



หาจุดที่ลูกค้าเจ็บ (3)

รศ.วิฑูรย์ รุ่งเรืองผล witty@tu.ac.th

ตอนที่แล้วผมเขียนอธิบายเรื่อง The six utility levers ซึ่งเป็นเครื่องมือหนึ่งใน Blue Ocean Strategy (BOS) ในการหา Customer Pain Points โดยได้ทำการวิเคราะห์ Utility levers ซึ่งเป็นการทำความเข้าใจ Pain Points ที่ลูกค้าได้รับจากการใช้สินค้าหรือบริการที่มีอยู่ในตลาด 6 ด้าน 4 ตัวแรกซึ่งประกอบด้วย Customer Productivity, Simplicity, Convenience และ Risk ไปแล้ว โดยยังค้าง Utility levers ไว้อีก 2 ตัว ผมเลยขออธิบายที่เหลือให้จบครับ

5.Fun&Image คือ ด้านภาพลักษณ์และความสุข โดยพิจารณาว่าในผลิตภัณฑ์หรือบริการในอุตสาหกรรมที่เรามีอยู่ในตลาดนั้น มี Pain Points อะไรที่เกี่ยวกับภาพลักษณ์หรือความสนุกสนานอยู่ในกระบวนการใดของการซื้อและใช้สินค้าบ้าง เช่น ตลาดรถยนต์มีลูกค้าที่มีฐานะจำนวนมากต้องการรถขนาดเล็กที่มีความคล่องตัวสูง สนุกกับการขับขีด้วยตัวเองสำหรับการใช้งานในเมือง แต่รถขนาดเล็กที่มีอยู่ในตลาดเป็นรถราคาประหยัด เครื่องยนต์เล็ก เน้นการประหยัดน้ำมัน ซึ่งรถ Mini จึงได้เข้ามาเติมเต็ม Pain Point ของลูกค้าในอนาคต

6.Environmental Friendliness คือ ความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและอาจรวมถึงความเป็นมิตรต่อสังคมชุมชนได้ด้วย กระแสเรื่องการทำธุรกิจโดยคำนึงถึงสังคมและสิ่งแวดล้อมเป็นกระแสที่ผู้บริโภคให้การตอบรับสูงขึ้นเรื่อยๆ สินค้าที่มีอยู่ในตลาดอาจยังไม่ได้ตอบ Pain Point ในด้านนี้ของผู้บริโภค ทำให้มีช่องว่างให้เกิดการพัฒนาสินค้าใหม่ๆ เพื่อตอบสนอง เช่น การที่มาмаคัพ เปลี่ยนการใช้ถ้วยพลาสติกเป็นถ้วยกระดาษ ร้านกาแฟสตาร์บัคส์ ให้ส่วนลดกับลูกค้าที่นำแก้วของตนเองมา หรือซูเปอร์มาร์เก็ตในต่างประเทศให้ส่วนลดกับลูกค้าที่นำถุงมาใส่สินค้าโดยไม่ใช้ถุงของทางร้าน

ตามแนวทางของ BOS เราต้องนำ The six stage of buyer experience cycle มาวิเคราะห์ร่วมกับ The six utility levers เพื่อหา Pain Point โดยผมขอนำแผนภาพการวิเคราะห์ยกมาให้ผู้อ่านเห็นเป็นตัวอย่างตามรูป



Learn Master Strategy with

Understand Customers & Non-Customers' Pain Points (The Buyer Utility Map)

The Six Stages of Buyer Experience Cycle							
	1. Purchase	2. Delivery	3. Use	4. Supplements	5. Maintenance	6. Disposal	
The Six Utility Levers	Customer productivity	X	Pain points			X	
	Simplicity		Pain points			X	
	Convenience		X			X	
	Risk			X	X		
	Fun & Image			X			
	Environmental friendliness					X	X

© Kim & Mauborgne, © UCSI Blue Ocean Strategy Regional Centre. All Rights Reserved.

ผมคิดว่าเครื่องมือชุดนี้ถึงแม้ว่าผู้อ่านจะไม่ได้ใช้กลยุทธ์ BOS แต่ก็สามารถนำไปใช้วิเคราะห์เพื่อให้เข้าใจถึงปัญหาและความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี จัดได้ว่าเป็นเครื่องมือการวิเคราะห์พฤติกรรมและความต้องการของลูกค้าที่น่าสนใจเครื่องมือหนึ่งครับ