



การตลาด

สมัยใหม่

ดร.สุทธิชัย ปัทมโรจน์

อาจารย์ประจำบัณฑิตวิทยาลัย ม.พะเยา

www.drsuthichai.com

นักวิชาการได้แบ่งโลกในยุคปัจจุบันออกเป็น 2 โลก คือ

1. โลกที่เราอาศัยอยู่
2. โลกออนไลน์หรือโลกเสมือน ในอินเทอร์เน็ต

การมีโลกออนไลน์หรือโลกเสมือน จึงทำให้นักการตลาดในยุคนี้ หลายบริษัท ได้ทุ่มทำการตลาดในโลกออนไลน์หรือโลกเสมือน ดังนั้นเราจะเห็นได้ว่า การทำการตลาดในยุคปัจจุบันนี้ มีการเปลี่ยนแปลงไปจากในอดีตค่อนข้างมาก เนื่องจากในยุคนี้ เรามีอินเทอร์เน็ต มีเทคโนโลยี มีเครื่องมือที่ช่วยในการทำการตลาดที่ทันสมัย มีความสะดวก รวดเร็ว และราคาถูกลงกว่าในอดีต

ในยุคสมัยนี้ หลายองค์กร หลายบริษัท ได้ทุ่มงบประมาณไปกับการทำการตลาดใน Social Media หรือสังคมออนไลน์ที่มีผู้ส่งสารผู้รับสาร ซึ่งมีเนื้อหาในรูปแบบต่างๆ ทั้งบทความ รูปภาพ วิดีโอ แล้วนำมาแบ่งปัน แชร์ ให้ผู้อื่นในเครือข่ายได้รับรู้รับฟัง โดยผ่านทาง Social Network ในระบบอินเทอร์เน็ต

ซึ่งการทำการตลาดใน Social Media สามารถทำได้ง่าย เนื่องจาก จะมีระบบต่างๆ ควบคุมอยู่ มีการประเมินจากโปรแกรมต่างๆ ซึ่งทำให้รู้ได้ว่า กลุ่มเป้าหมายหรือกลุ่มลูกค้าอยู่ไหน มีตัวเลขผู้ใช้หรือถูกสนใจปรากฏให้เห็น

ความจริง Social Media มีความสำคัญ แต่ในความคิดเห็นของกระผมแล้ว เราไม่ควรทำการตลาดแบบทุ่มงบประมาณมากเกินไปหรือทุ่ม 100 เปอร์เซ็นต์ให้กับโลกออนไลน์หรือโลกเสมือน แต่สิ่งที่ควรทำคือ ทำการตลาดผสมกันระหว่างการตลาดแบบเก่า และการตลาดแบบใหม่ และควรจัดสรรงบประมาณแบบค่อยเป็นค่อยไป ไม่ควรทุ่มงบประมาณไปแบบสุดตัว

การจัดสรรงบประมาณแบบผสม จะทำให้เกิดการส่งต่อได้ดีกว่า เช่น การใช้กลยุทธ์แบบปากต่อปากหรือการบอกต่อ ถ้าสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของเราดี ลูกค้ามักจะบอกต่อ แต่ถ้าสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ไม่ดี ลูกค้าก็จะบอกต่อในด้านไม่ดี แล้วเขาก็จะแชร์หรือแบ่งปันกันผ่าน Social Media

เราจะเห็นได้ว่า โลกของเรา ประเทศของเราจะมีการสื่อสารกันมากขึ้นไม่ว่าการสื่อสารภายในประเทศหรือกับต่างประเทศ ฉะนั้น การสื่อสารจึงเกิดขึ้นได้ง่ายกว่าในอดีต อีกทั้งมีความสะดวกสบาย ทันสมัย รวดเร็ว คมชัด จึงทำให้นักการตลาดต้องคำนึงถึงคุณภาพของสินค้า ผลิตภัณฑ์ บริการมากขึ้น เพราะถ้าหากบริษัทใด ผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ บริการ ออกสู่ตลาดแบบไม่มีคุณภาพหรือคุณภาพต่ำ ก็คงต้องออกจากตลาดหรือตายจากไป การตลาดในยุคปัจจุบันจึงต้องคำนึงถึงคุณภาพเป็นหลัก บริษัทต้องมีการปรับตัว มีการพัฒนาคุณภาพให้ดีขึ้น

สำหรับการทำการตลาดในยุคปัจจุบัน และในยุคอนาคต จึงเป็นเรื่องของการเปลี่ยนแปลงไม่หยุดนิ่ง ไร้กลยุทธ์ไร้กระบวนการ แต่การทำการตลาด ในยุคปัจจุบัน และในยุคอนาคต ควรทำให้ถูกสถานการณ์ ถูกจังหวะเวลา ถูกกาลเวลา และต้องมีการปรับเปลี่ยนอย่างรวดเร็ว ในทันต่อเหตุการณ์ต่างๆ ทั้งนี้ ต้องอาศัยการสังเกตลูกค้า สังเกตสิ่งแวดล้อม สังเกตการเปลี่ยนแปลงสิ่งใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลา

อีกทั้งควรสร้างนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ๆ ขึ้นมาให้แก่ลูกค้าอยู่ตลอดเวลา เช่น สตีฟ จอบส์ แห่งบริษัทแอปเปิล ได้สร้างนวัตกรรมสินค้าตระกูล I ขึ้น (iPad, iPhone, iPod, iTunes) เพราะถ้าสินค้าเหมือนกัน ลูกค้าสามารถซื้อสินค้ายี่ห้อใดๆ ก็ได้ แต่ถ้าสินค้าของเรามีความแตกต่างกับยี่ห้ออื่นๆ และก็มีคุณภาพที่ดีกว่าแน่นอน ลูกค้าส่วนใหญ่ก็อยากที่จะมาทดลองซื้อ และมีการซื้อซ้ำ ฉะนั้น ความคิดที่มีความแตกต่าง ความคิดที่สร้างสรรค์ จึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญสำหรับโลกการตลาดในยุคนี้

นวัตกรรมจึงเป็นเรื่องที่มีความสำคัญในทุกวงการ หากว่าท่านมีความต้องการที่จะประสบความสำเร็จในการทำการตลาดสมัยใหม่ เช่น การสร้างนวัตกรรมเพื่อพัฒนาธุรกิจอสังหาริมทรัพย์, การสร้างนวัตกรรมเพื่อพัฒนาธุรกิจยานยนต์, การสร้างนวัตกรรมเพื่อพัฒนาธุรกิจการเงินการธนาคาร, การสร้างนวัตกรรมเพื่อพัฒนาธุรกิจด้านการเกษตรกรรม เป็นต้น

ในยุคนี้ หากต้องการความอยู่รอด และยั่งยืน สินค้า ผลิตภัณฑ์ บริษัท จะต้องมีความพออย่างแท้จริง และต้องนำเสนอสินค้า ผลิตภัณฑ์ บริษัท ด้วยความจริงใจ ไม่หลอกลวง แต่ต้องทำทุกอย่างแบบตรงไปตรงมา ด้วยความโปร่งใส และต้องคำนึงถึงตัวของลูกค้า ว่าลูกค้ามีความต้องการอะไร **ซึ่งส่วนใหญ่หัวใจของลูกค้าก็จะมีความต้องการดังนี้**

1. ลูกค้าต้องการความคุ้มค่าของสินค้าเมื่อเปรียบเทียบกับราคา
2. ลูกค้าต้องการความสะดวกรวดเร็ว ทันใจ ง่าย ในการเข้าถึงตัวของสินค้า และบริการ
3. ลูกค้าต้องการสินค้าที่ "โดนใจ" หรือ สินค้าที่ "ใช่"
4. ลูกค้าต้องการที่จะติดต่อสื่อสารกับ บริษัท แบบ ง่าย สะดวก รวดเร็ว เพื่อที่จะถามคำถามต่างๆ
5. ลูกค้าต้องการให้บริษัท สร้างปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า เช่น มีการติดต่อกับลูกค้าบ้าง มีการออกโปรโมชั่นใหม่ๆ มีการบริการหลังการขาย ฯลฯ

สำหรับการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในการทำการตลาดสมัยใหม่ เราควรคำนึงถึง เรื่องต่างๆ ดังนี้

1. การสร้างภาพพจน์หรือภาพลักษณ์ของสินค้า ผลิตภัณฑ์ บริษัท

2. การบริการหรือการผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่ดีกว่าคู่แข่ง

3. การสร้างความรวดเร็ว ความสะดวก ความสะดวก ง่าย ในการบริการ

4. การใช้เทคโนโลยีเข้าช่วย ซึ่งจะทำให้เกิดความทันสมัย เกิดภาพลักษณ์ที่ดี เกิดความรวดเร็ว ทันใจ

5. การสร้างสิ่งใหม่ๆ ให้เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา เช่น การนำเสนอมุมมองใหม่ๆ, การนำเสนอสินค้า บริการใหม่ๆ, การออกแบบผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ๆ เป็นต้น

6. การดึงดูดลูกค้าเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมในตัวสินค้าและบริการ

สรุป การตลาดสมัยใหม่ ให้ความสำคัญกับการทำการตลาด และการสื่อสารในโลกออนไลน์หรือโลกเสมือน แต่ไม่ควรทุ่มงบประมาณหรือให้น้ำหนัก 100% แต่ควรจัดงบประมาณในการทำการตลาดในด้านอื่นๆ บ้าง การตลาดสมัยใหม่ เป็นเรื่องของ การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ไม่หยุดนิ่ง นักการตลาดสมัยใหม่ จึงต้องมีการปรับตัวอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้ทันกับสถานการณ์ในตลาด การตลาดสมัยใหม่ เป็นเรื่องที่ต้องคำนึงถึงการสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ออกมาสู่ตลาด การตลาดสมัยใหม่เป็นเรื่องที่ต้องคำนึงถึงความต้องการของลูกค้าเป็นด้านหลัก และการตลาดสมัยใหม่ ควรสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

จากข้อความข้างต้นเราจะเห็นได้ว่า

นักการตลาดสมัยใหม่ ที่จะทำการตลาดสมัยใหม่ ต้องมีความเก่งกาจ มีความสามารถ มีความขยัน มากกว่านักการตลาดในอดีตในด้านต่างๆ เพราะการตลาดยุคนี้ มีความซับซ้อนมากกว่าในอดีต, การตลาดยุคนี้เราไม่สามารถคาดการณ์ได้อย่างถูกต้อง และแม่นยำ หรือคาดการณ์สิ่งต่างๆ ได้อย่างใกล้เคียงเหมือนอดีต เพราะปัจจัยต่างๆ ทำให้เกิดการคาดเคลื่อนได้อย่างมากมาย เช่น ปัญหาทางด้านการเมือง ปัญหาทางด้านเศรษฐกิจ ปัญหาทางด้านสังคม ปัญหาภัยพิบัติธรรมชาติ กล่าวคือปัจจัยต่างๆ มีความแปรผันอยู่ตลอดเวลา

นักการตลาดสมัยใหม่ จึงต้องพัฒนาตนเองอยู่ตลอดเวลา เช่น ต้องฝึกภาษาอังกฤษ ฟัง พูด อ่าน เขียนได้ เพื่อที่จะติดต่อสื่อสาร และรับข้อมูลต่างๆ กับลูกค้าได้ทั่วโลก, การเข้าศึกษาอบรมเพื่อหาความรู้ใหม่ๆ, การปรับความคิดของตนเองไม่ให้ยึดติดกับความสำเร็จเก่าๆ หรือทฤษฎีเก่าๆ แต่ควรปรับเปลี่ยน หยัดหูกับสิ่งต่างๆ ได้ เป็นต้น

