

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุทธิชัย ปิณฑโรจน์  
อาจารย์ประจำบัณฑิตวิทยาลัย ม.พิษณุโลก  
www.drsuthichai.com

# ข้อควรระวังในการทำการตลาดใน Social Media Marketing

**นัก** การตลาด นักขาย เจ้าของกิจการ จำนวนมากในปัจจุบัน มักให้ความสำคัญกับการใช้สื่อโซเชียล (Social Media) และเป็นกระแสไปทุกมุมโลก ว่าจะต้องมีการประชาสัมพันธ์โฆษณาในสื่อต่างๆ เหล่านี้ ไม่ว่าจะเป็น Twitter, Facebook, LinkedIn, Youtube, google รวมไปถึงการโฆษณาในเว็บไซต์ (website) และในบล็อก (Blog)

แต่สิ่งที่ตามมาก็คือ ทำให้เกิดค่าใช้จ่าย เกิดต้นทุน และเกิดการใช้จ่ายเงินจำนวนมากในการทำการประชาสัมพันธ์ การโฆษณาบนสื่อโซเชียล (Social Media) เหล่านี้ การกระตุ้นยอดขายด้วยการโฆษณาเป็นสิ่งที่ดี แต่อย่าลืมนะครับว่า วัตถุประสงค์หรือเป้าหมายของการทำธุรกิจคืออะไร คำตอบคือ กำไรครับ หากว่าคนรู้จักสินค้ามาก มีชื่อเสียงมาก แต่ถ้าไม่มีคนซื้อหรือมีคนซื้อจำนวนน้อยมาก ส่งผลให้ขาดทุนหรือไม่มีกำไร แต่ในขณะเดียวกันก็เกิดต้นทุนจำนวนมากในการลงโฆษณา ถ้าเป็นอย่างนี้ ก็ถือว่าผิดวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายในการทำธุรกิจครับ

สำหรับบทความนี้ เราลองมาเรียนรู้ และแลกเปลี่ยนเกี่ยวกับ “ข้อควรระวังในการทำการตลาดใน Social Media Marketing” กันครับ

**1. ไม่ต้องใช้สื่อโซเชียล (Social Media) หากกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของคุณ กลุ่มใหญ่ เป็นกลุ่มผู้สูงอายุ ซึ่งไม่นิยมเล่นสื่อ**

โซเชียล (Social Media) นักการตลาด นักขาย เจ้าของกิจการ ผู้ประกอบการหลายคน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นคนรุ่นใหม่ มักจะให้ความสำคัญกับสื่อโซเชียล จนลืมวิเคราะห์ให้ได้ว่า แท้ที่จริงแล้ว ลูกค้ายุคใหม่ของเราอยู่ที่ไหนกันแน่ ผลคือสินค้าของเราโด่งดังเป็นที่รู้จักในกลุ่มวัยรุ่น แต่ยอดขายน้อยมาก ทำให้ต้องเสียเวลา เสียเงินทอง กับการใช้สื่อโซเชียล หากเอาเวลาไปทุ่มเทกับการใช้กลยุทธ์อื่นหรือการใช้สื่ออื่นๆ ที่กลุ่มเป้าหมายใช้หรือสนใจ ก็จะเกิดประโยชน์และส่งผลต่อยอดขาย และกำไรมากกว่า

**2. อย่าคิดว่ามีเงินมาก และทุ่มเงินเป็นจำนวนมาก แล้วจะประสบความสำเร็จในการใช้สื่อโซเชียล (Social Media) ในการ**



ทำการตลาด แต่ที่จริงแล้ว การสร้างไอเดียใหม่ๆ การใช้สมอง การคิดริเริ่มสร้างสรรค์มีความสำคัญมากกว่า การทุ่มเทเงินเป็นจำนวนมาก เช่น บริษัท ก มีเงินมากมายมหาศาล สามารถซื้อสื่อโฆษณาได้เป็นจำนวนมาก และมีเงินทุนเป็นจำนวนมากในการสร้างภาพยนตร์หรือคลิป VDO แต่การสร้างภาพยนตร์หรือคลิป VDO ก็มีเนื้อหาเรียบๆ ไม่น่าสนใจ ส่งผลให้เวลานำไปลงใน Youtube หรือสื่อโซเชียล ไม่เกิดการแชร์หรือเกิดการดูจำนวนมาก (คนดูน้อยมาก) ก็ทำให้เงินทุนที่ลงทุนไปสูญเปล่า และเกิดต้นทุนเพิ่ม กำไรลดลง แต่ตรงกันข้าม บริษัทหรือองค์กรขนาดเล็ก แทบจะไม่มีเงินหรืองบโฆษณา แต่ใช้กลไกจากมือถือ แล้วสร้างเนื้อหาที่แปลกใหม่ ทันสมัย โดนใจคนเร้าใจ แล้วนำเอาไปลง Youtube ผลปรากฏว่า มีคนดูเป็นหลายล้านคน มีการส่งต่อ แชร์ต่อ เป็นจำนวนมาก และส่งผลต่อการซื้อสินค้าและบริการทำให้เกิดรายได้และกำไร โดยที่แทบจะไม่มีต้นทุนในการซื้อค่าโฆษณาเลย ดังนั้น “อย่าเป็นข้ออ้างนะครับว่า บริษัทเราไม่มีเงินหรืองบน้อยจึงไม่สามารถสร้างสื่อที่ดีได้ หากมีงบน้อย จงใช้สมองให้มาก จงใช้ความคิดให้มากครับ”

**3. อย่าเข้าใจผิดว่า โฆษณาในเฟสบุ๊ก Facebook ได้จำนวน Like มาก แล้วคนที่กด Like จะเป็นลูกค้าของเราหรือซื้อสินค้าของเราหรือโฆษณาในสื่อ Social Media อื่นๆ แล้วคุณดูมากคนดูเหล่านั้นจะเป็นลูกค้าของเรา ความจริงอาจจะไม่ใช่ก็ได้ เพราะบางคนอาจจะชอบอ่านชอบดู และรู้สึกว่ามันสนุกสนาน แต่ไม่ตัดสินใจซื้อสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของเราก็ได้**

**4. หมั่นทบทวน และใช้หลักการ PDCA คือ P (Planning) การวางแผน D (Do) การลงมือทำ การปฏิบัติตามแผน C (Check) ตรวจสอบ และประเมินตนเอง A (Action) การปรับปรุงแก้ไข และพัฒนา**

แล้วเราจะนำ PDCA มาปรับใช้กับการตลาดใน Social Media Marketing ได้อย่างไร คำตอบคือใช้ได้อย่างแน่นอน เช่น

**P (Planning) การวางแผน** เป็นกิจกรรมลำดับแรก นักการตลาดต้องมีการจัดการวางแผนการทำงานหรือการวางแผนการตลาดก่อน จะใช้ Social Media Marketing อย่างไร จะใช้สื่ออะไร ให้ตรงกับเป้าหมาย โดยคำนึงถึงเรื่องของ ต้นทุน ค่าใช้จ่าย ช่วงเวลา เนื้อหา ข้อมูลข่าวสารที่ต้องการสื่อสารให้กับลูกค้าหรือกลุ่มเป้าหมาย

**D (Do) การลงมือทำ** นักการตลาดต้องลงมือทำตามแผนที่ได้วางเอาไว้ เพราะการลงมือทำเป็นเรื่องที่ต้องใช้เวลา ต้องออกแรง ต้องเหนื่อย ต้องเผชิญกับปัญหา และอุปสรรค กับสถานการณ์จริงๆ

**C (Check) ตรวจสอบ และประเมินตนเอง** นักการตลาดต้องหมั่นตรวจสอบ และประเมินผล แผนที่เราวางเอาไว้ เมื่อ D (Do) ลงมือกระทำแล้ว เกิดปัญหาหรืออุปสรรคอะไรหรือเปล่า หรือได้ผลตามแผนการที่วางเอาไว้หรือไม่

**A (Action) การปรับปรุงแก้ไข และพัฒนา** เมื่อทำตามวงจร PDC แล้วขั้นตอนต่อไปต้องมีการปรับปรุงแก้ไข และพัฒนา กล่าวคือ จะเพิ่มหรือลดหรือจัดการใช้โซเชียล (Social Media) ตัวไหนบ้าง เพราะโซเชียล (Social Media) ที่ใช้เกิดผลลัพธ์ที่แตกต่างกัน บางสื่ออาจใช้ไม่ได้ผลเลย จึงต้องงด สุดท้ายเมื่อปรับปรุงแก้ไข และพัฒนาแล้ว จึงนำไปสู่การวางแผนใหม่อีกครั้ง

สิ่งเหล่านี้ข้างต้นเป็นปัจจัยหนึ่งซึ่งคนทำการตลาดใน Social Media Marketing พึงระวัง เพราะหลายคนอาจจะลืมนิด ลืมคำนึง ลืมวิเคราะห์สิ่งเหล่านี้ คิดแต่เดินหน้า หลายคนคิดจะเอาแต่โด่งดังเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางอย่างเดียว จนลืมนึกถึงเรื่องของการทำ เป็นวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายที่สำคัญของการทำธุรกิจ 

