

การตลาดของคุณไม่ได้ขาดเครื่องมือ แต่กำลังขาด “ความชัดเจน”

ช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา โลกการตลาดเต็มไปด้วยเครื่องมือใหม่แทบทุกสัปดาห์ วันนี้มี AI ช่วยเขียน Content ฟังก์ชันมี Platform ช่วยวิเคราะห์ข้อมูล อีกวันก็มีระบบ Automation ที่บอกว่าจะช่วยเพิ่มยอดขายได้แบบอัตโนมัติ หลายธุรกิจจึงรีบลงทุนกับเทคโนโลยี เพราะเชื่อว่ายิ่งมีเครื่องมือมาก ก็ยิ่งได้เปรียบมาก แต่เมื่อเวลาผ่านไป หลายแบรนด์กลับพบว่าทำการตลาดหนักขึ้น ใช้เงินมากขึ้น และมีเครื่องมือเต็มองค์การ แต่ผลลัพธ์กลับไม่ได้ดีขึ้นอย่างที่หวัง ปัญหาอาจไม่ได้อยู่ที่เครื่องมือ แต่อยู่ที่ “ความชัดเจน” ของธุรกิจตั้งแต่ต้นตอ หากหลายองค์กรรู้สึกว่าการตลาดยังไม่ได้ผล จึงเลือกแก้ปัญหาด้วยการเพิ่มกิจกรรมทางการตลาด ไม่ว่าจะเป็นเปิดช่องทางใหม่ ลงโฆษณาเพิ่ม จ้างทีม Content ใช้ AI สร้างโพสต์ หรือสร้าง Workflow ที่ซับซ้อนขึ้นเรื่อย ๆ สุดท้ายก็มี Content มากขึ้น แคมเปญมากขึ้น และข้อมูลมากขึ้น แต่ลูกค้ากลับยังไม่เข้าใจว่าแบรนด์นี้แตกต่างจากคู่แข่งอย่างไร เว็บไซต์บอกเพียงว่าบริษัททำอะไร แต่ไม่เคยตอบว่าทำไมลูกค้าต้องเลือกบริษัทนี้ หน้าโปรไฟล์ของผู้บริหารเต็มไปด้วยประวัติการทำงาน แต่ไม่มีมุมมองหรือแนวคิดที่ทำให้คนอยากติดตาม รีวิวลูกค้ามีอยู่จริง ผลงานก็มีจริง แต่กระจายกระจายอยู่ในแพลตฟอร์มเก่า chat หรือสไลด์นำเสนอ ไม่มีใครหยิบมาเล่าให้เป็นเรื่องเดียวกัน เมื่อพื้นฐานยังไม่ชัด ต่อให้ใช้ AI หรือเครื่องมือที่ดีที่สุด ผลลัพธ์ก็ยังคงไม่ชัดเหมือนเดิม เพียงแค่ถูกผลิตออกมาเร็วขึ้นเท่านั้น หลายคนคาดหวังว่า AI จะเป็นคำตอบของการตลาดยุคใหม่ ซึ่งในความเป็นจริง AI มีศักยภาพ มหาศาล ทั้งช่วยค้นคว้า สรุปข้อมูล สร้างภาพ เขียน Content หรือกระจายเนื้อหาไปหลายช่องทาง แต่สิ่งหนึ่งที่ AI ทำไม่ได้ คือสร้างความชัดเจนให้กับแบรนด์ หากธุรกิจยังอธิบายจุดยืนของตัวเองไม่ได้ AI ก็สร้างข้อความที่คลุมเครือออกมา หากยังไม่เข้าใจลูกค้า AI ก็จะเขียน Pain Point แบบกว้าง ๆ ที่ใช้ได้กับทุกธุรกิจ

หากแบรนด์ไม่มีมุมมองที่แตกต่าง AI ก็สร้าง Content ที่ฟังเหมือนแบรนด์อื่นทั้งหมด เทคโนโลยีจึงเป็นเพียงตัวเร่ง ไม่ใช่ตัวกำหนดทิศทาง หลายธุรกิจใช้เวลาหลายชั่วโมงในการเลือก Platform แต่กลับไม่เคยใช้เวลาตอบคำถามพื้นฐานของธุรกิจเลย คำถามสำคัญที่ควรตอบให้ชัดมีเพียงไม่กี่ข้อ เรากำลังสื่อสารกับใคร ลูกค้าคนนั้นให้ความสำคัญกับอะไร เราอยากให้ตลาดจดจำแบรนด์เราในเรื่องไหน อะไรคือหลักฐานที่พิสูจน์ว่าเราทำได้จริง สุดท้าย เราอยากให้ผู้ค้าทำอะไรหลังจากเห็นการตลาดของเรา หากคำตอบของคำถามเหล่านี้ยังไม่ชัด ต่อให้ลงทุนกับระบบการตลาดราคาแพงเพียงใด ก็เป็นเพียงการเร่งผลิตสิ่งที่ยังไม่ถูกต้องออกสู่ตลาด คำถามที่นักการตลาดมักได้ยินบ่อยคือ “ควรทำ TikTok หรือ Instagram ดี” หรือ “ควรลง Google Ads หรือ Facebook Ads” แต่คำถามเหล่านี้มักเกิดขึ้นเร็วเกินไป หลายธุรกิจเลือก Platform ก่อน แล้วค่อยพยายามสร้างกลยุทธ์ให้เข้ากับ Platform นั้น ทั้งที่จริงควรเริ่มจากการทำความเข้าใจว่าลูกค้าอยู่ที่ไหน ใช้ข้อมูลแบบไหนในการตัดสินใจ และงบประมาณของธุรกิจรองรับได้แค่ไหน Platform ที่ดีที่สุดจึงไม่ใช่ Platform ที่กำลังเป็นกระแส แต่คือ Platform ที่ลูกค้าของคุณใช้อยู่จริง

ธุรกิจที่ใช้ AI ได้ผลที่สุด ไม่ใช่ธุรกิจที่ใช้เครื่องมือมากที่สุด แต่คือธุรกิจที่เข้าใจลูกค้าของตัวเองดีที่สุด พวกเขาเริ่มต้นจากประสบการณ์จริง ข้อมูลจริง และความคิดเห็นที่ชัดเจน ก่อนใช้ AI เข้ามาช่วยค้นคว้า เรียบเรียง ตรวจสอบ หรือดัดแปลงเนื้อหาให้เหมาะกับแต่ละช่องทาง ผลลัพธ์ก็ยังคงเป็น Content ที่มีเอกลักษณ์ ไม่ใช่ข้อความที่ใครก็สร้างได้ เหมือนกับการวาดภาพ สีและฟุ้งกันอาจเป็นเครื่องมือ แต่ไม่มีใครกลายเป็นศิลปินได้เพียงเพราะซื้ออุปกรณ์ราคาแพง

(ที่มา : MarketingOops!)

ประกาศเลิกห้างหุ้นส่วนจำกัด ห้างหุ้นส่วนจำกัด ซิลโล ทะเบียนเลขที่ 0403565004491 ขอประกาศให้ทราบโดยทั่วกันว่าที่ประชุมผู้เป็นหุ้นส่วน ของ ห้างหุ้นส่วนจำกัด ซิลโล ได้ตกลงให้เลิกห้างหุ้นส่วนนี้ ตั้งแต่วันที่ 13 กันยายน 2569 เป็นต้นไป จึงประกาศให้บรรดาลูกหนี้และเจ้าหนี้ทั้งหลายของห้างหุ้นส่วนฯ นี้ ได้โปรดติดต่อชำระหนี้ หรือยื่นคำทวงหนี้ต่อข้าพเจ้า ณ สำนักงานของผู้ชำระบัญชีเลขที่ 131/318 หมู่ที่ 4 ถนน ชาติประดิษฐ์ ตำบลในเมือง อำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น ภายในกำหนด 7 วัน นับแต่วันประกาศเป็นต้นไป ประกาศ ณ วันที่ 19 กันยายน 2569 (นาย วิษณุวัฒน์ แสนเมือง) ผู้ชำระบัญชี	



แบบ พ.๒

หนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียน
ตามพระราชบัญญัติจดทะเบียน พุทธศักราช ๒๕๕๐

เลขทะเบียน ๘๘๘๕๖๒๘๖๐

หนังสือสำคัญนี้ออกให้ไว้เพื่อแสดงว่า บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด โดย นางสาววรรณ เดชานวัตร
เลขประจำตัวประชาชน ๓ ๑๐๐๘ ๐๐๖๖๕ 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 เดชานวัตร เป็นผู้พิมพ์
นางสาววรรณ เดชานวัตร เป็นผู้โฆษณา
นางสาววรรณ เดชานวัตร เป็นบรรณาธิการ
บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด เป็นเจ้าของกิจการหนังสือพิมพ์

ออกให้ตั้งแต่ วันที่ ๑๒ เดือน พฤษภาคม พุทธศักราช ๒๕๖๐
(ลงชื่อ)

(นางสาวกนกกร ศักดาเดช)

ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดแห่งชาติ

พนักงานเจ้าหน้าที่จดทะเบียนการพิมพ์สำหรับจังหวัด กรุงเทพมหานคร

