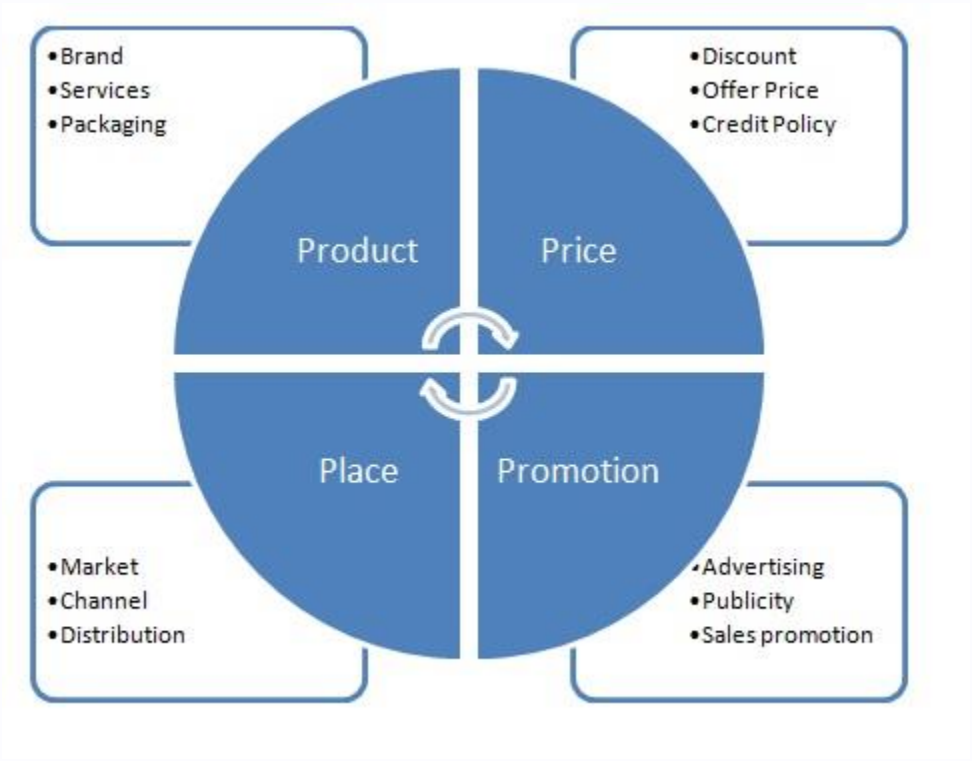
4P

อ้างอิงจากwww. https://contentshifu.com/blog/4p-marketing-mix

โดย.... Aksarapak C.

ส่วนประสมทางการตลาด 4P [Marketing Mix]



ตัวอย่าง 4P Marketing Mix จาก Neilpatel.com

กลยุทธ์ 4P [Marketing Mix] ส่วนประสมทางการตลาด คือ ปัจจัย 4 อย่างที่นักธุรกิจต้องวิเคราะห์เพื่อวางแผนด้านการตลาด โดยประกอบไปด้วย Product, Price, Promotion และ Place ซึ่งปัจจัยทั้งสี่จะมาช่วยให้นักธุรกิจและนักการตลาดวิเคราะห์กลยุทธ์ออกมาได้อย่างละเอียดและครอบคลุมกับตัวสินค้าและบริการมากที่สุด

ประโยชน์ของ 4P นั้น จะช่วยนักธุรกิจและนักการตลาดในการวิเคราะห์และวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดออกมาเพื่อผลักดันให้สินค้าและบริการของพวกเขาได้ใจผู้บริโภคที่สุด และโดดเด่นเหนือแบรนด์อื่นๆ ในอุตสาหกรรมเดียวกัน

กลยุทธ์ 4P [Marketing Mix] ส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วยอะไรบ้าง

ส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย 4 ปัจจัย คือ Product, Price, Promotion และ Place แต่ละปัจจัยมีรายละเอียดอะไรบ้าง มาดูกันค่ะ

Product

ปัจจัยแรกคือ Product หรือผลิตภัณฑ์ ซึ่งคำว่า Product ในที่นี้ไม่ได้หมายถึงตัวสินค้าที่จะส่งออกสู่ ตลาดเพียงอย่างเดียว แต่หมายถึงสินค้าหรือบริการของธุรกิจทั้งแบบที่จับต้องได้ หรือจับต้องไม่ได้ เช่น แอปพลิเคชัน เป็นต้น ไม่ว่าอะไรก็ตามที่ธุรกิจผลิตออกมาเพื่อขายให้ลูกค้า ล้วนแล้วแต่เป็น Product หรือผลิตภัณฑ์ทั้งสิ้น

Price

ปัจจัยที่สองคือ Price หรือราคา ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อธุรกิจเป็นอย่างมาก เพราะปัจจัยข้อนี้จะเป็นตัวกำหนดราคาของสินค้าและบริการว่าควรส่งออกสู่ตลาดในช่วงราคาที่เท่าไหร่ สิ่งสำคัญที่ทำให้ ปัจจัยข้อนี้มีความสำคัญก็คือเป็นปัจจัยที่ช่วยสร้างกำไรให้ธุรกิจ และก็เป็นอีกปัจจัยในสายตาของผู้ บริโภคในการตัดสินใจเลือกซื้อหรือใช้งานสินค้าและบริการนั้นๆ เช่นเดียวกัน

Place

ปัจจัยที่สามคือ Place หรือสถานที่ที่ธุรกิจสามารถจัดแสดงหรือส่งออกสินค้าและบริการออกไปให้ ใกล้ชิดผู้บริโภคมากที่สุด โดยสิ่งแรกที่คุณอาจจะนึกถึงคงจะเป็นห้างสรรพสินค้าหรือตลาดใกล้ บ้านที่มีผู้คนเดินจับจ่ายใช้สอยกัน ซึ่งนั่นก็เป็นหนึ่งในสถานที่ที่เหมาะแก่การจัดแสดงสินค้า

แต่ในยุคนี้สถานที่จัดแสดงสินค้าย่อมเปลี่ยนแปลงไปโดยย้ายมาอยู่บนหน้าจอโทรศัพท์ ที่ลูกค้าสามารถเข้าถึงได้อย่างง่ายดาย เช่น แอปพลิเคชันหรือเว็บไซต์ของบริษัท หรืออาจจะพึ่งพา Marketplace ขนาดใหญ่ที่รวบรวมสินค้าและบริการหลายๆ อย่างไว้ด้วยกัน เช่น Shopee หรือ Lazada เป็นต้น

Promotion

ปัจจัยสุดท้ายคือ Promotion หรือการสื่อสารและกระจายเสียงของแบรนด์ออกไปให้ถึงใจลูกค้า เป็นอีกปัจจัยที่สำคัญกับธุรกิจมาก เพราะว่าการที่แบรนด์รู้ว่าควรสื่อสารอย่างไร กับลูกค้าแบบไหน และใช้เครื่องมือการสื่อสารแบบไหน ไม่ว่าจะเป็นการใช้กลยุทธ์ด้าน Digital Marketing หรือการว่าจ้าง

Influencer หรือแม้แต่การคิดโปรโมชั่น ลด แลก แจก แถม ก็ล้วนเป็นเครื่องมือ ที่ช่วยให้การสื่อสารของแบรนด์มีประสิทธิภาพมากขึ้น

กลยุทธ์การตลาด 4P มีความสำคัญอย่างไร

จำเป็นมากน้อยแค่ไหนที่จะต้องนำกลยุทธ์การตลาด 4P มาประยุกต์ใช้กับการวางแผนการตลาดหรือผลิตสินค้า ในความเป็นจริงแล้วโลกของ Marketing หรือ Digital Marketing มีทฤษฎีเยอะแยะมากมายที่เป็นประโยชน์กับธุรกิจ ซึ่ง 4P Marketing Mix ก็เป็นทฤษฎีที่ช่วยเหลือนักการตลาดหรือเจ้าของธุรกิจใน การวางกลยุทธ์ในการขายสินค้าและบริการมานับไม่ถ้วน

ถ้าคุณกำลังลังเลหรือยังไม่แน่ใจว่าควรนำทฤษฎีนี้ไปปประยุกต์ใช้ดีไหม มาลองอ่านข้อดีของ 4P Marketing Mix กันก่อน

ช่วยให้ธุรกิจรู้จักและเข้าใจสินค้าและบริการของตัวเอง

ข้อนี้เรียกได้ว่าเป็นข้อที่สำคัญมากทีเดียวโดยเฉพาะกับผู้ที่สนใจอยากเป็นผู้ประกอบการ แต่ยังลังเลและไม่มั่นใจว่าจะผลิตสินค้าหรือบริการรูปแบบไหนออกมาในตลาด ที่ไม่ว่าจะมองไปทางไหนในแต่ละอุตสาหกรรมล้วนมีสินค้าและบริการเยอะแยะเต็มไปหมด

ซึ่ง 4P Marketing Mix จะเข้ามาช่วยให้คุณรู้จักกับสิ่งที่คุณจะผลิตออกมามากยิ่งขึ้น ทำให้คุณรู้และเข้าใจถึงที่มาที่ไปของสินค้าที่จะผลิตออกมา เพื่อตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด รวมไปถึงช่วยให้คุณวิเคราะห์ได้ว่าจะผลิตสินค้าและบริการแบบไหนออกมาที่จะแตกต่างและโดดเด่น กว่าคู่แข่งในตลาดเดียวกัน

ช่วยให้ธุรกิจรู้จักกลุ่มผู้บริโภคของตัวเองมากขึ้น

นอกการช่วยให้คุณรู้จักตัวเองแล้ว 4P Marketing Mix ยังช่วยให้คุณรู้จักกับผู้บริโภคของคุณมากขึ้น ในทุกปัจจัยไม่ว่าจะเป็น Product, Price, Place หรือ Promotion ล้วนแล้วแต่ช่วยให้คุณนั่งวิเคราะห์ ว่าคุณควรผลิตสินค้าและบริการออกมาเพื่อตอบโจทย์คนแบบไหน ผลิตออกมาแล้วควรเลือกช่องทางไหนในการจำหน่าย วางแผนการตั้งราคาที่สูงหรือต่ำเกินไปไหม รวมไปถึงควรใช้รูปแบบและการสื่อสารแบบไหนที่จะโดนใจกลุ่มคนเหล่านั้นได้มากที่สุด

เพราะฉะนั้นการนั่งวิเคราะห์ 4P Marketing Mix ก็ช่วยให้คุณได้นั่งคุยกับตัวเองว่าใครกันแน่คือคนที่ คุณอยากเข้าไปช่วยแก้ไขปัญหาจากสิ่งที่คุณมีอยู่และคุณควรเข้าหาคนเหล่านั้นได้จากที่ไหนและสามารถดึงดูดพวกเขาได้อย่างไร

ช่วยให้ธุรกิจได้วางแผนกลยุทธ์อย่างรอบคอบก่อนตัดสินใจ

อีกเหตุผลสำคัญของการนำ 4P Marketing Mix มาประยุกต์ใช้คือการช่วยให้คุณตัดสินใจได้รอบ คอบและรอบด้านยิ่งขึ้น เพราะการเริ่มต้นทำธุรกิจมีต้นทุนที่ต้องรับผิดชอบทั้งในเรื่องของเงิน แรงงานและเวลา ซึ่งการที่คุณมีการวางแผนและกลยุทธ์ที่ดีและละเอียดมากเท่าไหร่ จะยิ่งช่วยให้ภาพ ของธุรกิจนั้นชัดเจนและมองเห็นแนวทางที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น และช่วยให้ธุรกิจของคุณบริหารต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เห็นได้ชัดว่า 4P Marketing Mix นั้นมีความสำคัญต่อการสร้างแบรนด์ในระยะเริ่มต้นที่ไม่ว่าใครก็ สามารถนำไปประยุกต์ใช้งานได้

ตัวอย่างการวิเคราะห์ การตลาด 4P [Marketing Mix] สำหรับธุรกิจ

ต่อไป เราจะยก **ตัวอย่างการวิเคราะห์ 4P [Marketing Mix] ของธุรกิจเครื่องชงกาแฟ** โดยวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดกันทีละตัว แบบ Step -by – Step

โดยในการวิเคราะห์ส่วนผสมการตลาดแบบ 4 ปัจจัยนั้นไม่ได้มีแค่การวิเคราะห์ 4P เพียงอย่างเดียว แต่ยังรวมไปถึงการวิเคราะห์แบรนด์ การวิเคราะห์ผู้บริโภค และการกำหนดเป้าหมายทางธุรกิจด้วย

มาเริ่มกันเลยค่ะ

การวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ (Product)

มาถึงส่วนผสมทางการตลาดตัวแรกอย่าง Product ซึ่งการวิเคราะห์ 4P ตัวนี้นั้นจะประกอบไปด้วย

- ตอบโจทย์ความต้องการของผู้ใช้งาน (Satisfying needs)
- จุดขายที่โดดเด่น (Unique Selling Point)
- ฟีเจอร์ของผลิตภัณฑ์ (Feature)
- คุณภาพของผลิตภัณฑ์ (Quality)
- กลิ่นอายความเป็นแบรนด์ของผลิตภัณฑ์ (Branding)
- บรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ (Packaging)
- การรับประกัน (Warranties)
- บริการหลังการขาย (Services)

สิ่งแรกที่แบรนด์ควรคำนึงถึงก่อนการผลิต Product ออกมาคือการศึกษาผู้บริโภคของตัวเอง โดยตั้งคำถามว่า ความต้องการแบบไหนที่พวกเขากำลังมองหาและผลิตภัณฑ์ของคุณสามารถ ช่วยพวกเขาได้ พวกเขาจะได้อะไรจากการซื้อหรือใช้ผลิตภัณฑ์ของคุณ และหลังจากนั้นค่อยมา ศึกษาคู่แข่งว่าเป็นผลิตภัณฑ์ประเภท

เดียวกันในตลาดไหม ถ้ามี จุดแข็ง-จุดอ่อนของคู่แข่งคืออะไร ผลิตภัณฑ์ของคุณจะชูโรงในเรื่องอะไร (โดยในส่วนนี้สามารถนำ SWOT มาช่วยนำทางได้)

นอกเหนือจากเรื่อง Need และ Selling Point นั้น คุณต้องมาวิเคราะห์ต่อว่าฟีเจอร์ไหนของผลิตภัณฑ์ จะช่วยเหลือผู้บริโภคที่สุด รูปแบบของผลิตภัณฑ์ควรจะเป็นอย่างไร ต้องทำอย่างไรให้ผลิตภัณฑ์สอด คล้องกับ CI ของแบรนด์ที่สุด บรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ควรทำออกมารูปแบบไหน ควรมีการรับประกันการขายไหม เป็นต้น

ตัวอย่างการวิเคราะห์ | Product เครื่องชงกาแฟ

ลูกค้า A กำลังมองหาเครื่องชงกาแฟที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการและไลฟ์สไตล์ได้ ซึ่งเธอมักจะมีชีวิตที่ค่อนข้างเร่งรีบและ Active ตลอดเวลา ทำให้ไม่ค่อยมีเวลาชงกาแฟเอง รวมถึงเธอ ให้ความสำคัญกับ Branding ของผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งแรก โดยผลิตภัณฑ์นั้นต้องไม่ Mass และไม่ No Name จนเกินไป

ดังนั้นเครื่องชงกาแฟที่คุณจะผลิตออกมานั้นต้องสามารถตอบโจทย์เธอในเรื่องนี้ให้ได้ โดยผลิตภัณฑ์นั้นอาจจะเป็นเครื่องชงกาแฟที่มีดีไซน์เฉพาะตัวที่มีแค่แบรนด์คุณเป็นเจ้าของ และพัฒนาประโยชน์การใช้งานให้ตอบโจทย์คนมีเวลาน้อยให้ได้มากที่สุด อาจจะเป็นการเชื่อมต่อ กับแอปพลิเคชันเพื่อให้ชงกาแฟอัตโนมัติได้ในขณะที่ลูกค้าทำกิจกรรมอย่างอื่น เป็นต้น

การวิเคราะห์ราคา (Price)

ในปัจจัยข้อนี้นั้นแน่นอนว่าการทำธุรกิจย่อมต้องการกำไรจากการค้าขายผลิตภัณฑ์ แต่ว่าการจะตั้ง ราคาผลิตภัณฑ์หนึ่งตัวนั้นต้องคำนึงถึงสิ่งเหล่านี้

- Brand Positioning
- กลยุทธ์การตั้งราคา (Pricing Strategy)
- รูปแบบการจ่ายเงิน (Payment Form)
- ส่วนลด (Discount) เป็นต้น

การรู้จักกับ Brand Positioning ของตัวเองนั้นสำคัญกับการตั้งราคาของสินค้ามาก เพราะว่าถ้าคุณรู้ ว่าแบรนด์ของคุณกำลังยืนอยู่ตรงไหนของตลาดจะช่วยให้การวิเคราะห์ราคาง่ายขึ้น เช่น แบรนด์ของคุณถูกมองว่าเป็นแบรนด์ที่ราคาเป็นมิตรหรือเป็นแบรนด์ high-end ในตลาด เป็นต้น

และการเลือกใช้ Pricing Strategy จะช่วยให้คุณตัดสินใจตั้งราคาได้ดีกว่าเดิม ซึ่งมีเยอะแยะและหลากหลายมาก เช่น การตั้งราคาตามต้นทุน (Cost-based Pricing) การตั้งราคาจากคู่แข่ง (Competitive-Oriented Pricing) การตั้งราคาเชิงจิตวิทยา (Psychological Pricing)

การตั้งราคาตามความต้องการของลูกค้า (Demand-based Pricing) เป็นต้น ขึ้นอยู่กับความถนัดและเป้าหมายของคุณเอง

นอกเหนือจาก Positioning ของแบรนด์และกลยุทธ์แล้วนั้น การยื่นทางเลือกเกี่ยวกับราคาให้ลูกค้าก็ เป็นสิ่งสำคัญ คุณต้องวิเคราะห์ว่าผลิตภัณฑ์ของคุณนั้นสามารถให้ส่วนลดได้ไหม หรือมีการโปรแกรม สมาชิกไหม ถ้ามี ลูกค้าได้ประโยชน์อะไรบ้าง สามารถรับชำระด้วยรูปแบบไหนได้บ้าง มีตัวเลือกการผ่อนร่วมด้วยไหม เป็นต้น

ตัวอย่างการวิเคราะห์ | Price เครื่องชงกาแฟ

แบรนด์เครื่องชงกาแฟของคุณนั้นเป็นแบรนด์ที่นำเข้าเครื่องชงกาแฟคุณภาพดีมาจากต่างประเทศ สร้างจากวัสดุคุณภาพดี ใช้งานได้หลายปี เป็นแบรนด์ที่สร้างมาเพื่อตอบโจทย์คนวัยทำงาน ที่มีฐานเงินเดือนสูง ชอบ Branding ของผลิตภัณฑ์ แต่ชีวิตเร่งรีบ ไม่ค่อยมีเวลา

ดังนั้นการวิเคราะห์ราคาเครื่องชงกาแฟของคุณอาจจะต้องกำหนดราคาที่สูงกว่าตลาดเพราะเนื่องจาก Positioning รวมไปถึงต้องตั้งราคาให้สูสีกับแบรนด์เครื่องชงกาแฟคู่แข่ง และคิดราคาให้คุ้มต้นทุน รวมไปถึงอาจจะเสนอทางเลือกให้ลูกค้าสามารถจ่ายเงินได้หลายรูปแบบ รวมถึงยื่นทางเลือกการผ่อน เพราะสินค้ามีราคาสูง เป็นต้น

การวิเคราะห์ช่องทาง (Place)

Place หรือสถานที่นั้นไม่ได้จำกัดความเพียงแค่ On-site เท่านั้น เพราะตอนนี้มี Place ให้คนจับจ่าย ใช้สอยกันเยอะมากมาย ซึ่งปัจจัยที่จะมาประกอบการพิจารณา Place ก็คือ

- ช่องทางในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (Channels)
- ช่องทางที่ลูกค้าอยู่เป็นประจำ (Audience)
- ช่องทางที่สามารถสนับสนุนลูกค้าได้ (Support)
- ช่องทางที่เหมาะสมกับขนาดธุรกิจ (Business Size)

การคัดเลือกช่องทางที่ดีที่สุดในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ก็คือการเลือกช่องทางที่ Audience หรือกลุ่มผู้บริโภคของคุณอยู่ในนั้น คุณต้องศึกษาพฤติกรรมการใช้ชีวิตของพวกเขาว่าช่องทางแบบไหนบ้าง ที่พวกเขามักจะเข้าไปเป็นประจำ เป็นช่องทางออฟไลน์ เช่น ห้างสรรพสินค้าไหม หรือช่องทางออนไลน์ อย่าง Social Media หรือ Website หรือช่องทาง Marketplace อย่าง Shopee หรือ Lazada

ช่องทางที่คุณเลือกนั้นอาจจะไม่ต้องเยอะมากก็ได้ขึ้นอยู่กับขนาดของธุรกิจ เพราะการมีช่องทางที่หลากหลายแน่นอนว่าช่วยให้เข้าถึงลูกค้าได้กว้างขึ้น แต่ถ้าคุณเป็นบริษัท ขนาดเล็ก มีสมาชิกที่ไม่เยอะ อาจจะไม่สามารถดูแลช่องทางเหล่านั้นได้อย่างทั่วถึง ดังนั้นเรื่องจำนวนช่องทางก็ควรเลือกให้เหมาะสม

รวมไปถึงเลือกช่องทางที่สามารถติดต่อกับลูกค้า หรือคอยช่วยเหลือลูกค้าได้อย่างง่ายดายและตลอดเวลาจะเป็นประโยชน์ต่อตัวธุรกิจมาก

ตัวอย่างการวิเคราะห์ | Place เครื่องชงกาแฟ

ลูกค้าของแบรนด์เครื่องชงกาแฟของคุณนั้นมักจะใช้ช่องทาง Online เป็นหลักในการติดตามข่าวสาร เช่น Google, Twitter, Instagram และ LINE แต่จะทำการตัดสินใจซื้อถ้าเว็บไซต์นั้นสื่อสารได้อย่างชัดเจนและมีการบริการลูกค้าเป็นอย่างดี

ดังนั้นการวิเคราะห์ Place ของแบรนด์คุณจำเป็นต้องเลือกใช้ Online เป็นหลัก โดยอาจจะมีเว็บไซต์ หลักเพื่ออธิบายความเป็นแบรนด์และผลิตภัณฑ์ ที่สนับสนุนการจ่ายเงินได้หลายรูปแบบ และมีบริการติดต่อกับทีมงาน 24 ชั่งโมงหรือ Chatbot รวมไปถึงเปิด Social Media Account อย่าง Twitter, Line และ Instagram ที่ลูกค้ามักจะใช้งานบ่อยๆ เป็นต้น

การวิเคราะห์การสื่อสาร (Promotion)

ถ้าคุณอ่านมาถึงตรงนี้ แสดงว่านี่คือปัจจัยสุดท้ายของ Marketing Mix แล้วนั่นเอง 🙂 ซึ่งก็คือ Promotion หรือการสื่อสารเกี่ยวกับแบรนด์ ซึ่งการสื่อสารที่ว่าอาจจะครอบคลุมในหลายๆ เรื่อง เพราะโลก Digital Marketing มีเครื่องมือหลายอย่างให้เลือกใช้งาน ไม่ว่าจะเป็น

- การเลือกใช้โฆษณาแบบ Digital Advertising บนช่องทางที่มี
- การโปรโมทผ่าน Affiliate Marketing หรือ Influencer Marketing
- การทำ PR และสร้าง Campaign ทางการตลาด เช่น Offline Event หรือ Webminar
- การทำ Peer-to-peer review หรือการการพูดถึงบน Social Media
- การขายและโปรโมทผ่าน Official Website และช่องทางของตัวเอง
- การผลิตคอนเทนต์ให้ตอบโจทย์ Search Engine Optimization
- การทำ Email Marketing
- การลดแลกแจมแถม รวมถึงโปรแกรม Loyalty เป็นต้น

เพราะการสื่อสารก็เป็นอีกหนึ่งหัวใจหลักของการทำการตลาด ดังนั้นการจะสื่อสารเพื่อเข้าไปให้ถึงใจ ของลูกค้านั้นควรรู้ก่อนว่าแบรนด์กำลังคาดหวังอะไรจากลูกค้า เช่น ต้องการให้ลูกค้ามีการรับรู้เกี่ยวกับแบรนด์ หรืออยากให้ผันตัวมาเป็นว่าที่ลูกค้า หรืออยากให้ตัดสินใจซื้อ ซึ่ง Marketing Funnel จะช่วยปูทางให้ได้ว่าคุณต้องเลือกสื่อสารอย่างไร เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ต้องการจากลูกค้า

เมื่อมีความคาดหวังแล้วนั้น คุณจำเป็นต้องใช้เครื่องมือในการสื่อสารเพื่อส่งเสียงของแบรนด์ออกไป โดยแต่ละเครื่องมือนั้นจะส่งเสริมซึ่งกันและกัน ไม่ว่าจะเป็น Paid, Earned, Owned Media ก็ตาม ทั้งหมดล้วน

เป็นสื่อที่จะเชื่อมโยงลูกค้าเข้ากับแบรนด์ของคุณ พิจารณาการเลือกใช้วิธีสื่อสารให้ เหมาะสมกับ Place ที่เลือกไว้

ตัวอย่างการวิเคราะห์ | Promotion เครื่องชงกาแฟ

คุณต้องการขายเครื่องชงกาแฟตัวใหม่ให้ลูกค้าที่มีชีวิตค่อนข้างเร่งรีบและ Active ตลอดเวลา ทำให้ไม่ค่อยมีเวลาชงกาแฟเอง รวมถึงให้ความสำคัญกับ Branding ของผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งแรก โดยผลิตภัณฑ์นั้นต้องไม่ Mass และไม่ No Name จนเกินไป และลูกค้ามักจะใช้ช่องทาง Online เป็นหลักในการติดตามข่าวสาร เช่น Email สำหรับติดตามเรื่องที่สนใจ, Google สำหรับอ่านรีวิวและ เนื้อหา, Social Media อื่นๆ เพื่อมองหาสิ่งใหม่ๆ