

PHILIP KOTLER

HERMAWAN KARTAJAYA

IWAN SETIAWAN

# MARKETING

# 5.0

การตลาด 5.0

เทคโนโลยีเพื่อมวลมนุษยชาติ

พิมพ์ครั้งที่ 2

สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

465

PHILIP KOTLER  
HERMAWAN KARTAJAYA  
IWAN SETIAWAN

. 6 165 14142  
. 0 12589765  
j 2256326X

# MARKETING 5.0



การตลาด 5.0  
เทคโนโลยีเพื่อมวลมนุษยชาติ

# สารบัญ

คำนิยม	vii
เกี่ยวกับผู้เขียน	xv
คำขอบคุณ	xvii
<b>ตอนที่ 1 บทนำ</b>	<b>1</b>
บทที่ 1 ต้อนรับสู่ยุคการตลาด 5.0 เทคโนโลยีเพื่อมวลมนุษยชาติ	3
<b>ตอนที่ 2 ความท้าทายที่นักการตลาดต้องเผชิญในยุคดิจิทัล</b>	<b>21</b>
บทที่ 2 ช่องว่างระหว่างวัย การตลาดสำหรับคนรุ่น Baby Boomers, Gen X, Gen Y, Gen Z และ Gen Alpha	23
บทที่ 3 การแบ่งข้อความมั่งคั่ง การสร้างการครอบคลุมและยั่งยืนเพื่อสังคม	43
บทที่ 4 ช่องว่างดิจิทัล เทคโนโลยีเฉพาะบุคคล สร้างสังคมและประสบการณ์	63
<b>ตอนที่ 3 กลยุทธ์ใหม่สำหรับการตลาดที่เสริมศักยภาพด้วยเทคโนโลยี</b>	<b>85</b>
บทที่ 5 องค์กรพร้อมมุ่งดิจิทัล ไม่มีสูตรสำเร็จตายตัว	87

บทที่ 6	เทคโนโลยีรุ่นใหม่ต่อไป (Next Tech) เทคโนโลยีคล้ายมนุษย์ ได้เวลาทะยานแล้ว	107
บทที่ 7	ประสบการณ์ผู้บริโภคแบบใหม่ เครื่องจักรทำให้ตื่นใจ แต่มีคนที่ยังอุ้งใจ	129
<b>ตอนที่ 4 ใช้กลวิธีใหม่เสริมพลังเทคโนโลยีการตลาด</b>		<b>155</b>
บทที่ 8	การตลาดขับเคลื่อนด้วยข้อมูล สร้างระบบนิเวศข้อมูล เพื่อระบุเป้าหมายให้แม่นยำขึ้น	157
บทที่ 9	การตลาดเชิงคาดการณ์ คาดการณ์ความต้องการ ของตลาดด้วยปฏิบัติการเชิงรุก	175
บทที่ 10	การตลาดเชิงบริบท สร้างประสบการณ์ที่ตรงใจ และตอบสนองความต้องการเฉพาะบุคคล	193
บทที่ 11	การตลาดเสริมศักยภาพ ให้มนุษย์เป็นทัพหน้า เทคโนโลยีจัดมาเป็นกองหนุน	209
บทที่ 12	การตลาดฉับไว ปฏิบัติการเดินหน้าและเติบโต	225