



หาจุดที่ลูกค้าเจ็บ 1

โดย..รศ.วิฑูวัส รุ่งเรืองผล witty@tu.ac.th



ใน **Blue Ocean Strategy (BOS)** มีเครื่องมือหนึ่งสำหรับวิเคราะห์และทำความเข้าใจผู้บริโภคที่น่าสนใจครับ ทฤษฎีทางการตลาดที่ผมคุ้นเคยส่วนใหญ่จะให้เราวิเคราะห์ความต้องการของผู้บริโภค โดยให้ดูว่าลูกค้าต้องการอะไรแล้วค่อยพัฒนาสินค้าหรือบริการมาตอบสนองแต่ใน **BOS** ให้เรามองหาจุดที่ลูกค้าไม่พอใจจาก ตลาดของสินค้าหรือบริการที่มีอยู่ในปัจจุบัน โดยจุดที่ลูกค้าไม่พอใจตามทฤษฎีของ **BOS** เรียกว่า **Customer Pain Points** ซึ่งผมจะขอเรียกว่าจุดที่ลูกค้าเจ็บก็แล้วกันนะครับ

แน่นอนว่าในตลาดของสินค้าและบริการทุกประเภท จะหาสินค้าที่ลูกค้าทุกคนพอใจในทุกเรื่องคงไม่ได้ แม้กระทั่งลูกค้าที่ซื้อสินค้าไปแล้วก็เชื่อว่าพอใจสินค้านั้นเต็ม 100%

การหาจุดที่ลูกค้าเจ็บ **BOS** ให้มองหากจาก 6 ขั้นตอนจากประสบการณ์ในการซื้อของลูกค้า (The Six Stages of Buyer Experience Cycle) ซึ่งประกอบด้วย

1. ขั้นตอนการซื้อ (Purchase) เช่น หาที่ซื้อยาก สินค้ามีหลากหลายเกินไปจนเลือกไม่ถูก เข้าคิวรอนาน เป็นต้น อย่างการเลือกซื้อยาสีฟันยี่ห้อดังอย่าง คอลเกตซึ่งมีสินค้าให้เลือกหลากหลายมาก ทันตแพทย์ของผมแนะนำให้ผมใช้ยาสีฟันป้องกันการเสียวฟัน คอลเกตยังมีให้เลือกทั้งชนิดป้องกันการเสียวฟัน ชนิดป้องกันเสียวฟันและช่วยให้ฟันขาว มีเพื่อนนักการตลาดคนหนึ่งเคยบอกผมว่า คอลเกตพบ



ปัญหาโดนลูกค้าบ่นว่าเลือกไม่ถูก เพราะมียาสีฟันหลากหลายชนิดมา เลยออกคอลเลกต์โททอล รวมทุกสรรพคุณไว้ในหลอดเดียว ลูกค้าจะได้เลือกง่ายขึ้น จริงหรือเปล่าผมเองก็ไม่รู้ครับ

2. ขั้นตอนการส่งมอบสินค้า (Delivery) เช่น ใช้เวลานานเกินไป (อย่างกรณีซื้ออสังหาริมทรัพย์ที่ยังสร้างไม่เสร็จ) นัดส่งแล้วคนส่งมาสาย ไม่มาตามนัดโดยไม่แจ้งล่วงหน้า (กรณีนัดส่งเฟอร์นิเจอร์)

3. ขั้นตอนการใช้สินค้า (Use) เช่น สินค้าแกะยาก (อย่างขนมขบเคี้ยวแบบซอง หลายยี่ห้อซองเหนียวมาก ฉีกแรงของก็ขาด) ไม่สะดวกในการหยิบจับ (เช่น ขวดของเครื่องดื่มบางยี่ห้อ) หรือเวลาใช้แล้วรู้สึกว่ามันแฉะ (เช่น น้ำยาย้อมผมหรือไม้เท้า)

4. ขั้นตอนการเปลี่ยนแทนหรือใช้ผลิตภัณฑ์เสริม (Supplement) เช่น หมึกพิมพ์ของเครื่องพิมพ์อิงค์เจ็ต ราคาสูงมาก (จนเกิดตลาดหมึกเติม) สายชาร์ตของมือถือบางยี่ห้อ มีหัวเสียบหลายรุ่นมาก ยี่ห้อเดียวกันต่างรุ่นใช้ด้วยกันไม่ได้ ทำให้เป็นปัญหากับลูกค้าในการหาซื้อมาทดแทน เป็นต้น

5. ขั้นตอนการบำรุงรักษา (Maintenance) อย่างแบตเตอรี่รถยนต์ที่ต้องคอยเติมน้ำกลั่น ถ้าลืมจนน้ำกลั่นแห้งแบตเตอรี่อาจใช้งานไม่ได้ เลยเกิดแบตเตอรี่ที่ไม่ต้องเติมน้ำกลั่นที่โฆษณาว่า “แบตเตอรี่ไม่รั่ว” การซื้อบ้านพักตากอากาศลูกค้าจะกังวลเกี่ยวกับภาระการดูแลและทำความสะอาด เป็นต้น

6. ขั้นตอนการทิ้ง (Disposal) ในต่างประเทศอย่างญี่ปุ่น การทิ้งขยะชิ้นใหญ่ๆ อย่างเฟอร์นิเจอร์หรือเครื่องใช้ไฟฟ้าต้องเสียค่าจัดการขยะในราคาสูง ทำให้เป็นภาระในการจัดการกับของเก่า จะเก็บไว้ก็ไม่มีพื้นที่พอจะเก็บ สินค้าบางอย่างหากทิ้งไม่ถูกต้อง เช่น ถ่านไฟฉาย แบตเตอรี่หรือน้ำมันเครื่องใช้แล้วจะเกิดมลพิษ หากกำจัดไม่ถูกวิธีอย่างกรณีโรงไฟฟ้านิวเคลียร์ ปัญหาหลักๆ ของโรงไฟฟ้าประเภทนี้คือ การกำจัดกากกัมมันตรังสีที่เกิดจากกระบวนการผลิตไฟฟ้า

การมองหาและทำความเข้าใจกับจุดที่ลูกค้าเจ็บโดยวิเคราะห์จาก 6 ขั้นตอนของประสบการณ์ในการซื้อของลูกค้า หากนำมาวิเคราะห์ให้ลึกกลงไปในตลาดสินค้าและบริการที่เราคิดจะเข้าไปในตลาดนั้น จะช่วยให้เรามองเห็นช่องว่างทางการตลาดแล้วสร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ลดจุดเจ็บของลูกค้าได้ครับ