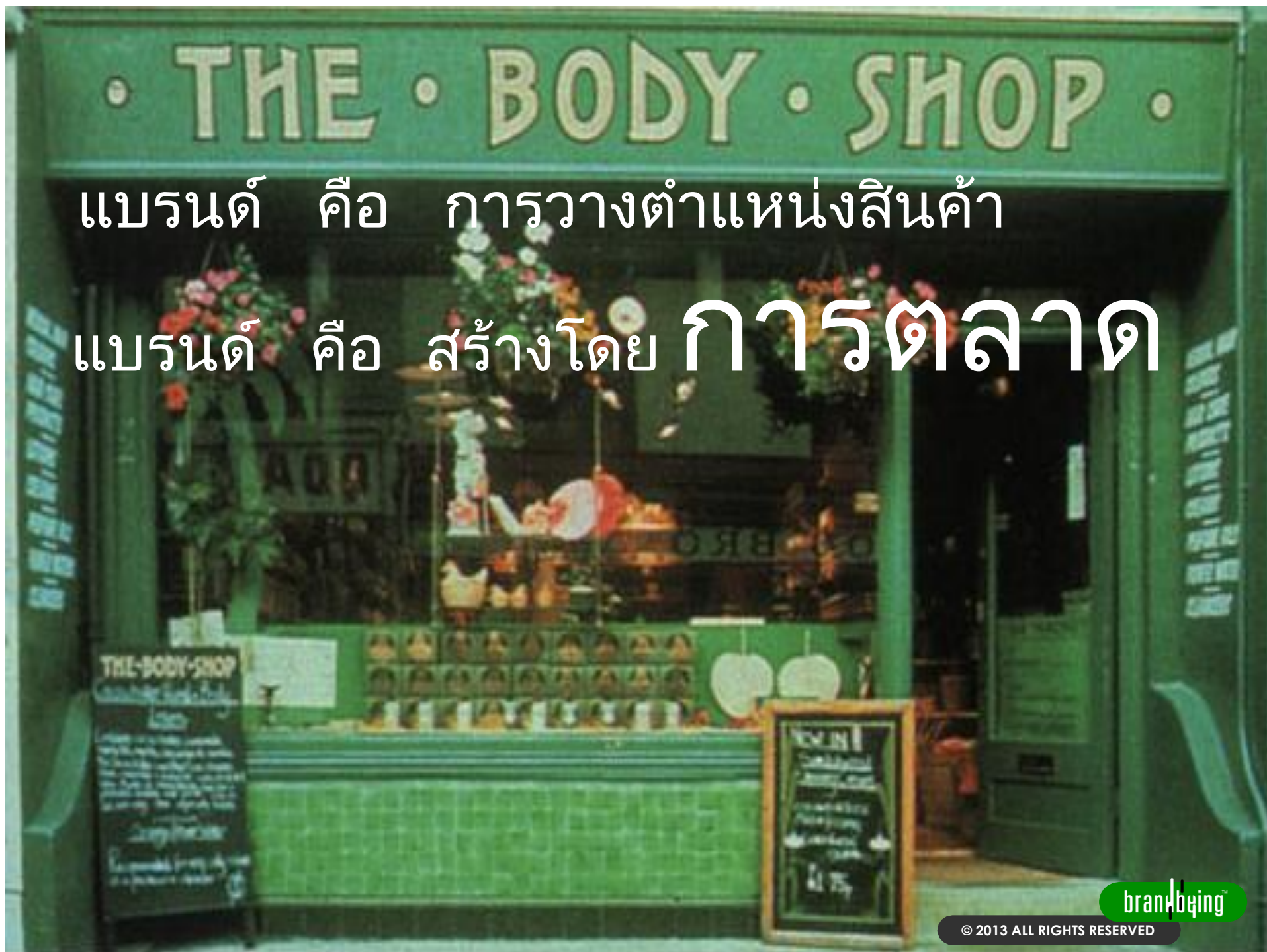
brandbeing™

© 2013 ALL RIGHTS RESERVED

• THE • BODY • SHOP •

แบรนด์ คือ การวางตำแหน่งสินค้า

แบรนด์ คือ สร้างโดย การตลาด



ปัจจุบัน....

แบรนด์คือชื่อเสียง

ต้องสร้างจากประสบการณ์ ...ทุกสิ่งทุกอย่าง

brandbeing™

© 2013 ALL RIGHTS RESERVED

คุณภาพของสินค้า

การสื่อสารกับผู้ถือหุ้น

ประสิทธิภาพของสินค้า

ราคา

บุคลากร

กระบวนการ
และ นโยบาย

ช่องทาง
จำหน่าย

โครงสร้างแบรนด์

ชื่อ

สัญลักษณ์

บรรจุภัณฑ์

สภาพแวดล้อม

สัญลักษณ์ต่าง ๆ

การสื่อสารภายในองค์กร

การบริหารแบรนด์

การขาย

และ การส่งเสริม

โฆษณา

การประชาสัมพันธ์

แบรนด์ คือ ประสบการณ์รวม



A&P



Branches



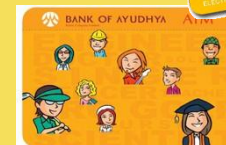
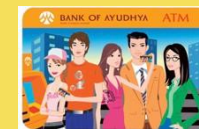
Drive-thru



ATM



Debit & ATM Card



Website



Events



แบรนด์/ ชื่อเสียงคือ ความเชื่อมั่นศรัทธา



=

WHOLESOME

brandbeing™

© 2013 ALL RIGHTS RESERVED

แบรนด์



ไม่ใช่และไม่ได้สร้างด้วย
ตัวสินค้า (อย่างเดียว)

brandbeing™

© 2013 ALL RIGHTS RESERVED

แบรนด์

ไม่ใช่และ

ไม่ได้ สร้าง

ด้วย

โลโก้

(อย่างเดียว)



brandbeing™

© 2013 ALL RIGHTS RESERVED



แบรนด์ ทำไมต้องมี
ทำไมต้องสร้าง

โลกเต็มไปด้วยทางเลือก



brandbeing™

© 2013 ALL RIGHTS RESERVED

อำนาจอยู่ในมือ ผู้บริหารโลก



ผู้บริโภคนิไม่เลือก

- ของที่ไม่มีแบรนด์
- แบรนด์ที่ไม่มีคนรู้จัก
- แบรนด์ที่ไม่มีควมรบัผ็ดชอบ
- แบรนด์ที่ไม่มีระบบ



แบนด์ เป็นกลยุทธ์
ศูนย์กลาง ของการ
ทำธุรกิจ



แบรนด์คือกลยุทธ์ศูนย์กลางของธุรกิจ



อะไรบ้างต้องสร้างแบรนด์

สินค้าและบริการ

องค์กร

สถานที่

คน

THE brandbeing™ PROCESS



DOITUNG



Lifestyle for Livelihood™

brandbeing™

© 2013 ALL RIGHTS RESERVED

DOITUNG

BUSINESS

การพัฒนาธุรกิจซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์และบริการจากโครงการพัฒนาคอยตุงเพื่อการยกระดับชีวิตความเป็นอยู่
ของชุมชนคอยตุงให้ดีขึ้นอย่างมั่นคงและยั่งยืน

PASSION

เรามุ่งมั่นที่จะสนองและสืบสานงานตามแนวพระราชดำริของสมเด็จพระเจ้า
สุลาลัยของชาวโลกด้วยศักดิ์ศรีและเกียรติภูมิอันแน่วแน่

POSITIONING

เราคือผู้สืบสานงานแห่งการพัฒนาเศรษฐกิจเพื่อสังคม

ATTRIBUTES

พัฒนา เพื่อความมั่นคงอย่างยั่งยืน
... ด้วยความคิดสร้างสรรค์
..... อย่างมีศักดิ์ศรีที่น่านับถือ
..... โดยยึดหลักความพอเพียง
.... เพื่อเป็นแบบอย่าง มีบรรทัดฐาน

PROMISE

คืนศักดิ์ศรีให้คนและแผ่นดิน

เพื่อชีวิตที่มีจุดหมายและการยอมรับ
เพื่อแผ่นดินที่อนาคตยังคงธรรมชาติ

DOITUNG BRAND ARCHITECTURE

Corporate Brand

MAE FAH LUANG FOUNDATION

Social Entrepreneur
Brand

DoiTung SUSTAINABLE DEVELOPMENT PROJECT

Proprietary
Brand

MAE FAH LUANG DEVELOPMENT GLOBAL TRANSFER™
(Management & Knowledge Sharing Program)

Masterbrand

DoiTung

Core Activities

AGRICULTURE

FOOD

FASHION

HOME WARE

TOURISM

Product &
Service Brands

DoiTung

- Plants
- Cultures
- Landscape Design

DoiTung

- Coffee
- Macadamia
- Spread
- etc.

DoiTung

- Dress
- Accessories
- etc.

DoiTung

- Ceramic
- Carpet
- Sa Paper

at DoiTung

- Bed & Breakfast
- Conferences
- Food Services

Retail
Brand
s

Café
DoiTung

DoiTung
Lifestyle

Excursion
Brands

- MFL Garden

- Rai MFL
- Hall of Opium

Pay off Line

LIFESTYLE FOR LIVELIHOOD™

branding™

© 2013 ALL RIGHTS RESERVED

PRODUCTS & SERVICES

Corporate Brand



Social Entrepreneur
Brand



Proprietary
Brand



มูลนิธิแม่ฟ้าหลวง ในพระบรมราชูปถัมภ์
Mae Fah Luang Foundation under Royal Patronage

Masterbrand

DOITUNG

Core Activities

AGRICULTURE

FOOD

FASHION

HOME WARE

TOURISM

Product &
Service Brands

DOITUNG

- Plants
- Cultures
- Landscape Design

DOITUNG

- Coffee
- Macadamia
- Spread
- etc.

DOITUNG

- Dress
- Accessories
- etc.

DOITUNG

- Ceramic
- Carpet
- Sa Paper

DOITUNG

- Bed & Breakfast
- Conferences
- Food Services

Retail
Brands

Café
DOITUNG

DOITUNG
Lifestyle

DOITUNG
Lodge

Excursion
Brands

- MFL Garden

- Rai MFL
- Hall of Opium

Pay off Line

Lifestyle for Livelihood™

PRODUCTS & SERVICES

SUFFICIENT

- Reasonable
- Naturally good
- Practical



BENCHMARK

- Quality conscious
- Renowned standard
- Confident



DIGNIFIED

- Being 'DoiTung'
 - Thai
 - UNODC
- Proud to serve



CREATIVE

- DoiTung signature



SUSTAINABLE

- From DoiTung to DoiTung
- People & Planet conscious

brandbeing™

© 2013 ALL RIGHTS RESERVED

Café' DOITUNG

COLOR

- Brownish Orange
- Natural Green

TEXTURE

- Handmade
- Woven & Knit
- Wood

SOUND

- Easy listening
- Light jazz
- Instrument

VISUAL

- DoiTung scenes
- Bold & stylist
- People & planet

SERVICE

- Casual with class
- Humble with pride
- From the heart



L RIGHTS RESERVED

DOITUNG

III Lifestyle

COLOR

- Earth tone with twist



DOITUNG
III Lifestyle for Livelihood™

The Doi Tung collections are inspired by the harmony of man and nature. We carefully choose natural materials and combine them with skilled handmade techniques to create the unique products that enhance the modern lifestyle and sustain the livelihood of the artisans.



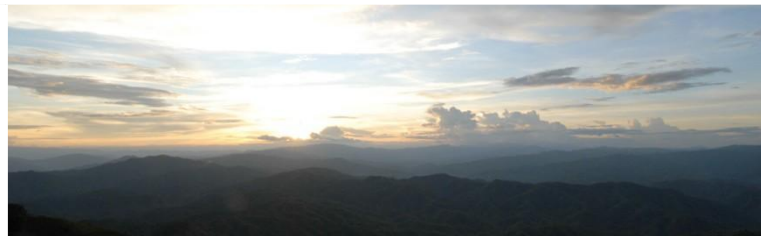
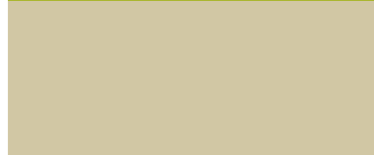
TEXTURE

- Handmade
- Rich textual
- Natural



SOUND

- Easy listening
- Light jazz
- Instrument



VISUAL

- DoiTung scenes
- Bold & stylist
- People & planet



SERVICE

- Casual with class
- Humble with pride
- From the heart



กระบวนการ
ฆ่า
~~แบรนด์~~

ความจริงคือ
แบรนด์สร้างยาก แต่ **ง่าย**

[เพราะมีผู้ร่วมทำเยอะ]



brandbeing™

© 2013 ALL RIGHTS RESERVED

1

สนใจแต่ยอดขาย ไม่ใส่ใจ
สร้างมาตรฐาน

2

อยากได้ชื่อเสียง แต่
ไม่คิดจะสร้าง
จะรักษา

3

เล็งแต่ผลประโยชน์

ไม่มองไกล

ไม่คำนึงถึง
ผลกระทบ

4

ทำตามใจ ตามชาวบ้าน
ไม่ทำตามแบรนด์

brandbeing™

© 2013 ALL RIGHTS RESERVED

5

ไม่

เชื่อมั่นศรัทธา

แบรนด์ อย่างแท้จริง

brandbeing™

© 2013 ALL RIGHTS RESERVED



ชื่อเสียงคือสิ่งที่สำคัญ
ที่สุดในการดำรงอยู่
อย่างมีความหมาย
ได้รับการเคารพนับถือ

ขอบคุณค่ะ