

เทรนด์การตลาดที่จะมาแรงในปี 7 2026

การเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ของโลกการตลาดที่นักการตลาดทุกคนต้องรู้



โลกการตลาดปี 2026: จุดเปลี่ยนสู่ โลกไร้สมดุลง



ความเปราะบางและไร้สมดุลง

ปี 2026 คือปีแห่งการเปลี่ยนผ่านสู่โลกที่ฉลาดล้ำด้วยเทคโนโลยี แต่เปราะบางและเต็มไปด้วยความไม่แน่นอน



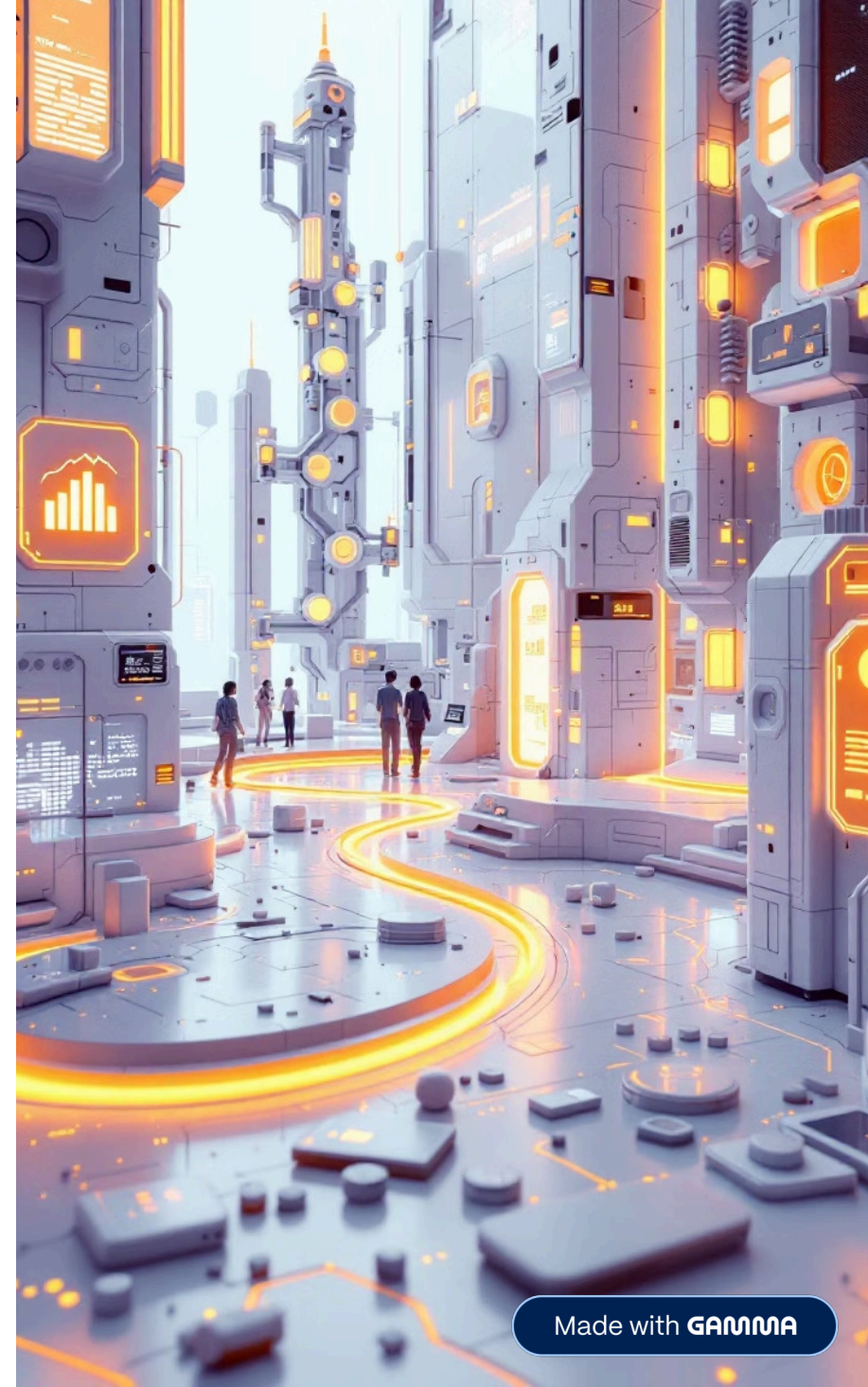
Fragmentation

ตลาดใหญ่ถูกแบ่งย่อยเป็นกลุ่มเฉพาะที่มีความต้องการแตกต่างกัน Asia Soft Power กำลังขึ้นมาแทนที่อิทธิพลตะวันตก



Creativity > Logic

นักการตลาดต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์มากกว่าตรรกะ และ AI จะกลายเป็นทีมงานที่สำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจ



เทรนด์ที่ 1: Macro Consumer Shift – ตลาดสองขั้วชัดเจน



1

Trading Up

กลุ่มรายได้สูงยอมจ่ายเงินแพงเพื่อ
ประสบการณ์พิเศษ คุณภาพระดับพรีเมียม
และไลฟ์สไตล์ที่สะท้อนตัวตน

2

Trading Down

กลุ่มรายได้น้อยเน้นความคุ้มค่าสูงสุด
ต้องการระบบชำระเงินที่ยืดหยุ่น ผ่อนชำระได้
และเข้าถึงง่าย

3

Middle Market หายไป

ตลาดกลางหดตัวอย่างรวดเร็ว สร้างความ
เหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจสูงสุดในภูมิภาค
อาเซียน นักการตลาดต้องเลือกข้างชัดเจน

เทรนด์ที่ 2: Minor Milestones – ความสุขเล็กๆ ที่เปลี่ยนเกม



ความสุขในชีวิตประจำวัน

คนรุ่นใหม่ให้ความสำคัญกับความสุขเล็กๆ ในชีวิตประจำวัน เช่น กาแฟยามเช้า การดูซีรีส์ หรือช่วงเวลาผ่อนคลาย



มีความสุขวันนี้

แนวคิด "มีความสุขวันนี้ พรุ่งนี้ค่อยว่ากัน" กลายเป็นหลักยึดเหนี่ยวทางจิตใจของผู้บริโภคยุคใหม่ที่ต้องการความสุขทันที



ROE > ROI

แบรนด์ต้องสร้าง "ผลตอบแทนทางอารมณ์ทันที" (Return on Emotion) ให้กับลูกค้ามากกว่าการคำนวณ ROI แบบเดิม ๆ



เทรนด์ที่ 3: Wellness & Longevity – สุขภาพดีคือความมั่งคั่ง

\$2T

มูลค่าตลาดสุขภาพ
ตลาดสุขภาพและความเป็น
อยู่ที่ดีเติบโตมหาศาล คาด
การณ์มูลค่ากว่า 2 ล้านล้าน
เหรียญสหรัฐในปี 2026

45%

การเติบโตต่อปี
Functional Nutrition
และตลาด Longevity
กำลังเติบโตอย่างรวดเร็วใน
ภูมิภาคเอเชีย

120B

Pet Wellness
Market
ตลาดสุขภาพสัตว์เลี้ยง
มูลค่า 120 พันล้านดอลลาร์
กำลังเติบโตเร็วที่สุดใน
อุตสาหกรรม

แบรนด์ต้องเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์และบริการกับคุณค่าด้านสุขภาพและคุณภาพชีวิตที่ยั่งยืน เพื่อตอบโจทย์ผู้บริโภคที่ใส่ใจสุขภาพมากขึ้น

เทรนด์ที่ 4: Brand & Creator as Ecosystem – ร่วมสร้างสรรค



แบรนด์ไม่ใช่เจ้าของเรื่องราวอีกต่อไป แต่เป็นผู้อำนวยความสะดวกในระบบนิเวศที่ครีเอเตอร์และชุมชนร่วมสร้างสรรค์คุณค่า ต้องออกแบบระบบแบรนด์ที่เป็นหนึ่งเดียวทั้งองค์กร



เทรนด์ที่ 5: AI Marketing Teammate – AI เป็นทีมงาน ไม่ใช่แค่เครื่องมือ



คิดและวางกลยุทธ์

AI ช่วยวิเคราะห์ข้อมูลและวางกลยุทธ์การตลาดที่แม่นยำ



สร้างคอนเทนต์

Generative AI สร้างคอนเทนต์หลากหลายรูปแบบอย่างรวดเร็ว

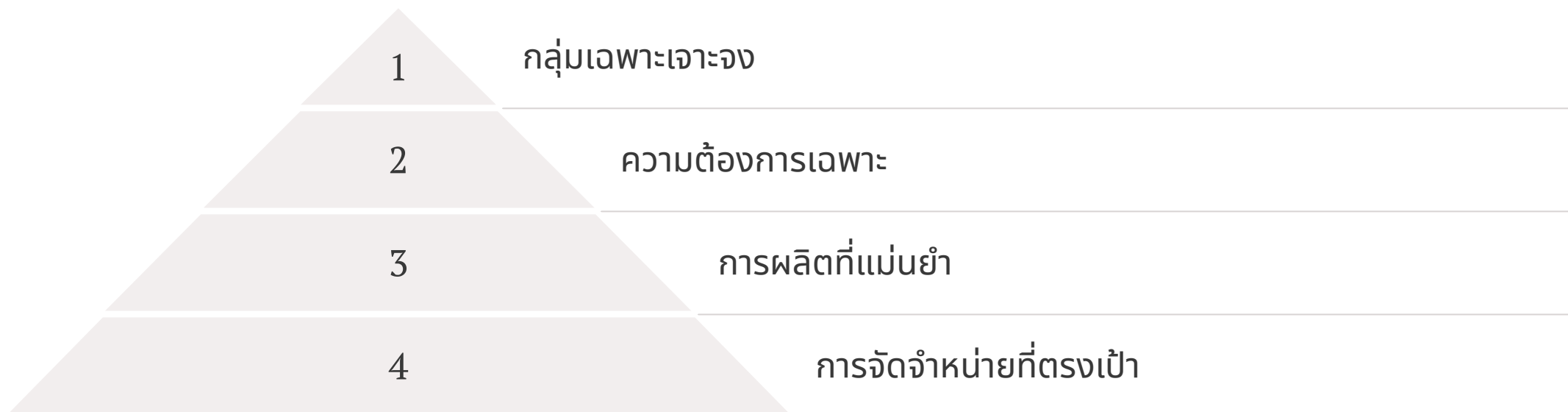


จัดการอัตโนมัติ

จัดการแคมเปญและปรับเปลี่ยนแบบเรียลไทม์

AI ไม่ใช่แค่เครื่องมือ แต่เป็นเพื่อนร่วมทีมที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและความสร้างสรรค์ในการทำการตลาดยุคใหม่

เทรนด์ที่ 6: Micro Marketing & Fragmentation – ตลาดเฉพาะกลุ่มเล็ก



ตลาดถูกแบ่งย่อยเป็นกลุ่มเล็ก ๆ ที่มีความต้องการเฉพาะเจาะจงสูงมาก นักการตลาดต้องแม่นยำตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ การผลิตและจัดจำหน่ายต้องตอบโจทย์ความต้องการของกลุ่มเป้าหมายอย่างแท้จริง ไม่ใช่แค่พูดให้ฟังเพราะฟัง

เทรนด์ที่ 7: Social & Drama Marketing – สร้างไวรัลด้วยความหมาย

ประเด็นสังคม

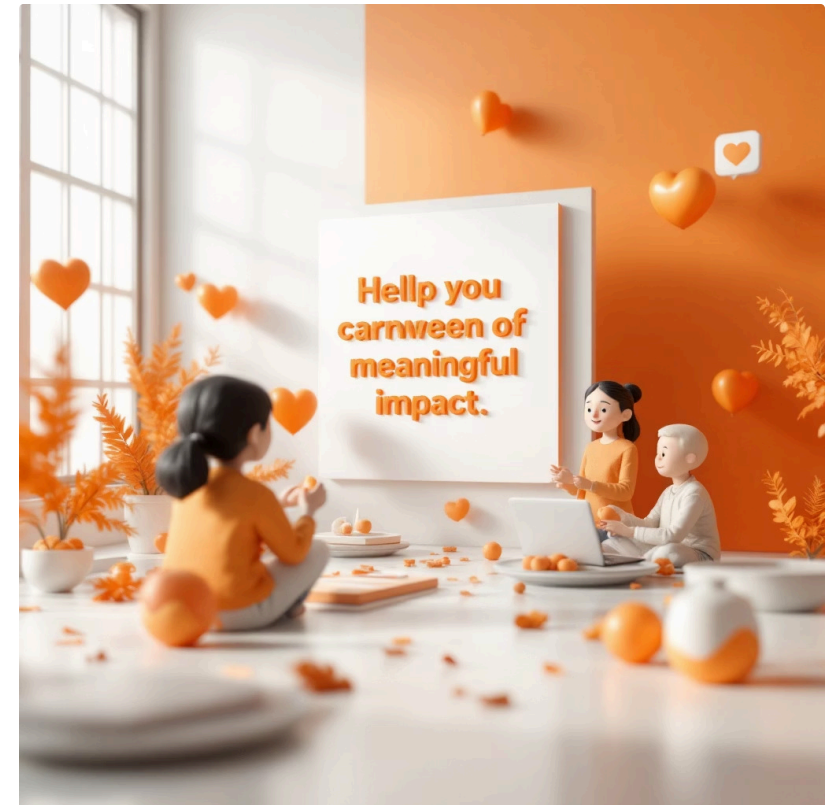
ผู้บริโภคใส่ใจประเด็นสังคมและต้องการแบรนด์ที่มีจุดยืนชัดเจนในประเด็นที่สำคัญ

ไวรัลที่มีคุณค่า

ดราม่าไม่ใช่แค่ข่าวที่ถูกพูดถึง แต่ต้องเป็นไวรัลที่มีคุณค่าและส่งผลดีต่อสังคมอย่างแท้จริง

KOC ไม่ใช่ KOL

Influencers ต้องเป็นผู้นำความคิดและจิตวิญญาณ (Key Opinion Consumer) มากกว่าเป็นแค่ผู้นำเชียร์สินค้า





สรุป: ก้าวสู่ปี 2026 ด้วยความคิด สร้างสรรค์

01

ยอมรับการเปลี่ยนแปลง

ปี 2026 คือปีแห่งการเปลี่ยนผ่านที่เต็มไปด้วยความท้าทายและโอกาสใหม่ ๆ

02

กล้าคิดนอกกรอบ

นักการตลาดต้องกล้าคิดนอกกรอบ ใช้ AI เป็นพันธมิตร และเข้าใจตลาดสองขั้วอย่างลึกซึ้ง

03

สร้างแบรนด์ที่มีความหมาย

เชื่อมโยงกับผู้บริโภคผ่านความสุขเล็ก ๆ คุณค่าที่ยั่งยืน และประเด็นสังคมที่สำคัญ

04

พร้อมก้าวไปข้างหน้า

ก้าวสู่โลกการตลาดยุคใหม่ที่ไร้สมดุลงแต่เต็มไปด้วยโอกาสสำหรับผู้พร้อมปรับตัว