
บทนำ

ก่อนที่จะเราจะเข้าเรื่องไปไกลกว่านี้ ขอบอกก่อนเลยครับว่า หนังสือเล่มนี้ไม่มีเรื่องราวเกี่ยวกับไซเคียลมีเดียหรือแผนกลยุทธ์ที่จะช่วยให้คุณกลายเป็นผู้เชี่ยวชาญที่“ใครๆก็นึกถึง” ถ้าคุณอยากรู้เรื่องราวเหล่านั้น ก็คงต้องขอให้คุณวางหนังสือเล่มนี้ลงละครับ เพราะเราคงไม่ได้เกิดมาคู่กันจริงๆ

แต่ถ้าคุณกำลังมองหาวิธีทำให้อธุรกิจเติบโตอยู่ละก็ หนังสือเล่มนี้จะช่วยให้คุณเข้าใจว่าการรักษากลุ่มผู้ติดตามที่จงรักภักดีจะช่วยให้คุณทำตามเป้าหมายสำเร็จได้อย่างไร

นอกจากนี้หนังสือเล่มนี้ยังพูดถึงประโยชน์ของการทำการตลาดโดยใช้คอนเทนต์ด้วยครับ เดียวนี้คอนเทนต์ได้กลายมาเป็นเครื่องมือสำคัญในกระบวนการซื้อไปแล้ว ธุรกิจต้องเริ่มนำเสนอแง่มุมที่มีประโยชน์ น่าสนใจ และสนุกสนานที่อยู่ในตัวเองให้ลูกค้ารับรู้ให้ได้ วิธีการหนึ่งคือต้องนำเสนอคอนเทนต์ที่ตรงความต้องการ เพื่อกระตุ้นให้คนเกิดความรู้สึกอยากมีปฏิสัมพันธ์และมีส่วนร่วม เรื่องราวที่ธุรกิจต่างๆบอกเล่าจะกลายมาเป็นข้อได้เปรียบที่แข็งแกร่งในการแข่งขัน เมื่อถึงเวลาที่ผู้บริโภคตกลงใจจะซื้อสินค้าหรือบริการ พวกเขาจะพึงพอใจในใจไปแล้วว่าจะเลือกเจ้าไหน นั่นเป็นเพราะพวกเขารู้จัก ชอบ และไว้วางใจบริษัทที่นำวิธีการทำการตลาดโดยนำคอนเทนต์มาใช้นั่นเองครับ

คอนเทนตึง ยังไงก็โดน!

สมัยนี้อำนาจการควบคุมทั้งหมดอยู่ในมือผู้บริโภค พวกเขารับรู้ข้อมูลมากขึ้น และนั่นทำให้พวกเขาเชื่อมโยงกับธุรกิจต่างๆได้ในระดับที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อนในประวัติศาสตร์มนุษยชาติเลยทีเดียว ผู้บริโภคอาจจะเปลี่ยนอุปกรณ์ที่ใช้จากใช้คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะไปเป็นแท็บเล็ตหรือโทรศัพท์มือถือ และซื้อสินค้าบริการผ่านช่องทางต่างๆ ได้ตลอดเวลา ในโลกที่ทุกคนต่างก็ดิ้นรนให้คนอื่นได้ยินเสียงของตน สิ่งที่ทำหายเราอยู่ตอนนี้คือเราต้องหาเสียงที่ใช่ของเราเองให้เจอ และทำให้คนอื่นมาเชื่อมโยงและมีส่วนร่วมกับเราให้ได้

ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ธุรกิจมากมายสถาปนาตัวเองขึ้นเป็น “ผู้เชี่ยวชาญ” แต่วิธีนี้กลับเป็นการพยายามขายของที่ผิดและอาจจะทำให้ลูกค้าไม่ต้องการมีส่วนร่วมกับเราไปเลยก็ได้ โลกใบนี้เต็มไปด้วยผู้คนที่อวดอ้างว่าตัวเองเป็น “ผู้มีความรู้แก่กล้า” แต่มีเพียงแคไม่กี่คนเท่านั้นที่ทุ่มเทศึกษาหาความรู้จนได้รับตำแหน่งนี้มา ชาวดีคือคุณไม่ต้องเป็นผู้เชี่ยวชาญก็สามารถเชื่อมโยงกับลูกค้าได้ครับ ในความเป็นจริงแล้วคุณแค่ต้องรักษาความสดใหม่ ความทำหาย และให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการเรียนรู้และตัดสินใจของกลุ่มลูกค้าคุณเท่านั้นเอง

แทนที่จะประชาสัมพันธ์ว่าตัวเองเป็นผู้เชี่ยวชาญ เราต้องยอมรับให้ได้ก่อนว่าเราเป็นแค่คนคนหนึ่งที่ยากจะไปถึงจุดนั้นให้ได้ แถมยังมีเรื่องราวที่เราต้องเรียนรู้เกี่ยวกับเครื่องมือที่จำเป็นต้องใช้ในการทำธุรกิจอีกมาก การวางตัวแบบนี้ขอติอยู่ครับ คนที่บอกเล่าเรื่องราวตัวเองด้วยน้ำเสียงที่จริงใจ ในที่สุดจะกลายมาเป็นแหล่งข้อมูลที่เป็นที่ต้องการได้อย่างภาคภูมิ ผู้คนจะมาเรียนรู้สิ่งต่างๆ จากประสบการณ์การผจญภัยและการตัดสินใจที่คนเหล่านี้เคยพานพบมาก่อน ถ้าคุณบอกเล่าเรื่องราวด้วยน้ำเสียงที่ทำให้ผู้คนสามารถเชื่อมโยงและเข้าถึงได้ คุณก็จะสามารถวางตัวเองในฐานะที่ปรึกษาที่น่าเชื่อถือได้ครับ

ลองนึกย้อนไปสมัยเรียนกันหน่อย เวลาที่เข้าเรียนเป็นกลุ่มหรือเล่นกีฬาเป็นทีม ใครๆ ก็ชอบช่วงเวลาที่ได้เลือกลูกทีมกันทั้งนั้นละครับ ลูกทีมคนแรกๆ ที่เราเลือกส่วนใหญ่มักจะไม่ใช่คนที่เก่งที่สุดหรอก แต่จะ

เป็นคนที่เราสนิทด้วยและชอบเล่นด้วยมากกว่า คนที่เราเลือกเป็นคนแรกๆ มักจะเป็นคนที่เรารักและไว้วางใจมากที่สุด ตัวเราในสมัยเด็กกับตอนโตมีความคล้ายคลึงกันอยู่ครับ โดยส่วนใหญ่แล้วเราจะชอบทำงานร่วมกับคนที่เรามีความผูกพันเชื่อมโยงมากกว่า

ในฐานะธุรกิจที่มีเป้าหมายว่าอยากจะได้เด่นกว่าคู่แข่งคนอื่นๆ เราต้องมีคุณสมบัติด้านต่างๆ ครอบคลุมมากกว่าเป็นแค่ “ผู้เชี่ยวชาญ” คนหนึ่งให้ได้ครับ เราต้องมั่นใจ มีความคิดสร้างสรรค์ มีประวัติความสำเร็จที่ผ่านมา แสดงความอ่อนน้อมถ่อมตน และมีความรับผิดชอบต่อลูกค้า ธุรกิจที่ดีต้องช่วยแก้ปัญหาและสร้างประสบการณ์ที่ดีกว่าให้กับลูกค้าให้ได้ ไม่จำเป็นว่าผู้บริโภคจะเลือก “ผู้เชี่ยวชาญ” เสมอไปนะครับ พวกเขาอาจจะเลือกธุรกิจที่ใกล้ตัวพวกเขามากกว่าก็ได้ แทนที่เราจะเอาแต่ป่าวประกาศว่าเราเป็น “ผู้เชี่ยวชาญ” ทางธุรกิจที่คนอื่น ๆ จะต้องมาชื่นชอบติดตาม เราต้องรู้ว่าเรามีทั้งจุดแข็งและจุดอ่อน แล้วปรับโฟกัสพลังงานไปทำสิ่งที่เราเชื่อมั่น และแสดงความคิดเห็นที่เรามี

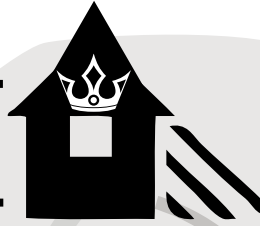
แรกสุดเลยผมคิดว่า ถ้าอยากให้ลูกค้าเลือกเรา เราต้องเป็นที่หนึ่งให้ได้ก่อน นี่คือการเดินทางต่อเนื่องยาวนานที่เราทุกคนต้องก้าวผ่านและต้องไม่กลัวการเปลี่ยนแปลงครับ เรามีเป้าหมายต้องเรียนรู้ และแบ่งปันประสบการณ์ที่ทำให้เราเติบโตขึ้น แสดงให้เห็นว่าธุรกิจของเรานั้นแข็งแกร่ง

ผู้บริโภคต้องเชื่อมโยงกับธุรกิจคุณให้ได้ คุณถึงจะได้เด่นกว่าคู่แข่ง แต่เราจะไปถึงจุดนั้นได้อย่างไรละ

หนังสือเล่มนี้แบ่งออกเป็นสองส่วนครับ ส่วนแรกเป็นสิ่งที่เราควรทำ ในฐานะธุรกิจ เพื่อให้รู้ว่าตอนนี้จุดยืนเราอยู่ที่ตรงไหน ในส่วนที่สอง เราจะมาดูโอกาสที่มีและสามารถเข้าถึงได้ง่ายกว่าที่ผ่านมา ซึ่งจะช่วยให้เราสร้างฐานลูกค้า ใช้ประโยชน์จากคอนเทนต์ และผลักดันให้เกิดการขายขึ้นในพื้นที่ที่คุณสามารถควบคุมจัดการได้อย่างสมบูรณ์

อารัมภบท

เรื่องราวของอาณาจักรแห่งหนึ่ง
ที่จะช่วยให้เข้าใจเนื้อเรื่องได้ดีขึ้น



โฆษณา



แอดเวิร์ดส์
(Ad Words)



โฆษณาทางเฟซบุ๊ก



หนังสือพิมพ์



โทรทัศน์



โฆษณา
ส่งตรงถึงบ้าน



การซื้อรายชื่อลูกค้า





ต่อไปนี่จะเป็นเรื่องราวสั้น ๆ ที่แสดงให้เห็นว่าธุรกิจทุกวันนี้มีสภาพเป็นอย่างไร เราจะร่วมกันเดินทางไปยังอาณาจักรในจินตนาการที่มีชนชั้นนำ ผู้มีอำนาจคอยปกครองดูแลอยู่

กาลครั้งหนึ่งนานมาแล้ว ณ อาณาจักรแห่งหนึ่งซึ่งมีชนชั้นนำ คอยควบคุมดูแล พวกเขาเป็นเจ้าของที่ดินและมีอำนาจปกครองอาณาจักรแห่งนี้ด้วย



ผู้ปกครอง ได้รับที่ดินเป็นมรดกตกทอดมาจากบรรพบุรุษ ชนกลุ่มนี้มีอำนาจในการควบคุม กำกับดูแล และปกครองอาณาจักร ที่ดินถือเป็นสินทรัพย์ชิ้นใหญ่ที่สุดที่พวกเขาสั่งสมมาตลอดระยะเวลาหลายปี มันทำให้ชนกลุ่มนี้มีอำนาจในการทำการค้าและสร้างอาณาจักรขึ้นมาได้ ไม่มีผู้ใดลุกขึ้นต่อต้านพวกเขา ในดินแดนแห่งนี้ วิถีทางในการทำงานของอาณาจักรเป็นสิ่งที่ใช้ต่อๆ กันมาตลอดระยะเวลาหลายปี ส่วนอิทธิพลและอำนาจในการตัดสินใจนั้นขึ้นอยู่กับกลุ่มคนที่ร่ำรวยโดยสมบูรณ์ ซึ่งก็คือกลุ่มเจ้าของที่ดินนั่นเอง



ส่วนคนอื่น ๆ ที่อยู่ใต้การปกครองของชนชั้นสูงผู้เป็นเจ้าของที่ดินจะได้รับการว่าจ้างให้ทำงานเพื่อสร้างผลกำไร คนเหล่านี้มีหน้าที่เพาะปลูกและเลี้ยงสัตว์บนที่ดิน พวกเขาได้รับค่าตอบแทนการทำงานจากเจ้าของที่ดินเพื่อนำไปจับจ่ายซื้อหาสิ่งจำเป็นในการดำรงชีวิต แต่สุดท้ายแล้วอำนาจในการควบคุมก็อยู่ในมือของกลุ่มเจ้าของที่ดินอยู่ดี กลุ่มชาวนาเหล่านี้จะได้รับจัดสรรที่ดินให้คอยดูแลเพาะปลูกเพื่อแลกกับค่าตอบแทน พวกเขาจ่ายเงินค่าตอบแทนเหล่านี้มาเลี้ยงดูครอบครัวและใช้จ่ายเพื่อความสุขเล็กๆ น้อยๆ ในชีวิต แต่ก็ต้องแลกมาด้วยการจำกัดความยืดหยุ่นและอิสระในการตัดสินใจที่จำกัด คนกลุ่มนี้ล้วนเคยผ่านช่วงเวลาที่ยากจะหลีกเลี่ยงหนีไปจากชีวิตแบบนี้ แต่โอกาสที่จะเปลี่ยนแปลงไปสู่สิ่งใหม่ๆ ก็ไม่ได้แค่นิยามง่ายๆ แล้งๆ เพราะพวกเขามักจะมองว่าต้นทุนที่ต้องแลกเพื่อเปลี่ยนแปลงไปสู่ชีวิตใหม่คือความไม่ยั่งยืนมั่นคง เจ้าของที่ดินเป็นผู้ควบคุมงบประมาณและจัดสรรค่าใช้จ่ายต่างๆ ส่วนชาวนาที่ทำงานอยู่บนที่ดินในดินแดนแห่งนี้ก็ไม่ต่างอะไรจากฟันเฟืองในระบบ โดยที่ระบบเองก็ไม่เคยสนใจเลยว่าคนทำงานจะเป็นตายร้ายดีอย่างไร (อาจจะมึนแค่ไถ่กงว่งที่เจ้าของที่ดินแจกเป็นของขวัญวันคริสต์มาสเพื่อแสดงความขอบคุณตามมารยาทที่เท่านั้น)

เรื่องราวนี้สะท้อนภาพโลกความเป็นจริงอย่างไร

ชนชั้นปกครองผู้เป็นเจ้าของที่ดินก็คือบริษัทที่อยู่ในโลกธุรกิจมาเป็นเวลานานจนบางทีก็เริ่มเฉื่อยชาลงนั่นเองครับ บริษัทเหล่านี้เชื่อมั่นว่าแบรนต์และการทำธุรกิจอันยาวนานมีน้ำหนักมากพอที่จะทำให้ลูกค้ายังรักภักดีต่อตน แต่สิ่งต่างๆ กำลังเปลี่ยนไป และตอนนี้ความชะล่าใจของบริษัทเหล่านี้เริ่มกลับกลายเป็นการเปิดโอกาสให้คนอื่น ๆ ไปเสียแล้ว

เราถูกสอนกันมาตั้งแต่อายุน้อยๆ ให้เดินตามระบบการจัดลำดับชั้นและอยู่ในตำแหน่งแห่งที่ของตน โดยตัวอย่างที่เห็นได้ชัดที่สุดคือการประกอบอาชีพ ในโลกธุรกิจก็มีการจัดลำดับชั้นแบบนี้เหมือนกันครับ บริษัทใหญ่ๆ โดยเฉพาะบริษัทที่มีงบประมาณและส่วนแบ่งตลาดมากกว่าก็ครองตลาดในสัดส่วนที่มากกว่าเป็นธรรมดา ระบบนี้ได้รับการยอมรับโดยทั่วไปในฐานะเป็นสิ่งที่ปฏิบัติตามกันมาอย่างช้านาน เราอาจจะเลื่อนตำแหน่งขึ้นไปในระบบลำดับชั้นได้โดยทำตัวให้กลมกลืนไปกับระบบ แต่เป็นไปไม่ได้เลยที่จะ “เริ่มต้นจากศูนย์” เรายอมรับกันว่าบริษัทที่ใหญ่กว่ายังไงก็จะใหญ่กว่าอยู่วันยังค่ำ และไม่สามารถใช้วิธีคิดแบบ “เดวิดกับโกไลแอธ”¹ มาเอาชนะบริษัทยักษ์ใหญ่เหล่านั้นได้

โอกาสที่มาถึง

ข้างนอกอาณาจักรยังมีดินแดนอีกแห่งหนึ่งตั้งอยู่ไกลโพ้น ดินแดนแห่งนี้ยังไม่ปรากฏอยู่บนแผนที่ใดๆ

ในดินแดนอันห่างไกลนี้มีปัญหาอยู่ข้อหนึ่งคือ ชาวนาจะต้องใช้วิธีการเพาะปลูกที่แตกต่างออกไป ไม่เหมือนกับการเพาะปลูกบนผืนดินที่อุดมสมบูรณ์ซึ่งมีอยู่มากมายในพื้นที่ภายใต้การควบคุม (แต่ก็เป็นที่ดินของคนอื่นอยู่ดี) ที่ดินทางเลือกในพื้นที่ห่างไกลนี้สามารถใช้เพาะปลูกได้ แต่ก็ขาดแคลนสิ่งต่างๆ เช่น ขาดสารอาหารในดิน ไม่มีแหล่งน้ำในพื้นที่ใกล้เคียง หรือ

¹ นิทานที่ว่าด้วยเรื่องราวของคนตัวเล็กที่สามารถเอาชนะคนตัวใหญ่กว่าได้

มีก้อนหินเต็มไปหมด ถึงแม้ว่าผู้คนจะไม่ค่อยรู้เรื่องราวเกี่ยวกับดินแดนที่ไม่คุ้นเคยนี้สักเท่าไร แต่ก็เป็นที่รู้กันว่าผืนดินแห่งนี้พลิกฟื้นให้กลับมาอุดมสมบูรณ์ได้ยาก และต้องอาศัยทั้งความตั้งใจ ความทุ่มเท และใช้เวลานาน แต่ถ้าดูแลให้ดีต่อเนื่องทุก ๆ ฤดูกาลยาวนานหลาย ๆ ปี ดินแดนแห่งนี้ก็มีโอกาสกลับมาอุดมสมบูรณ์ได้อีกครั้ง ผู้คนรับรู้กันว่าที่ดินจะกลับมาอุดมสมบูรณ์ได้ต่อเมื่อใช้วิธีการดูแลที่ชาญฉลาดขึ้นเท่านั้น และยังคงขอมอบด้วยว่าตัวเองมีหน้าที่ต้องพัฒนาทักษะต่างๆ ให้ดียิ่งขึ้นไปอีกในอนาคต

สิ่งที่ผลักดันให้เกิดการลงมือวางแผนและเปลี่ยนแปลงคือความปรารถนาที่จะปลดแอกจากระบอบการปกครองที่เข้มงวดซึ่งใช้มาเป็นระยะเวลาช้านาน ดินแดนใหม่แห่งนี้ยังไม่มีเจ้าของและยังไม่มีใครเริ่มเข้ามาใช้เพาะปลูก ทั้งยังไม่มีผู้ใดเข้าอ้างสิทธิในผืนดิน มันอยู่ในระยะใกล้แค่เอื้อมเท่านั้นเอง เพียงแค่ต้องสร้างจุดเชื่อมระหว่างอาณาจักรปัจจุบันกับดินแดนใหม่แห่งนี้เท่านั้น

ผู้คนที่ทำมาหากินอยู่บนที่ดินในเขตอาณาจักรแห่งเดิมใช้วิธีการเพาะปลูกแบบเดิมซึ่งใช้กันมาหลายทศวรรษ พวกเขาใช้กลยุทธ์ที่ถ่ายทอดกันมาจากรุ่นสู่รุ่น แต่เวลาที่ผ่านไปก็ทำให้เห็นชัดขึ้นเรื่อยๆ ว่าที่ดินที่ใช้เพาะปลูกซ้ำแล้วซ้ำเล่านั้นเริ่มไม่อุดมสมบูรณ์อย่างแต่ก่อนแล้ว สิ่งที่เกิดขึ้นนี้ทำให้เทคนิคการเพาะปลูกแบบเดิมๆ ที่เคยใช้กันมาไม่สามารถให้ผลผลิตได้มากเหมือนเมื่อก่อน ถ้าอยากจะให้ผืนดินเดิมแห่งนี้เปลี่ยนแปลง เหล่าชาวนาต้องปรับตัว แต่พวกเขาก็กลับยังยึดมั่นอยู่กับวิถีปฏิบัติที่ยึดถือกันมาช้านาน เพราะวิธีนี้ให้ผลลัพธ์ที่ดีมาโดยตลอด

อย่างไรก็ตาม คนบางส่วนเริ่มยอมรับแล้วว่าที่ดินที่ใช้เพาะปลูกซ้ำๆ นั้นไม่สมบูรณ์เหมือนเมื่อก่อน คนกลุ่มนี้เปลี่ยนผืนที่จะเข้าครอบครองดินแดนแห่งใหม่ให้กลายเป็นความมุ่งมั่นออกสำรวจให้มากขึ้น พวกเขาอาศัยทั้งการศึกษาวิจัย ความเชื่อ และความเข้าใจ แล้วเริ่มลงมือทำขั้นแรก โดยลงทุนทั้งเวลาและพลังงานในดินแดนใหม่แห่งนี้

เรื่องราวนี้สะท้อนภาพโลกความเป็นจริงอย่างไร

ดินแดนแห่งใหม่ก็คือโลกดิจิทัลนั่นเองครับ ไม่ว่าจะเว็บไซต์ บล็อก หรืออีเมลที่คุณใช้ก็ตาม ถ้าคุณสามารถใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่มาสร้างและรักษากลุ่มผู้ติดตามได้ละก็ คุณก็จะสามารถสร้างความเชื่อมโยงกับกลุ่มผู้บริโภคเพื่อกระตุ้นให้เกิดการใช้จ่ายที่สร้างผลกำไรได้

วิธีการทำการตลาดแบบดั้งเดิมไม่ช่วยสร้างผลลัพธ์/ผลตอบแทนในดินแดนใหม่แห่งนี้ครับ ไม่ว่าจะเป็นการโฆษณาผ่านสื่อ การตลาดแบบทางตรง และการตลาดที่ใช้วิธีก่อความรำคาญหรือเข้าแทรกแซงกลุ่มลูกค้าก็ตาม ในทางกลับกัน เราจำเป็นต้องเรียนรู้วิธีการใช้เทคนิคใหม่ๆ ซึ่งอาจกินเวลานานกว่าจะได้ผลลัพธ์กลับมา แต่สุดท้ายแล้วถ้าหากเราทำได้สำเร็จ วิธีการใหม่ๆ เหล่านี้จะสามารถทำให้เราเติบโตได้อย่างยั่งยืนยิ่งขึ้น ในช่วงแรกๆ คุณอาจจะต้องอาศัยความเชื่อมั่นศรัทธาและต้องเปลี่ยนแปลงวิธีคิดเสียหน่อย แต่สุดท้ายมันจะทำให้คุณเป็นเจ้าของพื้นที่นี้ได้อย่างสมบูรณ์ร้อยเปอร์เซ็นต์

ลงมือทำด้วยความมุ่งมั่นตั้งใจ

สิ่งแรกที่คนกลุ่มนี้ยอมรับคือพวกเขาต้องใช้วิธีการเพาะปลูกที่แตกต่างไปจากเดิม พวกเขาขุดคลองท่อน้ำและบ่อน้ำขึ้นมาใหม่ ปลูกต้นไม้เพิ่ม และลงมือสร้างฉนวนเพื่อป้องกันความหนาวเย็นและความร้อน รวมทั้งสร้างแนวป้องกันลมขึ้นมา สิ่งเหล่านี้จำเป็นต้องอาศัยการเรียนรู้และลงมือทำเพื่อให้ได้ผลผลิตที่อุดมสมบูรณ์ แต่ก็ไม่ใช่เรื่องที่ยากเกินความสามารถ ผู้คนเริ่มเรียนรู้ว่าพวกเขาสามารถพัฒนาและฝึกความเชี่ยวชาญในการเพาะปลูกแบบใหม่นี้ได้ และต่อไปพวกเขาจะสามารถแผ้วถางให้ดินแดนแห่งนี้อุดมสมบูรณ์และทำให้อำนาจชนชั้นปกครองที่เป็นเจ้าของที่ดินในเขตอาณาจักรเก่าได้สำเร็จ การปฏิวัติค่อยๆ ก่อตัวขึ้นอย่างเงียบเชียบ คนเหล่านี้รู้ดีว่าอีกไม่นาน พวกเขาจะประสบความสำเร็จได้ไกลกว่าเมื่อเทียบกับตอนที่อยู่ใต้การปกครองแบบลมนเพลมพัดของกลุ่มคนที่สร้างระบบที่แสนจะเข้มงวดขึ้นมา

แรงผลักดันสำคัญที่ทำให้กลุ่มคนที่ลงแรงเพาะปลูกและเก็บเกี่ยวผลผลิตในดินแดนใหม่แห่งนี้ต้องการเปลี่ยนแปลงคืออนาคต พวกเขาไม่สนใจเรื่องอำนาจหรือการประกาศเจตนารมณ์หรือกบฏ แต่พวกเขาต้องการจะเป็นส่วนหนึ่งของบางสิ่งบางอย่างที่สร้างขึ้นมามีด้วยมือของแต่ละคน และด้วยความเชื่อว่าคนคนหนึ่งก็สร้างผลผลิตใหม่ๆ ขึ้นมาได้มากกว่า แทนที่จะอีกฉาบที่คนเหล่านี้ประสบความสำเร็จ ผู้คนกลับรู้สึกนับถือคนกลุ่มนี้ที่ได้สร้างสิ่งใหม่ๆ ขึ้นมา ความพยายามที่จะเรียนรู้และร่วมมือกับคนอื่นๆ โดยไม่ใช้วิธีการของกลุ่มชนชั้นปกครองที่มีอำนาจที่ได้รับการยอมรับมาหลายต่อหลายชั่วอายุคน ผลักดันให้พวกเขาย้ายเข้าไปยังที่ดินแดนแห่งใหม่และลงมือเพาะปลูกในผืนดินใหม่ ดินแดนใหม่ที่วิธีการเพาะปลูกพืชพรรณต่างๆ ไม่ได้เป็นความลับแต่อย่างใด

เมื่อดินแดนใหม่แห่งนี้เริ่มอุดมสมบูรณ์ยิ่งขึ้น คนอื่นๆ ก็เริ่มรู้สึกนับถือคนกลุ่มนี้มากขึ้นด้วย นั่นเป็นเพราะพวกเขาเริ่มเห็นแล้วว่าตลาดแห่งนี้กำลังเติบโตนั่นเองครับ เราเริ่มเห็นได้ชัดขึ้นเรื่อยๆ ว่าเกิดการเปลี่ยนถ่ายจากระบบเก่าที่อิงอยู่กับระบบการจัดลำดับขั้นและการถ่ายทอดองค์ความรู้จากรุ่นสู่รุ่น กลายมาเป็นระบบที่มีโครงสร้างแนวราบมากขึ้น ในระบบใหม่นี้ ผู้คนนำวิธีการทำงานใหม่ๆ มาใช้ได้รวดเร็วขึ้น พวกเขาสร้างระบบประชาธิปไตยขึ้นมา โดยเน้นความสำคัญเรื่องการพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสร้างกลุ่มก่อนความร่วมมือขึ้นมามากกว่า กลุ่มผู้บุกเบิกที่เข้ามาเริ่มทำกินบนดินแดนใหม่แห่งนี้ต่างพร้อมศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับวิธีการทำงานใหม่อยู่เรื่อยๆ พวกเขาตัดสินใจมาอย่างดีแล้วว่าจะต้องเปลี่ยนแปลงตัวเองให้ได้

ดินแดนใหม่ที่คนเริ่มเข้าไปเพาะปลูกนี้มีสถานะทัดเทียมกับอาณาจักรเดิมซึ่งก่อตั้งมาเป็นเวลายาวนานกว่า การเพาะปลูกสำหรับคนที่ประสบความสำเร็จในดินแดนใหม่แห่งนี้ไม่ได้เป็นแค่เพียงวินัยเท่านั้น มันกลายเป็นนิสัยที่ติดตัวพวกเขาไปด้วย คุณลักษณะของชาวนากลุ่มนี้แสดงให้เห็นว่าพวกเขามีความเป็นผู้นำ เคารพและเชื่อมั่นในคนอื่น และมีความเชี่ยวชาญอย่างแท้จริง

เมื่อเวลาผ่านไป ช่องทางติดต่อระหว่างอาณาจักรเก่าไปยังดินแดนแห่งใหม่ก็เริ่มพัฒนาขึ้นทีละน้อย จากที่เมื่อก่อนเคยมีแค่ทางเดินขรุขระที่โล่งกว้าง ต้นไม้ และพุ่มไม้ เดี่ยวนี้เริ่มมีถนนหนทางที่ใช้เดินทางได้ง่ายตายอยู่เต็มไปหมด ทำให้ผู้คนสามารถเดินทางไปยังดินแดนแห่งนี้และติดต่อสื่อสารกับเขตพื้นที่อื่นๆ ได้อย่างง่ายดาย จากที่เมื่อก่อนเคยมีแค่แผ่นไม้กระดานไม่มั่นคงวางพาดขวางลำน้ำให้ใช้เดินข้าม เดี่ยวนี้มีสะพานที่มั่นคงให้ข้ามจากปากหนึ่งของผืนดินไปยังอีกปากหนึ่ง ผู้คนสามารถเดินทางมายังดินแดนแห่งนี้ได้สะดวกยิ่งขึ้น การเดินทางที่สะดวกสบายเช่นนี้มีส่วนช่วยให้การเพาะปลูกประสบความสำเร็จและทำให้ดินแดนแห่งนี้เติบโตขึ้นท้ายที่สุด ผู้คนก็เริ่มเห็นว่าดินแดนใหม่แห่งนี้เป็นผู้ผลิตที่น่าไว้วางใจมากกว่าอาณาจักรที่ทำการเพาะปลูกมาเป็นเวลายาวนานเสียอีก

อาณาจักรเก่าแห่งนี้ยึดติดแนวทางเดิมๆ และยึดมั่นในระบบเก่ามาเป็นระยะเวลาอันยาวนานแล้ว เทคโนโลยีและวิธีการทำงานที่ผู้คนใช้เป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมของอาณาจักรซึ่งผ่านมาเป็นเวลาหลายทศวรรษ พวกเขาจะเลยไม่ยอมรับวิธีการใหม่ๆ และไม่ยอมปรับตัวเมื่อเวลาเคลื่อนผ่านไป

ชาวนารุ่นใหม่ที่ออกเดินทางตามหาดินแดนใหม่และตกลงใจว่าจะมุ่งมั่นเรียนรู้สิ่งต่างๆ เริ่มวางตัวเป็นผู้ปกครองดินแดนแห่งใหม่ที่ละน้อย พวกเขาเริ่มตระหนักว่าไม่จำเป็นต้องทำอะไรใหญ่โตก็ประสบความสำเร็จได้แค่ต้องทำสิ่งที่ทำอยู่ให้ดีที่สุดเท่านั้นเอง วิธีการทำงานแบบใหม่นี้อาศัยความเข้าใจธรรมชาติของสิ่งใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นและการเตรียมความพร้อมรับมือสิ่งต่างๆ ในระยะยาว พวกเขาเฝ้ามองว่าการยึดมั่นอยู่กับอดีตที่ผ่านพ้นไปแล้ว และวิธีการทำงานแบบเก่าเป็นลักษณะของคนจากยุคก่อน และพวกเขาก็ยินดีให้ผู้ปกครองอาณาจักรแห่งเก่ายึดมั่นกับวิธีการเดิมๆ แบบนี้กันต่อไปได้ตามสบาย

ผู้คนเริ่มยอมรับการปฏิวัติที่เริ่มต้นจากการเปลี่ยนแปลงวิถีคิดและการออกตามหาดินแดนใหม่เพื่อเพาะปลูกมากขึ้นทุกวัน ชาวนาที่เข้ามา

เพาะปลูกบนดินแดนผืนใหม่เริ่มเห็นว่าเดี๋ยวนี้ผู้คนเริ่ม “มองเห็น” พวกเขาแล้ว

เรื่องราวนี้สะท้อนภาพโลกความเป็นจริงอย่างไร

ถ้าคุณสร้างพื้นที่ของตัวเองขึ้นมา คุณจะสามารสร้างการเปลี่ยนแปลง และเพิ่มจำนวนกลุ่มผู้ติดตามของตัวเองขึ้นมาได้ วิธีการทำงานแบบนี้ ดึงดูดกว่าและกำหนดกลุ่มเป้าหมายได้แม่นยำกว่า เนื่องจากผู้คนในพื้นที่ใช้วิธีการเพาะปลูกตามธรรมชาติ จึงมีโอกาที่จะสร้าง “ผลผลิต” หรือ การเติบโตทางธุรกิจได้มากกว่าด้วย เดี่ยวนี้คุณเองก็ตั้งตนขึ้นเป็นใหญ่ในตลาดของตัวเองได้ แค่เพียงส่งข้อความที่ตรงกับความต้องการไปยัง ผู้รับสาร (audience) อย่างสม่ำเสมอเท่านั้น

ในฐานะธุรกิจ เราต้องเริ่มกลับมาเรียนรู้วิธีการใช้เครื่องมือสื่อสารต่าง ๆ อย่างมุ่งมั่นตั้งใจ โดยไม่หวังพึ่งพิงวิธีการทำตลาดเดิม ๆ ที่ใช้จนเบื่อแล้ว (ไม่ว่าจะเป็นการตลาดแบบแทรกแซง ก่อความรำคาญ หรือการประชาสัมพันธ์ตัวเอง) เราต้องเริ่มพึ่งพิงตัวเองให้มากขึ้นโดยทำความเข้าใจเทคโนโลยี ตลาดที่เหมาะสมกับเรา และคอนเทนต์ที่เราต้องสื่อสารออกไปอย่างสม่ำเสมอ ในโลกปัจจุบันนี้การสร้างแบรนด์ที่ประสบความสำเร็จไม่ใช่แค่การออกแบบโลโก้ที่สวยงามและป้ายโฆษณาที่เน้นขายของอีกต่อไปแล้ว เราไม่จำเป็นต้องเป็นเจ้าของที่ใหญ่ที่สุดและมีงบประมาณทำการตลาดเยอะจนใช้ไม่หมดไม่สิ้น แต่เราต้องนำเสนอตัวตนของแบรนด์ที่ผู้คนเข้าถึงได้และอยากจะมีส่วนร่วมออกมาให้ได้

บทที่ 1

ปรับตัวเข้ากับโลกสมัยใหม่

ส ามารถทำนายในการควบคุมทั้งหมดอยู่ในมือเจ้าของธุรกิจครับ ก่อนหน้านี้เพียงไม่นาน สื่อเป็นผู้ควบคุมธุรกิจต่างๆ ควบคุมการสื่อสารกับกลุ่มผู้รับสารของตน โดยใช้วิธีการกำหนดโครงสร้างราคาของบริษัทต่างๆ จำต้องยอมตาม คุณมีงบประมาณไว้เพื่อเช่าพื้นที่โฆษณา เพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมายซึ่งแท้จริงแล้วเป็นของคนอื่น

ในช่วงคริสต์ศตวรรษที่ 20 และส่วนหนึ่งของคริสต์ศตวรรษที่ 21 ธุรกิจต่างๆ จำเป็นต้องอาศัยคนอื่นให้ช่วยประชาสัมพันธ์ข้อความและสื่อโฆษณาของเรา แต่เดี๋ยวนี้กฎได้เปลี่ยนไปแล้ว

สมัยนี้เทคโนโลยีเข้าถึงได้ง่ายขึ้น ทำให้ธุรกิจกำหนดเองได้ว่าต้องการจะสื่อสารอะไรกับใคร แต่สิ่งที่สำคัญกว่าคือคุณสามารถใช้ความคิดสร้างสรรค์ได้อย่างอิสระมากขึ้นโดยใช้เงินจำนวนน้อยกว่าเดิม การสร้างคอนเทนต์¹ ที่ทำให้คนสนใจกำลังเข้ามาเปลี่ยนแปลงลักษณะการทำการตลาดของทั้งธุรกิจและบุคคลทั่วไปที่ต้องการสร้างความน่าเชื่อถือ อิทธิพล และ

¹Content ข้อมูลข่าวสาร เรื่องราวของสินค้าและบริการที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า ซึ่งเชื่อมโยงกับคุณค่าและนโยบายขององค์กร อยู่ในรูปแบบต่างๆ เช่น บทความ ภาพเสียง หรือภาพเคลื่อนไหว

คอนเทนต์ปัง ยังไงก็โดน!

ความไว้วางใจ การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญคือการเปลี่ยนแปลงจากการทำตลาดในลักษณะเข้าแทรกแซงมาเน้นที่ประโยชน์ของคนเน็ตมากขึ้น รวมทั้งการเปลี่ยนผ่านจากการโฆษณาผ่านสื่อแบบที่ต้องจ่ายเงินมาเป็นการมีอำนาจควบคุมช่องทางการสื่อสารที่ใช้และการครอบครองสิ่งที่เป็นของเราได้อย่างแท้จริง

ช่องทางการสื่อสารอาจเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้เรามีโอกาสเพิ่มมากขึ้น แต่โครงสร้างพื้นฐานก็ช่วยให้เรามีอิสระมากขึ้นเช่นกัน ข้อมูลจากสตาร์ทอัปบริเตนซึ่งเป็นโครงการที่จัดตั้งโดยซีเอฟอี² แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการชาวอังกฤษเริ่มเปิดธุรกิจใหม่ 581,173 ธุรกิจในปี ค.ศ. 2014 (ข้อมูลเมื่อวันที่ 31 ธันวาคม ค.ศ. 2014) จำนวนดังกล่าวสูงขึ้นจาก 526,446 ธุรกิจในปี ค.ศ. 2013 และ 484,224 ธุรกิจในปี ค.ศ. 2012

ปรากฏการณ์ที่เราเห็นธุรกิจใหม่เริ่มเข้ามาในตลาดมากขึ้นเรื่อยๆ นั้นย้ำให้เห็นว่าผู้คนเริ่มค้นพบอิสระภาพและสามารถตัดสินใจได้ง่ายดายยิ่งขึ้น พวกเขาค้นพบพื้นที่ใหม่ๆ เริ่มสร้างกลุ่มผู้ติดตามใหม่ และเริ่มสร้างฐานลูกค้าเป็นของตัวเอง

ความฝันเมื่อครั้งก่อน

ตอนนี้สิ่งที่ครั้งหนึ่งเคยเป็นแค่วิสัยทัศน์และความปรารถนาที่จะเป็นอิสระจากพันธะในการทำงานให้คนอื่นได้กลับกลายเป็นความจริงขึ้นมาแล้ว ผู้คนต่างพากันหาทางควบคุมเส้นทางชีวิตตนเองด้วยการเริ่มทำธุรกิจเป็นของตัวเอง

เดี๋ยวนี้เราสามารถทำวิสัยทัศน์ให้กลายเป็นจริงได้โดยใช้ต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น เราอาจจะสร้างช่องทางในโลกออนไลน์หรือออฟไลน์

² CFE (Center For Entrepreneurs)

ก็ได้ จากนั้นก็สื่อสารกับกลุ่มผู้ติดตาม สร้างความโดดเด่นให้ตัวเอง แล้วผู้คนก็จะมองเห็นเราเอง

เดี๋ยวนี้อุปสรรคในการเริ่มต้นธุรกิจใหม่มีน้อยกว่าแต่ก่อน ตามข้อมูลของปีพีอี³ ธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลางส่วนใหญ่มีสัดส่วนคิดเป็น 99.9 เปอร์เซ็นต์ของธุรกิจภาคเอกชนในสหราชอาณาจักร แต่ธุรกิจส่วนใหญ่กลับคิดและทำอะไรเหมือนกันไปหมด ถ้าอยากจะทำธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ คุณต้องโดดเด่นกว่าคนอื่นให้ได้ครับ

ข้อความที่เลือกสื่อสาร

ไมเคิล บริโต เป็นนักเขียนเกี่ยวกับธุรกิจเพื่อสังคมและกลยุทธ์ด้านคอนเทนต์ เขาเขียนไว้ในหนังสือชื่อ *ยัวร์แบรนด์ เดอะเน็กซ์ดีเดียมคอมพานี* ว่าคนในสังคมสมัยนี้อยู่ในโลกที่ "มีคอนเทนต์เยอะจนล้น แต่ความสนใจคนกลับขาดแคลน" เราจะเห็นว่าผู้คนต่างก็พากันแข่งกันแย่งความสนใจจากคนอื่นมากขึ้นเรื่อยๆ ผู้ซื้อมีทางเลือกมากกว่าเมื่อก่อน พวกเขาสามารถรับข่าวสารได้ทุกรูปแบบ ทั้งยังสามารถเลือกช่องทางข่าวสารได้มากมายที่ไหนและเมื่อใดก็ได้ตามแต่จะสะดวก

ในสหราชอาณาจักรอาจมีธุรกิจอยู่มากกว่าห้าแสนธุรกิจ และส่วนใหญ่ก็อาจจะเป็นธุรกิจที่มีลักษณะ "ฉันทัดด้วย" เสียมาก แต่ถ้าใครเลือกยืนหยัดเพื่อสิ่งที่ตัวเองเชื่อแล้วละก็ ธุรกิจนั้นก็จะได้โดดเด่นแตกต่างจากธุรกิจอื่น และช่วยให้ไอเดียของพวกเขาแพร่หลายไปได้ในวงกว้างด้วย ผู้บริโภคไม่ได้เลือกรับข้อมูลจากความสำคัญของบุคคลหรือจากแหล่งข้อมูลอีกต่อไปแล้ว พวกเขาเลือกรับข้อมูลที่เกี่ยวข้องและมีประโยชน์ต่อตัวเองมากกว่า

³BPE (Business Population Estimates)

ถ้าคุณอยากจะสร้างความเปลี่ยนแปลงในช่วงเวลา แห่งการเริ่มต้นใหม่นี้ ตอนนี้แหละคือเวลาที่เหมาะที่สุด สำหรับเข้ามาทำธุรกิจ

โลกเก่าเป็นโลกที่เรายึดยึดข้อความไปถึงผู้รับสาร โดยที่ข้อความนั้น จะถูกนำไปเผยแพร่ซ้ำๆ หรือไม่ก็ดัดแปลงเป็นรูปแบบอื่นๆ เพื่อนำไปก่อความรำคาญและแทรกแซงกลุ่มลูกค้าอีกทีหนึ่ง ในยุคนั้นเราทำการตลาดผ่านทางสื่อมวลชน วิทยู โทรทัศน์ การโฆษณา และสื่อแบบมีค่าใช้จ่ายในรูปแบบอื่น เช่นการตลาดทางตรงไปจนถึงการเสนอขายสินค้าตามบ้านหรือทางโทรศัพท์แบบย่อนยุค เห็นได้ว่าในสมัยนั้น การสื่อสาร โต้ตอบ และขายโดยเน้นผลิตภัณฑ์เป็นหลักถือเป็นบรรทัดฐานที่ใช้กันเป็นปกติทางฝั่งผู้บริโภคเองมีแหล่งข้อมูลที่พวกเขาสามารถเข้าถึงก่อนจะตัดสินใจได้ อยู่เพียงน้อยนิด ที่นี้เราจะมาพูดถึงยุคปัจจุบันนี้กันบ้าง ข้อมูลสถิติที่เหลือเชื่อจากไอบีเอ็มแสดงให้เห็นว่าข้อมูล 90 เปอร์เซ็นต์ในโลกทุกวันนี้สร้างขึ้นมาในช่วงเวลาสองปีที่ผ่านมาเอง ข้อเท็จจริงนี้ทำให้เรามองเห็นภาพรวมได้ชัดขึ้นครับ ยุคนี้เรามีข้อมูลมากมายจนล้นเหลือ แต่ถ้าเราเผยแพร่และจัดการข้อมูลให้ดีๆ ก็อาจจะได้ไอเดียดีๆ ที่เปลี่ยนโลกได้เลยทีเดียว และเจ้าของธุรกิจก็อาจกลายมาเป็นตัวเร่งปฏิกิริยาที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง โดยขึ้นอยู่กับสิ่งที่พวกเขาใส่ใจและให้ความสำคัญ

คอนเทนต์ได้สร้างแรงเหวี่ยงขึ้นในระดับที่เพิกเฉยได้ยากแล้วละครับ คอนเทนต์มีบทบาทมากมายตั้งแต่เป็นเครื่องมือในการทำเอสอีโอ⁴ ไปจนถึงแนวคิดในการทำตลาด เราต้องเปลี่ยนแปลงตัวเองครับ จากที่เคยบอกผู้บริโภคว่าบริษัทเรามีดีอย่างไร ตอนนี้เราต้องพิสูจน์ให้ลูกค้าเห็นให้ได้ว่าเราทำประโยชน์ให้พวกเขาอย่างไรได้บ้าง ในยุคนี้เราต้องตั้งเป้าหมายว่าจะเป็นธุรกิจที่เห็นแก่ประโยชน์ของผู้อื่นเป็นที่ตั้งโดยพยายามช่วยเหลือผู้อื่นเน้นให้ข้อมูลความรู้ และสร้างคุณค่า สิ่งเหล่านี้เป็นการกระทำที่ตรงข้ามกับ

⁴SEO (Search Engine Optimization) คือการทำให้เว็บไซต์ของเราติดอันดับต้นๆ เมื่อค้นหาผ่านทางเว็บเสิร์ชเอนจิน

การป่าวประกาศว่าเราเก่งที่สุดหรือดีที่สุดในสาขาธุรกิจเลยครับ สิ่งสำคัญที่คุณต้องเข้าใจคือ ไม่ว่าคอนเทนต์ที่คุณสร้างขึ้นจะคิดมาดีและมีความหมายลึกซึ้งแค่ไหนก็ตาม มันก็ไม่มี ความหมายอะไรเลยถ้าผู้รับสารไม่อยากฟังสิ่งที่คุณอยากจะทำ

ผู้รับสาร = ตลาด

ผู้รับสารเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดที่จะช่วยให้ธุรกิจของคุณเติบโตครับ

เดี๋ยวนี้เราทุกคนต่างมีแนวโน้มที่จะสะสมตัวเลข เพียงเพราะอยากสะสมตัวเลขให้มากขึ้นๆ จะได้กลายเป็นคนเด่นดัง การสะสมจำนวนผู้ติดตามจำนวนไลค์ และพลัสวันนั้นไม่แตกต่างอะไรกับการเล่นเกมเพียงเพื่อจะได้มีสิทธิ์ไอ้รอดว่าเราได้แต้มมากกว่าคนอื่น สิ่งสุดท้ายที่คุณควรจะทำอยากเป็นก็คือคนดังนี่ละครับ คุณควรจะเน้นให้คนที่ในกลุ่มผู้รับสารของคุณฟังคุณ และพร้อมจะเข้ามามีส่วนร่วมในการพูดคุยโต้ตอบกับคุณมากกว่า ถ้าคุณอยากจะทำความสำเร็จ คุณต้องสร้างกลุ่มผู้รับสารที่จะอยู่กับคุณไปนานๆ และมีส่วนร่วมกับคุณอย่างต่อเนื่องขึ้นมาให้ได้ การสะสมตัวเลขให้ได้มากๆ ไม่มีค่าอะไรเลยครับ สิ่งสำคัญคือเราต้องเชื่อมโยงกับคนอื่นอย่างใกล้ชิดให้ได้ คุณจะใช้วิธีส่งสรุปข่าวย่อประจำสัปดาห์จากเว็บไซต์คุณ หรือจะส่งจดหมายข่าวประจำเดือนไปถึงผู้รับสารก็ได้ครับ แต่ต้องทำอย่างสม่ำเสมอครับถึงจะได้รับความสนใจจากคนอื่น นอกจากนี้คุณอาจจะต้องปรับปรุงช่องทางการสื่อสารที่ถูกทะเลาะเลยไปให้กลับมาใช้ได้ใหม่ด้วย (เช่นอีเมลและเว็บไซต์)

ความท้าทายที่ธุรกิจต้องรับมือให้ได้คือต้องคอยปรับปรุงและพัฒนา กลุ่มผู้รับสารอย่างต่อเนื่องโดยผ่านทางช่องทางนำเสนอคอนเทนต์ต่างๆ ที่เราใช้ และยังคงต้องมองผู้อ่านว่าเป็นคนที่มีตัวตนจริงๆ มากกว่าที่จะมองพวกเขาเป็นคนกลุ่มก้อนเดียว ถ้ายังนึกภาพตามไม่ออก ขอให้ลองกลับไปดูไทม์ไลน์ในเฟซบุ๊กของตัวเองนะครับ คุณจะเห็นโฆษณาแบบจ่ายเงินเรียงเป็นดับ ซึ่งไม่ได้ตรงกับความสนใจคุณเลยแม้แต่หน่อย

ทำให้โลกดิจิทัลมีความเป็นมนุษย์

สิ่งหนึ่งที่ไม่เคยเปลี่ยนแปลงตั้งแต่จุดเริ่มต้นของกาลเวลา ไม่ว่าเทคโนโลยีจะก้าวหน้าไปไกลแค่ไหนก็ตาม นั่นคือทั้งธุรกิจและผู้คนที่ต้องการจะสร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่นครับ คนเรามักทำธุรกิจกับคนที่รู้จัก ชื่นชอบ และไว้ใจครับ เมื่อก่อนเรามีข้อจำกัดทางด้านภูมิศาสตร์ แต่เดี๋ยวนี้เราสามารถสร้างผลกำไรทั้งในทางการเงิน ความเฉลียวฉลาด และอารมณ์ได้จากโลกที่เราเป็นผู้สร้างขึ้นมาเอง

แม้ว่าเทคโนโลยีจะช่วยทำลายอุปสรรคและสิ่งกีดขวางหนทางเข้าสู่ตลาดได้แล้ว แต่มีสิ่งที่ไม่เคยเปลี่ยนแปลง นั่นคือตัวตนของเรา ในฐานะคนคนหนึ่ง การใช้วิธีการสื่อสารแบบไร้ความเป็นมนุษย์กับผู้อื่นผ่านทางข้อความต้นแบบที่ส่งให้ทุกคนเหมือนกัน และการส่งข้อความอัตโนมัตินั้นไม่ต่างอะไรกับผ้าห่มอันแสนอบอุ่นที่กีดกันไม่ให้คนอื่นมองเห็นและรับรู้เกี่ยวกับเรา และยังทำให้เรานำเสนอด้านที่น่าสนใจในตัวเราไม่ได้ด้วย

เมื่อธุรกิจต่างๆ ลองมองดูบทบาทของโซเชียลมีเดีย จะเห็นว่ามันไม่ได้เข้ามาเปลี่ยนแปลงวิธีการที่เรามีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นเลย โดยหลักๆ แล้วโซเชียลมีเดียก็เป็นแค่วิธีการสื่อสารอีกวิธีหนึ่ง เราใช้มันโดยมีเป้าหมายระยะยาวเพื่อสร้างการติดต่อสื่อสารระหว่างกัน กระตุ้นให้เกิดสายสัมพันธ์รวมทั้งปฏิสัมพันธ์ แต่ก็คงจะดูซีจี้เกินไปหน่อยถ้าจะคิดว่าถนนทุกสายจะนำพาเราไปสู่กรุงโรมทั้งหมด [ถนนที่ว่าก็คือทวิตเตอร์ เฟซบุ๊ก ลิงคด์อิน (LinkedIn) และกูเกิลพลัสนี่ละครับ]

เราเชื่อจริงๆ หรือครับว่าโลกโซเชียลมีเดียจะช่วยให้เรามีชีวิตที่ดีขึ้น และเติมเต็มยิ่งขึ้น

ช่องทางการสื่อสารที่มีอยู่มากเกินไป แสดงให้เห็นว่าเดี๋ยวนี้เราสามารถซ่อนตัวอยู่หลังผลิตภัณฑ์ที่ไร้เอกลักษณ์แล้วส่งข้อความไปบอกให้

ผู้รับสารทำตามได้อย่างง่ายดาย ไม่ต้องดูที่ไหนไกลเลยครับ ลองดูอีเมล คำเชิญแบบอัตโนมัติของลิงคิอินที่นอนรอเราอยู่แบบไร้จิตวิญญาณในกล่องข้อความเข้า พร้อมกับหัวข้ออีเมล “ฉันต้องการจะเพิ่มคุณในเครือข่ายมืออาชีพของฉันบน LinkedIn” นั่นเลยครับ การส่งข้อความต้นแบบออกไป พร้อมกับคำสั่งท้ายที่ระบบเตรียมเอาไว้ให้อยู่แล้ว ทำให้ทุกคนรู้กันหมดว่า บุคลิกลักษณะเฉพาะที่เคยเป็นตัวตนของคุณได้ถูกแทนที่ด้วยอีเมลอัตโนมัติที่มีน้ำเสียงที่ไม่สื่อถึงตัวตนของคุณเลยแม้แต่หน่วย

การสื่อสารได้พาเราเข้าสู่โลกที่เต็มไปด้วยคำเชิญเชื่อมต่อกันเต็มไปด้วยหมดธุรกิจต้องตั้งรับทั้งความท้าทายและโอกาสโดยต้องหาเสียงของตัวเองให้เจอ เพิ่มความเป็นมนุษย์ให้มากขึ้น และรักษากฎสัมพันธ์กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและผู้รับสารที่ไว้ใจเรา ช่องทางโซเชียลมีเดียต่างๆที่เราทุกคนต่างเข้าถึงได้ เป็นอีกช่องทางทำธุรกิจที่แตกต่างโดยสิ้นเชิงในแง่ของการสร้างความสัมพันธ์ และการติดต่อสื่อสาร คุณแค่ต้องเชื่อมั่นในทางที่จะช่วยให้คุณกลายเป็นผู้นำในตลาดของคุณให้ได้

ถ้าคุณรู้สึกสบายใจที่ได้เชื่อมต่อกับคนอื่น ๆ แต่กลับต้องซ่อนตัวอยู่ข้างหลังตัวตนในโลกดิจิทัลละก็ ขอให้คุณเพียงแค่ลองทำตัวกลมกลืนไปกับคนอื่น ๆ เท่านั้นเอง ลองมองไปรอบๆ แล้วดูคนที่ยังขายของโดยเอาแต่พูดสิ่งที่ตัวเองอยากจะพูดสิครับ ที่จริงพวกเขาควรเพิ่มมูลค่าให้ตัวเองโดยแบ่งปันข้อมูลข่าวสารที่ตรงกับความสนใจของคนอื่นดูบ้าง เป้าหมายสูงสุดของคุณคือการทำให้ชีวิตของผู้รับสารดีขึ้น ง่ายขึ้น และทำให้พวกเขามีเวลามากขึ้น ลองคิดแบบนี้ดูนะครับ ลองจินตนาการว่าคุณเป็นบรรณารักษ์ และลูกค้าของคุณกำลังหาหนังสือในหัวข้อหนึ่งอยู่ แทนที่คุณจะปล่อยให้ลูกค้าเดินหาหนังสือตามชั้นวางมากมายหลายแถว คุณเองสามารถบอกข้อมูลที่ลูกค้าต้องการได้เร็วกว่ามาก เพราะคุณเข้าใจข้อมูลที่มีอยู่ดีกว่านั่นเอง

ถึงเวลาต้องเตะผ้าห่มคลุมภัยออกไปให้พ้นตัวแล้วครับ ตอนนี้คุณต้องอยู่กับปัจจุบันให้มากขึ้นและกลับมาเชื่อมั่นในความเป็นมนุษย์อีกครั้ง

คอนเทนต์บิง ยังไงก็โดน!

การเปลี่ยนมาใช้วิธีการตลาดโดยเน้นคอนเทนต์ให้มากขึ้นมีประโยชน์อีกข้อหนึ่งครับ คือ เราจะได้ครอบครองกลุ่มผู้รับสารที่เราสร้างขึ้นมามีด้วยมือเราเอง และยังสามารถเชื่อมโยงกับสมาชิกผู้ติดตามของเราได้อย่างใกล้ชิดมากกว่าด้วย

ควบคุมแบบเจ้าของธุรกิจ

เว็บไซต์และอีเมลของคุณคือสิ่งที่เป็นของคุณโดยชอบธรรม และคุณเองมีหน้าที่ต้องดูแลรักษาพวกมันไว้ให้ดี อย่างหวังพึ่งคนอื่นให้มาช่วยสร้างสิ่งเหล่านี้โดยเด็ดขาด ถ้าคุณมอบสิทธิ์ความเป็นเจ้าของไปให้คนอื่นเมื่อไร คุณจะเสียการควบคุมไปเมื่อนั้น นี่เรากำลังพูดถึงกรณีของบริษัทอื่นเป็นเจ้าของเว็บไซต์ของคุณ คอยดูแลอัปเดตคอนเทนต์ในนั้น (และคิดเงินค่าบริการจากคุณอีกที) ด้วยนะครับ คุณจะไม่มีทางปรับปรุงเปลี่ยนแปลงเว็บไซต์ได้เลย ถ้ามันมานั่งระวางระงับไบแจ่งหนี้ที่ส่งมาเก็บเงินเรื่อยๆ เวลาสั่งให้เปลี่ยนแปลงส่วนหนึ่งส่วนใดของเว็บไซต์

ผมว่าใครก็ตามที่คิดว่าตัวเองเป็นเจ้าของและสามารถควบคุมพื้นที่บนเพชฌัญญูและทวีตเตอร์ได้คงบ้าไปแล้วละครับ คุณอาจคิดว่าคุณเป็นเจ้าของคอนเทนต์ที่คุณสร้างขึ้นมา แต่ที่จริงแล้วคนอื่นสามารถเอาคอนเทนต์เหล่านั้นไปใช้เมื่อไรอย่างไรก็ได้ เขาเป็นว่าแค่คุณลองไปอ่านเงื่อนไขของทวีตเตอร์เรื่อง “การอนุญาตให้ใช้สิทธิแบบไม่มีค่าลิขสิทธิ์โดยไม่จำกัดแต่เพียงผู้เดียว พร้อมสิทธิในการอนุญาตให้ใช้สิทธิช่วง” ก็คงจะพอเข้าใจว่ามันเป็นอย่างนั้นจริงๆ ที่จริงเว็บไซต์เหล่านี้มีประโยชน์เวลาเราต้องการเผยแพร่ข้อความออกไปนะครับ แต่มันก็มีสิ่งที่เราต้องแลกไปด้วย โชเสียลมีเดียไม่ใช่องค์กรการกุศลครับ เว็บไซต์เหล่านี้ต้องการใช้ประโยชน์จากข้อมูลที่เราใส่เข้าไป การสร้างช่องทางเผยแพร่คอนเทนต์ของตัวเองขึ้นมาบนพื้นที่ของคนอื่นไม่ใช่วิธีที่ดีเลยที่จะสร้างชุมชนออนไลน์ มันกลับทำให้เราเสียสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาที่เราคิดว่าเป็นของเราไปด้วย

ถ้าคุณสามารถเปลี่ยนผู้ติดตามบนเว็บไซต์โซเชียลมีเดียให้กลายเป็นสมาชิกที่สมัครรับข่าวสารทางเว็บไซต์ของคุณได้เมื่อไรละก็ เมื่อนั้นคุณจะสามารถเริ่มเก็บเกี่ยวดอกผลจากการลงแรงได้ครับ

กำกับเป็นบริษัทผลิตสื่อเองดีกว่า

ถ้าคุณพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงละก็ เวลานี้เหมาะที่สุดที่จะเริ่มลงมือทำธุรกิจครับ เทรเวอร์ ยัง ผู้เขียนหนังสือ *ไมโครโดมิเนชั่น* เขียนไว้ว่าอย่างนี้ครับ “สิ่งที่วิเศษสุดๆ ไปเลยคือเราสามารถสร้างคอนเทนต์ของเราเองขึ้นมาได้มากมายโดยใช้ต้นทุนต่ำ แถมยังสามารถใช้โซเชียลมีเดียมาช่วยเพิ่มผู้ติดตามและทำให้ระดับความสัมพันธ์ระหว่างคุณกับพวกเขาเข้มข้นขึ้นได้ด้วย”

วิธีการทำธุรกิจแบบเก่าถูกจำกัดด้วยต้นทุนครับ และมันกลายเป็นอุปสรรคใหญ่ที่สุดที่ขัดขวางไม่ให้ธุรกิจนำเสนอตัวเองออกสู่สายตาชาวโลกได้ แต่พอมาถึงยุคดิจิทัลสมัยใหม่นี้ สิ่งเดียวที่จะมาเป็นข้อจำกัดคุณได้คือการที่คุณหาแนวคิดใหม่ๆ และทำให้มันกลายเป็นจริงขึ้นมาไม่ได้ สมัยนี้เวลาของคุณคือการลงทุนที่สำคัญที่สุดที่คุณต้องทุ่มเท เทคโนโลยีช่วยให้เราสามารถเข้าถึงตลาดได้เร็วขึ้นและง่ายขึ้น เดียวนี้คุณเองสามารถสร้าง คัดสรร และเผยแพร่ข้อมูลที่มีประโยชน์ (และสนุกด้วย) ได้เอง สื่อสารได้สองทางรวมทั้งสร้างลูกค้าใหม่ๆ และลงมือสร้างชุมชนที่ประกอบขึ้นด้วยกลุ่มคนที่ยืนหยัดในสิ่งที่คุณเชื่อมั่น นอกจากนี้คุณยังมีโอกาสฟื้นคืนช่องทางเก่าๆ ที่ถูกละเลย (เช่นสิ่งพิมพ์) ให้กลับมามีชีวิตใหม่ได้ เราทุกคนต่างก็เป็นบริษัทผลิตสื่อที่มีคุณภาพได้ครับ บริษัทไหนที่สามารถบอกเล่าเรื่องราวที่น่าสนใจได้ก็จะเก็บเกี่ยวผลรางวัลไป คุณสามารถเลือกใช้กลยุทธ์ต่างๆ ที่มีอยู่มากมายทั้งในช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ได้สบายๆ อย่าให้ใครมาบอกคุณว่าวิธีการเก่าๆ ใช้ไม่ได้ในโลกปัจจุบันเขียนนะครับ การสื่อสารทุกรูปแบบมีบทบาททั้งหมดละครับ トラバิดที่ข้อความที่จะสื่อมันตรงกับความสนใจของผู้รับสารเป้าหมาย

คอนเทนตึง ยังไงก็โดน!

มีนิทานเรื่องหนึ่งที่ผมจำได้ไม่เคยลืมเลยตั้งแต่สมัยเรียน นั่นคือนิทานเรื่อง “มดกับต๊กแตน” ครับ

มีมดอยู่ตัวหนึ่ง มันใช้เวลาช่วงฤดูร้อนเก็บเกี่ยวและสะสมอาหารเพื่อเตรียมตัวรับมือกับฤดูหนาวอันยาวนานติดต่อกันหลายเดือน ในเวลาเดียวกันนั่นเอง ต๊กแตนตัวหนึ่งก็นอนอาบแดดตากอากาศอุ่นสบายที่พัดพามาพร้อมกับฤดูร้อน มันออกจะเพลิดเพลินกับความสบายที่มาพร้อมกับฤดูร้อนเสียจริง ๆ เมื่อฤดูหนาวมาถึง เจ้ามดตัวนั้นก็ทำงานอย่างขยันขันแข็งตลอดหลายเดือนที่ผ่านมา จนมีเสบียงอาหารตุนไว้พร้อมกันได้ตลอด ส่วนเจ้าต๊กแตนน่ะหรือ มันก็ไม่เหลืออะไรให้กินเลยนะสิ

ถ้ามองจากในมุมมองของโลกสมัยปัจจุบันแล้ว นิทานเรื่องนี้ไม่ได้สอนให้รู้ว่า “ถ้าทำงานหนักมากพอ เราก็จะได้เก็บเกี่ยวดอกผลในที่สุด” หรือกระครับ ที่จริงมันมีความหมายที่ลึกซึ้งกว่านั้น ต๊กแตนก็เปรียบเหมือนกับธุรกิจที่เริ่มเฉื่อยชาแล้ว เรามามัวนั่งรอให้อะไร ๆ เกิดขึ้นมาเองไม่ได้หรือครับ การสร้างธุรกิจให้เติบโตต้องอาศัยความอดทน คนที่มัวแต่อยู่กับปัจจุบันมากเกินไปแทนที่จะมานั่งวางแผนเรื่องอนาคต สุดท้ายแล้วก็จะกลายเป็นฝ่ายที่อ่อนแอเสียเอง

ต๊กแตนเปรียบเสมือนธุรกิจที่ยังยืนดีเยี่ยมอยู่กับสิ่งที่เคยทำกันมา และพร้อมจะเดินไปในเส้นทางที่พิสูจน์มาแล้วว่าดีในการทำตลาด (ที่ให้ผลลัพธ์เต็ม ๆ ตลอด) พอรู้สึกสบายตัวสบายใจที่ได้อาศัยร่มเงาของความสำเร็จในอดีตได้สักพัก มันก็จะเริ่มเคยชินกลายเป็นนิสัยไปครับ

ส่วนโลกของมดนั้นเปรียบเสมือนโลกใหม่ โลกที่การลงทุนสร้างความสัมพันธ์และการลงแรงทำงานหนักเพื่อหวังผลในระยะยาวเริ่มเข้ามา มีบทบาทมากกว่า การทำตัวเหมือนมดแปลว่าคุณต้องสร้างคอนเทนต์ใหม่อย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง มากกว่าที่จะมานั่งประชาสัมพันธ์ตัวเอง

มดเปรียบเสมือนธุรกิจที่มีความวิริยะศรัทธา ธุรกิจเหล่านี้พร้อมรับความเปลี่ยนแปลงและปรับตัวเข้ากับวิธีการทำงานใหม่ๆ เสมอ โดยที่รู้ว่าเป็นมนุษย์และการเชื่อมโยงกับคนอื่น ๆ ในรูปแบบสร้างสรรค์ยิ่งขึ้น จะช่วยกรุยทางไปสู่ความยั่งยืนและความสำเร็จได้

ช่องทางที่คุณควรใช้เพื่อสร้าง กิตติธรรม และเผยแพร่คอนเทนต์

การสร้างคอนเทนต์ใหม่ไม่ใช่เรื่องยากครับ แต่การสร้างคอนเทนต์ที่มีคุณภาพที่ทำให้คนอยากฟังนั้นละที่ยาก ถ้าคุณสร้างคอนเทนต์ที่กลุ่มผู้ติดตามของคุณต้องการอยู่แล้วก็ถือว่าโชคดีไปครับ หน้าที่ของคุณก็แค่คัดเลือกและเผยแพร่คอนเทนต์ที่คนเหล่านั้นสนใจเท่านั้น

มีเว็บไซต์แค่อย่างเดียวไม่เพียงพอที่จะช่วยรับประกันว่าคุณจะมีผู้รับสารหรือคนจะครับ บริษัทไหนๆ ก็มีเว็บไซต์เป็นของตัวเองได้ เราต้องเรียนรู้ว่ากลุ่มผู้รับสารของเราเป็นใครและสร้างคอนเทนต์สำหรับคนเหล่านั้นโดยเฉพาะ

การประเมินคอนเทนต์ประเภทต่างๆ ซึ่งสร้างขึ้นบนช่องทางที่แตกต่างกัน อาจเป็นกุญแจนำไปสู่ความสำเร็จได้ สิ่งสำคัญคือวิธีการวัดผลที่คุณตั้งใจจะใช้เพื่อประเมินประโยชน์ของกิจกรรมแต่ละอย่าง ต่อไปนี้คือวิธีการที่ใช้กันเพื่อประเมินคุณภาพของคอนเทนต์ที่สร้างขึ้นครับ

เว็บไซต์และบล็อก – การใช้ช่องทางเช่นเว็บริดเดอร์จะช่วยให้ผู้อ่านที่สมัครเป็นสมาชิกเว็บไซต์สามารถรับคอนเทนต์ข่าวสารจากเราได้ (ถ้าจะให้ดีก็ทำอย่างเป็นประจำต่อเนื่อง)

- คุณสามารถใส่ลิงก์ในบทความบนเว็บไซต์ของคุณเพื่อนำให้ผู้อ่านไปสู่นำหน้าเว็บเพจอื่นๆ ที่มีหัวข้อใกล้เคียงกันได้
- คนอื่นๆ สามารถเขียนแสดงความคิดเห็นและโต้ตอบในหัวข้อบทความบนเว็บไซต์ของคุณโดยผ่านทางปลั๊กอินที่ติดตั้งได้อย่างง่ายดาย

คอนเทนต์ปัง ยังไงก็โดน!

- มีหลักฐานที่แสดงให้เห็นว่าคุณสร้างคอนเทนต์ที่มีประโยชน์อย่างต่อเนื่อง
- ผู้อ่านสามารถนำคอนเทนต์ที่คุณสร้างขึ้นไปแบ่งปันทางโซเชียลมีเดียได้หลากหลายช่องทาง (ทั้งทวีตเตอร์ เฟซบุ๊ก ลิงคิอิน)

วิดีโอ – ยูทูปและวีมีโอตั้งขึ้นมาเป็นช่องทางสำหรับนำเสนอวิดีโอโดยเฉพาะ

- คอนเทนต์ที่อัปเดตขึ้นไปทั้งหมดจะแสดงจำนวนผู้เข้าชมและข้อความแสดงความคิดเห็น
- ช่องทางเหล่านี้ช่วยให้ผู้ชมสามารถกดไลค์และแบ่งปันวิดีโอไปยังช่องทางอื่น ๆ ได้ แคมเปญเองยังนำวิดีโอจากช่องทางเหล่านี้ไปฝังไว้ในเว็บไซต์ของคุณเองได้ง่ายด้วย

คู่มือและอีบุ๊กมีการพัฒนาขึ้นอย่างเห็นได้ชัด

- เราสามารถวัดได้ว่ามีคนกดดาวโหลดคู่มือหรือหนังสือของเราไปกี่ครั้งแล้ว
- เราดูได้ว่ามีใครแบ่งปันหนังสือของเราไปทางช่องทางโซเชียลเน็ตเวิร์กต่างๆบ้าง

หลายคนเห็นว่าการจัดงานสัมมนาผ่านทางเว็บไซต์และกิจกรรมที่จัดให้ผู้คนมาเข้าร่วมเป็นช่องทางการทำการตลาดโดยใช้คอนเทนต์ที่มีประสิทธิภาพ เนื่องจากวัดผลได้ง่าย

- เห็นจำนวนผู้สมัครเข้าร่วมกิจกรรมได้ชัดเจน
- เห็นจำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรมจริง
- เห็นจำนวนคนที่กดดูสื่อแนะนำเสนอทางช่องทางออนไลน์หลังจากกิจกรรมจบไปแล้ว

ธุรกิจไม่ควรเน้นประชาสัมพันธ์ตัวเองมากเกินไปครับ แต่ต้องหาวิธีการนำเสนอที่จริงใจที่ทำให้เรามั่นใจว่าสามารถสื่อสารกับผู้รับสารได้แน่ๆ

ในฐานะเจ้าของธุรกิจ เราต้องให้ความสำคัญกับการทำให้คนอื่นเชื่อมั่นในตัวเราอยู่เสมอ เพื่อสร้างผลตอบแทนในท้ายที่สุด มันไม่ใช่แค่เพิ่มมูลค่านะครับ แต่เราต้องยึดมั่นในหลักการที่เราตั้งใจมาตั้งแต่ต้น เราทุกคนต่างก็เริ่มทำธุรกิจจากสิ่งที่เราเชื่อครับ ไม่ว่าจะเป็นเพราะว่าเราอยากทำให้กระบวนการทำงานง่ายขึ้น หรือเพราะเรารู้ว่าเรามีความเชี่ยวชาญด้านใดด้านหนึ่งเป็นพิเศษ เราต้องจดจำสิ่งเหล่านี้ไว้ให้ดี เพื่อที่จะสามารถสื่อสารกับลูกค้าได้ว่าเราเชื่อมั่นในสิ่งใด

เราต้องเริ่มจากทำตัวให้อยู่กับความเป็นจริงให้มากขึ้นและสร้างสายสัมพันธ์ที่จริงใจกับผู้คนที่ได้ก่อนครับ คุณเองก็ทำได้ แค่ต้องทำธุรกิจอย่างโปร่งใส ตอบสนองลูกค้าอย่างฉับไว และที่สำคัญเหนือสิ่งอื่นใด เราต้องรักษาสัญญาครับ

ถ้าคุณรักษาสัญญาและทำตามที่สัญญาไว้ได้จริง ธุรกิจคุณจะน่าเชื่อถือยิ่งขึ้น และสิ่งที่คุณยึดมั่นก็จะดูมีน้ำหนักมากขึ้นครับ ทีนี้เราก็จะไปต่อกันที่หัวข้อคุณสมบัติที่ต้องมีถ้าอยากจะเป็นแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือครับ