

ปัจจัยแห่งความสำเร็จทางการตลาด

อ่านต่อหน้า 18

กลยุทธ์IMC
กับอิทธิพล

พ.ศ.ดร.ธีรพนธ์ ไร่ทอกองคำ

teerapunl@throughtheline.co.th



หรือทำให้ปัญหาของพวกเขาหมดสิ้นไปหรือไม่อย่างไร

2. ต้องปลุกเร้าความมั่นใจของกลุ่มเป้าหมาย (Shake their confidence in what they are doing) ในขณะที่ยุทธศาสตร์ของเรากำลังได้รับความสนใจจากกลุ่มเป้าหมาย เราต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่อง

ปัจจัยแห่งความสำเร็จทางการตลาด

หากพูดถึงการทำการตลาดในปัจจุบัน คงต้องยอมรับว่าไม่ได้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายทุกครั้ง และยังเป็นภาระที่เปลี่ยนแปลงไปเรื่อยๆ โดยเปล่าประโยชน์ อย่างเช่น โฆษณาที่เราเห็นอยู่มากมายทุกหนทุกแห่งนั้น ส่วนใหญ่ไม่สามารถทำให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความสนใจได้ หรือไม่ให้อะไรที่ก่อให้เกิดการตัดสินใจได้ง่ายขึ้น อีกทั้งยังไม่ได้ช่วยให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเกิดความรู้สึกถึงการลดความเสี่ยงจนนำไปสู่การตัดสินใจซื้อสินค้าและใช้บริการในที่สุด สำหรับพื้นฐานความสำเร็จทางการตลาดนั้น มีส่วนประกอบที่สำคัญดังต่อไปนี้

1. ต้องสามารถดึงดูดความ

สนใจกลุ่มเป้าหมายได้ (Grab their attention) การเรียกร้องความสนใจด้วยพาดหัว (Headline) ที่มีประสิทธิภาพนั้น ต้องเน้นข้อความที่มีผลต่อความรู้สึก โดยข้อความดังกล่าวจะปรับเปลี่ยนไปตามประเภทของผลิตภัณฑ์หรือบริการและกลุ่มเป้าหมาย เนื้อหาควรบอกถึงประโยชน์กับกลุ่มเป้าหมาย ไม่ว่าจะเป็คุณสมบัติของสินค้า ซึ่งจะช่วยให้พวกเขาสามารถแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นได้ เช่น กำลังเป็นลิวเมือใช้สินค้านี้แล้วจะทำให้ลิวหรือลดอาการอักเสบลง หรือหันตแพทย์เตือนว่าหากฟื้นฟูแล้วไม่ได้รับการรักษาจะนำไปสู่การสูญเสียฟัน ดังนั้นการขายสินค้านี้หรือดังกล่าวจึงสามารถแก้ปัญหาหรือป้องกันสิ่งที่จะเกิดขึ้นได้ การดึงดูดความสนใจจะต้องยึดความคิดและจิตใจของกลุ่มเป้าหมายเป็นหลัก โดยดูว่าพวกเขามีแนวโน้มที่จะทำให้อตนเองได้รับความพึงพอใจ

เพื่อรักษาโอกาสที่พวกเขากำลังสนใจข่าวสารของเรา โดยทำให้พวกเขารู้สึกว่ากำลังได้รับการบริการหรือได้ใช้ผลิตภัณฑ์ ที่ดีที่สุดและคุ้มค่างกับเงินที่ต้องเสียไป และได้รับสิ่งที่น่าพอใจอย่างไม่เคยได้จากที่ไหนมาก่อน

3. ต้องสร้างความมั่นใจได้ (Build their confidence in you) ขณะที่เราสร้างความมั่นใจให้กับกลุ่มเป้าหมาย เราก็ต้องสร้างความมั่นใจให้กับตัวเองด้วย นั่นคือต้องพิสูจน์ว่า เรามีวิธีแก้ปัญหาให้กับกลุ่มเป้าหมายได้จริง และต้องมั่นใจว่ามีโอกาสประสบความสำเร็จและสินค้านั้นมีคุณสมบัติในการแก้ปัญหาให้กับพวกเขาได้ รวมทั้งแสดงให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์ของเราเป็นสิ่งที่พวกเขาสามารถพึ่งพาได้ ตลอดจนพิสูจน์ให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์ของเรามีคุณสมบัติตามที่สื่อสารไปจริง ทั้งนี้โดยการบอกว่า วิธีการของเราแตกต่างจากคู่แข่ง

อย่างไร มีหลักฐานอ้างอิงอะไรบ้างที่พิสูจน์ได้ มีเอกสารยืนยันผลการทดสอบอย่างไรบ้าง มีเปอร์เซ็นต์ของลูกค้าที่พึงพอใจ มาแสดงให้เห็น และมีบุคคลระดับมืออาชีพในสาขาของเรายืนยันหรือไม่อย่างไร เป็นต้น

4. ต้องสร้างความประทับใจด้วยการให้บริการ (Wow them with your service) ถึงแม้ว่าจะให้บริการได้ดีที่สุดหรือมีผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูงสักเพียงใด แต่ถ้าลูกค้าไม่สามารถติดต่อเราได้เมื่อเกิดปัญหาและไม่เชื่อมั่นในตัวเรา ก็หาได้มีประโยชน์ไม่ ดังนั้นเราจึงควรมีสายด่วน 24 ชั่วโมงที่จะตอบคำถามต่างๆ โดยการจัดตั้งเป็น Call Center หรือ Service Center รวมถึงลูกค้าต้องสามารถติดต่อกับเราได้โดยตรงเมื่อเกิดปัญหา นอกจากนี้ควรมีบริการแบบส่วนตัว มีช่วงเวลาให้บริการที่สะดวกหรือมีบริการจัดส่งสินค้าตามความต้องการของลูกค้าด้วย

5. ต้องขจัดปัญหาข้อโต้แย้งของลูกค้า (Address and Overcome their objections) ไม่ว่าจะทำธุรกิจอะไรก็ต้องไม่ทำให้เกิดข้อโต้แย้ง สาเหตุของข้อโต้แย้งในการซื้อสินค้าที่พบอยู่เสมอมักจะเป็นเรื่องของราคา ซึ่งเราควรจะมีเหตุผลหน้ากับลูกค้าและให้เหตุผลอธิบายถึงความคุ้มค่าในราคาดังกล่าว โดยจะต้องสร้างศรัทธาให้เกิดขึ้นก่อน พวกเขาจึงจะซื้อสินค้าถึงแม้ราคาจะสูงก็ตาม

6. ต้องขจัดความเสี่ยงด้วยการรับประกัน (Remove the obstacle of risk with your guarantee) คนส่วนใหญ่มักจะเปรียบเทียบความทนทานและระยะเวลาในการรับประกันกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ซึ่งอาจทำให้เกิดปัญหาในการขายได้ การยึดอายุการรับประกันจะเพิ่มโอกาสในการขายมากขึ้น นอกจากนี้การรับประกันยังแสดงให้เห็นว่าธุรกิจของเราน่าไว้วางใจ และเรามั่นใจในคุณภาพและบริการจึงกล้ารับประกันกับลูกค้า นอกจากนี้รายละเอียดของใบรับประกันเราต้องรับรองถึงสิทธิประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับหากมีปัญหาก่อขึ้นทั้งจากตัวผลิตภัณฑ์และการบริการ

7. ลูกค้าต้องสามารถติดต่อได้สะดวก (Make it easy to contact you) ลูกค้าต้องสามารถติดต่อกับเราได้ด้วยวิธีที่สะดวกและปลอดภัย สิ่งที่ยากที่สุดคือการให้คำปรึกษาเมื่อลูกค้าเกิดปัญหา การทดลองใช้สินค้าฟรีก็อาจจะเป็นอีกข้อเสนอหนึ่งที่จะช่วยดึงดูดความสนใจของลูกค้าได้ และในขณะที่เดียวกันก็ยังช่วยลดความเสี่ยงให้กับพวกเขาอีกด้วย

8. ความสำเร็จอันจะนำมาซึ่งยอดขายที่เพิ่มขึ้น (The Win-Win bonus pile-on) ควรมีข้อเสนอและส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าที่ซื้อในช่วงเวลาที่กำหนด โดยลูกค้าสามารถซื้อสินค้าได้ในราคาที่ถูกลงปกติ เมื่อมูลค่าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

หรือการบริการของเรามีค่ามากกว่าราคาสินค้า สิ่งที่เราจะได้รับก็คือ การขายสินค้าได้จากการที่เราทำให้ลูกค้ารู้สึกคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป

ดังนั้นจึงจะเห็นได้ว่าการออกแบบกลยุทธ์การตลาดที่มีประสิทธิภาพนั้นจะต้องมีการวางแผนจัดการที่ดี หากทำตามคำแนะนำเหล่านี้ก็จะสามารถเพิ่มอัตราการตอบสนองของลูกค้าได้ในทันทีและตามมาด้วยยอดขายที่เพิ่มขึ้น ซึ่งทั้งหมดนี้ขึ้นอยู่กับ การนำปัจจัยต่างๆ ข้างต้นไปใช้ประโยชน์ในการสร้างโปรแกรมและวิธีการทำไอเอ็มซี หากเข้าใจและประยุกต์ใช้ได้อย่างถูกต้องและเหมาะสมได้มากเท่าไร ก็จะมีโอกาสประสบความสำเร็จมากเท่านั้น แล้วพบกัน สัปดาห์หน้านะครับ! ■

เกี่ยวกับผู้เขียน

ผศ.ดร.ธีรพันธ์ โล่ห์ทองคำ เป็นนักกลยุทธ์การตลาดและวิทยากรชื่อดัง อีกทั้งยังเป็นอาจารย์พิเศษระดับบัณฑิตศึกษาของมหาวิทยาลัยชั้นนำหลายสถาบัน

ปัจจุบันดำรงตำแหน่ง ประธานกรรมการบริหาร บริษัท ธู เดอะไลน์ คอมมิวนิเคชั่นส์ จำกัด เป็นบริษัทที่ปรึกษาด้านกลยุทธ์การตลาด ไอเอ็มซี และแบรนด์ดิ้ง ให้กับตราสินค้าชั้นนำมากมาย