

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



การทำการตลาดยุคใหม่

การทำการตลาดในยุคปัจจุบันมีข้อที่แตกต่างไปจากการทำการตลาดในยุคก่อน เพราะการทำการตลาดในยุคปัจจุบันต้องเผชิญกับสถานการณ์ที่ไม่มีความแน่นอน อีกทั้งมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ไม่หยุดนิ่ง

นักการตลาดในยุคปัจจุบันจึงต้องมีการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์อยู่ตลอดเวลา ทฤษฎี หลักการ สินค้า ผลิตภัณฑ์ บริการ สถานที่ ทำเล ราคา การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ รูปแบบกลยุทธ์ทางการตลาดมีความจำเป็นจะต้องปรับตัวตามสถานการณ์ไปด้วย ในอดีตสิ่งต่างๆ เหล่านี้อาจใช้ได้แต่เมื่อเวลาผ่านไปก็ต้องมีการเปลี่ยนแปลงเพื่อให้เท่าทันกับการแข่งขัน

สำหรับการทำการตลาดที่ดีในยุคใหม่ มีดังนี้

1. การตลาดเชิงสร้างสรรค์

การตลาดเชิงสร้างสรรค์ ปัจจุบันความคิดสร้างสรรค์เป็นสิ่งที่มีความจำเป็น และมีความสำคัญมากกับสังคมยุคปัจจุบัน ไม่เว้น

แม้กระทั่ง การทำการตลาด เราจะเห็นได้ว่า สินค้าใหม่ๆ ออกสู่ตลาดอย่างมากมาย ก็เนื่องมาจากมีคนคิดสร้างสรรค์นั้นเอง

การตลาดเชิงสร้างสรรค์ (Creative Marketing) จึงเป็นการนำเอาความคิดสร้างสรรค์มาประยุกต์เพื่อทำการตลาดหรือสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีความแปลกใหม่มากขึ้น หรือมีการนำเอาลูกเล่นการตลาดที่มีความแปลกใหม่กว่าคู่แข่งมานำเสนออยู่ตลอดเวลา ทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกที่ได้รับความสะดวกแปลกใหม่อยู่เสมอ

ทำไมผมจึงให้ความสำคัญ ให้ความสนใจ เกี่ยวกับการตลาดเชิงสร้างสรรค์ในช่วงจังหวะนี้ คำตอบคือ มีหลายปัจจัยที่ทำให้เกิดความสนใจ เช่น

1. สินค้ามีอายุที่สั้นลง เช่น หากเราสังเกตสินค้าหลายๆ ประเภท ไม่ว่าจะเป็นโทรศัพท์มือถือ หากใช้ได้นานก็มันต้องตกวัน ธุรกิจเพลงออกมาได้ไม่นานติดตลาดได้ไม่นานก็มันต้องปิดตัวหรือออกนอกตลาดไป

2. สินค้าในยุคนี้เป็นเรื่องของการประหยัดต้นทุนหรือใครลดต้นทุนมากกว่าคนอื่นได้เปรียบ การลดต้นทุนนี้ เป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ธุรกิจจำนวนมากที่ไม่มีความสามารถในการปรับตัวต่อการแข่งขันต้องล้มหายตายจากไป การสร้างสรรค์งานใหม่ๆ หรือการทำการตลาดเชิงสร้างสรรค์จึงเป็นปัจจัยอย่างหนึ่งในการต่อสู้กับคู่แข่งได้

2. การตลาด E-Commerce หรือ “พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์”

การตลาด E-Commerce มีความสำคัญมากในการทำธุรกิจ การบริหาร การจัดการ เพื่อทำให้องค์กรเกิดความก้าวหน้า เกิดกำไร เกิดความมีชื่อเสียง ทำให้ต้องทำการตลาด E-Commerce สำหรับ AEC เพราะโลกยุคนี้เป็น โลกของการรวมเป็นหนึ่ง โลกแห่งการสื่อสาร โลกแห่งเครือข่าย โลกแห่งการไร้ซึ่งขอบเขต ซึ่งทำให้



ประเทศไทย และหน่วยงานธุรกิจจะต้องทำงานค้าขายร่วมกับประเทศต่างๆ มากยิ่งขึ้น

การทำการตลาด E-Commerce ท่านควรหารูปแบบในการขายสินค้า และการทำการตลาดเป็นของตนเอง เช่น ท่านต้องมีหน้าร้านออนไลน์ ท่านต้องมีพนักงานรับโทรศัพท์ ท่านต้องมีการจัดระบบที่ดีคือ มีการจัดการสินค้า และข้อมูลสินค้า มีการะบวนการดำเนินการซื้อขาย มีการให้บริการชำระเงิน มีการจัดส่งที่มีมาตรฐาน และมีฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ (ให้บริการช่วยเหลือ และให้ข้อมูลสินค้าแก่ลูกค้า ให้บริการตอบข้อซักถามเกี่ยวกับการสั่งซื้อสินค้า บริการหลังการขายสินค้าหากมีปัญหา แจ้งสถานการณ์สั่งซื้อสินค้าตั้งแต่การแจ้งให้ชำระเงิน) มีการบริการหลังการขาย ซึ่งทั้งหมดนี้เราต้องมีการสื่อสารการตลาดที่ดีด้วย

3. การตลาดแบบ Think Different หรือการตลาดแบบคิดต่าง

สตีเวน จอบส์ (Steve Jobs) ผู้ก่อตั้งแอปเปิลคอมพิวเตอร์ หรือบริษัทแอปเปิล (Apple: Company Co-founder Steve Jobs Has Died) เขาให้ความสำคัญมากๆ เกี่ยวกับการคิดต่าง หรือ Think Different บริษัทถึงกับออกโฆษณาตามสื่อต่างๆ เกี่ยวกับแนวความคิดนี้ และมีคนเคยถามว่า ทำไมเขาให้ความสำคัญเกี่ยวกับการคิดต่างหรือ Think Different แต่มีการวิจัยตลาดหรือการหาความต้องการของลูกค้าน้อยมาก

เขาตอบว่า ในบางครั้งลูกค้าก็ไม่ได้รู้ว่าตนเองต้องการอะไร พร้อมทั้งยกตัวอย่างว่า สมัยของเฮนรี ฟอร์ด คนเรายังไม่มีรถยนต์ใช้ แต่ใช้ม้า ใช้ช้าง ใช้วัว ใช้เกวียน ในการเดินทาง ถ้าหากเฮนรี ฟอร์ด ทำการวิจัยทางการตลาดว่า ลูกค้ามีความต้องการอะไร ลูกค้ามักจะตอบกลับว่า เขาต้องการม้าที่วิ่งได้ไวที่สุด เขาต้องการเกวียนที่มีประสิทธิภาพที่สามารถบรรทุกของได้เป็นจำนวนมากๆ

และถ้าหากเฮนรี ฟอร์ด สนองความต้องการของลูกค้า รถยนต์คันแรกของโลกก็จะไม่เกิดขึ้น ฉะนั้น สตีเวน จอบส์ จึงให้ความสำคัญกับการคิดที่แตกต่างเป็นอันมาก และ Think Different จึงเป็นวัฒนธรรมหนึ่งของบริษัทแอปเปิล ที่นำเอามาใช้ในองค์กร จนองค์กรคือ บริษัทแอปเปิล ได้รับการยอมรับว่าเป็นบริษัทชั้นนำระดับโลก และประสบความสำเร็จอย่างสูง ด้วยความคิดที่แตกต่างสินค้าตระกูล I จึงได้เกิดขึ้น (iPhone iPad iPod) ซึ่งมีหลายรุ่น หลายแบบ และหากเราตั้งข้อสังเกตจะเห็นได้ว่า สินค้าบางตัวเป็นสินค้าที่คิดมาก่อนบริษัทอื่นๆ เมื่อออกมาขาย บริษัทบางแห่งถึงกับมีการลอกเลียนแบบสินค้าเพื่อนำไปขาย แต่ทั้งนี้ไม่ได้หมายความว่า สตีฟ จอบส์ จะไม่มีการทำการตลาดในตัวสินค้า แต่ตรงกันข้าม เขามีทีมงานการตลาดของบริษัทเอง โดยที่ไม่จ้างนักการตลาดมืออาชีพหรือนักการตลาดที่มีชื่อเสียงมาจากภายนอกแต่จะใช้ทีมงานภายในบริษัทเอง

นี่คือการทำการตลาดในยุคใหม่ อีกทั้งยังมีอีกหลายปัจจัยซึ่งกระผมจะทยอยเขียน และท่านสามารถติดตาม การทำการตลาดในยุคใหม่ ได้ในตอนต่อไป

