

กลยุทธ์ทางการตลาด



กลยุทธ์ทางการตลาด หมายถึง กลวิธี แผนการหรือแนวทางที่ถูกวางไว้เพื่อกำหนดการสร้าง สินค้า ผลิตภัณฑ์หรือบริการ ในการที่จะใช้ตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย กลยุทธ์ทางการตลาดมีความสำคัญมากในการทำการตลาดสมัยใหม่

กลยุทธ์ทางการตลาดในยุคปัจจุบันมีความหลากหลาย มีเครื่องมือใหม่ ๆ ซึ่งนักการตลาดมืออาชีพมีความจำเป็นจะต้องเรียนรู้ เพื่อทำการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ สำหรับบทความนี้เราลองมาแลกเปลี่ยนเรียนรู้กัน

1. การนำเสนอ ผลิตภัณฑ์ สินค้า บริการ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ สมัยปัจจุบันเราต้องคำนึงถึงเรื่องของการผสมผสานข้อมูล บวกกับความคิดสร้างสรรค์ เพื่อให้เกิดสิ่งแปลกใหม่ และโดนใจผู้บริโภคหรือลูกค้า ความคิดสร้างสรรค์ ความคิดแปลกใหม่ ความคิดแบบแกะดำ จึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในยุคปัจจุบัน เพราะพฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว บริษัท เจ้าของกิจการ จึงควรหาวิธีการแปลกใหม่มาตอบสนองความต้องการของพวกเขา

2. การสร้างแบรนด์ในยุคปัจจุบัน จะว่าง่ายก็ง่าย จะว่ายากก็ยาก คำว่าง่ายหมายถึง ปัจจุบันเรามีเทคโนโลยี มี Social media และมีเครื่องมือต่าง ๆ อีกมากมาย ซึ่งทั้งมีราคาถูก และเครื่องมือบางตัวสามารถใช้ฟรีโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย จึงสามารถสร้างแบรนด์ได้ง่ายขึ้น แต่คำว่า ยาก หมายถึง การจะสร้างแบรนด์ให้ติดตลาดและยั่งยืนนั้นยากกว่า เพราะในปัจจุบันมีคู่แข่งเป็นจำนวนมากนั่นเอง

พศ.ดร.สุทธชัย ปัญญโรจน์

อาจารย์ประจำบัณฑิตวิทยาลัย ม.พะเยา

www.drsuthichai.com

3. ลดต้นทุน การโฆษณาหรือการสร้างสรรคสื่อต่าง ๆ เป็นสิ่งที่มีความจำเป็น แต่นั่นหมายถึงต้นทุน ดังนั้น เจ้าของกิจการหรือบริษัท ควรคำนึงถึงเรื่องของการลดต้นทุนของการสิ้นเปลืองจากโฆษณาวิดีโอ ปัจจุบันหลายบริษัทซื้อโฆษณาแบบกระจาย แต่หากการกระจายซื้อโฆษณาแยกกันในแต่ละช่องทาง นั้นอาจทำให้กลุ่มเป้าหมายหรือลูกค้าของเรา ได้เห็นโฆษณาเดิม ๆ มากจนเกินความจำเป็น ซึ่งทำให้เกิดการสิ้นเปลืองงบประมาณโฆษณา สิ่งเหล่านี้เจ้าของกิจการควรคำนึงถึงด้วย

4. ลูกค้าของคุณอยู่ที่ไหน นี่คือการถาม เพื่อที่เราจะได้ทำการตลาดได้ถูก และได้ตรงกับลูกค้า ปัจจุบันคนใช้อินเทอร์เน็ตกันเยอะมาก และในอนาคตก็จะเพิ่มขึ้นอีก ดังนั้น การหาลูกค้าในโลกอินเทอร์เน็ตจึงมีความสำคัญ ปัจจุบันมีเครื่องมือหลายตัวที่ทำให้รู้ว่า ลูกค้าของคุณอยู่ที่ไหน และมีความสนใจเรื่องอะไร เราสามารถดูหรือค้นหาเครื่องมือนี้ได้จากหลายเครื่องมือ เช่น ใน Facebook, ใน Youtube เป็นต้น

5. Marketing Mindset คือความคิด ความเชื่อ ทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมต่อการกระทำของบุคคลนั้น ๆ ซึ่งความคิด ความเชื่อ Mindset ของแต่ละคนจะไม่เหมือนกัน Mindset จึงเหมือนกับแบบแปลนบ้าน ก่อนที่จะสร้างบ้านเราควรมีแบบแปลนบ้านเสียก่อน ไม่ใช่คิดจะปลูกบ้าน สร้างบ้าน ก็สร้างเลย ถ้าทำเช่นนั้น อาจจะทำให้เกิดการผิดพลาดในการก่อสร้างได้ แล้วผลที่ตามมา

Marketer คุณเป็นได้

ก็คือ ต้องเสียเวลา เสียเงินทอง ในการแก้ไข ปรับปรุง เพื่อให้เป็นไปตามความต้องการของตนเอง แต่ถ้าเรามีแบบแปลนบ้าน เราก็จะสร้างบ้านได้ตามแผนหรือแบบแปลน ทำให้ไม่เสียเวลา ไม่เสียค่าใช้จ่ายที่มากขึ้น

6. Brand Ambassador (แบรนด์ แอมบาสเดอร์) หากเปรียบเทียบแล้ว ก็เหมือนกับเป็นตัวแทนของบริษัทซึ่งมีการว่าจ้างหรือบางบริษัทอาจจะไม่มีการว่าจ้าง แต่จะใช้เจ้าของบริษัทเป็นตัวแทนของบริษัท หรือบางบริษัทอาจจะใช้ ดารา นักแสดง นักกีฬา นักร้อง โดยจะมีการทำกิจกรรมของบริษัทผ่าน Brand Ambassador (แบรนด์ แอมบาสเดอร์) เช่น ฟิตติก “เจษฎาภรณ์ ผลดี” ขึ้นแท่นแบรนด์แอมบาสเดอร์ ครีมน้ำนม เบตาดีน เนเชอรัล ดีเฟนส์, บัวขาว (นักมวย) เป็น Brand Ambassador ของเครื่องดื่มเกลือแร่ชันไว เป็นต้น

7. Brand หรือ แบรินด์ คือ คำตอบ เมื่อกล่าวถึง Chevrolet (เซฟโรเลต) มีน้อยคนนักที่จะไม่ทราบว่าคือรถยนต์, เมื่อกล่าวถึง STARBUCKS (สตาร์บัคส์) มีน้อยคนนักที่จะไม่รู้จักว่าเป็นร้านกาแฟที่ทันสมัย, เมื่อกล่าวถึง GOODYEAR (กู๊ดเยียร์) มีน้อยคนนักที่ไม่รู้จักว่าเป็นยางรถยนต์อันดับ 1 เมื่อกล่าวถึง ROLEX (โรเล็กซ์) มีน้อยคนนักที่จะไม่รู้จักว่าเป็นนาฬิการาคาแพง, เมื่อกล่าวถึง XEROX (ซีร็อกซ์) มีน้อยคนนักที่จะไม่รู้จักว่าเป็นเครื่องถ่ายเอกสาร เป็นต้น

การสร้างแบรนด์ หรือ Branding จึงเป็นสิ่งสำคัญเพราะเป็นกิจกรรมทางการตลาดที่ใช้เพื่อการสร้างภาพลักษณ์ของสินค้าและบริการ ซึ่งจะทำให้ลูกค้าสามารถจดจำแบรนด์ของคุณได้ และยังสามารถทำให้แบรนด์ของคุณมีความน่าเชื่อถือของสินค้าผ่าน

ตัวแบรนด์ได้อีกด้วย ซึ่งนักการตลาดจะต้องทำการบ้านว่า จะช่วยให้บริษัท และผลิตภัณฑ์หรือสินค้า บริการ นั้นมีความแตกต่าง และมีความโดดเด่นเหนือคู่แข่งได้อย่างไร

8. ข้อนี้เป็นข้อสุดท้ายของบทความนี้ การเป็นนักการตลาดมืออาชีพ จะต้องนำทฤษฎีตัวนี้มาใช้ นั่นคือ Marketing Mix หรือ ส่วนผสมทางการตลาด ถึงแม้ทฤษฎีนี้จะใช้กันมานานมาแต่ก็ยังทันสมัย และมีความจำเป็น และสำคัญอย่างมาก อันได้แก่

1. สินค้า (Product) การทำการตลาดใด ๆ จะต้องมียุทธศาสตร์ มีบริการ ที่จะนำเสนอ ก่อน ซึ่งสินค้า บริการ นั้นอาจมีชนิดเดียวหรือหลายชนิดก็ได้

2. ราคา (Price) การตั้งราคามีความสำคัญไม่น้อยในการทำตลาด เพราะถ้าตั้งราคาสูง แต่ตัวของสินค้ามีคุณภาพต่ำลูกค้าก็จะคิดว่าสินค้ามีราคาแพง แต่ตรงกันข้ามถ้าสินค้ามีคุณภาพดีมาก ถึงแม้ตั้งราคาสูง ลูกค้าก็ยังยินดีจ่ายเงิน ฉะนั้นนักการตลาดควรพิจารณาถึงราคาของสินค้ากับคุณภาพ พร้อมทั้งต้นทุนของสินค้าไปพร้อม ๆ กัน

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ต้องคำนึงถึงความสะดวก รวดเร็ว ในการส่งถึงมือของลูกค้า และคำนึงถึงประเภทของสินค้าและบริการ

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) การสื่อสารทางการตลาด นักการตลาดจะต้องคำนึงถึงสารที่จะส่ง คำนึงถึงสื่อที่จะใช้ในการส่ง รวมถึงเทคโนโลยี ต่าง ๆ ที่จะใช้ในการสื่อสารถึงลูกค้า

สำหรับ Marketing Mix หรือส่วนผสมทางการตลาด (4P) ปัจจุบันอาจมีนักวิชาการเพิ่มเป็น 6P, 7P, 8P, 9P หรือจะเพิ่ม P แต่ก็ยังใช้หลักวิชาของ ศาสตราจารย์ ฟิลิป คอตเลอร์ (Philip Kotler) ผู้รู้ด้านการตลาดชั้นนำของโลก เป็นฐานในการคิด

สุดท้ายนี้ อยากฝากทั้งผู้อ่านว่า กลยุทธ์ทางด้านการตลาดมีมากมาย แต่นักการตลาดที่ประสบความสำเร็จ เขามักจะเลือกใช้เครื่องมือหรือกลยุทธ์อย่างมีศิลปะหรือการประยุกต์ใช้ที่เข้ากับสถานการณ์ เพราะกลยุทธ์ทางการตลาดหนึ่งอาจจะใช้แล้วประสบความสำเร็จในสถานการณ์หนึ่ง แต่เวลาผ่านไปหากนำเอากลยุทธ์เดิมมาใช้ก็อาจจะ

ไม่ประสบความสำเร็จได้ เวลาเราต่อสู้ในสงคราม เรามี ปืนยาว ปืนสั้น มีด รถมอเตอร์ไซด์ ดังนั้น ขึ้นอยู่กับเราจะเลือกใช้ให้เหมาะกับจังหวะ และสถานการณ์นั่นเอง

