

โครงการ

การสร้างช่องทางการตลาดออนไลน์
สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อม หมู่บ้านทุ่งไธ้ง

หลักการและเหตุผล

หมู่บ้านทุ่งไธ้ง มีผ้ามัดย้อมเป็นผลิตภัณฑ์หลัก อีกทั้งยังเป็นแหล่งรายได้ของชุมชนอีกด้วย และตั้งแต่เริ่มมี COVID-19 ส่งผลให้ยอดขายของร้านค้าผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมต่างๆภายในหมู่บ้าน เริ่มลดลง รวมไปถึงชาวบ้านก็เริ่มสูญเสียรายได้ จึงจำเป็นต้องปรับตัวเข้าสู่ช่องทาง Online

เป้าหมาย

- ยอดติดตาม Instagram จาก 0 กลายเป็น 1,000 ภายใน 2 เดือน
- ยอดขายผ่านช่องทาง Online จาก 0 กลายเป็น 5,000 ภายใน 2 เดือน

ตัวชี้วัดความสำเร็จ

- ยอดติดตาม Instagram 1,266 followers
- ยอดขายผ่านช่องทาง Online 1,131 บาท

วัตถุประสงค์และผลจากการดำเนินงาน

1. เพื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมภายในหมู่บ้านทุ่งไธ้ง
2. เพื่อเพิ่มช่องทางการตลาดให้กับร้านค้าผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมในหมู่บ้านทุ่งไธ้ง
3. เพื่อสามารถทำให้ร้านค้าในหมู่บ้าน ปรับตัวเพื่อทำการตลาดแบบ Online
4. เพื่อให้นักศึกษามีโอกาสนำความรู้ที่เรียนมาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อธุรกิจชุมชน รู้จักการทำงานเป็นกลุ่ม วางแผนและแก้ปัญหา



กิจกรรมนำไปสู่เป้าหมายอย่างไร

รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับ
ผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อม

ศึกษา Persona ของ
กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ศึกษาวิธีการทำช่องทาง
Online



สร้าง
Instagram



สร้าง
Facebook page

ยอดผู้ติดตาม
IG 1,266 followers

ยอดขาย 1,131 บาท

