



NAKHON PATHOM  
RAJABHAT UNIVERSITY





# มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

NPRU



NAKHON PATHOM  
RAJABHAT UNIVERSITY  
NAKHON  
PATHOM  
RAJABHAT  
UNIVERSITY

การคิดเชิงออกแบบและนวัตกรรมธุรกิจดิจิทัล  
Design Thinking and Business Digital Innovation

NPRU



NAKHON PATHOM  
RAJABHAT UNIVERSITY  
NAKHON  
PATHOM  
RAJABHAT  
UNIVERSITY

บทที่ 2

การทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมายลูกค้า



## TOPIC

---

การวางการตลาดกลุ่มเป้าหมาย

แนวคิดด้านการตลาดผู้ประกอบการ

วิธีทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมาย

รูปแบบธุรกิจและการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

การตัดสินใจซื้อ

การแสวงหาข้อมูล

รูปแบบการทำการตลาดของผู้ซื้อการตลาดสื่อสังคมออนไลน์



## แนวคิดในยุคก่อน

แนวคิด : การผลิต  
ตัวขับเคลื่อนผลกำไร : วิธีการผลิต

1950

แนวคิด : ผลิตภัณฑ์  
ตัวขับเคลื่อนผลกำไร : คุณภาพของผลิตภัณฑ์

1960

แนวคิด : การตลาด  
ตัวขับเคลื่อนผลกำไร : ความจำเป็นและความต้องการของลูกค้า

1970

## แนวคิดในยุคใหม่

แนวคิด : การตลาดเชิงธุรกิจการตลาดเชิงอุตสาหกรรม  
ตัวขับเคลื่อนผลกำไร : การสร้างและรักษาความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างองค์กร

1980

แนวคิด : การตลาดเชิงสังคม  
ตัวขับเคลื่อนผลกำไร : คุณประโยชน์ต่อสังคม

1990





## กลุ่มเป้าหมาย

การค้นหว่าใครเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของผลิตภัณฑ์เป็นเรื่องสำคัญมาก เพื่อกิจการจะสามารถนำไปวางแผนการดำเนินงานหรือวางกลยุทธ์ทางการตลาด หากข้อมูลที่มีเป็นลูกค้าที่ไม่ใช่ตัวจริง ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เหล่านั้นก็อาจขายผ่านช่องทางการขายที่ผิดและขายไม่ได้ในที่สุด

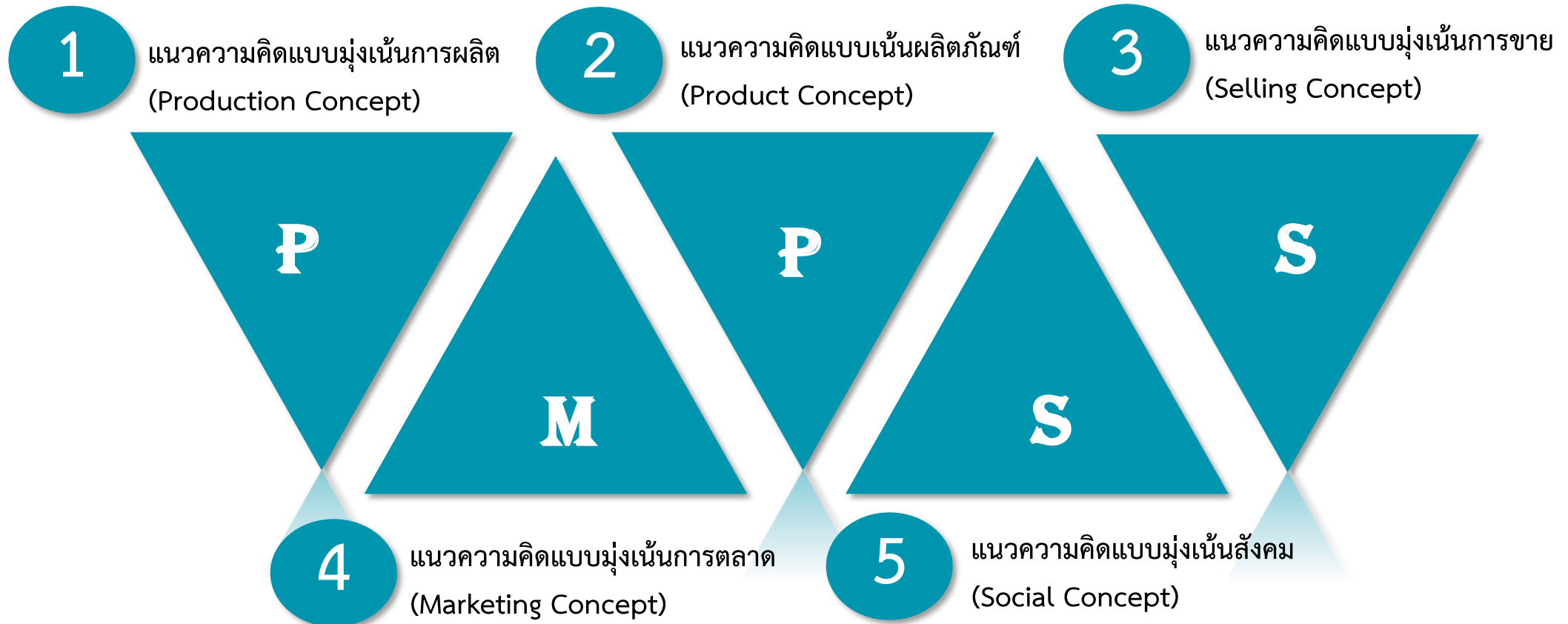
การระบุลักษณะของกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจนจะทำให้กิจการสามารถเจาะจงกลุ่มลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น ทำให้สามารถเลือกช่องทางการขายไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ตรงเป้า แต่อย่าลืมว่าคนใช้สินค้าอาจเป็นคนละคนกับคนซื้อสินค้า เช่น ผลิตภัณฑ์นมผงสำหรับเด็กผู้ใช้ผลิตภัณฑ์คือบุตร แต่พ่อแม่เป็นคนซื้อหรือชำระค่าสินค้าให้บุตรนั่นเอง

การวางกลยุทธ์สำหรับสินค้าที่คนซื้อกับคนใช้เป็นคนละคนก็ต้องใช้ช่องทางการขายที่ผู้ซื้อเข้าถึง แต่การประชาสัมพันธ์ต้องสื่อสารให้ผู้ใช้ อยากใช้และให้ผู้ซื้อหาซื้อให้ จะทำให้มีความเหมาะสมและประสบความสำเร็จได้เร็วยิ่งขึ้น





## แนวความคิดทางการตลาด







## เทคนิคเพื่อเพิ่มยอดขายที่ต้องการขององค์กร

- 1 กลุ่มเป้าหมายของคุณเป็นใคร
- 2 กลุ่มเป้าหมายของเราอยู่ที่ไหน
- 3 กลุ่มเป้าหมายในอนาคตจะเป็นอย่างไร
- 4 จุดเด่นที่ทำให้ลูกค้าอยากซื้อคืออะไร
- 5 ลูกค้าใช้เกณฑ์อะไรในการเลือกซื้อสินค้าคุณ





## 3 ช่องทางในการเข้าถึงลูกค้าหรือกลุ่มเป้าหมาย

1

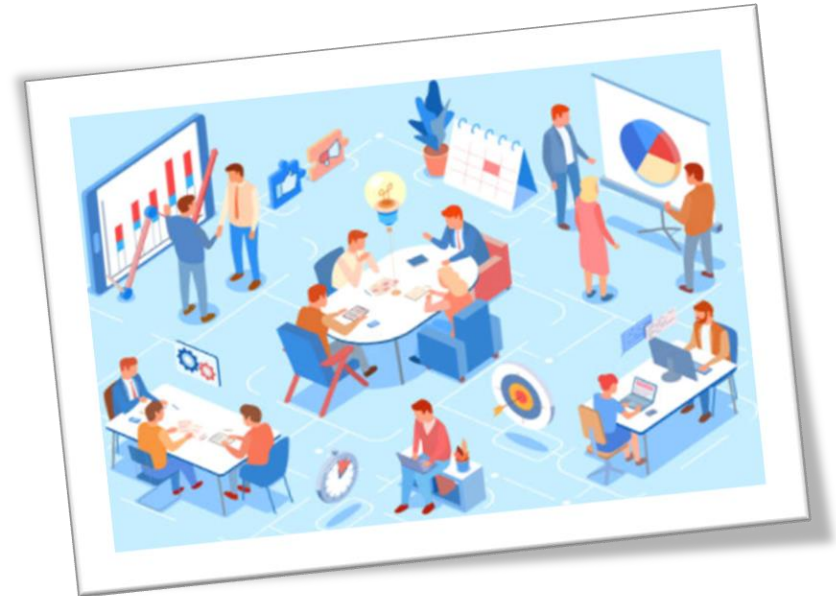
รู้จักกลุ่มเป้าหมาย

2

ทำความเข้าใจพฤติกรรมกลุ่มเป้าหมาย

3

วิเคราะห์แล้วนำมาปรับวิธีการและกลยุทธ์ทางการตลาด





## ทักษะสำหรับการเข้าใจกลุ่มเป้าหมาย

1

ASK AND LISTEN

การถามและการฟังอย่างลึกซึ้ง

2

OBSERVE

การสังเกต

3

IMMERSE

การเข้าถึงใจ





## ทำอะไรให้โดนใจ

### Empathy Map

- 1 รับฟังเสียงลูกค้าบนโลกออนไลน์
- 2 หาจุดสนใจ จากความต้องการของลูกค้า และจุดแข็งของแบรนด์
- 3 สร้าง Empathy Map
- 4 สร้างคอนเทนต์ให้ตรงใจ/ตรงกับความต้องการ





## หลักการเข้าใจกลุ่มลูกค้า

พฤติกรรมผู้บริโภค คือหัวใจของธุรกิจ ถ้าธุรกิจเข้าใจกลุ่มลูกค้าและเป้าหมายของการเลือกซื้อสินค้าโดยศึกษาว่าผู้บริโภคมีวิธีการดำเนินชีวิตอย่างไร และอะไรที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อหรือไม่ซื้อสินค้าและบริการ ข้อมูลนี้เหล่านี้จะสามารถวางกลยุทธ์เพื่อสร้างยอดขายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

หลักการ 6W+1H จึงเป็นอีกหนึ่งวิธีการและเครื่องมือวิเคราะห์ผู้บริโภคให้ครบรอบด้าน (อ้างอิงจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม)

**เข้าใจกลุ่มลูกค้ามากขึ้นด้วยหลักการ 6W1H**

- WHO** ผู้ที่สนใจคืออะไร? ผู้ใช้งานเป้าหมาย เช่น ลูกค้า คู่ค้า พันธมิตร และอาชีพอื่นที่เกี่ยวข้อง
- WHAT** อะไรคือสิ่งที่ลูกค้าต้องการ? อะไรคือสิ่งที่ลูกค้าต้องการจากเรา มากที่สุด อะไรคือจุดอ่อนของเรา และบริการ เช่น บริการลูกค้าสัมพันธ์ (ผู้ขายเอง เป็นต้น)
- WHERE** ลูกค้ามีที่ไหนบ้าง? สถานที่ลูกค้ามีอยู่ สถานที่ทางออนไลน์ หรือช่องทางอื่นที่เกี่ยวข้อง
- WHY** ทำไมลูกค้าถึงสนใจเรา? ทำไมพวกเขาถึงสนใจเรา? เราทำอะไรได้บ้างที่แตกต่างจากคนอื่น
- WHEN** ลูกค้าซื้อเมื่อไหร่? เราจะขายลูกค้าของเราได้เมื่อไหร่? จุดไหนที่ลูกค้าสนใจบริการในโซเชียล
- WHOM** ใครที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ? เป็นการทำหน้าที่ร่วมกัน ทำให้ลูกค้าสนใจสินค้าและบริการ มีอะไรที่ลูกค้าดูดี เช่น Influencer, Star, Influencer เป็นต้น
- HOW** มีช่องทางการตัดสินใจอย่างไร? ช่องทางการซื้อของลูกค้าคืออะไร? ช่องทางการซื้อของลูกค้าคืออะไร? ช่องทางการซื้อของลูกค้าคืออะไร?

ที่มา : <https://blog.outgreenfish.com/th/>

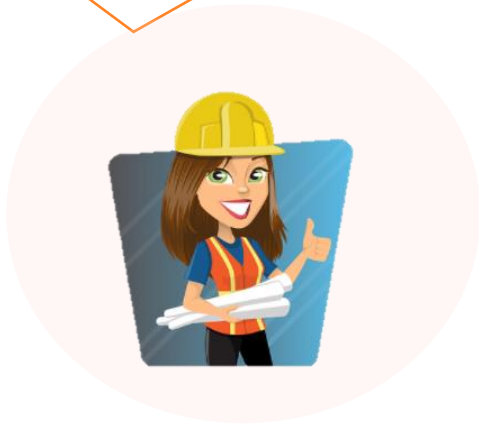
DIProm กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์



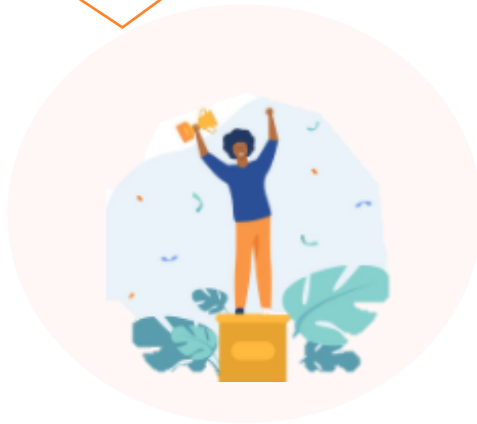


## พฤติกรรมผู้บริโภค

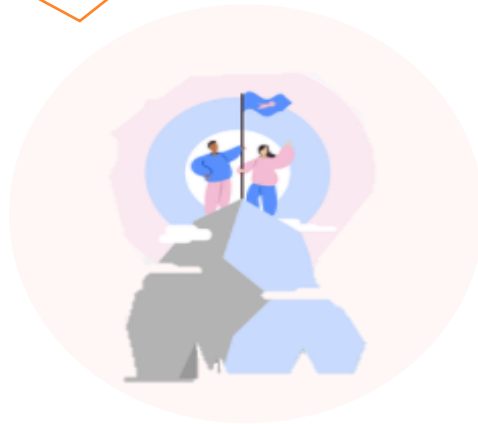
ความต้องการความมั่นคง  
ปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน  
Safety needs



ความต้องการ  
การยอมรับและยกย่อง  
Esteem Need



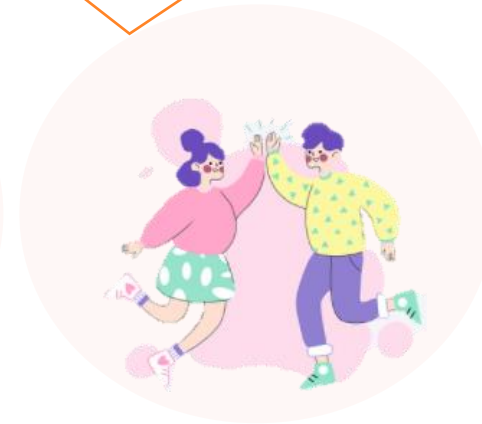
ความต้องการสมหวังหรือ  
ความสำเร็จในชีวิต  
Self Actualization Need



ความต้องการทางสังคมและ  
ความต้องการทางความรัก  
Love and belonging need



ความต้องการ  
ทางด้านร่างกาย  
Physiological Need





## เกิดการตัดสินใจในการเลือกซื้อ



ในทุกวันนี้การตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคทุกอย่างในท้องตลาดล้วนแต่จะต้องพิจารณาถึง ข้อมูล คุณสมบัติ และมีการแข่งขันกันระหว่างสินค้าแทบทั้งสิ้น จะทำอย่างไรให้สินค้าของเราเป็นที่รู้จักและเกิดความต้องการ โดยจะต้องเป็นตัวเลือกอันดับต้น ๆ ของลูกค้า เราจำเป็นต้องวิเคราะห์ถึงเหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าเพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมการซื้อของลูกค้าเสียก่อน ซึ่งอาจทำให้เราสามารถทำการตลาดได้อย่างตรงจุดนั่นเอง



วิธีการแสวงหาความรู้ของมนุษย์

การสอบถามจากผู้รู้

การศึกษาจากชนบธรรมเนียมประเพณี

การใช้ประสบการณ์

วิธีการอนุมาน

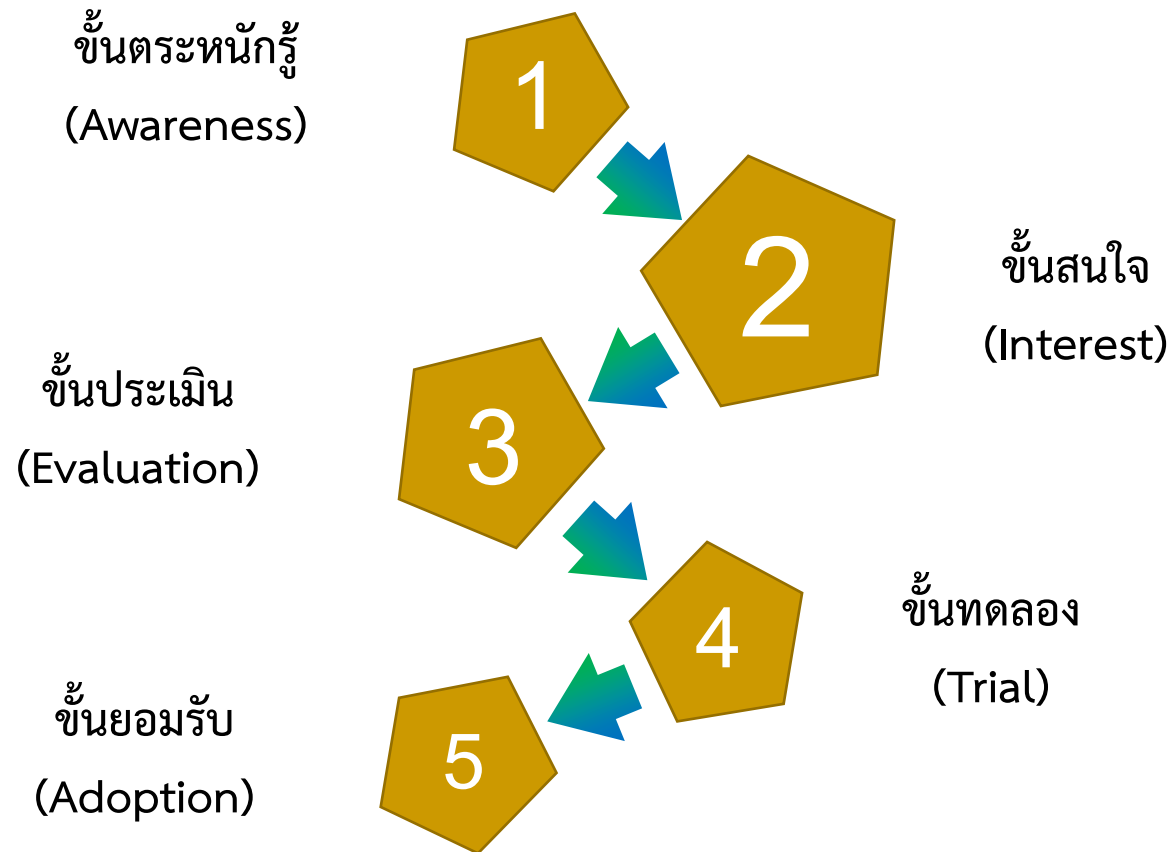
วิธีการอุปมาน

วิธีการทางวิทยาศาสตร์





## การยอมรับของลูกค้า





ปัจจัยทำการตลาดที่แข็งแกร่ง

1

ราคาขายสินค้าและราคาบริการ

2

กลุ่มเป้าหมาย

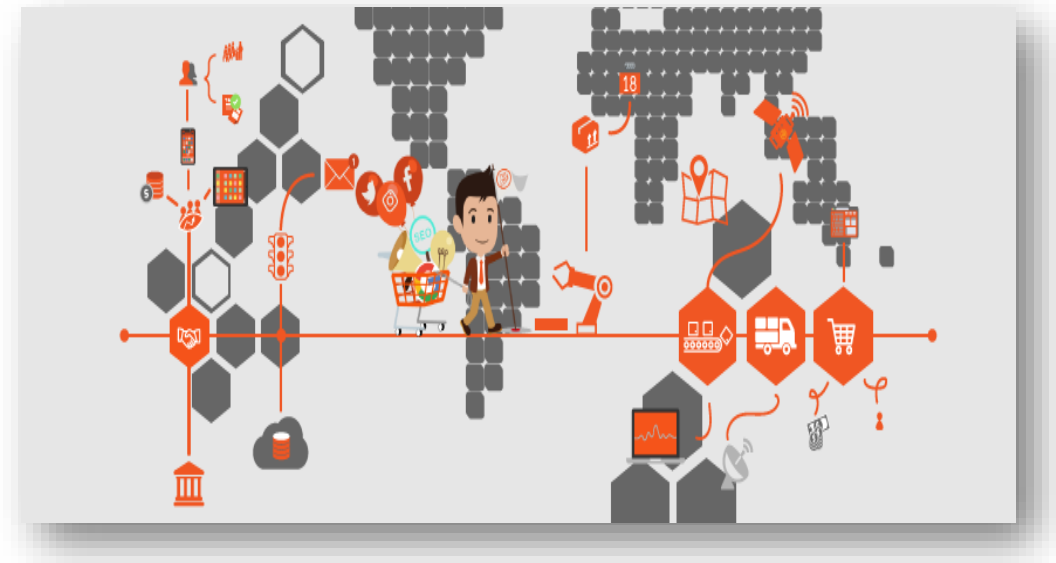
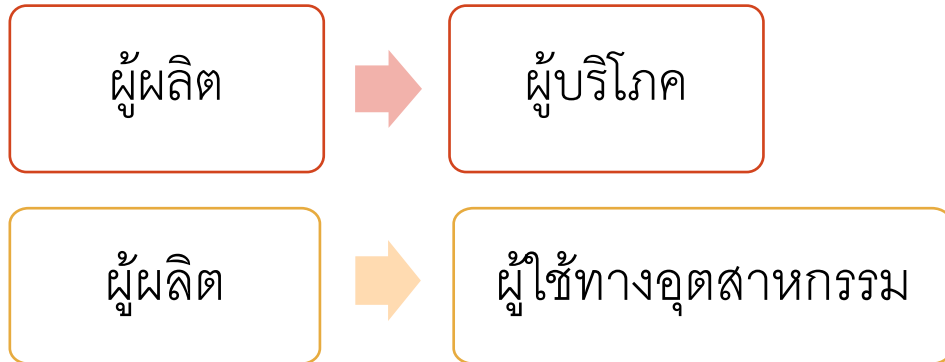
3

การสื่อสารกับลูกค้า



## ความหมายของช่องทางการจัดจำหน่าย

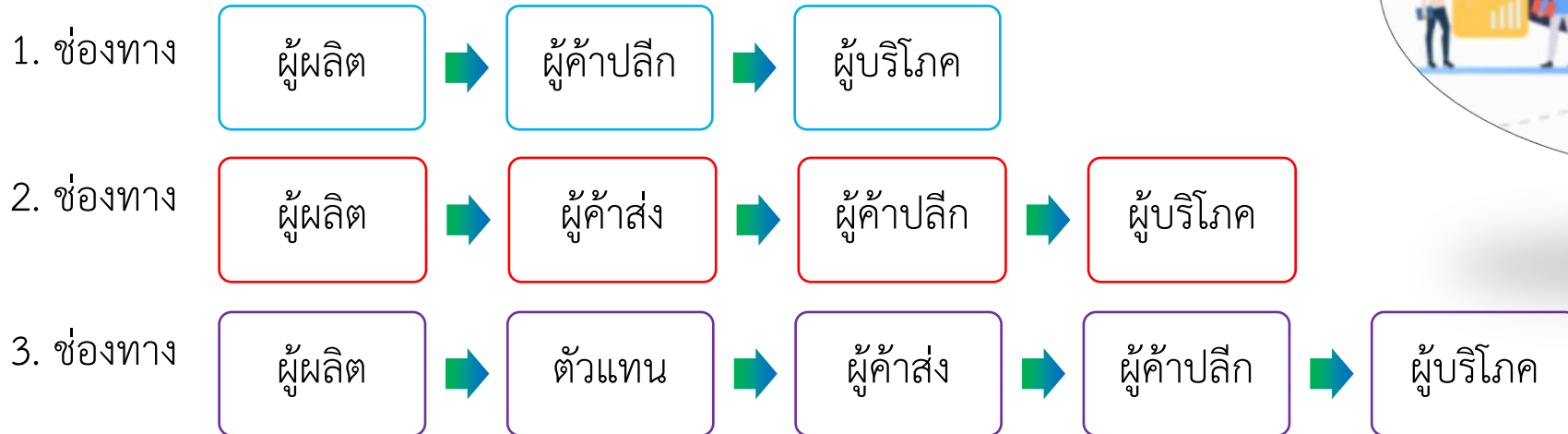
### 1. ช่องทางการจัดจำหน่ายทางตรง





## ความหมายของช่องทางการจัดจำหน่าย

### 2. ช่องทางการจัดจำหน่ายทางอ้อม





## ธุรกิจที่มีความเหมาะสมใช้สื่อสังคมออนไลน์

ธุรกิจเฉพาะเจาะจง

ธุรกิจขนาดเล็ก

ธุรกิจที่มีอัตราการเติบโตสูง





## จงตอบคำถามต่อไปนี้

1. ความหมายของการตลาด คืออะไร
2. แนวคิดทางการตลาดสมัยใหม่ กับ สมัยเก่า มีความแตกต่างกันอย่างไร พร้อมทั้งอธิบาย
3. แนวคิดด้านการตลาดผู้ประกอบการ มีกี่แนวคิด พร้อมทั้งอธิบาย
4. แนวความคิดทางการตลาดแบบมุ่งเน้นการขาย กับ แนวความคิดแบบมุ่งเน้นการตลาด มีความแตกต่างอย่างไร
5. แนวความคิดทางการตลาด (Marketing Concept) คืออะไร
6. การปฏิบัติตามหลัก 3R คืออะไร
7. แนวคิดของ อับราฮัม มาสโลว์ ได้จัดลำดับกี่ขั้นตอน มีขั้นตอนอะไรบ้าง
8. วิธีการแสวงหาความรู้ของมนุษย์ คืออะไร
9. วิธีเสาะแสวงหาความรู้ของมนุษย์ จำแนกได้กี่ข้อ พร้อมทั้งอธิบาย
10. การตลาดสื่อสังคมออนไลน์ มีระบบอย่างไร



NAKHON PATHOM  
RAJABHAT UNIVERSITY





# มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม