



# ฝากไว้ สำหรับนักการตลาด

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุทธิชัย ปิณฑโรจน์  
อาจารย์ประจำบัณฑิตวิทยาลัย ม.พิษณุโลก  
[www.drsuthichai.com](http://www.drsuthichai.com)

**ศาสตร์** ทางด้านการตลาดในโลกนี้มีมากมาย ถ้าหากว่านำมาเขียน เกรงว่าชาตินี้ก็คงเขียนได้ไม่หมด และศาสตร์ทางด้านการตลาดไม่เคยอยู่นิ่ง มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา สำหรับบทความฉบับนี้ ยอยากที่จะสรุปประเด็นสำคัญทางด้านการตลาดเพื่อฝากเอาไว้สำหรับนักการตลาดทุกๆ ท่าน หลายท่านก็อาจจะรู้อยู่แล้ว แต่ถ้าไม่ได้นำมาอ่านใหม่หรือนำมาทบทวนใหม่ก็มีโอกาสจะหลงลืมได้ครับ

**นักการตลาดที่ดี มีความจำเป็นจะต้องมีการลงพื้นที่ เพื่อไปสังเกตพฤติกรรมของผู้บริโภค เพื่อนำข้อมูล มาวิเคราะห์** ซึ่งจะ

อาศัยข้อมูล ตัวเลข สถิติต่างๆ หรืองานวิจัย แบบนักการตลาดในสมัยก่อน เพื่อนำมาวิเคราะห์แต่เพียงอย่างเดียวคงไม่ได้อีกแล้ว นักการตลาดที่ดีต้องลงพื้นที่จริงๆ เพราะจะทำให้เห็นภาพและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่แท้จริง

**นักการตลาดที่ต้องการจะเป็นผู้นำตลาด ไม่ควรลอกเลียนแบบใคร** เพราะคนลอกเลียนแบบมักจะเป็นผู้ตามวันยังค่ำ ตรงกันข้ามคนที่คิดต่าง หรือ Think Different มักมีโอกาสเป็นผู้นำตลาดอยู่เสมอ แต่ความยากที่สุดก็คงอยู่ที่ว่า นักการตลาดสมัยใหม่ กล้าหรือเปล่าที่จะคิดต่าง และมีความกล้าหรือเปล่าที่จะนำความคิดนั้นไปใช้ เพราะความคิดใหม่ๆ มักต้องเผชิญกับทั้งความล้มเหลวหรือต้องเผชิญกับเสียงตำหนิ เสียงดูว่า การเสียดสี การพูดในเชิงดูถูก แต่หากว่าความคิดต่างหรือ Think Different ประสบความสำเร็จ คุณก็มีโอกาสโด่งดังมากกว่าคนที่ทำอะไรตามๆ คนอื่นเขา

**นักการตลาดในยุคนี้หรือยุคแห่งอนาคตไม่สามารถหลีกเลี่ยงหนีการตลาดวิถีฉมุนได้หรือการตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและตลอดเวลา** ดังนั้น **นักการตลาดที่ดี จะต้องมีการปรับตัว ต้องศึกษา ต้องทำความเข้าใจ ต้องรู้จักเปลี่ยนแปลงตนเอง เพื่อที่จะใช้ชีวิตในโลกของการแข่งขันที่ไร้พรมแดนได้อย่างมีความสุข**

**นักการตลาดที่ดีที่เก่งต้องใช้ การตลาดลูกผสม** เนื่องจากสูตรสำเร็จทางการตลาดไม่สามารถทำกันได้ง่ายๆ เหมือนในอดีตอีกแล้ว เพราะโลกมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และตลอดเวลา

think  
different

ไม่หยุดนิ่ง ปัจจัยต่างๆ ก็เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา เช่น ความต้องการของลูกค้า, เทคโนโลยีเปลี่ยนแปลงรวดเร็วมาก สื่อมีจำนวนมากขึ้น อีกทั้งมีความทันสมัยกว่าในอดีต การใช้การตลาดที่มีการผสมผสานกัน น่าจะเป็นสูตรการตลาดที่ประสบความสำเร็จมากกว่า การใช้สูตรเพียงสูตรเดียวในการทำงานด้านการตลาดเหมือนในอดีต

นักการตลาดที่ทำการตลาดบนอินเทอร์เน็ต จะประสบความสำเร็จคงต้องขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย เช่น ผู้บริหารให้ความสำคัญ และให้ความร่วมมือหรือไม่ ผู้บริหารเข้าใจสื่ออินเทอร์เน็ตมากน้อยแค่ไหน ความร่วมมือภายในองค์กรมีมากน้อยแค่ไหน เพราะต้องทำงานร่วมกับหน่วยงานหรือฝ่ายอื่นๆ ด้วย (นักการตลาดกับฝ่ายเทคโนโลยี และฝ่ายตลาด ฝ่ายอื่นๆ ที่ต้องทำงานร่วมกัน)

**นักการตลาดที่เข้าสู่โลกแห่งการแข่งขันในยุคปัจจุบัน โลกยุคนี้อะไรก็ไม่แน่นอน** บริษัทใหญ่ๆ หลายบริษัทมักไม่สามารถเอาชนะการแข่งขันกับบริษัทเล็กๆ บางแห่งได้ แต่สิ่งที่บริษัทเล็กๆ สามารถเอาชนะบริษัทใหญ่ๆ ได้ มีประเด็นที่สำคัญก็คือบริษัทเล็กๆ ต้องพัฒนาเรื่องของความคิด พัฒนาไอเดีย พัฒนาการคิดต่าง คิดอย่างผู้ทำชิง หาโอกาสให้ตัวเองและจงรักในสิ่งที่ทำ จงทำในสิ่งที่รัก

**นักการตลาดต้องให้ความสำคัญกับการใช้สื่อการตลาด** นักการตลาดจะประสบความสำเร็จในการใช้สื่อการตลาดหรือไม่ คงต้องขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย เช่น หากสินค้ามีความเหมือนกันหรือคล้ายคลึงกัน อีกทั้งการใช้สื่อการตลาดก็ไม่มีแตกต่างกัน ก็คงประสบความสำเร็จได้ยากกว่า คู่แข่งที่มีการสร้างความแตกต่างของสินค้า และบริการ อีกทั้งยังมีความสามารถในการใช้สื่อการตลาดที่มีความแตกต่างโดดเด่น เหมาะสมกับสถานการณ์นั้นๆ มากกว่า

**นักการตลาดที่ใช้กลยุทธ์บุคคล คนดัง เพื่อทำ Celebrity Marketing ควรคำนึงถึง แบนด์ บุคคลหรือคนดังด้วยว่า สอดคล้องหรือมีภาพลักษณ์ไปกับสินค้า บริการของเราด้วยหรือไม่** ซึ่งแบนด์ บุคคลหรือคนดัง ที่นำมาใช้ควรมีคุณลักษณะที่สำคัญ ดังนี้ มีความ

น่าเชื่อถือ (Believe) และมีความไว้วางใจ (Trust) กล่าวคือสามารถสร้างภาพลักษณ์ให้กับตราสินค้า (Credibility) ของเราได้, มีภาพลักษณ์ที่มีเสน่ห์ และสามารถดึงดูดความสนใจลูกค้าหรือผู้บริโภคให้มาสนใจตราสินค้า (Attractiveness) ของเราได้

**นักการตลาดที่ใช้กลยุทธ์ Viral Marketing** มีข้อควรระวังที่ควรพิจารณาถึงคือบริษัทบางแห่งโดยเฉพาะบริษัทใหม่ๆ ต้องการให้ลูกค้ารู้จักสินค้า รู้จักบริษัทอย่างรวดเร็ว โดยใช้กลยุทธ์ Viral Marketing แต่เป็นการส่งข้อมูลข่าวสารในทางลบหรือทำให้เสียภาพพจน์ปรากฏว่า การทำ Viral Marketing ได้ผลคนรู้จัก บริษัท สินค้า อย่างรวดเร็ว แต่ในทางกลับกัน การทำ Viral Marketing ลักษณะนี้ กับส่งผลในแง่ภาพพจน์กับบริษัทในระยะยาว ซึ่งกว่าจะทำให้ภาพพจน์ของบริษัทดีขึ้น คงต้องใช้ระยะเวลาจนถึงจะทำให้คนดู คนฟังลบภาพในทางลบออกจากหัวใจของคนได้

**นักการตลาดควรคำนึงถึงเรื่องของบริการควบคู่กับเรื่องของการตลาด** เพราะแนวโน้มของธุรกิจบริการเป็นแนวโน้มที่ดีมากที่สุดในอนาคต อีกทั้งในยุคปัจจุบัน หากองค์กรใด หน่วยงานใด มีการบริการที่ดี และเหนือกว่าคู่แข่ง ย่อมสร้างความได้เปรียบ ความเป็นต่ออย่างมากในการทำธุรกิจ

**นักการตลาดที่ใช้กลยุทธ์แบรนด์** ควรทำความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องของแบรนด์กับการกระจายสินค้า หลายบริษัท เน้นการสร้างแบรนด์ในการนำสินค้าออกสู่ตลาดใหม่ๆ แต่ละเลยการกระจายสินค้า ทำให้พลาดโอกาสในการทำกำไรไปอย่างง่ายดาย ตัวอย่างสมมติเราเดินทางไปจังหวัดหนึ่ง ในหมู่บ้านหนึ่ง เราอยากกิน Coca-Cola ในหมู่บ้านนั้น แต่ร้านขายของชำบอกว่า ไม่มีขายต้องไปซื้อในตัวอำเภอเมือง ซึ่งต้องเดินทางไปหลายกิโลเมตร แล้วถามว่าเราจะอยากไปไหม แต่ตรงกันข้าม Coca-Cola มีการกระจายสินค้าที่ดีมาก Coca-Cola มีขายทุกแห่ง เกือบทุกพื้นที่ในประเทศไทย จึงทำให้ Coca-Cola มียอดขายที่มากมายมหาศาล ถึงแม้ว่า หลายแห่งจะขายราคาไม่เท่ากัน แต่ลูกค้าจะเป็นคนตัดสินใจว่าจะซื้อจากสถานที่ไหน ราคาเท่าไร เมื่อไร

ทั้งหมดนี้คือ แง่คิด มุมความคิดที่ฝากไว้สำหรับนักการตลาด เพื่อใช้ในการทบทวนหรือเตือนความจำ เพื่อนำเอากลยุทธ์ต่างๆ แง่คิดต่างๆ ไปพัฒนาหรือนำเอาไปใช้ต่อไป 

