

การเพิ่มมูลค่าทางการตลาดด้วยอินเทอร์เน็ต

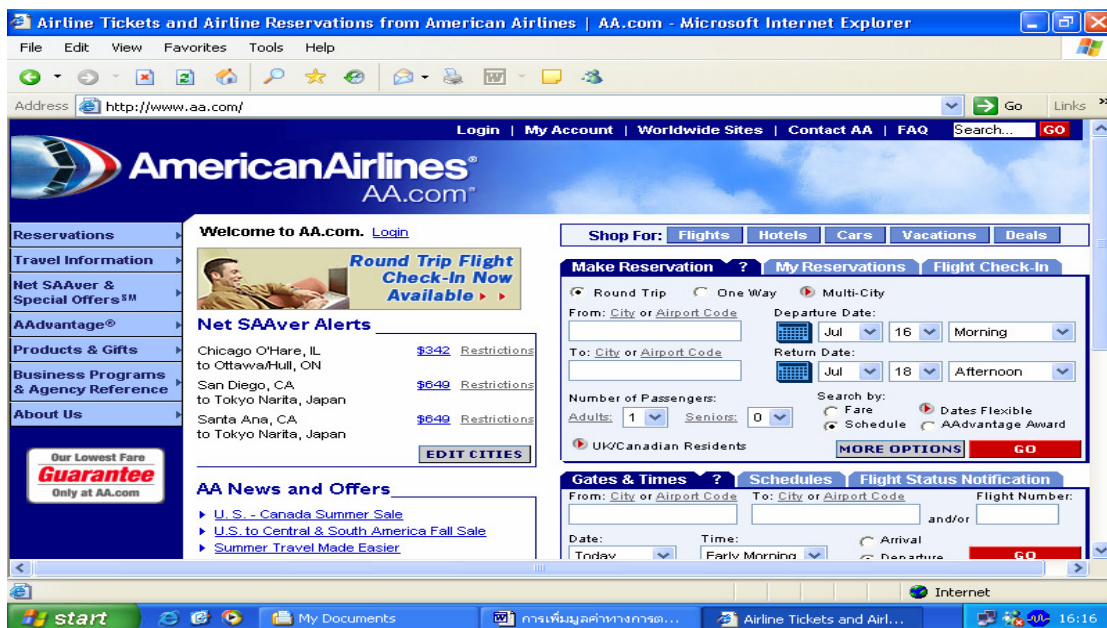
(The Marketing Value of the Internet)

โดย. ผศ.สุพล พรหมมาพันธุ์

ภาควิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

(ลงตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์บิสิเนสไทย รายสัปดาห์ ฉบับวันที่ 31 กรกฎาคม - 6 สิงหาคม พ.ศ.2549 หน้า 20)

การตลาด ในปัจจุบันนิยมนำเอาระบบอินเทอร์เน็ตมาใช้เพื่อช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจและผลิตภัณฑ์ ด้วยการพัฒนาเว็บไซต์ขึ้นมา และประชาสัมพันธ์แนะนำให้เป็นที่ยอมรับ ทั้งการส่งโฆษณาไปตามอีเมล และการนำไปฝากประกาศไว้ตามเว็บไซต์ต่างๆ หรือนำเอาไปใส่ลงในสารบบของเว็บไซต์การสืบค้นข้อมูลอย่าง www.google.com และ www.yahoo.com เป็นต้น เนื่องจากมีข้อดีหลายประการ คือ (1) ช่วยประหยัดงบประมาณได้ 35% ได้แก่ ลดการใช้กระดาษ ลดเวลาในการเข้าถึงข้อมูล ลดเวลาในการทำงาน (2) ช่วยในการให้บริการแก่ลูกค้า 32% คืออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการ ทำให้ได้ลูกค้ารายใหม่ และรักษาลูกค้าเก่าเอาไว้ได้ (3) ช่วยให้มีรายได้เพิ่มขึ้น 18% ซึ่งได้แก่การขายผลิตภัณฑ์ทางออนไลน์ (4) ช่วยในการตลาด 13% คือ ช่วยโฆษณาประชาสัมพันธ์ ดึงดูดลูกค้ารายใหม่เข้ามา และ (5) ช่วยในด้านอื่นๆ 2% ได้แก่ ใช้เพื่อเป็นช่องทางการตลาดและเป็นช่องทางกระจายสินค้า และเพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงสารสนเทศต่างๆ ได้ทางอินเทอร์เน็ตและเว็บไซต์ ซึ่งวิธีอย่างนี้ อาจเรียกว่า ปฏิสัมพันธ์ทางการตลาด (Interactive Marketing) (Jame A. O'Brien : 1999 : 314)



ภาพแสดงการเพิ่มมูลค่าทางการตลาด ด้วยการใช้อินเทอร์เน็ตของสายการบินอเมริกันแอร์ไลน์ (www.aa.com)

ลักษณะปฏิสัมพันธ์ทางการตลาดบนอินเทอร์เน็ต (The Interactive Marketing on the Internet)

- **มีการกำหนดแยกประเภทของลูกค้าและศักยภาพของลูกค้า** หมายถึง ต้องมีการทำวิจัยเกี่ยวกับข้อมูลของลูกค้ามาก่อน และมีการจัดคัดแยกระดับกลุ่มของลูกค้าให้ชัดเจน เช่น ระดับดีมาก ปานกลาง พอใช้ เพื่อที่จะให้บริการได้ตรงกลุ่มเป้าหมายของประเภทลูกค้า
- **สร้างระบบการส่งเสริมการตลาดที่ดี และให้การศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์** หมายถึง การสร้างเว็บเพจที่เป็นระบบมีลติมีเดีย บริการสารสนเทศที่สมบูรณ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ให้ลูกค้าได้ศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีทั้งรูปภาพ เสียง ข้อความ ภาพเคลื่อนไหว รวมทั้งมีแบบฟอร์มการสั่งซื้อ และแบบสอบถาม คำถาม/คำตอบ ที่ลูกค้าดาวน์โหลดได้
- **ใส่รายละเอียดของผลิตภัณฑ์ลงไปบนคอมพิวเตอร์ของลูกค้า** เพื่อเป็นแรงผลักดันจูงใจให้กับลูกค้า โดยใช้วิธีการทำการตลาดแบบโดยตรงและโดยอ้อม โดยส่งอีเมลล์ไปตามกลุ่มของลูกค้าที่มีการแบ่งแยกประเภทไว้ หรือตามกลุ่มข่าว และชุมชนของลูกค้า
- **สร้างปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า** โดยการสร้างแบบสนทนาโต้ตอบกับลูกค้าได้ ให้ลูกค้าสามารถอภิปรายแสดงความคิดเห็นร่วมกัน และมีข้อเสนอในเรื่องการอนุมัติการสั่งซื้อ การชำระเงิน การทดสอบ การตอบคำถามต่างๆ ได้ง่าย
- **เรียนรู้เกี่ยวกับลูกค้า** หมายถึงศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมของลูกค้าว่า ลูกค้าต้องการอะไร มีพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าอย่างไร เพื่อที่จะนำประสบการณ์เหล่านั้น มาพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ และสามารถเปิดตลาดใหม่ได้
- **บริการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าทางระบบออนไลน์** ทั้งนี้เพื่ออำนวยความสะดวก และสามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นกับลูกค้าได้อย่างทันท่วงทีรวดเร็ว

ในกรณีนี้ ขอนำเอาตัวอย่างของสายการบินของอเมริกันแอร์ไลน์ (American Airlines) ที่นำเอาอินเตอร์เน็ตมาช่วยทำการตลาด ก่อนหน้านั้น สายการบินต้องเสียค่าโทรศัพท์ในการติดต่อให้ข้อมูลกับลูกค้าในปีหนึ่งจำนวนมาก ซึ่งเปอร์เซ็นต์ส่วนใหญ่ที่ลูกค้าโทรมาถามนั้น ไม่ได้โทรมาเพื่อจองตั๋วเครื่องบิน แต่โทรมาถามเพื่อต้องการทราบสารสนเทศเกี่ยวกับเรื่องต่างๆ เช่น จะเดินทางไปสนามบินได้ด้วยวิธีอย่างไร จะนำสัตว์เลี้ยงเดินทางไปด้วยได้ด้วยวิธีการทำเช่นไร หรือแม้กระทั่งว่า เขาจะนำเอาสกีขึ้นเครื่องไปได้ได้อย่างไร แท้จริงแล้วลูกค้าของสายการบินอเมริกันแอร์ไลน์ มีเครื่องคอมพิวเตอร์ที่บ้านและที่ทำงานกันเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้น เมื่อพวกเขาต้องการข้อมูลและสารสนเทศ ก็นิยมค้นหาข้อมูลผ่านเว็บไซต์ ซึ่งสะดวกกว่าการรอคำตอบผ่านสายโทรศัพท์ ในลำดับต่อมา สายการบินอเมริกันได้ทำการวิเคราะห์ถึงสาเหตุข้างต้น จึงผลักดันให้มีบริการลูกค้าผ่านเว็บไซต์ชื่อ www.aa.com ในเว็บไซต์นี้ จะมีการนำเอาสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางมาลงไว้ เช่น แผนที่ของสนามบิน, ข่าวสาร, การขนส่ง, แผนผังของที่นั่งบนเครื่องบิน, รายการภาพยนตร์ที่จะเสนอฉาย, การสะสมไมล์การเดินทาง, ผลิตภัณฑ์และของที่ระลึกของสายการบิน, ช่วงเวลาลดราคาตั๋วเครื่องบินในช่วงพักร้อน (Vacation), สำนักงานจำหน่ายตั๋วเครื่องบินในแต่ละเมือง, เวลาที่เครื่องออกและมาถึงสนามบิน สิ่งหนึ่งซึ่งมีความถี่ของการใช้งานมากที่สุดคือ นักบิน (Fliers) เข้ามาตรวจสอบสถานะทางบัญชีของพวกเขา ซึ่งช่วยทำให้สายการบินประหยัดงบประมาณ เป็นการปรับปรุงการบริการที่ดีให้กับลูกค้า ลดเวลาในการทำการตลาด และช่วยเพิ่มช่องทางในการจำหน่ายตั๋วเครื่องบินให้ได้มากขึ้นอีกด้วย ซึ่งดีกว่าแผ่นพับโฆษณา ทำให้ลูกค้าสามารถสอบถามข้อมูลต่างๆ ได้อย่างรวดเร็ว เช่น สอบถามเวลาในการเดินทาง สอบถามราคาตั๋วเครื่องบิน และสายการบินอเมริกันแอร์ไลน์นี้ เปิดโอกาสให้

ลูกค้า สามารถจองห้องพัก โรงแรม จองรถ จองตั๋วเครื่องบินผ่านเว็บไซต์ได้ และชำระเงินค่าจองตั๋วผ่านเว็บไซต์ได้เช่นกัน

ดังนั้น จะเห็นได้ว่า อินเทอร์เน็ตมีบทบาทอย่างสำคัญต่อการทำตลาดของทุกธุรกิจ เนื่องจากสามารถติดต่อกับลูกค้าได้โดยตรง สะดวกรวดเร็ว ประหยัดเวลา มีรายได้เพิ่มขึ้น และช่วยเพิ่มมูลค่าทางธุรกิจ.