



Mix Marketing

ดร.สุทธิชัย ปัทมโรจน์

อาจารย์ประจำบัณฑิตวิทยาลัย ม.แพทยศาสตร์

www.drsuthichai.com

เวลา เปลี่ยน โลกเปลี่ยน โลกในยุคปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วกว่าในอดีต หากว่าพวกเรามองย้อนกลับไปที่เมื่อ 10-20 ปี ก่อน เราจะเห็นได้ว่า โลกเรามีการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วมากขึ้น ซึ่งการเปลี่ยนแปลงนี้มีอยู่หลายด้าน เช่น เศรษฐกิจ สังคม การเมือง ธุรกิจ ศาสนา เทคโนโลยี รวมไปถึงการเปลี่ยนแปลงทางการตลาดด้วย

สินค้า บริการ ผลิตภัณฑ์ มีอยู่หลายตัวที่เกิดขึ้น ตั้งอยู่ และดับไป เกือบทุกๆ วันในโลกธุรกิจ ศาสตร์ทางด้านการตลาดจึงเป็นศาสตร์หนึ่งที่ได้รับผลกระทบโดยตรง ศาสตร์ทางด้านการตลาดจะ

ต้องไม่อยู่นิ่ง ต้องมีการเคลื่อนไหว และทฤษฎีการตลาดที่จะนำเอาไปใช้ก็ต้องมีการปรับเปลี่ยนอยู่ตลอดเวลา ทฤษฎีการตลาดเก่าและใหม่ อาจจะนำเอาไปใช้ได้ไม่ประสบความสำเร็จ ถ้านำเอาไปใช้ผิดจังหวะ เวลา

ตรงกันข้าม นักการตลาดคนใด สามารถนำเอาทฤษฎีการตลาดมาผสมผสานเพื่อนำเอามาใช้ให้ถูกจังหวะ เวลา สถานการณ์ นักการตลาดผู้นั้นจะประสบความสำเร็จได้ดีกว่า และยาวนานกว่า นักการตลาดที่ใช้ทฤษฎีเดียว หลักการเดียว อยู่ตลอดเวลา

ธุรกิจแข่งขันกันอย่างรุนแรง ความเร็วคือหัวใจของนักการ-

TARGET

ตลาดสมัยใหม่ โลกอีก 5 ปีข้างหน้าจะเปลี่ยนแปลงอย่างไร แน่แน่นอน โลกอีก 5 ปีข้างหน้าจะเปลี่ยนแปลงรวดเร็วกว่าโลกปัจจุบัน นักการตลาดจึงต้องคิดมองหาสิ่งใหม่ ๆ อยู่ตลอดเวลา ไม่ว่าจะเป็น สินค้า บริการ เทคโนโลยี ช่องทางการจัดจำหน่าย การสื่อสารไปยังกลุ่มลูกค้า ฯลฯ เมื่อความรวดเร็วคือหัวใจของการแข่งขัน นักการตลาดจึงต้องมีการปรับตัวให้เกิดความรวดเร็วด้วย จึงจะประสบความสำเร็จ

ครบสูตร 4P ในยุคนี้ นักวิชาการ นักการตลาดสมัยใหม่ หลายคนคิดส่วนประสมทางการตลาดเพิ่มเป็น 5P 6P 7P 8P 9P แต่ส่วนใหญ่แล้ว ยังคงยึดหลักการตลาดที่มีการคิดเพิ่มเติมมาจาก 4P ฉะนั้น นักการตลาดที่จะทำการตลาดไม่ควรละเลยสูตร 4P เป็นอันขาดอันประกอบด้วย

1. สินค้า (Product) การทำการตลาดใดๆ จะต้องมีสินค้า มีบริการ ที่จะนำเสนอก่อน ซึ่งสินค้า บริการ นั้นอาจมีชนิดเดียวหรือหลายชนิดก็ได้

2. ราคา (Price) การตั้งราคามีความสำคัญไม่ใช่น้อยในการทำการตลาด เพราะถ้าตั้งราคาสูง แต่ตัวของสินค้ามีคุณภาพต่ำ ลูกค้าก็จะคิดว่าสินค้ามีราคาแพง แต่ตรงกันข้ามถ้าสินค้ามีคุณภาพดีมาก ถึงแม้ตั้งราคาสูง ลูกค้าก็ยินดีจ่ายเงิน ฉะนั้น นักการตลาดควรพิจารณาถึงราคาของสินค้ากับคุณภาพ พร้อมทั้งต้นทุนของสินค้าไปพร้อมๆ กัน

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ต้องคำนึงถึงความสะดวก รวดเร็ว ในการส่งถึงมือของลูกค้า และคำนึงถึงประเภทของสินค้า และบริการ

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) การสื่อสารทางการตลาด นักการตลาดจะต้องคำนึงถึงสารที่จะส่ง คำนึงถึงสื่อที่จะใช้ในการส่ง รวมถึงเทคโนโลยีต่างๆ ที่จะใช้ในการสื่อสารถึงลูกค้า

ครบเครื่องเรื่อง 3M เครื่องมือในการสื่อสาร ทางการตลาดสมัยใหม่ มักจะนำมาใช้กันเพื่อดึงดูดลูกค้าวัยรุ่นหรือลูกค้าที่ชอบความทันสมัย นักการตลาดมักจะใช้เครื่องมือ 3M คือ

MOBILE มือถือเป็นเครื่องมือสมัยใหม่ที่คนรุ่นใหม่มักจะนำมาใช้ติดตัวไปอยู่ที่ต่างๆ จึงไม่แปลกใจเลยว่า สินค้า บริการ ในยุคปัจจุบัน และในอนาคต จะใช้โทรศัพท์มือถือในการช่วยทำการตลาด ไม่ว่าจะใช้ส่งข่าว ไม่ว่าจะใช้ดูหนัง ฟังเพลง การฝากถอนเงิน

MOVIE สินค้า บริการ สมัยใหม่ มักจะใช้หนังหรือภาพยนตร์ในการดึงดูดความสนใจ เกาหลีได้คือตัวอย่างที่ดี ประเทศเกาหลีได้มักทำหนังหรือละครออกมาฉายแล้วผสมผสานด้วยหลักทางการตลาด เพื่อขายวัฒนธรรม และการท่องเที่ยว ซึ่งรัฐบาลเกาหลีได้ก็ให้การสนับสนุน “แดจังกึม จอมฉันทาแห่งวังหลวง” เป็นตัวอย่างละครที่ดี ซึ่งแฝงด้วยสาระ แง่คิด ความรู้ วัฒนธรรมของชาวเกาหลีได้ และเป็นที่น่าสังเกตว่า การสร้างสรรค์ภาพยนตร์ที่เน้นการสร้างแบรนด์จะสร้างความประทับใจมากกว่าภาพยนตร์ที่เน้นการขายสินค้า



MEDIA สื่อกลาง ที่นักการตลาดจะใช้ในการสื่อสารไปยังกลุ่มลูกค้ามีความสำคัญมาก เพราะถ้าใช้สื่อกลางผิด ก็จะทำให้เสียเวลา เสียค่าใช้จ่าย เป็นจำนวนมาก เช่น หากว่ากลุ่มลูกค้าเป็นวัยรุ่น เราไม่ควรใช้สื่อที่ทันสมัยหรือสื่อสมัยใหม่ ไม่ใช่ลงทุนซื้อสื่อสมัยเก่าหรือสื่อที่กลุ่มเป้าหมายไม่ได้ใช้

CRM Customer Relationship Management การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ เป็นการรักษากลุ่มลูกค้าทั้งลูกค้าปัจจุบัน การหาลูกค้าใหม่ๆ และการดึงกลุ่มลูกค้าเก่าๆ ให้คงอยู่กับบริษัท เป็นเรื่องที่นักการตลาดควรคำนึงถึง เพราะลูกค้าคือธุรกิจ และลูกค้าคือกำไร นั่นเอง

BRAND แบรินด์ การขายสินค้า การขายบริการ รวมถึงการขายสิ่งต่างๆ การสร้าง Brand มีความสำคัญในระยะยาว เพราะ Brand มีมูลค่า เช่น Brand โค้ก หรือ โคคา-โคล่า หากบริษัทใดจะซื้อหรือต้องการซื้อ Brand ของโค้ก ซึ่งมีมูลค่ามหาศาล เพียงแค่ซื้อแค่ Brand โคคา-โคล่า โดยไม่ซื้อโรงงานผลิตหรือวัตถุดิบต่างๆ เฉพาะ Brand ก็มีมูลค่าเป็น 77,839 พันล้านดอลลาร์เลยทีเดียว (อ้างอิงจากเว็บไซต์อินเตอร์แบรนต์)

IDEA ไอเดีย หากจะถามว่า อาวุธที่ร้ายแรงของนักการตลาดที่ทำให้นักการตลาดคนหนึ่ง มีชั้นเชิงเหนือกว่า นักการตลาดคนอื่นๆ สิ่งนั้นก็คือ ความคิด หากขาดซึ่งสิ่งนี้ นักการตลาดก็จะดูแต่ของเก่าๆ แล้วนำของเก่าๆ มาใช้ ไม่ว่าจะเป็นสินค้า บริการ ทุรกิจการตลาด แต่ถ้านักการตลาดคนใดมีมันสมอง มีไอเดีย ที่สร้างสรรค์ นักการตลาดคนนั้นก็ประสบความสำเร็จมากกว่านักการตลาดธรรมดาทั่วๆ ไป จึงมองหาไอเดียใหม่ๆ แล้ว คุณจะโดดเด่น และแตกต่างจากคนอื่น ๆ

สรุป นักการตลาดที่ดี นักการตลาดที่ประสบความสำเร็จ ไม่ควรยึดถือทฤษฎีหรือหลักการด้านใดเพียงด้านเดียว แต่จงมองหาหลักการหรือทฤษฎีต่างๆ แล้วเรียนรู้ เพื่อนำมาผสมผสานให้ถูกจังหวะ ถูกกาลเวลา ถูกสถานที่ นักการตลาดผู้นั้นก็จะประสบความสำเร็จได้อย่างงดงาม