



ศศ.สุพล พรหมมาพันธ์

ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายวิชาการ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยศรีปทุม เชียงใหม่ อดีตรองอธิการบดี มหาวิทยาลัยศรีปทุม อดีตรองอธิการบดี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี อดีตรองอธิการบดี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

มิติแห่งยุคการตลาดไร้ขอบเขตกับ Digital Marketing เรียนรู้การทำตลาดออนไลน์ยุคใหม่

เรื่องของการตลาด เป็นเรื่องของการเรียนรู้ตลอดเวลา トラバที่คุณยังต้องทำธุรกิจ หรือบริหารธุรกิจ วันหนึ่งที่เทคโนโลยีเปลี่ยน จากออฟไลน์ เป็นออนไลน์ จากออนไลน์กำลังจะเข้าสู่โลกอีโคโนมี และระบบปัญญาประดิษฐ์ ถ้าต้องการมีส่วนแบ่งการตลาดในใจของผู้บริโภค

ในรอบปีที่ผ่านมา ระบบการตลาดออนไลน์ ได้รับความนิยมในวงกว้าง คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ ร่วมกับคณะบัญชี มหาวิทยาลัยศรีปทุม จึงได้จัดเสวนาพิเศษ Tech Season 2#5 ในหัวข้อ ยุคการตลาดไร้ขอบเขตกับ Digital Marketing เรียนรู้การทำตลาดออนไลน์ยุคใหม่ โดย มิ่งขวัญ

พุดชาภรณ์ ผู้บริหารรุ่นใหม่ไฟแรง ร่วมถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ พอสรุปประมวลความได้ดังต่อไปนี้

มิ่งขวัญ ให้ข้อมูลว่า ดิจิทัลมาร์เก็ตติ้ง คือ การสื่อสารกับลูกค้าให้ถูกที่ ถูกเวลา โดยใช้สื่อออนไลน์เป็นหลัก สำหรับโปรโมชัน คือ การโปรโมต ต้องนำสินค้าของเราไปโปรโมต

ในเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับสินค้าของเรา เช่น เสื้อผ้า, สิ่งของ, น้ำ เป็นต้น

ข้อดีของการทำตลาดออนไลน์ คือ (1) เพิ่มฐานลูกค้า (2) ช่วยให้เราเข้าถึงลูกค้าของเราได้ง่าย และเจาะจงมากขึ้น (3) สามารถวัดผลตอบรับได้ (4) เป็นการสื่อสารแบบ Real-Time (5) มีข้อมูลที่ละเอียดและชัดเจนเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ใช้เว็บไซต์ของเรา (6) ทำให้เราสามารถปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางการตลาดของเราให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าได้ง่ายขึ้น

ในการดิจิทัลมาร์เก็ตติ้งนั้น ระบบการจัดเก็บข้อมูล ก็มีความสำคัญมากเช่นเดียวกัน ซึ่งหมายถึงการเก็บข้อมูลพฤติกรรมของลูกค้าในระบบดิจิทัล เราสามารถรับรู้พฤติกรรมต่างๆ เพื่อประโยชน์ในการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางการตลาด หากใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมกับสินค้าหรือบริการของเรา

การทำตลาดออนไลน์ในปัจจุบัน สามารถทำได้หลายแนวทาง ได้แก่ เว็บไซต์, บล็อก, โพสต์, อินฟลูเอนเซอร์, อินโฟกราฟิก, โซเชียลมีเดีย, โบรมาร์เก็ตติ้ง, และแบรนด์ของตัวเอง ซึ่งแบรนด์ของตัวเองนั้นเปรียบเสมือนเค้ก ตัวของเราเองเหมือนเนื้อเค้ก ต้องดูว่าเราจะขายอย่างไร วิธีการตลาด วิธีที่ได้รับความนิยมมากที่สุดอย่างหนึ่งคือ Search Engine Optimization (SEO) เราต้องพัฒนาเว็บไซต์ของเราให้สวยงามน่าสนใจ และใส่คำสำคัญ (Keyword) และทำ URL ให้ตรงกับเนื้อหาและความต้องการค้นหาของลูกค้า

การทำ Search Engine มีอยู่ด้วยกัน 2 อย่างคือ (1) แบบจ่ายเงิน (2) แบบไม่เสียเงิน ลักษณะเป็นเหมือน Organic คือ มีสินค้าที่แท้จริง ลูกค้าก็มีโอกาสค้นหาผ่านเสิร์ชเอนจินเข้ามาหาเอง แนวทางเหล่านี้ นับว่า เป็นมิติใหม่แห่งยุคการตลาดไร้พรมแดน ส่วนคำว่า Content Marketing หมายถึง เนื้อหาของสินค้า สามารถทำได้หลายอย่าง เช่น การขายยาแก้ปวดหัว ไม่ควรโพสต์ขายยาโดยตรง แต่ต้องให้ความรู้ควบคู่ไปด้วย

การทำการตลาดมีหลายลักษณะ เช่น

1. Inbound Marketing เป็นลักษณะการทำตลาดที่ดึงดูดลูกค้าเข้ามาหาเรา ผ่านกระบวนการสร้างคอนเทนต์ที่ดี และส่งข้อมูลออกไปให้คนเห็นกันเป็นจำนวนมาก เป็นการให้คุณค่า ให้ความรู้ และให้ข้อมูลที่ผู้ต้องการ



ดิจิทัลมาร์เก็ตติ้ง คือ การสื่อสารกับลูกค้าให้ถูกที่ ถูกเวลา โดยใช้สื่อออนไลน์เป็นหลัก สำหรับโปรโมชัน คือ การโปรโมตต้องนำสินค้าของเราไปโปรโมตในเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับสินค้าของเรา เช่น เสื้อผ้า, สิ่งของ, น้ำ

แก่ลูกค้า เช่น การทำ SEO ก็เข้าข่ายการทำตลาดในลักษณะนี้

2. Outbound Marketing เป็นลักษณะการทำตลาดแบบขายออก หรือแบบผลักออก ได้แก่ การโฆษณาทางโทรทัศน์ การออกบูธแสดงสินค้า หรือทางออนไลน์ เช่น การติดป้ายแบนเนอร์ หรือการซื้อรายชื่ออีเมลลูกค้าเพื่อมาทำการกระจายส่งการโฆษณา

3. Social Media Marketing การทำตลาดลักษณะนี้ ปัจจุบันนิยมทำกันมาก เพราะมีผลอย่างมากในการทำตลาด แทนที่เราจะออกไปหาลูกค้า แต่เป็นการทำให้ลูกค้ากลับเข้ามาหาเรา เป็นการช่วยประหยัดเวลาได้มาก

4. Pay-Per-Click Ads เป็นรูปแบบการทำโฆษณาที่มีการคิดค่าใช้จ่ายเมื่อมีการคลิกเข้ามาดูโฆษณา เช่น Google AdWords และ Google AdSense ซึ่งปัจจุบันนิยมทำกันมาก โดยเฉพาะบริษัทใหญ่ๆ

5. Affiliate Marketing เป็นลักษณะการทำตลาดที่ผู้ที่เป็นเจ้าของเว็บไซต์ได้

รับค่าคอมมิชชั่นจากการที่นำเอาผลิตภัณฑ์สินค้าหรือการบริการของผู้อื่นไปโปรโมตบนเว็บไซต์ของตนเอง และเมื่อขายสินค้าได้ก็จะได้รับค่าคอมมิชชั่น

6. Marketing Automation เป็นลักษณะการพัฒนาซอฟต์แวร์ขึ้นมา พร้อมมีฐานข้อมูลของลูกค้าอยู่ด้วย และทำให้เกิดกิจกรรมทางการตลาดได้โดยอัตโนมัติ ไม่ว่าจะเป็นทางเว็บไซต์ ทางอีเมล หรือทางโซเชียลมีเดีย

7. E-mail Marketing เป็นการทำการตลาดผ่านอีเมล ซึ่งก่อนหน้าก็เป็นที่ยอมรับมาก และเป็นการทำการตลาดถึงลูกค้าโดยตรง

หลายคนอาจมีข้อกังขาว่า แล้วจะเริ่มต้นการทำ Digital Marketing ตรงไหนดี ให้นึกดูว่า ถ้าเราเป็นลูกค้า เราอยากได้อะไร ขายสินค้าให้กับคนประเทศไหน อายุเท่าไร ต้องมีการกำหนดเป้าหมายการทำตลาดให้ชัดเจน ต้องสร้างความเข้าใจกับกลุ่มลูกค้าของเรา โดยการทำวิจัยตลาด สัมภาษณ์ลูกค้าโดยตรง แบบสอบถามต้องโฟกัสกรุป และที่สำคัญต้องมีการประเมินผล และปรับตามความเหมาะสม มีการเก็บสถิติ

สำหรับการสร้างแบบฟอร์มหรือแบบสอบถามลูกค้า นั้น ก็สามารถใช้โปรแกรมหรือบริการสำเร็จรูปออนไลน์ ในการสร้างแบบสอบถาม ซึ่งเมื่อได้ข้อมูลแล้ว ต้องไม่ลืมที่จะทำการวิเคราะห์ ศึกษาด้วยระบบต่างๆ รวมไปถึง การจัดเก็บข้อมูลลูกค้า เราสามารถใช้โปรแกรมประเภทฐานข้อมูลเข้ามาช่วย

ดังนั้น การทำ Digital Marketing ที่ดีคือ (1) มีความสอดคล้องของกลยุทธ์ทางการตลาด (2) ถูกที่ ถูกเวลา (3) ไม่จำเป็นต้องใช้เงินมาก การตลาดที่ดี ไม่จำเป็นต้องใช้เงินมาก (4) เข้าใจลูกค้า (5) จัดทำเว็บไซต์ให้ใช้งานง่าย (6) กำหนดเป้าหมายให้ชัดเจน และสุดท้าย (7) ใช้ประโยชน์จากข้อมูลอันล้ำค่าในอินเทอร์เน็ตให้มากที่สุด

คราวนี้ ต้องมาพิจารณาด้วยตัวเองว่า ถ้าเราเป็นนักบัญชี เราก็ต้องทำการตลาดเป็นด้วย ในขณะเดียวกันก็อาจเป็นนักบัญชีที่เก่งด้วยเช่นกัน ส่วนนักไอที ต้องพิจารณาด้วยตัวเองว่า เราจะเรียนอะไร ซึ่งคนที่เรียนไอทีส่วนใหญ่จะมีข้อดี และมีคุณค่าอยู่แล้ว แต่ต้องปรับเปลี่ยนประยุกต์ใช้ไอทีให้เป็นประโยชน์ และให้ถูกที่ ถูกเวลา จึงจะประสบความสำเร็จได้