

สาวๆ นี่สำคัญจริงๆ นะ



■ วิสพล สวรรค์พิทักษ์

ผู้อำนวยการฝ่ายสื่อสารการตลาด

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

จำนวนประชากรไทยทั่วราชอาณาจักร มีจำนวนทั้งสิ้น 65,729,098 คน เป็นเพศชาย 32,280,886 คน และเป็นเพศหญิง 33,448,212 คน ลองพิจารณาดูจะพบว่า เพศหญิงในประเทศไทยมีมากกว่าเพศชายถึง 1,167,326 คน ผมเชื่อว่าท่านผู้อ่านหลายท่านโดยเฉพาะผู้ที่ทำธุรกิจจะเห็นโอกาสแล้วครับ

ใช่ครับ ขายของให้สุภาพสตรีมีโอกาสมาก

ข้อมูลอีกประการที่อยากเล่าให้ท่านผู้อ่านทราบคือ ในประเทศจีนที่ได้ชื่อว่ามีผู้บริโภคที่มีบุตรชายมากกว่าบุตรสาว และมีจำนวนประชากรเพศชายมากกว่าเพศหญิงมาโดยตลอด แต่จากข้อมูลล่าสุดพบว่าจำนวนประชากรวัยทำงานที่อยู่ในตลาดแรงงาน กลับมีจำนวนประชากรเพศหญิงมากกว่า นอกจากนี้ข้อมูลที่เช็กชื่ออีกเล็กน้อยคือ ข้อมูลทางการแพทย์กล่าวว่าคุณภาพของประชากรชายของประเทศจีนมีความอ่อนแอลง

อู๊ปส์...อันนี้อาจจะเนื่องมาจากสภาพแวดล้อมที่แย่งรวมถึงปัญหามลพิษต่างๆ ทำให้ในอนาคตอาจมีการเปลี่ยนแปลงทางด้านสัดส่วนประชากรได้

อย่างที่เล่าให้ท่านผู้อ่านฟังเมื่อสัปดาห์ที่แล้วว่าผมไปเดินงานแสดงสินค้า **Cosmoprof Asia** ที่ประเทศฮ่องกงมา ผมเชื่อว่า 95% ของผู้แสดงสินค้าเป็นผลิตภัณฑ์และบริการสำหรับสุภาพสตรี ไม่ว่าจะเป็น

เครื่องสำอาง ลิปสติค ยาทาเล็บหรืออุปกรณ์เกี่ยวกับทรงผมก็ตาม ตลาดสินค้าสำหรับสาวๆ นี่ยิ่งใหญ่จริงๆ ครับ

วันนี้จึงอยากนำเทคนิค 3S มาบอกผู้ที่อยากทำ Startup สำหรับกลุ่มเป้าหมายสุขภาพสตรีครับ ตัวแรกคือ “Special service” สุขภาพสตรีมักจะชอบการบริการที่เป็นสิ่งพิเศษเพื่อพวกเธอ จำไว้ว่าจะขายของอะไรก็ตาม หากจะขายให้กลุ่มเป้าหมายนี้ต้องปรับสินค้าบริการให้พิเศษเสมอ ตัวอย่างเช่นห้างสรรพสินค้าที่ทำที่จอดรถพิเศษสำหรับ Lady Parking ก็ทำให้ยอดขายสำหรับลูกค้ากลุ่มนี้เพิ่มสูงขึ้น

ตัวที่ 2 “Story telling” เคยได้ยินไหมครับว่าสุขภาพสตรีชอบเรื่องเม้าท์มอย การขายสินค้าควรจะมีเรื่องราวที่น่าสนใจ ไม่ว่าจะเป็นตำนานของบริษัทหรือจุดเด่นที่น่าสนใจของผลิตภัณฑ์ก็ตาม ล่าสุดผมไปฟังเรื่องราวของกระเป๋าแบรนด์ Moynat ที่ก่อตั้งปี 1849 ได้ชื่อว่าเป็น Superluxury ในขณะนี้ ทายสิครับว่าสาวที่บ้านผมจะซื้อไหม?

เรียบร้อยครับ ฮีฮี (ไว้วันหลังจะมาเล่าสงคราม Luxury ให้ฟัง) ตัวสุดท้าย “Super emotional” สาวๆ ยังคงเจ้าอารมณ์เสมอ ไม่ใช่เรื่องฉุนเฉียว แต่เป็นเรื่องการตัดสินใจซื้อสินค้า หลายครั้งกระบวนการตัดสินใจเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว การซื้อโดยไม่มีวางแผนไว้ก่อน (Impulse Purchase) และถูกกระตุ้นจากอะไรบางอย่างทำให้เกิดการซื้อได้เสมอ

ดังนั้น Startup ที่ดีต้องหาจุดกระตุ้นอารมณ์ให้เจอครับ ป้าย Sale สีแดงๆ ยังคงใช้ได้ผลนะ

การทำการตลาดที่ดีต้องอาศัยข้อมูล การใช้ข้อมูลที่ดีต้องมีการตัดสินใจที่เฉียบขาด ผมนำข้อมูลมาให้ทุกท่านแล้ว ลองนำไปตัดสินใจดูนะครับ C