



มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
Nakhon Pathom Rajabhat University

แนวคิดและความสำคัญของการตลาดดิจิทัล

อ.ดร.ธีรเดช ทิวถนอม

การเปรียบเทียบการตลาดดั้งเดิมและการตลาดดิจิทัล

หัวข้อ	การตลาดดั้งเดิม	การตลาดดิจิทัล
พื้นที่เข้าถึง	จำกัดด้วยพื้นที่	ขยายได้ไม่มีขีดจำกัดทางภูมิศาสตร์
การเข้าถึง	ใช้การเข้าถึงด้วยบุคคลมากกว่า	เข้าถึงกลุ่มผู้รับสื่อได้ง่ายและมากขึ้น โดยลดการติดต่อทางกายภาพลง
ลักษณะการสื่อสาร	ต้องอาศัยสื่อทางกายภาพที่เห็นได้หลายครั้ง	สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามสื่อดิจิทัล เช่น วิดีโอบนยูทูปเนื้อหาภาษาที่ ต่างกันไปตามเว็บแต่ละประเทศ
การรับรู้สื่อ	เข้าใจง่าย การสื่อสารตรงไปตรงมา	ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ตามตลาด เป้าหมายได้ซึ่งการสื่อสารทำได้ ตลอดเวลาผ่านอุปกรณ์ดิจิทัล

การเปรียบเทียบการตลาดดั้งเดิมและการตลาดดิจิทัล

หัวข้อ	การตลาดดั้งเดิม	การตลาดดิจิทัล
ปฏิสัมพันธ์	เป็นการให้ข้อมูลทางเดียวเป็นส่วนใหญ่ และมีปฏิสัมพันธ์กับผู้รับสื่อได้จำกัด	สามารถสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้รับสื่อได้ เก็บข้อมูลจากลูกค้ากลับได้
ต้นทุน	ต้นทุนสื่อค่อนข้างสูงกว่าโดยเฉพาะสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์	ต้นทุนค่อนข้างได้ประสิทธิผลสูงไม่มีค่าใช้จ่ายในการเผยแพร่ อาจมีต้นทุนการโฆษณาแต่ยังต่ำกว่าการตลาดดั้งเดิม
การวัดผล	วัดผลได้ยาก ต้องอาศัยการวิจัยการตลาดประกอบ	วัดผลได้ง่ายด้วยตัววิเคราะห์ เพื่อตรวจสอบประสิทธิภาพการตลาดได้

การตลาดร่วมสมัย

- เป็นกลยุทธ์การตลาดแนวใหม่ที่เน้นลูกค้าหรือผู้บริโภคเป็นศูนย์กลางในการดำเนินธุรกิจ กลยุทธ์และนโยบายการตลาดขององค์กรธุรกิจที่ยึดถือการตลาดร่วมสมัยเป็นหลักจะนำเสนอสินค้าและบริการที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายต้องการมากกว่าสิ่งที่องค์กรธุรกิจต้องการผลิตและจำหน่าย จะให้ความช่วยเหลือลูกค้ามากขึ้น ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างกว้างขวาง

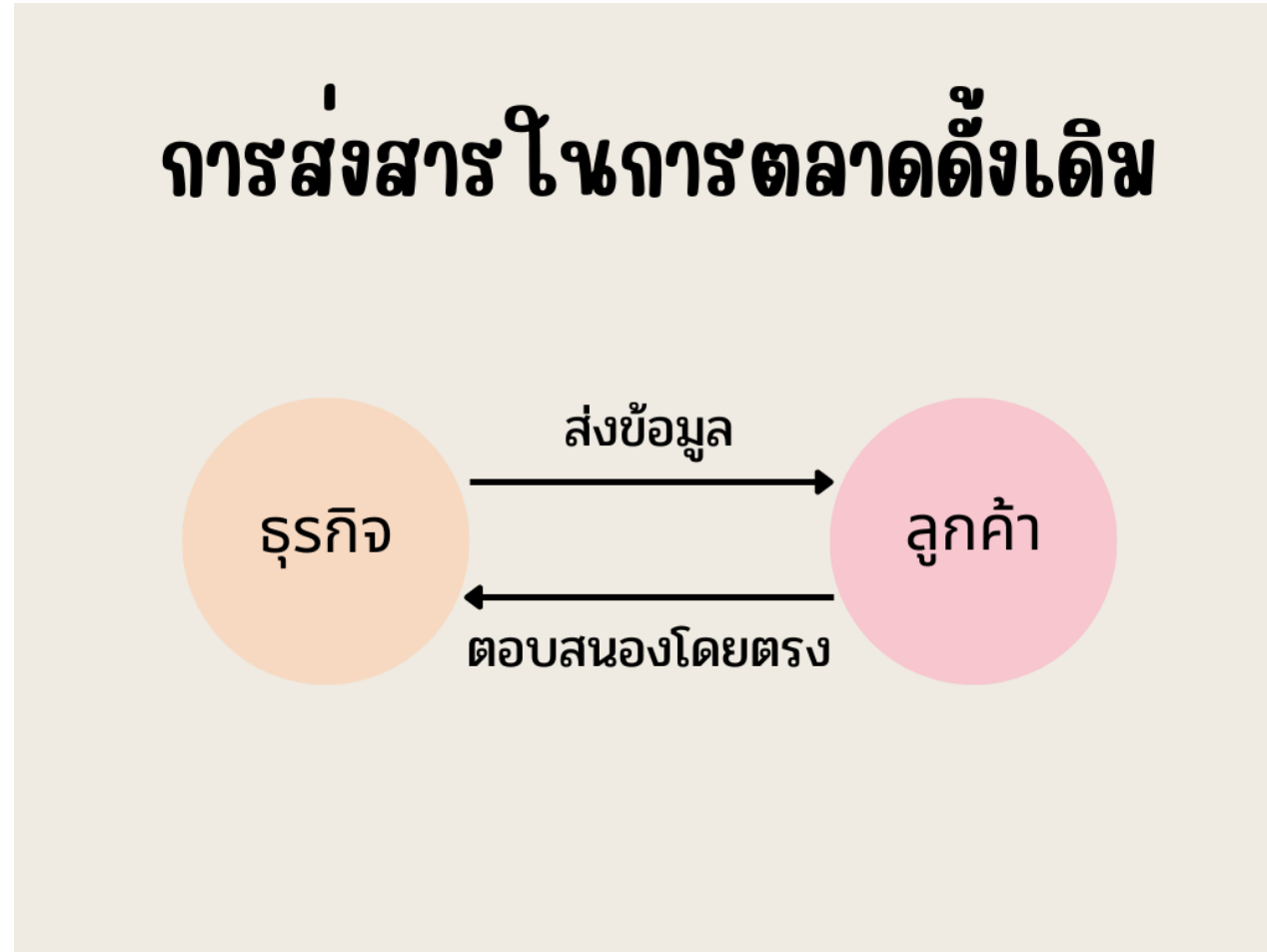
สถานการณ์แข่งขันที่ส่งผลกระทบต่อการตลาดร่วมสมัย

- การแข่งขันโดยตรงซึ่งเกิดจากการเสนอสินค้าและบริการที่เหมือนกันให้แก่กลุ่มเป้าหมายเดียวกัน เช่น สงครามน้ำดำ โค้กและเป๊ปซี่ ความคล้ายกันของผลิตภัณฑ์ ทำให้นักการตลาดต้องเน้นความสำคัญของตราสินค้า และพยายามสร้างตราที่แข็งแกร่งที่ลูกค้ามีความภักดีอย่างต่อเนื่องยาวนาน

สถานการณ์แข่งขันที่ส่งผลกระทบต่อการตลาดร่วมสมัย

- การแข่งขันทางอ้อม ซึ่งเกิดจากการเสนอสินค้าที่ไม่เหมือนกันเสียทั้งหมด แต่สามารถใช้ทดแทนกันได้ เช่น ไก่ทอดและแฮมเบอร์เกอร์เป็นอาหารจานด่วนเช่นเดียวกัน นักการตลาดต้องทำให้ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์เห็นเด่นชัด และดึงดูดใจกลุ่มลูกค้าเป้าหมายด้วยการเสนอคุณลักษณะที่มีเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ตน

การส่งสารในการตลาดดั้งเดิม



การส่งสารในการตลาดดิจิทัล



ความสำคัญการตลาดดิจิทัล

- ลดต้นทุนการตลาด
- เห็นผลตอบสนองทันที
- เพิ่มยอดขายซ้ำ
- สร้างผลตอบแทนการลงทุนสูงกว่า

ความสำคัญของการตลาดดิจิทัล

- สร้างแบรนด์หรือตราผลิตภัณฑ์
- สร้างความผูกพันสูงกว่า
- วิเคราะห์ลูกค้าและคู่แข่งผ่านข้อมูลดิจิทัล
- เพิ่มการเข้าถึงลูกค้า

THE END