

# 4นักการตลาดแนะนำปรับกลยุทธ์ 'เจาะตลาดทะลุทะลวง'สู่วิกฤติ



หลวมมอง กลยุทธ์เจาะตลาด "แบบทะลุทะลวง" จากนักการตลาดมืออาชีพ ที่ร่วมบรรยายในงานวันนักการตลาดสัญจร...ภาคใต้ ครั้งที่ 5 ซึ่งการปรับตัวในภาวะวิกฤติ โดยไม่ต้องกังวลกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น

เมื่อวันเสาร์ที่ 22 พฤศจิกายน 2551 ที่ผ่านมา สมาคมการตลาดแห่งประเทศไทย ร่วมกับ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่ จัดงานวันนักการตลาดสัญจร...ภาคใต้ ครั้งที่ 5 ณ ห้องกรุงเทพแกรนด์บอลรูม โรงแรมบีพี แกรนด์ ทาวเวอร์ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา หัวข้อ "การตลาดแบบทะลุทะลวง" ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่ทำการตลาดเข้าถึงจิตใจของลูกค้ามากขึ้น เพื่อให้ลูกค้าเข้าถึงสินค้าในธุรกิจ และจดจำสินค้าไปได้ตลอด ด้วยเพราะในปัจจุบันนี้ จะใช้เพียงกลยุทธ์การตลาดแบบเดิมๆ ไม่ได้แล้ว เพราะผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงความต้องการอยู่ตลอดเวลา ดังนั้น กลยุทธ์การตลาดแบบทะลุทะลวง จึงเป็นการตลาดที่มีความหมายมากกว่า "ความอยู่รอดของธุรกิจ"

รศ.ดร.วัน เดชพิสัย อธิการบดี มหาวิทยาลัยหาดใหญ่ เป็นผู้กล่าวต้อนรับแขกที่มาร่วมงาน โดยนายมานิต รัตนสุวรรณ ที่ปรึกษา กิตติมศักดิ์ สมาคมการตลาดแห่งประเทศไทย และประธานกรรมการ บริษัท มงคลเศรษฐีเอสเตท จำกัด เป็นผู้กล่าวเปิดงาน และบรรยายคนแรกในช่วงเช้า ในหัวข้อ "เจาะกระแสดเศรษฐกิจ 2008" ซึ่งให้เห็นถึงเทคนิคทางออกของผู้ประกอบการธุรกิจควรจะต้องปรับตัวอย่างไร ในภาวะเศรษฐกิจเช่นนี้ โดยให้ข้อคิดไว้ว่า

"คนที่อยู่น้อย อยู่อย่างระมัดระวัง จะอยู่ได้ทุกสถานการณ์ เราต้องทำตัวให้เหมือนต้นไม้ในทะเลทราย ที่อาศัยน้ำอันน้อยนิดหล่อเลี้ยงให้อยู่ได้"

นายมานิต ยังบอกว่า สถานการณ์เศรษฐกิจของประเทศไทยตอนนี้ยังไม่น่าเป็นห่วงมากถึงขนาดว่าจะทำอะไร ไม่ได้ ประเทศไทยเรายังดีกว่าที่อื่นอยู่มาก ขอเพียงให้นักธุรกิจไทยรู้จักปรับตัว เปลี่ยนแปลงกลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสมกับแต่ละสถานการณ์ ต้องรู้จักกำจัดสิ่งที่ไม่จำเป็น โดยย้ำว่า "การตลาดต้องรู้จักนำไปประยุกต์ใช้ ให้ได้กับทุกสิ่ง แล้วจะประสบความสำเร็จ"

ดร.ลักขณา ลีละยุทธโยธิน ประธานกรรมการบริหาร ภาคพื้นเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ บริษัท เซเรบอส (ประเทศไทย) จำกัด บรรยายในหัวข้อ "CRM: เคล็ดลับการครองใจลูกค้าอย่างยั่งยืน" โดยยกตัวอย่าง การแข่งขัน NBA คู่ระหว่าง ซานอันโตนิโอ สเปอรส์ กับ ลอสแอนเจลิส เลเกอร์ ซึ่งเป็นการแข่งขันที่เข้มข้นกันเพียงเสี้ยววินาที สะท้อนให้เห็นถึง ทีมเวิร์กที่ดี ความอดทน ความมุ่งมั่นที่จะชนะ และมีการวางแผนกลยุทธ์การเล่นที่ดี

ทั้งยังยกตัวอย่างภาพยนตร์ดังอย่าง เจมส์บอนด์ 007 ว่า เป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็น ถึงการรักษาสินค้าให้อยู่ในใจลูกค้าคงเอกลักษณ์ไว้ แต่ต้องเปลี่ยนให้ทันยุคทันสมัยต้องตามผู้บริโภคให้ทัน เหมือนดั่ง เจมส์บอนด์ ที่มีการเปลี่ยนตัวพระเอกผู้รับบทเจมส์บอนด์อยู่ตลอดเวลา ให้เข้ากับยุคสมัยและความร้ายกาจของผู้ร้าย แต่ก็คงรูปแบบความหล่อและเก่งไว้เสมอ

"การแก้ไขปัญหาอยู่ที่มุมมองการแก้ปัญหา แคลคิกลับกัน คิดหาวิธีใหม่ๆ ก็จะได้คำตอบในการแก้ปัญหาที่ดีได้" ดร.ลักขณา กล่าว

นายชนิด สุวรรณพรินทร์ ผู้จัดการทั่วไป สายงานการตลาด, บริษัท กรีนสปอต จำกัด ที่บรรยายในหัวข้อ "IMC: สื่อสารการตลาดอย่างไรให้โดนใจลูกค้า" ได้ยกตัวอย่างกรณีศึกษา ของนมถั่วเหลืองไวตามิลค์ ที่ได้มีการปรับปรุงสินค้าอยู่ตลอดเวลาเพื่อให้เข้าถึงลูกค้าได้ทุกเพศทุกวัย พร้อมชี้เคล็ดลับแห่งความสำเร็จว่า

"ให้สื่อสารกับลูกค้าให้เข้าใจง่ายที่สุด แต่มีวิธีการสื่อสารแตกต่างกันในลูกค้าแต่ละกลุ่ม เพราะปัจจุบันการตลาดมีความละเอียดมากขึ้น

และลูกค้าก็เลือกการบริโภคมากขึ้นด้วย ถ้าเรา รู้จักลูกค้าไม่จริง ไม่รู้จักคู่แข่งเราก็จะไม่ประสบความสำเร็จในการทำการตลาด"

ด้านนายเกรียงกานต์ กาญจนโกศล ประธานเจ้าหน้าที่บริหารร่วม บริษัท อินเด็กซ์ อีเว้นท์ เอเจนซี จำกัด (มหาชน) บรรยายในหัวข้อ "กลยุทธ์การตลาดแบบถึงลูกถึงคน" หรือ Below-the-Line Marketing Strategy ยกกรณีตัวอย่าง ของลองกองได้...ผลไม้แห่งมิตรภาพ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการใช้กลยุทธ์ที่ใช้สื่อทุกชนิดในการทำการประชาสัมพันธ์งานลองกองได้และเทคนิคที่จะทำให้งานอีเว้นท์ที่เราจะจัดเป็นกระแสให้คนทั่วไปสนใจและสร้างสิ่งที่เป็นเอกลักษณ์ให้คนจดจำได้ และความสำเร็จในการจัดงานนั้นๆ ก็จะตามมาเหมือนที่อินเด็กซ์สามารถจัดงานขายลองกองหลายพันตันได้หมดภายในวันเดียว

ด้านผู้ร่วมสัมมนาอย่าง นายลิขิต ปสนันศิริคุณ หัวหน้าแผนกส่งเสริมการตลาด บริษัท หาดใหญ่สหมอเตอร์ จำกัด (สำนักงานใหญ่) กล่าวว่า การจัดงานในวันนี้ ทำได้ดี สามารถทำให้ผู้เข้าร่วมฟังการบรรยายเข้าถึงสภาวะการตลาดในปัจจุบัน และรู้ว่าองค์กรต้องทำอะไร ในสภาวะ เศรษฐกิจเช่นนี้ ซึ่งโดยส่วนตัวแล้ว รู้สึกประทับใจ การบรรยายในช่วงบ่ายที่ คุณเกรียงกานต์ ได้ยกตัวอย่าง การจัดงานลองกองได้ เพราะได้เทคนิค เรื่องการจัดงานอีเว้นท์ให้ประสบความสำเร็จ เนื่องจากทางบริษัท หาดใหญ่สหมอเตอร์ มีการจัดงานลักษณะนี้อยู่บ่อยๆ จึงสามารถนำเทคนิคที่ได้ในวันนี้ไปประยุกต์ปรับใช้ในงานของบริษัทได้

นอกจากนี้ ยังได้แนวทางในการเตรียมตัว การวางแผนการตลาดในปีหน้าด้วย ว่า จะเป็นไปได้ในทิศทางใด ■