

หลักการตลาด สมัยใหม่



การตลาด

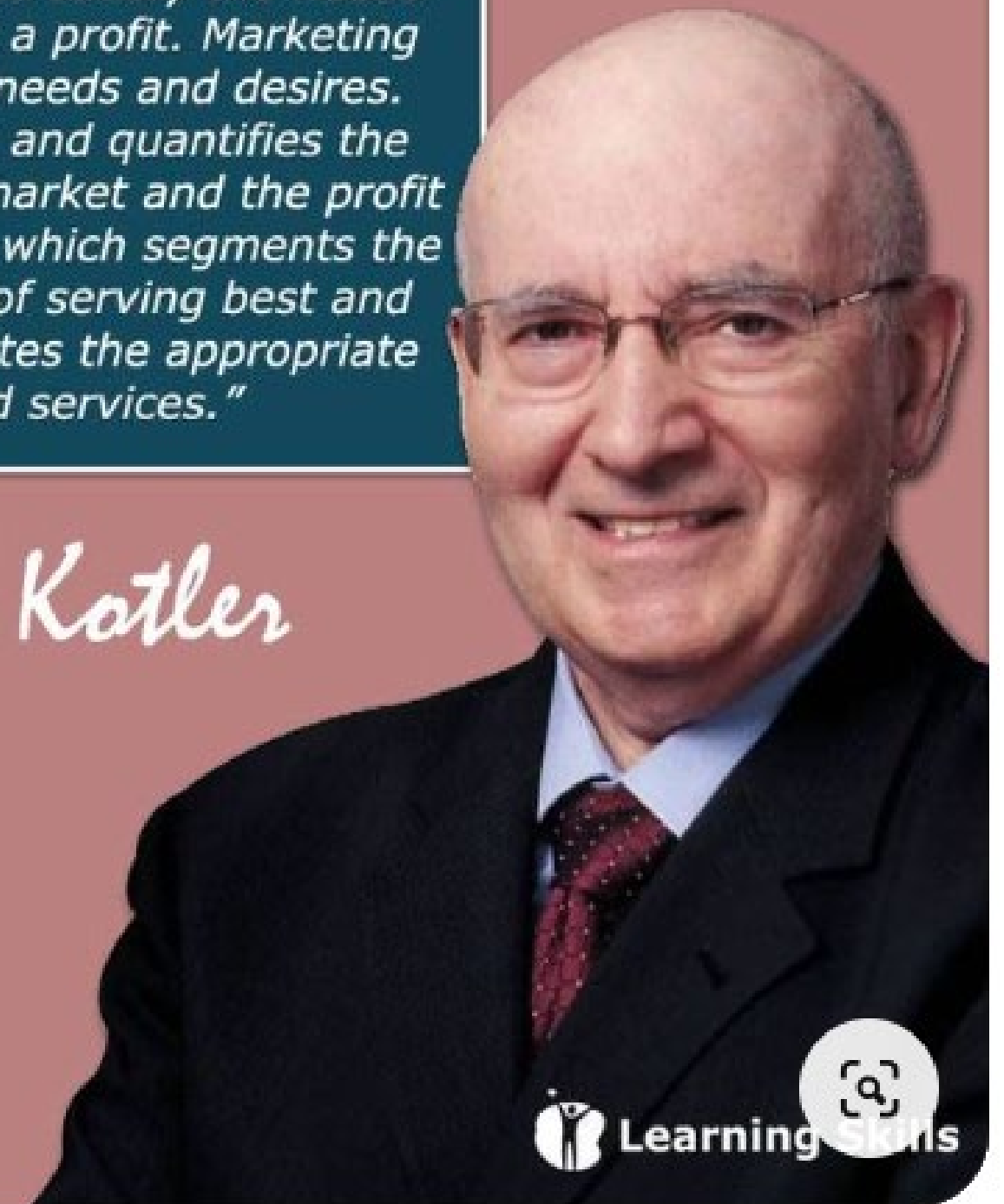
การตลาดคืออะไร?

“ศาสตร์และศิลป์ในการสำรวจ สร้างสรรค์ และส่งมอบคุณค่าเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมายด้วยผลกำไร การตลาดระบุความต้องการและความปรารถนาที่ยังไม่บรรลุผล กำหนด วัตถุประสงค์ ปริมาณขนาดของตลาดที่ระบุและศักยภาพในการทำกำไร โดยจะระบุว่ากลุ่มใดที่บริษัทสามารถให้บริการได้ดีที่สุด รวมถึงออกแบบและส่งเสริมผลิตภัณฑ์และบริการที่เหมาะสม”

WHAT IS MARKETING?

"The science and art of exploring, creating, and delivering value to satisfy the needs of a target market at a profit. Marketing identifies unfulfilled needs and desires. It defines, measures and quantifies the size of the identified market and the profit potential. It pinpoints which segments the company is capable of serving best and it designs and promotes the appropriate products and services."

Philip Kotler



#whatismarketing





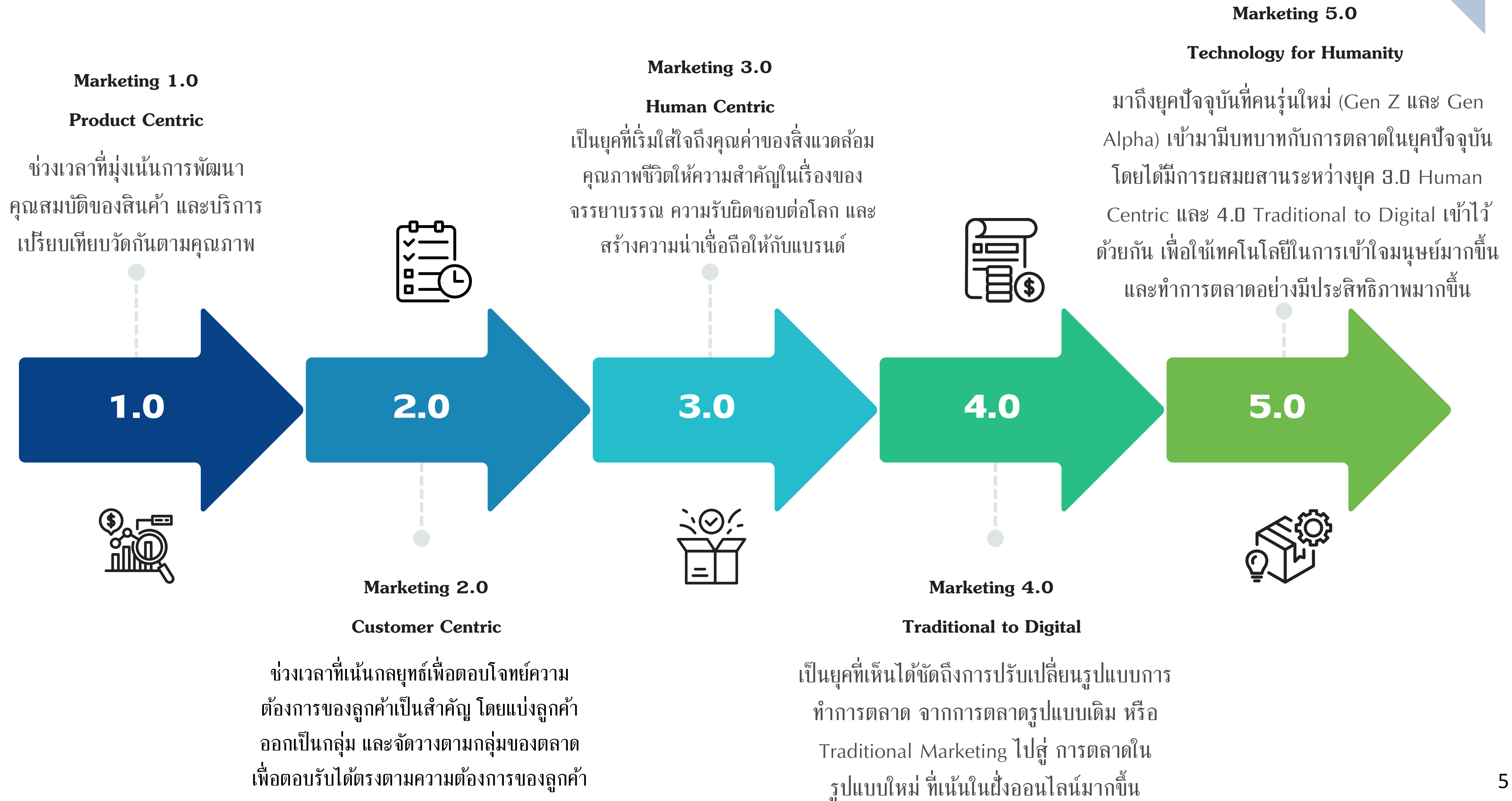
จุดมุ่งหมายทางการตลาด ไม่ใช่เพียงการเพิ่ม
ยอดขายให้ได้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ แต่ต้อง
เพิ่มผลกำไรให้มากที่สุดในระยะยาวด้วย ซึ่งในขณะที่
พนักงานขาย เน้นเรื่อง**การขาย**
นักการตลาดต้องเน้นเรื่อง**ผลกำไร**

(Kotler, 2003b. p.97)

วิวัฒนาการทางการตลาด



แนวคิดการตลาดยุคใหม่



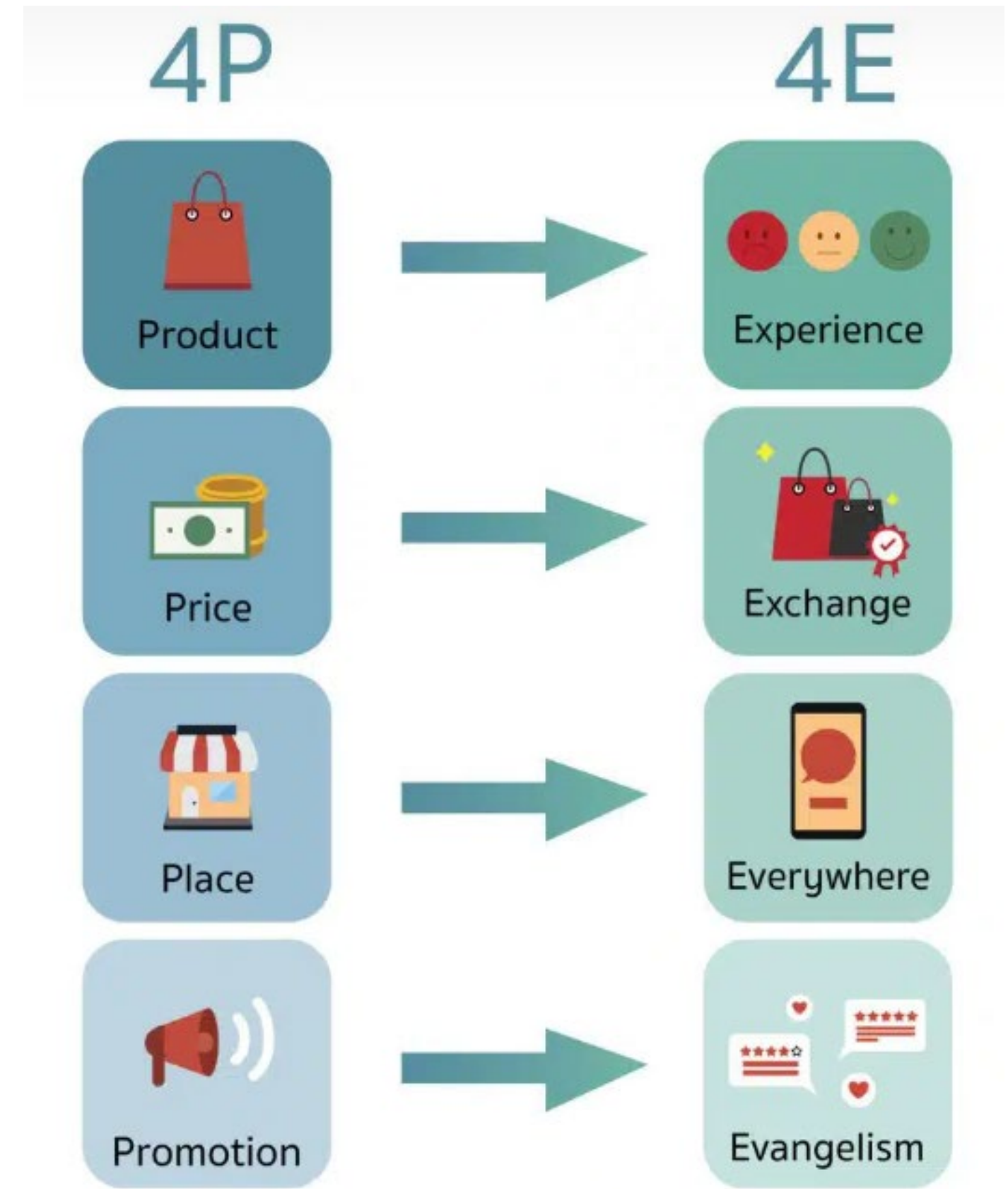
หลักการตลาด

4E's

ศาสตราจารย์

Edmund Jerome
McCarthy

ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดชาวอเมริกัน



Product เปลี่ยนเป็น

“Experience”

1.Product เปลี่ยนเป็น “Experience”

EXPERIENCE การสร้างประสบการณ์ที่ดี

Experience เน้นไปที่การสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า แบรนด์ต้องทำให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์ที่ดีจากทุกองค์ประกอบที่ไม่ใช่แค่สินค้าหรือบริการดีเพียงอย่างเดียว ซึ่งทุกองค์ประกอบที่ว่านี้อาจมีทั้งภาพลักษณ์ของแบรนด์ วิธีการนำเสนอ การดูแลและการสร้างความรู้สึกเกี่ยวข้องกับแบรนด์ในเชิงบวก

“การสร้างประสบการณ์ที่ดี”
เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความประทับใจ
ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ทำให้
ผู้บริโภคเกิดทัศนคติที่ดีต่อแบรนด์
มีความชื่นชอบต่อแบรนด์

Price เปลี่ยนเป็น “Exchange”

Exchange ผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่ได้ให้ความสำคัญกับ
เรื่องราวของสินค้าและบริการมากนัก แต่ผู้บริโภค
กลับหันมาให้ความสนใจในเรื่องของ “ความคุ้มค่า”
มากกว่าราคาถูกเป็นหลัก เปรียบเหมือนกับการ
แลกเปลี่ยนความพึงพอใจของทั้งสองฝ่ายระหว่าง
เจ้าของธุรกิจและผู้บริโภค ซึ่งไม่ว่าสินค้าและบริการ
จะมีราดามากน้อยเพียงใด หากว่าผู้บริโภคพิจารณา
แล้วว่ามีความคุ้มค่ากับราคาที่จ่ายไป คุ้มค่ากับ
ความพึงพอใจที่ได้รับ ก็ย่อมอยากจะซื้อสินค้าและ
บริการ

EXCHANGE การสร้างความคุ้มค่าให้ลูกค้าง่าย



ดังนั้น แบรินด์จะต้องสร้างการรับรู้ในด้าน
คุณค่าหรือการเพิ่มมูลค่าของสินค้าหรือ
บริการแทน เพื่อแลกเปลี่ยนกับความพึงพอใจที่
พวกเขายอมจ่ายเงิน หากสามารถตั้งราคาให้
คุ้มค่าก็สามารถเพิ่มโอกาสในการปิดการขาย
ได้มากขึ้น

3.Place เปลี่ยนเป็น “Everywhere”



Everywhere การเข้าถึงที่ง่ายและสะดวก ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการได้หลายช่องทาง หรือก็ต่อเน้นความสบายของลูกค้าเป็นหลัก ยิ่งช่องทางเยอะก็ยิ่งทำให้ขายได้มากขึ้น

Place
เปลี่ยนเป็น

“Everywhere”

Facebook, Instagram,
Twitter(X) และ TikTok



EVERYWHERE การเข้าถึงที่ง่ายบนออนไลน์



4.Promotion >> “Evangelism”

กระบวนการทางด้านการสื่อสารทางการตลาด หรือ การส่งเสริมการตลาดโดยวิธีการออกแคมเปญลด แลก แจก แถม ตามหลักการตลาดแบบดั้งเดิมอาจไม่ได้รับความนิยมนักในยุคปัจจุบัน เนื่องจากพฤติกรรมของผู้บริโภคสมัยใหม่มีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ผู้บริโภคจะมีความพึงพอใจหรือความหลงรักในแบรนด์ที่บริโภคเป็นประจำอยู่แล้ว

Promotion เปลี่ยนเป็น “Evangelism”

Evangelism การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าเพื่อให้พวกเขาเกิดความภักดีต่อแบรนด์ (**Brand Loyalty**) เพื่อเป็นลูกค้าประจำแฟนพันธุ์แท้ของแบรนด์ให้ได้ เพราะแบรนด์จะได้ประโยชน์จากลูกค้ากลุ่มนี้ด้วย เมื่อลูกค้าภักดีต่อแบรนด์จะเกิดการบอกต่อและแนะนำสินค้าให้กับเพื่อนพี่น้องรอบข้าง

EVANGELISM การสร้างความสัมพันธ์

หลักการตลาดสมัยใหม่: เข้าใจลูกค้า สร้างประสบการณ์สู่ ความสำเร็จ

ในยุคดิจิทัลที่เทคโนโลยีเปลี่ยนแปลงรวดเร็ว พฤติกรรมผู้บริโภคก็เปลี่ยนแปลงไปด้วย หลักการตลาดแบบดั้งเดิมอาจไม่เพียงพออีกต่อไป ธุรกิจที่ต้องการประสบความสำเร็จจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์สู่แนวคิดการตลาดสมัยใหม่ที่เน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง มุ่งสร้างประสบการณ์ที่ดี และสร้างความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนกับลูกค้า



หลักการสำคัญของการตลาดสมัยใหม่

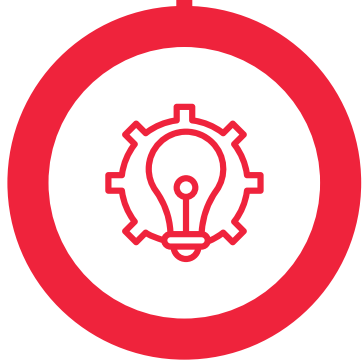
1. เข้าใจลูกค้าอย่างลึกซึ้ง

- ศึกษาข้อมูลลูกค้าอย่างละเอียด เก็บรวบรวมข้อมูล พฤติกรรม ความต้องการ และความคาดหวัง
- วิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกเพื่อค้นหา Insights ที่นำไปพัฒนา สินค้า บริการ และกลยุทธ์ทางการตลาดให้ตรงใจลูกค้า
- ใช้เครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูล เทคโนโลยี AI และ Big Data เข้ามาช่วยในการวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้า



หลักการสำคัญของการตลาดสมัยใหม่

2. มุ่งสร้างประสบการณ์ที่ดี



- มองลูกค้าเป็นศูนย์กลาง ดึงจากมุมมองของลูกค้า พยายามสร้างประสบการณ์ที่ดีในทุกจุดสัมผัส



- เน้นการสร้าง Customer Journey ที่ราบรื่น ไร้รอยต่อ ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าในแต่ละช่วง



- พัฒนาสินค้าและบริการให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า มอบคุณค่าและประสบการณ์ที่ดีเกินความคาดหวัง

หลักการสำคัญของการตลาดสมัยใหม่

3. สื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ



เลือกช่องทางการสื่อสาร
ที่เหมาะสมกับ
กลุ่มเป้าหมาย เข้าถึง
ลูกค้าในช่องทางที่พวกเขา
ใช้งานอยู่



สื่อสารอย่างชัดเจน
ตรงประเด็น กระชับ
เข้าใจง่าย



เน้นเนื้อหาที่สร้างสรรค์
น่าสนใจ ดึงดูดความ
สนใจ และจูงใจให้ลูกค้า
ตัดสินใจ



เน้นการสื่อสารแบบสอง
ทาง สร้างปฏิสัมพันธ์
กับลูกค้า ตอบคำถาม
แก้ไขปัญหา และรับฟัง
ความคิดเห็น

A circular inset image showing a business meeting. Two people are looking at a document with various charts and graphs. One person is pointing at a chart with a pen. The charts include a bar chart, a line graph, and several pie charts with percentages like 25%, 50%, 65%, and 75%.

หลักการสำคัญของการตลาดสมัยใหม่

4. สร้างความสัมพันธ์ที่ยั่งยืน

- มุ่งสร้างความภักดีต่อแบรนด์ (Brand Loyalty) มอบประสบการณ์ที่ดีสร้างความประทับใจให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำ
- ดูแลลูกค้าอย่างต่อเนื่อง เสนอโปรโมชั่นและสิทธิพิเศษให้กับลูกค้าประจำ
- สร้างชุมชนลูกค้า (Customer Community) สนับสนุนให้ลูกค้ามีปฏิสัมพันธ์ แลกเปลี่ยนประสบการณ์
- รับฟังความคิดเห็นของลูกค้า นำมาปรับปรุงสินค้า บริการ และกลยุทธ์ทางการตลาด

หลักการสำคัญของการตลาดสมัยใหม่

5. ปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลง

- ติดตามเทรนด์การตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค และเทคโนโลยีใหม่ ๆ อยู่เสมอ
- ปรับกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับสถานการณ์และความเปลี่ยนแปลง
- เรียนรู้และพัฒนาอยู่เสมอ มองหาโอกาสใหม่ ๆ ในการขยายธุรกิจ





Q & A
TIME