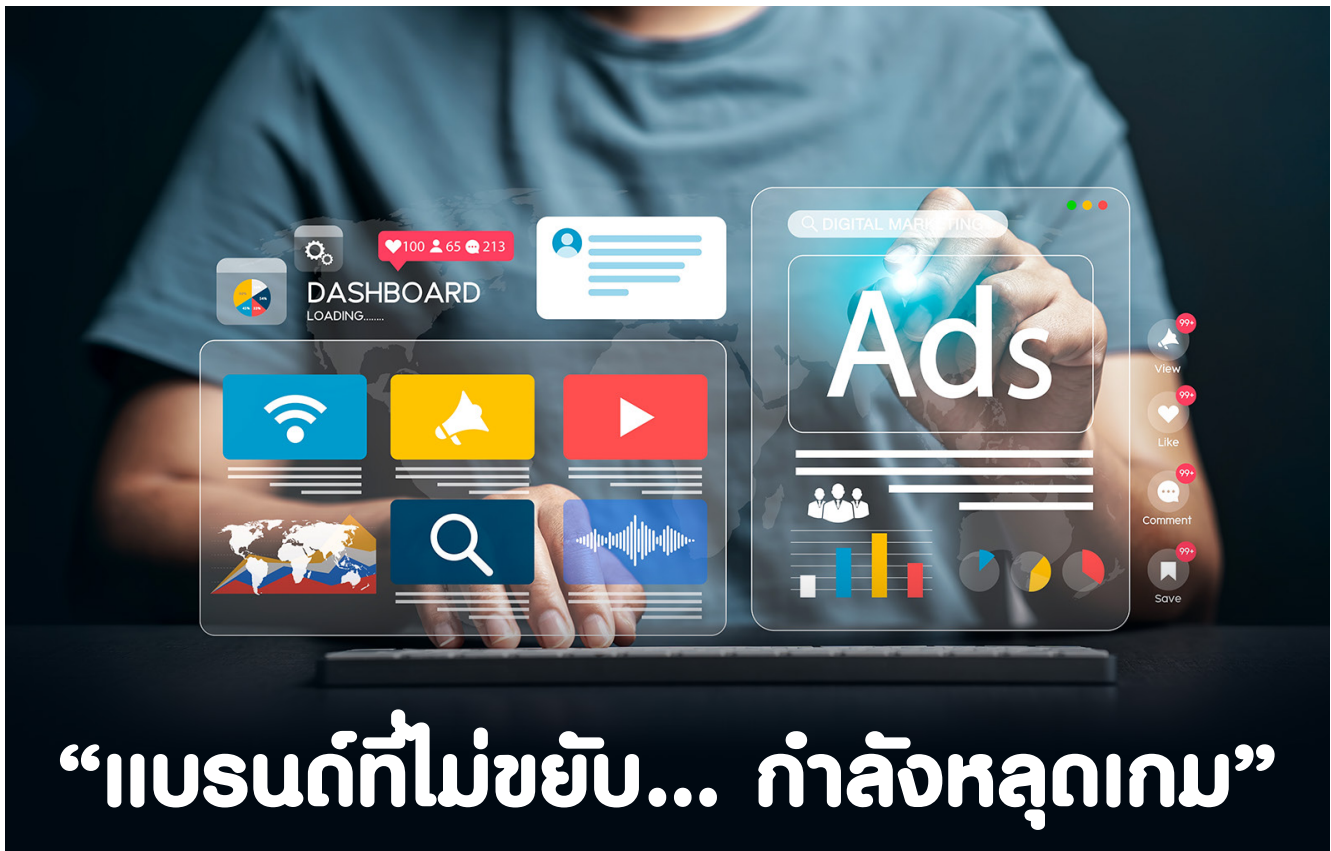




“แบรนด์ที่ไม่ขยับ... กำลังหลุดเกม”

ทรนด์ธุรกิจใหม่ที่บังคับให้แบรนด์ ต้อง ‘เร็ว และเข้าใจ’

อ.พงศ์ศรัณย์ วงศ์ชนเดช

คณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น



ยุคที่แบรนด์ทั้งเล็กและใหญ่หลายราย กำลังถูกกลืนหายไปอย่างเงียบ ๆ ในโลกที่การแข่งขันไม่ใช่แค่เรื่องของคุณภาพหรือราคาอีกต่อไป แต่เป็นเรื่องของ “ความไว” และ “ความเข้าใจ” ผู้บริโภคอย่างแท้จริง

แต่ความไวเพียงอย่างเดียวไม่พอ หากไม่มี “ความเข้าใจ” ที่ลึกซึ้งต่อพฤติกรรมและความรู้สึกของผู้บริโภค การตอบสนองที่รวดเร็วอาจกลายเป็นดาบสองคม เพราะคนยุคนี้ไม่ใช่แค่ซื้อของตามโปรโมชั่นแต่ซื้อจาก “ความรู้สึก” และ “คุณค่าที่แบรนด์ยื่นหยัด” แบรนด์ที่อยู่รอดจึงต้องมี **กลยุทธ์ที่ตอบโจทย์แบบเรียลไทม์** เพื่อจับสัญญาณความต้องการของลูกค้า ทั้งการสร้างทีมตอบแชทเร็วระดับวินาที หรือการปรับเนื้อหาโฆษณาตามกระแสแบบไม่ให้ดูขายของจนน่าเบื่อ

หนึ่งในเครื่องมือสำคัญเพื่อให้ทำการตลาดได้ตรงจุด และเข้าใจลูกค้าได้มากที่สุด คือ การทำ **Digital Customer Journey** เพื่อเข้าใจเส้นทางการตัดสินใจของลูกค้าบนโลกออนไลน์ ตั้งแต่การรับรู้แบรนด์ (Awareness) การพิจารณา (Consideration) การตัดสินใจซื้อ (Decision) การใช้ซ้ำ (Retention) ไปจนถึงการบอกต่อ (Advocacy) โดยเฉพาะในโลกที่ลูกค้าเริ่มต้นทุกอย่างจากหน้าจอมือถือ เพื่อให้การสื่อสารของแบรนด์ “ถูกจังหวะ ถูกช่องทาง และถูกใจ” กลายเป็นหัวใจของการตลาด

การทำ **Digital Customer Journey** จำเป็นต้องนำข้อมูลจาก social media, website, และ e-commerce platform มาวิเคราะห์เพื่อปรับเนื้อหาให้ตอบโจทย์แต่ละช่วงของ journey ได้แม่นยำขึ้น ทั้งการยิงโฆษณาแบบรีมาร์เก็ตติ้งให้ผู้ที่เคยเข้าชมเว็บไซต์ได้เห็นซ้ำ หรือสร้างคอนเทนต์วิดีโอสั้น ๆ เพื่อดึงความสนใจจนกลายเป็นผู้ติดตาม แล้วจึงวางในทุก ๆ จุดให้มีประสิทธิภาพด้วยคอนเทนต์ และการบริการได้อย่างตรงใจลูกค้ามากที่สุด

“เสียงของผู้บริโภคในวันนี้ดังไกลเพียงปลายนิ้ว”

การบอกต่อผ่านโซเชียลมีเดียสามารถแพร่กระจายไปถึงคนหมื่นคนได้ภายในไม่กี่วินาที และข้อความเหล่านั้นมักส่งผลต่อแบรนด์ได้มากกว่าการโฆษณาหลายเท่า เพราะในโลกของการตลาดยุคใหม่ **ผู้บริโภคมักเชื่อผู้บริโภคด้วยกันเอง** มากกว่าคำพูดจากแบรนด์ และการสร้างความประทับใจให้ลูกค้าจึงเป็น



จุดเริ่มต้นสำคัญ หากประสบการณ์ที่พวกเขาได้รับดีพอ เขาก็พร้อมจะบอกต่อ แชร์ต่อ และกลับมาซื้อซ้ำโดยไม่ต้องมีโฆษณาใด ๆ มากกระตุ้น

นั่นคือหัวใจของความสำเร็จใน **การออกแบบ Digital Customer Journey** ที่แท้จริง เมื่อประสบการณ์ดีจนกลายเป็นพลังบวกที่ส่งต่อจากลูกค้าคนหนึ่ง ไปยังอีกหลายพันคนในพริบตา

เกมการตลาดยุคใหม่... คนที่เร็วกว่า คือ ผู้อยู่รอด และคนที่เข้าใจลูกค้าได้ดีกว่า คือ ผู้ชนะ

