

# Modern Marketing

ดร.สุทธิชัย ปิณฑโรจน์



**การ**ทำการตลาดในยุคใหม่จะต้องมีความรู้ มีข้อมูลในเรื่องรอบๆ ตัว มีความไวต่อความต้องการของผู้บริโภค เพราะการแข่งขันในยุคปัจจุบันมีความเปลี่ยนแปลง ไม่อยู่นิ่งและมีการนำเทคโนโลยี เข้ามาใช้ จึงทำให้เกิดความรวดเร็วในการแข่งขันทางการตลาด

นักการตลาดจึงจำเป็นต้องมีการลงพื้นที่ เพื่อไปสังเกตพฤติกรรมของผู้บริโภค เพื่อนำข้อมูล มาวิเคราะห์ ซึ่งจะอาศัยข้อมูลตัวเลข สถิติต่างๆ หรืองานวิจัย แบบนักการตลาดในสมัยก่อน เพื่อนำมาวิเคราะห์แต่เพียงอย่างเดียวคงไม่ได้อีกแล้ว เพราะจะทำให้นักการตลาดมองไม่เห็นภาพและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่แท้จริง

การแข่งขันทางธุรกิจในยุคปัจจุบัน มีการแข่งขันที่สูง ทำให้นักการตลาดในยุคใหม่จะต้องมีความคิดสร้างสรรค์ อีกทั้งต้องทำงานหนัก เพื่อมุ่งเน้นการค้นหานวัตกรรมในตัวของ สินค้า ผลิตภัณฑ์ และการบริการ แปลกๆ ใหม่ๆ ขึ้นในวงการธุรกิจ ดังตัวอย่างเช่น

สตีฟ จอบส์ ประสบความสำเร็จอย่างยิ่งใหญ่ในวงการ

คอมพิวเตอร์ บริษัท Apple ที่เขาก่อตั้งขึ้นได้สร้างสินค้าใหม่ๆ ขึ้นในตลาด เช่น สินค้าตระกูล I (iPhone iPad iBoard ipod) และบริษัท NeXT ของเขา ได้สร้างภาพยนตร์แอนิเมชั่นจนดังระดับโลก เช่น Finding Nemo, Toy story ฯลฯ

ริชาร์ด แบรนสัน นักธุรกิจใหญ่ชาวอังกฤษ เจ้าของชื่อการค้า "เวอร์จิน" หรือ Virgin มีธุรกิจกว่า 360 บริษัท เขาทำธุรกิจตั้งแต่อายุ 15 ปี เริ่มทำนิตยสารตั้งแต่ตอนเป็นนักเรียนนักศึกษา แล้วขยายธุรกิจไปเรื่อยๆ เขาเป็นนักการตลาดยุคใหม่ระดับขั้นเทพ การจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการตลาดของเขา เขามีความคิดนอกกรอบ เขาจะไม่เสียเงินจ้างสื่อให้มาลงข่าวในหน้า 1 ซึ่งจะต้องเสียเงินเป็นจำนวนมาก แต่เขาเลือกทำการตลาดฉบับของเขา ด้วยความที่เขาชอบผจญภัย และสร้างสถิติโลก ทำให้สื่อติดตามและลงข่าวเกี่ยวกับเขาและเครือบริษัท Virgin (เวอร์จิน) ของเขา เช่น การทำลายสถิติการขับเรือเร็วข้ามมหาสมุทรแอตแลนติก การทำลายสถิติการเดินทางด้วยบัลลูนข้ามมหาสมุทรแอตแลนติก เป็นต้น

บริษัทแกรมมี เริ่มต้นจากบริษัทเล็ก ๆ จนปัจจุบันเป็น บริษัท Entertainment ระดับแนวหน้าของประเทศไทย ก็เนื่องมาจากการสร้างสรรค์ผลงานและคิดค้น สิ่งแปลก ๆ ใหม่ ๆ ให้แก่วงการอย่างสม่ำเสมอ ไม่ว่าจะเป็นการสร้างสรรคผลงานเพลงต่างๆ การสร้างสรรค์ศิลปินนักร้องใหม่ ๆ เพื่อนำออกมายังตลาด

ลูกค้าโต ธุรกิจโต ธุรกิจนั้นจะโตได้ ก็ต้องอาศัยฐานจากลูกค้า ในกรมาซื้อสินค้าและบริการ ดังเราจะสังเกตได้ว่า หากบริษัทใด มีลูกค้ามาก บริษัทนั้นก็จะมีกำไรเติบโตตามจำนวนลูกค้า เช่น มีการเปิดสาขาเพิ่มขึ้น มีการขยายสำนักงานให้กว้างขวางขึ้น มีการสร้างผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ เพิ่มขึ้นเพื่อมาเอาใจผู้บริโภค ฯลฯ

การหาลูกค้าให้มาใช้บริการและซื้อสินค้านั้นยากแต่การรักษาลูกค้าให้อยู่กับเราไปนานๆ นั้นยากกว่า ซึ่งสิ่งที่นักการตลาดจะทำได้ ก็คือ CRM (Customer Relationship Management) การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าที่ที่จะต้องทำอย่างเป็นระบบ ทำอย่างต่อเนื่องยั่งยืน ไม่ทำแบบทิ้งๆ ขว้างๆ เพราะจะทำให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน

การตลาดยุคใหม่ต้องโดนใจผู้บริโภค หากไม่รู้จักรักลูกค้าจริง อย่าหวังรอดในยุคการแข่งขันที่มีความรุนแรงอย่างเช่นในยุคปัจจุบัน เพราะลูกค้าสามารถเปลี่ยนไปซื้อสินค้าและบริการ ของบริษัทอื่น ๆ ได้ อย่างง่ายดาย ฉะนั้นการรู้จักลูกค้า การรู้จักพฤติกรรม นิสัยใจคอ ความชอบ ความต้องการของลูกค้า จึงมีความสำคัญมาก ตัวอย่าง โรงแรมใหญ่ๆ ระดับ 5 ดาว มักมีการบันทึกข้อมูลลูกค้าตลอดเวลา การบันทึกข้อมูลลูกค้าจะเป็นประโยชน์มากต่อการให้บริการในครั้งต่อไป เช่น ลูกค้าชอบห้องลักษณะไหน ลูกค้าชอบอาหารประเภทไหน ลูกค้ามีวันคล้ายวันเกิดวันใด เป็นต้น

อย่าตกใจ...เมื่อถูกลูกค้าปฏิเสธ...สงครามการตลาดในยุคปัจจุบัน มีการแข่งขันที่ดุเดือด บางธุรกิจยอมที่จะลดราคา ตามคู่แข่ง ทั้งๆ ที่ต้นทุนของบริษัทตนเองนั้นสูงกว่าคู่แข่ง การตลาดกับการขายมีส่วนคล้ายคลึงกันอย่างหนึ่งคือ มีการตอบรับและการถูกปฏิเสธ ดังนั้น หากทำการตลาดไปแล้ว ผลสะท้อนกลับมาจากไม่ได้พอ เราอาจจะต้องทำใจ เพราะสิ่งทุกอย่างในโลกนี้มี 2 ด้านเสมอ เช่น มีบวก มีลบ มีสมหวัง มีผิดหวัง ฯลฯ

การตลาดในยุคเก่า มักจะต้องหาสินค้าและบริการมาเพื่อสนองตอบความต้องการของลูกค้า แต่การตลาดในยุคใหม่ อาจจะต้องเพิ่มในเรื่องของการ “กระตุ้นต่อมความอยากของลูกค้า” การกระตุ้นต่อมอยากจะทำให้ลูกค้ามีความต้องการที่จะซื้อสินค้า ทั้งๆ ที่ผ่านๆ มาไม่เคยคิดที่จะซื้อ หรือใช้การกระตุ้นต่อมความอยากจึงเป็นการสร้างโอกาสทางการตลาดมากยิ่งขึ้น เช่น

การกระตุ้นด้วยการใช้ฟรีเซ็นเตอร์ นักโฆษณาผู้ดีว่าทำไมจึงต้องเอาดารา นักร้อง ที่มีแฟนคลับเป็นจำนวนมากๆ เพื่อมาโฆษณาสินค้า ทั้งๆ ที่ในความเป็นจริง ชีวิตจริง ดารา นักร้องคนนั้นไม่ได้ใช้สินค้าชิ้นนั้นเลย แต่การใช้ฟรีเซ็นเตอร์คนดัง สามารถกระตุ้นให้แฟนคลับของคนดังใช้สินค้าและบริการตามไปด้วย

การกระตุ้นด้วยเทรนด์ นักการตลาดสมัยใหม่ มักสร้างกระแสเทรนด์ขึ้นมา เพื่อให้ผู้บริโภคตาม เพราะหากผู้บริโภคไม่ใช้ อาจที่จะ



ถูกมองว่าตกเทรนด์ การกระตุ้นด้วยเทรนด์มักจะสร้างกระแสผ่านสื่อต่างๆ เช่น การสื่อให้เห็นถึงความเป็นคนทันสมัย ล้ำยุคหากว่าใช้สินค้าของตนเอง การสื่อให้เห็นถึงการรักษาสุขภาพ หากว่าใช้สินค้าของตนเองแล้วสุขภาพจะดีขึ้น เป็นต้น

การกระตุ้นด้วยเรื่องราว หรือ Story ดังเราจะสังเกตเห็นตามธุรกิจการท่องเที่ยวสถานที่ต่างๆ มักสร้างเรื่องราวออกมานำเสนอ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความสนใจที่อยากจะไปเที่ยว อีกทั้งมีผลิตภัณฑ์ต่างๆ เกี่ยวกับเรื่องราวนั้นๆ วางจำหน่ายเพื่อสร้างรายได้อีกทางหนึ่งด้วย เช่น กำแพงเมืองจีน วัดวาอารามต่างๆ สถานที่ศักดิ์สิทธิ์ ฯลฯ

รู้เขารู้เรา...รบร้อยครั้งชนะร้อยครั้ง...การแข่งขันทางการตลาด เรารู้จักผลิตภัณฑ์ของตนเอง เราพัฒนาผลิตภัณฑ์ของเราเองยังไม่เป็นการเพียงพอ เรายังจะต้องรู้ว่าบริษัทคู่แข่ง เขาทำอะไรออกมาบ้าง มีคู่แข่งรายใหม่เข้ามาเพิ่มอีกหรือเปล่า คู่แข่งรายใดออกนอกตลาดไปแล้ว ฉะนั้น ข้อมูล ข่าวสาร ความเคลื่อนไหว จึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญที่นักการตลาดยุคใหม่จะต้องติดตามอยู่ตลอดเวลา

จงสร้างความแตกต่าง โดดเด่น โดนใจ หากว่าเราสังเกตในการแข่งขันทางธุรกิจทุกประเภท สินค้า บริการ มักจะมีความคล้ายคลึงกัน แต่นักการตลาดยุคใหม่จะอย่างไร เพื่อให้สินค้า บริการ ของเราเป็นที่แตกต่าง โดดเด่น โดนใจ หากว่าทำได้ สินค้าและบริการ นั้นๆ ก็จะสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันขึ้นมาทันที

สุดท้ายสิ่งที่นักการตลาดยุคใหม่ มีความจำเป็นจะต้องศึกษาเรียนรู้ ก็คือเรื่องของ IMC Integrated Marketing Communication หรือ การสื่อสารทางการตลาดแบบครบเครื่อง ซึ่งจะต้องไปศึกษาเพิ่มเติมในเรื่องของการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การขายตรง การสื่อสาร ณ จุดขาย การจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด ฯลฯ

จากข้อความข้างต้น เราจะเห็นได้ว่า นักการตลาดยุคใหม่ จะต้องทำงานหนัก มีความรู้ มีข้อมูล ข่าวสาร มีทักษะต่างๆ ที่มากขึ้น อีกทั้งต้องมีความกล้าตัดสินใจ กล้าได้ กล้าเสีย อีกทั้งต้องมีความรวดเร็ว เพราะการแข่งขันในยุคนี้ หากเข้าไปหนึ่งก้าว คู่แข่งก็อาจแซงหน้าไปได้ ฉะนั้น นักการตลาดยุคใหม่คุณก็สามารถเป็นได้ หากว่าคุณมีความตั้งใจ มีการฝึกฝน เรียนรู้ อย่างสม่ำเสมอและมีความเชื่อมั่นในตนเอง

