

ATTRACT NEW CUSTOMERS

สู่ความเป็นสุดยอด

ดร.สุทธิชัย วัชรโรจน์

อาจารย์ประจำบัณฑิตวิทยาลัย ม.พิษณุโลก

www.dr.suthichai.com

ถ้าพูดถึงนักการตลาด ใครๆ ก็อยากที่จะเป็นสุดยอดมือทองทางด้าน การตลาด แต่การตลาดเป็นเรื่องของศาสตร์ และศิลป์ ซึ่งจำเป็นจะต้องเรียนรู้อย่างต่อเนื่องไม่หยุด อีกทั้งไม่มีกฎเกณฑ์แน่นอนตายตัว คนที่จะเป็นนักการตลาดมือทองมีความจำเป็นจะต้องปรับศาสตร์ที่เรียนรู้ให้เข้ากับสถานการณ์หรืออาจกล่าวได้ว่า นักการตลาดมือทองต้องมีศิลป์ในการใช้ศาสตร์ทางด้าน การตลาด ให้เหมาะสมกับแต่ละสถานการณ์นั่นเอง ในบทความนี้จะพูดถึงกลยุทธ์ต่างๆ ที่นักการตลาดต้องเรียนรู้ซึ่งมีดังนี้

1. การตลาดแบบ Attraction Marketing เป็นการตลาดที่ดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค ของผู้มุ่งหวัง ให้มาขอซื้อสินค้าหรือมาขอทำธุรกิจเครือข่ายกับเรา โดยที่เราไม่ต้องไปเสนอขอให้เขามาทำธุรกิจ เครือข่ายหรือซื้อสินค้าจากเรา ซึ่งแตกต่างจากแนวคิดเดิมๆ ที่ต้องไปเสนอขายสินค้าหรือนำเสนอขายธุรกิจเครือข่าย ซึ่งทำให้เกิดความ น่าเบื่อหน่าย ความน่ารำคาญ จากลูกค้าหรือผู้มุ่งหวัง จากพฤติกรรม การตามตื้อ ตามจ้อของเรา

2. การตลาดแบบ CRM ซึ่ง CRM หมายถึง วิธีการต่างๆ ที่เราจะนำเอาไปใช้ในการบริหารลูกค้าให้เกิดความรู้สึกที่ดี มีความผูกพันกับสินค้า บริการ หรือหน่วยงานของเรา เมื่อลูกค้ามีความผูกพันในทางที่ดี ชอบเรา รักเรา แล้วลูกค้าคนนั้นก็ไม่ได้คิดที่จะเปลี่ยนใจ ไปซื้อสินค้าหรือบริการอื่น ในขณะที่เดียวกันก็จะเกิดการบอกต่อไปยังเพื่อนๆ จึงทำให้เรามีฐานลูกค้าที่มั่นคง และเพิ่มขึ้น

C คือ Customer เราต้องรู้จักลูกค้าของเราดีกว่าลูกค้าคือใคร แบ่งกลุ่มได้ก็กลุ่ม เราจะเก็บข้อมูลอย่างไร และเราจะสร้างฐานลูกค้าอย่างไร

R คือ Relationship ความสัมพันธ์ ทำอย่างไรจะสร้างความสัมพันธ์เพื่อให้เกิดชุมชนหรือเพื่อให้เกิดครอบครัวใหญ่

M คือ Management เราจะติดต่อกับลูกค้าหรือสื่อสารกับลูกค้าอย่างไร เมื่อไร จะบริหารจัดการลูกค้าอย่างไร



นักการตลาดมือทอง

ฉะนั้น CRM จึงต้องอาศัยเป้าหมาย และการวางแผน ว่าปีหนึ่งเราจะติดต่อกับลูกค้ากี่ครั้ง เมื่อไร เดือนไหน พร้อมทั้งมีการเสนอขายสินค้าและบริการเมื่อไร เพราะถ้ามีลูกค้าแต่ไม่มีการสั่งซื้อก็ไม่มีประโยชน์อะไร

3. การตลาดแบบ E-Commerce มีความสำคัญมากในการทำธุรกิจ การบริหาร การจัดการ เพื่อทำให้องค์กรเกิดความก้าวหน้า เกิดกำไร เกิดความมีชื่อเสียง ทำไม่ต้องทำการตลาด E-Commerce เพราะโลกยุคนี้เป็น โลกของการรวมเป็นหนึ่ง โลกแห่งการสื่อสาร โลกแห่งเครือข่าย โลกแห่งการไร้ซึ่งขอบเขต ซึ่งทำให้ประเทศไทย และหน่วยงานธุรกิจจะต้องทำงานค้าขายร่วมกับประเทศต่างๆ มากยิ่งขึ้น หากพูดถึงเรื่องของการตลาดในยุคก่อน เรามักมีการใช้การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ แต่ยุคนี้ สื่อที่มีความสำคัญ และมาแรงมาก ได้แก่ สื่อทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งมีคนใช้การเกือบครึ่งโลก การตลาดแบบ E-Commerce จึงเป็นสิ่งที่ปฏิเสธไม่ได้สำหรับการทำธุรกิจในยุคปัจจุบัน

4. การตลาดแบบสร้างสรรค์ เนื่องจากยุคปัจจุบัน และยุคอนาคตเป็นยุคแห่งการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว และไม่หยุดนิ่ง หากเรามองกลับไปยังยุคอดีตเราจะเห็นว่า สินค้าหลายๆ ตัวได้หายไปจากการแข่งขันในยุคปัจจุบัน เช่น

- การใช้บริการโทรเลขได้เป็นประวัติศาสตร์ไปแล้ว เด็กยุคใหม่จะไม่รู้จักอีกต่อไป สาเหตุก็มาจาก มีผู้ใช้บริการน้อย เทคโนโลยีมีความทันสมัย มีโทรศัพท์มือถือ มีระบบอินเทอร์เน็ต อีเมลต่างๆ มารองรับ อีกทั้งมีต้นทุนค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานที่สูง ฉะนั้นการบริการโทรเลข จึงได้หยุดให้บริการนับตั้งแต่วันที่ 1 พฤษภาคม 2551

- การใช้เครื่องพิมพ์ดีด ก็มีจำนวนที่ลดน้อยลง โรงงานผลิตจึงต้องลดจำนวนผลิต บางแห่งมีการปิดตัวไปเลยก็มี สาเหตุหนึ่งก็เกิดจาก การสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ออกมาแทนที่ ไม่ว่าจะเป็นเครื่องคอมพิวเตอร์ เครื่อง ipad โทรศัพท์บางรุ่นบางยี่ห้อก็สามารถใช้พิมพ์งานได้อย่างสบาย

ดังนั้น เมื่อเราเข้าสู่ยุคของการแข่งขันที่เสรี และรวดเร็ว บริษัทห้างร้าน หน่วยงานต่างๆ ก็คงต้องพยายาม สร้างสรรค์ตัวสินค้า

ตัวผลิตภัณฑ์ และการทำการตลาดอย่างสร้างสรรค์มากขึ้น เพื่อให้ทันสมัย ทันเหตุการณ์ ทันต่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ตลอดเวลา

5. การตลาดแบบ Digital marketing Communication คือ การสื่อสารในการทำการตลาดบนโลก Online ซึ่งต้องอาศัย Internet โดยผ่านเครื่องมือหรือ Technology ที่ทันสมัย เช่น คอมพิวเตอร์ มือถือสมาร์ทโฟน และต้องอาศัยการสื่อสารผ่านช่องทาง Social Network คือ Blog หรือ บล็อก ไมโครบล็อก (Microblog) เป็นเว็บไซต์ขนาดเล็ก โซเชียลเน็ตเวิร์ค เว็บไซต์ (Facebook, LinkedIn, Myspace, Hi5) เว็บไซต์บุ๊กมาร์ค (Bookmark Social Site) รวมถึง Youtube, INSTAGRAM, GOOGLE, FLICKR เป็นต้น

6. การตลาดแบบ Marketing Mindset คืออะไร Marketing Mindset คือความคิด ความเชื่อ ในการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมต่อการกระทำของบุคคลนั้นๆ ซึ่งความคิด ความเชื่อ Mindset ของแต่ละคนจะไม่เหมือนกัน

Mindset จึงเหมือนกับแบบแปลนบ้าน ก่อนที่จะสร้างบ้าน เราควรมีแบบแปลนบ้านเสียก่อน ไม่ใช่คิดจะปลูกบ้าน สร้างบ้าน ก็สร้างเลย ถ้าทำเช่นนี้ อาจจะทำให้เกิดการผิดพลาดในการก่อสร้างได้ แล้วผลที่ตามมาก็คือ ต้องเสียเวลา เสียเงินทองในการแก้ไขปรับปรุง เพื่อให้เป็นไปตามความต้องการของตนเอง แต่ถ้าเรามีแบบแปลนบ้าน เราก็จะสร้างบ้านได้ตามแผนหรือแบบแปลน ทำให้ไม่เสียเวลา ไม่เสียค่าใช้จ่ายที่มากขึ้น

Marketing Mindset จึงมีความสำคัญ ถ้าใครมี Marketing Mindset ที่ผิด เขาก็จะเกิดความผิดพลาดในการทำงานด้านการตลาด และต้องเสียเวลาแก้ไข ปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้น ฉะนั้น ก่อนที่จะเป็นนักการตลาดที่ดี และประสบความสำเร็จ นักการตลาดควรมี Marketing Mindset เป็นของตนเองเสียก่อนซึ่ง Marketing Mindset ของแต่ละคนนั้นอาจจะไม่เหมือนกัน

7. การตลาดแบบครบเครื่องเรื่องการสื่อสารการตลาด ภาษาอังกฤษมักเรียกว่า Integrated Marketing Communication หรือเรียกย่อว่า IMC เป็นการพัฒนาการสื่อสารการตลาดที่นำการสื่อสารหลายๆ รูปแบบมาผสมผสานกันอย่างต่อเนื่องเพื่อไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

IMC มีความจำเป็นแค่ไหน มีความจำเป็นมากในยุคปัจจุบัน และอนาคตตามความเป็นจริงแล้วในยุคปัจจุบัน เราต้องยอมรับกันว่าสื่อต่างๆ มีมากขึ้น สื่อบางอย่างที่นิยมในอดีตมีราคาแพงขึ้น ผู้บริโภค สามารถรับสื่อต่างๆ ได้อย่างมากมายกว่าในอดีต

IMC ก็กับการส่งเสริมตราสินค้า IMC สามารถส่งเสริมตราสินค้าได้เป็น อย่างยิ่ง เนื่องจากตราสินค้า มีความสัมพันธ์กับราคา ความคุ้มค่า หากว่าตราสินค้าไหน เป็นที่รู้จักมาก โอกาสที่ลูกค้าจะซื้อสินค้า บริการ ก็จะมีมากขึ้น อีกทั้งในยุคปัจจุบัน มีคู่แข่งรายใหม่ๆ เข้ามาสู่ตลาดมากขึ้น หากไม่มีการทำ IMC ก็จะถูกแย่งลูกค้าไปได้อย่างง่ายดาย

ดังนั้น เราจำเป็นที่จะต้องมีการสื่อสารตราสินค้า อันได้แก่ การโฆษณา การขายโดยพนักงานขาย การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การจัดเวิร์กช็อป การใช้จ่ายโฆษณาของบริษัทเคลื่อนที่ การใช้ป้ายต่างๆ การใช้สื่อทางอินเทอร์เน็ต การจัดนิทรรศการ การใช้ผลิตภัณฑ์เป็นสื่อ เป็นต้น

IMC ที่ยอดเยี่ยมมักจะต้อง ใหม่ แปลก ใหญ่ ดัง กล่าวคือ หากทำสื่อต่างๆ ออกมาเหมือนกับคู่แข่งในท้องตลาด ก็จะไม่ได้รับความสนใจจากลูกค้าเท่าที่ควร ตรงกันข้าม หากว่าเราทำสื่อต่างๆ ออกมาอย่างสร้างสรรค์ให้ 1. ใหม่ 2. แปลก 3. ใหญ่ 4. ดัง หากเป็นลักษณะนี้ ก็จะสร้างความจดจำ และเป็นที่ประทับใจของลูกค้าได้มากกว่า

ดังนั้น หากท่านผู้อ่านได้เรียนรู้ และนำเอาการตลาดแบบต่างๆ 7 ข้อข้างต้นเอาไปประยุกต์ใช้กับงานทางด้านการตลาดของตนเอง กระผมเชื่อว่า ท่านจะเป็นนักการตลาดมือทองในที่สุด 

