

พิชิตชัยด้วยหลักการตลาด

นิโธน
เขียนโดย น.พิชญ์โลก

โลกยุคปัจจุบันเราต้องยอมรับว่าเป็นยุคของการแข่งขัน ยุคของทุนนิยม และเป็นยุคของการนำเอาการตลาด มาใช้กับวงการต่าง ๆ มากขึ้นกว่าในอดีต ไม่ว่าจะเป็น วงการเมือง วงการศาสนา วงการธุรกิจ วงการราชการ ฯลฯ

ยิ่งวงการต่าง ๆ นำกลยุทธ์การตลาดมาประยุกต์ใช้ ก็ยิ่งทำให้วิชา หรือศาสตร์ทางการตลาดเป็นที่ยอมรับ และมีคน เข้ามาศึกษาหาความรู้กันมากขึ้น

การตลาดในยุคปัจจุบัน มีการแข่งขันที่ดุเดือด บางธุรกิจ ยอมที่จะลดราคา ตามคู่แข่งกัน ทั้ง ๆ ที่ต้นทุนของบริษัทตนเองนั้น สูงกว่าคู่แข่ง การตลาดกับการขายมีส่วนคล้ายคลึงกันอย่างหนึ่ง คือ มีการตอบรับ และการถูกปฏิเสธ ดังนั้น หากทำการตลาด ไปแล้ว ผลสะท้อนกลับมากอาจไม่ดีพอ เราอาจจะต้องทำใจ เพราะ สิ่งทุกอย่างในโลกนี้ก็มี 2 ด้าน เสมอ เช่น มีบวกมีลบ มีสมหวังมี ผิดหวัง ฯลฯ นักการตลาดยุคใหม่จึงต้องเข้าใจ และยอมรับ

สำหรับบทความฉบับนี้ จะนำเอากลยุทธ์ต่าง ๆ ที่ทำให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันมานำเสนอ

1. การตลาดแบบกองโจร เป็นกลยุทธ์หนึ่งที่ดีมากสำหรับ นักการตลาดมืออาชีพนำไปใช้ เพราะสถานการณ์ทางการตลาดมีการเปลี่ยนแปลง มีการปรับเปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว ดังนั้น นักการตลาดมืออาชีพ จึงต้องนำกลยุทธ์แบบกองโจร เข้ามาใช้เพื่อความยืดหยุ่นต่อสถานการณ์

กลยุทธ์การตลาดแบบกองโจร ก็คือ กลยุทธ์ทางการตลาด หนึ่งที่มีเป้าหมายเพื่อการเอาชนะคู่แข่งกัน โดยการซุ่มโจมตีทั้งที่

กำลังของตนเองมีน้อย ๆ แต่จะพยายามแบ่งคู่แข่งชั้น ออกเป็น กลุ่มย่อย ๆ แทนที่จะโจมตีซึ่งหน้าเพราะถ้าโจมตีซึ่งหน้าก็จะเสียเปรียบ เนื่องจากกำลังของตนมีน้อยกว่านั่นเอง

2. การตลาดแบบผสมผสาน เป็นกลยุทธ์ที่นำหลักการ ตลาดทั้งหมด เช่น Marketing Mix หรือ 4 P, ใช้ Positioning, IMC Integrated Marketing Communication หรือ การสื่อสารการตลาด แบบครบเครื่อง, การสร้างความแตกต่าง, การวิเคราะห์ผู้บริโภค, การสร้างแบรนด์ (Brand), Attraction Marketing, Viral Marketing (ไวรัล มาเก็ดดิง), Digital Marketing Communication และ เครื่องมือทางการตลาดอื่น ๆ อีกมากมาย

เอามาผสมผสานกันโดยมีการพลิกแพลง ประยุกต์การ นำเอาไปใช้อยู่ตลอดเวลา ดังคำคมของจีนที่มีไว้ว่า “สุดยอดกระบวนการ ทำคือไร้กระบวนการ” โดยนำมาใช้ตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง

3. ยุทธวิธีการตลาด ก็มีความสำคัญ ซึ่งยุทธวิธีการตลาด มีหลากหลายรูปแบบ ดังนี้

3.1 ยุทธวิธีการตลาดแบบปากต่อปาก เป็นการทำการ ตลาดโดยผ่านการสื่อสารโดยเฉพาะจากคำพูดแบบปากต่อปาก ตลอดจนการกระตุ้นให้เกิดคำพูดที่ทรงพลัง ในปัจจุบันเราสามารถ เผยแพร่ข่าวสารให้แก่ผู้บริโภคให้ทราบสินค้า และบริการของเรา ได้หลายวิธี แต่การตลาดแบบปากต่อปากเป็นอีกวิธีหนึ่งที่มีความ สำคัญเป็นอย่างมาก

3.2 ยุทธวิธีการพลิกวิกฤตให้เป็นโอกาสทอง การทำธุรกิจ หรือทำกิจกรรมใด ๆ เมื่อทำไปนาน ๆ บางช่วงเวลาก็อาจประสบ



ปัญหา เกิดวิกฤต นักการตลาดชั้นเซียน ที่มากด้วยความสามารถ จึงสามารถพลิกวิกฤตให้เป็นโอกาสทองได้

3.3 ยุทธวิธีขยายฐานลูกค้าของตนเองตลอดเวลา เราลองไปสังเกตดูพวกที่ประสบความสำเร็จ ร่ำรวย เป็นเศรษฐีเขาจะร่ำรวยขึ้นเรื่อย ๆ ตามขนาดของฐานลูกค้าของเขา ตัวอย่าง ร้าน 7-11 หรือ เซเว่น อีเลฟเว่น ธุรกิจคอนวีเนียนสโตร์ หุ่นราคาเพิ่มขึ้น เจ้าของร่ำรวยขึ้น ตามขนาด และจำนวนของสาขาที่เพิ่มขึ้นในทุก ๆ วัน

3.4 ยุทธวิธีการระดมนักการตลาดที่เก่ง ๆ มาช่วยงาน หากมีคนไปสัมภาษณ์บรรดาเศรษฐีระดับโลกหรือมหาเศรษฐีระดับโลก ว่าการนำนักการตลาดเก่ง ๆ เข้ามาช่วยทำงานในองค์กรจะเกิดอะไรขึ้น บรรดาเศรษฐีทุก ๆ คนจะตอบเป็นเสียงเดียวกันว่า “มันมีความจำเป็น และมีความสำคัญอย่างยิ่งในการที่จะนำคนเก่ง ๆ เข้ามาทำงานในองค์กร”

4. กลยุทธ์การตลาดในการแข่งขันระดับโลก และถ้าหากว่าเราต้องการร่ำรวยหรือต้องการลูกค้าเพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็ว ก็อาจจะต้องบุกไปทำการตลาดทั่วโลก ซึ่งจำเป็นต้องใช้กลยุทธ์ดังนี้

- 4.1 กลยุทธ์ระหว่างประเทศ (International Strategy)
- 4.2 กลยุทธ์ข้ามชาติ (Multinational Strategy)
- 4.3 กลยุทธ์ระดับโลก (Global Strategy)
- 4.4 กลยุทธ์ส่งผ่านข้ามชาติ (Transnational Strategy)

5. การสร้างแฟนคลับ “แฟนคลับ” ในที่นี้ หมายถึง กลุ่มบุคคลหรือบุคคลที่ชื่นชอบ ติดตาม มีความจงรักภักดีในตัวของสินค้า บริการ องค์กรของเรา อีกทั้งติดตามซื้อสินค้า บริการ มีการ

บอกต่อ พูดคุย เกี่ยวกับเรื่องราวในตัวสินค้า บริการ และองค์กรอย่างต่อเนื่อง

สโมสรฟุตบอลแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด มีสินค้าประเภทต่าง ๆ ขายให้กับแฟนคลับ เช่น นาฬิกาข้อมือแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด, ผ้าพันแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด, เนคไทแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด, พวงกุญแจแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด, รองเท้าผู้หญิง และ รองเท้าผู้ชาย แมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด, เสื้อ แมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด, กางเกง แมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด, หมวก แมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด, ถุงเท้า แมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด, วิสแบนด์ แมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด, DVD ที่ระลึกแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด, ชุดเด็กเล็กแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด, เข็มกลัดที่ระลึกแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด, สร้อยคอพร้อมจี้ที่ระลึกแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด, สร้อยข้อมือที่ระลึกแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด, ถ้วยรางวัลแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด, ธงที่ระลึกแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด, ตุ๊กตาหมีแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด, โมเดลนักฟุตบอลแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด, กล้องแว่นตากันแดดและแว่นตากันแดด แมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด เป็นต้น

ซึ่งการสร้างพลังของแฟนคลับเป็นพลังที่สามารถเพิ่มยอดขาย เพิ่มรายได้ เพิ่มการขยายตลาดได้อย่างมหาศาล ดังตัวอย่างกีฬาฟุตบอล ทีมดัง ๆ ของสโมสรต่าง ๆ นอกจากจะมีรายได้มาจากการโฆษณา การซื้อขายนักเตะแล้ว ยังสามารถขายสินค้าประเภทต่าง ๆ ให้กับแฟนคลับอีกด้วย ซึ่งรายได้จากการขายนี้ สามารถเพิ่มยอดขายได้อย่างมากมายมหาศาล

และยังมีเทคนิค และเครื่องมือทางการตลาดอีกมากมาย ที่จะนำเสนอ ผู้เขียนขอแนะนำเสนอในบทความฉบับต่อไปครับ