

ยุทธวิธี การตลาด

ดร.สุทธิชัย บัณฑิตโรจน์

อาจารย์ประจำบัณฑิตวิทยาลัย ม.เกษมบัณฑิต

www.drsuthichai.com

เป็น ที่ยอมรับกันแล้วว่า การตลาดมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง เพราะการตลาดสามารถปรับใช้กับการทำงานต่างๆ ได้ ไม่ว่าจะเป็นงานด้านธุรกิจ การเมือง ราชการ ศาสนา การบริหาร ทุกรูปแบบ สามารถนำการตลาดไปปรับใช้ภายในงานของตนเองได้

ผู้บริหารในองค์กรต่างๆ จึงหลีกเลี่ยงการตลาดไม่ได้ แต่ในทางกลับกัน หากผู้บริหารท่านใดมีหัวใจเป็นนักการตลาด ก็จะทำให้ห้องค์กรนั้น มีความเข้มแข็ง เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว ซึ่งยุทธวิธีการตลาดมีหลากหลายรูปแบบ ดังนี้

1. ยุทธวิธีการตลาดแบบปากต่อปาก เป็นการทำการตลาด โดยผ่านการสื่อสารโดยเฉพาะจากคำพูดแบบปากต่อปาก ตลอดจนการกระตุ้นให้เกิดคำพูดที่ทรงพลัง ในปัจจุบันเราสามารถเผยแพร่ข่าวสารให้แก่ผู้บริโภคให้ทราบสินค้าและบริการของเราได้หลายวิธี แต่การตลาดแบบปากต่อปาก เป็นยุทธวิธีที่ไม่สามารถมองข้ามไปได้เลย มีงานวิจัยหลายชิ้นที่ยืนยันได้เป็นอย่างดี เช่น

ทุกๆ ปี บริษัทภาพยนตร์ ได้ทำการสำรวจว่า ลูกค้านักเข้าชมภาพยนตร์แต่ละเรื่อง รับรู้ข้อมูลจากภาพยนตร์จากช่องทางใดบ้าง คำตอบที่มักจะได้รับ คือ เกิดจากการบอกเล่าต่อกัน แบบปากต่อปาก โดยผ่านจากผู้เข้าชมภาพยนตร์เรื่องนั้นๆ แล้วทำการแนะนำต่อกันไป หรือบอกให้กับคนรู้จักให้เข้าไปดู

70 เปอร์เซ็นต์ ของคนที่ตัดสินใจเลือกแพทย์ประจำตัว มักเกิดจากคำแนะนำของบุคคลที่รู้จัก

อีกทั้งยุทธวิธีการตลาดแบบปากต่อปาก ในยุคปัจจุบันมีพลังมากมายอย่างยิ่งโดยผ่านสื่อต่างๆ เช่น ผ่านโซเชียลมีเดีย หรือ Social Media คือ สื่อสังคมออนไลน์ โดยผ่านเครือข่ายทางอินเทอร์เน็ต (Facebook, ไลน์, Youtube, twitter) การส่งอีเมลล์ ความคิดเห็นต่างๆ ถึงเพื่อนฝูง นำเสนอความคิดเห็น หรือคำพูดของตนผ่านทางเว็บไซต์ของตนเอง เป็นต้น



2. ยุทธวิธีการสร้างแบรนด์ หรือ Brand การทำการตลาดสมัยใหม่หลีกเลี่ยงไม่ได้ในการที่จะต้องสร้าง Brand เพราะการสร้าง Brand จะทำให้ถูกซื้อ จะทำให้เป็นที่จดจำ จะทำให้มีเอกลักษณ์ จะทำให้มีความชัดเจนและจะทำให้สินค้าที่ถูกสร้างผ่าน Brand มีราคาที่สูงขึ้น แต่ในทางกลับกัน สินค้าที่ไม่ได้มีการสร้าง Brand จะต้องถูกขาย จะถูกซื้อได้ง่าย สินค้าจะถูกมองว่าเป็นแค่ของซื้อของขาย มีความชัดเจนต่ำ และทำให้สินค้าขายได้ในราคาที่ต่ำอีกด้วย

3. ยุทธวิธีการรุกและการตั้งรับ การทำการตลาดที่ดี ไม่ใช่จะรุก หรือบุกตลาดตลอดเวลา อีกทั้งการทำการตลาดที่ดีก็ไม่ควรตั้งรับตลอดเวลา แต่การทำการตลาดที่ดี ควรจะมีการรุกและการตั้งรับ สลับกันไปตามสถานการณ์นั้นๆ ดังคำพูดของคุณเทียม โชควัฒนา เร็ว ช้า หนัก เบา “ในการทำงานนั้น ควรหมั่นพิจารณาอยู่เสมอว่า งานไหนทำก่อน งานไหนทำทีหลัง งานไหนต้องจริงจังและงานไหนที่พอควร” นักการตลาดก็เช่นกัน ควรทำการปรับยุทธวิธีการตลาดให้ถูกจังหวะกับสถานการณ์ต่างๆ

4. ยุทธวิธีสร้างภาพลักษณ์ การทำการตลาดสมัยใหม่ ต้องทำเพื่อสังคมด้วย หากหวังแต่กำไรฝ่ายเดียว ธุรกิจก็คงอยู่ได้ไม่นาน เช่น การเสริมสร้างสังคม ให้เงินช่วยเหลือ ทำบุญ ทำกุศล บริจาค แต่ต้องทำอย่างต่อเนื่อง จึงจะทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดี

5. ยุทธวิธีการพลิกวิกฤตให้เป็นโอกาสทอง การทำธุรกิจหรือทำกิจกรรมใดๆ เมื่อทำไปนานๆ บางช่วงเวลาก็อาจประสบปัญหาเกิดวิกฤต นักการตลาดชั้นเซียน ที่มากด้วยความสามารถจึงสามารถพลิกวิกฤตให้เป็นโอกาสทองได้

6. ยุทธวิธีแห่งการสร้างสรรค หากนักการตลาดทำแบบเดิมๆ ผลที่ออกมาก็คงไม่มีอะไรเปลี่ยนแปลงมากนัก แต่ตรงกันข้าม หากนักการตลาดลองทำวิธีการใหม่ๆ หานนวัตกรรมใหม่ๆ ดังคำที่ผู้ประสบความสำเร็จหลายคนเคยกล่าวว่า “ผู้ชนะ คือ ผู้กำหนดเกมส์

ส่วนผู้แพ้คือผู้เล่นตามเกมส์ของผู้อื่น” หากท่านต้องการเป็นผู้ชนะทางการตลาด ท่านจึงควรกำหนดเกมส์ทางการตลาดใหม่ๆ ให้นักการตลาดคนอื่นๆ เล่นตามเกมส์ของท่าน

7. ยุทธวิธีแห่งความบันเทิง หลายธุรกิจในยุคปัจจุบัน มักใช้ความบันเทิง ความสนุก ความรื่นเริง มาผสมผสานกับการตลาด เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ เช่น การมีกิจกรรมต่างๆ ให้ลูกค้าได้เข้าร่วมสนุกสนาน การประกวดร้องเพลง การชิงโชค การสร้างความบันเทิงจากการโฆษณาต่างๆ ฯลฯ

8. ยุทธวิธีลูกค้า คือ พระเจ้า สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรคนหนึ่ง ผู้บังคับบัญชาของเขาไม่ใช่ใครอื่นแต่เป็นลูกค้าของเขา หรือประชาชนนั่นเอง เพราะถ้าประชาชนไม่พอใจการทำงาน การเลือกตั้งครั้งหน้า ประชาชนก็จะไม่เลือก การขายมีความสำคัญก็จริงอยู่แต่การบริการก็มีความสำคัญไม่น้อยไปกว่ากัน เพราะถ้าหากบริการไม่ดี ถูกลูกค้าต่อว่า ก็เป็นเหตุให้สูญเสียฐานลูกค้าไป การสร้างลูกค้าใหม่มีความสำคัญแต่ก็ไม่ใช่จะสร้างกันง่ายๆ แต่การรักษาฐานลูกค้าเก่าทำได้ง่ายและมีต้นทุนที่ถูกกว่าไม่ใช่หรือ

9. ยุทธวิธีขยายฐานลูกค้าของตัวเองตลอดเวลา เราลองไปสังเกตดูพวกที่ประสบความสำเร็จ ร่ำรวยเป็นเศรษฐีเขาจะร่ำรวยขึ้นเรื่อยๆ ตามขนาดของฐานลูกค้าของเขา ตัวอย่าง ร้าน 7-11 หรือ เซเว่น อีเลฟเว่น ธุรกิจคอนวีเนียนสโตร์ หุ่นราคาเพิ่มขึ้น เจ้าของร่ำรวยขึ้น ตามขนาดและจำนวนของสาขาที่เพิ่มขึ้นในทุกๆ วัน

10. ยุทธวิธีการนำเสนอสินค้า ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ การมีสินค้าให้ลูกค้าได้เลือก มีความหมายต่อการทำธุรกิจในระยะยาว หากเราเดินเข้าไปซื้อสินค้าในร้าน 2 ร้าน ร้านที่ 1 มีสินค้าให้ท่านเลือกในจำนวนจำกัดหรือมีน้อยชิ้น แต่ในร้านที่ 2 มีสินค้าให้ท่านได้เลือกมากมาย หลากหลาย ถ้ามองว่าเรา หรือคนส่วนใหญ่จะเข้าร้านไหน คำตอบของคนส่วนใหญ่รวมทั้งตัวเราเอง มักจะเลือกร้านที่ 2 มากกว่าจริงไหมครับ



11. ยุทธวิธีกระดมนักการตลาดที่เก่งๆ มาช่วยงาน หากมีคนไปสัมภาษณ์บรรดาเศรษฐีระดับประเทศ หรือมหาเศรษฐีระดับโลก ว่าการนำนักการตลาดเก่งๆ เข้ามาช่วยทำงานในองค์กรจะเกิดอะไรขึ้น บรรดาเศรษฐีทุกๆ คนจะตอบเป็นเสียงเดียวกันว่า “มันมีความจำเป็นและมีความสำคัญอย่างยิ่งในการที่จะนำคนเก่งๆ เข้ามาทำงานในองค์กร”

12. ยุทธวิธีสร้าง Network Marketing หรือ เน็ตเวิร์ก มาร์เก็ตติ้ง การสร้างเครือข่ายมีความสำคัญและจำเป็นเป็นอย่างยิ่ง เพราะการสร้างเครือข่ายจะทำให้เราได้ลูกค้ามากขึ้น การสื่อสารกับลูกค้าจะง่ายขึ้น ประหยัดต้นทุน ทำให้ทำงานได้คล่อง มีฐานผู้ร่วมทุน ฐานลูกค้าที่มากมายมหาศาล

ดังนั้น ยุทธวิธีต่างๆ ที่ได้กล่าวไปข้างต้น จึงเป็นส่วนที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จ หรือความล้มเหลวของการทำการตลาด **นักการตลาดที่เก่ง มักจะเป็นนักการตลาดที่ไร้กระบวนการ** กล่าวคือ ไม่ติดยึดในหลักการ หลักทฤษฎี มากจนเกินไป แต่จะเป็นนักปฏิบัติที่สามารถยืดหยุ่น ปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ต่างๆ ได้มีลูกเล่น ลูกช่น มีการรุกและการตั้งรับ ในทุกโอกาส อีกทั้งจะไวต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปโดยเฉพาะเรื่องของการความต้องการของลูกค้า

ท่านผู้อ่านก็สามารถเป็นสุดยอดนักการตลาดได้ ด้วยการฝึกฝน พัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง ไม่หยุดนิ่ง ยุทธวิธีการตลาดข้างต้น จึงเป็นแนวทางที่ท่านสามารถนำไปใช้ หรือนำไปปฏิบัติได้ ขอให้ท่านประสบความสำเร็จในการเป็นสุดยอดนักการตลาด 

