

9 เทรนด์การตลาด รับปี 2562



9 เทรนด์การตลาด รับปี 2562

นักการตลาดจะต้องเข้าใจถึงความสำคัญของการตลาดยุคใหม่ที่เน้นการเชื่อมต่อกับลูกค้าในระดับบุคคล ในยุคนี้แบรนด์ที่นำเสนอเพียงแค่สินค้าและบริการจะไม่เพียงพออีกต่อไป แต่ความเข้าใจและการให้ความสำคัญกับความรูสึกของลูกค้าจะกลายเป็นมาตรฐานใหม่ในการตลาดและการทำธุรกิจในภาพรวม

หลังจากผู้ประกอบการสรุปผลการดำเนินงานธุรกิจของตนเองในปี 2561 เรียบร้อยแล้ว คงมีหลายแห่งกำลังติดตามว่า แนวโน้มการตลาดในปี 2562 จะเป็นอย่างไร สหพันธ์การตลาดแห่งเอเชีย (Asia Marketing Federation) หรือ AMF และสมาคมการตลาดแห่งประเทศไทย จัดทำรายงานพิเศษหัวข้อ "9 แนวโน้มการตลาดแห่งเอเชียที่น่าจับตามองในปี 2562" เป็นการจับความเคลื่อนไหว และการเปลี่ยนแปลงของการตลาดในภูมิภาคผนวกกับการวิเคราะห์จากผู้เชี่ยวชาญของสมาคมการตลาดจากประเทศสมาชิกในเอเชีย



สำหรับสหพันธ์การตลาดแห่งเอเชีย เป็นองค์กรระดับภูมิภาค และเป็นเครือข่ายของสมาคมการตลาดในเอเชีย ที่มีการกิจสำคัญในการมุ่งพัฒนาเครือข่ายให้เข้มแข็งและส่งเสริมความสัมพันธ์อันดีระหว่างสมาคมการตลาดในแถบภูมิภาคเอเชีย อันจะนำมาซึ่งประโยชน์ในการพัฒนาธุรกิจ เศรษฐกิจ และสังคมในประเทศสมาชิก อันประกอบด้วย ประเทศจีน ญี่ปุ่น เกาหลี ฮองกง มาเก๊า สิงคโปร์ ไต้หวัน มองโกเลีย ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย ไทย มาเลเซีย เมียนมา กัมพูชา เวียดนาม ศรีลังกา และบังกลาเทศ โดย 9 แนวโน้มการตลาดแห่งเอเชียที่น่าจับตามองในปี 2562 มีดังนี้

1. ฟินเทค (Fintech)



นวัตกรรมด้านการเงินที่จุดกระแสความเปลี่ยนแปลงให้ธนาคารต่างๆ เริ่มปรับตัว ก้าวข้ามขีดจำกัดแบบเดิมๆ เมื่อผู้บริโภคก้าวเข้าสู่ยุคดิจิทัลเต็มรูปแบบ การทำธุรกรรมทางการเงินของบุคคลทั่วไปได้เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม และช่องทางก็เพิ่มมากขึ้น ธนาคารพาณิชย์จึงมีการปรับตัวเพื่อตอบสนองความต้องการหลายด้าน อาทิ ด้านการให้บริการต่างๆ รวมถึงแพลตฟอร์มการชำระเงินออนไลน์ที่คล่องตัว และตรงความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น

2. ออมนี แชนแนล (OMNI Channel)



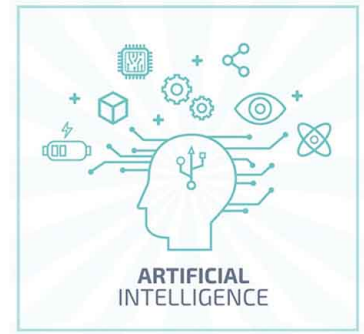
การเชื่อมต่อทุกช่องทางการขาย คือ อนาคตของค้าปลีก ในโลกที่ประสบการณ์ที่ตอบโจทย์โดนใจลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญการขายผ่านช่องทางเดียวไม่เพียงพออีกต่อไป ในปีที่ผ่านมาเราจะได้ยินคำว่า การเชื่อมต่อทุกช่องทางการขาย หรือออมนีแชนแนล และโลกใหม่ของการค้าปลีกอยู่บ่อยครั้ง จะเห็นตัวอย่างการเปลี่ยนแปลงทั่วทุกภูมิภาค ผู้เล่นรายใหญ่ในโลกค้าปลีกแบบออนไลน์ เริ่มให้ความสำคัญกับร้านค้าออฟไลน์และเริ่มขยายสู่โลกของการเชื่อมต่อทุกช่องทางการขายมากขึ้น

3. การเติบโตของธุรกิจชำระเงินแบบดิจิทัล และความเปลี่ยนแปลงในโลกทางการเงินแบบดั้งเดิม



ด้วยการพัฒนาอย่างก้าวกระโดดในโลกอีคอมเมิร์ซ ทำให้การชำระเงินแบบดิจิทัลเป็นช่องทางการจ่ายเงินที่ได้รับความนิยมสูงขึ้นเรื่อยๆ และนี่ก็เป็นโอกาสของอุตสาหกรรมการให้บริการทางการเงิน

4. การใช้งานที่เพิ่มขึ้นของปัญญาประดิษฐ์ และการพัฒนาไปเป็นความอัจฉริยะแบบลูกผสม



จะกลายมาเป็นเครื่องมือที่มีบทบาทสำคัญเป็นอย่างยิ่งในการช่วยให้องค์กรต่างๆ สามารถมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าได้ในระดับบุคคล เพราะเครื่องมือ AI สามารถช่วยรวบรวมข้อมูลจำนวนมากศาสตร์ของลูกค้านำเข้าด้วยกัน พร้อมวิเคราะห์เพื่อนำผลลัพธ์มาปรับปรุงประสบการณ์ของลูกค้าและสร้างความสัมพันธ์ที่แข็งแกร่งผ่านการตลาดเชิงประสบการณ์ โดยเครื่องมือปัญญาประดิษฐ์ (AI) จะยังคงถูกนำมาใช้เพื่อช่วยให้บริษัทต่างๆ สามารถสร้างความผูกพันกับลูกค้าในระดับบุคคลไม่เพียงเฉพาะกับจำนวนลูกค้าในกลุ่มที่ใหญ่มากขึ้นเท่านั้น แต่ในความถี่ที่สูงขึ้นด้วย อย่างไรก็ตามการนำเทคโนโลยีที่กล่าวมาข้างต้นนี้มาใช้อย่างแพร่หลาย ควรคำนึงถึงประเด็นความเหมาะสมทางด้านมนุษยศาสตร์และจริยธรรมด้วยเช่นกัน

5. เทรนด์ใหม่ของผู้ประกอบการภายใน

ทางออกแบบ WinWin ในโลกธุรกิจยุคใหม่ เมื่อใครๆ ก็อยากเป็นเจ้าของกิจการ พนักงานและผู้บริหารจากองค์กรต่างๆ ที่มีความสามารถสูง เริ่มลาออกเพื่อไปตามความฝันในการเริ่มต้นกิจการของตัวเอง ทำให้องค์กรขาดบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ ส่วนผู้ที่ลาออกไปเริ่มต้นกิจการ ก็ไม่ใช่จะประสบความสำเร็จเสมอไป จะเห็นได้จากจำนวนบริษัทสตาร์ทอัพที่ประสบความสำเร็จนั้นเป็นเปอร์เซ็นต์ที่น้อยมาก และส่วนใหญ่พวกเขา มักมีปัญหาในการขยายธุรกิจ องค์กรหลายๆ แห่งเริ่มส่งเสริมให้พนักงานพัฒนาตัวเองเป็นผู้ประกอบการภายใน ที่มีความพร้อมและเต็มใจที่จะปฏิบัติงาน เสมือนตนเป็นเจ้าของกิจการอย่างเต็มที่

6. การใช้เทคโนโลยีโดรนเป็นเครื่องมือทางการตลาด และสื่อโฆษณา



ปัจจุบันนี้โดรนทำให้การสร้างวิดีโอมาส์เก็ตติ้งสวยๆ นั้นไม่เกิ่นเอื้อมอีกต่อไป จะได้เห็นภาพถ่ายทางอากาศสวยๆ ของโครงการอสังหาริมทรัพย์ มุมกล้องแปลกใหม่ในหนังภาพยนตร์ฟอร์มเล็ก หรือภาพสวยๆ ที่บรรดาบล็อกเกอร์ใช้โดรนในการถ่ายทำ และที่มากกว่านั้น คือ ในบางประเทศยังสามารถใช้โดรนเป็นสื่อโฆษณาที่ใช้นำเสนอแบนเนอร์ หรือฉายข้อความดิจิทัลบนแลนด์มาร์ค สถานที่สำคัญต่างๆ ได้อีกด้วย เป็นการเปิดมุมมองความสร้างสรรค์ใหม่ๆ ให้กับโลกการตลาดทีเดียว

7. ความเปลี่ยนแปลงที่มาพร้อมกับตู้จำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ

24/7 ตู้จำหน่ายสินค้าอัตโนมัติทั้งแบบใช้เงินสดและไม่ใช้เงินสด ทั้งแบบที่ขายสินค้าพื้นฐานอย่างน้ำผลไม้สด ไปจนถึงอาหารสดเช่นเดียวกับเนื้อปลาแช่แข็งในแพ็คเกจสุญญากาศกำลังเป็นที่นิยมอย่างมากในสิงคโปร์ ข้อดีของตู้หยอดเหรียญ คือ เป็นการทำงานแบบไม่ต้องใช้คนขาย เปิดตลอด 24 ชั่วโมง เปิดทุกวันและเสนอทางเลือกชำระเงินที่หลากหลาย อีกทั้งยังกลายเป็นพื้นที่สื่อโฆษณากลางแจ้งราคาย่อมเยา ที่เป็นทางเลือกใหม่ๆ ในการทำโฆษณาแบบสื่อนอกบ้าน

8. ความนิยมที่เพิ่มขึ้นของธุรกิจที่มีผลกระทบเชิงบวกต่อสังคม

ในยุคที่ลูกค้าได้รับการเชื่อมต่อและรับรู้ข่าวสารทางโลกออนไลน์อย่างต่อเนื่องตลอด 24 ชั่วโมง ผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะตัดสินใจโดยใช้ความรู้สึกเป็นตัวนำ แต่ในโลกของธุรกิจขนาดใหญ่นั้น ยากที่แบรนด์จะสามารถสร้างความรู้สึกผูกพันกับลูกค้า ดังนั้นเพื่อสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง ธุรกิจจำนวนมากต่างหันมาใช้ความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นหนึ่ง ในหลายๆ วิธีในการดึงดูดลูกค้า ซึ่งวิธีการก็มีหลากหลาย ตั้งแต่การระดมทุนหรือการให้การสนับสนุนสำหรับโครงการเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

9. การทำความเข้าใจและใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสมาร์ทโฮม

เมื่อเทคโนโลยียุคใหม่มีการพัฒนามากขึ้น อุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านส่วนใหญ่จะมีการพัฒนาเสริมด้วยเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ที่จะทำให้อุปกรณ์ทุกชิ้นในบ้านสามารถช่วยตรวจสอบพฤติกรรมกรรมการบริโภค และช่วยเตือนเจ้าของบ้านโดยอัตโนมัติให้สั่งซื้อสินค้าที่คงเหลือน้อย โดยเฉพาะการจับจ่ายซื้อของตามร้านขายของชำแบบดั้งเดิมจะเปลี่ยนไป ด้วยการเชื่อมโยงเครือข่ายแบบบูรณาการโดยตรงกับซัพพลายเออร์ การชำระเงินดิจิทัล และการจัดส่ง

ประการสำคัญ คือ นักการตลาดจะต้องเข้าใจถึงความสำคัญของการตลาดยุคใหม่ที่เน้นการเชื่อมต่อกับลูกค้าในระดับบุคคล ในยุคนี้แบรนด์ที่น่าเสนอเพียงแค่สินค้าและบริการจะไม่เพียงพออีกต่อไป แต่ความเข้าใจและการให้ความสำคัญกับความรู้สึกของลูกค้าจะกลายเป็นมาตรฐานใหม่ในการตลาดและการทำธุรกิจโดยรวม