

10 กลยุทธ์ ทางการตลาด

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุทธิชัย ภัณฑโรจน์
อาจารย์ประจำบัณฑิตวิทยาลัย ม.เกษตรศาสตร์
www.drsuthichai.com



กลยุทธ์ทางการตลาด หมายถึงกลวิธี แผนการหรือแนวทางที่
ถูกวางไว้เพื่อกำหนดการสร้าง สินค้า ผลิตภัณฑ์หรือบริการ
ในการที่จะใช้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป้าหมาย
กลยุทธ์ทางการตลาดมีความสำคัญมากในการทำการตลาดสมัยใหม่
สำหรับบทความฉบับนี้ เราจะมาพูดถึง กลยุทธ์ทางการตลาด
ที่มีความสำคัญ 9 กลยุทธ์ด้วยกันมีดังนี้

1. **Celebrity Marketing (เซเลบริตี้ มาร์เก็ตติ้ง)** คือ การนำ
บุคคล คนดัง คนมีชื่อเสียง เช่น ดารา นักร้อง นักการเมือง นักสื่อสาร
มวลชน นักกีฬาชื่อดัง มาช่วยในการทำการตลาด เพราะบุคคล
คนดัง มักจะเป็นที่รู้จักของสาธารณชนอยู่แล้ว จึงไม่ต้องเสียเวลาใน
การแนะนำตัว อีกทั้ง บุคคล คนดัง มักจะมีแฟนคลับหรือคนที่ติดตาม
ผลงานอยู่เป็นจำนวนมาก

2. **Attraction Marketing** เป็นการตลาดที่ดึงความสนใจของ
ผู้บริโภคของผู้มุ่งหวัง ให้มาขอซื้อสินค้าหรือมาขอทำธุรกิจเครือข่าย
กับเรา โดยที่เราไม่ต้องไปเสนอขอให้เขามาทำธุรกิจเครือข่ายหรือซื้อ
สินค้าจากเรา ซึ่งแตกต่างจากแนวคิดเดิมๆ ที่ต้องไปเสนอขายสินค้า
หรือนำเสนอขายธุรกิจเครือข่าย ซึ่งทำให้เกิดความน่าเบื่อหน่าย
ความน่ารำคาญ จากลูกค้าหรือผู้มุ่งหวัง จากพฤติกรรมตามติด
ตามจ้อของเรา

3. **Marketing Mindset** คือความคิด ความเชื่อ ทางการตลาด
ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมต่อการกระทำของบุคคลนั้นๆ ซึ่งความคิด ความ
เชื่อ Mindset ของแต่ละคนจะไม่เหมือนกัน Mindset จึงเหมือนกับ
แบบแปลนบ้าน ก่อนที่จะสร้างบ้าน เราควรมีแบบแปลนบ้านเสียก่อน
ไม่ใช้คิดจะปลูกบ้าน สร้างบ้าน ก็สร้างเลย ถ้าทำเช่นนี้ อาจจะทำให้
เกิดการผิดพลาดในการก่อสร้างได้ แล้วผลที่ตามมาก็คือ ต้องเสีย
เวลา เสียเงินทอง ในการแก้ไข ปรับปรุง เพื่อให้เป็นไปตามความ
ต้องการของตนเอง แต่ถ้าเรามีแบบแปลนบ้าน เราก็จะสร้างบ้านได้
ตามแผนหรือแบบแปลน ทำให้ไม่เสียเวลา ไม่เสียค่าใช้จ่ายที่มากขึ้น

4. **Viral Marketing (ไวรัล มาร์เก็ตติ้ง)** หรือ การตลาดแบบ
ไวรัล เป็นคำตอบในการใช้ทำการตลาดกับสื่อที่ทันสมัยเหล่านี้
ซึ่งการใช้ Viral Marketing ในการทำการตลาดจะทำให้แบรนด์ของเรา
เป็นที่รู้จักมากขึ้น และสามารถขยายผลิตภัณฑ์ สินค้า บริการ ได้
ง่ายขึ้น Viral Marketing ถ้าหากเปรียบแล้วจะเหมือนกับการแพร่
ไวรัลไปอย่างรวดเร็ว โดยอาศัยการบอกต่อ ปากต่อปาก หรือที่
เรียกว่า Word-of-Mouth (WOM)

5. **Digital marketing Communication** คือ การสื่อสารในการ
ทำการตลาดบนโลก Online ซึ่งต้องอาศัย Internet โดยผ่านเครื่อง
มือหรือ Technology ที่ทันสมัย เช่น คอมพิวเตอร์ มือถือสมาร์ทโฟน



และต้องอาศัยการสื่อสารผ่านช่องทาง Social Network คือ Blog หรือบล็อก ไมโครบล็อก (Microblog) เป็นเว็บไซต์ขนาดเล็ก โซเชียลเน็ตเวิร์คเว็บไซต์ (Facebook, LinkedIn, Myspace, Hi5), เว็บไซต์โซเชียลบุ๊กมาร์ค (Bookmark Social Site) รวมถึง Youtube, INSTAGRAM, GOOGLE, FLICKR เป็นต้น ในการสื่อสารผ่านโลก Online ต้องอาศัยความคิดที่สร้างสรรค์ การสื่อสารที่ซึ้งหรือจูงใจให้ลูกค้ามาชอบตัวเรา ชอบบริษัทเรา ชอบสินค้าเรา ชอบบริการของเรา

6. Customer Relationship Management (CRM) หมายถึงวิธีการต่างๆ ที่เราจะนำไปใช้ในการบริหารลูกค้าให้เกิดความรู้สึกที่ดี มีความผูกพันกับสินค้า, บริการหรือหน่วยงานของเรา เมื่อลูกค้ามีความผูกพันในทางที่ดี ชอบเรา รักเรา แล้วลูกค้าคนนั้นก็มักจะเปลี่ยนใจไปซื้อสินค้าหรือบริการอื่น ในขณะที่เดียวกันก็จะเกิดการบอกต่อไปยังเพื่อน ๆ จึงทำให้เรามีฐานลูกค้าที่มั่นคง และเพิ่มขึ้น

7. Brand Ambassador (แบรนด์ แอมบาสเดอร์) หากเปรียบเทียบแล้ว ก็เหมือนกับเป็นตัวแทนของบริษัทซึ่งมีการว่าจ้างหรือบางบริษัทอาจจะไม่มีการว่าจ้างแต่จะใช้เจ้าของบริษัทเป็นตัวแทนของบริษัทหรือบางบริษัทอาจจะใช้ ดารา นักแสดง นักกีฬา นักร้อง โดยจะมีการทำกิจกรรมของบริษัทผ่าน Brand Ambassador (แบรนด์ แอมบาสเดอร์)

8. Marketing Mix หรือส่วนผสมทางการตลาด คือ

1. **สินค้า (Product)** การทำการตลาดใดๆ จะต้องมีสินค้า มีบริการ ที่จะนำเสนอก่อน ซึ่งสินค้า บริการนั้น อาจมีชนิดเดียวหรือหลายชนิดก็ได้

2. **ราคา (Price)** การตั้งราคามีความสำคัญไม่ใช่น้อยในการทำการตลาด เพราะถ้าตั้งราคาสูง แต่ตัวของสินค้ามีคุณภาพต่ำ ลูกค้าก็จะคิดว่าสินค้ามีราคาแพง แต่ตรงกันข้ามถ้าสินค้ามีคุณภาพดีมาก ถึงแม้ตั้งราคาสูง ลูกค้าก็ยินดีจ่ายเงิน ฉะนั้น นักการตลาดควรพิจารณาถึงราคาของสินค้ากับคุณภาพ พร้อมทั้งต้นทุนของสินค้าไปพร้อมๆ กัน

3. **ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)** ต้องคำนึงถึงความสะดวก รวดเร็ว ในการส่งถึงมือของลูกค้า และคำนึงถึงประเภทของ

สินค้า และบริการ

4. **การส่งเสริมการตลาด (Promotion)** การสื่อสารทางการตลาด นักการตลาดจะต้องคำนึงถึง สารที่จะส่ง คำนึงถึง สื่อที่จะใช้ในการส่ง รวมถึงเทคโนโลยี ต่างๆ ที่จะใช้ในการสื่อสารถึงลูกค้า

9. **Marketing Environment** หรือสิ่งแวดล้อมทางการตลาด มีความสำคัญมาก เพราะการศึกษาสิ่งแวดล้อมทางการตลาดจะทำให้เราได้รู้ถึง สถานการณ์ต่างๆ ในการแข่งขัน ยิ่งถ้าเรามีข้อมูลของผู้แข่งขันมาก ถ้าเรารู้ถึงสภาพเศรษฐกิจของโลกของประเทศมาก ก็จะทำให้เราประเมินสถานการณ์ต่างๆ ได้ถูกต้องมากยิ่งขึ้น และจะทำให้เราตัดสินใจในการทำการตลาด และทำธุรกิจได้ดียิ่งขึ้น

10. **Brand หรือแบรนด์** คือ คำตอบ เมื่อกล่าวถึง Chevrolet (เชvrolet) มีน้อยคนนักที่จะไม่ทราบว่าเป็นรถยี่ห้ออะไร, เมื่อกล่าวถึง STARBUCKS (สตาร์บัคส์) มีน้อยคนนักที่จะไม่รู้จักร้านกาแฟที่ทันสมัย, เมื่อกล่าวถึง GOODYEAR (กูดเยียร์) มีน้อยคนนักที่ไม่รู้จักว่าเป็นยางรถยนต์อันดับ 1 เมื่อกล่าวถึง ROLEX (โรเล็กซ์) มีน้อยคนนักที่ไม่รู้จักว่าเป็นนาฬิการาคาแพง เมื่อกล่าวถึง XEROX (ซีโรกซ์) มีน้อยคนนักที่ไม่รู้จักว่าเป็นเครื่องถ่ายเอกสาร เป็นต้น

ดังนั้น Brand หรือแบรนด์จึงเป็นสัญลักษณ์ต่างๆ เพื่อสื่อสารความเป็นตัวตนของผลิตภัณฑ์ อีกทั้งยังมีส่วนสร้างความรู้สึก ความประทับใจภายในจิตใจของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์ยี่ห้ออื่นๆ ซึ่งลูกค้าอาจจะรับรู้ผ่านการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ ประสบการณ์การใช้สินค้า ภาพลักษณ์ขององค์กร

สุดท้ายนี้ อยากฝากทั้งผู้อ่านว่า กลยุทธ์ทางการตลาดมีมากมาย แต่นักการตลาดที่ประสบความสำเร็จเขามักจะเลือกใช้เครื่องมือหรือกลยุทธ์อย่างมีศิลปะหรือการประยุกต์ใช้ที่เข้ากับสถานการณ์ เพราะกลยุทธ์ทางการตลาดหนึ่งอาจจะใช้แล้วประสบความสำเร็จในสถานการณ์หนึ่ง แต่เวลาผ่านไปหากนำเอากลยุทธ์เดิมมาใช้ก็อาจจะไม่ประสบความสำเร็จได้ 