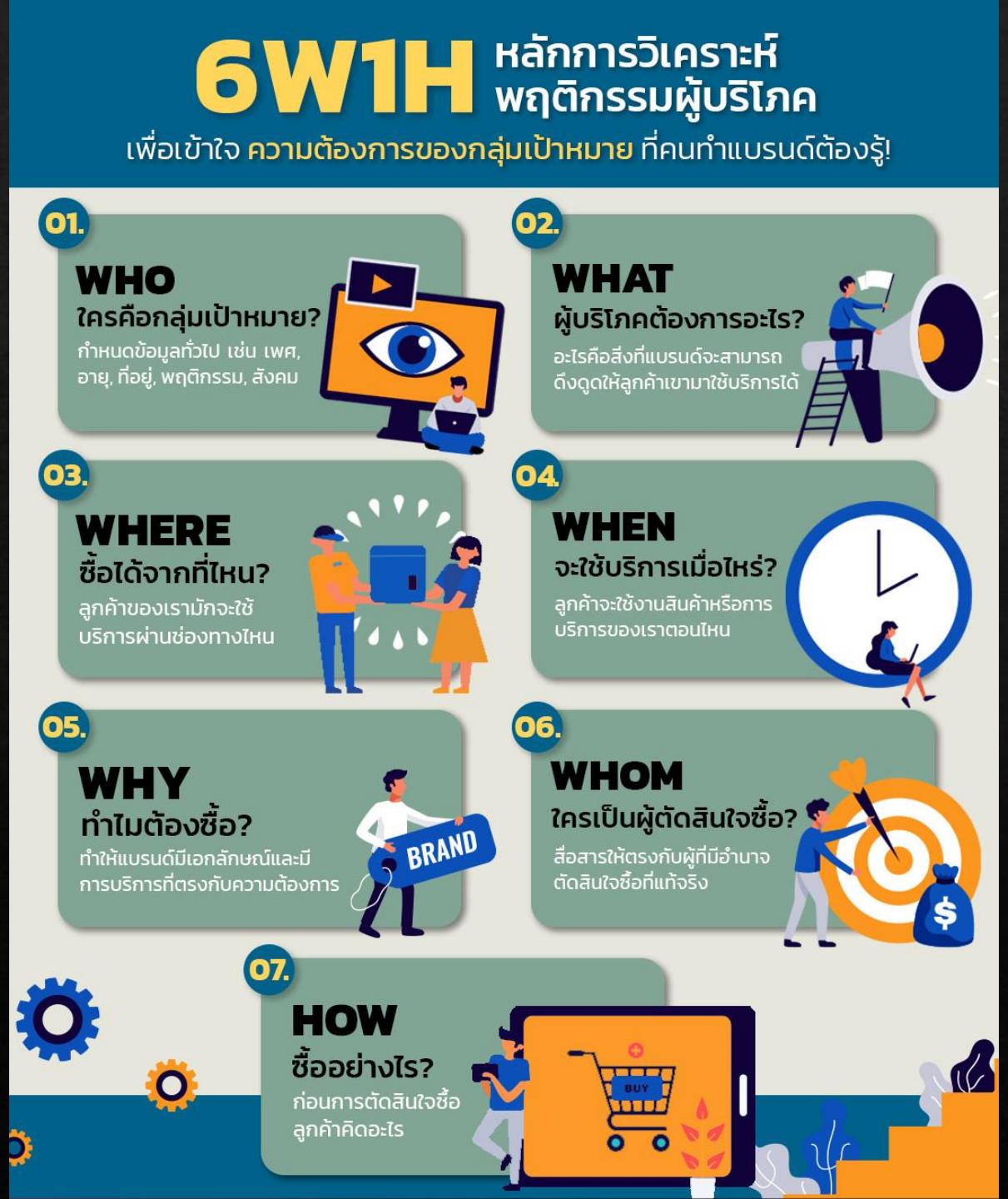
หลักการวิเคราะห์พฤติกรรมของลูกค้า

เพื่อเข้าใจความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

ดร.อนัญญา บรรยงพิศุทธิ์



- 6W1H เป็นหลักการง่ายๆ ในการตั้งคำถามกับให้กับธุรกิจ
- หากผู้ประกอบการสามารถตอบคำถามทั้งหมดของหลักการนี้ได้ รับรองเลยว่าต่อให้สินค้านั้นขายยาก หรือเฉพาะกลุ่มขนาดไหนก็ขายได้แน่นอน

6W1H คือ????

6W1H จะเรียกว่าเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยจะประกอบไปด้วยคำถามทั้ง 7 อย่าง ที่ประกอบไปด้วยคำถามที่มีตัว W ทั้งหมด 6 คำถามและตัว H อีก 1 คำถาม

Who – ใครคือกลุ่มเป้าหมายของเรา

- คำถามนี้ส่วนมากแล้วจะใช้วิธีการแบ่งกลุ่มเป้าหมายตามประชากรศาสตร์, จิตวิทยา, พฤติกรรมศาสตร์, และภูมิศาสตร์
- การกำหนดข้อมูลทั่วไปไม่ว่าจะเป็น เพศ, อายุ, ที่อยู่, พฤติกรรม, สังคม ของกลุ่มเป้าหมายที่คิดว่าเป็นกลุ่มเป้าหมายที่สินค้าหรือบริการของเราจะเข้าไปตอบสนองความต้องการของเขาได้

What – อะไรคือสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการ

- หลังจากรู้ว่าลูกค้าเป็นใครแล้ว เราต้องมาวิเคราะห์ต่อว่า ‘**อะไร**’ คือสิ่งที่ลูกค้าต้องการจากสินค้าหรือการบริการ และอะไรคือสิ่งที่แบรนด์ของเราจะสามารถดึงดูดให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการได้
- เช่น ราคา, คุณภาพ, โปรโมชั่น, เรื่องราว, เอกลักษณ์ของแบรนด์ เป็นต้น
- เพื่อที่จะได้นำความต้องการเหล่านี้ไปปรับใช้กับแบรนด์จนเกิดเป็นแบรนด์ที่ตอบสนองความต้องการได้ตรงจุดมากขึ้น

Where – สามารถซื้อหรือใช้บริการได้จากที่ไหน

- ในส่วนนี้เราต้องรู้ลูกค้าของเรามักจะใช้บริการผ่านช่องทางไหน จะเป็นหน้าร้านที่เป็น Offline หรือการเข้าถึงการบริการผ่าน Online
- เราจะต้องมีช่องทางที่สนับสนุนการเข้าถึงการใช้งานให้กับลูกค้า ในส่วนนี้เราต้องแบ่งสัดส่วนให้เหมาะสมกับรูปแบบการใช้บริการของลูกค้า

When – จะใช้บริการเมื่อไหร่

- ต่อไปเป็นในส่วนของช่วงเวลา เราต้องรู้ว่าลูกค้ามักจะใช้งานสินค้าหรือการบริการของเราตอนไหน ซื้อตอนไหน เข้ามาดูตอนไหน
- หากเราสามารถรู้ถึง Data ส่วนนี้ จะทำให้เราสามารถกำหนดการนำเสนอข้อมูลสินค้าหรือคอนเทนต์ส่งเสริมการขายได้ตรงกับช่วงเวลาที่ลูกค้ามีความต้องการ

Why – ทำไมต้องซื้อ

- เราต้องตอบให้ได้ว่า ทำไมลูกค้าถึงต้องซื้อสินค้าหรือใช้บริการของเรา ไม่ว่าจะด้วยเหตุผลว่า ซื้อมาใช้งาน, ซื้อมาขายต่อ, ซื้อมาสะสม, ซื้อมาสำรอง เป็นต้น
- ทั้งนี้รวมไปถึงว่าแบรนด์ของเรามีจุดเด่นอะไรที่แตกต่างจากแบรนด์อื่นที่มีสินค้าคล้ายๆ กันด้วย
- หากเรารู้คำตอบตรงนี้จะยิ่งทำให้แบรนด์เรามีเอกลักษณ์และมีการบริการที่ตรงกับความต้องการมากขึ้นไปอีก

Whom – ใครเป็นผู้ตัดสินใจซื้อ

- ในหลายๆ ครั้ง การซื้อสินค้าหรือใช้บริการชิ้นหนึ่ง ผู้ตัดสินใจอาจไม่ใช่ผู้ที่ทำการซื้อเสมอไป
- เช่น หากเราขายสินค้าเด็ก ผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อก็คือพ่อแม่
- เราจะทำการสื่อสารอย่างไรเพื่อให้พ่อแม่ยินยอมที่จะจ่ายให้กับสินค้านี้เพื่อลูกของพวกเขา หากเรารู้ว่าใครคือคนตัดสินใจมันจะทำให้เรารู้ว่าเราควรจะสื่อสารอย่างไรให้ตรงกับคนที่มีอำนาจตัดสินใจที่แท้จริงนั่นเอง

How – ซื้ออย่างไร

- การที่ลูกค้าจะซื้ออะไรต่อให้เขามีความต้องการต่อสินค้าแล้ว เขาจะมีกระบวนการตัดสินใจก่อนจะซื้อเสมอ
- สิ่งนี้เป็นส่วนสำคัญในการปิดการขาย เราต้องรู้ว่าก่อนการตัดสินใจซื้อลูกค้าคิดอะไร เปรียบเทียบอะไรอยู่รึเปล่า หรือเกิดความลังเลต่อสินค้าเพราะอะไร หากเรารู้ในส่วนนี้เราก็สามารถส่งคอนเทนต์หรือการสื่อสารที่ช่วยตอกย้ำให้ลูกค้าตัดสินใจในเรื่องที่คิดอยู่ได้ง่ายขึ้น