

## ทำไม Customer Journey ของหลายแบรนด์ “พังกลางทาง” ทั้งที่เริ่มต้นมาดี

หลายแบรนด์เริ่มต้น Customer Journey ได้อย่างดีมาก โฆษณาดูน่าสนใจ แปรนตีสื่อสารชัดเจน Content มีพลัง ช่องทางการตลาดถูกวางไว้อย่างครบถ้วน ทีมงานมีงบประมาณ และมีแรงใจเต็มที่ แต่หลังจากนั้นไม่นาน สิ่งที่เคยดูดีอย่างมากมายกลับเริ่มสะดุดไม่ไปไหน ลูกค้าเริ่มเจ็บบ Engagement ลดลง การตัดสินใจซื้อช้าลง ทีมขายต้องตอบคำถามเดิมซ้ำๆ ผังการตลาดยิ่งพยายาม “เร่ง” มากขึ้น แต่ลูกค้ากลับค่อยๆ ถอยห่างออกไปเจ็บบๆ ปัญหาสำคัญของ Customer Journey ในวันนี้ จึงไม่ใช่การเริ่มต้นที่ไม่ดี แต่คือ “ช่วงกลางทาง” ที่หลายแบรนด์มองข้าม จุดที่สำคัญที่สุด ไม่ใช่ตอนที่ลูกค้าเห็นแบรนด์ครั้งแรก ช่วงต้นของ Journey เป็นเพียงช่วงที่ลูกค้ารับรู้ว่ามีแบรนด์คืออะไร แต่ช่วงกลางคือช่วงที่ลูกค้าเริ่มถามตัวเองว่า “สิ่งนี้เหมาะกับเราจริงไหม” นี่คือการจุดที่เปราะบางที่สุด เพราะความคิดของลูกค้าเริ่มเปลี่ยนจากความสนใจ ไปสู่การประเมินความเสี่ยง คำถามของพวกเขาจะละเอียดขึ้น ความกังวลจะเริ่มเป็นเรื่องส่วนตัวมากขึ้น และการตัดสินใจจะไม่ใช้เรื่องของ “Feature” อีกต่อไป แต่สิ่งที่เกิดขึ้นในหลายองค์กรคือ แปรนตีกลับมีพลังเต็มที่เฉพาะช่วงต้นกับช่วงท้าย ช่วงต้นมี Awareness Content เต็มไปหมด ช่วงท้ายมีโปรโมชั่น มี Call to Action มีทีมขายรอปิดการขาย แต่ตรงกลางกลับว่างเปล่า ไม่มีสิ่งที่จะช่วยให้ลูกค้า “มั่นใจขึ้น” หลายแบรนด์ไม่ได้ขาด Content แต่ขาดความต่อเนื่อง เวลาธุรกิจเริ่มรู้สึกว่า Conversion ลดลง หลายทีมมักคิดว่าปัญหาอยู่ที่จำนวน Content หรือจำนวนช่องทาง จึงเริ่มผลิตมากขึ้น ยิ่งแอดเพิ่มขึ้นหรือเพิ่มกิจกรรมการตลาดมากขึ้น แต่เมื่อมองลึกลงไป ปัญหาที่แท้จริงมักไม่ใช่เรื่อง Volume แต่คือ “ความต่อเนื่องของประสบการณ์” ลูกค้าเห็นโฆษณาแบบหนึ่ง อ่านเว็บไซต์อีกแบบหนึ่ง พอลุยกับเซลล์กลับได้อีกโทนหนึ่ง ข้อความที่แบรนด์สื่อในช่วงต้น

กับสิ่งที่ลูกค้าได้รับในช่วงกลาง เริ่มไม่เชื่อมกัน แทนที่ลูกค้าจะรู้สึก “ถูกพาเดินต่อ” กลับรู้สึกเหมือน “ถูกปล่อยไว้กลางทาง” และเมื่อความรู้สึกนี้เกิดขึ้น ความเชื่อมั่นจะค่อยๆ ลดลงโดยที่หลายแบรนด์ไม่ทันสังเกต Customer Journey พัง เพราะไม่มีใครดูแล “ช่วงกลาง” หนึ่งในเหตุผลสำคัญที่ทำให้ Journey หลุด คือช่วงกลางมักไม่มีเจ้าของที่ชัดเจน ทีม Branding ดูแลการสร้างการรับรู้ ทีม Performance ดูแล Conversion ทีม Sales ดูแลการปิดการขาย แต่ช่วงที่ลูกค้ากำลังลังเล กลับไม่มีทีมไหนรับผิดชอบจริงจัง ทั้งที่ความจริงแล้ว ช่วงนี้คือช่วงที่สำคัญที่สุดต่อการตัดสินใจ เพราะลูกค้าไม่ได้ต้องการ “แรงผลัก” เพิ่มอีก แต่ต้องการ “ความมั่นใจ” มากกว่า และความมั่นใจ ไม่ได้เกิดจากการยิงข้อความขายซ้ำๆ มันเกิดจากการที่แบรนด์สามารถอธิบายสิ่งซับซ้อนให้เข้าใจง่าย ตอบข้อสงสัยได้ตรงจุด และทำให้ลูกค้ารู้สึกว่า “แบรนด์เข้าใจสิ่งที่เขากำลังกังวล” หลายครั้ง Customer Journey ไม่ได้พังแบบชัดเจนทันที แต่มันค่อยๆ เสื่อมลงอย่างเงียบๆ เช่น ลูกค้าเข้ามาเยอะ แต่ไม่เดินหน้าต่อ ทีมขายเริ่มตอบคำถามเดิมซ้ำๆ ทุกวัน คนสนใจแบรนด์ แต่ยังไม่ได้ตัดสินใจ คอนเทนต์มีคนดู แต่ไม่สร้าง Momentum สิ่งเหล่านี้ไม่ใช่ปัญหาเรื่อง Reach หรือ Traffic เสมอไป แต่มักเป็นปัญหาเรื่อง “Trust” ลูกค้าอาจจะสนใจแบรนด์อยู่ แต่ยังไม่รู้สึกมั่นใจมากพอที่จะไปต่อ

( 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 ขนาดกำลังการผลิตติดตั้งรวม ๕,๕๒๗.๕๔๕ เมกะวัตต์ รายละเอียดปรากฏตามเอกสารหมายเลข ๑ แนบท้ายประกาศนี้ ประกาศจะเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการถือหุ้นในผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการพลังงาน จำนวน ๒ ราย ได้แก่ บริษัท บ้านโป่ง พุทธิสิทธิ์ จำกัด (บจ. บ้านโป่ง) และบริษัท คลองหลวง พุทธิสิทธิ์ 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 ขนาดกำลังการผลิตติดตั้งรวม 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 ขนาดกำลังการผลิตติดตั้งรวม ๕,๖๐๗.๙๙๒ เมกะวัตต์

การเข้าถือหุ้นของ บจ. เพทวอร์ จึงเข้าเป็นกรรมกรกิจการตามความหมายของระเบียบ กพ. ว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการรวมกิจการและถือหุ้นในกิจการพลังงาน พ.ศ. ๒๕๖๕ โดยสำนักงานคณะกรรมการกำกับกิจการพลังงาน (สำนักงาน กพ.) ได้ตรวจสอบคุณสมบัติผู้ร่วมกิจการดังกล่าวแล้ว เห็นว่า เป็นผู้มีความเหมาะสมจะเข้าเป็นกรรมกรกิจการร่วมกิจการตามเงื่อนไขที่ กพ. กำหนดไว้แล้ว และได้ดำเนินการออกใบอนุญาตประกอบกิจการพลังงาน พ.ศ. ๒๕๕๑ และที่แก้ไขเพิ่มเติม

ทั้งนี้ เพื่อให้เป็นไปตามระเบียบคณะกรรมการกำกับกิจการพลังงานว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการรวมกิจการและถือหุ้นในกิจการพลังงาน พ.ศ. ๒๕๖๕ สำนักงาน กพ. จึงขอประกาศให้ทราบโดยทั่วกัน โดยให้ประชาชนและผู้ที่เกี่ยวข้องได้รับผลกระทบ สามารถแสดงความคิดเห็นต่อคณะกรรมการด้านใบอนุญาตประกอบกิจการพลังงานดังกล่าวได้ที่ใบอนุญาตการประกอบกิจการพลังงาน 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 ๑๗ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๖๙

(นายสุเทพพัฒน์ สีสอนดีใหญ่)

เลขาธิการสำนักงานคณะกรรมการกำกับกิจการพลังงาน

๒๒๒



WUJ 94.165

หนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียนการพิมพ์  
ตามพระราชบัญญัติจดทะเบียนการพิมพ์ พุทธศักราช ๒๕๕๐

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 \_\_\_\_\_ แขวง / ตำบล \_\_\_\_\_ บางไผ่ \_\_\_\_\_ เขต / อำเภอ \_\_\_\_\_ บางแค \_\_\_\_\_ จังหวัด \_\_\_\_\_ กรุงเทพมหานคร \_\_\_\_\_

ชื่อสำนักงานของผลประโยชน์ \_\_\_\_\_ บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด

ตั้งอยู่ ณ ที่ \_\_\_\_\_ เลขที่ \_\_\_\_\_ หมู่ที่ \_\_\_\_\_ - \_\_\_\_\_ ซอย \_\_\_\_\_ - \_\_\_\_\_

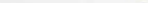
ถนน \_\_\_\_\_ แขวง / ตำบล \_\_\_\_\_ บางไผ่ \_\_\_\_\_ เขต / อำเภอ \_\_\_\_\_ บางแค \_\_\_\_\_ จังหวัด \_\_\_\_\_ กรุงเทพมหานคร \_\_\_\_\_

ชื่อโรงพยาบาลที่พิมพ์ บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด

ตั้งอยู่ ณ ที่ \_\_\_\_\_ - เลขที่ \_\_\_\_\_ หมู่ที่ \_\_\_\_\_ - ซอย \_\_\_\_\_ -

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

|                          |                               |
|--------------------------|-------------------------------|
| นางสาววรรณพร เตชานวัตร์  | เป็นผู้พิมพ์                  |
| นางสาววรรณพร เตชานวัตร์  | เป็นผู้โฆษณา                  |
| นางสาววรรณพร เตชานวัตร์  | เป็นบรรณาธิการ                |
| บริษัท ชัมเบอร์รี่ จำกัด | เป็นเจ้าของกิจการหนังสือพิมพ์ |

ออกให้ตั้งแต่ วันที่ ๑๖ เดือน พฤษภาคม พุทธศักราช ๒๕๖๐  
(ลงชื่อ) 

(นางสาวกนกอร ศักดาเดช)

ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดแห่งชาติ

พนักงานเจ้าหน้าที่จัดแจ้งการพิมพ์สำหรับจังหวัด กรุงเทพมหานคร

