

Breaking Through Marketing Crisis in the Year 2008

ฝ่าวิกฤตการณ์ตลาดไทยปี 2008

ในปี 2008 นี้ดูเหมือนว่าสภาพการ ตลาดตั้งแต่ในครึ่งปีแรกจนจะมาถึงในครึ่งปีหลังนี้ อาจไม่เป็นไปตามคาดเหมือนที่นักลงทุน นักการตลาด หลายคนตั้งใจไว้ ด้วยปัญหาต่างๆ ที่รุมเร้าอยู่ทั่วโลกนั้น ทำให้เศรษฐกิจโลกค่อนข้างชะลอตัว สำหรับในประเทศไทยเองก็ได้รับผลกระทบอยู่ไม่น้อยเห็นได้จากภาค การผลิตเจอผลกระทบหนักจากภาวะเศรษฐกิจ ภาวะ ต้นทุน วัตถุดิบ และพลังงานที่ปรับตัวสูงขึ้น



แนวโน้มผลประกอบการในครึ่งปีหลังอาจ จะไม่สดใสเท่าไร เราจึงเห็นผู้ประกอบการต่างดึง กลยุทธ์ต่างๆมาใช้เพื่อหวังพวงรายได้ไม่ให้เกิดต่ำไป กว่าช่วงครึ่งปีที่ผ่านมาหากมองในภาพรวมของกลยุทธ์ ด้านการตลาดที่นำมาใช้กัน ตอนนี้ต่างระดมหมัดเด็ด เด็ด มาว่าคู่แข่งเพื่อรักษาฐานการตลาดของตนเองให้ทรง ตัวอยู่ได้ท่ามกลางวิกฤตที่เกิดขึ้น ซึ่งมักจะพบว่า โปรโมชัน ลด แลก แจก แถม มีการนำมาใช้กันอย่าง แพร่หลาย โดยผลที่ได้อาจไม่ได้ทำให้อะไรดีขึ้นอย่าง ที่คิด ยอดการตลาดที่คาดว่าจะเพิ่มจากสิ่งจูงใจที่

เสริมไปนั้นไม่อาจจะด้วยราคาลดพิเศษ หรือของแถมเพิ่ม กลับไม่ได้สร้างสีสัน ให้กับตลาดสินค้านั้นๆ หรือหวือหวาขึ้น มากเลย เพราะในช่วงนี้เราจะเห็นว่าผู้บริโภคใช้จ่ายอย่าง ระมัดระวัง มีการวางแผนการใช้จ่ายเพื่อใช้สินค้าให้ได้ อย่างคุ้มค่ามีประสิทธิภาพมากที่สุด คำถามที่หลายคน สงสัยในช่วงนี้ก็คือเราควรจะใช้กลยุทธ์ทางการตลาดแบบ ไหนท่ามกลางวิกฤตเศรษฐกิจแบบนี้ สิ่งแรกที่เราทำได้ ง่ายๆคือ จับตาค่าความเคลื่อนไหวของคู่แข่งทางการตลาด ดูว่าเขามีการใช้สื่ออย่างไร เพื่อที่เราจะได้ทราบข้อมูล

ความเคลื่อนไหวแล้วนำมาปรับใช้เป็นแผนกลยุทธ์ (Strategy) ในการรับมือฝ่ายตรงข้าม อันดับต่อมาที่มีความสำคัญไม่แพ้กันก็คือ นักการตลาดเองน่าจะลอง สำรององค์กรของเราก่อนว่าเป็นอย่างไร เราควรจะ วิเคราะห์องค์กรของเราโดยใช้กระบวนการวิเคราะห์ SWOT ซึ่งย่อมาจาก จุดแข็ง (Strengths), จุดอ่อน (Weaknesses), โอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threats) ซึ่งถือว่าเป็นทฤษฎีง่ายๆ สำหรับการกำหนด กลยุทธ์เพื่อให้เหมาะสมกับองค์กรของตัวเองในช่วง วิกฤตแบบนี้

สำหรับฉบับหน้าเราจะมาดูกันต่อครับ กับเรื่องของ การใช้กระบวนการวิเคราะห์ SWOT ที่จะนำมาใช้สำรอง องค์กรของเรา ซึ่งนำมาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการกำหนด กลยุทธ์ทางการตลาดให้กับองค์กรของเราได้อย่างเหมาะสม พร้อมทั้งเทคนิคต่างๆที่เราจะนำมาใช้ในภาวะวิกฤตการ ตลาดปี 2008

— @AMATA —

Kristin Rucksakhum : Text

In 2008, it seems that economic situation in the first two quarters was not what investors and marketers had expected. Also, it tends to be the same in the third and fourth quarter of the year.

Many problems which occur around the world cause worldwide economic downturn. Of course, Thailand is also affected. As you can see, Thailand industrial sector is facing various problems caused by economic chaos, cost of production rising, etc.

The revenues trend in the second half might not be very bright. We can see many entrepreneurs use the top of mind marketing strategies and tactics to maintain their profits. In other words, all marketers are trying to use the most effective marketing strategies to out-manuever their competitors in order to maintain their customer base.

@AMATA | 20

In this tense situation, many promotion strategies, such as price reduction, giveaways, and the classic 'buy 1 get 1 free' tactic are widely used. Unfortunately, these do not help as much as the marketers had forecasted.

However, sales volume, which is expected to be highly raised as a result of these marketing strategies, remains immobile. This is because consumers are more careful with their pockets and also plan their spendings better and more efficient than before. One of the most popular questions among marketers is 'what is the most suitable marketing strategy for this somber economic situation?'

The answer is 'monitoring your competitors' which you can apply immediately and easily at this moment.

To see what media they use, and also what marketing activities they are doing.

You will know their movements and directions so that you can adapt your strategies to conquer them effectively and efficiently.

Another important thing is, you should inspect your organization by using SWOT analysis technique which is easy-applied, to see the real internal potential of your organization. To do so will provide you directions for the most suitable strategies for your organization at present.

These suggestions will help ease your marketing problems and also shape your organizational directions. It is the easy way to prevent you from making ducks and drakes with your money.

Although the economic situation at present is very tough, you can break it through with clear focus, knowledge, and well-analysed strategies.

— @AMATA —

SWOT
SWOT
SWOT
SWOT
SWOT
SWOT
SWOT