

ปัจจัยที่ส่งผลให้ การตลาดประสบความสำเร็จ

ดร.สุทธิชัย วัฒนโรจน์

อาจารย์ประจำบัณฑิตวิทยาลัย ม.เกษมบัณฑิต
www.drsuthichai.com

ปัจจัยที่ส่งผลให้การตลาดประสบความสำเร็จ มีหลายปัจจัย ในบทความนี้เราจะมาพูดถึงเรื่องนี้ ปัจจัยที่ส่งผลให้การตลาดประสบความสำเร็จมีดังนี้

1. สร้างชื่อให้ตลาดยอมรับ

การสร้างชื่อให้ตลาดยอมรับ มีความสำคัญมากต่อการขายสินค้าหรือบริการ สินค้าหรือบริการ ที่มีชื่อเสียงมักเป็นที่ยอมรับของตลาด อีกทั้งมีการตั้งราคาที่แพงกว่าสินค้าที่ไม่เป็นที่ยอมรับของตลาด

ROLEX หรือ โรเล็กซ์ กลายเป็นนาฬิการาคาแพง และขายดีที่สุดในโลก ปัจจัยที่ทำให้มีราคาแพง และขายดีไม่ได้เกิดจากเรื่องของคุณภาพอย่างเดียว แต่หมายถึงการสร้างชื่อให้ตลาดยอมรับอีกด้วย

STARBUCKS COFFEE หรือ สตาร์บัคส์ เป็นร้านกาแฟที่มีกาแฟรสชาติต่างกันถึง 40 ชนิด และสามารถขายได้ในราคาสูงเมื่อเปรียบเทียบกับกาแฟโดยทั่วไป ก็เพราะว่าสตาร์บัคส์ สามารถสร้างชื่อให้ตลาดยอมรับได้นั่นเอง

2. Think Different หรือ คิดต่าง

มีความสำคัญมากๆ สำหรับคนที่ทำงานด้านการตลาด สตีเวน จอบส์ (Steve Jobs) ผู้ก่อตั้งแอปเปิลคอมพิวเตอร์หรือบริษัทแอปเปิล (Apple: Company Co-founder Steve Jobs Has Died) เขาให้ความสำคัญมากๆ เกี่ยวกับการคิดต่างหรือ Think Different บริษัทถึงกับออกโฆษณาตามสื่อต่างๆ

เกี่ยวกับแนวความคิดนี้ และมีคนเคยถามว่า ทำไมเขาให้ความสำคัญเกี่ยวกับการคิดต่างหรือ Think Different แต่มีการวิจัยตลาดหรือการหาความต้องการของลูกค้าน้อยมาก เขาตอบว่า ในบางครั้งลูกค้าก็ไม่ว้าวว่าตนเองต้องการอะไร พร้อมทั้งยกตัวอย่างว่า สมัยของเฮนรี ฟอร์ด คนเรายังไม่มีรถยนต์ใช้ แต่ใช้ม้า ใช้ช้าง ใช้วัว ใช้เกวียนในการเดินทาง ถ้าหากเฮนรี ฟอร์ด ทำการวิจัยทางการตลาดว่า ลูกค้ามีความต้องการอะไร ลูกค้ามักจะตอบกลับว่า

เขาต้องการม้าที่วิ่งได้ไวที่สุด เขาต้องการเกวียนที่มีประสิทธิภาพที่สามารถบรรทุกของได้เป็นจำนวนมากๆ

และถ้าหากเฮนรี ฟอร์ด สนองความต้องการของลูกค้ารถยนต์คันแรกของโลกก็จะไม่เกิดขึ้น ฉะนั้น สตีเวน จอบส์จึงให้ความสำคัญกับการคิดที่แตกต่างเป็นอันมาก และ Think Different จึงเป็นวัฒนธรรมหนึ่งของบริษัทแอปเปิลที่นำเอามาใช้ในองค์กร จนองค์กรคือบริษัทแอปเปิล ได้รับการยอมรับว่าเป็นบริษัทชั้นนำระดับโลก และประสบความสำเร็จอย่างสูงด้วยความคิดที่แตกต่าง สินค้าตระกูล I จึงได้เกิดขึ้น (iPhone iPad iPod) ซึ่งมีหลายรุ่น หลายแบบ และหากเราตั้งข้อสังเกตจะเห็นได้ว่า สินค้าบางตัวเป็นสินค้าที่คิดมาก่อนบริษัทอื่นๆ

3. สื่อการตลาด

ในการทำการตลาดสื่อมีความสำคัญมาก เพราะสื่อสามารถทำให้ลูกค้ารับรู้ถึงข่าวสาร ข้อมูลต่างๆ ซึ่งสื่อปัจจุบันมีความหลากหลายนักการตลาดที่ต้องการประสบความสำเร็จจะต้องเลือกสื่อให้เหมาะสมกับสินค้าและบริการของตนเอง สื่อการตลาดในยุคปัจจุบันมีมากมาย เช่น โทรศัพทสื่ออำนาจใหม่ สื่อออนไลน์ ฟุตบอลลูกเป็นสื่อ สื่อทางด้านวัฒนธรรม สื่อภาพยนตร์ สื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ สื่อเคลื่อนที่ สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อปากต่อปาก การใช้คนดังเป็นสื่อ ฯลฯ



4. กลยุทธ์การตลาด 4 P

ยังใช้ได้ผล และยังไม่ล้าสมัย กลยุทธ์การตลาด 4 P ของฟิลลิป คอตเลอร์ (Philip Kotler) ได้รับยกย่องกันมานาน และนำเอาไปใช้ไปอย่างแพร่หลายกันในอดีต คือ

1. Product Strategy กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์
2. Price Strategy กลยุทธ์ราคา
3. Place Strategy กลยุทธ์การจัดจำหน่าย
4. Promotion Strategy กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด

แต่ในยุคปัจจุบัน หลายสิ่งหลายอย่างได้เปลี่ยนแปลงไป การใช้กลยุทธ์เพียงแค่ 4 P คงจะไม่เพียงพอในยุคปัจจุบัน นักวิชาการทางด้านการตลาดก็ได้เพิ่มจำนวน P ขึ้นเพื่อให้เหมาะสมกับยุคสมัย กระผมก็เช่นกัน ก็ได้นำกลยุทธ์ 4 P (4 ข้อแรก) มาต่อยอดโดยเพิ่มเป็น 10 P ดังนี้

5. Public Relation Strategy กลยุทธ์การให้ข่าวสาร
6. Personal Strategy กลยุทธ์ด้านการใช้พนักงานขาย
7. People Strategy กลยุทธ์ด้านประชาชน
8. Packaging Strategy กลยุทธ์บรรจุภัณฑ์
9. Partners Strategy กลยุทธ์คู่ค้าหรือกลยุทธ์หุ้นส่วน
10. Perception Strategy กลยุทธ์ความเข้าใจ

กลยุทธ์การตลาด 10 P ที่ได้กล่าวไปข้างต้นนี้ จึงเป็นกลยุทธ์ที่ต่อยอดมาจากกฎทางด้านการตลาด ซึ่งท่านผู้อ่านสามารถนำไปต่อยอดได้อีกเป็น 12 P 15 P 20 P ต้องขอขอบคุณ ท่านฟิลลิป คอตเลอร์ (Philip Kotler) ที่ได้วางทฤษฎีหรือหลักการทางด้านการตลาดไว้เป็นอย่างดี

5. อยากรดับต่อสู้อันดับหนึ่ง

เมื่อกล่าวถึง Chevrolet (เซฟโรเลต) มีน้อยคนนักที่จะไม่ทราบว่าเป็นรถยนต์ เมื่อกล่าวถึง STARBUCKS (สตาร์บัคส์) มีน้อยคนที่จะไม่รู้จักว่าเป็นร้านกาแฟที่ทันสมัย เมื่อกล่าวถึง GOODYEAR (กู๊ดเยียร์) มีน้อยคนนักที่ไม่รู้จักว่าเป็นยางรถยนต์อันดับ 1 เมื่อกล่าวถึง ROLEX (โรเล็กซ์) มีน้อยคนนักที่จะไม่รู้จักว่าเป็นนาฬิการาคาแพง เมื่อกล่าวถึง XEROX (ซีร็อกซ์) มีน้อยคนนักที่จะไม่รู้จักว่าเป็นเครื่องถ่ายเอกสาร เป็นต้น

ยิ่งหากว่าคุณต้องการเป็นแบรนด์อันดับต้นๆ ของโลก คุณก็ยิ่งจะต้องใช้งบประมาณในการสร้างแบรนด์ Coca-Cola แบรนด์อันดับ 1 ของโลก เป็นที่ 1 ในตลาดน้ำอัดลม ในแต่ละปีบริษัทจะจัดทำงานงบประมาณในการสร้างแบรนด์อย่างมากมหาศาล จนในที่สุดแบรนด์ Coca-Cola มีมูลค่าถึง 7 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐ ซึ่งมูลค่าของแบรนด์สูงกว่ามูลค่าของสินค้าที่สามารจับต้องได้เสียอีก กล่าวคือสูงกว่า 3 เท่า (มูลค่าทรัพย์สินที่จับต้องได้มีมูลค่าเพียง 2.5 หมื่นล้านเหรียญ) แต่ทั้งนี้ Coca-Cola ต้องใช้เวลาในการสร้างถึง 125 ปี เลยทีเดียว ซึ่งตรงข้ามกับแบรนด์สมัยนี้ใช้เวลาสร้างเพียง 36 ปี ก็มีมูลค่าแบรนด์สูงใกล้เคียงกัน Coca-Cola นั่นก็คือ Microsoft (แบรนด์มีมูลค่าถึง 6.5 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐ) ดังนั้น ท่านสามารถสร้างแบรนด์ได้ไวกว่าในอดีตอย่างแน่นอน ซึ่งคงต้องอาศัยเวลากับความอดทน จึงจะประสบความสำเร็จในการสร้างแบรนด์

ปัจจัยที่กล่าวไปในข้างต้นคือปัจจัยที่ส่งผลให้การตลาดประสบความสำเร็จ และยังมีอีกหลายปัจจัยซึ่งกระผมจะได้เขียนบทความทยอยลงเป็นตอนๆ ไป 

