

มาโครมิลล์ เซาท์ อีสต์ เอเชีย พร้อมให้บริการวิจัย การตลาดในไทย เวียดนาม อินโดนีเซีย เริ่มยุคใหม่ ของวิจัยการตลาด



บริษัทวิจัยระดับโลกส่วนใหญ่ได้เริ่มเปลี่ยนวิธีการทำงานในหลายๆด้านให้เท่าทันเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบันเพื่อลดค่าใช้จ่ายและใช้เวลาให้น้อยที่สุด โดยการเก็บข้อมูลในรูปแบบออนไลน์ด้วยวิธีให้ผู้ตอบแบบสอบถามตอบด้วยตนเองเป็นหนึ่งในวิธีที่ถูกนำมาใช้แทนการเก็บข้อมูลแบบดั้งเดิมเช่นการเดินทางเก็บข้อมูลตามบ้านหรือพื้นที่ต่างๆได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งผู้บริโภคก็มีความคุ้นเคยกับการตอบแบบสอบถามด้วยตนเองผ่านทางออนไลน์มากยิ่งขึ้นหากมีคำอธิบายที่ชัดเจนเพียงพอ

วิธีการวิจัยในรูปแบบออนไลน์ได้แพร่หลายและใช้ในประเศญี่ปุ่นและภูมิภาคอเมริกาเหนือและยุโรปมากกว่า 10 ปีแล้ว อย่างไรก็ตามวิธีการนี้ยังค่อนข้างใหม่และไม่เป็นที่ยอมรับในกลุ่มประเทศ ASEAN มากนัก เนื่องจากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่แตกต่างกันอย่างสิ้นเชิง อีกทั้งนักการตลาดต้องการหลักฐานเพื่อพิสูจน์ความน่าเชื่อถือของข้อมูลจากการเก็บข้อมูลแบบออนไลน์ ซึ่งยากต่อการพิสูจน์มากกว่าการใช้วิธีการเก็บข้อมูลแบบดั้งเดิม

ในขณะเดียวกัน จากผลการสำรวจของ We Are Social เมื่อเดือนมกราคมปี 2019 ประเทศไทยมีอัตราการใช้อินเทอร์เน็ตมากถึง 82% จากประชากรทั้งหมด (ประเทศเวียดนาม 51% และ ประเทศอินโดนีเซีย 57%) จึงเป็นไปได้สูงว่าวิธีการวิจัยแบบออนไลน์จะเริ่มเป็นที่นิยมและเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วในภูมิภาคนี้

นอกเหนือจากนี้ จากผลการสำรวจของ ESOMAR องค์กรวิจัยตลาดระดับโลกได้มีการคาดการณ์ไว้ว่า ตลาดวิจัยการตลาดในกลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้จะเติบโตขึ้นเฉลี่ย 3.7% สวนทางกับภูมิภาคอื่นๆทั่วโลกที่การเติบโตค่อนข้างคงที่

จากการเติบโตของตลาดในกลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และอัตราการใช้อินเทอร์เน็ตที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว กลุ่มบริษัทมาโครมิลล์ (Macromill) บริษัทวิจัยระดับโลก ที่เป็นผู้นำการปฏิวัติวิธีวิจัยการตลาดที่ประสบความสำเร็จ เป็นอย่างสูงจากประเทศญี่ปุ่นได้ประกาศความร่วมมือเชิงกลยุทธ์กับบริษัทดับบลิวแอนด์เอส (W&S) เพื่อขยายกิจการและตั้งเป้าว่าจะเติบโตเป็นบริษัทวิจัยอันดับ 1 ในภูมิภาคเอเชียภายในปี 2024

ทั้งนี้บริษัทดับบลิวแอนด์เอสที่ขณะนี้มีสำนักงานในประเทศเวียดนาม ประเทศอินโดนีเซีย และประเทศไทยได้ทำการเปลี่ยนชื่อบริษัทเป็นบริษัท มาโครมิลล์ เซาท์ อีสต์ เอเชีย ตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม ที่ผ่านมา โดยให้บริการวิจัยการตลาดทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพในรูปแบบออนไลน์เป็นหลัก ซึ่งบริษัทได้มีฐานสมาชิกผู้ตอบแบบสอบถาม (online panel) มากถึง 1.35 ล้านคน ในสามประเทศ โดยมาโครมิลล์ให้ความสำคัญกับการจัดการฐานสมาชิกเป็นสำคัญเพื่อให้ได้ข้อมูลที่นำเชื่อถือมากที่สุด

โซลูชันที่ให้บริการในปัจจุบันคือ การสำรวจออนไลน์ นอกเหนือจากนี้ยังมีการทำวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณโดยใช้เทคโนโลยี AI และการใช้ฐานสมาชิกในการค้นหากลุ่มตัวอย่างเพื่อทำวิจัยแบบออฟไลน์ (เช่นการวางผลิตภัณฑ์เพื่อทดสอบที่บ้านและการเชิญมาเพื่อสนทนาแบบกลุ่ม) ที่กำลังปรับปรุงและจะพร้อมให้บริการในปี 2020 นี้

การใช้เทคโนโลยีใหม่ในการวิจัยการตลาดของกลุ่มบริษัทมาโครมิลล์ มีจุดมุ่งหมายเพื่อช่วยให้ธุรกิจตัดสินใจได้อย่างชาญฉลาดยิ่งขึ้นโดยการรวมการดำเนินการด้วยวิธีระดับโลกและนวัตกรรมดิจิทัลเข้ากับความเชี่ยวชาญในแต่ละตลาดเพื่อให้ได้วิธีการที่เหมาะสมกับแต่ละธุรกิจมากที่สุด ซึ่งเราเชื่อว่าเราจะสามารถทำให้ชีวิตของผู้บริโภคดีขึ้นผ่านบริการและผลิตภัณฑ์ของลูกค้ำที่เราให้บริการโดยเป็นตัวกลางเชื่อมระหว่างผู้บริโภคและลูกค้ำ โดยตระหนักถึงการช่วยเหลือสังคมเสมอ