

สมาคมการตลาดฯ เพิ่มวัคซีนให้ธุรกิจ สู้วิกฤติ COVID-19



สมาคมการตลาดฯ แนะนำ check list เพื่อเป็นวัคซีนเสริมภูมิคุ้มกันด้านทานให้ธุรกิจเดินหน้าต่อได้ในช่วง Covid-19

การระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา หรือ โควิด-19 (Covid-19) สร้างความวิตกกังวลให้กับประชาชนทั่วโลก ทำให้ผู้คนต้องปรับเปลี่ยนพฤติกรรม ออกจากบ้านน้อยลง จำกัดการท่องเที่ยว เดินทาง จับจ่ายใช้สอยตามห้างร้านค้า ส่งผลกระทบอย่างหนักกับทุกภาคธุรกิจสินค้าและบริการอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กได้รับผลกระทบอย่างรุนแรง ทั้งยอดขายและการดำเนินการ

สมาคมการตลาดแห่งประเทศไทย ขอเสนอข้อแนะนำเป็นแนวทางที่ต้องทำเบื้องต้น ให้ผู้ประกอบการนำไปใช้ในการปรับตัวฝ่าสถานการณ์โควิด-19 เพื่อให้ธุรกิจได้รับผลกระทบน้อยที่สุด

1) Be Visible with Clarity สร้างตัวตนของธุรกิจในโลกออนไลน์

- การที่ผู้บริโภคออกจากบ้านมาจับจ่ายใช้สอยน้อยลง ไม่ได้หมายความว่าพวกเขาไม่มีความต้องการจับจ่าย ผู้บริโภคยังต้องกินต้องใช้ เขายังคงค้นหาสิ่งที่พวกเขาต้องการ แต่เปลี่ยนรูปแบบเป็นการสืบค้นและทำธุรกรรม และการซื้อขายทางออนไลน์มากขึ้นกว่าเดิม

- ดังนั้น หากคุณเป็นเจ้าของธุรกิจ ดำเนินธุรกิจ ไม่ว่าจะธุรกิจของคุณจะเป็นแค่ร้านอาหารตามสั่ง ร้านข้าวแกง ร้านขายของชำ ร้านดอกไม้ สปา ทำเล็บ หรือบริการอะไรก็ตาม คนจะเลือกใช้บริการจากสถานที่ใกล้เคียงที่พักอาศัย

มากขึ้น ดังนั้น Location Based Marketing อย่าง Google My Business จะมีบทบาทสำคัญเวลาที่คนต้องการค้นหาธุรกิจหรือบริการในบริเวณใกล้เคียง การสร้างตัวตนให้แก่ธุรกิจของคุณในโลกออนไลน์จึงเป็นสิ่งสำคัญมาก

- แต่การตั้งนิยามของธุรกิจใน Google My Business เป็นสิ่งสำคัญมาก จะต้องมีความชัดเจน หรือ Clarity คุณต้องเขียนคำนิยามธุรกิจของคุณให้ สั้น กระชับ และแตกต่าง หากคุณเป็นร้านอาหารตามสั่ง การตั้งชื่อว่า ป้าน้อยตามสั่ง อาจฟังแล้วไม่จูงใจเท่า ป้าน้อยตามสั่ง ผัดกระเพราแตรสเลิศ หรือ หากคุณขายของเฉพาะด้าน ก็ควรระบุลงไปให้ชัดเจน เช่น ร้านขายถ่านคุณสงวน, Floraison ร้านดอกไม้สไตล์อังกฤษ ฯลฯ เวลาคนค้นหาจะได้หาเจอได้ง่ายๆ และเห็นแล้วรู้ทันทีว่าร้านของคุณขายอะไร

- และที่สำคัญ คุณควรโพสต์รูปภาพประกอบ และข้อเสนอลงในข้อมูลธุรกิจด้วย เพื่อแสดงให้เห็นว่าธุรกิจโดดเด่นแตกต่างจากคู่แข่งอย่างไร และ สร้างความน่าเชื่อถือโดยเชิญชวนให้ลูกค้าที่ได้มาใช้บริการหรือติดต่อกับร้านช่วยเขียนรีวิวให้ เพราะยุคนี้ ใครๆ มักจะเลือกซื้อสินค้าและบริการที่มีรีวิวที่ดี

- เมื่อข้อมูลของคุณครบสมบูรณ์ มีรูปภาพที่แสดงให้เห็นว่าร้านของคุณหน้าตาหรือบรรยากาศเป็นอย่างไร มีข้อมูลสินค้าและบริการ รวมถึงมีการรีวิวเรตติ้งดี จากลูกค้า สุดท้ายแล้ว AI (artificial intelligent) ของ google จะทำการประมวลผลข้อมูลเหล่านี้ เพื่อแนะนำร้านของคุณให้กับคนที่สืบหา มองหาสินค้าและบริการประเภทนี้ในพื้นที่ของคุณ หากอยากอยู่อันดับต้นๆ คุณก็ต้องมีความทุ่มเทในการเติมข้อมูลเหล่านี้ให้แก่ AI ด้วย

2) Shift Mindset & Change Platform - ทลายกับดักทางธุรกิจ อย่ายึดติดอยู่กับกรอบเดิมๆ

- ในยุคที่เราถูกล้อมด้วยสถานการณ์วิกฤติ บางครั้ง ทางเดียวที่จะออกจากวงล้อมของปัญหาได้ คือการกล้าก้าวออกจากกรอบความคิดเดิมๆ และกล้าสร้างความเปลี่ยนแปลง

- ไม่ว่าคุณจะอยู่ในธุรกิจที่ขายสินค้าหรือบริการ ในช่วงเวลานี้ คือเวลาที่ดีมากในการเริ่มทบทวนโอกาสใหม่ๆ ทางธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของช่องทางทางการขายซึ่งมีทางเลือกมากมาย แต่เราต้องมีการผสมผสานช่องทางทั้ง online และ offline แบบ Omni Channel ทางการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าที่หลากหลายช่องทาง ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า

- หากคุณต้องการขายสินค้า ช่องทาง online platform ต่างๆ มีความสำคัญมากในยุคนี้ ไม่ว่าจะเป็น Lazada, Shopee, Facebook, Line@, หรือ Thailand Post Mart สำหรับสินค้า OTOP หรือ Thai Mice Connect สำหรับธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้องกับการจัดงานและการท่องเที่ยว หากแต่ก่อนยังไม่เคยใช้ช่องทางใหม่ๆ เหล่านี้ ก็ถึงเวลาที่จะต้องเปิดรับโอกาสนี้แล้ว

3) Reframe Your Business - ปรับเปลี่ยน สอดรับกับสถานการณ์

- จากที่กล่าวมา สิ่งที่เราต้องปรับเปลี่ยน อาจมิใช่แค่ช่องทางการขายอีกต่อไป แต่อาจรวมไปถึงรูปแบบของการ

ทำธุรกิจ หรือ Business Model ที่อาจจะต้องปรับเปลี่ยนให้ตอบรับกับสถานการณ์มากขึ้น

- ในยุคที่ผู้คนหลีกเลี่ยงการออกมานอกบ้านและหลีกเลี่ยงการอยู่ในที่ชุมชน ผู้คนอาจไม่สะดวกใจที่จะมาใช้บริการที่ร้าน แต่ไม่ได้หมายความว่าพวกเขาหมดความต้องการที่จะใช้บริการของเรา คุณอาจจะต้องเดินเข้าไปหาเขาให้มากขึ้น ร้านอาหารหลายร้านเริ่มปรับรูปแบบให้เป็นรูปแบบ delivery และเปลี่ยนแนวมาทำ chef table แบบตามบ้านมากขึ้น หากคุณเคยทำธุรกิจ catering ให้กับงานอีเวนต์ใหญ่ๆ ตอนนี้อาจต้องปรับรูปแบบมาบุกตลาดอาหารส่งประจำแบบผูกปิ่นโตตามสำนักงาน ร้านนวด ร้านทำผม อาจต้องเริ่มบริการถึงบ้านแบบ home service ให้มากขึ้น Hostel หรือโรงแรมขนาดเล็กที่เคยรองรับแต่นักท่องเที่ยว อาจลองเปลี่ยนมาเป็น การจัด private gathering ที่รวมทั้งอาหารและที่พัก สำหรับกลุ่มเพื่อน ญาติมิตรกลุ่มเล็กๆ ที่หาที่สังสรรค์แต่ไม่อยากปะปนกับคนอื่น ๆ

- แต่เหนือสิ่งอื่นใด โดยเฉพาะในช่วง Covid-19 เราต้องมอบความปลอดภัยให้กับลูกค้าของเราด้วยมาตรการรักษาความสะอาดที่รัดกุม พนักงานที่จะออกไปให้บริการต้องมีการตรวจเช็ค ตรวจเชื้ออย่างเป็นทางการ และที่ร้านของเราเองก็ต้องมีมาตรการการทำความสะอาดหลายระดับ อาทิ ในทุกวัน มีการทำความสะอาดทุกพื้นผิวที่ลูกค้าต้องสัมผัส ทุกอาทิตย์มีการฆ่าเชื้อ การขยายช่วงห่างระหว่างโต๊ะอาหารมากกว่าเดิม การใช้ระยะความห่างในการทำกิจกรรมเพื่อความปลอดภัย Social Distance ฯลฯ และต้องสื่อสารสิ่งเหล่านี้ให้ลูกค้าทราบเพื่อเพิ่มความมั่นใจ รวมถึงแนะนำการดูแลรักษาตัวเองให้แก่ลูกค้าเพื่อแสดงความใส่ใจและห่วงใยไปสู่ลูกค้าของเราอีกด้วย

4) Communicate & Connect

- ในทุกความสัมพันธ์ การสื่อสารคือการเชื่อมต่อที่ดีที่สุด ในที่นี้รวมไปถึงการทำธุรกิจเช่นกัน หากคุณเริ่มเปิดขายสินค้าในแพลตฟอร์มใหม่ๆ คุณต้องมีการสื่อสารให้ลูกค้าของคุณทราบ ซึ่งคุณสามารถเริ่มต้นง่ายๆ โดยผ่าน Social Platform ต่างๆ ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ทั้ง Facebook, IG, และ Line

- สำหรับผู้ประกอบการรายเล็กๆ ที่เพิ่งเริ่มเปิดขายทางออนไลน์ การจะสร้าง fan page ให้มีฐานใหญ่พอที่จะขายนั้น อาจจะช้าเกินไป คุณต้องรู้จักใช้ ช่องทางส่วนตัว personal network ให้เป็นประโยชน์ โดยใช้หลักทวิคูณของการบอกต่อ word of mouth แชร์ลงไปในหน้าเพจของตัวเอง แล้วขอให้เพื่อนๆ ช่วยแชร์ ให้ลูกค้าเก่าช่วยแชร์ รวมถึงสร้างหรือมอบ deal พิเศษ ที่ทำให้พวกเขาอยากจะแชร์

- เวลาจะโพสต์เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ ให้ยึดหลัก “ให้ภาพเป็นตัวนำ เพิ่มคำอธิบายที่สั้นและตรงประเด็น อย่าลืมนโยบายไปช่องทางการขาย และให้รายละเอียดที่จำเป็นให้ครบ จบในโพสต์เดียวแบบไม่เยิ่นเย้อ” คนยุคนี้ไม่อ่านเยอะ แต่ต้องการข้อมูลครบ ดังนั้น เราจึงต้องให้ในสิ่งที่เขาต้องการให้ได้ พร้อมทุ่มเวลาในการตอบคำถาม และตอบรับลูกค้าที่ติดต่อมาทุกช่องทางอย่างรวดเร็ว จะเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่นำไปสู่ยอดขายในอนาคตได้

- สำหรับแบรนด์ที่มีการขายออนไลน์ หรือมี fan page อยู่แล้ว ควรใช้ช่วงเวลานี้ในการพัฒนาปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า และทำให้แบรนด์ active อยู่ตลอดเวลา หรือ พัฒนาดีลพิเศษเพื่อมัดใจให้เขาอยู่กับเราไปนานๆ ไม่ว่าจะเป็นการ

สร้างระบบสมาชิก การเสนอราคาพิเศษ การทำ pre-sale deal ชื่อราคาพิเศษล่วงหน้าเพื่อมาใช้บริการในปีนี้ ฯลฯ

4 ข้อแนะนำเบื้องต้น เป็นเช็คลิสพื้นฐานที่ทุกธุรกิจควรทำ หากมีส่วนใดที่ธุรกิจยังไม่ได้เริ่ม ก็ควรพิจารณาเริ่มทำทันทีในส่วนสามารถทำได้และสามารถทำได้เลยโดยไม่เพิ่มค่าใช้จ่ายให้กับธุรกิจมากนัก และสิ่งสำคัญในยุคที่เศรษฐกิจเริ่มชะลอตัว คือ ไม่ว่าโลกจะเป็นอย่างไร คนก็ยังต้องกินต้องใช้ แต่เราในฐานะผู้ประกอบการ ได้นำเสนอในสิ่งที่เขาต้องการแล้วหรือยัง และธุรกิจของเรา มีจุดเด่นมากพอที่จะสร้างความแตกต่างได้หรือไม่ หากยัง ก็ควรใช้เวลาในช่วงวาระแห่งวิกฤตินี้มาเป็นจุดเริ่มต้นของความเปลี่ยนแปลง เพื่อก้าวต่อไปข้างหน้าอย่างมั่นคงยิ่งๆ ขึ้นไป

“ลงมือทำเดี๋ยวนี้ เปลี่ยนวิกฤตและข้อจำกัดให้เป็นโอกาสทางธุรกิจของคุณ ทำก่อน ชนะก่อนแน่นอน”