



เมื่อโลกเปลี่ยน... นักการตลาดก็ต้องเปลี่ยน

ผศ.ดร.สุทธิชัย ปัชญโรจน์

อาจารย์ประจำบัณฑิตวิทยาลัย ม.พิษณุโลก

www.dr.suthichai.com

กันเราไม่ชอบการเปลี่ยนแปลง แต่คนเราจะพัฒนาได้ ก็ด้วยการเปลี่ยนแปลง ต้องยอมรับกันว่า โลกปัจจุบันนี้เปลี่ยนแปลงรวดเร็วมาก เพราะเรามีเทคโนโลยีที่ทันสมัย ทำให้เกิดความรวดเร็ว การสื่อสารทางการตลาดในยุคปัจจุบันก็มีมากมาย โดยเฉพาะการสื่อสารทางการตลาดยุคดิจิทัล (Digital Marketing Communication) นั้นมีเครื่องมือที่หลากหลาย

ยิ่งสภาวะปัจจุบัน มีโรคโควิดระบาด ยิ่งทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง การดำรงชีวิตจึงต้องมีการปรับตัว วิถีชีวิตใหม่จึงมีค่านิยมมากขึ้น การดำเนินชีวิตใหม่ เป็นพฤติกรรมที่ไม่เหมือนเดิมที่เรียกกันว่า **นิวนอร์มอล (New Normal) “ความปกติใหม่”** ที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง เราต้องมีการเว้นระยะห่างทางสังคม มีการใส่ใจสุขภาพ ต้องมีการใส่หน้ากากอนามัย ต้องมีการล้างมือบ่อย ๆ อีกทั้งมีการใช้เครื่องมือออนไลน์มากขึ้น มีการซื้อผลิตภัณฑ์ มีการลงทุน มีการทำธุรกรรม มีการทำงานออนไลน์ Work from Home มีการเรียน มีการอบรมสัมมนาออนไลน์ มีการทำธุรกิจโดยใช้อินเทอร์เน็ตมากขึ้น

ดังนั้น เมื่อลูกค้ามีการเปลี่ยนพฤติกรรม ผู้ประกอบการ นักธุรกิจ นักการตลาด ก็ต้องมีการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตใหม่ตามไปด้วย

การสื่อสารการตลาดออนไลน์ในปัจจุบัน นักการตลาดต้องทำทุกรูปแบบ เช่น การสร้างเว็บไซต์จนถึงการทำโฆษณาผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ เช่น Facebook, Google, Line, Youtube, Tik Tok และโซเชียลมีเดียในส่วนอื่น ๆ ซึ่งต้องทำการผสมผสานกัน จึงจะช่วยให้ ลูกค้าเกิดการรับรู้ และเกิดการเติบโตของธุรกิจในอนาคต

เมื่อมีเครื่องมือ การสร้าง Content Marketing ให้ได้ผล บนโลกออนไลน์ ก็มีความสำคัญไม่แพ้กัน ซึ่งการทำ Content Marketing ต้องคำนึงถึงสิ่งเหล่านี้

1. ต้องตั้งเป้าหมายในการสร้างแบรนด์ จึงกำหนดเป้าหมายในการสร้างแบรนด์ จึงกำหนดทิศทางของแบรนด์
2. ต้องรู้ว่าใครคือกลุ่มเป้าหมายหรือลูกค้าของเรา ซึ่งการรู้ว่ากลุ่มลูกค้าคือใคร อยู่ที่ไหน จะทำให้เราสื่อสารทางการตลาดได้ดียิ่งขึ้น
3. ต้องรู้จักปัญหาของลูกค้าหรือความต้องการของลูกค้าว่าคืออะไร
4. ต้องรู้จักการบริหาร และการวางแผนกลยุทธ์ในการทำคอนเทนต์ให้มีความสอดคล้องกับธุรกิจของตน

Marketer คุ้นเป็นได้

5. ต้องรู้จักการใช้เครื่องมือเพื่อช่วยเก็บข้อมูล (มีการบริหารข้อมูลที่ดี) และใช้เครื่องมือในการวัดผล และประเมินผล

6. ต้องมีช่องทางในการเผยแพร่คอนเทนต์ที่มีประสิทธิภาพ (Facebook, Google, Line, Youtube, Tik Tok และโซเชียลมีเดียในส่วนอื่น ๆ) ทั้งนี้แล้วแต่จะเลือกว่าจะใช้เครื่องมือไหน ซึ่งต้องดูกลุ่มเป้าหมาย และวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายให้ออกว่า กลุ่มเป้าหมาย **ใช้** หรือ **เล่น** อะไร (Facebook, Google, Line, Youtube, Tik Tok และโซเชียลมีเดียในส่วนอื่น ๆ)

การทำ Content Marketing สำหรับนักการตลาด ผู้ประกอบการ นักธุรกิจ ควรฝึกทักษะด้านดิจิทัล ดังนี้

1. ทักษะการคิดเชิงนวัตกรรม (Innovation) ควรฝึกให้ เป็นคนที่รู้จักคิดวิเคราะห์ ช่างสังเกต ต้องรู้จักตั้งคำถาม (Why) อีกทั้งจงใช้ความคิดในการสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่สามารถเปลี่ยนแปลงโลกได้ อย่าง สตีฟ จอบส์ ซึ่งคงยากมาก น้อยคนนักที่จะทำได้ แต่ถ้าเราสร้างนวัตกรรมแบบเปลี่ยนโลกไม่ได้ เราก็ต้องสร้างนวัตกรรมที่เปลี่ยนแปลงแบบไม่มาก

2. ทักษะการเรียนรู้เชิงรุก (Active Learning and Learning Strategies) ต้องฝึกฝนให้ตนเองเกิดการเรียนรู้อยู่ตลอดเวลา



ไม่หยุดนิ่ง เพื่อให้ตามทันการเปลี่ยนแปลงของโลก

3. ทักษะการคิดวิเคราะห์ (Critical Thinking and Analysis) ต้องฝึกการคิดเชิงระบบ การคิดเชิงวิเคราะห์ ต้องมีหลักการ และเหตุผล

4. ทักษะความคิดสร้างสรรค์ (Creativity, Originality and Initiative) เป็นคนที่มีความคิดสร้างสรรค์ คิดต่างไม่ซ้ำใคร (อาจจะใช้สินค้าหรือสิ่งของสองสิ่งมาผสมกันแล้วเกิดสิ่งใหม่ ๆ ขึ้นมา) บางครั้งผมก็มีความเห็นส่วนตัวว่า การเป็นนักการตลาดจำเป็นจะต้องมีคนช่างฝัน ช่างคิด และช่างจินตนาการ เพราะถ้านักการตลาดไม่ฝัน ไม่คิด และไม่จินตนาการแล้วจะไปมีกลยุทธ์หรือไอเดียอะไรใหม่ ๆ ไปต่อสู้กับคู่แข่ง

สำหรับการขายออนไลน์ กลุ่มเป้าหมายหรือลูกค้า จะซื้อหรือไม่ซื้อสินค้าออนไลน์ขึ้นอยู่กับเหตุผลดังนี้

1. เหตุผลที่ลูกค้าซื้อสินค้าออนไลน์เพื่อความสะดวกสบาย เพื่อลดการปะทะ หรือไปซื้อในที่ชุมชน เพื่อความรวดเร็ว เพื่อได้ซื้อสินค้าในราคาพิเศษ

2. เหตุผลที่ลูกค้าไม่ซื้อสินค้าออนไลน์ ไม่เชื่อถือ ไม่ปลอดภัย กลัวถูกโกง ค่าส่งสินค้ามีราคาสูงไม่เห็นสินค้า หรือของจริงก่อนตัดสินใจ มีความกังวลเรื่องคืนสินค้า

ฉะนั้น การขายออนไลน์คงต้องใช้เวลาพิสูจน์กัน ถ้าผู้ประกอบการ นักการตลาด นักธุรกิจ มีคุณธรรม มีความจริงใจ ไม่โกง มีความซื่อสัตย์ในระยะยาว ลูกค้าก็จะมีการบอกต่อ หรือมีการแสดงความคิดเห็นในกล่องข้อความ แต่ถ้านักธุรกิจ ผู้ประกอบการ นักการตลาด มีพฤติกรรมการขายที่โกง ไม่จริงใจ หลอกหลวง ก็คงขายสินค้าได้ไม่นาน เพราะลูกค้าก็มีการบอกต่อ แต่เป็นการบอกต่อในแง่ที่ไม่ดี

