

12 นวัตกรรมเปลี่ยนโลกการตลาด (ตอน 1)

ฉัตรพงศ์ ดันติมณีวัฒน์ (kulachatrakul@gmail.com)

Chief Marketing Officer บริษัท มาร์เก็ตติ้งได้อ็อกไซด์ จำกัด

การตลาดนั้นได้รับผลกระทบจากเทคโนโลยีมาโดยตลอด ผลกระทบเหล่านั้นก่อให้เกิดผลดีต่อผู้บริโภค การก่อกำเนิดของเทคโนโลยีใหม่ๆ ส่งผลกระทบให้การดำเนินชีวิตของผู้คนเปลี่ยนไปเสมอ นวัตกรรมต่างๆ ผลักดันให้มนุษยชาติเจริญก้าวหน้าจนบรรพบุรุษเราเมื่อร้อยปีก่อนไม่อาจจินตนาการได้ วันนี้เราไปรู้จักกับ 12 นวัตกรรมที่จะเปลี่ยนแปลงอนาคตของวงการตลาดในปัจจุบันกัน

1. บริษัท Start Up ทั้งหมดจะเห่อหอมมากขึ้น การแสวงหาไอเดียใหม่ๆ จำเป็นจะต้องหาจากกลุ่มคนรุ่นใหม่ซึ่งมีไอเดียกว้างไกลและหลากหลาย แต่ด้วยความที่เป็นคนรุ่นใหม่จึงมักขาดเงินทุนในการต่อยอดและทำธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ แต่บริษัทขนาดใหญ่ซึ่งมีทุนมาก แต่ค่อนข้างอึดอ้าย ขยับตัวลำบากเมื่อจะเซ็นนวัตกรรมแต่ละครั้งออกมา หากต้องการนวัตกรรมที่สดใหม่ แหวกแนวและสามารถสร้างความแตกต่างแล้วละก็ พวกเขาจำเป็นต้องดึงผู้เชี่ยวชาญจากภายนอกมาทำงานให้และอาศัยความร่วมมืออย่างใกล้ชิดกับผู้ที่เชี่ยวชาญในสิ่งที่บริษัทใหญ่ขาดไป ซึ่งแสดงให้เห็นว่าโลกแห่งการตลาดในอนาคตจะเปลี่ยนจากการโชว์เดี่ยวของแต่ละบริษัทยักษ์ใหญ่มาเป็นโลกที่อาศัยความร่วมมือระหว่างบริษัท Startup ที่ไอเดียแจ่มแจ๋วมากขึ้น

2. ธุรกิจคือการแบ่งปัน โดยธุรกิจเหล่านี้ต่างประสบความสำเร็จเป็นอย่างดีเนื่องมาจากคนเราหันมาสนับสนุนธุรกิจที่ค้ำประกันประโยชน์สู่สังคม นักการตลาดสามารถนำความสำเร็จของธุรกิจเหล่านี้ไปประยุกต์ใช้ได้กับหลากหลายช่องทาง เช่น หากทำธุรกิจผลิตสินค้าที่มีคุณภาพดีแล้ว ก็ควรจะผลิตสินค้าให้คำนึงถึงของเหลือทิ้งให้น้อยที่สุดในกระบวนการผลิต หรือผลิตสินค้าที่สามารถ recycle แถมยังช่วยผู้บริโภคลดปริมาณขยะ ยุคนี้เป็นยุคแห่งการตระหนักถึงการย่อยที่ย่อยอาศัย การร่วมแบ่งปัน และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม หากธุรกิจคุณสามารถคืนประโยชน์ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมได้ คุณจะเห็นชัดกว่าคู่แข่งที่ยังคงใช้วิธีการผลิตสินค้าหรือให้บริการแบบเดิมๆ

3. CMO > CXO บทบาทของนักการตลาดต่อไปนี้จะเปลี่ยนจากการบริหารการตลาด มาเป็นการบริหารแบรนด์กัน เพราะว่าประสบการณ์ที่ลูกค้าได้รับจากแบรนด์คือสิ่งที่จะเป็นตัวบ่งชี้คุณค่าของแบรนด์ ข้อเท็จจริงนี้ทำให้บทบาทหน้าที่ของ Chief Marketing Officer (CMO) หรือผู้จัดการฝ่ายการตลาดเปลี่ยนจากการโฟกัสด้านยอดขายไปสู่การโฟกัสด้านประสบการณ์ที่ลูกค้าได้รับแทน CMO จึงต้องผันตัวไปเป็น Chief Experience Officer (CXO) ซึ่งก็คือผู้จัดการด้านประสบการณ์ของลูกค้า นับเป็นแนวทางการบริหารการตลาดแนวใหม่ในโลกยุคหน้า

4. ห่วงโซ่คุณค่าทางธุรกิจจะขับเคลื่อนด้วยการตลาด ในอดีตการตลาดเป็นสิ่งที่ไม่จำเป็นเพราะบางบริษัทก็อาจใช้ agency ในการดูแลด้านการตลาดให้ แต่ปัจจุบันการตลาดเริ่มมีบทบาทต่อธุรกิจ เนื่องมาจากเทคโนโลยีด้าน IT ที่พัฒนาขึ้นทำให้เรามี big data ของลูกค้าซึ่งจะมีคุณค่ามากหากนำไปวิเคราะห์ในการทำการตลาด นักการตลาดในปัจจุบันจึงมีบทบาทใหม่ที่เพิ่มขึ้นมาคือการสามารถตีความ big data และนำข้อมูลเหล่านั้นไปพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดและผลิตภัณฑ์ บทบาทด้านการวิเคราะห์ข้อมูลภายในที่เพิ่มขึ้นของนักการตลาดทำให้งานด้านการตลาดที่เป็นสายงานสำคัญที่ช่วยสร้างมูลค่าให้กับ Value Chain ของธุรกิจ

5. Out of Home Advertising (OOH) การพัฒนาของป้ายโฆษณาดิจิทัลจอหน้าจอดีไซน์ที่สามารถ interactive กับผู้ใช้ได้ ข้อดีของ Location targeted ads คือ สามารถสื่อสารและวัดผลได้อย่างชัดเจน เช่น การสื่อสารโปรโมชั่นของร้านค้าในละแวกนั้นๆ กับผู้ที่อาศัยในพื้นที่ที่สามารถเดินทางมาซื้อได้และสามารถวัดผลว่าโปรโมชั่นแต่ละอันเหมาะกับพื้นที่ไหนบ้าง ซึ่งนำไปสู่การวางกลยุทธ์และการจัดสรรงบประมาณการตลาดได้ดีขึ้น

6. ปฏิวัติวงการเกมส์ เกมส์นอกจากจะให้ความบันเทิงแก่ผู้คนแล้วปัจจุบันกลายมาเป็นเครื่องมือการตลาด ที่ทำให้ผู้คนผูกติดอยู่กับตัวเกมส์ (engagement) และแอบแฝงโฆษณา (tie-in) ivo อย่างเหลือชั้น โดยอาศัยคุณสมบัติของเทคโนโลยีลูกผสมระหว่างแนวคิดเรื่อง location-based service, augmented reality Massive Multiplayer Online Role-Playing Game (MMORPG) ที่ใช้มือถือเป็นอุปกรณ์ในการเล่นมากกว่าอุปกรณ์คอนโซลแล้ว

7. Internet of Things (IOT) “โลกจะเชื่อมโยงทุกสิ่งทุกอย่างเข้าด้วยกันโดยอินเทอร์เน็ต” รถยนต์ในปัจจุบันเชื่อมต่อด้วยเทคโนโลยี Wi-Fi ตลอดเวลา トラバドที่อุปกรณ์เหล่านี้ยังเชื่อมต่อได้ ชีวิตคนเราก็จะดำเนินได้อย่างราบรื่นเพราะเหล่าอุปกรณ์อัจฉริยะจะคอยจัดการเรื่องต่างๆ แทนเรา เช่น จอตัวเครื่องบิน คั้นหาร้านอาหารที่ต้องการ แจ้งเตือนการนัดหมาย ดังนั้นในโลกยุคที่อินเทอร์เน็ตแบนด์วิธค่าต่างๆ จึงควรหันมาทบทวนว่าจะใช้อินเทอร์เน็ตในการทำตลาดอย่างไรให้เกิดประโยชน์สูงสุด (อ่านต่อฉบับหน้า)
