

# เมื่อวิกฤตย่อมมีโอกาสเสมอ... ทำการตลาดออนไลน์อย่างไร เมื่อพฤติกรรมลูกค้าเปลี่ยนไป

**วิกฤต** COVID-19 ที่ผ่านมาส่งผลต่อการทำการตลาดของหลายบริษัท หลายกิจการขายสินค้าไม่ได้ขาดทุนหนักจนถึงขั้นปิดกิจการไป แต่ยังมีอีกหลายบริษัทส่วนน้อยที่ยังสามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้ เนื่องจากได้ทำการตลาดการขายแบบออนไลน์ ซึ่งจะได้โดยการเตรียมพร้อมไว้แล้ว หรือการปรับตัวอย่างรวดเร็วเมื่อเจอวิกฤตก็ตาม สำหรับบทความฉบับนี้ เราจะมาพูดถึง **การตลาดแบบออนไลน์**

การตลาดออนไลน์ มีความสำคัญเป็นอย่างมากในยุคปัจจุบัน ซึ่งจะเกิดวิกฤต COVID-19 หรือเกิดวิกฤตอย่างอื่น ๆ หรือไม่ก็ตาม การตลาดออนไลน์จะยังคงมีความสำคัญ เนื่องจาก ในปัจจุบันกลุ่มลูกค้าทั่วประเทศหรือทั่วโลก ได้ใช้สื่อออนไลน์ในการบริโภค และจะเพิ่มจำนวนมากยิ่งขึ้นในโลกอนาคต เพราะสื่อออนไลน์ มีความทันสมัย ราคาถูก สะดวก ง่าย รวดเร็ว ประหยัดเวลา และค่าใช้จ่าย

จึงไม่แปลกใจที่บริษัทใหญ่ๆ เช่น Amazon, Netflix, Disney เป็นต้น ได้เสนอขายสินค้า และบริการทางออนไลน์ ซึ่งได้ผลกำไรเป็นอันมาก จนทำให้ราคาหุ้นของ Amazon, Netflix, Disney ขึ้นอย่างต่อเนื่อง

เราสามารถสร้างการรับรู้ผ่านการตลาดออนไลน์ได้ ดังนี้

1. **การสื่อสารด้วยเนื้อหาหรือ Content Marketing**  
โดยการเขียนบทความเนื้อหา สารระ ข้อมูล ข่าวสารของสินค้า และ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุทธิชัย ปิณฑโรจน์  
อาจารย์ประจำบัณฑิตวิทยาลัย ม.พิษณุโลก  
www.drsuthichai.com



ผลิตภัณฑ์หรือบริการของเราลงในเว็บไซต์ หรือบล็อกของเราแล้วทำ Search Engine Optimization (SEO) เพื่อให้ลูกค้าพบใน Google

2. **การใช้สื่อ Social Media** เช่น Facebook, LINE, YouTube หรือ Instagram เป็นต้น ซึ่งการใช้สื่อเหล่านี้มีทั้งเสียเงิน และไม่เสียเงิน ทั้งนี้แล้วแต่เราจะมิงงบประมาณในการโปรโมทสินค้าและบริการหรือไม่

สำหรับกลยุทธ์การตลาดออนไลน์ มีดังนี้

1. กลยุทธ์แบบดึงเข้ามาหรือดึงดูดเข้ามา กล่าวคือ ทำอย่างไรให้คนหรือลูกค้า พุดถึงสินค้า บริการ รวมไปถึงต้องการซื้อสินค้า และบริการของเรา โดยลูกค้าสนใจหรือติดต่อเข้ามาซื้อเอง

2. กลยุทธ์แบบผลัก โดยมากมักจะต้องการมีการโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆ รวมทั้งสื่อ Social Media ซึ่งข้อดีของการลงโฆษณาบนสื่อออนไลน์ต่างๆ นี้หากเราว่าเรามีงบประมาณในการซื้อ จะทำให้ได้กลุ่มลูกค้าที่ตรงกว่าการซื้อสื่อประเภท โทรทัศน์, วิทยุ หรือสื่อสิ่งพิมพ์ เนื่องจากสื่อ Social Media เช่น Facebook ได้มีการรวบรวม



ฐานข้อมูลของผู้ใช้เป็นจำนวนมาก เช่น เพศ วัย อายุ การทำงาน รายได้ จังหวัดที่อยู่อาศัย สถานบันการศึกษา เป็นต้น

## เทคนิคในการทำการตลาดออนไลน์สำหรับนักการตลาด

1. ต้องรู้จักกลุ่มเป้าหมายที่แท้จริงว่า ลูกค้าหรือกลุ่มเป้าหมายของเราเป็นใคร? อายุ เพศ วัย รายได้ สถานภาพ สุขภาพ รสนิยม ฯลฯ
2. ต้องรู้จักใช้ประโยชน์บ้าง ถ้าต้องการเติบโตอย่างรวดเร็ว เพราะการประชาสัมพันธ์โดยไม่มีการซื้อสื่อโฆษณาจะเติบโตอย่างช้าๆ ซึ่งต้องอาศัยระยะเวลา แต่ถ้าต้องการเติบโตแบบก้าวกระโดดก็มีความจำเป็นจะต้องซื้อสื่อบ้าง
3. ต้องรู้จักใช้สื่อให้หลากหลาย เพราะยุคปัจจุบันสื่อๆเดียวไม่สามารถมีอิทธิพล ซึ่งถ้าต้องการให้คนรู้จักสินค้า และบริการของเราในวงกว้างก็ต้องรู้จักใช้สื่อให้หลากหลาย
4. ต้องรู้จักสร้างเนื้อหา หรือ Content ให้น่าสนใจ และมีความหลากหลายในการนำเสนอ เช่น เป็นบทความบ้าง เป็นข้อมูลข่าวสารบ้าง เป็นคลิป VDO บ้าง เป็นภาพประกอบบ้าง
5. ต้องรู้จักบริการอย่างรวดเร็ว ในบางครั้งลูกค้าสนใจสินค้าและบริการ ได้มีการสอบถามเข้ามาในสื่อออนไลน์ แต่เราตอบช้าไม่ทันใจ ลูกค้าเลยตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของคู่แข่ง
6. ต้องให้ลูกค้ามีส่วนร่วมในการใช้สื่อออนไลน์ เช่น เปิดโอกาสให้ลูกค้าเขียนบทความ เนื้อหา สารหรือ Content ลงในสื่อออนไลน์ของเราได้ หรือจัดให้ลูกค้าแข่งขันเกมส์ หรือแข่งขันตอบคำถาม เข้ามาในสื่อออนไลน์

**สำหรับหลักในการแก้ไข และพัฒนาการทำการตลาดออนไลน์ควรยึดหลัก PDCA ดังนี้**



**P (Planning)** การวางแผน นักการตลาดต้องกำหนดเป้าหมาย ตัวอย่างเช่น อาจกำหนดเป็นตัวเลขของยอดขายได้ ยอดขายในการทำการตลาดออนไลน์ หรือจำนวนลูกค้า เป็นต้น รวมทั้งกำหนดว่าจะใช้สื่อออนไลน์อะไรในการทำการตลาด งบประมาณที่ตั้งไว้เท่าไร

**D (Do)** การลงมือทำ การปฏิบัติตามแผน เมื่อมีการวางแผนงานแล้ว แต่ขาดซึ่งการลงมือทำก็จะไม่มีประโยชน์อันใด ลองปฏิบัติตามแผนที่วางเอาไว้

**C (Check)** ตรวจสอบ และประเมินตนเอง เมื่อเราลงมือกระทำตามแผนการที่วางเอาไว้ เมื่อเวลาผ่านไป เราต้องมีการตรวจสอบ และประเมินตนเอง ตามแผนที่วางไว้ ว่าสิ่งที่เราทำนั้นได้กระทำตามแผนหรือไม่ เช่น สื่อออนไลน์ที่ซื้อได้ผลลัพธ์มาน้อยเพียงใดหากผลลัพธ์ออกมาน้อยมาก ก็สามารถเปลี่ยนไปทำการตลาดออนไลน์แบบใหม่ๆ ได้

**A (Action)** การปรับปรุงแก้ไขและพัฒนา เมื่อมีการตรวจสอบ และประเมินตนเองแล้ว เราควรวางวิธีการในการปรับปรุงแก้ไข และพัฒนา สิ่งที่เราได้ทำเอาไว้ โดยให้นำเอา C (Check) มาตรวจสอบปรับปรุงให้มีความสมบูรณ์มากขึ้น

การจัดการการตลาดแบบออนไลน์โดยการใช้ PDCA เราจะต้องมีการกระทำอย่างจริงจัง และควรทำในลักษณะเป็นวงจรถ่วงคือ PDCA แล้วไปยัง PDCA แล้วไปยัง PDCA อีกหลายรอบ ควรทำเป็นวงจรรซ้ำแล้วซ้ำอีก ไม่ควรทำแค่รอบเดียว 