

เมื่อ Marketing ไม่ได้แค่สร้างยอดขาย แต่เป็นที่ทำให้เจอปัญหาธุรกิจเป็นที่แรก

หลายธุรกิจมักมองการตลาดเป็นเพียงเครื่องมือสำหรับสร้างยอดขาย เพิ่มการรับรู้ หรือทำให้แบรนด์เป็นที่รู้จัก แต่ในความเป็นจริงแล้ว การตลาดมีบทบาทที่ลึกกว่านั้น เพราะเป็นที่แรกที่ทำให้ “ปัญหาภายในธุรกิจ” ถูกสะท้อนออกมาให้เห็น เช่น เว็บไซต์ที่สื่อสารไม่ชัด แคมเปญที่ดึงดูดลูกค้าไม่ตรงกลุ่ม หรือ Content ที่ดูดีแต่ไม่สร้างความเชื่อมั่น อาจไม่ได้เป็นเพียงปัญหาของงานการตลาดเท่านั้น แต่อาจเป็นสัญญาณว่าธุรกิจยังไม่ได้ตัดสินใจบางอย่างให้ชัดเจน ทั้งเรื่องกลุ่มลูกค้า คุณค่าของแบรนด์ จุดแข็งของสินค้า หรือทิศทางที่ธุรกิจกำลังเดินไป นี่คือเหตุผลว่าทำไม Marketing Audit ที่ดี ไม่ควรหยุดอยู่แค่การตรวจสอบผลงานที่มองเห็น แต่ต้องย้อนกลับไปดูว่า “การตัดสินใจทางธุรกิจอะไร” ที่ทำให้สิ่งเหล่านั้นเกิดขึ้น เมื่อเจ้าของธุรกิจเปิดหน้าเว็บไซต์ อ่าน Comment หรือดู Campaign ของตัวเอง แล้วพบว่าต้องคอยอธิบายเพิ่มเติมในใจอยู่เสมอ เช่น “ตรงนี้ต้องเล่าเพิ่มว่าเราต่างจากคู่แข่งอย่างไร” หรือ “ลูกค้าน่าจะเข้าใจผิดเรื่องนี้” นั่นคือสัญญาณสำคัญ เพราะเมื่อการตลาดต้องพึ่งพาคำอธิบายจากเจ้าของธุรกิจมากเกินไป แปลว่าข้อมูลสำคัญที่ควรอยู่ในแบรนด์ อาจยังไม่ได้ถูกถ่ายทอดออกมาอย่างชัดเจน ภายนอกธุรกิจอาจดูเหมือนทุกอย่างยังดำเนินไปได้ เว็บไซต์ยังใช้งานได้ แคมเปญยังมีรายงานผลลัพธ์ ทีมงานยังทำงานต่อเนื่อง แต่ปัญหาอาจอยู่ในจุดที่ละเลียดกว่า นั่นคือ การตลาดไม่ได้สะท้อนความเป็นจริงของธุรกิจได้อย่างเต็มที่อีกต่อไป Marketing Audit จึงควรเริ่มจากคำถามง่าย ๆ ว่า “อะไรคือสิ่งที่ธุรกิจอยากให้ตลาดเข้าใจ แต่วันนี้ยังสื่อสารออกไปไม่ได้” เพราะทุกชิ้นงานทางการตลาด ไม่ว่าจะเป็นหน้าเว็บไซต์ โฆษณา หรือ Case Study ไม่ใช่แค่เครื่องมือสื่อสาร แต่เป็นตัวแทนของความเชื่อเกี่ยวกับลูกค้า สินค้า และคุณค่าที่แบรนด์ต้องการนำเสนอ

เมื่อพื้นฐานเหล่านี้ยังไม่ชัด งานการตลาดก็จะเริ่มแบกรับความไม่แน่นอนแทนธุรกิจ หนึ่งในจุดที่เห็นได้ชัดคือเรื่องคุณภาพของลูกค้าที่เข้ามา หลายธุรกิจอาจเริ่มแก้ปัญหาด้วยการเปลี่ยนช่องทางโฆษณา เพิ่มงบประมาณ หรือหาวิธีสร้าง Lead ให้มากขึ้น แต่บางครั้งปัญหาไม่ได้อยู่ที่ช่องทาง แต่อยู่ที่ธุรกิจยังไม่ได้กำหนดอย่างชัดเจนว่า “ลูกค้าแบบไหนคือโอกาสที่มีคุณค่า” ฝ่ายขายอาจรู้ว่าลูกค้าประเภทไหนเหมาะกับธุรกิจ ลูกค้ากลุ่มไหนมีโอกาสซื้อสูง หรือกลุ่มไหนสร้างต้นทุนในการดูแลมากเกินไป แต่ความเข้าใจเหล่านั้นมักอยู่ในประสบการณ์ของทีมขาย ไม่ได้ถูกนำกลับมาเป็นหลักเกณฑ์ในการทำการตลาด ผลลัพธ์คือแบรนด์ยังคงสื่อสารแบบเดิม และดึงดูดลูกค้าแบบเดิม แม้ว่าภายในธุรกิจจะรู้แล้วว่าควรเปลี่ยน ปัญหาเดียวกันนี้เกิดขึ้นกับเว็บไซต์หรือข้อความของแบรนด์ที่แก้ไขไม่จบ บางครั้งไม่ใช่เพราะนักเขียนหรือทีมการตลาดทำงานไม่ดี แต่เพราะ Positioning ของธุรกิจยังไม่ถูกกำหนดอย่างชัดเจน เมื่อจุดยืนของแบรนด์ยังไม่ชัด ทุกประโยคจะกลายเป็นคำถาม ทุกข้อความต้องกลับมาแก้ และทุกครั้งที่แก้ไขก็เป็นเพียงการแก้ปัญหาที่ปลายเหตุ Marketing Audit ที่มีประสิทธิภาพจึงต้องมองจากสิ่งที่เห็น กลับไปหาต้นเหตุ และค่อยกลับมาสู่แนวทางการตลาดอีกครั้ง บางครั้งคำตอบอาจเป็นเรื่องเล็ก เช่น หน้าเว็บไซต์ที่ต้องปรับ วิธีย่อยที่ต้องเปลี่ยน หรือข้อมูลบางอย่างที่ต้องเพิ่มเข้าไป แต่บางครั้งสิ่งที่ต้องแก้จริง ๆ คือการตัดสินใจระดับธุรกิจที่ล้าหลังไปแล้ว

(ที่มา : MarketingOops!)



แบบ พ.๒

หนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียน
ตามพระราชบัญญัติจดทะเบียน พุทธศักราช ๒๕๕๐

เลขทะเบียน ๘๘๘๕๖๒๘๖๐

หนังสือสำคัญนี้ออกให้ไว้เพื่อแสดงว่า บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด โดย นางสาววรรณ เตชาวัตร
เลขประจำตัวประชาชน ๓ ๑๐๐๘ 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

มีวัตถุประสงค์ 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

ชื่อสำนักงานของผู้โฆษณา บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด

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

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

ชื่อโรงพิมพ์ที่พิมพ์ บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด

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

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

หนังสือพิมพ์ฉบับนี้

นางสาววรรณ เตชาวัตร

เป็นผู้พิมพ์

นางสาววรรณ เตชาวัตร

เป็นผู้โฆษณา

นางสาววรรณ เตชาวัตร

เป็นบรรณาธิการ

บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด

เป็นเจ้าของกิจการหนังสือพิมพ์

ออกให้ตั้งแต่ วันที่ ๑๒ เดือน พฤษภาคม พุทธศักราช ๒๕๖๐

(ลงชื่อ)

(นางสาวกนกกร ศักดาเดช)

ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดแห่งชาติ

พนักงานเจ้าหน้าที่จดทะเบียนสำหรับจังหวัด กรุงเทพมหานคร

