

เพิ่มมูลค่าข้อมูลทางธุรกิจด้วย Data mining



วิชัยคุร์ เมาระพงษ์

คณาจารย์ภาควิชาการคอมพิวเตอร์ คณะวิทยาศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

ต่อ จากฉบับที่แล้ว



การรับ-ส่งข้อมูลคุกกี้ มีได้เป็นเงื่อนไขผูกมัดที่จะไปจำกัดสิทธิของแขกผู้ติดต่อเข้าไปเยือน Website แต่อย่างไร ผู้ให้บริการ Internet มีสิทธิปฏิเสธการจัดส่งข้อมูลคุกกี้ไปยังเครื่องแม่ข่ายได้โดยการกำหนดให้โปรแกรมสำรวจ Internet ขึ้นข้อความเตือนขึ้นบนหน้าจอทุกครั้งที่มีการร้องขอข้อมูลคุกกี้

แบบฟอร์มลงทะเบียนต้อนรับและนำลโ

ส่วนที่ดูออกจะน่าเบื่อมากที่สุดสำหรับผู้เยี่ยมชม Website บน Internet คือ การป้อนข้อมูลส่วนตัวของตนเองลงในแบบฟอร์มสมาชิก (Registry form)

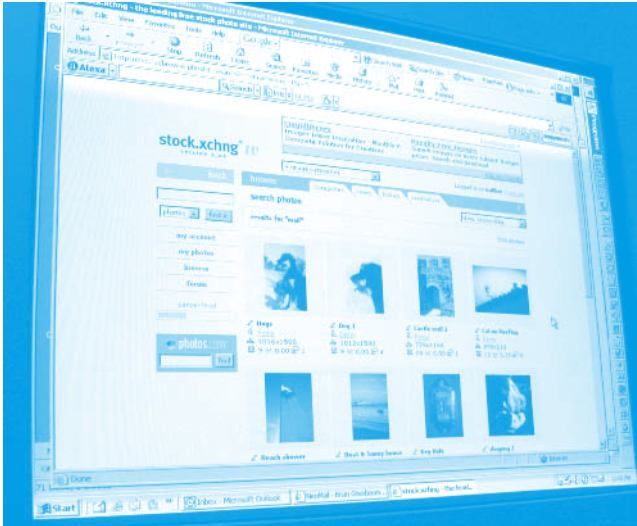
เราจึงมักจะพบว่าหลาย ๆ Website นิยมสร้างแรงจูงใจด้วยรูปแบบต่างๆ เพื่อแลกเปลี่ยนกับข้อมูลลูกค้าที่มีความสำคัญมาก

ต่อไปไฟล์คุกกี้ให้เป็นประโยชน์

ไฟล์คุกกี้ คือ กลุ่มของไฟล์ประเภทหนึ่งซึ่งโปรแกรมสำรวจ Internet (Web browser) ใช้ระบุรายละเอียดของผู้ใช้บริการ Internet โดยในบางครั้งที่ใช้ Internet มีการติดต่อขอข้อมูลไปยังเครื่องแม่ข่ายซึ่งเป็นเจ้าของ Web site ตัวแม่ข่าย ก็จะร้องขอข้อมูลของผู้เยี่ยมชมเพิ่มเติมในรูปของข้อมูลสั้นๆ เรียกว่า คุกกี้ (Cookies) เพื่อใช้กำหนดเลขหมายเฉพาะ (Serial number) ให้กับผู้ใช้บริการกันมาก่อน

ไฟล์คุกกี้มีความยืดหยุ่นสูงมาก มันเปิดโอกาสให้เครื่องแม่ข่าย ซึ่งเป็นเจ้าของ Website สามารถบันทึกข้อมูลที่ถูกกระตุ้นให้ปรากฏขึ้นมาบนหน้าจอ Computer ของลูกค้ารายเดิม ซึ่งเป็นเจ้าของไฟล์คุกกี้ ทุกครั้งที่ลูกค้ารายดังกล่าวมีการติดต่อกลับเข้ามายัง Website อีกครั้ง ตัวอย่างของข้อมูลที่ได้รับมานิยมเก็บบันทึกไว้ในไฟล์คุกกี้มากที่สุด เห็นจะได้แก่ข้อความประเภท **“ยินดีต้อนรับที่ได้ให้เกียรติกลับมาเยี่ยมชม Website อีกครั้ง!”** นอกจากนั้น มันก็เปิดโอกาสให้ทาง Website เลือกนำเสนอข้อมูลที่ตนคิดว่าเหมาะสมที่สุดให้กับลูกค้าประจำของตนได้ด้วย





ตัวนี้ให้ได้ เช่น บาง Website อาจจะใช้วิธีแจกสินค้าตัวอย่างให้กับผู้กรอกแบบฟอร์ม บาง Website ใช้วิธีแจกคู่มือสำหรับนำไปแลกซื้อสินค้าจากร้านค้าของตนในราคาพิเศษ บ้างก็ระบุเลยว่าหากสมัครเป็นสมาชิกช่วงนี้ ตอนนี้จะได้รับส่วนลดในการสั่งซื้อสินค้า 5-10% ฯลฯ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับว่า แผนการตลาดของธุรกิจดังกล่าว คิดว่ารูปแบบประชาสัมพันธ์แบบไหนจะเหมาะกับภาพพจน์องค์กรและรูปแบบสินค้าของตนเองมากที่สุด

อย่างไรก็ตาม ไม่ว่าการกรอกแบบฟอร์มสมาชิกผ่าน Internet จะดูน่าเบื่อหน่ายแค่ไหน แต่มันก็เป็นช่องทางเดียวที่องค์กรธุรกิจซึ่งดำเนินการผ่าน Internet จะได้รับข้อมูลส่วนตัวที่สำคัญมาจากกลุ่มเป้าหมายผู้ซึ่งกำลังจะแปลงสภาพมาเป็นลูกค้าของตน ผู้ออกแบบ Website จึงต้องออกแบบฟอร์มสมาชิกให้มีความกระชับ ชัดเจนและเข้าใจได้ง่าย ไม่ก่อให้เกิดการก่อกวนสับสน ไม่ต้องมานั่งคิดแล้วคิดอีกหลายตลบว่า คำถามดังกล่าวมีความหมายว่าอย่างไร หรือควรจะตอบคำถามอย่างไร โดยจะต้องใช้ภาษาที่ประกอบไปด้วยคำศัพท์ง่ายๆ ใช้ศัพท์ที่ได้รับความนิยมรับใช้งานโดยทั่วไปและต้องใช้รูปประโยคง่ายๆ ไม่ซับซ้อน ไม่ต้องตีความ

สิ่งสำคัญที่ผู้ออกแบบ Website จะต้องมียุทธศาสตร์ในใจแต่แรก ก็คือ ข้อมูลอะไรบ้างที่ต้องการได้รับจากแบบสอบถาม เช่น ที่นิยมกันก็ได้แก่ รหัสอีเมลล์ (e-mail address) ของลูกค้า ที่จำเป็นต้องมีไว้เพื่อการติดต่อกลับไปในภายหลัง หรือเผื่อว่าจะทำการส่ง e-mail กลับไป ในกรณีที่มีรายละเอียดเป็นจำนวนมากที่ต้องการนำเสนอ ข้อมูลประเภทชื่อที่อยู่ ที่มีการระบุไว้ชัดเจนว่าอยู่ที่ใด จะได้ใช้ระบบจัดกลุ่มลูกค้าออกมาได้อย่างอัตโนมัติ ซึ่งเรื่องข้อมูลที่อยู่นี้คุณอื่นๆ อาจจะไม่เห็นว่ามีมีความสำคัญเท่าใด แต่ในยุคที่มีการใช้ Internet อย่างแพร่หลายเราแทบจะไม่มีทางบอกได้เลยว่าผู้กรอกแบบสอบถามของเราอยู่ที่แห่งไหนกันแน่ หากเขาไม่ได้กรอกชื่อที่อยู่ไว้

นอกจากเรื่องชื่อที่อยู่แล้ว ข้อมูลส่วนตัวที่สำคัญถัดมาก็คือ เรื่องเพศ วัย รายได้และการศึกษา ซึ่งจะส่งผลให้สามารถแจกแจงประเภทลูกค้าและวิธีการทางตลาดที่จะนำมาใช้เสนอสินค้า ผู้ออกแบบ Website อาจจะทำเอาข้อมูลส่วนตัวของกลุ่มเป้าหมายเหล่านี้ไปจำหน่ายต่อให้กับหน่วยงานธุรกิจอื่นๆ ตัวอย่างเช่น ใน

ประเทศไทยจะสังเกตได้ว่าระยะหลังๆ มักจะมีไปรษณีย์แนะนำสินค้ารูปแบบใหม่ๆ แปลกๆ ถูกส่งมาถึงเราเป็นจำนวนมาก ซึ่งเป็นผลมาจากข้อมูลส่วนตัวของเราที่ถูกจำหน่ายออกไปโดยธนาคารเจ้าของบัตรเครดิตและองค์กรผู้ให้บริการโทรศัพท์ของเรานั้นเอง

เป้าหมายการวิเคราะห์ควรชัดเจน

เป้าหมายสำคัญของการตลาด Internet คือ การสร้าง Customer loyalty ให้เกิดขึ้นกับบรรดาผู้ที่ได้มีโอกาสเข้ามาเยี่ยมชม Website ขององค์กร ทำอย่างไรถึงจะให้กลุ่มคนเหล่านี้กลับมาที่ Website ขององค์กรในทุกครั้งที่มีการใช้งาน Internet หรือทำอย่างไรจะดึงดูดใจให้พวกเขากรอกข้อมูลสมัครเข้ามาเป็นสมาชิกเป็นผู้ใช้บริการและถ้าหากมีการติดต่อสั่งซื้อสินค้า หรือบริการจากทางองค์กรด้วยก็จะยิ่งประสบผลสำเร็จมากยิ่งขึ้น

อย่างไรก็ตาม เป้าหมายที่ฟังดูง่าย ๆ นี้ แท้จริงกลับเป็นเรื่องยากยิ่งนัก เพราะลำพังการดำเนินแผนการตลาดผ่านสื่อช่องทางอื่นๆ อย่าง Direct Sale สื่อวิทยุ โทรทัศน์และสิ่งพิมพ์ ที่เจ้าของผลิตภัณฑ์มีโอกาสควบคุมสภาพการสื่อสารได้มากพอสมควร ก็ยังเป็นเรื่องยากมากอยู่แล้ว พอมาเจอสื่อ Internet ที่มีอิสระในการเข้าถึงระหว่าง Web site ต่างๆ อยู่ตลอดเวลา เช่นนี้ ก็ยิ่งยากมากขึ้นไปอีกเป็นเท่าตัว ที่นี้ก็จะเห็นจะเห็นไม่พ้นเรื่องสำคัญสามอย่าง อันประกอบไปด้วยไฟล์คุกกี้ แบบฟอร์มสมาชิกและรายงานจราจรข้อมูลของ Web site ดังที่ได้กล่าวถึง แต่ข้อมูลเหล่านี้ยังมีสภาพเป็นข้อมูลดิบอยู่ ยังไม่สามารถนำมาใช้ประกอบการตัดสินใจดำเนินธุรกิจได้ ต้องมีการเลือกข้อมูลเฉพาะกลุ่ม เฉพาะประเภทออกมาสรุปวิเคราะห์ก่อน

อ่าน ต่อฉบับหน้า

