

## 4CS กลยุทธ์การตลาดแนวใหม่ในยุคทองของอินเทอร์เน็ต

ถ้าบอกว่าสูตรสำเร็จด้วยวิธีการทางการตลาดแบบ 4Ps ที่มี Product, price, Place, Promotion นั้นไม่เพียงพออีกต่อไปแล้วก็ได้ ที่เป็นอย่างนั้นเพราะวิวัฒนาการของโลกได้เปลี่ยนแปลงไปไกล กว่ายุคเดิมหลายช่วงตัว ว่าไปแล้วสิ่งที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง คือเครื่องมือสื่อสารยุคใหม่เข้ามามีบทบาทสำคัญ นั่นคือ อินเทอร์เน็ต

หากมองย้อนกลับไปเมื่อ 10 ปีที่แล้วมีใครคิดบ้างว่าอินเทอร์เน็ตจะมีบทบาทได้ถึงเพียงนี้ เพราะตอนนั้น มันถูกใช้อยู่ในวงจำกัด ถ้าเป็นเมืองไทยก็ใช้เฉพาะนักวิชาการ นักวิจัย และองค์กรข้ามชาติบางรายเท่านั้น แต่พอถึงยุคนี้ อินเทอร์เน็ตได้กลายเป็นเครื่องมือจำเป็นอย่างหนึ่งในการประกอบธุรกิจไปแล้ว

เมื่อสำคัญเช่นนี้ อินเทอร์เน็ตจึงจัดให้อยู่ในระดับสำคัญมากในภาคการตลาดและการสื่อสารการตลาด และแล้วก็เป็นที่มาของการเกิดกลยุทธ์ใหม่ที่น่าสนใจนำมาใช้ร่วมควบคู่ไปกับ 4Ps นั่นคือ 4Cs หรือบางสูตรว่า 4Cs เข้าไปแทนที่ 4Ps

4Cs ประกอบด้วย Consumer, Cost, Convenience, Communications ทั้ง 4 มีหัวใจรวมศูนย์ที่ให้ความสำคัญต่อลูกค้า หรือ โฟกัสลูกค้าเป็นสำคัญ

**Consumer** เน้นความต้องการของผู้บริโภคเป็นหลัก หรือหากบอกให้ตรงใจ คือเข้าถึงใจผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด และยังรวมไปถึงบริหารความสัมพันธ์ของลูกค้า หรือที่เรียกว่า CRM (Customer Relation Management) โดยต้องยึดหลักการสรรสร้างสินค้าและบริการให้ตรงใจลูกค้าในทุกๆ กลุ่ม

**Cost** ทำให้ต้นทุนต่ำที่สุดเพื่อให้จะได้กำหนดราคาขายถึงมือผู้บริโภคต่ำไปด้วย ซึ่งจะเป็นที่ได้เปรียบในการแข่งขัน ด้านราคากับคู่แข่ง

**Convenience** ช่องทางการจัดจำหน่ายต้องอำนวยความสะดวกซื้อมากที่สุด ยังมีช่องทาง หรือหน้าร้านมากเท่าไร โอกาสที่ผู้บริโภคจะซื้อช้อปปิ้งเท่านั้น เพราะผู้บริโภคในปัจจุบันมิได้ยึดติดกับสถานที่เดิมสักเท่าไร

**Communications** เป็นเรื่องที่สำคัญยิ่ง และมีองค์ประกอบหลายด้าน จากความหมายตรงตัวที่แปลว่าการสื่อสาร จึงรวมทั้งตั้งแต่การติดต่อสื่อสารที่ต้องสะดวก ง่าย รวดเร็ว การสื่อสารที่สร้างความรับรู้ให้ผู้บริโภคและตลาด ซึ่งได้แก่การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย รวมถึงสื่อสารแบบกระตุ้น

ตลาด ได้แก่การจัดงานแสดงสินค้า การจัดนิทรรศการงานโชว์ การตลาดเชิงรุกหรือการตลาดแบบตรงและเข้าถึงลูกค้ารายตัว

ทั้งหมดที่กล่าวมานี้หากนำไปผนวกรวมกับกลยุทธ์ 4Ps เดิมก็จะยิ่งเสริมให้การตลาดแข็งแกร่งยิ่งขึ้น แต่ที่ขาดไม่ได้ของกลยุทธ์ใหม่ทั้ง 4 เรื่องหลัง (4Cs) จะต้องมีตัวช่วย ตัวช่วยนั้นคือสื่อยุคใหม่หรืออินเทอร์เน็ต เพราะอินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะทำให้เจ้าของผลิตภัณฑ์ใช้เป็นเครื่องมือทางการตลาดอันจะแจ่มแจ้งได้ว่าอินเทอร์เน็ตช่วยในแต่ละ C อย่างไรบ้าง

**Consumer** อินเทอร์เน็ตช่วยลดความห่างระหว่างผู้ประกอบการและผู้บริโภคให้น้อยลง ตัวอย่างเช่น ผู้บริโภคสามารถส่ง Comment ถึงตรงผู้ประกอบการได้ ซึ่งตรงนี้จะป็นข้อมูลสำคัญเพื่อนำไปปรับปรุงแก้ไขในสิ่งที่ลูกค้าบอกว่าได้ ส่วนผู้ประกอบการเองก็สามารถเข้าถึงใจผู้บริโภคได้มากขึ้น

**Cost** ต้นทุนดำเนินการลดลงได้หากใช้อินเทอร์เน็ต เป็นต้นว่าใช้อีเมลล์ในการติดต่อแทนโทรศัพท์ ส่งอีเมลล์แทนส่งแฟกซ์ เหล่านี้ทำให้ประหยัดค่าดำเนินการทั้งสิ้น

**Convenience** อินเทอร์เน็ตช่วยให้ซื้อสะดวกขึ้นได้ คุณคงเคยได้ยินว่าสั่งซื้อของผ่านอินเทอร์เน็ต คุณเพียงแค่นั่ง ที่หน้าจออินเทอร์เน็ตที่ไหนก็สามารถสั่งซื้อของได้แล้ว

**Communications** หัวข้อนี้อินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือสำคัญมากทีเดียว ทั้งการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ที่ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อได้เป็นอย่างดี การส่งเสริมการขายก็สามารถทำผ่านอินเทอร์เน็ตได้ ข้อดีของอินเทอร์เน็ต คือทำให้การโฆษณาประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขายนั้นจะแผ่ขยายวงออกไปไม่เฉพาะที่ใดที่หนึ่ง สื่อใดสื่อหนึ่ง แต่หมายถึงสร้างความรับรู้ได้ทั่วโลกเลยในคราวเดียว

สุดท้ายขอทิ้งท้ายว่าแท้จริงแล้วอินเทอร์เน็ตเป็นทั้งตัวทำให้เกิดกลยุทธ์ใหม่ขึ้นมา และในเวลาเดียวกัน อินเทอร์เน็ตอีกนั่นแหละ ที่เป็นเครื่องมือให้ผู้ประกอบการก้าวไปใช้กลยุทธ์ 4Cs ได้อย่างสำเร็จ

ที่มา : <http://www.siaminfobiz.com>