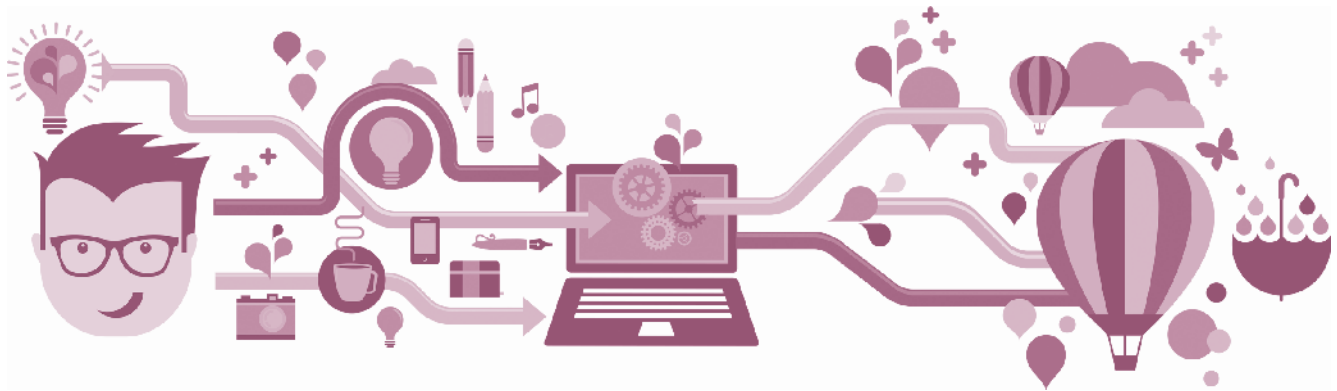


# Digital Marketing Communication

ดร.สุทธิชัย ปัญญโรจน์  
อาจารย์ประจำบัณฑิตวิทยาลัย ม.แพทยโลก  
www.drsuthichai.com



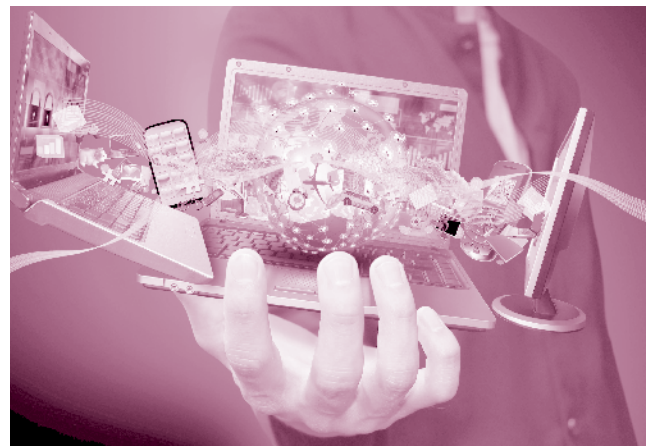
**D**igitalmarketing Communication คือ การสื่อสารในการทำการตลาดบนโลก Online ซึ่งต้องอาศัย Internet โดยผ่านเครื่องมือหรือ Technology ที่ทันสมัย เช่น คอมพิวเตอร์ มือถือสมาร์ทโฟน และต้องอาศัยการสื่อสารผ่านช่องทาง Social Network คือ Blog หรือบล็อก, ไมโครบล็อก (Microblog) เป็นเว็บไซต์ขนาดเล็ก, โซเชียลเน็ตเวิร์คเว็บไซต์ (Facebook, LinkedIn, Myspace, Hi5), เว็บไซต์บุ๊กมาร์ค (Bookmark Social Site) รวมถึง Youtube, INSTAGRAM, GOOGLE, FLICKR เป็นต้น ในการสื่อสารผ่านโลก Online ต้องอาศัยความคิดที่สร้างสรรค์ การสื่อสารที่ซุกงูหรือจูงใจให้ลูกค้ามาชอบตัวเรา ชอบบริษัทเรา ชอบสินค้าเรา ชอบบริการของเรา

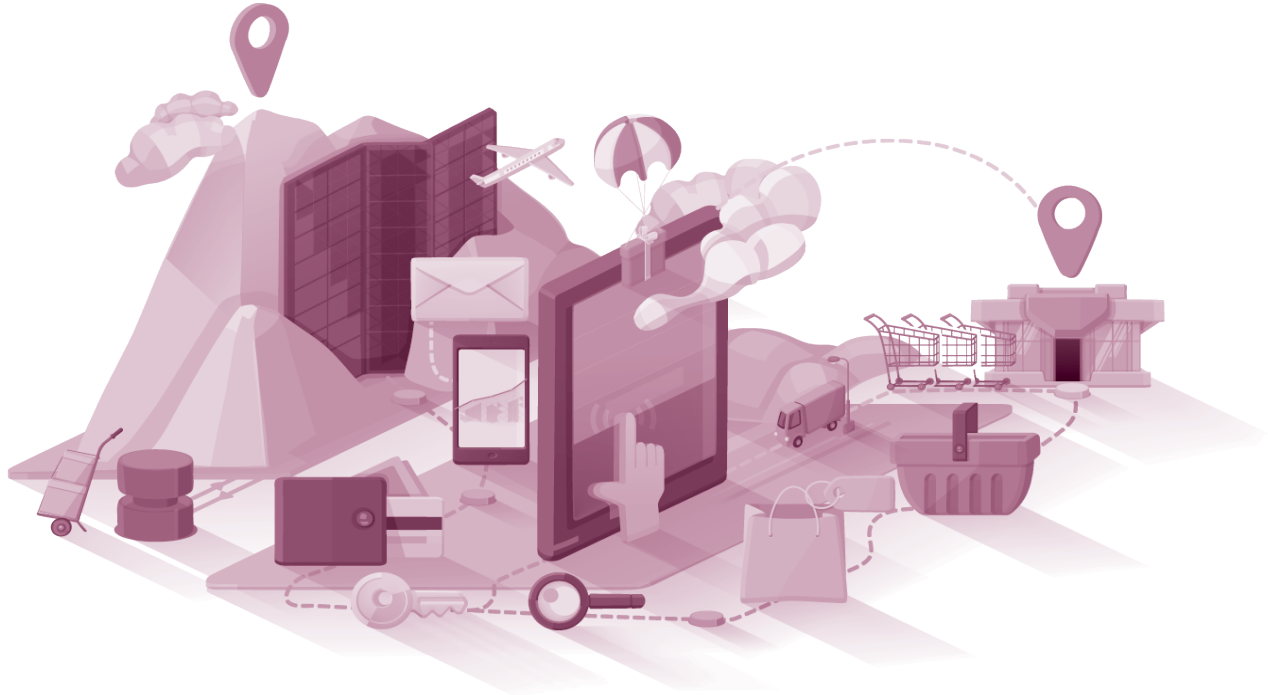
จากงานวิจัยได้บ่งบอกว่า คนไทยได้ใช้ Social Network ผ่าน Facebook มากเป็นอันดับ 1 ผู้ใช้ 37 ล้านคน โดยผ่าน Smartphone ถึง 35 ล้านคน โดยค่าเฉลี่ยการใช้งาน Facebook ของคนไทยในแต่ละวัน คือ 2 ชั่วโมง 35 นาที ฉะนั้น หากท่านผู้อ่านต้องการที่จะทำการสื่อสารในโลก Online ให้ได้ผลลัพธ์ออกมาดี Facebook จึงเป็นคำตอบในการทำการตลาด Online ในโลกยุคปัจจุบันสำหรับสังคมไทย

ดังตัวอย่างหลายๆ ธุรกิจ เปิดเพจที่ Facebook เมื่อมีคนกด Like หรือคนติดตาม หลายล้าน หลายแสนคน จึงได้เสนอขายสินค้า ขายบริการ ขายกิจกรรมต่างๆ จนร่ำรวยไปตามๆ กัน เช่น เพจ Mind English, เพจ K SME, เพจ NerKoo.com, เพจ คิดว่าดีก็ทำต่อไป ฯลฯ ซึ่งการจะทำเพจให้หน้าติดตาม ต้องมีองค์ประกอบหลายอย่าง

ด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของรูปที่จะใช้ลงในเพจ ต้องออกมาสวยดูดี เพื่อสร้างความดึงดูด การออกแบบ กราฟฟิก ตัวหนังสือ สีที่ใช้ โลโก้ ข้อความที่จะต้องสื่อสารออกไป คลิป ช่วงเวลา การซื้อโฆษณา สิ่งเหล่านี้ เป็นองค์ประกอบของความน่าดึงดูดคนให้มาติดตามเพจของเรา

เมื่อคนกด Like เยอะหรือเมื่อคนเป็นสาวกเยอะ โอกาสที่จะขายของ ขายสินค้า ขายบริการ ก็จะมีเยอะตามไปด้วย ดังจะสังเกตได้จากหลาย เพจที่ไม่ได้มีการขายสินค้า ขายบริการ ตั้งแต่ก่อตั้งเพจแต่มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างชุมชนใน Facebook ที่มีความสุขสนุกสนานหรือบางเพจก็ต้องการหาเพื่อน หาเครือข่าย แต่เมื่อมีคนสนใจเยอะมีคนกด Like หรือถูกใจ เป็นจำนวน ล้านครั้ง จึงเสนอขายสินค้า ขายบริการหรือจัดงานสัมมนา ผลปรากฏว่า คนที่กด Like จำนวน





มากได้ ซื้อสินค้า ซื้อบริการ ซื้องานสัมมนา นี่คือพลังของการสร้างชุมชนในเพจ Facebook

แต่ทั้งนี้ หากว่าท่านต้องการทำการตลาดใน Facebook หรือ Social Network ท่านควรพิจารณาดังนี้ ท่านต้องกำหนดวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายให้ชัดเจนก่อน, ท่านต้องรู้ก่อนว่าลูกค้าของท่านคือคนกลุ่มไหน, ท่านต้องรู้ก่อนว่าทำไมลูกค้าถึงซื้อสินค้า บริการของท่าน และต้องรู้ก่อนว่า ท่านจะนำเสนออย่างไร รวมถึง มีแผนการในการสร้างเนื้อหา (Content) อย่างไรให้ดึงดูด

การทำตลาดใน Social Network แบบผสมผสาน จะเกิดผลกระทบหรือจะดีกว่าการเลือกทำเฉพาะอย่างใดอย่างหนึ่ง แต่ต้องทำแบบมีการแชร์ผ่านถึงกันหรือเชื่อมโยงถึงกัน เช่น เราต้องมีเว็บไซต์ (ซึ่งเปรียบเสมือนหน้าร้าน) เราต้องมีเครื่องมือที่หลากหลาย Facebook, Youtube, Linkedin, Myspace, Twitter, google ฯลฯ แล้วนำเครื่องมือต่างๆ มาเชื่อมโยงถึงกันทั้งหมด จะดีมากกว่าที่เราจะใช้แต่ Facebook เพียงอย่างเดียว

Social Network สามารถวิเคราะห์ฐานลูกค้าได้ เมื่อมีคนเข้ามาเล่น Social Network กันมากๆ เราก็สามารถวิเคราะห์ลูกค้าได้โดยผ่านทาง Social Network ได้ เช่น เราสามารถวิเคราะห์ลูกค้าที่เข้าไปดูเว็บไซต์ของเราได้โดยผ่าน Google Analytic หรือเราสามารถวิเคราะห์ลูกค้าของเราโดยผ่าน Facebook ได้

Google Adword, Facebook Ads, Youtube Ads สามารถโฆษณาเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ตรงกว่า ใกล้เคียงกว่า การที่เราโฆษณาผ่านโทรทัศน์วิทยุ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ ซึ่งสื่อหลักๆ เหล่านี้ต้องเสียค่าใช้จ่ายสูงมาก แต่สื่อออกไปแล้วไม่ตรงกลุ่มเป้าหมายมากนัก เพราะเป็นการสื่อสารในวงกว้างมาก

เพราะอะไรนักการตลาดหรือนักธุรกิจควรให้ความสนใจในเรื่องของ Digitalmarketing Communication ก็เนื่องมาจาก ยุคสมัยมีความเปลี่ยนแปลงไป ในสมัยอดีต ถ้าเราเดินทางไปต่างจังหวัดเราต้องการกินอาหารสักร้านที่อร่อย และมีชื่อเสียง ในอดีตเราก็ต้องถามคนในจังหวัดนั้นๆ แต่ในยุคปัจจุบัน ถ้าเราต้องการกินอาหารที่อร่อย และมีชื่อเสียงของจังหวัดนั้นๆ เรายังจะค้นหาใน Google

เช่นกันสินค้า บริการ เกือบทุกประเภท ลูกค้าหากมีความต้องการ เขาก็จะค้นหาข้อมูลต่างๆ ผ่านทาง Google ก่อน แล้วจึงไปซื้อสินค้าหรือบริการนั้นๆ ฉะนั้นเราจะเห็นว่า เมื่อลูกค้าได้รับข้อมูลข่าวสาร ก็เกิดตัดสินใจซื้อ ก่อนที่จะเดินทางไปซื้อสินค้าหรือบริการนั้นจริงๆ หรือบางคนอาจจะใช้วิธีการส่งสินค้าหรือบริการมาที่บ้านหรือจ่ายเงิน Online โดยไม่เห็นสินค้าจริงๆ หรือไม่ได้แตะต้องสินค้าจริงๆ เหมือนดังในอดีตที่เราจะต้องเดินทางไปดูที่หน้าร้าน แต่ในยุค Online เราสามารถสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต จ่ายเงินทางอินเทอร์เน็ต และสินค้าบางอย่างก็สามารถส่งทางอินเทอร์เน็ตได้อีกด้วย ช่วย E-book สินค้าหรือข้อมูลประเภท Download

สุดท้ายนี้ อยากจะฝากแง่คิดของ ชาลส์ โรเบิร์ต ดาร์วิน นักธรรมชาติวิทยาชาวอังกฤษ ผู้ให้กำเนิดทฤษฎีวิวัฒนาการอันโด่งดัง เคยกล่าวไว้ว่า “ไม่ใช่เผ่าพันธุ์ที่แข็งแรงที่สุดหรือฉลาดที่สุดที่จะอยู่รอด แต่เป็นเผ่าพันธุ์ที่ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงได้มากที่สุด” ซึ่งสามารถใช้กับการทำธุรกิจ และทำการตลาดได้เป็นอย่างดี

ในอดีต ไดโนเสาร์ เป็นสัตว์ที่ยิ่งใหญ่ แต่ด้วยกรไม่ยอมปรับตัวหรือไม่ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลง ไดโนเสาร์จึงสูญพันธุ์ไปเช่นกัน สินค้าในอดีตเคยยิ่งใหญ่ บริษัทหลายบริษัทที่เคยยิ่งใหญ่มาก่อน แต่ปัจจุบันได้เลิกกิจการไปแล้ว ก็เพราะการไม่มีการปรับตัวเพื่อความอยู่รอดจึงเลิกกิจการไปในที่สุด