

E-marketing

คืออะไร?



E-marketing คืออะไร?

การตลาดอิเล็กทรอนิกส์ (E-Marketing) หมายถึง การดำเนินกิจกรรมทางการตลาดโดยใช้เครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ ที่ทันสมัยและสะดวกต่อการใช้งาน เข้ามาเป็นสื่อกลาง ไม่ว่าจะเป็น คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์ หรือพีดีเอ ที่ถูกเชื่อมโยงเข้าด้วยกันด้วยอินเทอร์เน็ต มาผสมผสานกับวิธีการทางการตลาด การดำเนินกิจกรรมทางการตลาด อย่างลงตัวกับลูกค้าหรือกลุ่มเป้าหมาย เพื่อบรรลุจุดมุ่งหมายขององค์กรอย่างแท้จริง

รายละเอียดการทำ E-marketing

- ▶ เป็นการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายในลักษณะเฉพาะเจาะจง (Niche Market)
- ▶ เป็นลักษณะเป็นการสื่อสารแบบ 2 ทาง (2 Way Communication)
- ▶ เป็นรูปแบบการตลาดแบบตัวต่อตัว (One to One Marketing หรือ Personalize Marketing) ที่ลูกค้าหรือกลุ่มเป้าหมายสามารถกำหนดรูปแบบสินค้าและบริการได้ตามความต้องการของตนเอง
- ▶ มีการกระจายไปยังกลุ่มผู้บริโภค (Dispersion of Consumer)
- ▶ เป็นกิจกรรมที่นักการตลาดสามารถสื่อสารไปยังทั่วประเทศ ตลอด 24 ชั่วโมง (24 Business Hours)
- ▶ สามารถติดต่อสื่อสาร โต้ตอบ ปฏิสัมพันธ์ได้อย่างรวดเร็ว (Quick Response)
- ▶ มีต้นทุนต่ำแต่ได้ประสิทธิผล สามารถวัดผลได้ทันที (Low Cost and Efficiency)
- ▶ มีความสัมพันธ์กับกิจกรรมการตลาดแบบดั้งเดิม (Relate to Traditional Marketing)
- ▶ มีการตัดสินใจในการซื้อจากข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ (Purchase by Information)

ขั้นตอนการทำ E-marketing

1. กำหนดวัตถุประสงค์
2. กำหนดกลุ่มเป้าหมาย
3. วางแผนงบประมาณ
4. กำหนดแนวความคิดและรูปแบบจุดขายของธุรกิจ
5. วางแผนกลยุทธ์การใช้เครื่องมือสื่อสารและระยะเวลาในการดำเนินการ
6. การดำเนินการตามแผน (เนื้อหาข้อมูลที่น่าสนใจมีความสำคัญมาก Content is King)
7. กำหนดตัวชี้วัด : Brand Awareness, Sale, Brand Engagement