



เชื่อว่าหลายธุรกิจคงจะได้พบวิเคราะห์ต่างๆ พอสมควร ว่าทิศทางธุรกิจ ปี 2555 เป็นอย่างไร ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าเป็นแนวโน้มที่จะ Focus ธุรกิจของคุณ และตำแหน่งธุรกิจ Position Business ของคุณได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

หลังวิกฤตน้ำท่วม ขึ้นปีใหม่ 2555 หลายองค์กรหลายธุรกิจคงต้องปรับตัวกันยกใหญ่ การปรับตัวไม่ใช่ปรับตัวกับธุรกิจอย่างเดียว บทเรียนหลายบทเรียนเป็น Case Study ที่ให้เห็นกัน การปรับที่ต้องมองและเป็นสิ่งที่จะต้องเผื่อระวังมี 2 ส่วนคือ

External Environment ซึ่งจะเป็นผลเชื่อมโยงกัน นั่นคือ เศรษฐกิจ การเมือง วัฒนธรรม และวิถีการดำรงชีวิตที่เปลี่ยนนั้นเป็นผลต่อสภาวะวิกฤตจากภัยธรรมชาติ และเป็นผลต่อจิตวิทยาต่างๆ

Internal Environment นั้นเป็นตัวองค์กรหรือ Business คุณเอง ไม่ว่าจะป็น เจ้าหน้าที่พนักงาน แม้แต่กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจที่คุณต้องเอาใจใส่และดูแล Business ของคุณให้ดีที่สุด และคนของคุณเอง ทั้ง ผู้ถือหุ้น, ชุมชน, Supplier ต่างๆ, ลูกค้า หรือพวดย่างๆ ทำการตลาดแบบ Holistic Marketing คือ ดูแลทั้งเหล่าพนักงาน ซึ่งบางส่วนได้รับผลกระทบทางด้านจิตใจ อาจเสียชีวิตและกำลังใจได้เช่นกัน

แน่นอนถึงคราวที่องค์กรต้อง SWOT ตัวเองเยอะๆ แล้วยะ คือ มองจุดแข็งตนเองว่ามีอะไรที่สู้เขาได้ หรือเหลืออะไรที่พอสู้เข้าได้บ้าง (Strength), จุดอ่อนตนเองมีส่วนด้อยอะไรในปีที่ผ่านมา (Weakness), มองโอกาสทางธุรกิจให้ได้ (Opportunity) และวิเคราะห์สิ่งที่เป็นภัยคุกคามและอุปสรรค (Treats) ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ที่ต้องวิเคราะห์ และปีหน้าองค์กรต้อง SWOT ตนเองบ่อยมากขึ้น

ถามว่าแล้วเราจะดำเนินกลยุทธ์อย่างไรในปี 2012 ที่มาถึง “สำคัญยิ่งคือ ต้องรู้จัก Target Market ของตนเองให้ดีพอว่า ท่านกำลังส่งมอบอะไรให้กับผู้บริโภค” ทำธุรกิจผลิตสินค้าหรือบริการ หรือทั้งสินค้าและบริการ (Product & Service) ต้องศึกษากลุ่มลูกค้าของคุณให้ดีคือ “รู้จัก Target Market นั้นเอง อย่างหลงทางและหลงกับนโยบายตนเอง”

เชื่อว่าหลายธุรกิจคงจะได้พบวิเคราะห์ต่างๆ จาก GURU หรือนักวิชาการพอสมควร ว่าทิศทางธุรกิจ ปี 2555 เป็นอย่างไร แต่อาจารย์คงจะพูดถึงแนวโน้มผู้บริโภคซึ่งอาจกล่าวได้ว่าเป็นแนวโน้มที่จะ Focus ธุรกิจของคุณได้ และตำแหน่งธุรกิจ Position Business ของคุณได้ชัดเจนยิ่งขึ้น แนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคปี 2555 อาจจะเป็นแนวทางพอสรุปได้และคงเป็นแนวโน้มที่เกิดขึ้นทั่วไปเลยทีเดียว ดังนี้

1. ความต้องการความสะดวกสบายกับการเป็นอยู่ปัจจุบัน
- เนื่องจากชีวิตที่วุ่นวายและความเครียดที่เกิดขึ้นทำให้ผู้บริโภคเริ่มหา สิ่งที่เป็นความสะดวกสบาย และเวลาเป็นเงินเป็นทอง (Time is money)

- ผู้บริโภคเริ่มมองหาสิ่งอำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวันมากขึ้น ทั้ง ในด้านสินค้า อาหาร เครื่องดื่ม และชีวิตประจำวัน ดังนั้นธุรกิจที่เป็นธุรกิจแบบ One Stop Service หรือกระบวนการที่รวดเร็วนั้น จะได้รับการต้อนรับแน่นอน ซึ่งทุกกระบวนการต้องมีกระบวนการที่ไม่ยืดเยื้อ หรือต้องกำหนดระยะเวลาที่แน่นอน และต้องสั้น ยิ่งครบวงจรได้ยิ่งดี

จึงเห็นได้ว่า สินค้าที่ใช้แล้วทิ้ง เช่น กาแฟ Mix หรือ Three in one พร้อมผสมเสร็จ เติบโตอย่างไม่น่าเชื่อ

2. พฤติกรรมผู้บริโภคเริ่มเกิดความกังวลเกี่ยวกับสุขภาพและความปลอดภัยมากขึ้น เนื่องจากชีวิตที่วุ่นวายและความเครียดที่เกิดขึ้นทำให้ผู้บริโภคเริ่มหาสิ่งที่เป็นคว
ามสะดวกสบาย

- จากข่าวสารที่รับได้ง่ายของผู้บริโภค ไม่ว่าจะบนสื่อต่างๆ จาก Social Media ต่างๆ เป็นแรงกระตุ้นให้เกิดการตื่นตัว และแล้วในเวลาเดียวกัน
การเกิดภัยพิบัติต่างๆ เช่น น้ำท่วม แผ่นดินไหว โรคระบาดต่างๆ เป็นต้น ความตระหนักเหล่านี้กลายเป็นปัญหาที่เหมือนกันทุกประเทศก็ว่าได้

- พฤติกรรมผู้บริโภค ให้ความสำคัญในการเลือกสินค้าเกี่ยวกับสุขอนามัยมากขึ้น เช่น การทำ SPA ธุรกิจที่ทำให้สุขภาพดูดี จะได้รับความนิยม
สินค้าที่ทำให้ผู้บริโภคดีขึ้นและมีประโยชน์ จะได้รับความนิยม เช่น น้ำผลไม้ นมเปรี้ยว ชาเขียว

- จึงไม่แปลกที่ปัจจุบันเราจะเห็นน้ำดื่มบรรจุขวดยี่ห้อแปลกๆ ในช่วงวิกฤตน้ำท่วมที่ผ่านมา นั้นแสดงให้เห็นว่าธุรกิจน้ำดื่มเป็น Business
ที่มีคู่แข่งมากพร้อมที่จะลงสนามแข่งขันได้ตลอดเวลา ดังนั้นผู้ที่จะทำธุรกิจน้ำดื่ม คงเป็นสัญญาณบอกระบบบางอย่าง

3. มีการพัฒนารูปแบบสินค้าและบริการแบบใหม่ๆ เพิ่มขึ้น เพื่อให้เกิด “Customer Friendly” - ในปี 2012 เราอาจจะเห็นสินค้าแบบใหม่ซึ่งผลิตมาเพื่อใช้สอย
และเป็นประโยชน์แบบใหม่ๆ มากขึ้น ไม่เพียงแต่ใช้ประโยชน์อย่างเดียว แต่ต้องปรับพฤติกรรมผู้บริโภคได้ด้วย สินค้าไม่ใช่เพียงตอบสนองความต้องการอย่างเดียว
แต่ต้องปรับพฤติกรรมผู้บริโภคได้ เช่น ในปัจจุบันเราจะเห็นการซื้อสินค้าที่ต้องถามหาบัตรสมาชิกเสมอ ไม่ว่าจะเป็น Club card, Sport card, บัตรสมาชิกต่างๆ
เพื่อปรับพฤติกรรมผู้บริโภค เป็นกรณีที่ผู้บริโภคต้องซื้อสินค้าพร้อมแสดงบัตรทุกครั้ง ลักษณะกิจกรรมต่างๆ
เหล่านี้เป็นการปรับพฤติกรรมให้ผู้บริโภคใกล้ชิดสินค้าจนเป็น
“Customer Friendly”

แต่กิจกรรมที่สร้างกลุ่มลูกค้าเป็นลักษณะ Club ขึ้นมานั้น ผู้บริโภคจะมองเรื่อง Benefit เป็นหลัก ดังนั้นลูกค้าก็จะ Switch หรือเปลี่ยน ไปมาเรื่อยๆ
การที่ลูกค้าใช้หรือบริโภคซ้ำๆ ไม่ใช่เป็นเพราะลูกค้ามี Brand loyalty เสมอไป อาจเป็นเพราะ Benefit ที่ได้รับมาก หรือ ผลประโยชน์ที่ต้องการก็ได้

4. การขยายตัวของสินค้าเกี่ยวกับผู้ชายในปี 2012 มีมากขึ้น

- สินค้าสำหรับผู้ชายที่ต้องการการดูแลตนเองจะมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น เนื่องจาก Trend การลอกเลียนแบบเกาหลี ญี่ปุ่น

- จะเกิดกลุ่ม Metro-Sexual man คือ ผู้ชายที่อาศัยอยู่ในเมืองซึ่งใช้เวลาและเงินจำนวนมากในการดูแลตัวเองให้ดูดี

ดังนั้นในปีที่ผ่านมาและในปีต่อๆ ไป สินค้าที่เกี่ยวกับสุขอนามัยส่วนตัวผู้ชาย (For Men) เพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ไม่ว่าจะเป็น แชมพูสระผม, สบู่เหลว, สบู่ล้างหน้า,
น้ำยาระงับกลิ่นกาย เป็นต้น

5. การขยายตัวสินค้าในปีหน้าจะเป็นลักษณะ “Word of Mouth” มากขึ้น

- ความนิยมในตัวสินค้าจะเป็นลักษณะ Word of Mouth มากขึ้น เนื่องจากสังคม Online เข้ามามีบทบาทมากขึ้น การโฆษณาคงเป็นแค่ Tool หรือเครื่องมือเสริม
เพื่อให้เกิดการกระตุ้นการรับรู้เท่านั้น แต่สิ่งสำคัญคือ ในปีหน้าจะเป็นการใช้ “Word of Mouth” มากขึ้น

เมื่อ Word of Mouth มากขึ้น การฟ้องร้องก็จะมีมากขึ้น ตามที่ผ่านมการฟ้องร้อง การโจมตีหรือให้ร้ายผ่านสื่อทำได้ง่าย
คงจะเป็นแนวทางในการวางกลยุทธ์กับผู้บริโภคได้ในปี 2012 ได้พอสมควร

คงบอกได้เลยว่าในปี 2012 ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าด้วยเหตุผลมากกว่าอารมณ์แน่นอน หรือ “High Involvement” มีการตระหนักในการซื้อสินค้าเยอะมากขึ้น

ฝากทิ้งท้ายว่า การมองพฤติกรรมผู้บริโภค นั้น บางครั้งยังไม่พอ อาจต้องมองนิสัย ความเป็นอยู่ นิสัยประจำวัน ของผู้บริโภคด้วย
ดังนั้นต้องชัดเจนในการวิเคราะห์ลูกค้าว่า ที่แสดงออกนั้นเป็นนิสัย หรือ พฤติกรรมกันแน่...ไว้ติดตามในฉบับต่อไป

ที่มา : Positioning Magazine 10 มกราคม 2555

ข้อมูลเพิ่มเติม : <http://positioningmag.com/magazine/details.aspx?id=93969>