



การสื่อสาร การตลาดยุคใหม่

พศ.ดร.สุทธิชัย ปัทมโรจน์

อาจารย์ประจำบัณฑิตวิทยาลัย ม.พิษณุโลก

www.drsuthichai.com

หากพูดถึงเรื่องการสื่อสารที่ครบเครื่อง เราคงคิดถึงเครื่องมือทางการตลาดที่เรียกว่า “IMC” หรือการสื่อสารการตลาด ภาษาอังกฤษมักเรียกว่า Integrated Marketing Communication หรือเรียกย่อว่า IMC นั่นเอง เป็นการพัฒนากการสื่อสารการตลาดที่นำการสื่อสารหลาย ๆ รูปแบบมาผสมผสานกันอย่างต่อเนื่อง เพื่อไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อให้เข้าใจความหมายที่แท้จริงของ IMC จึงขออ้างอิง คำอธิบายของนักวิชาการดังนี้

Shimp (2000: 124) ได้นิยามความหมายของการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการว่า เป็นกระบวนการของการพัฒนา และการใช้ รูปแบบต่าง ๆ ของโปรแกรมการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจผู้บริโภคตามเป้าหมาย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างผลกระทบโดยตรงต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค

American Association of Advertising Agencies (cited in Belch and Belch, 2004: 242) ได้ให้ความหมายของ IMC ว่าเป็นแนวความคิดของการวางแผนการสื่อสารการตลาดที่ให้ความสำคัญกับคุณค่าเพิ่มโดยการผสมผสานรูปแบบการสื่อสารต่าง ๆ เพื่อก่อให้เกิดความชัดเจน กลมกลืน

ซึ่งการทำ IMC ต้องอาศัยกระบวนการที่หลากหลาย และอย่างเป็นระบบ กล่าวคือ ต้องเริ่มต้นจากการวิเคราะห์สภาวะทางการตลาด กลุ่มเป้าหมาย มีการจัดกิจกรรมพิเศษ มีการ

โฆษณา ประชาสัมพันธ์ มีการส่งเสริมการขาย และเครื่องมือต่าง ๆ อีกมากมาย

IMC กับการทำตลาดบนสื่อออนไลน์ ในยุคนี้มีความสำคัญ และมีความจำเป็นอย่างยิ่ง หากบริษัทใดไม่ทำการตลาดในสื่อออนไลน์ ก็มักจะเสียเปรียบคู่แข่งขึ้น เพราะการทำตลาดบนสื่อออนไลน์ มีข้อดีหลายอย่าง เช่น ทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ทันสมัย เป็นสื่อที่มีราคาถูก มีหลากหลายให้เลือก เป็นสื่อที่มีความไวต่อการรับรู้ ข้อมูล เป็นสื่อที่สามารถเชื่อมโยงไปยังสื่อต่าง ๆ โดยเฉพาะเครือข่ายสังคมออนไลน์อื่น ๆ ได้เป็นอันมาก อีกทั้งเรายังสามารถทำการโฆษณาสินค้าบริการผ่านกลุ่มคนในเครือข่ายได้อีกด้วย



Marketer คุณเป็นได้

ซึ่งผู้จะนำสื่อออนไลน์ไปใช้ จำเป็นต้องรู้จักประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งมีจำนวนมาก ดังนี้

1. **Weblogs** หรือเรียกสั้น ๆ ว่า **Blogs** เอาไว้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ความรู้ ข้อคิดเห็น บันทึกส่วนตัว เพื่อแบ่งปันให้บุคคลอื่น ๆ โดยผู้รับสารสามารถเข้าไปอ่าน หรือแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมได้ ใน Blogs ได้ เช่น Exteen, Bloggang, Wordpress, Blogger, Okanation

2. **Social Networking** หรือเครือข่ายทางสังคมในอินเทอร์เน็ต เช่น Facebook, Hi5, Ning, ฯลฯ

3. **Micro Blogging และ Micro Sharing** หรือที่เรียกกันว่า “บล็อกจิ๋ว” ที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลายคือ Twitter

4. **Online Video** เป็นเว็บไซต์ที่ให้บริการวิดีโอออนไลน์โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย เช่น Youtube, MSN, Yahoo

5. **Poto Sharing** เช่น Flickr, Photobucket, Photoshop, Express, Zoom

6. **Wikis** เช่น Wikipedia, Google Earth, diggZy Favorites Online

7. **Podcasting หรือ Podcast** เช่น Dual Geek Podcast, Wiggly Podcast

8. **Discuss / Review/ Opinion** เป็นเว็บบอร์ดที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตสามารถแสดงความคิดเห็น เช่น Epinions, Moutshut, Yahoo!Answer ฯลฯ



ซึ่งการทำการตลาดออนไลน์ ผ่านสื่อต่าง ๆ เราต้องทำ 2 ด้าน ด้วยกัน คือ แบบไม่มีค่าใช้จ่าย และแบบมีค่าใช้จ่าย (หากต้องการกระตุ้นยอดขายหรือมีวัตถุประสงค์หลัก คือ ต้องการให้ผู้ซื้อออนไลน์พบเห็นสินค้า บริการ ของเราเป็นจำนวนมาก) สามารถทำได้หลายช่องทาง เช่น

Search Engine Marketing คือการตลาดออนไลน์บน Search Engine ทำอย่างไรก็ได้ให้สินค้า บริการของเราติดอันดับต้น ๆ ของการค้นหา SEO (การทำเว็บไซต์ของเราให้ติดอันดับของ Google)

Email Marketing คือ การตลาดออนไลน์ที่ทำผ่านอีเมล โดยการส่งไปยัง Email ของกลุ่มเป้าหมาย เป็นการตลาดออนไลน์แบบมีต้นทุนต่ำที่สุดเมื่อเทียบกับการตลาดในรูปแบบอื่น ๆ หากว่าส่งตรงกลุ่ม และสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างรวดเร็ว

ประโยชน์ของการตลาดออนไลน์ (Online Marketing)

1. **สามารถวัดผลได้:** เราสามารถวัดผลได้อย่างง่ายดาย เพราะเครื่องมือแต่ละเครื่องในสื่อออนไลน์มีเครื่องมือให้ดูได้ เช่น Google มี Google Analytics แค่คลิกเข้าไปดูก็จะรู้ได้ว่า มีลูกค้ากี่คน ลูกค้าเป็นชายหรือหญิง มีอายุเท่าไรบ้าง มีรายได้เท่าไร

2. **กำหนดงบประมาณได้** เราสามารถตั้งงบว่าเราจะใช้เงินกี่บาท หากงบประมาณหมด เราก็สามารถลงโฆษณาใหม่ได้อย่างง่ายดาย เช่น การโฆษณา Google หรือ Facebook เรากำหนดได้ เราตั้งงบเท่าไรต่อวัน เช่น เราบอกระบบไปว่าเราต้องการโฆษณา 1,000 บาทต่อวัน ระบบก็จะใช้งบประมาณในการโฆษณาไม่เกินจำนวนนี้

3. **คล่องตัว** เราสามารถหยุดทำโฆษณาเมื่อไรก็ได้ เช่น เราจะลงโฆษณา 30 วัน 15 วัน 7 วัน แล้วหยุดเมื่อไรก็ได้ จะเปลี่ยนโฆษณาใหม่ ๆ ที่เราทำเสร็จ เมื่อไรก็ได้

สิ่งที่น่าสนใจในการทำสื่อออนไลน์ หากนำมาวิเคราะห์จะพบว่า มี 5 กลุ่มที่มีส่วนในการทำการสื่อสารการตลาดออนไลน์ ได้แก่

1. **ผู้ริเริ่ม (Initiator)** คือ ผู้ที่ริเริ่มสิ่งใหม่ ๆ มีความคิดสร้างสรรค์ ทำสิ่งใหม่ ๆ ตลอดเวลา ไม่ว่าเนื้อหาใหม่ ๆ สินค้าใหม่ ๆ บริการใหม่ ๆ เป็นต้น

2. **ผู้มีอิทธิพล (Influencer)** กล่าวคือ ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ

3. **ผู้ตัดสินใจ (Decision)** คือ คนที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจว่าจะซื้อหรือไม่

4. **ผู้ซื้อ (Buyer)** คนที่จะซื้อสินค้าอย่างแท้จริง

5. **ผู้ใช้ (User)** คนที่ใช้สินค้า บริการ หรือผู้ที่บริโภคหรือใช้ผลิตภัณฑ์

ซึ่งทั้ง 5 จะมีการเชื่อมโยงกัน ในการสื่อสารการตลาดยุคใหม่ จึงต้องให้ความสำคัญ และนำสิ่งต่าง ๆ ดังกล่าวข้างต้นนำมาวิเคราะห์ นำมาสังเคราะห์ นำมาคิดเพื่อตอบสนองความต้องการผู้บริโภค หรือ ผู้ใช้บริการ ได้อย่างเหมาะสม