



# Marketing กลยุทธ์นอกตำรา

ดร.สุทธิชัย ปัทมโรจน์

อาจารย์ประจำบัณฑิตวิทยาลัย ม.พะเยา

www.drsuthichai.com

**ทุก**อย่างคือการตลาด และชีวิตไม่มีสูตรสำเร็จ เป็นคำพูดที่เป็นความจริงมากที่สุดทีเดียว ในยุคปัจจุบันศาสตร์ทางการตลาดได้มีความสำคัญเป็นอันมากต่อความก้าวหน้าของทุกองค์การ ทุกหน่วยงาน ทุกธุรกิจ ไม่ว่าคุณจะทำอยู่ทางใด เช่น วงการการเมือง วงการศาสนา วงการสื่อสารมวลชน วงการค้า วงการการศึกษา ฯลฯ ถ้าคุณสามารถนำเอาศาสตร์ทางการตลาดไปประยุกต์ใช้คุณจะได้เปรียบคู่แข่งอย่างแน่นอน

อีกทั้งการตลาดไม่สามารถที่จะนำทฤษฎีหรือสูตรต่างๆ ทางด้านการตลาดไปใช้ได้โดยตรงไปตรงมาโดยขาดซึ่งการประยุกต์ใช้ตามสถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว นักวิชาการทางการตลาดหลายท่านเรียนทฤษฎีทางการตลาดมาเยอะแต่เมื่อเอามาใช้กับวงการธุรกิจจริงหรือองค์การธุรกิจจริงกลับไม่ได้ผล เนื่องจากศาสตร์ทางการตลาดเป็นศาสตร์ที่มีความเคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลา ไม่นิ่ง ในบทความนี้ เราจึงมาพูดถึงเรื่องของศาสตร์ทางการตลาดนอกตำราเรียนกันบ้าง

**ปลาเล็กกินปลาใหญ่** “พวกที่ตัวใหญ่ๆ มักไม่กินตัวเล็กๆ เสมอไป แต่พวกที่ตัวเล็กกว่าดี กินพวกที่ตัวเล็กกว่าเสมอ” เป็นคำกล่าวของประธานบริษัท BMW แห่งยุโรปเมื่อปี 1989

โลกแห่งการแข่งขันในยุคปัจจุบันโดยเฉพาะเรื่องของการตลาดมีความสำคัญเป็นอันมาก ซึ่งโลกยุคนี้อะไรก็ไม่แน่นอน บริษัทใหญ่ๆ หลายบริษัทมักไม่สามารถเอาชนะการแข่งขันกับบริษัทเล็กๆ บางแห่งได้ แต่สิ่งที่บริษัทเล็กๆ สามารถเอาชนะบริษัทใหญ่ๆ ได้ มีประเด็นที่สำคัญก็คือ บริษัทเล็กๆ ต้องพัฒนาเรื่องของความคิด พัฒนาไอเดีย พัฒนาความคิดต่าง คิดอย่างผู้ทำซึ่งหาโอกาสให้ตัวเองและจงรักในสิ่งที่ทำ จงทำในสิ่งที่รัก

**U R A BRAND ! คุณ คือ แปรนด์** คุณสามารถสร้างภาพลักษณ์ เอกลักษณ์ ตัวตนของคุณให้ผู้คนทั่วโลกได้รู้จักได้โดยการสร้าง Brand ส่วนตัวของคุณเอง

การสร้างตราหือหรือ Brand ไม่ได้เกิดเฉพาะตัวของสินค้าที่ไม่มีชีวิตเท่านั้น คน สัตว์ หรือสิ่งมีชีวิตต่างๆ ก็สามารถสร้าง ตราหือหรือ Brand ส่วนตัวได้เช่นกัน การสร้าง ตราหือหรือ Brand ส่วนตัว หากจะทำให้ได้ผล และเกิดผลรวดเร็ว เราจะต้องนำเอาเรื่องของการตลาดมาประยุกต์ใช้

การสร้าง Brand ส่วนตัวให้กับตัวเอง ให้ออกมาดีเขาจะต้องเป็นคนที่มีลักษณะดังนี้ คือ เขามักจะเลือกที่จะทำงานให้แกตนเองมากกว่าทำงานรับจ้างกินเงินเดือน เขาจะเป็นคนมีความมั่นใจในตนเองสูง มีความมั่นคงภายใน มีการวางแผนอย่างเป็นระบบ โดยเฉพาะการวางแผนทางการตลาด มีเครือข่ายหรือสายสัมพันธ์มาก มีภาพลักษณ์ที่ดี เป็นที่น่าสนใจในวงกว้าง

**การตลาดเชิงสร้างสรรค์** ปัจจุบันความคิดสร้างสรรค์เป็นสิ่งที่มีค่าจำเป็น และมีความสำคัญมากกับสังคมยุคปัจจุบัน ไม่เว้นแม้กระทั่งการทำการตลาด เราจะเห็นได้ว่าสินค้าใหม่ๆ ออกสู่ตลาดอย่างมากมาย ก็เนื่องมาจากมีคนคิดสร้างสรรค์นั่นเอง หากพูดไปแล้วการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ แปลกๆ ไม่ใช่เรื่องยาก แต่ทุกๆ คนสามารถทำได้ เพียงแต่ต้องใช้ความคิด ความพยายาม ความกล้าที่จะทำ





การตลาดเชิงสร้างสรรค์ (Creative Marketing) จึงเป็นการนำเอาความคิดสร้างสรรค์มาประยุกต์เพื่อทำการตลาดหรือสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีความแปลกใหม่มากขึ้น หรือมีการนำเอาลูกเล่นการตลาดที่มีความแปลกใหม่กว่าคู่แข่งมานำเสนออยู่ตลอดเวลา ทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกที่ได้รับความแปลกใหม่อยู่เสมอ

**การตลาดยุคดิจิทัล** ยุคปัจจุบัน เทคโนโลยีมีความทันสมัยทำให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆ สิ่งใหม่ๆ แปลกๆ ตลอดเวลาเฉพาะในโลกของอินเทอร์เน็ต ซึ่งโลกของอินเทอร์เน็ตมีการเชื่อมโยงข้อมูลข่าวสาร การค้าขาย การเมือง ตลาดหุ้น ความรู้ การศึกษา การกีฬา ฯลฯ ไปทั่วทุกมุมโลก

ดังนั้น นักการตลาดดิจิทัลจึงเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว แล้วนักการตลาดยุคดิจิทัลต้องมีคุณสมบัติอย่างไรบ้าง นักการตลาดยุคดิจิทัลควรมีคุณสมบัติดังนี้ ต้องเรียนรู้อยู่ตลอดเวลา และรักการเรียนรู้ ต้องมีความคิดสร้างสรรค์ ชอบสิ่งใหม่ๆ ชอบการเปลี่ยนแปลง ต้องเป็นนักจับกระแสทางการตลาดได้ โดยใช้เครื่องมือโลกอินเทอร์เน็ตต้องวิเคราะห์พฤติกรรมของลูกค้า และวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าได้ ต้องเป็นนักสื่อสารที่ดี ต้องสามารถให้ความรู้ที่เป็นประโยชน์ ต้องสามารถเขียนภาษาอังกฤษได้

**สร้างชื่อให้ตลาดยอมรับ** การสร้างชื่อให้ตลาดยอมรับมีความสำคัญมากต่อการขายสินค้าหรือบริการ สินค้าหรือบริการที่มีชื่อเสียงมักเป็นที่ยอมรับของตลาด อีกทั้งมีการตั้งราคาที่แพงกว่าสินค้าที่ไม่เป็นที่ยอมรับของตลาด ปัจจุบันกระผมมีอาชีพวิทยากรหากว่าวิทยากรท่านใดไม่เป็นที่รู้จักของตลาด คุณคิดว่าจะมีใครอยากไปฟังไหม แต่ตรงกันข้าม หากวิทยากรผู้นั้นมีชื่อเสียงระดับประเทศ ผู้ฟังมักจะอยากที่จะติดตามฟัง

เมื่อเราทราบอย่างนี้แล้ว จึงไม่ต้องแปลกใจที่พวกเรามักจะเห็นสินค้า ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ จำนวนมาก เมื่อเข้าสู่ตลาดมักจะต้องมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ทางสื่อต่างๆ เพื่อให้เป็นที่รู้จักของลูกค้า

หรือผู้บริโภค เช่นโฆษณาทางวิทยุ หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต ฯลฯ ฉะนั้นการจัดงบประมาณทางด้านโฆษณา และประชาสัมพันธ์จึงเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นจะต้องมี อีกทั้งการสร้างภาพพจน์ขึ้นในใจผู้บริโภคเป็นสิ่งที่ต้องใช้เวลาในการสะสม และต้องทำอย่างต่อเนื่อง

**ข้อผิดพลาดทางการตลาด** ศาสตร์ทางการตลาดเป็นศาสตร์ที่ต้องมีการยืดหยุ่น เปลี่ยนแปลง เคลื่อนไหว ไม่อยู่นิ่ง หลักการบางอย่างปฏิบัติหรือใช้ในอดีตได้ผล แต่เมื่อนำมาใช้ในปัจจุบันอาจไม่ได้ผลหรือไม่ประสบความสำเร็จ นักการตลาดที่ดีจึงต้องเป็นนักยืดหยุ่น เป็นนักปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของโลก อย่ายึดติดกับความสำเร็จในอดีต

ทางที่ดีที่สุดก็คือ ไม่ควรอยู่นิ่งหรือไม่เปลี่ยนแปลงนานจนเกินไป เพราะสภาพแวดล้อมทางการตลาดย่อมมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา บางครั้งอาจที่จะมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และบางครั้งก็มีการเปลี่ยนแปลงอย่างเฉียบพลัน ซ้ำๆ ค่อยๆ เปลี่ยนแปลงหรือไม่ควรขยายตลาดให้เร็วมากเกินไปจนเกินกำลังเกินความสามารถของตนเอง และควรเลือกผลิตภัณฑ์ ควรออกสินค้าให้ตรงกับจังหวะเวลา อีกทั้งต้องแสดงให้เห็นถึงความแตกต่างระหว่างสินค้าที่มีอยู่เดิมแล้วกับสินค้าที่ออกมาใหม่ 