

บันได 7 ขั้น

ในการเขียนแผนการตลาด

โดย เพิ่มพันธ์ เนียวกุล

บริษัท อัลบาทรอส จำกัด

โทรศัพท์ 0-2934-0061-4

โทรสาร 0-2934-0065

Email: permphan@khunperm.com

การเขียนแผนการตลาดที่ดีคุณไม่จำเป็นต้องจ้างผู้เชี่ยวชาญในราคาแพง ๆ มาเขียนให้คุณเพียงแต่อย่ามองเห็นแต่ต้นไม้ คุณต้องมองทั้งป่า และจริง ๆ แล้วคุณไม่ต้องเขียนให้มันสละสลวยเลย เรามาเริ่มกันเลยดีกว่า

บ้านไต่ชั้นที่หนึ่ง

รู้จักตลาดและคู่แข่งของคุณ

ปัญหาส่วนใหญ่ของผู้ประกอบการ
หรือ เจ้าของกิจการก็คือการที่ออกสินค้า
หรือบริการที่คิดว่าดีก่อนที่จะมีการสำรวจ
ตลาดให้ดี และไม่เข้าใจความต้องการของ
ตลาดโดยแท้จริง

ผู้บริโภคจะซื้อของที่เขา **ต้องการ** และ **ไม่ใช่**
ของที่จำเป็น เพราะฉะนั้น ตลาดที่คุณ
สามารถทำกำไรได้มากที่สุดก็คือตลาดที่มี
ความต้องการสินค้าหรือบริการที่ยังมีไม่พอ
กับความต้องการของตลาด

ถ้าเราเปรียบตลาดเหมือนทะเล ซึ่งมีปลาเป็น
ล้าน ๆ ตัวแต่ถ้าเราพยายามตักปลาผิดที่หรือ
ที่ ๆ ไม่มีปลาเราก็คงจะตักปลาไม่ได้หรือเรา
ใช้เหยื่อที่ปลาไม่กินเราก็คงตักปลาไม่ได้
เช่นกัน แต่ถ้าเรารู้ว่าที่ไหนมีปลาและปลา
พวกนั้นชอบกินอะไรเราจะตักปลาตามได้
ความต้องการของเรา

ดังนั้นเพื่อให้เรารู้จักตลาดของเรา ๆ ควร
ตอบปัญหาเหล่านี้ให้ได้เสียก่อน

1. ยังมีส่วนไหนของตลาดที่เราหมายปอง
ที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองหรือไม่

2. ตลาดที่หมายปองสำหรับสินค้าหรือ
บริการของเราใหญ่พอที่เราจะ ทำกำไรได้
หรือไม่

3. เราต้องมีส่วนแบ่งเท่าไรเพื่อจะได้จุดคุ้มทุน
4. มีการแข่งขันในตลาดนี้มากจนทำให้
สินค้าหรือบริการของเราไม่น่าสนใจหรือไม่
5. สำรวจจุดอ่อนของคู่แข่งของเราเพื่อจะ
นำมาใช้เป็นข้อได้เปรียบของเรา
6. สินค้าหรือบริการของเราที่ดีอะไรและ
ทำไมผู้บริโภคจึงอยากได้

บันไดขั้นที่ สอง
เข้าใจลูกค้าของคุณ

การรู้จักลูกค้าของคุณเป็นการเริ่มต้นใน
การขายสินค้าหรือบริการของคุณ แต่
จนกระทั่งคุณรู้ว่า

1.ใครคือลูกค้าของคุณ

2.พวกเขาต้องการอะไร และ

3.อะไรกระตุ้นให้พวกเขาซื้อ

คุณถึงจะวางแผนการตลาดที่ดีได้

โปรดอย่าสับสนระหว่าง **ต้องการ** และ **จำเป็น** เพราะผู้บริโภคอาจจะไม่ซื้อสิ่งที่เขาจำเป็นแต่ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะซื้อสิ่งที่เขาต้องการ สิ่งที่น่าสนใจว่าเมื่อเราตั้งใจไปซื้อกางเกงสักตัวแต่พอเรากลับออกมาเราจะได้เสื้อ รองเท้าและอื่น ๆ ที่ไม่ได้ตั้งใจซื้อไว้เลยมากกว่า กางเกงที่เราคิดว่าเราตั้งใจและจำเป็น

ถ้าเราไปตลาดหรือ Supermarket เพื่อซื้อไข่
แต่กลับออกมาพร้อมกับขนมอื่นๆอีกมากมาย

“คนจะซื้อของที่เขาต้องการ ถึงแม้เขา
ไม่มีเงิน” และไม่ใช่สิ่งที่เขาจำเป็น

ดังนั้นเพื่อให้เรารู้จักลูกค้าเราควรถาม

ตัวเราเองว่า

1. สำหรับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของเรา

พวกเขาเคยซื้อสินค้าแบบเดียวกับของเรา

ที่ไหนบ้าง เช่น ห้าง ตลาด

2.ใครเป็นผู้มีอิทธิพลในการซื้อมากที่สุด
เช่น สามมี ภรรยา เจ้าหน้าที่จัดซื้อ เลขานุการ
ผู้จัดการโครงการ

3.โดยปกติแล้วกลุ่มเป้าหมายลูกค้าจะรับ
ข่าวสารอย่างไร เช่น โทรทัศน์
หนังสือพิมพ์ นิตยสาร

4.จุดมุ่งหมายในการซื้อของลูกค้าเพื่อ

อะไร เช่น ดูดีเท่โก้ บรรเทาความเจ็บปวด

รวย

บันไดขั้นที่สาม

เจาะจงกลุ่มเป้าหมายลูกค้าของคุณ

ถ้าคุณบอกว่า **ทุกคนเป็นกลุ่มเป้าหมาย**
ของคุณแล้วละก็ คุณจะมี **ลูกค้าเลย**
ตลาดเต็มไปด้วยคู่แข่งและถ้าคุณไม่รู้จักลูกค้า
ของคุณแล้วคุณจะไม่สามารถหาลูกค้าได้ แต่
ถ้าคุณมีกลุ่มเป้าหมาย ไม่ว่าจะเล็กขนาดไหน
และโปรดจำไว้ว่าคุณมีโอกาสจับปลาในบ่อน้ำ
มากกว่าในทะเลใหญ่

จงหากกลุ่มเป้าหมายให้พบและทุ่มเทให้มากและ
คุณอาจขยับไปกลุ่มเป้าหมายใหม่ได้ แต่คุณยัง
ไปไม่ได้จนกว่าคุณประสบความสำเร็จกับกลุ่ม
แรกก่อน **“จงหากกลุ่มเป้าหมายที่คุณรู้ว่า
สนใจสินค้าของคุณและคุณสามารถติดต่อ
พวกเขาได้ง่าย”** ต้องขอเน้นตรงนี้ เพราะหาก
คุณเลือกกลุ่มผิดแล้วคุณจะเสียทั้งเงินและเวลา

บ้านใดชั้นที่สี่ จงสร้างสื่อให้กับสินค้า
หรือบริการของคุณ

สื่อนี้ไม่เพียงแต่บอกกลุ่มเป้าหมายของคุณว่าคุณทำอะไรบ้างแต่มันยังโน้มน้าวใจกลุ่มเป้าหมายให้มาเป็นลูกค้าของคุณ
คุณควรมีสื่อสองอย่าง คือ

1. สั้น ๆ ตรงประเด็น

เพราะจะมีคนถามคุณว่า “แล้วมันคืออะไร”
คุณจะได้อธิบายให้เขาฟังต่อได้

2. สื่อเต็มรูปแบบ

เป็นการให้ข้อมูลทั้งหมดรวมทั้งเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการตลาดของคุณ และเพื่อให้สื่อของคุณน่าสนใจและน่าเชื่อถือคุณควรรวมจุดพวกนี้ไว้ด้วยถ้าเป็นไปได้

1. อธิบายปัญหาของกลุ่มเป้าหมาย
2. หากไม่แก้ไขจะมีผลเสียอะไรบ้าง
3. ชี้แจงว่าทำไมคุณคือทางออกทางเดียวที่ดีที่สุดในการแก้ปัญหาของเขา

4. ตัวอย่างและคำชมเชยที่ได้รับจาก
ลูกค้าของคุณ กรณีที่คุณเคยช่วย
แก้ปัญหาแบบเดียวกัน

5. ราคาสินค้าหรือบริการ

6. การรับประกันต่างๆ

บันไดขั้นที่ห้า

การใช้สื่อให้ถึงกลุ่มเป้าหมาย

จำได้ไหมครับว่า”จงหากลุ่มเป้าหมายที่
คุณรู้ว่าสนใจสินค้าของคุณและคุณ
สามารถติดต่อพวกเขาได้ง่าย” ตอนนี้จะ
คุณจะเข้าใจว่าทำไม คุณถึงเลือกใช้สื่อที่จะ
ติดต่อกับกลุ่มเป้าหมายเพราะนี่คือข้อมูลที่จะ
ส่งข้อมูลต่าง ๆ ไปให้กับกลุ่มเป้าหมาย การที่
เลือกสื่อนั้นต้องเลือกสื่อที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย

ได้มากที่สุด ในราคาที่ต่ำที่สุด ต่อไปนี้คือสื่อ
ต่าง ๆ ที่สามารถใช้ได้ โฆษณา หนังสือพิมพ์
โทรทัศน์ วิทยุ ซิงโครค สัมมนา ป้าย ข้อความ
ในนิตยสาร จุดก็คือต้องใช้สื่อที่เข้าถึง
กลุ่มเป้าหมายที่ถูกต้อง

บ้านไต่ขั้นที่หก

การตั้งเป้าการตลาดและเป้าหมาย

เป้าหมายการตลาดและการขายมีผลต่อ
ความสำเร็จของบริษัทเป็นอย่างมาก เราต้อง
เขียนเป้าหมายลงไปมันก็เป็นแค่ความหวัง
เท่านั้น ดังนั้นเพื่อให้การตั้งเป้าหมายมี
ประสิทธิภาพเราควรใช้ **SMART formula**
(ฉลาด) ซึ่งย่อมาจาก

- **Specific** ตั้งเป้าหมายให้ตรงประเด็นว่า
เราต้องการอะไร

- **Measurable** ตั้งเป้าหมายให้ตรวจวัดได้

- **Achievable** ตั้งเป้าหมายเท่าที่สามารถ
ทำได้

- **Realistic** ตั้งเป้าตามความเป็นจริงที่เรา
ทำได้

- **Time** ให้ระบุเวลาที่จะทำให้ชัดเจน

เมื่อเราได้ตั้งเป้าหมายเสร็จต้องแจ้งให้ทุกคนในบริษัททราบด้วยไม่ใช่เก็บไว้รู้คนเดียว
จะไม่มีประโยชน์อะไรเลย

บ้านโตขึ้นที่เจ็ด

งบบการตลาด

งบบการตลาดสามารถทำได้หลายวิธีขึ้น
อยู่กับว่าเราต้องการความละเอียดมากน้อยแค่ไหน
ไหน การเริ่มทำแบบคร่าว ๆ ก่อนและค่อย ๆ
เพิ่มรายละเอียดก็จะเป็นการเริ่มต้นที่ดีวิธีหนึ่ง
หากบริษัทได้ก่อตั้งมามากกว่าหนึ่งปีเราก็
สามารถหาต้นทุนในการหาลูกค้าต่อรายได้
หรือต้นทุนในการขายได้โดยนำเอาต้นทุนใน

การขายและการตลาดต่อหน่วยมาหารกับ
สินค้าหรือบริการที่ขายได้เราก็จะได้ต้นทุนการ
ขายและการตลาดเสร็จแล้วเราก็จะนำต้นทุนที่
ได้มาคูณกับยอดขายที่เราได้ตั้งไว้สำหรับปี
หน้าและเราก็จะได้การประมาณงบของการ
ขายและการตลาดของปีหน้า

สรุป

เสร็จแล้วครับกับการเขียน “บันได 7 ขั้น
ในการเขียนแผนการตลาด” ง่ายจริงไหมครับ
แน่นอนข้อมูลบางอย่างต้องทำการศึกษา
เพิ่มขึ้นแต่อย่าทำให้มากเกินไปเพราะจะทำให้
เราหลงทางได้ จงนำกฎ 20-80 มาใช้คือ 20%
ของผลงานมาจาก 80% จากการทำงานของเรา

จงหาเวลาที่จะใช้เขียนแผนการตลาด
เพราะแผนนี้อาจเป็นเอกสารที่สำคัญที่คุณ
และทีมงานจะใช้เปรียบเทียบกับมากที่สุดก็ได้

ขอบคุณ

และ

สวัสดีครับ