

J
A
P
A
N
E
S
E
P
A
T
T
E
R
N

Makoto Marketing

ดร.กฤตนิ์ พงษ์ธนเลิศ



- FB: เกตุวดี Marumura

สวัสดีค่ะ คุณเกตุวดี

ตั้งแต่ปีที่ผ่านมา มีปัญหาสุขภาพจนกระทบกับหน้าที่การงาน
และจิตใจ แต่ปีนี้ดูจะหนักกว่า เหมือนเป็นมรสุมชีวิตเลยล่ะ
ระหว่างช่วงว่างงานในตำแหน่งใหม่
ที่โดนลดบทบาท จากเดิมที่เคยทำเซลล์ แอคทีฟ มีพลังงาน
ก็โดนปรับให้นั่งเฉยๆ ในจุดวัดอุณหภูมิแขกที่เข้าออก
ก็พยายามเข้าเพจต่างๆ หาอะไรอ่าน จะได้ไม่ฟุ้งซ่านถ้าว่างเกิน
ไป ละพยายามเลือกเนื้อหาที่จะช่วยสร้างพลังบวก

แล้วด้วยความที่ตามเพจเยอะ บางเพจก็ตกหล่นไปบ้าง
ไม่ขึ้นฟีดบ้าง แล้วจู่ๆ อาทิตย์ก่อน ก็นึกถึงเพจของคุณเกตุวดี

ได้ไล่อ่าน Makoto marketing
ยอมรับว่าร้องไห้เกือบทุกเรื่องี่อ่าน
ดีใจที่ได้เจอเรื่องราวที่ยังอยากทำให้มีชีวิตอยู่
การตลาดที่ทำด้วยใจ นึกถึงความสุขเป็นหลัก
มันสร้างพลังได้มากกว่าการคิดถึงแต่ตัวเงินหรือกำไร

อยากจะเขียนมาขอบพระคุณสำหรับบทความดีๆ ที่แบ่งปันมา
โดยตลอด

รักษาสุขภาพนะคะ



Tanakorn Panyachan

อิคิโก

4m Like Reply



Author

Bigben Marketeers

Tanakorn Panyachan อาจารย์เกตุ
เค้าออกหนังสือหลักตลาดเด็ดมาก
แบบคนญี่ปุ่น เสีย Book น้องพี พี่ว่าเล่ม
นี้น้องต้องสั่งซื้ออะ... #ป้ายยาเลย

ไปดูอ่านเหตุผลก่อนซื้อนะ

<https://readthecloud.co/makoto-marketing-book/>

ถ้าอ่านแล้วรู้แล้วว่าทำไมเจ้าของกิจการ
รอย่างพวกเราต้องสั่งซื้อก็ลิงค์นี้ :

<https://adyjp2.fastship.me/salepage/MzcxMDU=>



Makoto Marketing ตำราการ
ตลาดแบบญี่ปุ่น หนังสือเล่มแร...
readthecloud.co



Makoto

=

จริงใจ



Snow Peak



snow peak
outdoor lifestyle creator since 1958

アウトドアブランド「スノーピーク」



1958年に山井幸雄氏が金物問屋を立ち上げ
息子・太氏の新製品開発でキャンプブームの火付け役に



Eventually, Yukio began creating his own equipment with the craftsmen in Tsubame Sanjo born from his experiences as a climber.



Eventually, Yukio began creating his own equipment with the craftsmen in Tsubame Sanjo born from his experiences as a climber.



Eventually, Yukio began creating his own equipment with the craftsmen in Tsubame Sanjo born from his experiences as a climber.



เมื่อทนายทຽນ 2 เข้ามาสานต่อ

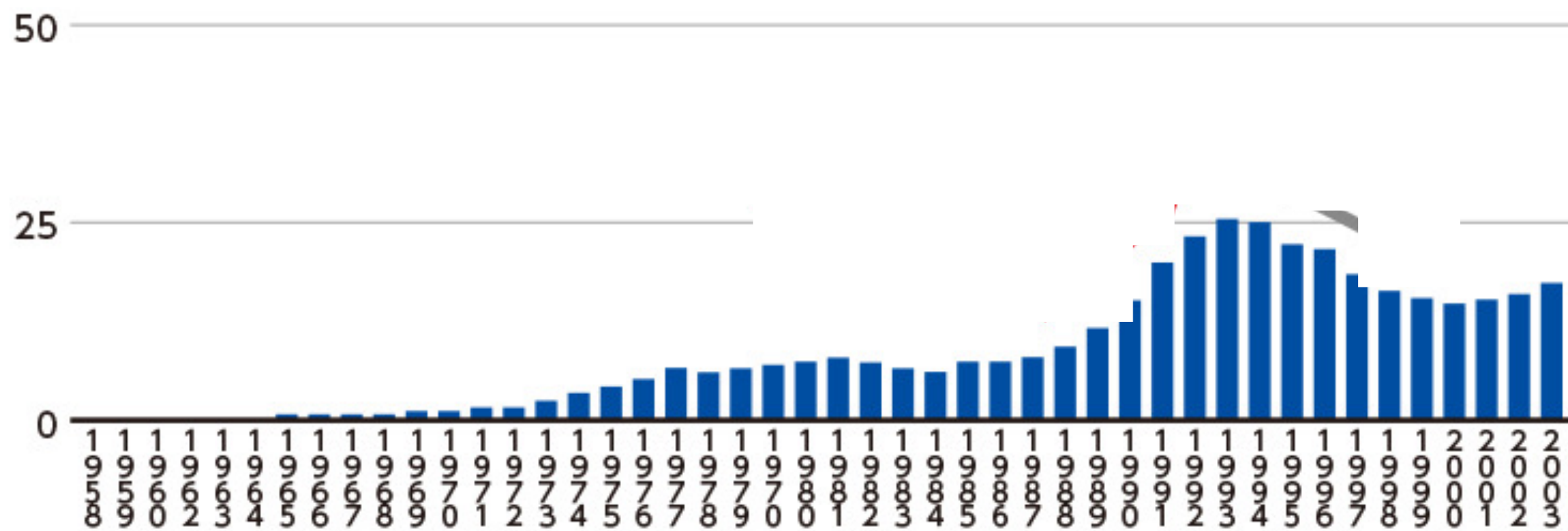
A man wearing a light-colored fedora-style hat and a jacket is shown in profile, looking towards the left. In the background, a white tent is visible on a grassy field. The scene is bathed in warm, golden light, suggesting late afternoon or early morning.

日本にまだない
オートキャンプという文化をつくろう。

To create a culture called family car camping, which is not yet known in Japan.



and increased the ability of campers to layout their site
and connect more with each other



ຍອດຂາຍຕກຕືດຕ່ອກັນ 6 ປີ



"I do not know the meaning of our existence,
but I feel encouraged when I see the face of our customers."



Harsh words overflowed endlessly from customers that still loved Snow Peak.

“อยากเห็นสินค้าเต็มร้าน”

“ไม่มีสินค้าที่อยากได้เลย”

“สินค้าดีนะ แต่ราคาแพงไปหน่อย”

ลดการฟลักขาย



Besides that, he created a place where the staff can communicate directly.



ผลิตสินค้าที่ลูกค้าอยากได้



ประชากรคนทำกิจกรรม Outdoor

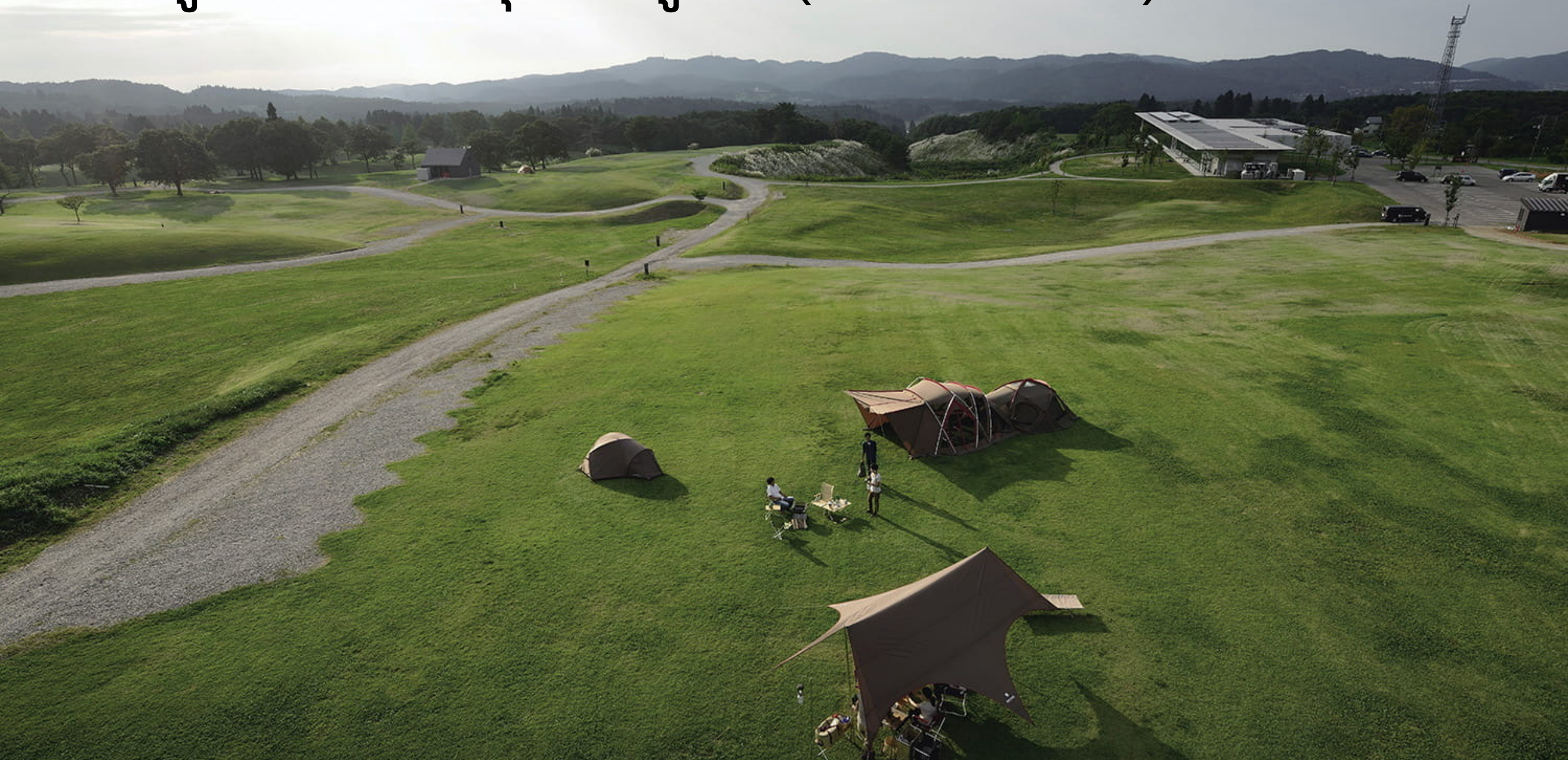
ตลาดเล็กแค่ 6%

“ทำไม” “ลูกค้า” ถึงซื้อสินค้าเรา ?

ถ้าไม่มีสินค้าเรา
ชีวิตลูกค้าจะเปลี่ยนไปอย่างไร ?



ฟื้นฟูความเป็นมนุษย์ให้ผู้คน (โดยธรรมชาติ)



คนแบบไหนต้องการธรรมชาติ ?



บริการทดลองจุดไฟ

Snow Peak Café







その土地とあなたのつながりを産むもの

Office Camping





Collab กับบริษัทอสังหาฯ





ช่วยฟื้นฟูท้องถิ่น



衣 / WEAR

着ることで
その土地の物語になる
服づくり

[詳しく知る](#)

食 / FOOD

野生の感覚が
おいしいと感じる
食体験

[詳しく知る](#)

住 / LIFE

自然と共生した
住まいと
暮らし方

働 / WORK

自然と仕事が
うまくいく働き方と
環境づくり

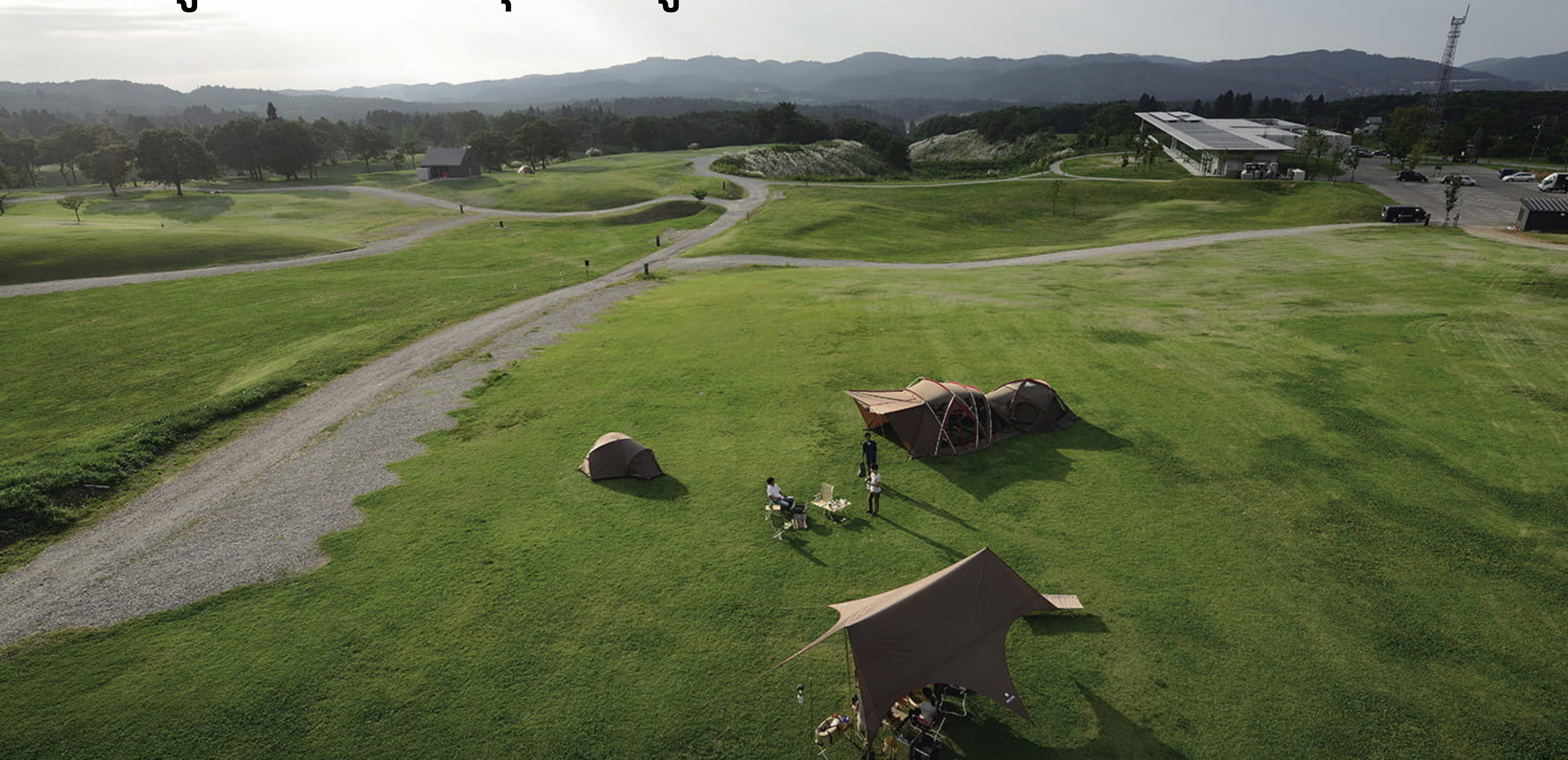
[詳しく知る](#)

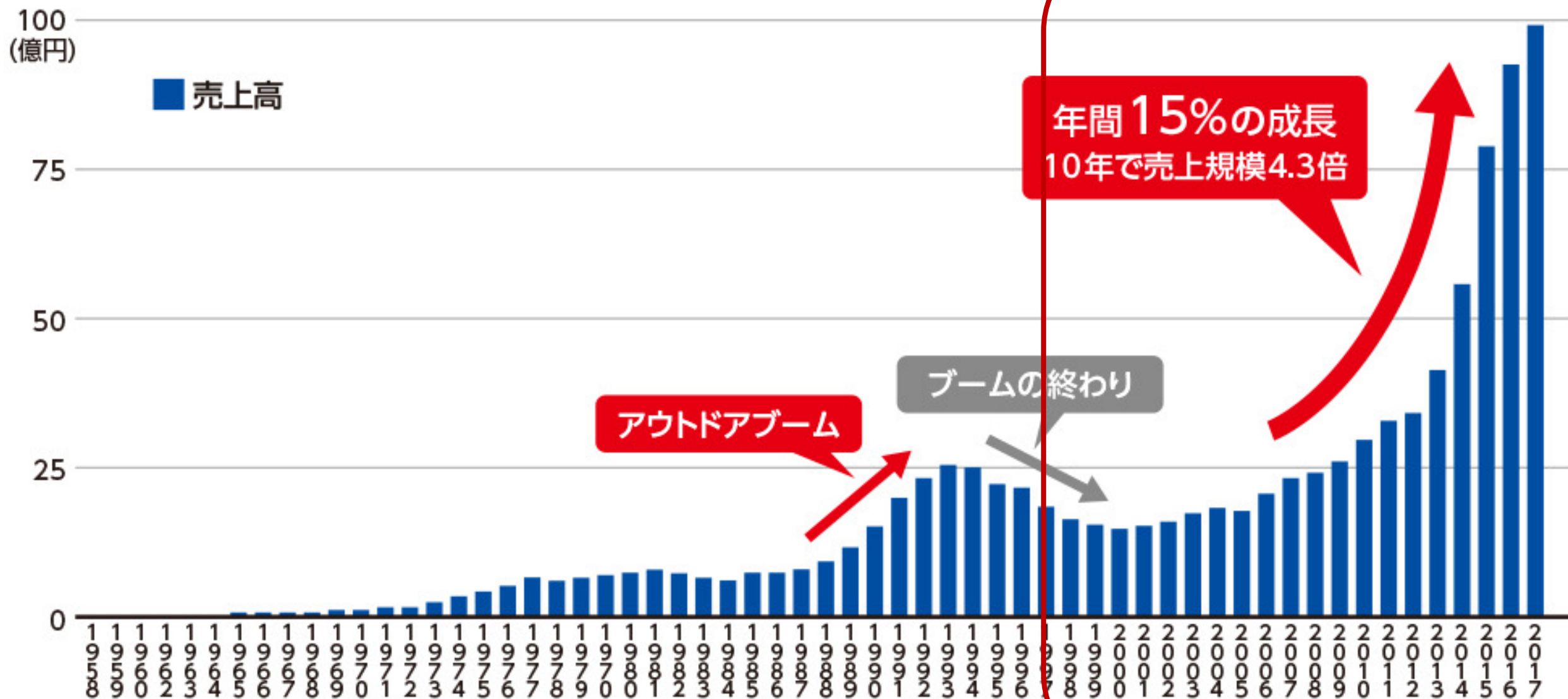
遊 / CAMP

自然の中で
五感から豊かさを
感じる体験を

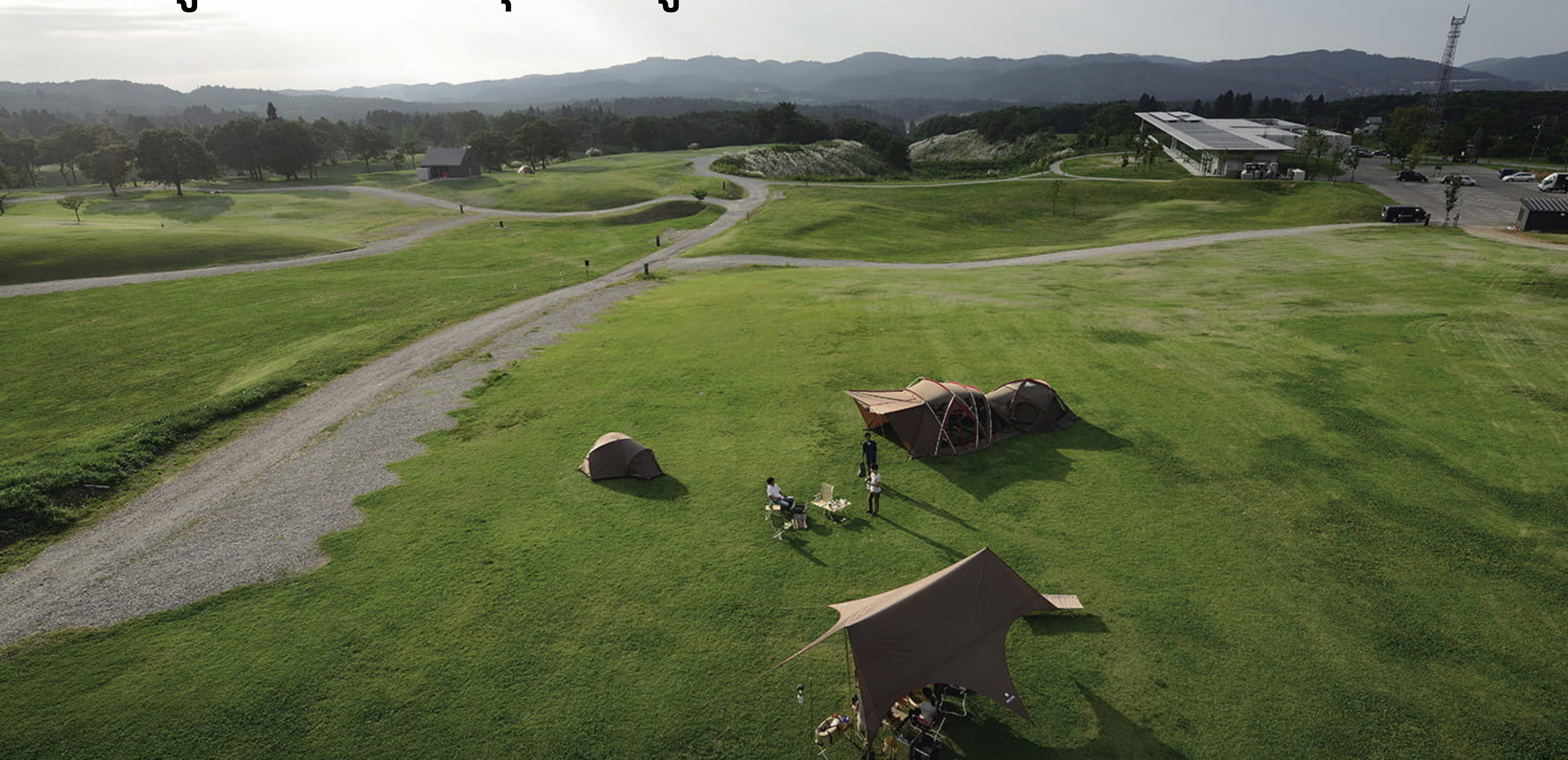
[詳しく知る](#)

พื้นที่เพื่อความเป็นมนุษย์ให้ผู้คน





พื้นที่เพื่อความเป็นมนุษย์ให้ผู้คน



“หัวใจ” ของธุรกิจ

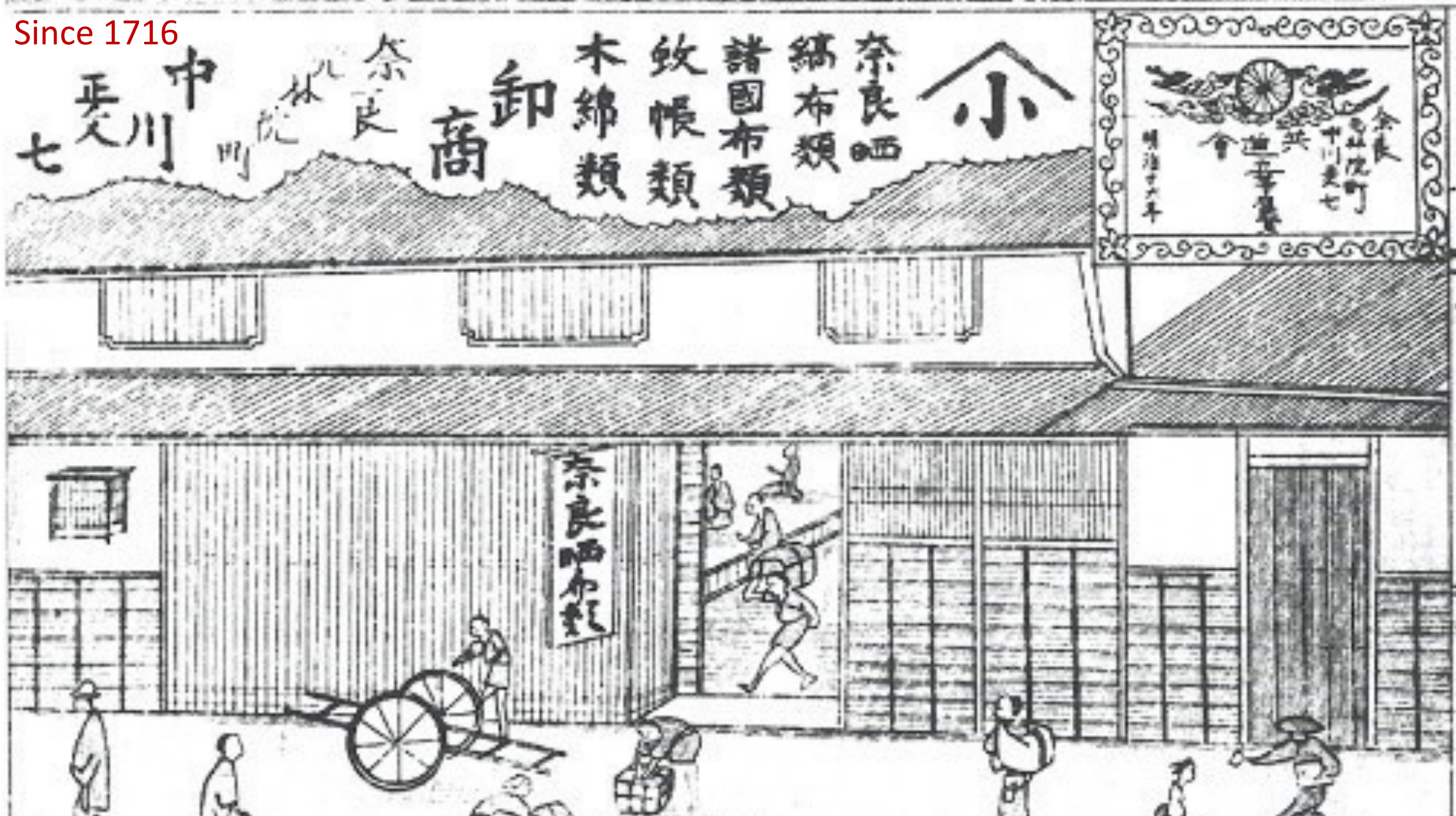
(Mission)





หัวใจของบริษัทนี้ คืออะไร ?

Since 1716

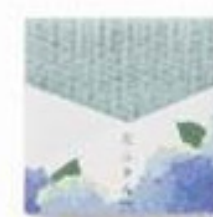






Gen 13
Nakagawa Masashichi (Jun)

















CAMERAMAN

写真家



BOYSCOUTSMAN WATER RESIST

ボーイスカウト



FISHERMAN

魚釣り人



WAREHOUSEMAN

倉庫番



東海市

東海市

東海市

東海市

山崎

山崎



製造小売事業

MANUFACTURING RETAIL BUSINESS

ผลิตและจำหน่าย

遊
中
川

中
川
政
七
商
店

日
本
市

教育事業

EDUCATION BUSINESS

Training

茶
論

講
演

研
修

コンサルティング事業

CONSULTING BUSINESS

Consulting

ブ
ラ
ン
デ
ィ
ン
グ

販
路
開
拓

そ
の
他
支
援

地域活性事業

REGIONAL ACTIVITY PROJECT

ของฝากท้องถิ่น

ツ
ル
支
援

イ
ベ
ン
ト
開
催

土
産
も
の
再
生



หัวใจของบริษัทนี้ คืออะไร ?

ทำให้วงการทำงานฝีมือญี่ปุ่นคึกคัก









Retails



Consulting

Publishing



Training

Nakagawa Masashichi

Exhibition

คู่แข่ง คือ ใคร ?

ถ้าจะเลียนแบบ จะเลียนอะไรดี ?

ทำให้วงการทำงานฝีมือญี่ปุ่นคึกคัก



ค้นหาหัวใจธุรกิจของเรา

หน้าที่ของธุรกิจ คืออะไร ?



พื้นที่ความเป็นมนุษย์
ให้ผู้คน

ทำให้องค์กร
งานฝีมือญี่ปุ่นคึกคัก



ビックカメラ



ビックカメラ

スシロー 牛島 120円+税

Storefront display with various promotional signs and product displays.

Signs include:

- 夜 21時まで営業
- BSイレブン BS11
- GLIDIC Sound Air
- BS11
- 42日
- 岩手 フェア
- 19日 禁止
- マッスルスーズ
- Every
- 10%
- 115%
- Bic Camera.com



Yodobashi Camera





入口

¥

1万円以上お買い上げで
LED電球が1個プレゼント

LED
電球

指定商品
ポイントアップ
20%
25%

指定商品
ポイントアップ
15%
ポイントアップ
15%

指定商品
ポイントアップ
20%
25%

ドラム式洗濯機
カラッと乾く
ドラム式洗濯機

TOSHIBA

テック/電子

TEL 3951-2478





Denka no Yamaguchi

Since 1996

ประจำกรมเมือง Machida (Tokyo) 3.5 แสนคน

楽しいきボンのい!
~オモテナシが支える超サービス~

オモテナシの心がつな
地域密着サービス



高度経済成長で6店舗に拡大

お晴らしニッポンの心!
モテナシが支える超サービス~

オモテナシの心がつなく
地域密着サービス

ヤマグチ



高度経済成長で6店舗に拡大——

楽しいよ
シマびよんの部屋

2F 住まいのショールーム
リフォームで楽しい人生を・・・

Panasonic

でんかのヤマグチ

二輪置場



Yamaguchi

ห่างจากสถานีประมาณ 15 นาที
(โดย巴士)

About company

- Employee: 40 (+ part-time 10)
- Sales: 1,300 ล้านบาท

ทำอย่างไรดี ?

ช่วยร้านเครื่องใช้ไฟฟ้าเล็ก ๆ ให้กอบกู้ธุรกิจมาได้

ไอเดีย

หัวใจธุรกิจ

=

ดูแลความเป็นอยู่ของคนในชุมชน
ให้ดีที่สุด

ไอเดีย

สำหรับกลุ่มเรา
เมื่อมีหัวใจแล้ว
กระบวนการคิดกลยุทธ
ต่างไปอย่างไรบ้าง ?

ทางออก

楽しいよ
シマびよんの部屋

2F 住まいのショールーム
リフォームで楽しい人生を・・・

Panasonic

でんかのヤマグチ

二輪置場

ตั้งราคาแพงกว่าที่อื่น 20-40%

ราคาในเน็ต ราคา Yamaguchi

		価格.com	ヤマグチ
	VIERA TH-P50V1 50型プラズマテレビ	¥199.980	¥458.000
	VIERA TH-P42X1 42型プラズマテレビ	¥97.000	¥228.000
	NR-F474TM 470L 冷凍冷蔵庫	¥138.110	¥268.000

1万3000件の顧客データを今までの購入の金額と期間で分析し、A1からC3まで9ランクに分類し、ランクごとに営業のやり方を変えた

A1の顧客を重点的に攻め、他の顧客はA1にする

	ซื้อภายใน 1 ปี	ซื้อภายใน 2-3 ปี	ซื้อครั้งล่าสุด เกิน 3 ปี
ยอดซื้อรวม เกิน 1 ล้าน เยน	A1 営業部員は1カ月に1回は訪問し、毎月DMを出す	A2 営業部員は2カ月に1回は訪問し、2カ月に1回はDMを出す	A3 営業部員は訪問せず、3カ月に1回のDMが3ナ
3 - 9.9 แสน	B1 営業部員は1カ月に1回は訪問し、毎月DMを出す	B2 営業部員は2カ月に1回は訪問し、2カ月に1回はDMを出す	B3 営業部員は訪問せず、3カ月に1回のDMが3ナ
น้อยกว่า 3แสน	C1 営業部員は2カ月に1回は訪問し、2カ月に1回はDMを出す	C2 営業部員は訪問せず、3カ月に1回のDMが3ナ	C3 何もせず

1万3000件の顧客データのうち、Aランク(A1、A2、A3)の顧客は35.8%を占める。DM(ダイレクトメール)とは、毎週末にヤマガチで実施するイベントの招待状のこと。北海道からの産地直送商品などを用意し、来店促進につなげている

ลดจำนวนลูกค้า

จาก 30,000 → 13,000 คน

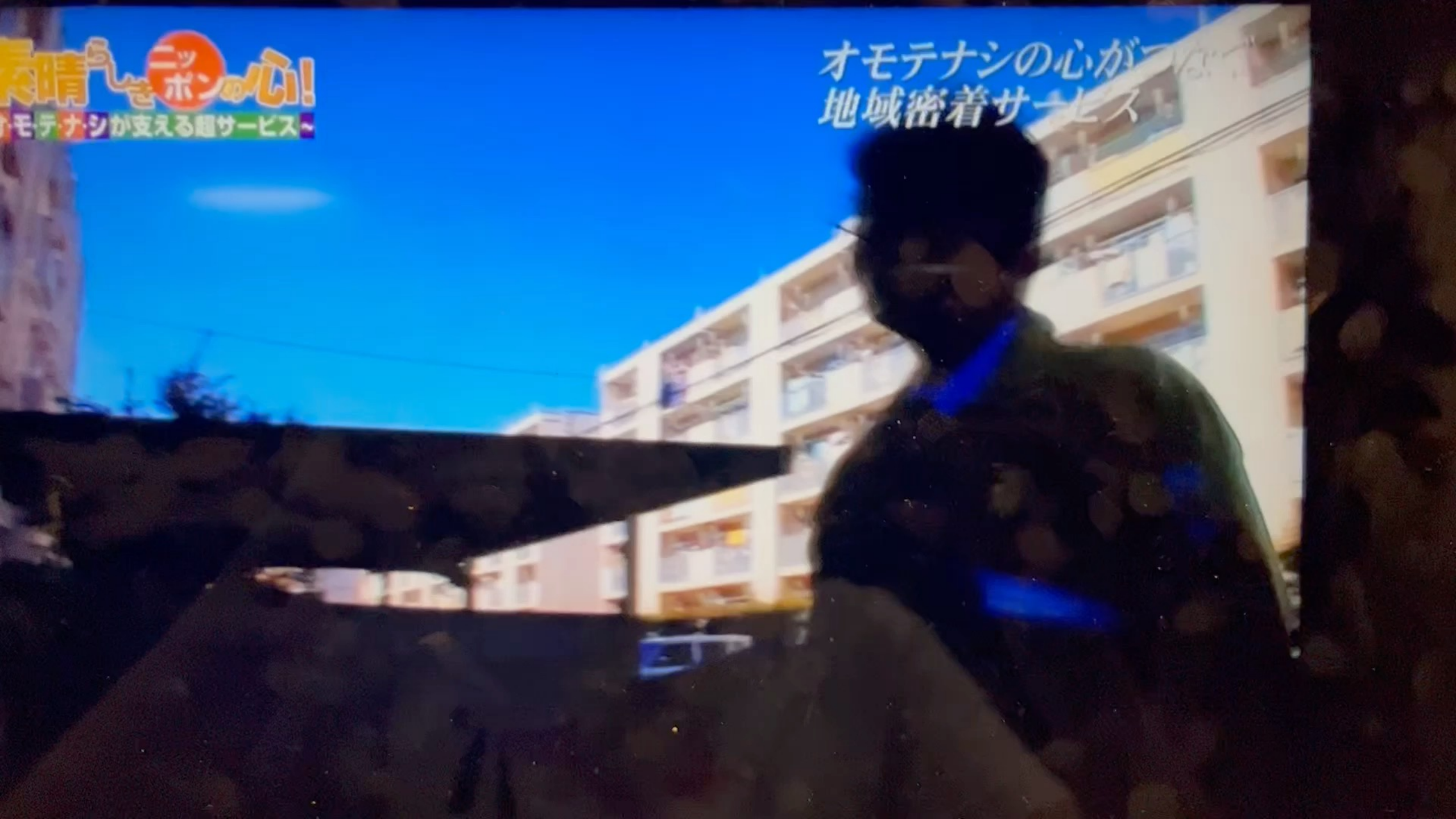
出所:日経IT21 2003年1月号





太陽の心!
ニッポンの心!
オモテナシが支える超サービス

オモテナシの心がつなぐ
地域密着サービス





回だんしゃくまつり



限定
取

まじり

10. 1460

玉葱



力ネタ青果



会員になって頂くと楽しいです!!

入会して頂くと
楽しいプレゼントを
差し上げます♪



life
tect

お住まいと、
そこに暮らすあなたのそばに

ライフテクト

ヤマ
グチ

最寄店
世田谷店
リフォーム
修理

〒134-0038 東京都世田谷区世田谷1-13-5
営業時間/AM10:00~PM7:00 休日は営業

LINEで すばやく

お買得情報
お知らせ!!



エアコンのリモコン電池
交換無料です!!



故障?

修理の事は
何でもご相談下さい

修理

☎ パナソニック以外の商品修理
メーカーの電話等をご紹介します

修理中貸出し



冷蔵庫/テレビ/洗濯機/掃除機/他

即日修理訪問



ヤマグチお買上げ商品
4割引き・お買上げ

ヤマグチの 裏サービス!!

★ちよっとお店に行きたいけど...
送迎します!!

★旅行中の花の水やり引き受けます!!

★冠婚の事じゃないけど...ご連絡下さい!!

★家具の移動、部屋の模様替えのお手伝い!!

★お店でエアコンを買って頂いたら
リモコン電池は交換無料です!!

★孫の顔を見に行くので留守になる...
一晩泊まってもらえないかな? OKです!!



小工事もお気軽に



壁スイッチ・電球交換など

現金不要サインでOK

サインでお持ち帰り



ヤマグチイベントご招待!!
楽しいプレゼントがあります

ご結婚寿価格



どこよりも安く、全国配達

即日配達



納品設置は無料です!!

ทำไมทำขนาดนี้ ?

氏名: 山口 勉 様 (男性)

住所:

ID:4682

電話:

งานอดิเรก

店コード:

担当:

Pro1:

Pro2:

Pro3:

R : A1

オール電化: O

太陽光発電:

V1 : *

V2 : 6

累計金額:

会員番号:

会員種類:

生年月日:

ご主人様趣味: 釣り

奥様趣味: ガーデニング

ペット: わんちゃん いち

備考: 阪ヤマグチ社長

งานอดิเรกภรรยา

สัตว์เลี้ยง

商品情報: 119件

วันที่ซื้อ

รุ่น

ยอด

商品	商品名	購入日	区分	型番	メーカー	支払	数量	金額	最終年月	販売担当
01	H V T V	2006-06-17	3	TH32LX600	NA	3	1	210		
01	H V T V	2007-05-19	3	TH42PZ700SK	NA	3	1	347		
01	H V T V	2009-03-29	3	TH65PZ300	PA	1	1	180	200905	
01	H V T V	2009-04-18	3	TH50PZ800	PA	1	1	157	200906	
05	D V D	2005-03-27	3	DMRH70V	NA	3	1	73		
05	D V D	2007-05-19	3	DMRX830S	NA	3	1	33		
05	D V D	2009-03-17	3	DMRBH550	PA	1	1	74	200905	
05	ビデオ	2002-06-30	3	RNHV336	NA	1	1	13	200208	
11	ステレオ	2008-06-08	3	HTPS313	PI	3	1	36		
21	冷蔵庫	2008-03-16	3	NRF531T	NA	1	1	68	200805	
22	電子レンジオープン倉	2008-08-23	3	NER3000	PA	1	1	74	200810	
22	電子レンジオープン倉	2008-08-25	3	NER3000	PA	1	1	74	200810	
22	電子レンジオープン倉	2008-09-05	3	NER3000	PA	1	1	74	200811	
23	炊飯器	2005-07-20	3	SRSS10	NA	3	1	48		
24	食器洗い機	2009-05-31	3	JGSP45MD2WD	PA	4	1	240	200906	
25	IHクッキングヒーター	2009-05-31	3	JGS11EBLS3	PA	4	1	300	200906	
31	洗濯機	2003-03-25	3	NWF70SD1	NA	1	1	77	200305	
31	洗濯機	2009-12-13	3	NWFR80S2	PA	1	1	110	201002	
32	掃除機	2005-01-16	3	MX5VA	NA	4	1	13	200601	
41	P C 関連	2005-01-27	3	FMVNE50J	FU	1	1	195	200603	
41	P C 関連	2010-01-07	3	FMVNF50W	FU	1	1	106	201003	
43	F A X	2001-07-31	3	KXPW16CL	NA	1	1	34	200109	
43	F A X	2006-07-29	3	KXPW503DL	NA	1	1	16	200609	
46	ビデオカメラ	2005-04-15	3	DMCEV3C	PI	4	1	68	200511	

素晴らしいニッポンの心!
~オモテナシが支える超サービス~

オモテナシの心がつなぐ
地域密着サービス



“ถ้าผมตาย
มีอะไรให้ปรึกษายามากุฉินะ”



แฟนคลับเพียง 1 คน
ดีกว่าลูกค้า 100 คน

หัวใจต่าง การเติบโตต่าง



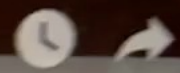
259 สาขา



Consultant



店のバイトがすごすぎた！【ノジマ】【インタビュー】【おしごと百花】



nojima



Nojima style

- ไม่มีตัวแทนจากแบรนด์เข้ามา
- ไม่รับคำคอมมิชชั่นจากแบรนด์

“I want to buy vacuum cleaner”



The quiet one so that my baby won't wake up.
The automatic one as I don't have time.



คำถาม

ครอบครัวอยู่ที่คุณ

เหตุผลที่ซื้อ

สาเหตุที่จะเปลี่ยน

สิ่งที่ชอบ/ไม่ชอบใน

สินค้ารุ่นก่อน



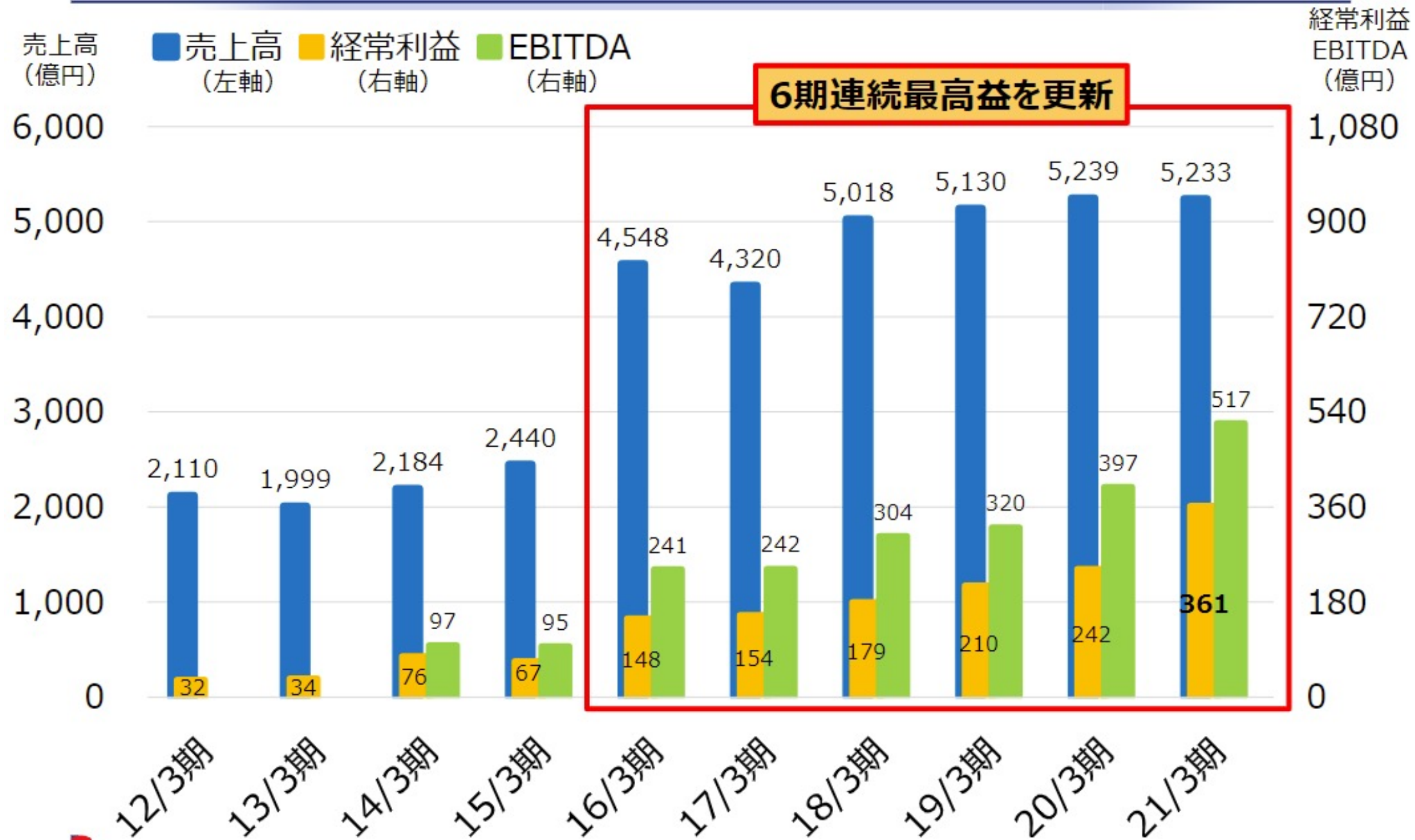
เรียนรู้จุดเด่นสินค้า

และคิดว่า จุดเด่นนั้น
เป็นประโยชน์กับใคร



ลูกค้า : อยู่คนเดียว
อยากได้ตู้เย็นขนาดเล็ก ราคาไม่แพง

ノジマ連結（スルガ除く） 業績推移



หัวใจ

=

ช่วยให้ลูกค้าได้พบชีวิตที่ใช้

หัวใจที่ดี เป็นอย่างไร ?

หัวใจที่ดี

- ไม่ยึดติดสินค้า
- “คุณค่า”
- ใช้จุดแข็งเราให้เกิดประโยชน์
- เป็นประโยชน์กับลูกค้า (+สังคม)

วิธีการเติบโต



หัวใจ Yamaguchi : ดูแลความเป็นอยู่ของคนในชุมชน
ให้ดีที่สุด

1. เลือกลูกค้าที่ดูแล
2. สร้างหน่วยเซลล์ที่คอยวิ่งดูแลลูกค้า
ไปช่วยจิปากะที่บ้าน
3. เก็บข้อมูลลูกค้า
จัดอีเวนต์



หัวใจ Nojima : ช่วยให้ลูกค้าได้พบชีวิตที่ใช้

1. ขยายสาขา
อบสม
2. สร้าง “Consultant”
ให้ Tablet
3. ไม่รับค่าคอมฯ

หัวใจของเรา ...



Mr. Akitoshi Kanazawa

Top of the Table

No.1 ตั้งแต่ทำงานปีที่ 2

PINK



นัดทานข้าว ... คนที่น่าจะพามารู้จักกัน



Rules

- ไม่พูดเรื่องประกัน
- หาค่าอาหารกัน
- (จองร้านที่อาจจะจองยาก)
- กำหนดที่นั่ง
- ตนเองเป็นคนแนะนำสมาชิกทุกคน
- มีริม
- เช่น ทายาทรุ่นสอง คนบ้านเดียวกัน คนรักกอล์ฟ



”เราได้ช่วยเหลือใครบ้าง”



ทำ List คนที่อยากใหู้จักกัน

“ประกัน 40 ล้านเยน
มาหาเดี๋ยวนี้”

ตัวตนของเรา

ชอบทานของอร่อย

ชอบพบปะผู้คน



หัวใจของเรา

ต้องการช่วยเหลือคน
ผ่านการเชื่อมโยง

นัดทานข้าวในร้านต่าง ๆ

นัดตีกอล์ฟ

แนะนำจับคู่คน

หัวใจของเรา ...

เขียนไดอารี่

เขียนคำตอบคำถามต่อไปนี้

เขียนไปเรื่อย ๆ อีสาระ ใจสบาย ๆ

สิ่งที่ฉัน/ทีมฉันทำได้ดี คืออะไร

ทีมของฉัน
สร้างประโยชน์อะไร ให้ใคร

ฉัน “รัก” อะไร ในธุรกิจของฉัน

หากไม่มีทีมของฉัน
จะส่งผลกระทบต่อ
กับใครบ้าง

หากไม่มีข้อจำกัด
ฉันอยากสร้าง/ทิ้ง/ให้อะไรกับโลกใบนี้

“หัวใจ” ของทีมฉันคืออะไร ?

กิจกรรมอะไรที่ฉันจะทำต่อจากนี้

(เชื่อมไปที่หัวใจ)



หัวใจ Nojima :ช่วยให้ลูกค้าได้พบชีวิตที่ใช้

1. ขยายสาขา
2. สร้าง "Consultant" อบรม
ให้ Tablet
3. ไม่รับค่าคอมฯ

Check-List

1. เป็นคุณค่า/เป็นประโยชน์กับผู้อื่น
2. ไม่ขัดแย้งกับสินค้า/บริการใดบริการหนึ่ง
3. อยากทำอีกอย่างน้อย 5 ปี

จับคู่

- ชื่อเล่น & ฝ่าย/ทีม
- หัวใจของเรา

อ่านหัวใจของเราให้เพื่อนฟัง

เล่าให้เพื่อนฟัง

เพราะอะไรถึงเป็นหัวใจนี้?

กิจกรรมที่เราจะทำต่อไป

สรุป

1. เริ่มจากหัวใจ (ประโยชน์ที่สร้างให้ผู้อื่น) & สิ่งที่เราถนัด
2. วางกลยุทธ์เชื่อมกับหัวใจ
3. เลือกทำ/ไม่ทำ

J
A
P
A
N
E
S
E
P
A
T
T
E
R
N

Makoto Marketing

ดร.กฤตนิ์ พงษ์ธนเลิศ