



## ความหมายของการตลาดทางตรง

Direct marketing is the use of consumer-direct channels to reach and delivery goods and services to customers without using marketing middlemen. (Kotler & Keller, 2006)

การตลาดทางตรง (direct marketing) หมายถึง ระบบการตลาดที่สามารถโต้ตอบกันได้ (interactive marketing system) โดยใช้สื่อโฆษณาอย่างหนึ่งหรือมากกว่า เพื่อให้เกิดผลการตอบสนองทันทีที่สามารถวัดได้ และ/หรือเกิดรายการซื้อขายกัน ณ ที่ใดก็ได้ (DMA)

จากนิยามการตลาดทางตรงข้างต้น สามารถจำแนกองค์ประกอบการตลาดทางตรงออกเป็น 4 ประการ ดังนี้

1. การตลาดทางตรงเป็นระบบที่สามารถโต้ตอบกันได้
2. กลุ่มเป้าหมายที่ละคนที่เข้าถึงสามารถตอบสนองได้เสมอ ด้วยวิธีการต่าง ๆ หลายวิธี
3. การติดต่อสื่อสารสามารถเกิดขึ้นได้ทุกสถานที่
4. กิจกรรมทั้งหมดของการตลาดทางตรงสามารถวัดผลได้

# ลักษณะเด่นเป็นพิเศษของการตลาดทางตรง



1. เป็นการดำเนินงานที่มุ่งเน้นเป้าหมายที่ชัดเจน
2. มีลักษณะความเป็นส่วนตัว
3. มีการเรียกร้องให้ลงมือกระทำในทันที
4. เป็นกลยุทธ์ “ซ่อ่นเร้น”
5. สามารถวัดผลได้

# ปัจจัยที่ทำให้การตลาดทางตรงเจริญเติบโต



1. แบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคเปลี่ยนไป
2. ความสะดวกในการสั่งซื้อและการบริการที่รวดเร็ว
3. ความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี
4. การขายโดยบุคคลเสียค่าใช้จ่ายสูงและมีแนวโน้มที่สูงขึ้นเรื่อย ๆ
5. เทคโนโลยีด้านการสื่อสารเจริญเติบโตและสะดวกในการสื่อสารมากขึ้น
6. การตลาดทางตรงให้ประโยชน์ทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย

# ฐานข้อมูลลูกค้ากับการตลาดทางตรง



ฐานข้อมูลลูกค้า (customer database) หมายถึง การจัดเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้าแต่ละราย หรือลูกค้าที่มุ่งหวังอย่างละเอียดให้เป็นปัจจุบัน เข้าถึงได้ สามารถที่จะเป็นลูกค้ารายใหม่ได้มีคุณสมบัติที่จะเป็นลูกค้าในอนาคตมากที่สุด ซึ่งขายผลิตภัณฑ์และบริการได้ หรือสามารถธำรงรักษาและสร้างความสัมพันธ์ในฐานะเป็นลูกค้าได้

การตลาดโดยใช้ฐานข้อมูล (database marketing)  
หมายถึง กระบวนการสร้างสรรค์ การดำรงรักษา และการนำ  
ฐานข้อมูล และฐานข้อมูลอื่น ๆ มาใช้ประโยชน์โดยมีจุดมุ่งหมาย  
เพื่อการติดต่อและเพื่อให้เกิดรายการซื้อขายกัน

# การใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูล



1. เพื่อชี้บอกผู้จะเป็นลูกค้าในอนาคต
2. เพื่อตัดสินใจว่าลูกค้ารายใดควรจะได้รับข้อเสนอโดย

เฉพาะบางอย่าง

3. เพื่อทำให้ลูกค้ามีความรักดีมากขึ้น
4. เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าซื้อสินค้า

# ช่องทางสำคัญของการตลาดทางตรง



## 1. การตลาดโดยใช้จดหมายตรง (direct-mail marketing)

1.1 จดหมาย

1.2 จดหมายอิเล็กทรอนิกส์

1.3 โทรสาร

1.4 วอยซ์เมลล์

## 2. การตลาดโดยใช้แค็ตตาล็อก (catalog marketing)

## 3. การตลาดโดยใช้โทรศัพท์ (telemarketing)



4. การตลาดโดยใช้โทรทัศน์ และสื่ออื่น ๆ เพื่อให้ตอบสนองโดยตรง (television and other media direct-response marketing)

4.1 ใช้วิธีการโฆษณาเพื่อให้ผู้บริโภคตอบสนองโดยตรง

4.2 ใช้โทรทัศน์ช่องใดช่องหนึ่งจัดโปรแกรมขายสินค้าและบริการอย่างเดียว เพื่อให้ผู้บริโภคเลือกซื้อที่บ้าน

4.3 ใช้วิดีโอเท็กซ์

5. การตลาดผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์ระบบออนไลน์ (online marketing)

6. การตลาดใช้เครื่องจักรเพื่อการสั่งซื้อ (kiosk marketing)

## การวางแผนการตลาดทางตรง



1. การกำหนดวัตถุประสงค์
2. การกำหนดลักษณะของตลาดเป้าหมายและลูกค้าที่  
มุ่งหวัง
3. การกำหนดองค์ประกอบสิ่งที่เสนอขาย
4. การทดสอบองค์ประกอบของการตลาดทางตรง

# การตลาดในทศวรรษที่ 21: การตลาดออนไลน์



1. ช่องทางเชื่อมต่อกับศูนย์บริการข้อมูลเชิงพาณิชย์
2. ช่องทางเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต

# ประโยชน์ของการตลาดออนไลน์

## 1. ประโยชน์ต่อลูกค้าที่มุ่งหวัง

1.1 ความสะดวก

1.2 มีข้อมูลพร้อม

1.3 ลดปัญหาความกังวลใจให้น้อยลง

## 2. ประโยชน์ต่อผู้ขายหรือนักการตลาด

2.1 สามารถปรับให้เข้ากับสภาพตลาดได้อย่างรวดเร็ว

2.2 สามารถลดต้นทุนให้ต่ำลง

2.3 สามารถสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าได้เป็นอย่างดี

2.4 สามารถกำหนดขนาดกลุ่มเป้าหมายได้

# ข้อมูลในโฮมเพจ และเว็บเพจ



1. ข้อความบรรยายเกี่ยวกับบริษัทและผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย
2. แคล์ตตาล็อกบอกลักษณะสำคัญของผลิตภัณฑ์ของบริษัท
3. ข่าวของบริษัท
4. ข้อมูลทางด้านเทคนิคต่าง ๆ
5. ข้อมูลเปิดโอกาสให้สนทนา/พูดคุยกับพนักงาน  
เจ้าหน้าที่ของบริษัท
6. ข้อมูลเกี่ยวกับวิธีสั่งซื้อสินค้า

# ระบบการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ

