



การตลาด ของ มหาเศรษฐี

ดร.สุทธิชัย บัญชาโรจน์

อาจารย์ประจำบัณฑิตวิทยาลัย ม.พิษณุโลก

www.drsuthichai.com

ปerson เคยตั้งคำถามว่า ทำไมมหาเศรษฐีถึงร่ำรวย และเขามีการทำตลาดอย่างไรกับสินค้าและบริการของเขา ในบทความตอนนี้เราจะมาแลกเปลี่ยนเรียนรู้กัน

โดนัลด์ ทรัมป์ มหาเศรษฐีชาวอเมริกันคนที่ประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจหลายประเภท เช่น อสังหาริมทรัพย์ กีฬา บันเทิง สื่อ การประกวดนางงาม ฯลฯ

เขามีแนวคิดในการทำตลาดในธุรกิจของเขา คือ โฆษณาอย่างแยบยล

“การโฆษณาเป็นสิ่งที่คุณต้องการมากที่สุดในเวลาที่คนไม่ซื้อของคุณ”, “ถึงแม้คุณจะมีสินค้าที่สุดยอดที่สุดในโลก แต่ไม่มีใครรู้จักมัน มันก็ไม่มีค่าอะไร” แต่เขาจะมีวิธีการโฆษณาที่แยบยล แทนที่จะลงทุนใช้เงินเป็นจำนวนมากจ้างบริษัทประชาสัมพันธ์ และบริษัทโฆษณาหรือใช้เงินในการซื้อโฆษณาทาง โทรทัศน์ วิทยุหรือสื่อต่างๆ เป็นจำนวนมหาศาล แต่เขาจะเชื่อมั่นด้วยตนเอง

เขาเรียนรู้ว่า สื่อมวลชนมีความกระหายข่าวได้ๆ ข่าวที่เร้าใจ ข่าวที่เร้าความรู้สึก เขาจึงใช้วิธีการ คือ ทำอะไรให้แปลกๆ ใหม่ๆ พิสดาร ตลอดเวลาหรือบางครั้งเขาก็ทำอะไรที่อาจหาญ ไม่กลัวใคร หรือยอมขัดแย้งกับคนอื่น ๆ เพื่อให้ สื่อมวลชนได้เขียนข่าวเกี่ยวกับเขา เขากล่าวว่า “ถึงแม้สื่อมวลชนจะลงข่าวในทางลบเกี่ยวกับเขา แต่ถ้ามองในแง่การโฆษณาหรือมุมมองทางธุรกิจถือว่าคุ้มค่า เขายกตัวอย่าง ถ้าเขาจะลงโฆษณาในหน้าหนังสือพิมพ์แบบเต็มหน้าเขาต้องใช้เงินเป็นจำนวนมากในการซื้อสื่อ ซึ่งโฆษณาของเขาที่ไม่ได้ลงในหน้าหนึ่งของหนังสือพิมพ์ และคนเป็นจำนวนมากก็ไม่ค่อยใส่ใจในข้อความโฆษณา แต่ถ้าสื่อมวลชนเขียนถึงเขา แม้เป็นข่าวที่ไม่ค่อยดี แต่ได้ลงหน้าหนึ่ง จะทำให้คนเป็นจำนวนมากรู้จักเขา โดยที่เขาไม่ต้องจ่ายเงินเลย” สรุป คือ ถึงแม้สื่อมวลชนจะลงข่าววิพากษ์วิจารณ์ทำร้ายในเรื่องส่วนตัว แต่จะให้ผลประโยชน์มากในด้านธุรกิจ

อีกทั้งเขาจะเลือกใช้ชีวิตในสไตล์ที่มีชื่อเสียง คือ เลือกคบกับ

คนดังๆ ในวงการต่างๆ เช่น วงการทางการเมือง วงการกีฬา วงการประกวดนางงามจักรวาล วงการดาราศาสตร์ เป็นต้น

นักข่าวส่วนใหญ่ก็มักจะแสวงหาข้อมูลหรือภาพเพื่อลงข่าว คนเด่น คนดัง เมื่อเขาเข้าไปในแวดวงดังกล่าว เขาจึงกลายเป็นคนเด่น คนดังไปด้วย และนักข่าวก็ลงข่าวของเขาตามไปด้วย

ดังนั้น **หากต้องการประสบความสำเร็จอย่าง โดนัลด์ ทรัมป์ เราต้องรู้จักการโฆษณาตัวเอง และการโฆษณาสินค้าของตนเองอย่างแยบยล**

สตีฟ จอบส์ CEO บริษัทแอปเปิล เป็นเจ้าของสินค้าและบริการ สินค้าตระกูล I เช่น iPad, iPhone, iPod, iTunes ฯลฯ

เขามีแนวคิดในการทำการตลาดในธุรกิจของเขา คือ Think different หรือคิดต่าง

เขาเชื่อว่าเขาเปลี่ยนโลกได้ และเขาก็สามารถทำได้จริงๆ เขาสร้างนวัตกรรมระดับเปลี่ยนแปลงโลก เขากลายเป็นผู้ปฏิวัติทางเทคโนโลยี เขาจะเป็นเพียงคนไม่กี่คนในประวัติศาสตร์โลกที่สามารถเปลี่ยนแปลงโลกได้ เขาคือเสียง และหน้าตาของการปฏิวัติวงการคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล เขาริเริ่มทำภาพยนตร์แอนิเมชั่น เขาจึงเป็นคนหนึ่งที่สร้างแรงบันดาลใจให้คนอื่น ๆ อีกมากมาย

ดังนั้น ถ้าอยากประสบความสำเร็จในด้านการตลาด เราต้องสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ขึ้นในสินค้าและบริการของเรา

ซีซีมี โยชิโอกิ เจ้าของกลุ่มธุรกิจเซบู คนญี่ปุ่นที่รวยที่สุดในโลก 3 ปีซ้อน (พ.ศ.2530-2532) จากการจัดอันดับของนิตยสาร "ฟอร์บส์" ของสหรัฐอเมริกา เขาได้รับการส่งมอบกิจการจากพ่อของเขา คือ ซีซีมี ยะสึจิโร และเขาก็ทำให้มันเจริญเติบโตขึ้น กิจการในญี่ปุ่นของเขามีเกือบ 170 ประเภท เช่น โรงแรม ห้างสรรพสินค้า สนามกอล์ฟ โรงเรียน ร้านอาหาร ฯลฯ

เขามีแนวคิดในการทำการตลาดในธุรกิจของเขา คือ การทำการตลาดให้กับธุรกิจหรือบริการใดๆ จะต้องทำเหมือนกับการวิ่งมาราธอน

ทัศนคติของ ซีซีมี โยชิโอกิ เขาถือว่า การทำการตลาดให้กับสินค้าหรือบริการใดๆ เหมือนกับการแข่งขันวิ่งระยะไกล ถ้าสังเกตดูจะรู้ว่า การทำการตลาดให้กับสินค้าและบริการ จะต้องทำอย่างต่อเนื่องเป็นสิบๆ ปี เหมือนกับการวิ่งมาราธอนนั่นเอง และทางที่ดีควรกำหนดคู่ต่อสู้คู่แข่งของตนเองขึ้นมาด้วย เพื่อท้าทาย เพื่อแข่งขัน เพราะไม่มีการแข่งขันก็ไม่มีความก้าวหน้า ไม่มีความเจริญเติบโต ไม่มีการขยายตัวทางด้านการตลาด

ดังนั้น ถ้าอยากประสบความสำเร็จในด้านการตลาด เราต้องอดทน เราต้องใช้เวลาเป็นสิบๆ ปี จึงจะประสบความสำเร็จ

คาร์ลอส สลิม มหาเศรษฐีชาวเม็กซิโก เชื้อสายเลบานอน บุคคลที่รวยที่สุดในโลก จากการจัดอันดับของนิตยสารฟอร์บส์ของสหรัฐ เขาเป็นเจ้าของกิจการกว่า 200 แห่งในเม็กซิโก ต้นยุค 80 ธุรกิจ

ทุกอย่างในเม็กซิโกได้รับผลกระทบจากสภาพเศรษฐกิจโลก แต่เขามองเห็นวิกฤตในโอกาสจึงกว้านซื้อกิจการต่างๆ ที่ใกล้ล้มละลายในราคาถูก เช่น ห้างสรรพสินค้า ธนาคาร การประปา การไฟฟ้า และนำมาบริหารจัดการตามหลักการสมัยใหม่ จนสามารถมีกำไร

เขามีแนวคิดในการทำการตลาดในธุรกิจของเขา คือ ทำให้คู่แข่งออกจากตลาด

ธุรกิจของเขาได้กำไรอย่างมหาศาล ก็เนื่องจากกลยุทธ์ คือ การทำการตลาดอย่างผูกขาด การทำให้คู่แข่งพ่ายแพ้แล้วออกนอกตลาดไป

ในยุคที่โทรศัพท์ เป็นปัจจัยที่ 5 บริษัท เทลเม็กซ์ของเขาได้ผูกขาดในธุรกิจโทรศัพท์ เขาได้ทุ่มเงิน 1.8 พันล้านดอลลาร์สหรัฐซื้อหุ้นจากรัฐบาลในการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ ปี พ.ศ.2533 ปัจจุบันมีผู้ใช้บริการโทรศัพท์บ้านถึง 92% และครองตลาดโทรศัพท์มือถือในสัดส่วนกว่า 80% ต่อมาเขาได้ขยายกิจการด้านการสื่อสารไปครอบคลุมแทบทุกพื้นที่ในแถบละตินอเมริกา จึงถือได้ว่า เขาคือผู้ "ผูกขาด" ธุรกิจโทรคมนาคมในละตินอเมริกาอย่างสิ้นเชิง

ดังนั้น ถ้าอยากประสบความสำเร็จในด้านการตลาด กำไรมาก ได้รับผลประโยชน์มากๆ เราจะต้องทำธุรกิจในประเภทผูกขาด หรือมีคู่แข่งน้อยราย

แจ๊ค หม่า มหาเศรษฐีอันดับ 1 ของประเทศจีน เกิดที่เมืองหางโจว ปัจจุบันมีทรัพย์สินมูลค่า 8 แสนล้านบาท

เขามีแนวคิดในการทำการตลาดในธุรกิจของเขา คือ ต้องค้นให้พบช่องว่างทางการตลาด

แจ๊ค หม่า ได้มีโอกาสไปเที่ยวหาเพื่อนที่ประเทศสหรัฐอเมริกา และเขาลองให้เพื่อนค้นหาสินค้าจีนเป็นภาษาจีนทางอินเทอร์เน็ต เช่น คำว่า เปียร์จิน, บริษัทของจีน ปรากฏว่าไม่พบผลการค้นหาในคำนั้น จึงทำให้เขาได้ค้นพบช่องว่างทางธุรกิจ และทางการตลาด ต่อมาปี 1995 เขาก่อตั้งบริษัทไชน่าเวิลด์เวิลด์ไวด์ ซึ่งเชื่อว่าจะเป็นบริษัทอินเทอร์เน็ตแรกสุดในประเทศจีน หลังจากนั้นปี 1999 เขาได้ก่อตั้งบริษัท Alibaba ด้วยความมีวิสัยทัศน์ด้านอีคอมเมิร์ซ ต่อมาได้ขยายเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องออกไปเรื่อยๆ โดยบริษัท Alibaba Group มี 3 เว็บ คือ

alibaba.com ที่มีลักษณะธุรกิจแบบขายส่งระหว่างบริษัท (B2B)

taobao.com ที่มีลักษณะธุรกิจแบบขายปลีกระหว่างลูกค้า

tmall.com ที่มีลักษณะธุรกิจที่ให้แบรนด์สินค้าต่างๆ มาเปิดร้านบนเว็บไซต์

ดังนั้น ถ้าอยากประสบความสำเร็จในด้านการตลาด เราต้องค้นหาช่องว่างทางการตลาดให้พบ 