

เทคนิคการทำตลาดบน Social Media

นำเสนอเมื่อ : 2 ต.ค. 2558

เทคนิคการทำตลาดบน Social Media

ช่วงนี้การตลาดทั่วโลกหันมาให้ความสนใจเจาะกลุ่มลูกค้าออนไลน์กันมากยิ่งขึ้น นั่นก็เพราะไลฟ์สไตล์ส่วนใหญ่ของมนุษย์เราปัจจุบัน จะอยู่แต่หน้าจอกอมพิวเตอร์และสามารถพกพาเป็นหลัก ทำให้เหล่าแบรนด์ต่างๆพยายามนำพาตัวเองเข้าไปอยู่ในออนไลน์เหล่านั้น เพื่อสังคมไหนจะสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการของพวกเขาได้ แต่มาคิดๆดูแล้ว ทำไมการตลาดออนไลน์บางคนถึงใช้ได้ผล แต่กับบางคนกลับใช้ไม่ได้ผล ลองมาดูเทคนิคการตลาดบน Social Media 5 ข้อนี้กัน จะได้ว่าทำกันอยู่นั้นมันถูกทางหรือไม่



1. ผู้ขึ้นชอบต้องทันสมัย

ผู้ขึ้นชอบในที่นี้ไม่ได้หมายถึงเฉพาะผู้ขึ้นชอบหรือ Like ในเฟซบุ๊กเท่านั้น แต่รวมไปถึงผู้ติดตามในทวิตเตอร์ อีเมลสมาชิกหรือลูกค้า หรือแม้กระทั่งหมายเลขโทรศัพท์ก็ตาม โดยจะต้องปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัย เช่น ต้องไม่มีการส่งข้อความแล้วตีกลับ หรือติดต่อไม่ได้ จะต้องกระตุ้นให้ผู้ขึ้นชอบที่ไม่ค่อยมีส่วนร่วมกับแบรนด์ให้เขามีสวนร่วมมากขึ้น เช่นการสร้างกิจกรรม เกมรวมรับรางวัล เป็นต้น ยิ่งกระตุ้นให้ผู้ขึ้นชอบมีส่วนร่วมมากขึ้นเท่าไร จะสามารถเข้าใจพฤติกรรมของพวกเขาได้มากขึ้นเท่านั้น เช่น การเรียนรู้พฤติกรรมจากการคลิกอ่านบทความผ่านอีเมล หรือการตอบกลับด้วยความสั้น SMS เป็นต้น

ผลลัพธ์ที่ได้คือจะสื่อสารกับผู้ชื่นชอบได้อย่างมีประสิทธิภาพและสามารถสร้างโอกาสการขายและเพิ่มจำนวนผู้ชื่นชอบได้มากยิ่งขึ้น

2. เน้นที่ลูกค้าปัจจุบันมากกว่า

การได้มาซึ่งลูกค้าใหม่ก็มีความสำคัญ แต่ต้นทุนหรือความคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับการรักษาลูกค้าปัจจุบันให้คงความเป็นลูกค้าต่อไปแล้ว "การรักษาลูกค้าปัจจุบันย่อมดีกว่า" จะต้องเน้นกลยุทธ์ในการดึงลูกค้าปัจจุบันให้อยู่นานที่สุดเท่าที่จะทำได้ การตลาดออนไลน์ถือว่าการตลาดที่ต้นทุนไม่สูงและสามารถเข้าถึงลูกค้าปัจจุบันของคุณได้เป็นอย่างดี อาจจะใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อสนทนากับลูกค้าเหล่านี้ เพื่อจะได้ใจลูกค้าและสร้างความประทับใจได้มากที่สุด ...สุดท้าย ก็อาจจะได้ลูกค้าเป็นตัวแทนหรือ แปรนตแอมบาสเตอร์ของก็ได้

3. นำเสนอให้แตกต่างกับลูกค้าที่ต่างกัน

ผู้บริโภคทุกคนต้องการการนำเสนอที่เป็นตรงใจและเป็นตัวของเขาเองมากกว่า การสร้างกลุ่มเป้าหมายย่อยด้วยการสื่อสารแบบส่วนบุคคล (Personalization) จะช่วยสร้างประสบการณ์ที่ดีต่อผู้บริโภค การสนทนาผ่านสื่อสังคมออนไลน์ด้วยแอปพลิเคชัน Social CRM จะเป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ที่จะเข้าใจผู้บริโภคได้มากขึ้น หรือการสื่อสารกับผู้บริโภคด้วยแอปพลิเคชันการตลาดอีเมลที่สามารถติดตามพฤติกรรมของผู้บริโภคได้และส่งแคมเปญอีเมลใหม่จากพฤติกรรมเหล่านั้น หรือจะเป็นการออกแบบ **สินค้าคุณลักษณะพิเศษ** เพื่อช่วยสร้างความน่าสนใจ โดยเจาะกลุ่มลูกค้าที่มีไลฟ์สไตล์ที่แตกต่างกันออกไป ติ้จอยความต้องการของลูกค้าให้ออกแล้วผลิตเป็น Product ออกมาให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า

4. สร้างโปรไฟล์ของผู้ชื่นชอบ

ต้องให้ความสำคัญกับโปรไฟล์หรือข้อมูลเชิงลึกของผู้ชื่นชอบของคุณมากขึ้น ข้อมูลโปรไฟล์เหล่านี้จะช่วยวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น โดยอาจเพิ่มคำถามเชิงลึกหลังจากที่ผู้ชื่นชอบหรือสมาชิกลงทะเบียนบนเว็บไซต์ อีกกลยุทธ์ที่ได้รับความนิยมมากขึ้นคือการดึงโปรไฟล์จากเว็บไซต์สังคมออนไลน์อย่าง Facebook, Twitter หรือ G+ ในการลงทะเบียนหรือเข้าสู่ระบบในเว็บไซต์ กลยุทธ์นี้ช่วยให้ได้ข้อมูลเชิงลึกของสมาชิก โดยที่ไม่ต้องถาม เพราะสามารถได้ข้อมูลของผู้ชื่นชอบทันทีจากเว็บไซต์สังคมออนไลน์เหล่านั้น ผู้บริโภคยินดีที่จะให้ข้อมูลเชิงลึก หากเขาได้รับประโยชน์หรือบริการที่ดีมากยิ่งขึ้น

5. โฆษณาไม่ขายและไม่ขาย

โฆษณา ทั้งสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ต จะเป็นหัวใจสำคัญในการขับเคลื่อนการตลาดออนไลน์ของปี 2556 และอนาคต ดังนั้นจะต้องเตรียมกลยุทธ์การตลาดออนไลน์ผ่านโฆษณาไม่ว่าจะเป็นเว็บไซต์ที่เป็นโฆษณาไซต์ หรือโฆษณาแอปพลิเคชันรวมถึงกิจกรรมออนไลน์ที่เคยผ่านคอมพิวเตอร์เดสก์ท็อปมาสู่โฆษณา อาทิ การส่งข้อความออนไลน์ การชำระเงินออนไลน์หรือธุรกรรมต่างๆ

ขอบคุณข้อมูลดีๆจาก <http://www.bangkokbiznews.com>

และภาพสวยๆจาก <http://thenextweb.com>