ก่อกำเนิด Web Based SOLUTION

ต่อจากฉบับที่แล้ว

กัมพล นิมะกุล*

9. การยอมรับความผิดพลาด สาเหตุสำคัญประการหนึ่งสำหรับธุรกิจอินเทอร์เน็ตที่ไม่ประสบความสำเร็จ คือ ผู้บริหารไม่ได้ตระหนักว่ากระบวนการทางธุรกิจของตนเองนั้นใช้การไม่ได้และไม่เข้าใจในผลลัพธ์จากการใช้กลยุทธ์ที่ผิดพลาดและแม้ว่าในบางกรณี ผู้บริหารจะตระหนักถึงข้อบกพร่องดังกล่าว แต่ก็ดันทุรังที่จะดำเนินการต่อเพียงเพราะความเชื่ออย่างมุ่งมั่นว่าวิธีคิดในกระบวนการทางธุรกิจแบบเดิมนั้นถูกต้อง ธุรกิจอินเทอร์เน็ตจะต้องสร้างวัฒนธรรมในการยอมรับความผิดพลาดว่าเป็นส่วนหนึ่งของการเติบโตในธุรกิจและต้องพร้อมใจที่จะเปลี่ยนแปลงโดยทันทีเมื่อรู้ว่าโมเดลธุรกิจนั้นใช้การไม่ได้อีกต่อไป บทเรียนทางธุรกิจที่พบอยู่สม่ำเสมอ คือ เจ้าของธุรกิจมักจะปักใจเต็มร้อยว่าไอเดียธุรกิจอินเทอร์เน็ตของตนเองนั้นทำเงินได้แน่ๆ ในขณะที่ลูกค้าทางธุรกิจหรือตลาดกลุ่มเป้าหมายกลับไม่ตอบสนองต่อไอเดียธุรกิจนั้นแต่อย่างใดนั่นคือ กลยุทธ์ 9 ประการสำหรับการเข้าสู่อีบิสิเนส

Dynamic Marketing การตลาดออนไลน์แห่งอนาคต

ปัจจุบันอินเทอร์เน็ตและเว็บไซต์ได้กลายเป็นเครื่องมือในการทำการตลาด ที่เจ้าของผลิตภัณฑ์หรือสินค้าต่างๆ เริ่มสนใจและนำมาใช้ในการทำการตลาดมากขึ้น แต่หากมองย้อนดูการตลาดออนไลน์ในอดีต การทำการตลาดออนไลน์ส่วนใหญ่เป็นเพียงแค่การทำโฆษณาผ่านช่องทางออนไลน์ด้วยรูปแบบและวิธีง่ายๆ เช่น การทำป้ายโฆษณา (แบนเนอร์) ในเว็บไซต์ต่างๆ การส่งอีเมล์ไปยังกลุ่มลูกค้า เป็นต้น ซึ่งเป็นลักษณะการโฆษณาลงไปที่กลุ่มเป้าหมายกว้างๆ ไม่ได้ระบุชี้ชัดลงไปยังแต่ละบุคคล แต่ปัจจุบันมีการนำเทคโนโลยีด้านต่างๆ เข้ามาผสมผสานทำให้รูปแบบของ **ทำการตลาดออนไลน์มีความหลากหลาย มีประสิทธิภาพและสามารถเข้าถึงใจลูกค้าได้มากขึ้น** โดยรูปแบบการตลาดลักษณะนี้สามารถเก็บข้อมูลและเรียนรู้ รวมถึงการสร้างรูปแบบการตอบสนองลูกค้าได้อย่างอัตโนมัติ ผมขอเรียกการตลาดออนไลน์ลักษณะนี้ว่า Dynamic Marketing โดยการตลาดลักษณะนี้อาศัยเทคโนโลยีของอินเทอร์เน็ตมาประยุกต์ใช้ ซึ่งมีหลายรูปแบบ ได้แก่

การตลาดจากพฤติกรรม (Behavioral Marketing) วันนี้คุณสามารถทำให้การตลาดและการเข้าถึงลูกค้าของคุณสามารถปรับเปลี่ยนได้ให้ตรงกับรูปแบบพฤติกรรมและความต้องการของลูกค้าแต่ละบุคคลได้ทันที เมื่อเขาเหล่านั้นเข้ามาที่เว็บไซต์ของคุณๆ สามารถนำเสนอสินค้าหรือบริการต่างๆ ที่คุณมีอยู่มากมาย ให้ตรงใจกับลูกค้าหรือผู้ใช้ได้อย่างเหมาะสม โดยอาศัยการเก็บข้อมูลพฤติกรรมของผู้ใช้ว่ามีลักษณะและชื่นชอบอะไรตั้งแต่เริ่มเข้ามาในเว็บไซต์ เช่น การเก็บข้อมูลจากการสมัครสมาชิก การเก็บข้อมูลจากการเข้าไปหน้าเว็บไซต์ต่างๆ การใช้คุกกี้ (Cookie) เก็บข้อมูลพฤติกรรมของผู้ใช้ เป็นต้น ซึ่งรูปแบบการเก็บข้อมูลพฤติกรรมผู้ใช้จะทำให้เราสามารถเข้าใจลูกค้าคนนั้นได้อย่างดี เช่น ผมเป็นผู้ชาย ชอบกล้องถ่ายรูปและชอบท่องเที่ยว เมื่อผมเข้ามาที่เว็บไซต์แห่งหนึ่งก็จะสามารถรู้ได้ทันทีว่าผมว่ามีพฤติกรรมอย่างไรจากข้อมูลต่างๆ ที่เว็บไซต์ได้เก็บเอาไว้และสามารถนำสินค้ากล้องดิจิตอลตัวใหม่ล่าสุดและแพ็คเกจท่องเที่ยวสุดคุ้มมานำเสนอให้กับผมได้ทันทีที่ผมเข้ามาที่หน้าแรกของเว็บไซต์ โดยที่ไม่ต้องรอให้ผมเข้าไปเลือกซื้อสินค้านั้นๆ นี่คือตัวอย่างของการศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้และนำเสนอสินค้าหรือบริการๆ ต่างที่ตรงใจกับเขาเหล่านั้น ซึ่งจะช่วยทำให้คุณสามารถเพิ่มยอดขายสินค้าภายในเว็บไซต์ของคุณได้อย่างมาก

* Web Based Business Development Department

อ่านต่อฉบับหน้า