

## จินตนาการสำคัญกว่าความรู้ ประสบการณ์ก็สำคัญกว่าสินค้าเช่นกัน



■ วิมล สวรรค์พิทักษ์  
ผู้อำนวยการฝ่ายสื่อสารการตลาด  
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

ประโยคคลาสสิก อภิมหามตะนิรันดร์กาลของไอส์ไตน์ที่ว่า “จินตนาการสำคัญกว่าความรู้” ทำให้ผู้ที่ประสบความสำเร็จหลายคน ได้รับการสรรเสริญจากทั่วโลก อาทิ สตีฟ จ๊อบส์ ผู้ทำให้แอปเปิลเป็นผลไม้ที่โด่งดังอีกครั้ง หลังจากที่อยู่ด้อมกับอีฟแอปเปิลบนสวนสวรรค์ และหล่นลงมาใส่หัวนิวตัน (เดี๋ยวนี้เดินเข้าร้านแอปเปิลก็อย่างกับสวนสวรรค์เช่นกัน) อยากจะบรรยายกินแอปเปิลซักชิ้นสองชิ้น) ถ้าถามผมว่าประโยคนี้ทำให้เกิดอะไร มันทำให้นักคิดหลายๆ คนกล้าคิดสิ่งใหม่ๆ ขึ้นมา สิ่งใหม่ๆ เหล่านี้เป็นสิ่งที่ไม่ได้มีธรรมเนียมปฏิบัติกันโดยทั่วไป เรียกว่าคิดอะไรนอกกรอบกันไปเลย เช่น รถยนต์ไฟฟ้าของ Tesla Motor นั้นไง ใครจะคาดคิดว่าแบตเตอรี่ลิเทียมไอออนจะทำให้รถวิ่งได้กว่า 400 กิโลเมตร ความคิดของคุณ Elon Reeve Musk นี่ต้องยอมรับว่าจินตนาการสำคัญจริงๆ

ในแง่ของการดำเนินธุรกิจก็เช่นกัน นักธุรกิจหลายคนยังคงคิดจะขายสินค้าและบริการอยู่ ก็ประเทศเรายังคิดจะขายข้าวกันอยู่เลยจริงไหม (ประเทศญี่ปุ่นมีการทำนาข้าวให้กลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวตั้งแต่ปี 1993 ที่จังหวัดอาโอโมริ เรียกว่า Tanbo Art กลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สร้างเม็ดเงินให้กับหมู่บ้าน และชาวนาได้มากขึ้น) แต่ท่านทราบหรือไม่ครับว่าสิ่งสำคัญในการทำธุรกิจตอนนี้คือ “การขายประสบการณ์” คิดนอกกรอบเหมือนกันครับ อย่างขายสินค้า แต่ให้ขายประสบการณ์ ท่านที่ทำ Startup อาจบอกว่าการทำ App จะให้มีประสบการณ์อะไร อธิบายง่ายๆ ดังนี้ครับ

การสร้างประสบการณ์ในการทำธุรกิจไม่ใช่รอให้มันเกิดขึ้นเอง แต่เราควรสร้างประสบการณ์ที่ดีให้เกิดขึ้น ต้องสร้างและฝังประสบการณ์เข้าไปใน DNA ของลูกค้าให้ได้ ในการตลาดสร้างประสบการณ์แบ่งออกได้เป็น 3 ส่วน คือ ประสบการณ์ก่อนการใช้บริการ ประสบการณ์ระหว่างการใช้บริการ และประสบการณ์หลังการใช้บริการ หากท่านลองพิจารณา Startup ของท่าน ท่านควรให้ความสำคัญกับการให้ข้อมูลก่อนการใช้บริการ ก่อนการดาวน์โหลด รวมถึงการเล่าเรื่อง Storytelling ดังที่เราเคยคุยกันหลายรอบแล้ว ผมเคยเจอ App ที่กว่าจะใช้งานได้ช่างยากเย็นอย่างกับฝ่าด่าน 18 อรหันต์อันนี้ก็เลิกโหลดครับ ในขณะที่ลูกค้าใช้บริการอยู่ท่านควรให้ความสำคัญกับความถูกต้องของการให้บริการ โดยเฉพาะถ้ามีการสั่งซื้อสินค้า มีการชำระเงิน มีการจัดส่งสินค้า ความถูกต้องเป็นเรื่องสำคัญมากๆ ต่อประสบการณ์ของลูกค้า เพราะประสบการณ์ในส่วนนี้จะถูกบอกต่อหรือเกิด Word of mouth ได้โดยง่าย ยิ่งใน



ปัจจุบันที่กระแสโซเชียลรุนแรงทำให้เกิดสื่อใหม่ๆ ที่เรียกว่า CGM หรือ Customer Generated Media ที่ผู้บริโภคผลิตสื่อต่างๆ ขึ้นเองได้ ยิ่งต้องให้ความสำคัญครับ ถ้าเราสร้างประสบ

การณ์ที่ดีได้ ลูกค้าจะยังแชร์และบอกต่อๆ กันไปเอง ได้ประโยชน์ในการประชาสัมพันธ์ด้วยครับ

ส่วนสุดท้ายที่หลายๆ คนลืมไปคือ ประสบการณ์หลังการใช้บริการ คนทำ Startup มีลักษณะพิเศษในการให้บริการอยู่คือการบริการส่วนมากไม่สามารถจับต้องได้ ดังนั้นสิ่งที่จะทำให้ผู้บริโภคจดจำได้ไม่ใช่ตัวสินค้า แต่เป็นประสบการณ์และความประทับใจ หลังการใช้บริการยังคงต้องมีการติดต่อลูกค้า สอบถามความพึงพอใจ นำเสนอสินค้าและบริการเพิ่มเติม ส่งข่าวสารให้ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ และไม่ตายของผมคือ “การสร้างความประทับใจแม้ในเรื่องเล็กน้อย” ครับ เช่น การให้ของที่ระลึกที่ลูกค้าคาดไม่ถึง การสร้างความประหลาดใจในทางที่ดี รวมไปถึงการให้บริการแบบพิเศษเป็นการเฉพาะตัวกับลูกค้าก็สามารถทำให้เกิดความประทับใจหลังจากการใช้บริการได้ครับ

เดี๋ยวนี้ใครๆ ก็ขายประสบการณ์ทั้งนั้น ตั้งแต่ร้านอาหาร ฟาสต์ฟู้ด โรงพยาบาล มหาวิทยาลัยยังต้องมีงานเปิดบ้านหรือ Openhouse ให้มาดู การเรียนการสอน แม้แต่กระทั่งการหาเสียงของว่าที่ประธานาธิบดี เพราะไม่มีอะไรที่จับต้องได้ ไม่มีอะไรพิสูจน์ได้ว่าจะเกิดขึ้นจริงหรือไม่ แต่การได้คะแนนมาจากประสบการณ์ตอนฟังท่านหาเสียงเท่านั้นเอง พอเกิดประสบการณ์แล้วก็แชร์กันไปในโลกโซเชียลจนเกิดกระแส

คนทุกคนต้องการมีเรื่องราวดีๆ เก็บไว้จดจำ หากต้องการให้ลูกค้าจำเราได้ กรุณาลืมเรื่องการขายไปสักครู่ และโปรดใส่ใจ 3 คำดังนี้ “เอาใจใส่ ประทับใจ ไปบอกต่อ” รับรองว่าได้ผลแน่ครับ C