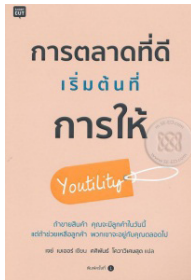


แนะนำหนังสือ



การตลาดที่ดี เริ่มต้นที่การให้ Youtility

พิมพ์ครั้งที่ 2 พฤศจิกายน 2561

ISBN : 978-616-18-2529-4

เขียน : เจย์ เบเออร์

แปล : ศศิพันธ์ โคควาพิเศษสุด

บรรณาธิการ : ปุณณิศา เปล่งรัศมี

สำนักพิมพ์ : ชีวรัตน์ ในเครืออัมรินทร์พรินตังแอนด์

พับลิชชิง, 2561

จำนวนหน้า : 180

สุนีย์ เลียวเพ็ญวงษ์ (Sunee Leowpenwong)

ถ้าคุณขายของ คุณก็จะได้ลูกค้าแต่วันนี้ แต่ถ้าคุณช่วยเหลือ คุณจะได้ลูกค้าที่อยู่กับคุณไปตลอดชีวิต

มี 2 วิธีที่บริษัทจะประสบความสำเร็จทางการตลาด นั่นคือการเป็นบริษัท “ที่ยอดเยียม” หรือเป็นบริษัทที่มีประโยชน์ วิธีหลังนั้นให้ผลที่คงเส้นคงวา และทำให้สำเร็จได้จริง

Youtility คือ กลยุทธ์การตลาดที่มีประโยชน์มากจนผู้คนยอมจ่ายเงินซื้อ Youtility คู่มืออ้างอิงอย่างง่าย

หนังสือเล่มนี้นำเสนอแนวคิดการตลาดแบบ Youtility ที่เน้นให้ความสำคัญไปที่การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า อธิบายพร้อมกับตัวอย่างกลยุทธ์ทางการตลาดที่น่าสนใจจากบริษัทต่างๆ มากมายหลายขนาด ซึ่งจะช่วยให้คุณจุดประกายไอเดียใหม่ๆ ให้กับธุรกิจคุณ

คำนำสำนักพิมพ์

เจย์ เบเออร์ ผู้เขียนหนังสือ Youtility เป็นที่ปรึกษาด้านการตลาดที่ปราศจากการสร้างกระแส เป็นประธานของ Convince & Convert บริษัทด้านโซเชี่ยลมีเดีย และผู้สร้างคอนเทนต์ที่ทำงานร่วมกับแบรนด์ยักษ์ใหญ่ เพื่อยกระดับแผนการตลาดดิจิทัล ในฐานะผู้นำด้านออนไลน์ เป็นผู้ก่อตั้งบริษัทมาแล้ว 5 บริษัท และให้คำปรึกษาแบรนด์ดังมากกว่า 700 แบรนด์ ซึ่งมีหลายบริษัทที่อยู่ในอันดับฟอร์จูน 500

บล็อก Convince & Convert (www.convinceandconvert.com) ได้รับการจัดอันดับเป็น 1 ของโลกในเรื่องแหล่งข้อมูลการตลาดคอนเทนต์โดยสถาบัน Content Marketing Institute นอกจากนี้ยังเป็นนักเขียน และพิธีกรที่มีผู้ติดตามไม่น้อย

เจย์ ได้กล่าวถึงความคิดในการเขียนหนังสือเล่มนี้ไว้เป็นแนวคิดที่ว่า “เพิ่มเงินของผม และเงินของคุณเอง ผมชอบที่ใช้แผนแนรว็บ ซึ่งสามารถเอาชนะใจความคิด แฟน และลูกค้า ด้วยวิธีที่ใช้ได้ผลจริง และนำไปใช้ได้ แผนนั้นก็คือ Youtility ถ้าคุณสร้างแผนการตลาดที่ผู้คนต้องการจริงๆ ได้ คุณก็ไม่ต้องทำตัวให้ “น่าตกใจ” “น่าทิ้ง” และ “โวลล์” คุณแค่โฟกัสกับการแก้ปัญหา การตอบคำถาม และการสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้าด้วยการทำเช่นนั้น ... **ถ้าคุณมีประโยชน์มากพอ และถ้าคุณมุ่งมั่นที่จะให้ข้อมูลมากกว่าจะโฆษณา ลูกค้าจะตอบแทนคุณด้วยความไวใจ และความจงรักภักดี**

“ผมพร้อมพูดถึงหนังสือเล่มนี้ ตอบคำถาม และติดต่อกัน อีเมลมาหาผมได้ที่ jay@convinceandconvert.com”

มาร์คัส เซอริแดน ผู้บริหารบริษัทด้านการตลาดและแบรนด์ The Sales Lion และผู้ร่วมก่อตั้งบริษัท River Pools and Spas บริษัทขายสระว่ายน้ำ และเจ้าของเว็บไซต์ เกี่ยวกับสระว่ายน้ำที่มีคนเข้าชมมากที่สุดในโลก ด้วยแนวคิด Youtility ทำให้ มาร์คัส เซอริแดน กล่าวไว้ว่า “คุณจะค้นพบว่าในหนังสือเล่มนี้ Youtility สามารถนำไปใช้ได้กับทุกอุตสาหกรรม ไม่ว่าจะเป็นบริษัทเล็กหรือใหญ่ เป็นบริษัทที่ทำธุรกิจแปลกใหม่ หรือธุรกิจแบบเดิมๆ เป็นธุรกิจที่นำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้หรือไม่ก็ตาม หรือจะเป็นบริษัทใหม่ หรือที่ก่อตั้งมานานมากกว่า 150 ปี”

“Youtility คือ การให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์มากมายกับลูกค้าแบบฟรีๆ ซึ่งจะช่วยสร้างความประทับใจ และความสัมพันธ์ระยะยาวระหว่างคุณกับลูกค้า”

ในหนังสือเล่มนี้ได้อธิบายเกี่ยวกับกลยุทธ์การสร้างการรับรู้ในผู้บริโภคที่มีมาแต่อดีต ข้อเท็จจริงและขั้นตอนการตลาดแบบ Youtility พร้อมทั้งยกตัวอย่างจากการดำเนินงานของบริษัทต่างๆ กว่า 20 แห่ง ที่ใช้วิธีการทำงานนี้จนประสบความสำเร็จทั้งในด้านผลกำไร และการสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า โดยแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การพลิกกลยุทธ์การตลาดแบบหน้ามือเป็นหลังมือ แบ่งเป็น

3 บท

- **การเป็นหนึ่งในใจผู้บริโภค** แต่เดิมใช้วิธีการโฆษณาด้วยงบลงทุนมากมาย แต่เมื่อวงการสื่อสารเปลี่ยนแปลงไป มีการแข่งขันสูงขึ้น ผู้รับสารมีโอกาสเลือกมากขึ้น ความไม่เชื่อใจจะค่อยๆ ลดความสำคัญของการเป็นหนึ่งในใจผู้บริโภคออกไป ซึ่ง “หนทางสู่การเป็นบริษัทที่ได้รับความไว้วางใจ คือคุณจำเป็นต้องโฟกัสไปที่กิจกรรมทางสังคม และกิจกรรมที่สร้างการมีส่วนร่วมมากกว่า...”
- **การอยู่ในความคิดของลูกค้า** เป็นการเข้ามาตอบคำถามต่างๆ ในช่วงเวลาที่ต้องการซื้อสินค้า ซึ่งส่วนใหญ่แล้วเป็นการเข้าไปหาข้อมูลจากการเสิร์ชในแหล่งข้อมูลที่เกิดขึ้นมากมาย จนสร้างการแข่งขันกันมากขึ้น ซึ่งเครื่องมือสำคัญที่สุดในการตลาดแนวใหม่นี้ คือ การสร้างการรับรู้ด้วยการทำตัวเป็นเหมือนเพื่อน
- **การสร้างการรับรู้ด้วยการทำตัวเป็นเพื่อน** เป็นการรวบรวมความสัมพันธ์ส่วนตัวกับความสัมพันธ์ทางธุรกิจให้เป็นหนึ่งเดียวกัน เพื่อให้ลูกค้าเกิดการตอบแทนบริษัทด้วยความจงรักภักดี และปกป้อง เช่นเดียวกับการตอบแทนเพื่อน โดยการทำตัวให้เป็นประโยชน์

ส่วนที่ 2 ลักษณะ 3 ประการของ Youtility เป็นการช่วยเหลือให้ลูกค้าสามารถตัดสินใจได้ดีขึ้น โดยได้ประโยชน์จากการช่วยเหลือนั้น ซึ่งมีอยู่ 3 ลักษณะ คือ

- **การให้ข้อมูลในรูปแบบบริการตัวเอง** เป็นการให้ข้อมูลผ่านเว็บไซต์ต่างๆ ที่ลูกค้าเข้าถึงได้ทั่วไปได้ด้วยตนเอง โดยการที่สามารถตอบคำถามทุกข้อที่ผู้มีโอกาสเป็นลูกค้าอาจจะถามเข้ามาได้
- **การให้ข้อมูลอย่างชัดเจนครอบคลุม** ในยุคที่มีเครื่องมือในการสื่อสารมากมาย ผู้ซื้อมีโอกาสเลือก และหาข้อมูลได้อย่างกว้างขวาง จึงสามารถเลือก และตัดรายชื้อตัวเลือกให้น้อยลง และเลือกเว็บไซต์ที่โดดเด่น เพื่อการตัดสินใจในที่สุด
- **ความเกี่ยวข้องแบบเรียลไทม์** คือ การให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในเวลาที่ลูกค้าต้องการ และสามารถติดต่อกันได้ทันที

ส่วนที่ 3 6 พิมพ์เขียวสำหรับการสร้าง Youtility

- **ค้นหาความต้องการของลูกค้า** เป็นการทำความเข้าใจผู้ที่จะมาเป็นลูกค้าว่ามีความต้องการอะไร เพื่อช่วยให้เขาตัดสินใจได้ดีขึ้น
- **นำความต้องการของลูกค้ามาทำเป็นแผนการตลาดที่ให้ประโยชน์** เป็นการแปลงความต้องการของลูกค้าออกมาเป็นแผนงานที่ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเหมาะสม
- **ทำการตลาดให้กับแผนการตลาดของคุณ** การทำตัวให้น่าสนใจ มีประโยชน์ และให้ความช่วยเหลือลูกค้า ผู้ที่มีโอกาสจะมาเป็นลูกค้าที่จะยื่นมือเข้ามาช่วยแผนการตลาดของคุณมากขึ้น
- **จัดสรรทรัพยากรบุคคลภายในสำหรับแผน Youtility** เป็นการนำพนักงานจากหน้าที่ต่างๆ เข้ามามีส่วนร่วมในการทำงานด้วยกัน ซึ่งจะทำได้สามารถสร้าง และดูแลข้อมูลที่มีประโยชน์ได้ง่ายขึ้น ทั้งยังเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานได้ดีขึ้นด้วย
- **สร้าง Youtility ให้เป็นกระบวนการ ไม่ใช่แค่โครงการ** เนื่องจาก Youtility เป็นกระบวนการที่ต้องได้รับการปรับปรุง และพัฒนาขึ้นเรื่อยๆ อย่างไม่มีวันหยุด และเทคโนโลยีใหม่ๆ ช่วยเปิดโอกาสให้เกิดความหลากหลายของ Youtility

- **คอยตรวจวัดผล** การวัดผลกลยุทธ์ Youtility อย่างมีประสิทธิภาพ คือ การวัดผลด้วยสถิติวัดระดับการบริโภคข้อมูล สถิติวัดการสนับสนุน และการแชร์ข้อมูล สถิติวัดการสร้างให้เกิดความสนใจในสินค้าและบริการ และสถิติวัดยอดขาย เพื่อจะดูว่าผลตอบแทนการลงทุนคุ้มค่ากับความพยายามที่ลงไปหรือไม่ แต่ต้นทุนนั้นเป็นรูปแบบของเวลาและความพยายาม ซึ่งเป็นกระบวนการที่ไม่มีวันจบสิ้น

การตลาดที่ดี เริ่มต้นที่การให้ Youtility จึงเป็นหนังสือเล่มหนึ่งที่นำอ่าน ซึ่งนำเสนอไอเดียการทำตลาดอย่างตรงจุดในยุคที่พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป และมีทางเลือกมากขึ้น ด้วยกลยุทธ์ Youtility ซึ่งมุ่งความสำคัญไปที่การช่วยเหลือลูกค้า แทนการโฆษณาผ่านตัวอย่างจากบริษัทต่างๆ ทั้งขนาดเล็ก และใหญ่มากมาย หลายสาขา กว่า 20 แห่ง ที่สามารถนำไปใช้ในธุรกิจต่างๆ ได้