



การประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด

ดร.สุทธิชัย ปัทมโรจน์

อาจารย์ประจำบัณฑิตวิทยาลัย ม.แพทยโลก

www.drsuthichai.com

การ ประชาสัมพันธ์มีความสำคัญต่อการทำการตลาด เพราะการประชาสัมพันธ์ทำให้เกิดความเข้าใจ ทำให้เกิดการสร้างการยอมรับ ทำให้เกิดความน่าเชื่อถือ ทำให้เกิดการชื่นชม ยินดี ทำให้เกิดความร่วมมือ สร้างภาพลักษณ์ และชื่อเสียง แก่บริษัท แก่องค์กร แก่สินค้า

ในความคิดเห็นส่วนตัวของกระผม ถ้าหากบริษัท ห้างร้าน องค์กรใด มีเงินทุนที่จำกัด ถ้าให้เลือกกระหว่าง การทำโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ กระผมจะเลือกทำการประชาสัมพันธ์ก่อน เพราะการประชาสัมพันธ์ จะเสียค่าใช้จ่ายน้อยกว่า และถ้าหากจะเทียบผลตอบแทนแล้ว ประชาสัมพันธ์จะได้รับผลตอบแทนที่มีความคุ้มค่ามากกว่าการโฆษณา

นายมิ่งขวัญ แสงสุวรรณ เป็นคนหนึ่งที่สร้างชื่อเสียงให้กับตนเอง ก็โดยการเป็นนักประชาสัมพันธ์ นักการตลาด ให้กับบริษัท โตโยต้า มอเตอร์ส ประเทศไทย จำกัด เขาดำรงตำแหน่งเป็นผู้อำนวยการฝ่ายประชาสัมพันธ์ จนได้รับฉายาว่าเป็นนักสร้างภาพชั้นเซียนของบริษัทโตโยต้า จนกระทั่งผู้บริหารของโตโยต้าที่ญี่ปุ่น ให้เขากระโดดจากตำแหน่งผู้อำนวยการฝ่ายไปเป็นกรรมการบริหารโดยไม่ต้องเป็น กรรมการสมทบก่อน โดยการเป็นคนเก่งงานด้าน การประชาสัมพันธ์ และงานด้านการตลาด ต่อมา เขาได้ เป็น สส.พรรคเพื่อไทย หัวหน้าทีมเศรษฐกิจ รองนายกรัฐมนตรี รัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ และกรรมการผู้อำนวยการใหญ่ บริษัท อสมท. จำกัด

นอกจากนี้ เขายังเป็นเจ้าของฉายา Image maker ซึ่งเขาก็ นำหลักการประชาสัมพันธ์ และหลักการตลาด มาใช้กับบุคคลโดยการทำธุรกิจบันเทิงขึ้นมา เพราะเขาคิดว่า ขนาดรถหรือสินค้าต่างๆ สบู่ ยาสีฟัน รองเท้า เสื้อผ้า กางเกง ยังปั้นได้ ทำไม ดารา จะปั้นไม่ได้ ซึ่งเขาก็ประสบความสำเร็จอย่างสูงในการปั้นดารา ดาราที่มีชื่อเสียงหลายคนที่เขาปั้น เช่น วิมลลี แมคอินทอช, จอห์นนี่ แอนไฟเน่, ดอม เหตระกูล, ทิช ณ ตะกั่วทุ่ง เป็นต้น

ทำไมต้องมีกรประชาสัมพันธ์เชิงการตลาด ก็สืบเนื่องมาจากสาเหตุ ดังนี้

1. ค่าใช้จ่ายในการใช้สื่อโฆษณามีราคาสูงขึ้น ในทางกลับ



กัน การประชาสัมพันธ์กลับเสียค่าใช้จ่ายในการซื้อสื่อน้อยกว่า และส่วนใหญ่จะเป็นการขอความอนุเคราะห์ ขอความร่วมมือจากสื่อมวลชนมากกว่า

2. **สื่อต่างๆ** ในยุคปัจจุบัน มีหลายชนิด หลายประเภทมากขึ้นกว่าในอดีต จึงทำให้การใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ จำเป็นจะต้องมีการวางแผนใช้สื่อที่แยกย่อยมากขึ้น และควรใช้สื่อให้ครบทุกประเภทเพื่อให้กลุ่มลูกค้า และประชาชนได้เห็น ข่าวสารที่เราต้องการสื่อได้มากที่สุด สรุปคือต้องใช้เครื่องมือสื่อสารแบบผสมผสานกัน

3. **ทัศนคติ ความต้องการ รสนิยม ความชอบ กระแส** ของกลุ่มเป้าหมายมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ไม่อยู่นิ่ง และมีการเปลี่ยนแปลงไว้นั้นกว่าในอดีตที่ผ่านมา

การประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาดที่ดี เราอาจจะมีแบ่งกลยุทธ์ หรือวางแผนการประชาสัมพันธ์ออกเป็น 2 รูปแบบ คือ

1. **แบบรุก เป็นการประชาสัมพันธ์แบบสร้างสรรค์** คือ มุ่งสร้างสรรค์หาโอกาสทางการตลาดใหม่ๆ ให้กับบริษัท ห้างร้าน สินค้าของตนเองมากกว่า ที่จะรอคอยให้ปัญหาเกิดขึ้นแล้วถึงจะมาแก้ไข ในภาวะปกติหรือภาวะที่มีการแข่งขันอย่างในปัจจุบัน การประชาสัมพันธ์แบบรุก จึงมีความจำเป็น และมีความสำคัญเป็นอันมาก

2. **แบบรับ เป็นการประชาสัมพันธ์ที่มุ่งแก้ปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นกับองค์กร** บริษัท ห้างร้าน สินค้าของตนเอง ซึ่งปัญหาต่างๆ เหล่านั้น มักที่จะทำลายชื่อเสียง ภาพลักษณ์ที่ดีของสินค้าหรือบริษัท แนวทางในการประชาสัมพันธ์แบบตั้งรับ ก็คือการเสนอข้อมูลข่าวสารที่มีความถูกต้อง ชัดเจน เพื่อที่จะแก้ไขปัญหา และมีการตั้งทีมงานคอยควบคุมข่าวลือ ข่าวสารที่เป็นเท็จ มีการตั้งทีมงานการประชาสัมพันธ์เพื่อที่จะจัดการกับภาวะวิกฤตหรือวิกฤตต่างๆ ที่จะเกิดขึ้น เป็นต้น

ดังนั้น การประชาสัมพันธ์ จึงมีความสำคัญ และมีความจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับการทำการตลาดให้กับสินค้า บริการ ในยุคปัจจุบัน ซึ่งหลักในการทำการประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ เรา



อาจจะต้องคำนึงถึงปัจจัยดังนี้

1. **ต้องใช้มีสื่ออาชีพในการวางแผนการทำประชาสัมพันธ์** การประชาสัมพันธ์ที่ดีจะต้องมีนักวางแผนมืออาชีพช่วยในการวางแผน วางกลุ่มเป้าหมาย วางแนวทางในการทำงาน วางเนื้อหา วางคน ในการนำเสนอ วางจังหวะในการรุก และรับ เป็นอย่างดี

2. **ต้องเชื่อในพลังแห่งการสื่อสาร** มีนักวิชาการเคยกล่าวไว้ว่า “ใครมีสื่อในมือคนนั้นมีย่านาจ” หรือ “สื่อเป็นที่มาของอำนาจ” เพราะหากใคร พูดเก่ง พูดได้ถูกจังหวะ เวลา และรู้ว่าควรพูดผ่านช่องทางไหน เขาย่อมกำชัยชนะ รวมไปถึงงานด้านการตลาดด้วย

3. **ต้องกำหนดกลุ่มเป้าหมายให้มีความชัดเจน** ไม่คลุมเครือ เช่น ต้องรู้ว่า ลูกค้ายุคไหน วัยใด อายุเท่าไร คือลูกค้าของเรา สินค้าใดมีความเหมาะสมกับ คนเพศใด วัยใด อายุเท่าไร เป็นต้น

4. **ต้องมีงบประมาณในการประชาสัมพันธ์** เงินคือปัจจัยหนึ่งที่จะส่งผลให้การประชาสัมพันธ์ประสบความสำเร็จหรือล้มเหลวหรือมีประสิทธิภาพมากน้อยแค่ไหน บริษัท ห้างร้าน จึงต้องจัดสรรเงินในการทำการประชาสัมพันธ์ของสินค้าของตนเอง

5. **ต้องมีเครือข่ายสนับสนุน การทำงานประชาสัมพันธ์ให้ประสบความสำเร็จ** การหาเครือข่ายต่างๆ ช่วยเหลือ มีความจำเป็นอย่างมาก เช่น มีสื่อมวลชนช่วย, มีดาราหรือมีบุคคลที่มีชื่อเสียงช่วย, มีนักวิชาการ รวมไปถึงมีมวลชนให้การช่วยเหลือ เป็นต้น

6. **ต้องสร้างความถี่ในลูกค้าได้เห็น สินค้า หรือเจ้าของสินค้า ต้องขยันออกสื่อ** เพราะเป็นสิ่งที่ต้องทำ และสมควรทำ การเสนอหน้าต่อสื่อจะทำให้ลูกค้าเกิดความคุ้นเคย และรู้จักสินค้าของเรามากขึ้น

7. **ต้องมีการจัดกิจกรรมพิเศษหรือมีการจัดเหตุการณ์พิเศษบ้าง** เช่น การจัดงานแสดงต่างๆ งานแสดงการค้า การแสดงโชว์ การแสดงศิลปะ การแสดงโชว์รถ เป็นต้น

8. **ต้องมีการประกาศ เผยแพร่ข้อมูลทางสื่อต่างๆ** เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ นิตยสาร เอกสารแจกลูกค้า วิทยุ สื่อสมัยใหม่ โดยผ่านช่องทางทางอินเทอร์เน็ต

9. **ต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคมบ้าง** โดยผ่านกิจกรรมต่างๆ เช่น กิจกรรมปลูกป่า, กิจกรรมบริจาคหนังสือ, กิจกรรมพัฒนาชนบท, กิจกรรมสร้างบ้านให้คนยากจน, กิจกรรมอนุรักษ์ธรรมชาติ เป็นต้น

ฉะนั้น การประชาสัมพันธ์จึงมีความสำคัญต่อการทำงานด้านการตลาดเป็นอย่างยิ่ง เพราะถ้าทำการประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล ก็จะทำให้ บริษัท ห้างร้าน สินค้าของตนเอง ได้รับการยอมรับ ได้รับการสนับสนุน ได้รับผลประโยชน์ จากกลุ่มลูกค้า และประชาชน ตรงกันข้าม ถ้าหาก บริษัทใด ห้างร้านใด สินค้าใด ไม่มีการทำการตลาดผ่านช่องทางการประชาสัมพันธ์ บริษัทนั้น ห้างร้านนั้น สินค้า นั้น ก็จะขาดซึ่งการยอมรับ การสนับสนุน จากกลุ่มของลูกค้า และประชาชน