

พัฒนาธุรกิจด้วย **เว็บ** เทคโนโลยี



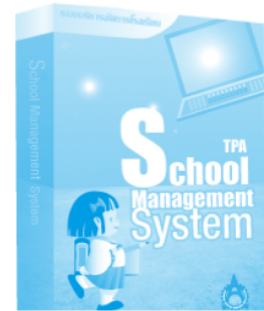
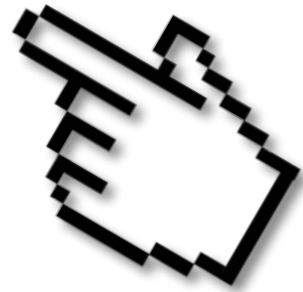
สวัสดิ์

ครับท่านผู้อ่าน ตอนรับเข้าสู่หน้าฝน เปียกปอนกันถ้วนหน้า จากภาวะถดถอยบวกกับไข้หวัดใหญ่ 2009 อะไรจะมีซ้ำด้ามพลอยกันขนาดนี้ ทำให้การท่องเที่ยวทั่วโลกเงียบไปด้วยเช่นกัน คนที่วางแผนเดินทางซังกะกันกันเป็นทิวแถว จากฉบับที่แล้วทิ้งท้ายด้วยคำถามที่ว่า **คุณจะปรับตัวเข้าสู่ปรับเข้าหาลูกค้าในโลกแห่งตลาดแนวพลิกผันได้อย่างไร** ดังนั้นฉบับนี้เรามารู้จักสภาพของตลาดพลิกผันและนิยามของตลาดในมุมมองๆ ก่อนนะครับ

สภาพของตลาดพลิกผันหรือแบบผสมผสาน

1. **ลูกค้าและผู้ผลิตออกแบบสินค้า หรือบริการร่วมกัน (Collaborative Customizers)** ด้วยเทคโนโลยีออนไลน์ทำให้เกิดรูปแบบนี้ขึ้น โดยที่ผู้ผลิตต้องสำรวจความต้องการที่แท้จริงของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายจากทั้งการทำออนไลน์เซอร์เวย์และออฟไลน์เซอร์เวย์ แล้วนำข้อมูลที่ได้มา กำหนดรูปแบบของสินค้าและบริการเพื่อให้ตรงกับความต้องการที่แท้จริงของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายมากที่สุด โดยใช้เครื่องมือ เช่น ระบบกระดานข่าว หรือเว็บบอร์ด เพื่อถามประสบการณ์ลูกค้า ระบบจัดการความเห็นของเว็บข่าวสั้นออนไลน์ที่สมาชิกช่วยกันเขียน ระบบสมาชิกออนไลน์ เป็นต้น

2. **การปรับเปลี่ยนมาตรฐานของสินค้าหรือบริการได้ (Adaptive Customizers)** คือการพร้อมจะปรับเปลี่ยนได้ตามความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายนั้น เพื่อให้ได้สินค้า หรือบริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่ส่วนใหญ่ต้องการความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวมากที่สุด **TPA**



ระบบบริหารจัดการโรงเรียนอย่างครบวงจร



ระบบทดสอบออนไลน์ รองรับทั้ง Internet และ Intranet ใช้ในการวัดระดับขีดความสามารถของบุคลากร

ติดต่อสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ ฝ่ายพัฒนาธุรกิจและเทคโนโลยีเว็บ ส.ส.ท. เราอาจจะมี Solution หรือบริการตามที่คุณวางแผนไว้อยู่แล้วก็ได้ โทร. 0 2717 3000 ต่อ 524 หรือ www.tpa.or.th, www.ThaiJapanMarket.com, www.tpa.or.th/industry

มุมมองตลาด แบบเดิม	ออฟไลน์	ออนไลน์
ขอบเขตทางภูมิศาสตร์	มีขอบเขตทางภูมิศาสตร์	ปราศจากขอบเขตติดต่อได้ทั่วโลก
เวลา	ตามกำหนดเวลาที่เฉพาะเจาะจง	ทุกเวลา
ความสามารถในการเข้าถึง	ราคาแพงและซับซ้อน	ราคาถูกและง่ายดาย
ความเร็วในการสื่อสาร	ช้า	รวดเร็วเป็นปัจจุบัน
ความสามารถที่จะเปลี่ยนแปลง	ยาก	ง่าย
โอกาสที่จะเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้อง	มีอย่างจำกัด	มีโอกาสสูงกว่า
การแสดงตน	ค่อนข้างตายตัว	คล่องตัวและไม่ต้องแสดงตัว
ประสบการณ์ที่ได้รับ	แบบตัวต่อตัว	เสมือนจริง

¹ อ้างอิงจาก หนังสือการตลาดลูกผสม