

อย่าเพิ่งสร้าง Customer Profile ถ้ายังไม่ได้ทำสิ่งนี้

เพราะลูกค้าของคุณอาจจะไม่มีจริง

หลาย ๆ ธุรกิจสามารถอธิบาย “Ideal Customer” ของตัวเองได้ภายในประโยคเดียว ชัดเจนและเป็นเหตุเป็นผล แถมยังดูเหมือนจะพร้อมนำไปใช้วางกลยุทธ์ได้ทันที แต่ในความเป็นจริง ลูกค้า Ideal Customer แบบนี้นั้นจำนวนไม่น้อยกลับไม่ได้ “มีอยู่จริง” ในแบบที่ธุรกิจสามารถเข้าถึง สื่อสาร หรือสร้างยอดขายได้ นี่คือจุดที่หลายแบรนด์เริ่มมีปัญหาโดยไม่รู้ตัว ทั้งที่สินค้าไม่ได้แย กลยุทธ์การตลาดก็ดี แต่สิ่งที่ผิดพลาดคือ “คนที่พยายามจะขายให้” ไม่ได้มีตัวตนในโลกจริงอย่างที่คิด

1. คุณสามารถระบุคนจริงได้ ไม่ใช่แค่คำอธิบาย การบอกว่าคุณเป้าหมายคือ “ผู้หญิงวัยทำงานที่รักสุขภาพ” เป็นเรื่องง่าย แต่การหา “ตัวตนจริง” ของคนกลุ่มนั้นให้เจอ กลับยากกว่ามาก ลองทดสอบง่าย ๆ ด้วยการเข้าแพลตฟอร์มอย่าง LinkedIn แล้วตั้งเวลา 20 นาที เพื่อค้นหาคนที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายของคุณให้ได้ 50 คนแบบเบี๊ยะ ๆ ไม่ใช่ใกล้เคียง แต่ต้องตรงจริง หากคุณสามารถรวบรวมรายชื่อ โปรไฟล์ และตัวตนที่ชัดเจนได้อย่างรวดเร็ว

2. พวกเขาเคยพูดถึงปัญหานั้นด้วยตัวเองหรือไม่ ในโลกของการตลาด “การคาดเดา” คือความเสี่ยงที่ใหญ่ที่สุด สิ่งที่ยังดูสมเหตุสมผล ไม่ได้แปลว่าลูกค้ารู้สึกแบบนั้นจริง สิ่งที่ต้องมองหาคือ “ภาษาจริง” ของลูกค้า ไม่ว่าจะเป็น Post Comment Review หรือบทสนทนาที่พูดถึงปัญหานั้นด้วยตัวเองอย่างชัดเจน ถ้าไม่สามารถหาใครสักคนที่กำลังบ่น หรือแสดงความไม่พอใจในเรื่องที่สินค้าของคุณแก้ได้เลย

3. พวกเขาพร้อมจะคุยเรื่องนี้ “ตอนนี้” หรือไม่ ความสนใจเป็นสิ่งสร้างภาพได้ แต่ “เวลา” เป็นสิ่งที่ปลอมไม่ได้ หากมีคนยอมสละเวลาเพียง 15 นาทีเพื่อพูดคุยเกี่ยวกับปัญหา นั่นสะท้อนว่ามันมีความสำคัญต่อชีวิตของเขาจริง ลองติดต่อกลุ่มเป้าหมายขนาดเล็ก แนะนำตัวสั้น ๆ และขอเวลาพูดคุยแบบไม่เป็นทางการ

4. พวกเขาเคยพยายามแก้ปัญหาที่มาก่อนหรือไม่ โดยธรรมชาติ คนเราจะไม่จ่ายเงินเพื่อแก้ปัญหาที่ไม่เคยพยายามแก้มาก่อน หากปัญหานั้นสร้างความไม่สบายใจจริง ก็จะมีแรงจูงใจทำ ไม่ว่าจะลองใช้เครื่องมือหา Solution หรือสร้างวิธีแก้เฉพาะตัว ความพยายามเหล่านี้คือสัญญาณที่ชัดเจนของ “Painpoint” ที่แท้จริง

5. คุณสามารถอธิบายพวกเขาได้ โดยไม่พูดถึงสินค้า ลองตั้งโจทย์ง่าย ๆ ว่า ให้แบรนด์อธิบายลูกค้าเป้าหมายใน 1 ประโยค โดยห้ามพูดถึงสินค้าของตัวเอง Focus ที่ “ตัวตน” สถานการณ์ที่เป็นอยู่ และสิ่งที่กำลังเกิดขึ้นในชีวิต คำอธิบายที่ดีจะรู้สึกเฉพาะเจาะจง และมีภาพชัดเจน แต่ถ้าคำอธิบายนั้นต้องพึ่งพาสินค้า แปลว่าแบรนด์กำลังอธิบาย “การใช้งาน” ไม่ใช่ “คน” และในโลกจริง คนคือคนที่ตัดสินใจ ไม่ใช่ use case

6. พวกเขามีอำนาจในการตัดสินใจหรือไม่ ต่อให้ใครบางคนสนใจสินค้าแบรนด์มากแค่ไหน ก็ไม่ได้แปลว่าจะซื้อได้ มี 2 ปัจจัยสำคัญที่ต้องพิจารณา คือ งบประมาณ และอำนาจในการตัดสินใจ ว่าสามารถจ่ายเงินได้จริงหรือไม่ และสามารถตัดสินใจได้เอง หรือยังต้องรอคนอื่นอนุมัติ หากทุกบทสนทนาจบลงที่ “ต้องขอถามหัวหน้าก่อน” นั่นอาจหมายความว่าลูกค้ากำลังคุยกับคนผิดระดับ ธุรกิจที่เติบโตได้ ต้องเข้าถึง “คนที่ตัดสินใจ” ไม่ใช่แค่ “คนที่สนใจ”

(ที่มา : MarketingOops!)

บริษัท เจแพคส์ (ไทยแลนด์) จำกัด
JAPACK'S (THAILAND) COMPANY LIMITED

ประกาศ

บริษัท เจแพคส์ (ไทยแลนด์) จำกัด

ขอประกาศให้ทราบทั่วกันว่าที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ประจำปี 2559 ของบริษัท เจแพคส์ (ไทยแลนด์) จำกัด เมื่อวันที่ 28 เมษายน 2569 ได้มีมติพิเศษให้ลดทุนจดทะเบียนของบริษัท จาก สิบล้านบาท (10,000,000) ลงเหลือห้าล้านบาท (5,000,000) โดยการลดจำนวนมูลค่าหุ้นจากเดิม มูลค่าหุ้นละ หนึ่งร้อยบาท (100) ลงเหลือ มูลค่าหุ้นละ ห้าสิบบาท (50)

ฉะนั้น หากผู้ใดจะคิดคำนวณมูลค่าหุ้นนี้ ขอให้ยึดมูลค่าหุ้นต่อบริษัท ณสำนักงานของบริษัท เลขที่ 5 ซอยบางกระเจี๊ว 35/1 ถนนบางกระเจี๊ว แขวงสามต้น เขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร ภายในกำหนด 30 วัน นับแต่วันที่ประกาศนี้เป็นต้นไป

ประกาศ ณ วันที่ 8 พฤษภาคม 2569

ลงชื่อ - นายพีรภัฏ จงอภัยกุล - กรรมการ
(นายพีรภัฏ จงอภัยกุล)ลงชื่อ - นายชวรงค์ ดุลยโณมศ - กรรมการ
(นายชวรงค์ ดุลยโณมศ)

Page 1/1

ประกาศเลิกห้างหุ้นส่วนจำกัด

มั่งมี เทียบพร้อม

ทะเบียนเลขที่ 0603568000673

ขอประกาศให้ทราบโดยทั่วกันว่าที่ประชุมผู้ถือหุ้นส่วน ของ มั่งมี เทียบพร้อม ได้ตกลงให้เลิกห้างหุ้นส่วนนี้ ตั้งแต่วันที่ 25 เมษายน 2569 เป็นต้นไป

จึงประกาศให้บรรดาลูกหนี้และเจ้าหนี้ทั้งหลายของห้างหุ้นส่วนฯ นี้ ได้โปรดติดต่อชำระหนี้หรือยื่นคำฟ้องต่อข้าพเจ้า ณ สำนักงานของผู้ชำระบัญชีเลขที่ บ้านเลขที่ 29 ถนนจรัญสนิทวงศ์ 3 ซอยแสง อ.สุเมธ อ.นครสวรรค์ 60120 ภายในกำหนด 7 วัน นับแต่วันประกาศเป็นต้นไป

ประกาศ ณ วันที่ 08 พฤษภาคม 2569

(นายเสกสรรค์ ชำนาญเพชร)

ผู้ชำระบัญชี



แบบ พ.๒

หนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียน
ตามพระราชบัญญัติจดทะเบียนการพิมพ์ พุทธศักราช ๒๕๕๐

เลขทะเบียน ๙๙๙ ๕๕๕ ๒๘๖๐

หนังสือสำคัญนี้ออกให้ไว้เพื่อแสดงว่า บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด โดย นางสาวพรพรรณ เตชานุวัตร์
เลขประจำตัวประชาชน ๓ ๑๐๐๘ ๐๐๖๖๔ ๙๓ ๖ เชื้อชาติ ไทย สัญชาติ ไทย อายุ ๓๕ ปี อาชีพ นักธุรกิจ
ถิ่นที่อยู่บ้านเลขที่ ๔๖๗/๔ หมู่ที่ - ซอย - ถนน บางแวก
แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานคร
เป็น เจ้าของ หนังสือพิมพ์ชื่อ Prakard365 ประกาศ365

มีวัตถุประสงค์ เพื่อเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับ ด้านเศรษฐกิจ ธุรกิจ บัญชี สังคม และลงประกาศ

ภาษาที่หนังสือพิมพ์จะออก ภาษาไทยชนิดของหนังสือพิมพ์ที่ออก เป็นแผ่นระยะเวลาที่ออกหนังสือพิมพ์ รายวันชื่อสำนักงานของหนังสือพิมพ์ บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัดตั้งอยู่ ณ ที่ - เลขที่ ๔๖๗/๑ หมู่ที่ - ซอย -
ถนน บางแวก แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานครชื่อสำนักงานของผู้โฆษณา บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัดตั้งอยู่ ณ ที่ - เลขที่ ๔๖๗/๑ หมู่ที่ - ซอย -
ถนน บางแวก แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานครชื่อโรงพิมพ์ที่พิมพ์ บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัดตั้งอยู่ ณ ที่ - เลขที่ ๔๖๗/๑ หมู่ที่ - ซอย -
ถนน บางแวก แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานคร

หนังสือพิมพ์ฉบับนี้ นางสาวพรพรรณ เตชานุวัตร์ เป็นผู้พิมพ์
นางสาวพรพรรณ เตชานุวัตร์ เป็นผู้โฆษณา
นางสาวพรพรรณ เตชานุวัตร์ เป็นบรรณาธิการ
บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด เป็นเจ้าของกิจการหนังสือพิมพ์

ออกให้ตั้งแต่ วันที่ ๑๗ เดือน พฤษภาคม พุทธศักราช ๒๕๖๐

(ลงชื่อ)

นางสาวกนกอร ศักดาเดช

ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดแห่งชาติ

พนักงานเจ้าหน้าที่จดทะเบียนการพิมพ์สำหรับจังหวัด กรุงเทพมหานคร