

ทำไม Buyer Persona ถึงใช้ไม่ได้ผลอีกต่อไป และนักการตลาด ควรคิดใหม่อย่างไร

บนกระดาษ ทุกอย่างดูเป็นระบบและน่าเชื่อถือ แต่ในความเป็นจริง หลายองค์กรกลับแทบไม่หยิบ Persona เหล่านั้นมาใช้อีกหลังจากสร้างเสร็จไม่นาน ปัญหาไม่ได้อยู่ที่แนวคิดของ Persona แต่ปัญหาอยู่ที่วิธีการสร้างมันขึ้นมา หลายครั้ง Buyer Persona ถูกสร้างขึ้นจากการนั่งประชุมในห้องประชุม ทีมการตลาด ทีมขาย หรือผู้บริหารช่วยกันจินตนาการว่าลูกค้าน่าจะเป็นคนแบบไหน แล้วนำข้อมูลจากประสบการณ์ส่วนตัว ความเห็นจากทีมขาย และผลสำรวจเล็ก ๆ มาผสมกัน สุดท้ายก็กลายเป็น Profile ลูกค้าที่ดูสมบูรณ์แบบ แต่ความจริงคือ ลูกค้าไม่ได้ตัดสินใจซื้อสินค้าเพราะพวกเขาตรงกับ “Profile” ที่องค์กรสร้างขึ้น ลูกค้าตัดสินใจจาก “ปัญหา” ที่กำลังเผชิญอยู่ในเวลานั้น ตัวอย่างเช่น Persona ที่ระบุว่า “หัวหน้าฝ่ายการตลาดของบริษัทขนาดกลางที่ต้องการการเติบโต” อาจฟังดูชัดเจน แต่ในโลกจริง คนหลายพันคนสามารถตรงกับคำอธิบายนี้ได้ และแต่ละคนก็มีเหตุผลในการซื้อที่แตกต่างกันอย่างสิ้นเชิง บางคนกำลังพยายามเพิ่มประสิทธิภาพโฆษณาออนไลน์ บางคนถูก CEO กดดันให้พิสูจน์ผลตอบแทนจากการตลาด บางคนต้องการลดอัตราการยกเลิกบริการของลูกค้า บางคนกำลังมองหาเครื่องมือใหม่ เพราะทีมงานไม่อยากจะใช้ระบบเดิมอีกต่อไป แม้จะอยู่ในตำแหน่งเดียวกัน แต่ “สถานการณ์” ที่พวกเขาเผชิญต่างกันอย่างมาก และนั่นคือสิ่งที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อจริง ๆ นี่คือเหตุผลที่ Persona แบบดั้งเดิมเริ่มใช้ไม่ได้ผล เพราะมันมักอธิบายเพียงว่า “ลูกค้าเป็นใคร” แต่ไม่ได้อธิบายว่า “ลูกค้ากำลังเจออะไร” อีกปัญหาสำคัญคือ หลายองค์กรยังยึดติดกับข้อมูลเชิงประชากรศาสตร์มากเกินไป ไม่ว่าจะเป็นอายุ เพศ หรือสถานที่อยู่ ทั้งที่ในโลก B2B ปัจจัยเหล่านี้แทบไม่ได้มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเท่ากับ “แรงกดดัน” หรือ “บริบท” ที่ลูกค้ากำลังเผชิญ

ผู้บริหารการตลาดที่กำลังถูกบีบจากยอดขาย จะมีพฤติกรรมต่างจากผู้บริหารที่แค่อยากทดลองเครื่องมือใหม่ เพราะความสนใจส่วนตัว แม้ทั้งคู่จะมีตำแหน่งเดียวกันก็ตาม สิ่งที่สำคัญกว่าคือคำถามเหล่านี้ อะไรคือจุดที่ทำให้ลูกค้าเริ่มมองหา Solution ใหม่ พวกเขากังวลเรื่องอะไร อะไรคือความเสี่ยงที่ทำให้ยังไม่กล้าตัดสินใจ และผลลัพธ์แบบไหนที่จะทำให้พวกเขา รู้สึกว่าการลงทุนครั้งนี้คุ้มค่า เมื่อการตลาดเริ่มเข้าใจ “แรงผลักดัน” เหล่านี้ Message ของแบรนด์จะเจือปนมากขึ้นทันที เพราะไม่ได้พูดกับตำแหน่งงาน แต่พูดกับปัญหาที่ลูกค้ารู้สึกอยู่จริง อีกเหตุผลที่ Persona จำนวนมากล้มเหลว คือองค์กรจำนวนไม่น้อยมองมันเป็น “เอกสารถาวร” เมื่อสร้างเสร็จแล้วก็เก็บไว้ใช้นานหลายปี ทั้งที่ตลาดเปลี่ยนเร็ว พฤติกรรมผู้ซื้อเปลี่ยนเร็ว เทคโนโลยีใหม่เกิดขึ้นตลอด และคู่แข่งก็เปลี่ยนเกมอยู่เสมอ Persona ที่สร้างเมื่อปีที่แล้ว อาจไม่สะท้อนความจริงของลูกค้าในปีนี้อีกต่อไป ความเข้าใจลูกค้าที่มีประสิทธิภาพจริง จึงไม่ใช่สิ่งที่สร้างครั้งเดียวแล้วจบ แต่ต้องถูกอัปเดตตลอดเวลา ผ่านการสัมภาษณ์ลูกค้า การวิเคราะห์ดีลขาย รวมถึง Feedback จากทีม Customer Success และทีมขายที่พูดคุยกับลูกค้าทุกวัน นอกจากนี้ Persona ยังมีข้อจำกัดอีกอย่าง คือมักไม่เชื่อมโยงกับ “พฤติกรรมการซื้อจริง”

(ที่มา : MarketingOops!)



ประกาศสำนักงานคณะกรรมการกำกับกิจการพลังงาน
เรื่อง การรวมกิจการระหว่าง บริษัท สลิตไฟฟ้า จำกัด (มหาชน)
กับ บริษัท เพทวอร์ โกลด์ส์ (ประเทศไทย) จำกัด

ด้วย บริษัท สลิตไฟฟ้า จำกัด (มหาชน) (บจ. สลิตไฟฟ้า) มีสำนักงานใหญ่อยู่เลขที่ ๒๒๒ อาคารเอ็กโก ชั้นที่ ๑๔, ๑๕ ถนนพหลโยธิน แขวงทุ่งสองห้อง เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร รหัสไปรษณีย์ ๑๐๒๑๐ ซึ่งเป็นผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการพลังงานตามพระราชบัญญัติการประกอบกิจการพลังงาน พ.ศ. ๒๕๕๐ และเป็นผู้มีอำนาจควบคุมผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการพลังงาน จำนวน ๑๖ บริษัท ขนาดกิจการผลิตพลังงาน ๕,๕๒๗.๕๔๕ เมกะวัตต์ รายละเอียดปรากฏตามเอกสารหมายเลข ๑ แนบท้ายประกาศนี้ ประกาศจะเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการถือหุ้นในผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการพลังงาน จำนวน ๒ ราย ได้แก่ บริษัท บ้านโป่ง พูทีลีส จำกัด (บจ. บ้านโป่ง) และบริษัท คลองหลวง พูทีลีส จำกัด (บจ. คลองหลวง) โดย บมจ. สลิตไฟฟ้า เป็นผู้ถือหุ้นโดยตรงใน บจ. บ้านโป่ง และ บจ. คลองหลวง ในอัตราส่วนร้อยละ ๑๐๐

บริษัท เพทวอร์ โกลด์ส์ (ประเทศไทย) จำกัด (บจ. เพทวอร์) มีสำนักงานใหญ่อยู่เลขที่ ๓๔๔ อาคารเอ็กโกเจเน ทาวเวอร์ ชั้น ๒๐ ห้องเลขที่ ๒๐๐๓ ถนนสุขุมวิท แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร รหัสไปรษณีย์ ๑๐๑๑๐ ซึ่งเป็นผู้มีอำนาจควบคุมผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการพลังงาน จำนวน ๑๐ บริษัท ขนาดกิจการผลิตพลังงานรวม ๕,๓๔๔.๕๒๒ เมกะวัตต์ รายละเอียดปรากฏตามเอกสารหมายเลข ๒ แนบท้ายประกาศนี้ มีความประสงค์จะเข้าถือหุ้นใน บจ. บ้านโป่ง และ บจ. คลองหลวง จาก บจ. สลิตไฟฟ้า ในอัตราส่วนร้อยละ ๔๔ ส่งผลให้ บจ. เพทวอร์ มีฐานะเป็นผู้มีอำนาจควบคุมผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการพลังงานเพิ่มขึ้นจำนวน ๒ บริษัท รวมทั้งหมด ๑๒ บริษัท ขนาดกิจการผลิตพลังงานรวม ๕,๖๐๗.๙๙๒ เมกะวัตต์

การเข้าถือหุ้นของ บจ. เพทวอร์ จึงเข้าเป็นกรรมกรกิจการตามความหมายของระเบียบ กพ. ว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการรวมกิจการและถือหุ้นในกิจการพลังงาน พ.ศ. ๒๕๖๕ โดยสำนักงานคณะกรรมการกำกับกิจการพลังงาน (สำนักงาน กพ.) ได้ตรวจสอบคุณสมบัติผู้ร่วมกิจการดังกล่าวแล้ว เห็นว่า เป็นผู้มีความเหมาะสมจะเข้าเป็นกรรมกรกิจการร่วมกิจการดังกล่าวได้ จึงออกคำสั่งให้รวมกิจการตามใบอนุญาตประกอบกิจการพลังงาน พ.ศ. ๒๕๕๑ และที่แก้ไขเพิ่มเติม

ทั้งนี้ เพื่อให้เป็นไปตามระเบียบคณะกรรมการกำกับกิจการพลังงานว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการรวมกิจการและถือหุ้นในกิจการพลังงาน พ.ศ. ๒๕๖๕ สำนักงาน กพ. จึงขอประกาศให้ทราบโดยทั่วกัน โดยให้ประชาชนและผู้ที่เกี่ยวข้องได้รับผลกระทบ สามารถแสดงความคิดเห็นต่อคณะกรรมการตามใบอนุญาตประกอบกิจการพลังงานดังกล่าวได้ที่ใบอนุญาตการประกอบกิจการพลังงาน สำนักงาน กพ. เลขที่ ๑๑๔

/ ยศพร...

๒๒๒

- ๒ -

อาคารจัตุรัสจามจุรี ชั้น ๑๔ ถนนพหลโยธิน แขวงทุ่งนพวัน กรุงเทพมหานคร รหัสไปรษณีย์ ๑๐๓๓๐
หรือโทรศัพท์ ๐ ๒๖๐๗ ๓๘๐๖ หรือ www.erc.or.th ภายใน ๑๕ วัน นับแต่วันที่ยกประกาศเป็นต้นไป

ประกาศ ณ วันที่ ๙ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๖๙

(นายสุเทพ วัฒนศิริ วัฒนศิริ)
(นายสุเทพ วัฒนศิริ วัฒนศิริ)

เลขาธิการสำนักงานคณะกรรมการกำกับกิจการพลังงาน

๒๒๒



WUJ 94.103

หนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียนการพิมพ์
ตามพระราชบัญญัติจดทะเบียนการพิมพ์ พุทธศักราช ๒๔๕๐

เลขทะเบียน ๙๙๙๘๕ / ๒๖๖๐

หนังสือสำคัญนี้ออกให้ไว้เพื่อแสดงว่า บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด โดย นางสาวพรพรรณ เตชาวรศิริ
เลขประจำตัวประชาชน ๓ ๑๐๘ ๐๐๖๖๔ ๔๓ 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

วัตถุประสงค์ เพื่อเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับ ด้านเศรษฐกิจ ธุรกิจ บัญชี สังคม และลงประกาศ

ภาษาที่หนังสือพิมพ์จะออก _____ ภาษาไทย

ชนิดของหนังสือพิมพ์ที่ออก _____ เป็นแผ่น

ระยะเวลาที่ออกหนังสือพิมพ์ _____ รายวัน

ชื่อสำนักงานของหนังสือพิมพ์ _____ บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด

ตั้งอยู่ ณ ที่ - เลขที่ ๔๖๗/๑ หมู่ที่ - ซอย -

ถนน _____ บางแวก _____ แขวง / ตำบล _____ บางไผ่ _____ เขต / อำเภอ _____ บางแค _____ จังหวัด _____ กรุงเทพมหานคร _____

ชื่อสำนักงานของผู้นโยชนา _____ บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด

ตั้งอยู่ ณ ที่ _____ เลขที่ _____ หมู่ที่ _____ - _____ ซอย _____ - _____

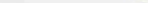
ถนน _____ แขวง / ตำบล _____ บางไผ่ _____ เขต / อำเภอ _____ บางแค _____ จังหวัด _____ กรุงเทพมหานคร _____

ชื่อโรงพยาบาลที่พิมพ์ _____ บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด

ตั้งอยู่ ณ ที่ _____ เลขที่ _____ หมู่ที่ _____ - ขอบ _____ -

ถนน _____ แขวง / ตำบล _____ บางใหญ่ _____ เขต / อำเภอ _____ บางแค _____ จังหวัด _____ กรุงเทพมหานคร _____

นางสาววรรณพร เตชาวัตร์	เป็นผู้พิมพ์
นางสาววรรณพร เตชาวัตร์	เป็นผู้โฆษณา
นางสาววรรณพร เตชาวัตร์	เป็นบรรณาธิการ
บริษัท ชัมเมอร์รี่ จำกัด	เป็นเจ้าของกิจการหนังสือพิมพ์

ออกให้ตั้งแต่ วันที่ ๑๖ เดือน พฤษภาคม พุทธศักราช ๒๕๖๐
(ลงชื่อ) 

(นางสาวกนกอร ศักดาเดช)

ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดแห่งชาติ

พนักงานเจ้าหน้าที่จัดแจ้งการพิมพ์สำหรับจังหวัด กรุงเทพมหานคร

