



Creative Marketing

ดร.สุทธิชัย ปัทมโรจน์

อาจารย์ประจำบัณฑิตวิทยาลัย ม.พัฒนุโลก

www.drsuthichai.com

ธุรกิจ ประเภทเดียวกัน สินค้าเหมือนกัน คุณภาพเท่ากัน รวดเร็วพอๆ กัน ในการทำธุรกิจ หากว่าบริษัทใด สินค้าใด อยู่ในสภาพนี้ คงหนีไม่พ้นที่จะต้องมีการแข่งขันกันทางราคา กล่าวคือ ต้อง ลดราคาสินค้า ลดค่าบริการสินค้า เมื่อลดราคาสินค้า หรือลดค่าบริการสินค้า ก็ทำให้ได้กำไรน้อยลง หนักๆ เข้าก็ต้องขาดทุน เนื่องจากต้นทุนของสินค้ามีราคาสูงกว่าราคาสินค้า

ฉะนั้น หากว่าบริษัทของท่าน สินค้าของท่าน อยู่ในสภาพเช่นนี้ ท่านคงต้องหาตัวช่วย และตัวช่วยที่ดีที่สุดคือ **Creative Marketing (การตลาดสร้างสรรค์)**

Creative Marketing เราสามารถสร้างสรรค์ได้หลายทางด้วยกัน โดยเฉพาะการสร้างสรรคในตัวของสินค้า และบริการ เช่น สินค้าหลายตัวนำเอาเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาใช้เพื่อสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ปัจจุบัน เราจะเห็นส้วมไฮเทค ซึ่งมีมากขึ้น ส้วมไฮเทคทำให้เกิดความสะดวกสบาย ความรวดเร็ว สร้างความประทับใจให้แก่ผู้ใช้ ซึ่งในปัจจุบัน บริษัท ห้างร้าน ห้างสรรพสินค้า โรงแรมชั้นนำ ได้นำส้วมไฮเทค มาใช้ หากใครนึกภาพส้วมไฮเทคไม่ออก กระผมขออธิบายเพียงเล็กน้อย เวลาที่ท่านได้ทำธุรกิจ (ซบถ่าย) เสร็จ ตัวโถส้วมก็จะ

มีปุ่มสี่เหลี่ยมบ้าง สีแดงบ้าง เพียงแต่ท่านกด ก็จะมีน้ำฉีด มีลมเป่า เป็นต้น

Creative Marketing จึงเหมาะกับการแข่งขันในยุคปัจจุบัน ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และสถานการณ์ในการแข่งขันในแต่ละครั้งก็ไม่เหมือนกัน นักการตลาดที่เก่ง จะต้องมีการสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ออกมาเพื่อใช้ให้เกิดความเหมาะสมในแต่ละสถานการณ์จึงจะเป็นผู้ชนะ

Creative Marketing นักการตลาดที่ดีต้องสร้างความแตกต่าง ต้องสร้างไอเดียใหม่ๆ ต้องสร้างความโดดเด่น ให้กับตัวเอง ให้กับสินค้า ให้กับบริษัท ได้

Creative Marketing แม้แต่ปรมาจารย์ด้านการตลาดหลายท่าน ก็ยังเขียนตำราการตลาดออกมาเรื่อยๆ ไม่อยู่นิ่ง แต่จะมีการปรับเปลี่ยน และพัฒนาอยู่ตลอดเวลา เมื่อเวลาเปลี่ยนไป ความคิดของคนเราก็ย่อมมีการปรับเปลี่ยน เช่น ล่าสุด พิลิป คอตเลอร์ กูรูด้านการตลาด ร่วมกับ เฮลมาร์วิน การตะจายา และอิวาน เซเตียวาน ได้ช่วยกันวิเคราะห์การตลาดในยุค 3.0 ในหนังสือ Marketing 3.0 ซึ่งจากเดิม กูรูเหล่านี้ได้พูดถึง การตลาดในยุค 1.0 ซึ่งเน้นความสำคัญ

ของผลิตภัณฑ์ มีการพูดถึง Marketing Mix กันมากในยุคนั้น ต่อมา เป็นยุคการตลาด 2.0 มีการเน้นผู้บริโภคเป็นศูนย์กลาง และในยุค 3.0 ก็จะมีการพูดถึงแนวทางแบบองค์รวมเพื่อเข้าถึงผู้บริโภค มีการเพิ่มมูลค่าให้แก่ตัวสินค้า และอีกไม่นานเราคงจะได้เห็นการตลาดยุค 4.0, 5.0, 6.0, 7.0 ต่อๆ ไป

Creative Marketing บริษัทแอปเปิล บริษัทยักษ์ใหญ่ระดับโลกก็ให้ความสำคัญกับการสร้างสรรค์ สตีฟ จอบส์ ถือได้ว่าเป็นบุคคลหนึ่งที่ได้สร้างนวัตกรรมมากมายให้แก่โลกใบนี้ ก็โดยการสร้างนวัตกรรม และการสร้างสรรค์นี้เองที่ทำให้ สตีฟ จอบส์ และบริษัทแอปเปิล ร่ำรวยระดับโลก สิ่งที่ สตีฟ จอบส์ มุ่งมั่นคือ การสร้าง “สินค้าในระดับคุณภาพพิพธภัณฑ์ศิลปะสมัยใหม่”

Creative Marketing การตลาดอิเล็กทรอนิกส์ หรือ E-Marketing คือ เครื่องมือที่ช่วยในเรื่องของการแข่งขันการตลาดเชิงสร้างสรรค์ในยุคนี้ เราจึงไม่ต้องแปลกใจว่าคนที่เป็นเจ้าของ eBay, Facebook, google, Twitter, Alibaba ฯลฯ จึงร่ำรวยเป็นมหาเศรษฐีโลกในเวลาทีรวดเร็ว เพราะโลกมีการเปลี่ยนแปลงทุกวินาที มีการพัฒนาอย่างไม่หยุดยั้ง เทคโนโลยี อิเล็กทรอนิกส์จึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการดำเนินกิจกรรมทางด้านการตลาด

Creative Marketing จึงเป็นตัวเพิ่มมูลค่าเพิ่ม เป็นตัวต่อยอดของราคาสินค้า หากสินค้าใด บริษัทใด มีนวัตกรรม มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ แล้วสามารถทำให้สินค้านั้นเข้าไปอยู่ในหัวใจของลูกค้าได้ สินค้านั้น และบริการนั้น ก็จะสามารถตั้งราคาได้สูงกว่าสินค้าประเภทเดียวกันได้

Creative Marketing จึงเป็นกลไกหนึ่งที่นำสินค้า นำบริการ นำบริษัทไปสู่โลกกว้าง อีกทั้งยังสร้างกำไร สร้างรายได้ สร้างความ



เติบโต ได้อย่างมากมายมหาศาล ฉะนั้น หากบริษัท หากหน่วยงานใด มีการสร้างสรรค์ มีการสร้างนวัตกรรมทางการตลาด บริษัทนั้น หน่วยงานนั้น ก็จะมีรายได้เปรียบในการแข่งขัน แต่สิ่งทีสำคัญอีกประการหนึ่งก็คือ หากบริษัทนั้น หน่วยงานนั้น ออกมาที่จะชนะอย่างไร ยั่งยืน ก็ควรที่จะสร้างสรรค์ และสร้างนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง ไม่ควรที่จะหยุดยั้ง เพราะหลายๆ บริษัท เมื่อได้นวัตกรรมใหม่ๆ แล้ว ก็หยุดที่จะสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ ต่อๆ ไป จึงทำให้บริษัทเล็กๆ ทีสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลา เป็นผู้ชนะการแข่งขันในเวลาต่อมา

หลายคนอ่านมาถึงตรงนี้แล้ว อาจคิดว่าการใช้ Creative Marketing เป็นเครื่องมือทางการตลาด นั้นเป็นเรื่องที่ยาก แต่จริงๆ แล้ว Creative Marketing ไม่ใช่เรื่องยาก ทุกคนสามารถเป็นกันได้ มนุษย์ทุกคนที่มีมันสมองสามารถเป็นได้ เพียงแต่ท่านต้องหาแง่มุมที่แปลกใหม่ ท่านต้องคิดนอกกรอบบ้าง หัดมองในแง่ที่คนอื่น ๆ มองไม่เห็น และสิ่งทีสำคัญที่สุดคือ การฝึกหัดการคิดแบบสร้างสรรค์ให้มากขึ้น เพราะว่าการคิดเป็นทักษะหนึ่ง หากว่าไม่หมั่นฝึกฝน ความคิดสร้างสรรค์ก็มักจะไม่มีเกิด

“You can't just ask customers what they want and then try to give that to them. By the time you get it built, they'll want something new.” Steve Jobs. 