

## 4 ธุรการตลาดเช่นแหวนหมั้น มองตลาดแบบทะลุทะลวง

สมาคมการตลาดแห่งประเทศไทย ร่วมกับมหาวิทยาลัยมหาดไทย จัดงานวันนักการตลาดสัญจร ที่โรงแรมบีพี แกรนด์-ทาวเวอร์หาดใหญ่ เมื่อวันที่ 22 พฤศจิกายน 2551 มีสุดยอดนักการตลาดหัวกะทิ "มานิต รัตนสุวรรณ" ที่ปรึกษากิตติมศักดิ์ สมาคมการตลาดแห่งประเทศไทย และประธานกรรมการ บริษัท มงคลเศรษฐีเอสเตท จำกัด "ดร.ลักขณา ลีละยุทธโยธิน" ประธานกรรมการบริหาร ภาคพื้นเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ "ชนิด สุวรรณพรินทร์" ผู้จัดการทั่วไป สายการตลาด บริษัท กรีนสปอต จำกัด และ "เกรียงกานต์ กาญจนะโกศิน" ประธานเจ้าหน้าที่บริหารร่วม บริษัท อินเด็กซ์ อีเวนท์ เอเจนซี จำกัด (มหาชน) มาเผยเคล็ดลับการตลาดแบบทะลุทะลวงไว้อย่างน่าสนใจ...



มานิต รัตนสุวรรณ

"มานิต รัตนสุวรรณ" ที่ปรึกษากิตติมศักดิ์ สมาคมการตลาดแห่งประเทศไทย และประธานกรรมการ บริษัท มงคลเศรษฐีเอสเตท จำกัด มองว่ากระแสเศรษฐกิจในปี 2008 จะทำให้ธุรกิจในปี 2009 น่าจะเป็นปีที่ลำบากใจ และจะต้องใช้ความระมัดระวังในการลงทุนเป็นอย่างมาก สำหรับธุรกิจไม่ว่าจะเป็น SME หรือบริษัทใหญ่สิ่งต้องระมัดระวัง คือ ต้องระวังเรื่องของการตลาดที่กำลังจะหดหายไป ระวังในเรื่องของการเงินขาดสภาพคล่อง การผลิตที่อาจต้องลดลง การบริหารภายในที่ขาด

ประสิทธิภาพ "นั่นคือต้องระวังในทุกด้าน ทั้งการผลิต การตลาด การเงิน การบริหาร การจัดซื้อ การจัดจ้าง ซึ่งปีนี้เป็นปีที่ต้องระมัดระวังให้ดี ยุทธศาสตร์ในสภาวะเศรษฐกิจที่ไม่แน่นอนเช่นนี้ การบริหารความสัมพันธ์ของลูกค้าจะมีบทบาทสำคัญอย่างมาก ต้องรู้จักรักษาลูกค้าเก่าไว้ให้ได้ การรักษาจะรักษาความซื่อสัตย์ และความภักดีต่อลูกค้า ถือว่าลูกค้าเป็นนายของเรา เป็นผู้ที่มิควรต่อเราต้องรักษาให้เกิดความภักดีต่อสินค้าของเราขององค์กรของเรา ดังตำราเล่มใหม่ได้กล่าวไว้ว่า การรักษาลูกค้าเก่าถูกกว่าการหาลูกค้าใหม่ เพราะแน่นอนกว่า" มานิตกล่าว



ดร.ลักขณา ลีละยุทธโยธิน

ขณะที่ดร.ลักขณา ลีละยุทธโยธิน ประธานกรรมการบริหาร ภาคพื้นเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ บริษัท เซเรบอส (ประเทศไทย) จำกัด เผยถึงเคล็ดลับการครองใจลูกค้าอย่างยั่งยืนซึ่งถือเป็นหลักการการบริหารการตลาดและการดึงดูดใจลูกค้าซึ่งเป็นการเสนอแนวคิดและเคล็ดลับที่ช่วยเพิ่มพูนความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งจะเน้นความสะอาด ความสบาย และเหมาะสมกับยุคสมัยโดยท่านจะนึกถึงการตลาดเปลี่ยนไปผลจากการใช้อินเทอร์เน็ตเทคโนโลยี สื่อโฆษณาที่มีมากมายแต่ได้ผลน้อยลง ผู้บริโภคยุ่ง ไม่มีเวลาเลย สภาพประชากรศาสตร์ที่เปลี่ยนแปลงไป

การแข่งขันรุนแรงขึ้นจากทั้งทางตรงและทางอ้อม (ใช้แทนคู่แข่ง) และการตลาดที่เปลี่ยนไปเราไม่สามารถจะใช้โมเดลที่เราเคยประสบความสำเร็จในอดีตอีกต่อไปการดูแลลูกค้าต้องใช้ระบบใหม่ ลูกค้าเปลี่ยนไปตลาดก็เปลี่ยนไป

นอกจากนั้น ดร.ลักขณา ยังให้แนวคิดทางการตลาดอย่างยั่งยืนในการครองใจลูกค้ากับแนวคิดที่ว่า สิ่งที่คุณเคยสำเร็จในอดีตไม่ได้แปลว่าจะสำเร็จต่อไป ดังนั้นอย่าติดกับดักความคิดครคริดนอกรอบ



ชนิด สุวรรณพรินทร์

ด้าน ชนิด สุวรรณพรินทร์ ผู้จัดการทั่วไปสายงานการตลาด บริษัท กรีนสปอต จำกัด ให้แนวคิดว่าในสภาวะเศรษฐกิจเช่นนี้ นักการตลาดจะต้องรู้ลูกค้าให้จริงก่อน ตามสถานที่ต่าง ๆ ที่จะทำให้การค้า ที่สำคัญจะต้องมีการจับประเด็นให้ได้ว่าผลิตภัณฑ์มีจุดแข็งอะไร หากจะมองเศรษฐกิจในปีหน้าจะต้องตอบโจทย์ของผู้บริโภคให้มากขึ้น ในส่วนของผลิตภัณฑ์ทางผู้ผลิตจะต้องพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพที่ดีขึ้น แต่ราคาต้องเท่าเดิม เป็นการแบ่งเบาภาระของผู้บริโภค ที่สำคัญนักลงทุนต้องอ่านเกมของเศรษฐกิจและการเมืองเนื่องจากเข้ามากระทบพฤติกรรมของผู้บริโภคไม่มากนักน้อย



เกรียงกานต์ กาญจนะโกศิน

ส่วน เกรียงกานต์ กาญจนะโกศิน ประธานเจ้าหน้าที่บริหารร่วม บริษัท อินเด็กซ์ อีเวนท์ เอเจนซี จำกัด (มหาชน) กล่าวถึงจุดเด่นและกลยุทธ์การคิดของบริษัท อินเด็กซ์ว่างานของบริษัททุกอย่างจะต้องสะดุดตาตั้งแต่แรกเห็น "เห็นแล้วจะได้อะไร" ซึ่งจะต้องเก็บรายละเอียดของงานทั้งหมด ไม่ว่าจะเล็กหรือว่าใหญ่ให้เป็นรูปแบบเดียวกัน

"การออกแบบที่ดีจะต้องนำติดตามและให้ตื่นเต้นทุกมุม กระตุ้นให้เกิดความรู้สึกมีส่วนร่วม เช่นผมชอบ

ตัวอย่างงานลองกองใต้ ซึ่งเป็นการเชื่อมโยงระหว่างลองกองกับปัญหาชายแดนใต้ให้เป็นเรื่องเดียวกัน ด้วยการปลูกจิตสำนึก ให้คนไทยรู้จักช่วยเหลือผู้เกิดปัญหาโดยมีการจัดแคมเปญ 2 รูปแบบ คือ กระตุ้นให้เกิดความรู้สึกว่าเป็นผลไม่สด นำรับประทาน และกระตุ้นให้เกิดความรู้สึกว่าเป็นผลไม้ที่สามารถแปรรูปได้ โดยใช้วิธีจุดประกายด้วยสื่อประชาสัมพันธ์ ให้เกิดการรับรู้ และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ให้รับรู้ในวงกว้าง" นั่นเป็นเพียงแง่มุมบางส่วนที่ทุกองค์กรต้องพยายามมองหาจุดเด่นและแตกต่างเพื่อสร้างการจดจำ

และทั้งหมดเป็นสิ่งที่ได้จาก 4 เซียนนักการตลาดชั้นนำ ที่นาน ๆ คนได้จะได้มีโอกาสเปิดรับข้อมูลที่น่าสนใจแบบนี้!!