

ดร.สุทธิชัย วัฒนโรจน์

อาจารย์ประจำบัณฑิตวิทยาลัย ม.แพทยศาสตร์

www.drsuthichai.com

อาวุธทางการตลาด... สื่อนอกบ้าน



ปัจจุบันเทคโนโลยีมีความทันสมัย ราคาถูก ใช้งาน สะดวก รวดเร็ว ประหยัด จึงทำให้การทำงานในองค์กรต่างๆ ในธุรกิจต่างๆ ในฝ่ายต่างๆ ดูง่ายขึ้น รวดเร็วขึ้น มีคุณภาพขึ้น ทันสมัยขึ้น

สำหรับการทำงานทางการสื่อสารทางการตลาดก็เช่นเดียวกัน ปัจจุบันเรามีโปรแกรมต่างๆ ซึ่งสามารถใช้เทคโนโลยีหรือใช้โปรแกรมต่างๆ ทำงานได้อย่างง่ายดายดวกกว่าในอดีต จึงทำให้การสื่อสารทางการตลาดในยุคปัจจุบัน ทำให้ลูกค้าสามารถติดต่อสื่อสารกับเจ้าของสินค้า เจ้าของผลิตภัณฑ์ได้ดีขึ้น เช่น ได้รับข้อมูลที่มากขึ้น ได้รับข้อมูลที่รวดเร็วขึ้น ได้รับข้อมูลที่ทันสมัยขึ้น ฯลฯ

สื่อทางการตลาดที่ใช้ในการสื่อสารก็มีให้เลือกมากขึ้นกว่าในอดีต ที่การจะใช้สื่อหลักๆ อย่าง ทีวี วิทยุ หนังสือพิมพ์ จะมีราคาแพง หรือเสียค่าใช้จ่ายในการลงโฆษณาในราคาแพง จึงทำให้มีต้นทุนสูง แต่ยุคปัจจุบัน สื่อหลายตัวสามารถลงโฆษณาได้ฟรีๆ โดยเฉพาะสื่อออนไลน์ผ่านทางอินเทอร์เน็ต

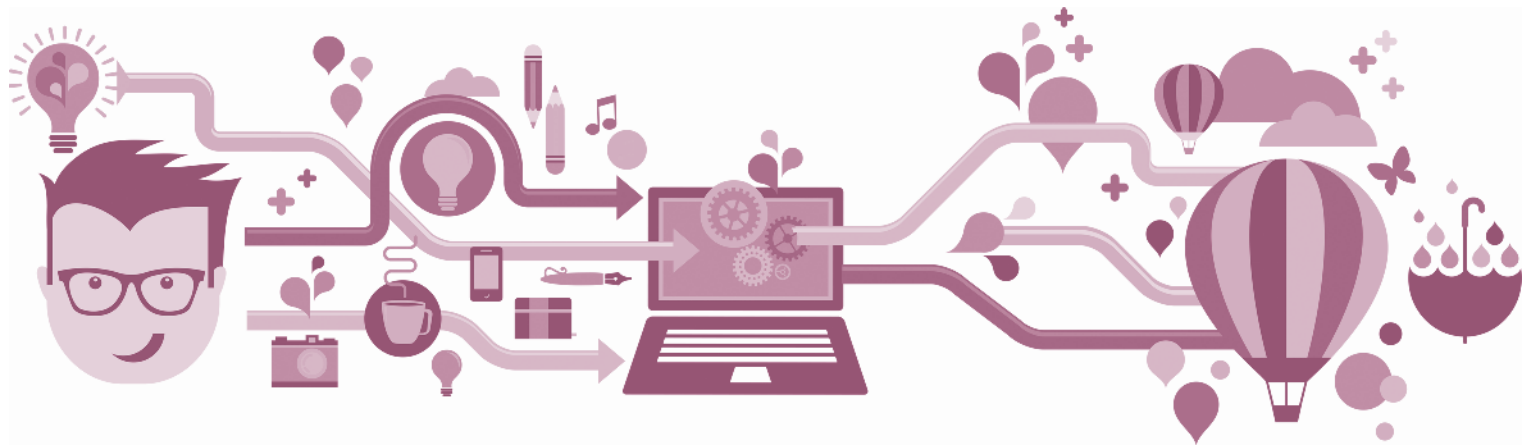
ในสภาพการแข่งขัน การทำงาน การใช้ชีวิต ในยุคปัจจุบัน คนเราต้องออกไปทำงานนอกบ้านมากขึ้น ออกไปใช้ชีวิตประจำวัน นอกบ้านมากขึ้น กว่าในอดีต โดยเฉพาะคนที่อาศัยอยู่ในเมืองใหญ่ๆ

เช่น กรุงเทพฯ เชียงใหม่ ขอนแก่น สงขลา ฯลฯ

มีการวิจัยว่าในช่วง 10 ปีก่อน คนไทยใช้ชีวิตนอกร้านโดยเฉลี่ย 8 ชั่วโมง ช่วง 5 ปีก่อน เพิ่มขึ้นเป็น 9 ชั่วโมง ปัจจุบัน เพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยเป็น 10 ชั่วโมง ต่อวัน ซึ่งการใช้ชีวิตนอกร้านของคนไทยมีจำนวนเวลาที่เพิ่มมากขึ้น รวมไปถึงประเทศเพื่อนบ้านของเราอย่าง มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ ก็เช่นเดียวกัน คนใช้เวลาอยู่นอกบ้านก็มีจำนวนที่เพิ่มมากขึ้นเช่นเดียวกัน

สื่อนอกบ้านจึงมีความสำคัญมากขึ้น ไม่ว่า สื่อเคลื่อนที่ได้โดยโฆษณาตามรถต่างๆ เช่น รถเมล์ รถไฟฟ้าใต้ดิน บนดิน รถตู้ รถแท็กซี่ การโฆษณาตามถนนหนทางข้างทาง การสื่อสารโฆษณาโดยผ่านทีวี คอมพิวเตอร์ จอ LCD สีเหลี่ยมผืนผ้าขนาดใหญ่ ตามที่ต่างๆ นอกบ้าน เช่น ตามห้างสรรพสินค้า สถานีรถไฟฟ้าใต้ดิน บนดิน หรือตามข้างถนนสายหลักๆ ฯลฯ

จึงทำให้ปัจจุบันภาพพจน์ของสื่อนอกบ้านที่โฆษณาผ่านทาง LCD จึงเป็นสื่อนอกบ้าน ที่ถูกมองว่าเป็นส่วนหนึ่งของทัศนระหว่งการเดินทาง ทำให้เกิดการเปลืองเงิน ความทันสมัย ความสนุกในการรับชม



เทคโนโลยีทำให้อะไรจะไร่ง่ายขึ้น รวดเร็วขึ้น สะดวกขึ้น ฉะนั้นเราจะเห็นลูกค้า ผู้บริโภค สามารถติดต่อสื่อสารนอกบ้าน ผ่านสื่อต่างๆ ภายนอกบ้านได้มากยิ่งขึ้น เช่น บางคนคงที่จะได้รับ SMS หรือข้อความผ่านทางมือถือ เมื่อเดินเข้าห้างสรรพสินค้า พอเดินเข้าก็จะมี SMS หรือข้อความเกี่ยวกับสินค้า การลดราคาสินค้า ข้อมูลสินค้า ที่มีขายภายในห้างหรือบางบริษัทได้ใช้เครื่องฝากเงิน เครื่องถอนเงิน เครื่องชำระเงินในการให้บริการ อีกทั้งภายในเครื่องก็ยังให้ข้อมูลความรู้ต่างๆ ของสินค้าอีกด้วย

แต่สิ่งที่สำคัญ คือ เทคโนโลยีสามารถทำให้บริษัท ห้างร้าน หรือแม้กระทั่งนักการตลาดสามารถสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ได้ แต่ขึ้นอยู่กับว่าใครจะสามารถสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ให้แก่ลูกค้าได้มากกว่ากัน ดังเช่น เซ็คอินของแอร์เอเชียได้ให้ความบันเทิงกับลูกค้าที่ติดต่อผ่านเครื่อง ในบริเวณตัวอาคารของสนามบินหรือในประเทศที่เจริญทางเทคโนโลยีบางประเทศ เขามีการใช้มือถือเล่นเกมผ่านจอ LCD สีเหลี่ยมผืนผ้าขนาดใหญ่ ซึ่งเป็นที่สนใจของกลุ่มลูกค้าหรือผู้พบเห็นเป็นต้น

มือถือเป็นสื่อออนไลน์ และในบ้านที่ทรงพลังในยุคนี้ โดยเฉพาะ "คนกรุงเทพในยุคนี้" ที่ใช้ชีวิตที่รวดเร็ว รีบด่วน ง่ายมากขึ้น จากปัญหาการติด การเสียเวลารอคอย คนกรุงเทพฯ จึงใช้อุปกรณ์สื่อสารประเภทโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟนมากขึ้น ซึ่งมือถือสมาร์

โฟน มีความทันสมัยสามารถทำงานได้หลายๆ อย่างในเวลาเดียวกัน เช่น ดูหนัง ฟังเพลง เล่นอินเทอร์เน็ต เล่นเกมส์ โทรศัพท ฟังวิทยุ ดูโทรทัศน์ บันทึกข้อมูล ถ่ายรูป ฯลฯ อีกทั้งยังทำงานแทนคอมพิวเตอร์ส่วนตัวได้อีกด้วย จึงทำให้โทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน เป็นที่นิยมกันทั่วโลก อีกทั้งในแง่ของการตลาด โทรศัพท์มือถือสามารถโทร ทำให้ติดต่อกับเพื่อนทางโซเชียลเน็ตเวิร์คได้อย่างง่ายดาย จึงทำให้นักการตลาดใช้ในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าได้ง่ายยิ่งขึ้น"

ทั้งนี้ การใช้สื่อออนไลน์จะประสบความสำเร็จหรือไม่หรือจะเป็นที่นิยมอยู่หรือไม่ ก็คงต้องขึ้นอยู่กับผู้บริโภคหรือลูกค้า ว่าจะมีปฏิกิริยาตอบสนองอย่างไร และให้ความสำคัญมากน้อยเพียงใด อีกทั้งขึ้นอยู่กับ การเปลี่ยนแปลงต่างๆ เนื่องจากยุคปัจจุบันเป็นยุคของการเปลี่ยนแปลง ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยี ทางด้านสังคมโลก ทางด้านวัฒนธรรมโลก

นักการตลาดชั้นนำ จึงเป็นนักการตลาดที่ต้องมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์อยู่ตลอดเวลา ไม่ใช่กลยุทธ์เดิมๆ แต่มีการเปลี่ยนแปลงตัวเอง ปรับตัวเองอยู่ตลอดเวลา ก่อนที่จะถูกสถานการณ์บังคับให้เกิดการเปลี่ยนแปลง นักการตลาดชั้นนำบางคนจึงกล่าวว่า "นักการตลาดจำนวนมากไม่ชอบการเปลี่ยนแปลงก็จริง แต่นักการตลาดจะเจริญก้าวหน้าก็ด้วยการเปลี่ยนแปลง" จึงกล้าที่จะเปลี่ยนแปลงถ้าท่านต้องการประสบความสำเร็จ 