

บทที่ 5

แผนการตลาด

การศึกษาเรื่อง แผนการตลาดสำหรับเว็บไซต์ www.thaibabyname.com ในครั้งนี้ ผู้ศึกษามีเจตนาวิจัยเพื่อวิเคราะห์การดำเนินงานด้านการตลาดของเว็บไซต์ www.thaibabyname.com ในระยะที่ผ่านมา และหาแผนการตลาดที่เหมาะสมของเว็บไซต์ www.thaibabyname.com

หลังจากที่ได้ศึกษาแนวคิด หนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ เอกสารอื่น ๆ ที่เป็นประโยชน์ และการค้นคว้าข้อมูลผ่านระบบอินเทอร์เน็ต รวมถึงการเก็บรวบรวมข้อมูล และผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามแล้ว ผู้ศึกษาจึงขอเสนอแผนการตลาดที่เหมาะสมให้ผู้บริหารเว็บไซต์ www.thaibabyname.com ได้พิจารณา ดังต่อไปนี้

แผนการตลาดที่เหมาะสมสำหรับเว็บไซต์ www.thaibabyname.com

โหราศาสตร์ หรือที่เรียกกันในภาษาปากว่า “ดูดวง” เป็นสิ่งที่อยู่คู่กับทุกชนชาติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสังคมไทยที่ผูกพันกับโหราศาสตร์มาตั้งแต่สมัยโบราณ ความรู้เหล่านี้เป็นความรู้ที่สัมพันธ์กับวิถีการดำรงชีวิตประจำวันของสังคมไทยตลอดเรื่อยมาจนถึงโลกในยุคดิจิทัล โหราศาสตร์ก็ได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอจากใบลาน เปลี่ยนเป็นหนังสือ และเปลี่ยนเป็นเว็บไซต์เช่นในปัจจุบัน สอดคล้องกับผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้องกับโหราศาสตร์จากสถิติของศูนย์รวมสถิติเว็บไซต์และสารบัญเว็บไซต์ หรือ Truehits.net พบว่ามีจำนวนผู้เข้าชมรวมเฉลี่ยประมาณวันละ 20,000 รายต่อวันสำหรับเว็บไซต์โหราศาสตร์ที่ใช้บริการสถิติของ Truehits.net และมีแนวโน้มที่เจริญเติบโตมากขึ้นไปอีกในอนาคต อันเนื่องมาจากการเติบโตอย่างรวดเร็วของจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยส่งผลให้ระบบการค้าแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Commerce) มีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้น ซึ่งคาดว่าสิ้นปี 2548 มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยประมาณ 8,300,000 ราย

จากผลของการวิเคราะห์สถิติของ Truehits.net และจากแนวโน้มการใช้อินเทอร์เน็ตในอนาคต สามารถประมาณการได้ว่าความต้องการใช้บริการด้านโหราศาสตร์ของคนไทยผ่านทางอินเทอร์เน็ตจะมีเพิ่มมากขึ้นเช่นกัน อย่างไรก็ตามถึงแม้แนวโน้มของลูกค้านอนาคตที่เพิ่มสูงขึ้นจะบ่งบอกถึงโอกาสทางธุรกิจ แต่นั่นหมายถึงสถานการณ์การแข่งขันที่สูงขึ้นเช่นเดียวกัน ผู้บริหารเว็บไซต์จำเป็นต้องมีการกำหนดแผนทางการตลาดที่ถูกต้อง มีการวิเคราะห์ และเข้าใจถึงพฤติกรรมและปัจจัยในการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าอย่างแท้จริง โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าที่ไม่สามารถจับ

ต้องได้ และเกี่ยวเนื่องกับความเชื่อ เช่น บริการทางโหราศาสตร์นั้น ย่อมทำให้เว็บไซต์นั้นประสบความสำเร็จ และสามารถแข่งขันทางธุรกิจได้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์สถานการณ์การตลาด (Situation Analysis)

การวิเคราะห์สถานการณ์การตลาด เป็นการวิเคราะห์สถานการณ์การตลาดอินเทอร์เน็ต สถานการณ์การแข่งขันในตลาดบริการตั้งชื่อ – เปลี่ยนชื่อ บนอินเทอร์เน็ต และสถานการณ์การตลาดของเว็บไซต์ www.thaibabynames.com

ส่วนที่ 1.1 สถานการณ์การตลาดอินเทอร์เน็ต

การเติบโตอย่างรวดเร็วของจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยส่งผลให้ระบบการค้าแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Commerce) มีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้น จากข้อมูลของศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ ได้สรุปผลการสำรวจอัตราการแพร่หลายของการใช้อินเทอร์เน็ต (Internet Subscriber) ในประเทศไทยจนถึงสิ้นปี 2548 มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตประมาณ 8,300,000 ราย หรือประมาณร้อยละ 12.82 ของประชากรทั้งหมด ซึ่งคิดเป็นการขยายตัวเพิ่มขึ้นถึงประมาณร้อยละ 19.08 จากปี 2547 ซึ่งมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตประมาณ 6,970,000 รายหรือคิดเป็นประมาณร้อยละ 10.86 ของประชากรทั้งหมด (ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ, 1 ธันวาคม 2548)

นอกจากด้านของผู้บริโภคแล้ว องค์กรธุรกิจต่างต้องการเข้าสู่ระบบการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ (E-marketing) และการจัดซื้ออิเล็กทรอนิกส์ (E-Purchasing) มากขึ้น เนื่องจากอินเทอร์เน็ตก่อให้เกิดประโยชน์ หรือคุณค่าต่อผู้ขาย และนักการตลาดมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการปรับตลาดให้เข้ากับเศรษฐกิจรูปแบบใหม่ของ ออคูลย์ จาตุรงค์กุล (2546) ที่อธิบายว่า ธุรกิจบนอินเทอร์เน็ตสามารถเข้าถึงลูกค้าได้ทั่วโลก สามารถเชื่อมโยงธุรกิจต่าง ๆ กับลูกค้าเข้าด้วยกันในลักษณะช่องทางที่เป็นส่วนตัว เป็นการสื่อสารสองทางที่ทำให้มีการปรับสินค้าและบริการให้เหมาะสมกับบุคคล และตรงตามความต้องการของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังสามารถลดขั้นตอนในการดำเนินการซึ่งช่วยให้สามารถลดต้นทุนในการจัดจำหน่าย

ส่วนที่ 1.2 สถานการณ์ทางการแข่งขันในตลาดบริการตั้งชื่อ – เปลี่ยนชื่อ บนอินเทอร์เน็ต

เว็บไซต์โหราศาสตร์ด้านการตั้งชื่อ – เปลี่ยนชื่อ หรือ “นามศาสตร์” นั้นเริ่มเปิดให้บริการเป็นครั้งแรกเมื่อใดไม่ปรากฏหลักฐานที่ชัดเจน แต่เมื่อตรวจสอบโดยค้นหาจาก Search Engine เว็บไซต์ (Portal Website) และสถิติเว็บไซต์พบว่าเว็บไซต์ที่เปิดให้บริการตั้งชื่อ – เปลี่ยนชื่อที่เก่าที่สุดคือ

เว็บไซต์ siam.to/goodname (eXTReMe Tracking, 1 ธันวาคม 2548) ซึ่งเป็นการให้บริการตั้งชื่อโดยระบบคอมพิวเตอร์ โดยเปิดให้บริการครั้งแรกในช่วงเดือนพฤษภาคม พ.ศ.2541 ปัจจุบันได้ปิดเว็บไซต์ไปแล้ว

ปัจจุบันพบว่า “นามศาสตร์” ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นโดยพิจารณาจากหนังสือการตั้งชื่อ คอลัมน์การตั้งชื่อในหนังสือพิมพ์ต่าง ๆ และมีเว็บไซต์ที่ให้บริการด้านการตั้งชื่อ – เปลี่ยนชื่อ ทั้งที่เป็นเว็บไซต์โหราศาสตร์โดยตรง และเป็นองค์ประกอบของเว็บไซต์เพิ่มมากขึ้น จากการสำรวจพบว่ามีเว็บไซต์โหราศาสตร์ที่ให้บริการและข้อมูลด้านการตั้งชื่อ – เปลี่ยนชื่อจำนวน 21 เว็บไซต์ แบ่งเป็นเว็บไซต์ที่คิดค่าบริการจำนวน 13 เว็บไซต์ โดยเป็นเว็บไซต์ที่ให้บริการโดยตรงจำนวน 8 เว็บไซต์

เมื่อพิจารณาเว็บไซต์ที่ให้บริการด้านการตั้งชื่อ – เปลี่ยนชื่อจากมาตรฐานเว็บไซต์ จำนวนผู้เข้าชม และจำนวนผู้ใช้บริการ พบว่ามีเว็บไซต์ที่มีศักยภาพทางการแข่งขัน และถือเป็นคู่แข่งกันในตลาดบริการด้านการตั้งชื่อ – เปลี่ยนชื่อที่สำคัญจำนวน 5 เว็บไซต์ ได้แก่ ไทยโฮลีนามคอตคอม (Thaiholynam.com) คำเลิศคอตคอม (Kumled.com) ฟอรั่มนามคอตคอม (Fortunenam.com) มงคลนามคอตคอม (Mongkolnam.com) และมหาหมอดูคอตคอม (Mahamodo.com) โดยทำการวิเคราะห์ข้อมูลเว็บไซต์ดังกล่าวในด้านลักษณะทั่วไป และส่วนประสมทางการตลาด เปรียบเทียบกับเว็บไซต์ www.thaibabynam.com สรุปได้ดังนี้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 39 แสดงสรุปข้อมูลเว็บไซต์ไทยโฮลีนามดอทคอม (Thaiholynam.com) จำแนกตามลักษณะทั่วไป และส่วนประสมทางการตลาด

	ไทยโฮลีนามดอทคอม (Thaiholynam.com)
ลักษณะทั่วไป	บริการตั้งชื่อ – เปลี่ยนชื่อโดยตรง เน้นโหราศาสตร์ เสริมพลังชีวิต เสริมมงคล แก้ไขและส่งเสริมดวงชะตา
บริการ (Product)	<ul style="list-style-type: none"> - บริการตั้งชื่อ – เปลี่ยนชื่อตามหลักภูมิทักษา และเลขศาสตร์ ได้รับชื่อ 9 ชื่อ ฤกษ์เปลี่ยนชื่อ และคำแนะนำด้านโหราศาสตร์ 10 รายการ - บริการถอดรหัสบัตรประชาชน บ้านเลขที่ หมายเลขโทรศัพท์ - บริการข้อมูลผ่านระบบ SMS เช่น หลักการเซ็นลายเซ็น ฮวงจุ้ย ฯลฯ
ราคา (Price)	<ul style="list-style-type: none"> - บริการตั้งชื่อ 299 บาท - บริการถอดรหัส 399 บาท - บริการทาง SMS 15 บาท
ช่องทางการบริการ (Place)	<ul style="list-style-type: none"> - แจกชื่อและคำทำนายทาง E-mail ภายใน 2 วัน - ชำระค่าบริการผ่านทางธนาคาร
การส่งเสริมการตลาด (Promotion)	<ul style="list-style-type: none"> - ระบบตรวจสอบชื่อ – นามสกุลตามหลักภูมิทักษา และเลขศาสตร์ ฟรี - ปรีกษาผ่านโทรศัพท์ - ปรีกษาสดผ่าน MSN - เว็บไซต์ - แลกคิงค์ (Web linking) - ระบบแนะนำเว็บต่อ (Tell a friend) - ลงโฆษณาใน Sanook.com

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 40 แสดงสรุปข้อมูลเว็บไซต์คำเลิศดอทคอม (Kumled.com) จำแนกตามลักษณะทั่วไป และ ส่วนประสมทางการตลาด

	คำเลิศดอทคอม (Kumled.com)
ลักษณะทั่วไป	บริการตั้งชื่อ – เปลี่ยนชื่อโดยตรง เน้นโหราศาสตร์วิชานามลักษณ์ และตั้งชื่อโดยใช้ดวงลักษณ์
บริการ (Product)	<ul style="list-style-type: none"> - บริการตั้งชื่อ – เปลี่ยนชื่อตามหลักภูมิพิทยา เลขศาสตร์ ดูกดาใจนาม และดวงลักษณ์ ได้รับชื่อ 10 - 30 ชื่อ ถูกษ์เปลี่ยนชื่อ และคำแนะนำด้านโหราศาสตร์ 5 รายการ - บริการตั้งนามสกุลได้รับนามสกุล 6 นามสกุล
ราคา (Price)	<ul style="list-style-type: none"> - ค่าบริการตั้งชื่อ 450 บาท (ให้ส่วนลดกรณีตั้งชื่อตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป) - ค่าบริการตั้งนามสกุล 2,000 บาท
ช่องทางการบริการ (Place)	<ul style="list-style-type: none"> - แจ้งชื่อและคำทำนายทาง E-mail หรือ ไปรษณีย์ ภายใน 3 - 6 วัน - แจ้งนามสกุลและคำทำนายทาง E-mail หรือ ไปรษณีย์ ภายใน 10 วัน - ชำระค่าบริการผ่านทางธนาคาร
การส่งเสริมการตลาด (Promotion)	<ul style="list-style-type: none"> - ระบบค้นหาชื่อดี - ระบบตรวจสอบชื่อ – นามสกุลตาม และเลขศาสตร์ ฟรี - ปฏิทินถูกษ์ยาม - โอนค่าบริการภายใน 3 วัน แถมถูกษ์เปลี่ยนชื่อเฉพาะบุคคล - แสดงรายชื่อผู้ใช้บริการ - ลงโฆษณาใน Sanook.com

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 41 แสดงสรุปข้อมูลเว็บไซต์ฟอร์จูนเนมคอตคอม (Fortunename.com) จำแนกตามลักษณะทั่วไป และส่วนประสมทางการตลาด

	ฟอร์จูนเนมคอตคอม (Fortunename.com)
ลักษณะทั่วไป	บริการตั้งชื่อ – เปลี่ยนชื่อโดยตรง เน้นโหราศาสตร์ เสริมมงคล แก้ไขและส่งเสริมดวงชะตา และอายุคนะ 6
บริการ (Product)	<ul style="list-style-type: none"> - บริการตั้งชื่อ – เปลี่ยนชื่อตามหลักภูมิทักษา เลขศาสตร์ และอายุคนะ 6 ได้รับชื่อ 5 ชื่อ ฤกษ์เปลี่ยนชื่อ และขั้นตอนการเปลี่ยนชื่อ - บริการตั้งนามสกุล ได้รับนามสกุล 6 นามสกุล - บริการวิเคราะห์ลายเซ็น
ราคา (Price)	<ul style="list-style-type: none"> - บริการตั้งชื่อ 299 บาท - บริการตั้งนามสกุล 999 บาท - บริการหลักเขียนลายเซ็น 200 บาท
ช่องทางการบริการ (Place)	<ul style="list-style-type: none"> - แจ้งชื่อและคำทำนายทาง E-mail ภายใน 2 วัน - ชำระค่าบริการผ่านทางธนาคาร และธนาคัติ
การส่งเสริมการตลาด (Promotion)	<ul style="list-style-type: none"> - ปรีกษาผ่านโทรศัพท์ - ระบบตรวจสอบชื่อ – นามสกุลตาม และเลขศาสตร์ ฟรี - เว็บไซต์ - แลกลิ้งค์ (Web linking) - ลงโฆษณาใน Sanook.com

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 42 แสดงสรุปข้อมูลเว็บไซต์มงคลนามคอทคอม (Mongkolnam.com) จำแนกตามลักษณะทั่วไป และส่วนประสมทางการตลาด

	มงคลนามคอทคอม (Mongkolnam.com)
ลักษณะทั่วไป	บริการตั้งชื่อ – เปลี่ยนชื่อโดยตรง เน้นโหราศาสตร์ และวิเคราะห์ชื่อบุคคล ดังตามข่าว
บริการ (Product)	- บริการตั้งชื่อ – เปลี่ยนชื่อตามหลักภูมิทักษา เลขศาสตร์ ดวงลัคนา และ อายตนะ 6 ได้รับชื่อ 5 - 10 ชื่อ ฤกษ์เปลี่ยนชื่อ และขั้นตอนการเปลี่ยนชื่อ - บริการตั้งนามสกุล ได้รับนามสกุล 10 นามสกุล
ราคา (Price)	- บริการตั้งชื่อ 190 บาท - บริการตั้งนามสกุล 590 บาท
ช่องทางการบริการ (Place)	- แจ้งชื่อและคำทำนายทาง E-mail ภายใน 3 วัน - แจ้งนามสกุลและคำทำนายทาง E-mail ภายใน 3 - 7 วัน - ชำระค่าบริการผ่านทางธนาคาร
การส่งเสริมการตลาด (Promotion)	- ระบบค้นหาชื่อดี - ระบบตรวจสอบชื่อ – นามสกุลตาม และเลขศาสตร์ ฟรี - เว็บไซต์ - ปฏิทินฤกษ์ยาม - แลกลิ้งค์ (Web linking) - แสดงรายชื่อผู้ใช้บริการ - ลงโฆษณาใน Sanook.com

ตารางที่ 43 แสดงสรุปข้อมูลเว็บไซต์มหาหมอดูตอทคอม (Mahamodo.com) จำแนกตามลักษณะทั่วไป และส่วนประสมทางการตลาด

	มหาหมอดูตอทคอม (Mahamodo.com)
ลักษณะทั่วไป	บริการตั้งชื่อ – เปลี่ยนชื่อเป็นบริการส่วนหนึ่งของเว็บไซต์
บริการ (Product)	บริการตั้งชื่อ – เปลี่ยนชื่อตามหลักภูมิทักษา เลขศาสตร์ และ ใ้ได้รับชื่อ 2 – 3 ชื่อ ฤกษ์เปลี่ยนชื่อ ขั้นตอนการเปลี่ยนชื่อ และคำแนะนำเสริมบารมี
ราคา (Price)	บริการตั้งชื่อ <ul style="list-style-type: none"> - 141 บาท ส่งทาง E-mail - 200 บาท ส่งทาง ไปรษณีย์ - 414 บาท ตั้งชื่อด่วนภายใน 1 – 3 ชั่วโมง ส่งทาง E-mail
ช่องทางการบริการ (Place)	<ul style="list-style-type: none"> - แจ้ง Username และ Password ทาง E-mail หรือไปรษณีย์ เพื่อดูชื่อและคำทำนาย ภายใน 3 – 5 วัน - ชำระค่าบริการผ่านทางธนาคาร
การส่งเสริมการตลาด (Promotion)	<ul style="list-style-type: none"> - ปรัชญาผ่านโทรศัพท์ - ระบบค้นหาชื่อดี - ระบบตรวจสอบชื่อ – นามสกุลตาม และเลขศาสตร์ ฟรี - ปฏิทินฤกษ์ยาม - เว็บไซต์ - แลกคิงค์ (Web linking) - บริการทางโหราศาสตร์อื่น ๆ - แสดงรายชื่อผู้ใช้บริการ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright © by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 44 แสดงสรุปข้อมูลเว็บไซต์ไทยเบบี้เนมคอตคอม (Thaibabynome.com) จำแนกตามลักษณะทั่วไป และส่วนประสมทางการตลาด

	ไทยเบบี้เนมคอตคอม (Thaibabynome.com)
ลักษณะทั่วไป	บริการตั้งชื่อ – เปลี่ยนชื่อโดยตรง เน้นการตั้งชื่อสำหรับเด็ก ความสัมพันธ์ภายในครอบครัว และความเป็นสิริมงคล
บริการ (Product)	- บริการตั้งชื่อ – เปลี่ยนชื่อตามหลักภูมิทักษา เลขศาสตร์ และตุ๊กตาไขนาม ได้รับชื่อ 5 ชื่อ และคำทำนายดวงชะตาตามหลักโหราศาสตร์ และเลข 7 ตัว 9 ฐาน
ราคา (Price)	- บริการตั้งชื่อ 350 บาท - บริการตั้งชื่อตามช่วงเวลาเกิด 2,000 บาท - บริการเปลี่ยนชื่อ 450 บาท
ช่องทางการบริการ (Place)	- แจกชื่อและคำทำนายทาง E-mail ภายใน 3 - 7 วัน - ชำระค่าบริการผ่านทางธนาคาร
การส่งเสริมการตลาด (Promotion)	- ระบบค้นหาชื่อดี - ระบบตรวจสอบชื่อ – นามสกุลตามหลักภูมิทักษา ฟรี - แลกลิ้งค์ (Web linking) - ระบบแนะนำเว็บต่อ (Tell a friend)

จากการวิเคราะห์คู่แข่งทั้ง 5 รายพบว่าโดยส่วนใหญ่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้บริโภคทั่วไปที่มีความต้องการนำชื่อไปใช้ตั้งชื่อ หรือเปลี่ยนชื่อ ซึ่งทางเว็บไซต์จะให้บริการตั้งชื่อ – เปลี่ยนชื่อโดยใช้หลักภูมิทักษา และเลขศาสตร์เป็นพื้นฐาน โดยลูกค้าจะกรอกแบบฟอร์มตามที่กำหนด และชำระค่าบริการผ่านทางธนาคาร หลังจากนั้นจะได้รับชื่อประมาณ 5 – 10 ชื่อ ทาง E-mail ภายในระยะเวลา 3 – 5 วัน โดยทุกเว็บไซต์จะมีระบบตรวจสอบชื่อ – นามสกุลตามหลักภูมิทักษา และเลขศาสตร์ เป็นบริการเสริม เมื่อเปรียบเทียบกับเว็บไซต์ www.thaibabynome.com แล้วพบว่าบริการพื้นฐานมีความใกล้เคียงกัน แต่คู่แข่งมีความเป็นเว็บไซต์โหราศาสตร์มากกว่า เน้นการนำเสนอข้อมูลในเชิงลบเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ และมีการทำการส่งเสริมการตลาดในด้านต่าง ๆ มากกว่า อย่างไรก็ตามเว็บไซต์ www.thaibabynome.com มีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนกว่า และมีรูปแบบเว็บไซต์ และรายละเอียดบริการที่แตกต่างออกไป

ส่วนที่ 1.3 สถานการณ์การตลาดของเว็บไซต์ www.thaibabyname.com

เว็บไซต์ www.thaibabyname.com เป็นเว็บไซต์ที่ให้บริการด้านโหราศาสตร์ในการตั้งชื่อและเปลี่ยนชื่อบุคคล หรือที่เรียกว่า “นามศาสตร์” เปิดให้บริการมาตั้งแต่วันที่ 14 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2543 ดำเนินการโดยนายปิโรส นะประสิทธิ์ เป็นผู้ก่อตั้ง ผู้บริหารเว็บไซต์ และโหราจารย์ประจำเว็บไซต์ ในระยะเริ่มต้นเป็นลักษณะของเว็บไซต์ประเภทให้บริการข้อมูลโดยไม่คิดค่าบริการ (Information Website) และเริ่มเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย เมื่อได้รับการแนะนำจากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐในคอลัมน์ เดลี่@web ในวันที่ 14 ตุลาคม พ.ศ. 2543

เนื่องจากผู้บริหารเว็บไซต์มองเห็นโอกาสทางธุรกิจที่สื่ออินเทอร์เน็ตจะเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวัน จากอัตราการแพร่หลายของการใช้อินเทอร์เน็ต (Internet Subscriber) ที่เพิ่มขึ้น รวมถึงการตั้งชื่อของคนไทยที่มีค่านิยม และความเชื่อมาตลอดทุกยุคทุกสมัย อีกทั้งมีแนวโน้มว่าบิดามารดาจะตั้งชื่อเองน้อยลง แต่จะเลือกชื่อจากหนังสือแนะนำการตั้งชื่อกว่าขึ้น เว็บไซต์ www.thaibabyname.com จึงได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องโดยประยุกต์ใช้การตลาดแบบดั้งเดิม ผสานกับการตลาดบนอินเทอร์เน็ต เพื่อที่จะสร้างโมเดลทางธุรกิจที่ตอบสนองความต้องการในด้านการตั้งชื่อ – เปลี่ยนชื่อให้กับผู้ที่สนใจให้ได้มากที่สุด

จนกระทั่งเริ่มดำเนินการให้บริการตั้งชื่อและเปลี่ยนชื่อบุคคลโดยคิดค่าบริการมาตั้งแต่วันที่ 14 มกราคม พ.ศ. 2546 จนถึงปัจจุบัน ซึ่งเว็บไซต์ www.thaibabyname.com ได้รับการยอมรับจากสื่อต่าง ๆ ในการนำเสนอเว็บไซต์ให้กับผู้บริโภค อาทิเช่น สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. สถานีวิทยุสื่อสารมวลชน FM 100MHz ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ หนังสือพิมพ์ข่าวสด หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ หนังสือพิมพ์ The Nation นิตยสารแม่และเด็ก และนิตยสารแพรว รวมถึงหนังสือรวมเว็บไซต์ต่าง ๆ นอกจากนี้แล้วยังได้รับการเชื่อมโยง (Web Linking) จากเว็บไซต์ต่าง ๆ ในหัวข้อ “ตั้งชื่อลูก” หรือ “ตั้งชื่อเด็ก”

จากการศึกษา และวิเคราะห์เว็บไซต์ www.thaibabyname.com ในด้านนโยบายและรูปแบบการให้บริการ จำนวน และลักษณะผู้เข้าชมในแต่ละปี การจัดการและการบริหารงาน และการดำเนินการด้านการตลาด มีรายละเอียดดังนี้

1.3.1 นโยบายและรูปแบบการให้บริการ

เว็บไซต์ที่ให้บริการด้านโหราศาสตร์ได้รับความนิยมน้อยอย่างสม่ำเสมอ และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้น ซึ่งวัตถุประสงค์ของของผู้เข้าชมเว็บไซต์ส่วนใหญ่มีจุดมุ่งหมายเพื่อค้นหาข้อมูลเฉพาะอย่าง เช่น ฤกษ์ยาม การตั้งชื่อ สมพงศ์คู่ ฯลฯ และตรวจดวงชะตาประจำวัน/สัปดาห์/เดือน เว็บไซต์ที่ให้บริการตั้งชื่อ – เปลี่ยนชื่อก็เป็นหนึ่งในประเภทการให้บริการที่มีอยู่ในปัจจุบัน

ทั้งนี้เว็บไซต์ที่ให้บริการตั้งชื่อ – เปลี่ยนชื่อเป็นเว็บไซต์ที่มีลักษณะตลาดแบบเฉพาะเจาะจง (Niche Market) กล่าวคือลูกค้ามีจุดมุ่งหมายที่จะเข้ามาค้นหาชื่อ ข้อมูลเกี่ยวกับการตั้งชื่อ และตรวจสอบชื่อ – นามสกุล

เว็บไซต์ www.thaibabyname.com จึงมีนโยบายที่จะให้บริการเกี่ยวกับการตั้งชื่อแบบครบวงจร ตั้งแต่การให้ข้อมูลเกี่ยวกับการตั้งชื่อ การตรวจสอบชื่อ – นามสกุล ฐานข้อมูลชื่อและบริการตั้งชื่อ – เปลี่ยนชื่อ โดยมุ่งเน้นการให้บริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้ามากที่สุด ซึ่งลูกค้าสามารถกำหนดรายละเอียด และเงื่อนไขในการตั้งชื่อได้ตามความต้องการ ซึ่งบริการของเว็บไซต์ www.thaibabyname.com เป็นสินค้าบริการที่มีลักษณะพิเศษแตกต่างจากเว็บไซต์ที่ให้บริการตั้งชื่อ – เปลี่ยนชื่อทั่วไป เพราะประกอบไปด้วยสินค้าที่จับต้องไม่ได้ และสินค้าที่จับต้องได้ กล่าวคือมีทั้งบริการตั้งชื่อ – เปลี่ยนชื่อที่จัดส่งทาง E-mail ในรูปแบบของไฟล์ Microsoft Word และจัดส่งทางไปรษณีย์ในรูปแบบของเอกสารสิ่งพิมพ์

นอกจากบริการหลักแล้ว เว็บไซต์ www.thaibabyname.com ได้จัดทำส่วน Customer Area สำหรับลูกค้าในการให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์แก่ลูกค้าเพิ่มเติม เช่น มีระบบตรวจสอบความคืบหน้าในการให้บริการ (Order Tracking) ซึ่งลูกค้าสามารถตรวจสอบสถานะของคำสั่งซื้อได้ การให้ข้อมูล ขั้นตอน และระเบียบทางราชการเกี่ยวกับการแจ้งชื่อ – เปลี่ยนชื่อ เป็นต้น

1.3.2 จำนวน และลักษณะผู้เข้าชมในแต่ละปี

จำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์ที่เว็บไซต์ www.thaibabyname.com ได้ทำการเก็บรวบรวมไว้ตั้งแต่เปิดให้บริการในวันที่ 14 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2543 มีผู้เข้าชมเว็บไซต์ (Unique IP) รวมทั้งสิ้น 593,618 ราย มีอัตราการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามพบว่าสถิติในปี 2547 มีผู้เข้าชมเว็บไซต์ (Unique IP) จำนวน 147,506 ราย และมีจำนวนครั้งที่เรียกดูหน้าเว็บแต่ละหน้า (Page View) รวม 2,109,826 ครั้ง และในปี 2548 ณ วันที่ 1 ธันวาคม มีผู้เข้าชมเว็บไซต์ (Unique IP) จำนวน 102,093 ราย และมีจำนวนครั้งที่เรียกดูหน้าเว็บแต่ละหน้า (Page View) รวม 2,447,055 ครั้ง (ศูนย์รวมสถิติเว็บไทยและสารบัญเว็บไทย, 1 ธันวาคม 2548) มีอัตราการเข้าชม (Unique IP) ที่ลดลงแต่มีจำนวนครั้งที่เรียกดูหน้าเว็บแต่ละหน้า (Page View) เพิ่มขึ้น

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม (ดูรายละเอียดในบทที่ 4) พบว่า ผู้เข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์ www.thaibabyname.com ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล อายุประมาณ 21 – 30 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท และ 25,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่สถานภาพแต่งงานแล้ว แต่ยังไม่มามีบุตร เข้าชมเว็บไซต์โหราศาสตร์ไม่บ่อย (1 – 9 ครั้งต่อเดือน) เพื่อค้นหาข้อมูลเฉพาะอย่าง เช่น ฤกษ์ยาม การตั้งชื่อ สมพงศ์คู่ ู้จักเว็บไซต์ www.thaibabyname.com

จากการค้นหาจาก Search Engine เช่น Google.com, Yahoo.com มีวัตถุประสงค์ที่เข้ามาชมเพื่อค้นหาชื่อบุตรหลาน และตรวจสอบชื่อ – นามสกุล โดยมีมุมมองต่อเว็บไซต์ www.thaibabyname.com ว่าเป็นเว็บไซต์ครอบครัวด้านการตั้งชื่อสำหรับเด็ก ทั้งนี้ส่วนใหญ่ได้เคยแนะนำเว็บไซต์ให้กับผู้ที่รู้จัก

อย่างไรก็ตามเมื่อจำแนกผู้ตอบแบบสอบถามตามประเภทกลุ่มลูกค้าพบว่า กลุ่มลูกค้าที่เคยใช้บริการของเว็บไซต์ www.thaibabyname.com ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล อายุประมาณ 31 – 40 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่สถานภาพแต่งงานแล้ว มีบุตรจำนวน 1 คน เข้าชมเว็บไซต์โหราศาสตร์ไม่บ่อย (1 – 9 ครั้งต่อเดือน) เพื่อค้นหาข้อมูลเฉพาะอย่าง เช่น ฤกษ์ยาม การตั้งชื่อ สมพงษ์คู่ รู้จักเว็บไซต์ www.thaibabyname.com จากการค้นหาจาก Search Engine เช่น Google.com, Yahoo.com มีวัตถุประสงค์ที่เข้ามาชมเพื่อตรวจสอบชื่อ – นามสกุล และหาข้อมูลเกี่ยวกับการตั้งชื่อ โดยมีมุมมองต่อเว็บไซต์ www.thaibabyname.com ว่าเป็นเว็บไซต์ครอบครัวด้านการตั้งชื่อสำหรับทุกคนในครอบครัว ทั้งนี้ส่วนใหญ่ได้เคยแนะนำเว็บไซต์ให้กับผู้ที่รู้จัก

1.3.3 การจัดการและการบริหารงาน

ปัจจุบันเว็บไซต์ www.thaibabyname.com บริหารและจัดการโดยนายปิโยรสนะประสิทธิ์ ในลักษณะของ Sole Entrepreneur กล่าวคือ ดำเนินงานโดยเจ้าของคนเดียว ช่วยทำให้มีความคล่องตัวในการทำงาน และดำเนินธุรกิจด้วยต้นทุนที่ต่ำ อีกทั้งไม่จำเป็นต้องมีทรัพย์สินถาวรที่ราคาสูง เนื่องจากการทำงานส่วนใหญ่สามารถทำงานผ่านคอมพิวเตอร์ จากการดำเนินงานมากกว่า 6 ปี ได้มีการพัฒนาโปรแกรมช่วยในการตั้งชื่อ และระบบบริหารงานแบบ Online Back office ทำให้ระบบการบริหารจัดการสามารถดำเนินงานได้อย่างเป็นระบบ แต่การตั้งชื่อใหม่ให้กับลูกค้ายังคงใช้โปรแกรมช่วยในการตั้งชื่อที่ได้รับพัฒนาขึ้น ประกอบกับการพิมพ์ข้อมูลอธิบายเพิ่มเติมด้วยตนเองลงในโปรแกรม Microsoft Word เพื่อจัดส่งให้กับลูกค้า ซึ่งไม่ได้เป็นระบบอัตโนมัติทั้งระบบ ทำให้ใช้เวลานานในการดำเนินการอย่างน้อย 1 ชั่วโมง ต่อราย

1.3.4 การดำเนินการด้านการตลาด

เว็บไซต์ www.thaibabyname.com ไม่ได้มีการวางรูปแบบการดำเนินการด้านการตลาดอย่างชัดเจนเป็นรูปธรรม การดำเนินการที่ผ่านมาส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นในภาพรวมของเว็บไซต์ กล่าวคือ เน้นการวางแนวคิด และออกแบบเว็บไซต์ให้เหมาะสม ผสมผสานระหว่างโหราศาสตร์ และเทคโนโลยี มีความทันสมัย และดูเป็นเว็บไซต์สำหรับเด็กและครอบครัว

อย่างไรก็ตามเว็บไซต์ www.thaibabynome.com มีการจัดการและดำเนินงานด้วยเจ้าของเพียงคนเดียว บุคลากรที่ให้บริการ (People) กระบวนการของการให้บริการ (Process) และภาพลักษณ์ขององค์กร (Physical Evidence) จึงไม่มีความซับซ้อนมาก ดังนั้นการจัดการส่วนประสมทางการตลาดของเว็บไซต์ www.thaibabynome.com จึงอาศัยแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดของสินค้าบริการทั่วไปของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2543) ประกอบด้วย 4 P's คือ ผลิตภัณฑ์และบริการ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และ การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ซึ่งเว็บไซต์ www.thaibabynome.com มีการจัดการส่วนประสมทางการตลาด ดังนี้

- ผลิตภัณฑ์และบริการ (Product)

เว็บไซต์ www.thaibabynome.com เปิดให้บริการภายใต้โดเมนเนม (Domain Name) ชื่อ “Thaibabynome.com” เป็นเว็บไซต์ที่ให้บริการด้านโหราศาสตร์ในการตั้งชื่อและเปลี่ยนชื่อบุคคล หรือที่เรียกว่า “นามศาสตร์” โดยสินค้าบริการของเว็บไซต์ www.thaibabynome.com มีบริการ 3 ประเภท คือ บริการตั้งชื่อตามวันเกิด บริการตั้งชื่อตามช่วงเวลาเกิด และบริการเปลี่ยนชื่อ โดยอาศัยศาสตร์ในการตั้งชื่อ 3 ศาสตร์คือ หลักภูมิทักษา หลักเลขศาสตร์ และหลักศูติตามอัญ

นอกจากบริการหลักซึ่งคิดค่าบริการแล้ว เว็บไซต์ www.thaibabynome.com ยังมีบริการเสริมให้กับลูกค้า เช่น ฐานข้อมูลชื่อดี บริการตรวจสอบชื่อระบบตรวจสอบความคืบหน้าในการให้บริการ (Order Tracking) การให้ข้อมูล ขั้นตอน และระเบียบทางราชการเกี่ยวกับการแจ้งชื่อ – เปลี่ยนชื่อ เป็นต้น ซึ่งไม่มีการคิดบริการในส่วนนี้

- ราคา (Price)

การจัดการด้านราคานี้ เว็บไซต์ www.thaibabynome.com ได้กำหนดอัตราค่าบริการตามรูปแบบการให้บริการ และกำหนดนโยบายระดับราคาให้ใกล้เคียงกับคู่แข่งกัน โดยคิดค่าบริการสำหรับบริการตั้งชื่อตามวันเกิด 350 บาท บริการตั้งชื่อตามช่วงเวลาเกิด 2,000 บาท และบริการเปลี่ยนชื่อ 450 บาท

- ช่องทางการบริการ (Place)

เว็บไซต์ www.thaibabynome.com มีช่องทางการบริการสินค้าบริการเพียงช่องทางเดียวคือผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต และมีการส่งมอบสินค้าบริการ 2 ช่องทางคือ ผ่านทาง E-mail ในรูปแบบของไฟล์ Microsoft Word และจัดส่งทางไปรษณีย์ในรูปแบบของเอกสารสิ่งพิมพ์ ซึ่งใช้ระยะเวลาในการดำเนินงานต่อลูกค้า 1 รายประมาณ 1 – 3 ชั่วโมง และการส่งมอบกรณีจัดส่งทางไปรษณีย์ EMS ใช้ระยะเวลาประมาณ 3 วัน

- การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

เว็บไซต์ www.thaibabynome.com ไม่ได้มีการดำเนินการด้านการส่งเสริมการตลาดอย่างชัดเจน และมีการสื่อสารข้อมูลไปยังกลุ่มลูกค้าเพื่อประกอบการตัดสินใจน้อยมาก การประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่เกิดจากการเชื่อมโยงจากเว็บไซต์อื่น ระบบแนะนำเว็บไซต์ให้กับเพื่อน (Tell a friend) และการแนะนำเว็บไซต์จากสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เป็นต้น ซึ่งเป็นการประชาสัมพันธ์โดยบุคคลภายนอกทั้งสิ้น นอกจากนี้ได้มีการทำการส่งเสริมการขายโดยการลดราคาค่าบริการเป็นระยะ แต่กิจกรรมดังกล่าวไม่ได้กระตุ้นการตัดสินใจให้สั่งซื้อบริการเพิ่มขึ้นแต่อย่างใด นอกจากนี้แล้วการที่ขอการสั่งซื้อลดลงทำให้ขาดงบประมาณในการทำการตลาดอย่างต่อเนื่อง

ส่วนที่ 2 ปัญหาและโอกาสทางการตลาด (Problems and Opportunities) ของเว็บไซต์

www.thaibabynome.com

การวิเคราะห์ปัญหาและโอกาสทางการตลาด (Problems and Opportunities) ของเว็บไซต์ www.thaibabynome.com เป็นการวิเคราะห์ปัญหาทางการตลาด และส่วนประสมทางการตลาดของเว็บไซต์ www.thaibabynome.com ปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อโอกาสทางการตลาดของเว็บไซต์ www.thaibabynome.com และ การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ของเว็บไซต์ www.thaibabynome.com

ส่วนที่ 2.1 ปัญหาทางการตลาดของเว็บไซต์ www.thaibabynome.com

จากการดำเนินงานที่ผ่านมา เว็บไซต์ www.thaibabynome.com พบปัญหาในการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากการบริหารงานแบบ Sole Entrepreneur ทำให้การทำงานมีความล่าช้า เมื่อมีลูกค้าจำนวนมากขึ้น ในขณะที่ต้องมีการพัฒนาเว็บไซต์อย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้เว็บไซต์ www.thaibabynome.com ไม่ได้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบทั้งในส่วนของโครงสร้างรูปแบบเว็บไซต์ และสินค้าบริการมาตั้งแต่เริ่มเปิดให้บริการ โดยคิดค่าบริการ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เว็บไซต์ไม่ประสบความสำเร็จในด้านการขาย ในช่วง 2 ปีที่เปิดให้บริการ (14 มกราคม 2546 – 13 มกราคม 2548) เว็บไซต์ www.thaibabynome.com มีอัตราการสั่งซื้อบริการในอัตราที่ต่ำเมื่อเทียบกับจำนวนผู้เข้าชม และอัตราการสั่งซื้อของกลุ่มแข่งขัน นอกจากนี้ยังมีอัตราการสั่งซื้อบริการแต่ยกเลิกคำสั่งซื้อ (ไม่ชำระค่าบริการ) สูงถึง 58.75% ของจำนวนผู้สั่งซื้อบริการทั้งหมด

จากการศึกษาด้านผลิตภัณฑ์และบริการ (Product) จากแบบสอบถาม (ดูรายละเอียดในบทที่ 4) พบว่า ถึงแม้กลุ่มลูกค้าเดิมทุกกลุ่มจะให้ความพึงพอใจมากในปัจจุบันด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

ซึ่งเป็นปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการมากที่สุด แต่พบว่าปัญหาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และบริการที่กลุ่มลูกค้าที่เคยใช้บริการ และได้รับการบริการแล้วพบ 3 อันดับแรก ได้แก่ ปัญหาข้อมูลบนเว็บไซต์เกี่ยวกับการตั้งชื่อน้อยเกินไป การออกแบบโครงสร้างเว็บ (Web Design) ไม่มีความทันสมัย และไม่น่าสนใจ และผลลัพธ์จากการค้นหาซื้อดี / การตรวจสอบชื่อให้ข้อมูลไม่เพียงพอ ซึ่งบริการเหล่านี้เป็นบริการที่ไม่คิดค่าใช้จ่ายกับลูกค้า ถือเป็นบริการเสริมที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดด้านการตลาดธุรกิจบริการของ วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์ (2547) ที่อธิบายว่า ลูกค้าที่ใช้บริการทุกประเภทมีความต้องการข้อมูลในการสร้างคุณค่าสูงสุดจากบริการที่ได้รับสำหรับตนเอง โดยเฉพาะลูกค้าที่ไม่เคยมีข้อมูล และไม่เคยใช้บริการมาก่อนจะมีความต้องการมากเป็นพิเศษเพื่อใช้ในการตัดสินใจ

ส่วนด้านราคา (Price) พบว่า กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในปัจจัยด้านราคาน้อยที่สุด โดยให้ความสำคัญกับการชำระค่าบริการมากกว่าอัตราค่าบริการ อย่างไรก็ตามกลุ่มลูกค้าที่เคยใช้บริการ และได้รับการบริการแล้วมีความพึงพอใจน้อยที่สุดต่ออัตราค่าบริการในการตั้งชื่อ – เปลี่ยนชื่อเทียบกับเว็บไซต์อื่น และเห็นว่าอัตราค่าบริการในการตั้งชื่อ – เปลี่ยนชื่อเทียบกับเว็บไซต์อื่นแพงเกินไป ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดด้านการจัดการและการตลาดบริการของ ฉัตรพร เสมอใจ (2547) ที่อธิบายว่า ราคาเป็นเกณฑ์ขั้นต่ำที่ลูกค้าใช้เป็นตัวกำหนดคุณภาพของบริการ หากเปรียบเทียบคุณค่าของการบริการที่ได้รับว่าเหมาะสมกับราคาของบริการก็จะส่งผลให้เกิดการยอมรับ และความพึงพอใจ

ด้านช่องทางการบริการ (Place) พบว่า การส่งมอบกรณีจัดส่งทางไปรษณีย์ EMS ไม่ก่อให้เกิดกำไรแก่เว็บไซต์แต่อย่างใด อีกทั้งเพิ่มต้นทุนในการจัดส่งมากกว่าที่เรียกเก็บจากลูกค้า อีกทั้งกลุ่มลูกค้าเดิมมีความต้องการในการส่งเอกสารการตั้งชื่อผ่านทางไปรษณีย์ในระดับปานกลาง นอกจากนั้นจากการศึกษาพบว่า กลุ่มลูกค้าที่เคยใช้บริการ แต่ได้ยกเลิกคำสั่งซื้อพบปัญหาเกี่ยวกับช่องทางการบริการมากที่สุด โดยความไม่สะดวกในการติดต่อกับเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการเป็นปัญหาที่พบมากที่สุด ทั้งนี้ความสะดวกในการติดต่อสอบถาม และติดต่อกับเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการเป็นปัจจัยที่กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญมากที่สุดปัจจัยด้านช่องทางการบริการเช่นเดียวกัน

นอกจากนี้ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) พบว่า กลุ่มลูกค้าเดิมมีความพึงพอใจน้อยที่สุด ต่อปริมาณการโฆษณาผ่านเว็บไซต์ และสื่ออื่น ๆ และการประชาสัมพันธ์ข้อมูลการตั้งชื่อ – เปลี่ยนชื่อผ่านเว็บไซต์ และสื่ออื่น ๆ และพบว่าเป็นปัญหาที่กลุ่มลูกค้าเดิมเห็นด้วยใน 3 อันดับแรกอีกด้วย อย่างไรก็ตาม พบว่าคำโฆษณา/สื่อโฆษณาที่ปรากฏอยู่บนอินเทอร์เน็ตเป็นปัจจัยที่กลุ่มลูกค้าให้ความสำคัญน้อยที่สุดใน 3 อันดับแรกเช่นเดียวกัน แต่ให้ความสำคัญกับการรับประกัน

ความพึงพอใจ ตัวอย่างของบริการที่จะได้รับ และบริการก่อน-หลังการขายมากกว่า ซึ่งเป็นบริการที่เว็บไซต์ www.thaibabynome.com ไม่มีให้กับลูกค้า

ส่วนที่ 2.2 โอกาสทางการตลาดของเว็บไซต์ www.thaibabynome.com

โอกาสทางการตลาดของเว็บไซต์ www.thaibabynome.com เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อโอกาสทางการตลาดของเว็บไซต์ www.thaibabynome.com

2.2.1 ปัจจัยภายในที่ส่งผลต่อโอกาสทางการตลาด

จากการเปิดเว็บไซต์ www.thaibabynome.com มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2543 ทำให้ชื่อ “Thaibabynome.com” เป็นที่รู้จัก และยอมรับในระดับหนึ่งจากผู้บริโภค และสื่อต่าง ๆ ในมุมมองของ “เว็บไซต์ครอบครัวด้านการตั้งชื่อสำหรับเด็ก” ทำให้เว็บไซต์ www.thaibabynome.com มีความได้เปรียบในด้านตราสินค้า (Branding) ที่มีจุดขายในตราสินค้า และมีความน่าเชื่อถือจากกลุ่มลูกค้าเดิมซึ่งส่วนใหญ่แนะนำเว็บไซต์ให้กับผู้ที่รู้จัก

ด้านเทคโนโลยี เว็บไซต์ www.thaibabynome.com ได้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและมีประสบการณ์ในการประยุกต์เทคโนโลยีเข้ากับศาสตร์ในการตั้งชื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการได้อย่างหลากหลาย อีกทั้งได้มีการพัฒนาระบบ Online Back Office ที่ช่วยในการบริหารงานเว็บไซต์ได้ดี หากได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องจะสามารถพัฒนาสู่การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relation Management) ได้

ด้านของผู้บริหารเว็บไซต์ เป็นผู้มีวิสัยทัศน์ และประสบการณ์ทั้งด้านคอมพิวเตอร์ด้านการตลาด ด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และด้านโหราศาสตร์ จึงสามารถบริหารงาน และประยุกต์ใช้การตลาดแบบดั้งเดิม ผสานกับการตลาดบนอินเทอร์เน็ต เพื่อที่จะสร้างเว็บไซต์ที่ตอบสนองความต้องการในด้านการตั้งชื่อ – เปลี่ยนชื่อให้กับกลุ่มลูกค้าได้อย่างดี อีกทั้งมีการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาใช้ในเว็บไซต์ เช่น การชำระผ่านบัตรเครดิต ฯลฯ และมุ่งเน้นความสัมพันธ์ของครอบครัว ซึ่งแตกต่างจากคู่แข่งที่ยังให้บริการแบบเดิม กล่าวคือ อาศัยความเชื่อทางโหราศาสตร์ในเชิงสร้างความผิิดหวัง หรือนำเสนอแบบเชิงลบให้กับลูกค้า เช่น ชื่อไม่ดีจะนำความวิบัติมาสู่เจ้าของชื่อ ฯลฯ

2.2.2 ปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อโอกาสทางการตลาด

การตระหนักถึงองค์ประกอบทางสังคมและเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไป และการเล็งเห็นถึงความสำคัญที่จะต้องมีนโยบายเทคโนโลยีสารสนเทศ ที่สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงทั้งใน และต่างประเทศ ประเทศไทยจึงได้กำหนดนโยบายเทคโนโลยีสารสนเทศฉบับแรก (IT 2000) ในปี พ.ศ. 2539 และจัดทำกรอบนโยบายเทคโนโลยีสารสนเทศของประเทศในระยะที่สอง หรือ IT

2010 ซึ่งจะครอบคลุมช่วง พ.ศ. 2544 – 2553 โดยให้ความสำคัญกับบทบาทของเทคโนโลยีสารสนเทศ ในฐานะเครื่องมือในการขับเคลื่อน และพัฒนาประเทศ ทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคม โดยเน้นถึงการประยุกต์ใช้ในสาขาหลักที่เป็นเป้าหมายของการพัฒนา กระบวนการพัฒนากลยุทธ์เทคโนโลยีสารสนเทศ มีเป้าหมายหลักสามด้านคือ ส่งเสริมให้มีการเข้าถึงเทคโนโลยีสารสนเทศใน ส่วนต่างๆของสังคม สนับสนุนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และเพื่อให้บริการและมีการควบคุมของ รัฐบาลผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ นอกจากนี้การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศในภาคการพาณิชย์ (E-Commerce) ก็เป็น 1 ใน 5 กลยุทธ์หลักอีกด้วย

ประเทศไทยได้มีการพิจารณาร่างกฎหมายที่เกี่ยวข้องต่อการดำเนินธุรกิจพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ อีกเป็นจำนวนทั้งสิ้น 6 ฉบับ และได้มีการประกาศใช้ กฎหมายชื่อว่า “พระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2544” เมื่อวันที่ 2 ธันวาคม 2544 และมีผล ใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 3 เมษายน 2545 สำหรับการดำเนินงานในส่วนอื่น ๆ ได้มีความพยายามในการ กระจายการใช้งานของอินเทอร์เน็ตออกสู่ภูมิภาคมากขึ้น เช่น โครงการอินเทอร์เน็ตตำบล อินเทอร์เน็ตโรงเรียน การให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง อินเทอร์เน็ตไร้สาย และความพยายาม ในการผลักดันให้หน่วยงานภาครัฐได้มีโอกาสใช้งานระบบอินเทอร์เน็ตมากขึ้น

นอกเหนือจากด้านนโยบายภาครัฐแล้ว การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบ อิเล็กทรอนิกส์ก็ได้รับการพัฒนาจนมีความปลอดภัยสูง และมีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น เพื่อความ สะดวกในการชำระค่าสินค้าและบริการ อันเนื่องมาจากการซื้อขายจากพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีเพิ่ม มากยิ่งขึ้น นอกเหนือจากการชำระผ่านบัตรเครดิต ซึ่งนิยมใช้มานานแล้ว ปัจจุบันมีการชำระผ่าน เงินอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Cash) หรือกระเป๋าเงินออนไลน์ (E-Wallet) การชำระเงินผ่าน โทรศัพท์มือถือ (Mobile Payment) และธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Banking) เป็นต้น

ส่วนที่ 2.3 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของเว็บไซต์

www.thaibabyname.com

ในกระบวนการจัดการด้านการตลาดควรมีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม และจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ก่อน ทั้งนี้เพื่อให้ทราบสถานการณ์ทั่วไปในปัจจุบัน และเพื่อวิเคราะห์สินค้าบริการของตนเองด้วย ซึ่งสามารถวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของเว็บไซต์ www.thaibabyname.com ได้ดังนี้

2.3.1 จุดแข็ง (Strength) วิเคราะห์ได้ดังนี้

- เว็บไซต์ www.thaibabyname.com เปิดให้บริการมาเป็นระยะเวลานานกว่าคู่แข่ง กล่าวคือ เปิดบริการมาตั้งแต่ปี 2543 ทำให้ชื่อเว็บไซต์ “Thaibabyname.com” เป็นที่รู้จัก และยอมรับจากลูกค้า
- เว็บไซต์ www.thaibabyname.com ถูกจัดอยู่ในอันดับ 1 เมื่อทำการค้นหาเว็บไซต์ใน Google.com ด้วยคีย์เวิร์ด “ตั้งชื่อเด็ก” “ตั้งชื่อลูก” และ “หลักการตั้งชื่อ”
- การบริหารเว็บไซต์มีความคล่องตัวสูง เนื่องจากการจัดการ และบริหารงานโดยผู้บริหารเว็บไซต์เพียงคนเดียว (Sole Entrepreneur) ทำให้ง่ายต่อการตัดสินใจปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การตลาดอย่างรวดเร็ว
- ผู้บริหารเว็บไซต์มีความชำนาญในการตั้งชื่อมากกว่า 10 ปี และมีประสบการณ์ ความรู้ทั้งด้านการตลาด และเทคโนโลยี ช่วยให้การบริหารจัดการเว็บไซต์มีศักยภาพสูง เช่น สามารถออกแบบเว็บไซต์ให้สามารถใช้งานง่าย ตรงกับความต้องการของลูกค้า และสร้างภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือของเว็บไซต์ได้
- เว็บไซต์มีต้นทุนการผลิตที่ต่ำ เนื่องจากไม่มีกระบวนการผลิตที่ต้องใช้วัตถุดิบจากภายนอก ใช้เพียงแรงงานของผู้บริหารเว็บไซต์เท่านั้น ทำให้สามารถบริหารการเงินเพื่อนำมาเป็นงบประมาณด้านการตลาดได้มาก

2.3.2 จุดอ่อน (Weakness) วิเคราะห์ได้ดังนี้

- หากมีจำนวนลูกค้าจำนวนเพิ่มขึ้นจะทำให้การพัฒนาเว็บไซต์เป็นไปอย่างล่าช้า เนื่องจากมีผู้บริหารเว็บไซต์เพียงคนเดียว ไม่สอดคล้องกับกลยุทธ์การตลาดที่ต้องการความรวดเร็วในการเปลี่ยนแปลง
- กรณีลูกค้าสั่งซื้อเข้ามาจำนวนมาก จะไม่สามารถให้บริการได้ทันตามกำหนดทำให้จัดส่งงานล่าช้า ซึ่งจะส่งผลเสียต่อความพึงพอใจของลูกค้าได้
- ข้อมูลบนเว็บไซต์ และฐานข้อมูลชื่อมีจำนวนน้อย อีกทั้งไม่มีการปรับปรุงเพิ่มเติมมาเป็นระยะเวลานาน ทำให้ลดความน่าเชื่อถือของลูกค้าลง และสร้างความไม่พึง

พอใจแก่ลูกค้า จะเห็นได้จากผลการศึกษาที่กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เห็นว่าข้อมูลบนเว็บไซต์เกี่ยวกับหลักการตั้งซื้อมีน้อยเกินไป ชื่อที่ได้จากผลลัพธ์จากการตั้งซื้อไม่หลากหลาย ไม่ทันสมัย เซช

- จำนวนการสั่งซื้อบริการที่ลดลง ประกอบกับที่ผ่านมามีอัตราการสั่งซื้อบริการแต่ยกเลิกคำสั่งซื้อ (ไม่ชำระค่าบริการ) สูงถึง 58.75% ของจำนวนผู้สั่งซื้อบริการทั้งหมด ซึ่งเป็นปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อรายได้ และงบประมาณในการทำการตลาดของเว็บไซต์อย่างมาก

- การขาดการทำการตลาดอย่างต่อเนื่อง การโฆษณา และประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์และสื่อต่าง ๆ น้อยเกินไป และการส่งเสริมการขายที่ไม่ตรงกับความต้องการของลูกค้า ส่งผลเสียต่อการเข้าถึงเว็บไซต์ของกลุ่มลูกค้าใหม่ ๆ จะเห็นได้จากจำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์ที่ลดลง และมียอดการสั่งซื้อบริการลดลงอย่างต่อเนื่อง

2.3.3 โอกาส (Opportunity) วิเคราะห์ได้ดังนี้

- คู่แข่งขันส่วนใหญ่ไม่มีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน และขาดการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในเว็บไซต์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งระบบการชำระค่าบริการผ่านทางอินเทอร์เน็ต จะเห็นได้จากรูปแบบเว็บไซต์ รูปแบบการให้บริการ และการชำระค่าบริการค่าบริการผ่านธนาคาร และธนาณัติ

- แนวโน้มปริมาณผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตในประเทศมีอัตราการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากสถิติของศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ ส่งผลให้การคาดการณ์จำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์เพิ่มมากขึ้น

- เทคโนโลยีในการเขียนโปรแกรมบนเว็บไซต์มีการพัฒนาให้มีความยืดหยุ่นสูง ทำให้สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคได้ตามที่ต้องการ

- ระบบความปลอดภัยในการทำธุรกรรมผ่านทางอินเทอร์เน็ตมีสูงขึ้น สามารถสร้างความเชื่อถือให้กับลูกค้าในการชำระค่าบริการผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต และลูกค้าสามารถชำระค่าบริการได้ทันที ช่วยลดความเสี่ยงในการยกเลิกบริการได้

- ภาครัฐให้การสนับสนุนด้านเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตให้กับประชาชนเพิ่มขึ้น และสนับสนุน SMEs ในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จะเห็นได้จากการออกพระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2544 และการส่งเสริมให้มีการขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ของสำนักทะเบียนธุรกิจ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

2.3.4 อุปสรรค (Threat) วิเคราะห์ได้ดังนี้

- คู่แข่งรายใหม่สามารถเข้าตลาดได้ง่าย เนื่องจากศาสตร์พื้นฐานในการตั้งชื่อ อาทิเช่น หลักภูมิทักษา หลักเลขศาสตร์ ง่ายต่อการเรียนรู้ รวมถึงการสร้างเว็บไซต์ก็สามารถทำได้ง่ายด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป จะเห็นได้จากจำนวนเว็บไซต์ผู้ให้บริการตั้งชื่อ – เปลี่ยนชื่อที่เพิ่มขึ้นตามสถิติผู้ลงทะเบียนของเว็บไซต์ www.truehits.net และ www.sanook.com
- กลุ่มลูกค้าจะมีทางเลือกในการใช้บริการเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากมีผู้ให้บริการตั้งชื่อ – เปลี่ยนชื่อมากรายในตลาดทั้งในรูปแบบบุคคล และเว็บไซต์
- เว็บไซต์ผู้ให้บริการตั้งชื่อ – เปลี่ยนชื่อรายอื่นมีการดำเนินการตลาดในเชิงรุกอย่างมีประสิทธิภาพ มีการทำการส่งเสริมการตลาดอย่างต่อเนื่อง จะเห็นได้จากการวิเคราะห์คู่แข่งอื่น จึงทำให้เว็บไซต์ www.thaibabyname.com ต้องดำเนินการด้านการตลาดหนักขึ้น

ส่วนที่ 3 วัตถุประสงค์และเป้าหมายทางการตลาด (Marketing Objectives and Goals)

การกำหนดวัตถุประสงค์ และเป้าหมายทางการตลาด เป็นแนวทางในการดำเนินการของธุรกิจ ซึ่งพิจารณาจากโอกาสและปัญหาทางการตลาด ความสามารถขององค์กร ตลาดเป้าหมาย และนโยบายของผู้บริหารเว็บไซต์ สามารถกำหนดเป็นวิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ และเป้าหมายหลักของเว็บไซต์ www.thaibabyname.com ได้ดังนี้

ส่วนที่ 3.1 วิสัยทัศน์

เป็นผู้นำในธุรกิจบริการตั้งชื่อ – เปลี่ยนชื่อผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ด้วยการให้บริการที่มีคุณภาพเหนือระดับ และสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ ๆ

ส่วนที่ 3.2 วัตถุประสงค์

สร้างมาตรฐานในการให้บริการเพื่อความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้าทุกคน โดยการให้บริการที่ทันสมัย ใส่ใจในบริการ และสร้างรูปแบบการให้บริการใหม่ที่แตกต่างจากคู่แข่ง เพื่อเพิ่มปริมาณคำสั่งซื้อ และลดอัตราการยกเลิกคำสั่งซื้อ

ส่วนที่ 3.3 เป้าหมายหลัก

3.3.1 ยอดการสั่งซื้อบริการ 960 รายภายใน 1 ปี

$$\begin{aligned} \text{ยอดคำสั่งซื้อที่ต้องการ} &= \frac{\text{คำสั่งซื้อบริการต่อวัน} \times 360}{(1 - \text{อัตราการยกเลิกคำสั่งซื้อ})} \\ &= \frac{2 \times 360}{(1 - 0.25)} \\ &= \frac{760}{0.75} \\ &= 960 \quad \text{ราย} \end{aligned}$$

3.3.2 อัตราการยกเลิกคำสั่งซื้อไม่เกินร้อยละ 25

3.3.3 สร้างรูปแบบการให้บริการใหม่อย่างน้อย 1 รูปแบบภายใน 6 เดือน

ส่วนที่ 4 กลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategies)

กลยุทธ์การตลาด เป็นตัวกำหนดทิศทางของแผนตลาด และกรอบอ้างอิงในการพัฒนาโปรแกรมส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งจะสนับสนุนวัตถุประสงค์ และเป้าหมายทางการตลาดที่วางไว้ จากการวิเคราะห์ปัญหาทางการตลาดของเว็บไซต์ www.thaibabynome.com พบว่าปัญหาที่เกิดขึ้นเป็นปัญหาที่ควรได้รับการแก้ไขอย่างเร่งด่วน เพราะปัญหาดังกล่าวส่งผลกระทบต่อลูกค้าและอาจกระทบต่อการเจริญเติบโตของเว็บไซต์ในอนาคต ดังนั้นกลยุทธ์การตลาดควรแบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ กลยุทธ์การตลาดระยะสั้น และกลยุทธ์การตลาดระยะยาว ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 4.1 กลยุทธ์การตลาดระยะสั้น

จากการดำเนินงานที่ผ่านมา เว็บไซต์ www.thaibabynome.com ไม่ประสบความสำเร็จในด้านการขาย เนื่องจากมีอัตราการสั่งซื้อบริการแต่ยกเลิกคำสั่งซื้อ (ไม่ชำระค่าบริการ) สูงถึง 58.75% ของจำนวนผู้สั่งซื้อบริการทั้งหมด ส่งผลกระทบต่อขาดงบประมาณในการทำการตลาดอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งการบริหารงานแบบ Sole Entrepreneur ทำให้การทำงานมีความล่าช้า ส่งผลให้เว็บไซต์ www.thaibabynome.com ไม่ได้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบทั้งในส่วนของโครงสร้างรูปแบบเว็บไซต์ และสินค้าบริการมาตั้งแต่เริ่มเปิดให้บริการ โดยคิดค่าบริการ ดังนั้นเพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว กลยุทธ์การตลาดระยะสั้นจึงแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

4.1.1 กลยุทธ์การปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการ (Product Modification Strategy) ประกอบด้วย

- การปรับปรุงคุณภาพ (Quality Improvement) เช่น ปรับปรุงฐานข้อมูล ชื่อให้มีความทันสมัย ปรับปรุงข้อมูลเกี่ยวกับการตั้งชื่อให้น่าเชื่อถือ มีแหล่งอ้างอิง เป็นต้น เพื่อเพิ่มคุณค่าในจิตใจของลูกค้าเมื่อเปรียบเทียบกับค่าบริการ

- การปรับปรุงคุณลักษณะ (Feature Improvement) เช่น ปรับปรุงระบบการค้นหาชื่อให้มีความละเอียดเพิ่มขึ้น เพิ่มข้อมูลการทำนายดวงชะตาแบบอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มเป้าหมาย เป็นต้น เพื่อเพิ่มประโยชน์ที่ลูกค้าได้รับ รวมถึงความปลอดภัย หรือความสะอาดสบายจากการใช้บริการด้วย

- การปรับปรุงรูปแบบ (Style Improvement) เช่น การออกแบบหน้าเว็บไซต์ใหม่ การสร้างเว็บไซต์ที่แตกต่างจากคู่แข่ง มีเอกลักษณ์ แต่คงความใช้งานง่ายเอาไว้ เป็นต้น รวมถึงการออกแบบระบบการบริหารงานเว็บไซต์ (Back Office) ให้ผู้บริหารเว็บไซต์มีความสะดวกรวดเร็วในการบริหารจัดการ และให้บริการแก่ลูกค้า เช่น การจัดทำระบบตั้งชื่ออัตโนมัติ เชื่อมโยงกับข้อมูลของลูกค้ากรอกในแบบฟอร์มคำสั่งซื้อบริการ เพื่อให้กระบวนการให้บริการลดขั้นตอนลง ซึ่งจะส่งผลให้การให้บริการลูกค้ารวดเร็วขึ้น เป็นต้น

4.1.2 กลยุทธ์การปรับปรุงส่วนประสมการตลาด (Marketing-Mix Modification) เมื่อมีการกำหนดรูปแบบผลิตภัณฑ์ และบริการใหม่ (Product) แล้ว ควรมีการปรับปรุงส่วนประสมทางการตลาดอื่น ๆ ด้วย เพื่อให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายในสถานการณ์ปัจจุบันให้ได้มากที่สุด เช่น การกำหนดราคาตามคุณค่าที่ลูกค้าได้รับ การเพิ่มช่องทางการชำระค่าบริการเพื่อความสะดวกของลูกค้า เป็นต้น

ส่วนที่ 4.2 กลยุทธ์การตลาดระยะยาว

จากสถานการณ์การตลาดปัจจุบันพบว่าเว็บไซต์ www.thaibabynames.com มีลักษณะเป็นผู้ทำชิงในตลาด (Market Challenger) โดยมีเว็บไซต์มหาหมอดูดอทคอม (Mahamodo.com) เป็นผู้นำตลาด (Market Leader) ซึ่งมีจุดแข็งในด้านภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของโหราจารย์และเว็บไซต์ และเป็นที่รู้จักของตลาดเป็นอย่างดีในฐานะของเว็บไซต์โหราศาสตร์ และโปรแกรมคอมพิวเตอร์ด้านโหราศาสตร์ และมีเว็บไซต์ไทยโฮลีนามดอทคอม (Thaiholynames.com) กำลิศดอทคอม (Kumled.com) ฟอ์จูนเนมดอทคอม (Fortunenames.com) และมังกอลนามดอทคอม (Mongkolnam.com) เป็นคู่แข่งในระดับเดียวกันซึ่งเน้นไปในด้านความเป็นเว็บไซต์โหราศาสตร์ โดยคู่แข่งทั้ง 5 รายให้บริการกับกลุ่มลูกค้าทั่วไป มีบริการที่คล้ายคลึงกัน คือ ใช้หลักภูมิทักษา และ

เลขศาสตร์เป็นพื้นฐาน และรับชำระค่าบริการโดยการชำระผ่านธนาคาร นอกจากนั้นเมื่อพิจารณาจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม และจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) แล้วพบว่า เว็บไซต์ www.thaibabyname.com มีข้อได้เปรียบในด้านชื่อเว็บไซต์เป็นที่รู้จัก เว็บไซต์มีภาพลักษณ์ความทันสมัย และมีความน่าเชื่อถือที่ดี แต่มีข้อเสียเปรียบในด้านความน่าเชื่อถือในแง่ภูมิโหราศาสตร์ การพัฒนาเว็บไซต์อย่างต่อเนื่อง และการส่งเสริมการตลาดเชิงรุก ดังนั้นกลยุทธ์การตลาดระยะยาวจึงแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

4.2.1 กลยุทธ์การตีทางปีก (Flank Attack) สำหรับโจมตีคู่แข่งทุกราย

เว็บไซต์ผู้ให้บริการตั้งชื่อ – เปลี่ยนชื่อ ส่วนใหญ่มุ่งเน้นในเรื่องของโหราศาสตร์ นำเสนอข้อมูลแบบเชิงลบ และให้บริการกับลูกค้าโดยทั่วไป เว็บไซต์ www.thaibabyname.com ควรเลือกใช้ข้อได้เปรียบในเรื่องของชื่อเว็บไซต์ หรือตราสินค้า (Branding) ที่เป็นที่รู้จักในมุมมองของเว็บไซต์ครอบครัวด้านการตั้งชื่อสำหรับเด็ก และมีจุดขายอยู่ในชื่อตราสินค้า โดยเลือกเน้นกลุ่มตลาดที่ชัดเจน คือ กลุ่มครอบครัว นำเสนอข้อมูลแบบเชิงบวก เน้นความสัมพันธ์ของครอบครัว ความสำคัญของชื่อ และคุณค่าทางจิตใจ และนำเสนอภาพลักษณ์ความทันสมัยของเว็บไซต์ และความหลากหลาย ทันสมัยของชื่อที่ลูกค้าจะได้รับ

ดังนั้นเพื่อหลีกเลี่ยงการแข่งขันด้านความน่าเชื่อถือของโหราจารย์ ซึ่งเว็บไซต์ www.thaibabyname.com มีจุดอ่อนในด้านความเป็นเว็บไซต์โหราศาสตร์นั้น เว็บไซต์ www.thaibabyname.com ควรสร้างความน่าเชื่อถือให้กับข้อมูลบนเว็บไซต์ เช่น การอ้างอิงแหล่งที่มาของข้อมูล เลือกใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายในการนำเสนอข้อมูล ฯลฯ และสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ เช่น การออกแบบเว็บไซต์ให้ทันสมัย มีการออกแบบให้ใช้งานง่าย มีเงื่อนไขการให้บริการและการรับประกันที่ชัดเจน ฯลฯ แทน ซึ่งความน่าเชื่อถือของข้อมูล และภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์เป็นปัจจัยในการตัดสินใจใช้บริการที่กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญใกล้เคียงกับภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของโหราจารย์

นอกจากนั้นแล้ว ควรเสริมจุดแข็งด้วยการรับชำระค่าบริการผ่านทางบัตรเครดิต และระบบกระเป๋าเงินออนไลน์ (E-Wallet) สร้างความน่าเชื่อถือทางด้านการชำระค่าบริการ

4.2.2 กลยุทธ์แบบกองโจร (Guerrilla Attack) สำหรับโจมตีคู่แข่งในระดับเดียวกัน

นอกจากกลยุทธ์การตีทางปีก (Flank Attack) แล้ว จากการวิเคราะห์พบว่า เว็บไซต์ผู้ให้บริการตั้งชื่อ – เปลี่ยนชื่อ ส่วนใหญ่มีรูปแบบการให้บริการที่ตายตัว ไม่มีการเปลี่ยนแปลง จะมีการทำการตลาดเฉพาะด้านการประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการขายในบางเว็บไซต์ ดังนั้นเว็บไซต์ www.thaibabyname.com ซึ่งมีความคล่องตัวในการบริหารงานจึงสามารถที่จะทำ

การตลาดในเชิงรุกได้หลากหลายรูปแบบที่แตกต่างจากคู่แข่งเป็นระยะเวลาสั้น ๆ เพื่อรบกวนตลาดของคู่แข่ง และทดสอบรูปแบบการให้บริการใหม่ ๆ ไปในตัว ทั้งนี้กลยุทธ์แบบกองโจรนี้มุ่งเน้นการรบกวนเพื่อดึงส่วนแบ่งตลาดในระยะสั้น ๆ หรือทดสอบรูปแบบการให้บริการใหม่ ๆ เท่านั้น ไม่ได้มุ่งหวังที่จะทำลายคู่แข่งในตลาด

กลยุทธ์การตลาดดังกล่าวควรปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์การแข่งขัน และผสมผสานหลักการทางการบริหารจัดการต่าง ๆ เพื่อปรับปรุงให้สามารถแข่งขัน และประสบความสำเร็จได้ในระยะยาว

ส่วนที่ 5 การแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย และการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Segmentation Targeting and Positioning)

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามนั้นสามารถกำหนดเป็นตลาดกลุ่มเป้าหมายให้กับเว็บไซต์ www.thaibabynome.com ได้ดังนี้

ส่วนที่ 5.1 การแบ่งส่วนตลาด

ในการแบ่งส่วนตลาดเลือกใช้เกณฑ์ประชากรศาสตร์ ลักษณะจิตนิสัย และพฤติกรรมในการกำหนดส่วนตลาดกลุ่มเป้าหมาย ดังนี้

5.1.1 กลุ่มลูกค้าทันสมัยที่ต้องการข้อมูลเกี่ยวกับการตั้งชื่อ และตั้งชื่อด้วยตนเอง

- อายุ 21 – 40 ปี
- รายได้ 10,000 บาทขึ้นไป
- จบการศึกษาระดับปริญญาตรี
- มีความสนใจในโหราศาสตร์
- ต้องการชื่อสำหรับตนเองและบุตรหลาน
- ใช้อินเทอร์เน็ตได้
- ให้ความสำคัญกับความน่าเชื่อถือของข้อมูลบนเว็บไซต์
- ต้องการระบบตรวจสอบชื่อ และฐานข้อมูลชื่อดีจำนวนมาก
- ต้องการระบบตั้งชื่อเองอัตโนมัติ

5.1.2 กลุ่มครอบครัวทันสมัยที่ต้องการชื่อใหม่สำหรับสมาชิกในครอบครัว

- ผู้มีบุตรแล้ว
- อายุ 21 – 40 ปี
- รายได้ 15,000 บาทขึ้นไป

- จบการศึกษาระดับปริญญาตรี
- ให้ความสำคัญกับสมาชิกในครอบครัว
- มีความสนใจในโหราศาสตร์
- ต้องการซื้อสำหรับบุตรหลานที่กำลังจะคลอด หรือเพิ่งเกิด
- ใช้อินเทอร์เน็ตได้
- ให้ความสำคัญกับความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ และ โหราจารย์
- ต้องการความรวดเร็วในการใช้บริการ

5.1.3 กลุ่มครอบครัวทันสมัยที่ต้องการเปลี่ยนชื่อให้กับสมาชิกในครอบครัว

- ผู้มีบุตรแล้ว
- อายุ 21 – 40 ปี
- รายได้ 15,000 บาทขึ้นไป
- จบการศึกษาระดับปริญญาตรี
- ให้ความสำคัญกับสมาชิกในครอบครัว
- มีความสนใจในโหราศาสตร์
- ต้องการเปลี่ยนชื่อสำหรับตนเอง และสมาชิกในครอบครัว
- ใช้อินเทอร์เน็ตได้
- ให้ความสำคัญกับบริการที่จะได้รับ

5.1.4 กลุ่มลูกค้าทันสมัยที่ต้องการซื้อใหม่สำหรับสมาชิกในครอบครัว

- ผู้ยังไม่ได้แต่งงาน
- อายุ 21 – 40 ปี
- รายได้ 15,000 บาทขึ้นไป
- มีความสนใจในโหราศาสตร์
- ต้องการซื้อสำหรับสมาชิกในครอบครัวที่กำลังจะคลอด หรือเพิ่งเกิด
- ใช้อินเทอร์เน็ตได้
- ให้ความสำคัญกับความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ และ โหราจารย์
- ต้องการความรวดเร็วในการใช้บริการ

5.1.5 กลุ่มลูกค้าทันสมัยที่ต้องการเปลี่ยนชื่อให้กับตนเอง

- ผู้ยังไม่ได้แต่งงาน
- อายุ 21 – 30 ปี
- รายได้ 10,000 บาทขึ้นไป

- มีความสนใจในโหราศาสตร์
- ต้องการชื่อสำหรับตนเอง
- ใช้อินเทอร์เน็ตได้
- ให้ความสำคัญกับบริการที่จะได้รับ

ส่วนที่ 5.2 การกำหนดตลาดเป้าหมาย

จากการประเมินสถานการณ์ ปัญหา และโอกาสทางการตลาด รวมถึงวัตถุประสงค์เป้าหมาย และกลยุทธ์ทางการตลาดของเว็บไซต์ จึงได้กำหนดตลาดเป้าหมาย ดังนี้

5.2.1 ตลาดเป้าหมายหลัก (Primary Target Market)

กลุ่มครอบครัวทันสมัยที่ต้องการชื่อใหม่สำหรับสมาชิกในครอบครัว

กลุ่มครอบครัวทันสมัยที่ต้องการเปลี่ยนชื่อให้กับสมาชิกในครอบครัว

5.2.2 ตลาดเป้าหมายรอง (Secondary Target Market)

กลุ่มลูกค้าทันสมัยที่ต้องการชื่อใหม่สำหรับสมาชิกในครอบครัว

กลุ่มลูกค้าทันสมัยที่ต้องการเปลี่ยนชื่อให้กับตนเอง

ส่วนที่ 5.3 การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Positioning)

เว็บไซต์ www.thaibabyname.com ควรวางตำแหน่งเป็น “เว็บไซต์ตั้งชื่อ – เปลี่ยนชื่อที่ทันสมัย และให้บริการที่มีคุณภาพเหนือระดับ” กล่าวคือเว็บไซต์ www.thaibabyname.com มีความแตกต่างกับคู่แข่งในด้านของการนำเสนอภาพลักษณ์ที่เน้นกลุ่มเด็ก และครอบครัว และนำเสนอข้อมูลในเชิงบวก ดังนั้นเพื่อให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ และวัตถุประสงค์ทางการตลาด เว็บไซต์ www.thaibabyname.com จึงควรวางตำแหน่งของเว็บไซต์ให้เป็นเว็บไซต์ผู้ให้บริการตั้งชื่อ – เปลี่ยนชื่อที่มีความทันสมัย ทั้งในด้านรูปแบบ การใช้งาน และภาพลักษณ์ของเว็บไซต์ รวมถึงการให้บริการที่แตกต่าง มีคุณภาพ และเป็นมาตรฐาน ทั้งก่อนใช้บริการ ขณะใช้บริการ และหลังการใช้บริการ เน้นการให้ข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน เข้าใจง่ายเพื่อสร้างความไว้วางใจ และเกิดความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้าทุกราย

ส่วนที่ 6 ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)

จากวัตถุประสงค์หลักที่ต้องการสร้างมาตรฐานในการให้บริการเพื่อความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้าทุกคน โดยการให้บริการที่ทันสมัย ใส่ใจในบริการ และสร้างรูปแบบการให้บริการใหม่ที่แตกต่างจากคู่แข่ง เว็บไซต์ www.thaibabyname.com จึงควรดำเนินกลยุทธ์การตลาด และจัดการส่วนประสมการตลาด แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 6.1 ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) สำหรับแผนระยะสั้น

จากปัญหาการยกเลิกคำสั่งซื้อบริการ และการขาดแคลนทรัพยากรในการพัฒนาปรับปรุงเว็บไซต์อย่างต่อเนื่อง เว็บไซต์ www.thaibabyname.com จึงควรแก้ไขปัญหาระยะสั้นก่อน ดังนี้

6.1.1 การจัดการด้านผลิตภัณฑ์และบริการ (Product)

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และบริการ (Product) ในด้านของชื่อเว็บไซต์ที่ง่ายต่อการจดจำ ความง่ายในการใช้งานเว็บไซต์ (User Interface) และภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ แต่พบปัญหาข้อมูลบนเว็บไซต์เกี่ยวกับหลักการตั้งชื่อน้อยเกินไป ผลลัพธ์จากการค้นหาชื่อดี / การตรวจสอบชื่อให้ข้อมูลไม่เพียงพอ และชื่อที่ได้จากผลลัพธ์จากการตั้งชื่อไม่หลากหลายไม่ทันสมัย เชย เว็บไซต์ www.thaibabyname.com จึงควรปรับปรุงในด้านผลิตภัณฑ์และบริการ (Product) ดังนี้

- เนื่องจากเว็บไซต์ในรูปแบบปัจจุบันได้ใช้มาเป็นระยะเวลา 2 ปีแล้ว เว็บไซต์ www.thaibabyname.com จึงควรเปลี่ยนแปลงรูปแบบให้มีความทันสมัย ปรับรูปแบบจากเว็บไซต์สำหรับเด็กให้เป็นเว็บไซต์สำหรับครอบครัว โดยผสมผสานความเป็นเว็บไซต์ครอบครัวกับโหราศาสตร์อย่างกลมกลืน และง่ายต่อการบริการจัดการเว็บไซต์ องค์กรที่ดีควรคงแนวคิดการออกแบบเว็บไซต์ให้ง่ายต่อการใช้งาน เนื่องจากกลุ่มลูกค้าเดิมมีความพึงพอใจมากในความง่ายในการใช้งานเว็บไซต์ (User Interface) อีกทั้งกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ใช้ปัจจัยความยากง่ายในการใช้งานเว็บไซต์เป็นปัจจัยในการตัดสินใจใช้บริการ

- พฤติกรรมของกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่มีการเข้าชมเว็บไซต์โหราศาสตร์ต่อเดือนไม่บ่อย และมีจุดประสงค์ในการเข้ามาหาข้อมูลเฉพาะอย่าง เช่น ฤกษ์ยาม การตั้งชื่อ ฯลฯ ดังนั้นเว็บไซต์ www.thaibabyname.com จึงควรที่จะแสดงให้เห็นถึงข้อมูลของบริการที่ชัดเจน ครบถ้วน สามารถเข้าใจง่ายและมีความถูกต้อง เพื่อสร้างการรู้จัก และเกิดความรู้ในตัวบริการ เพราะลูกค้าจะมีโอกาสน้อยที่จะเข้ามายังเว็บไซต์ซ้ำอีก หากไม่เกิดความประทับใจ หรือไม่ได้ข้อมูลตรงตามที่ต้องการ

- กลุ่มลูกค้าเดิมไม่พึงพอใจกับปัญหาข้อมูลบนเว็บไซต์เกี่ยวกับการตั้งชื่อ มีน้อยเกินไป ชื่อที่ได้รับจากผลลัพธ์จากการตั้งชื่อไม่หลากหลาย ไม่ทันสมัย และเชย ซึ่งบริการเหล่านี้เป็นบริการเสริมที่ไม่คิดค่าใช้จ่ายกับลูกค้า แต่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้า เนื่องจากเกี่ยวข้องกับความน่าเชื่อถือของข้อมูลบนเว็บไซต์ อีกทั้งยังเป็นบริการที่ลูกค้ามีความต้องการสูง ดังนั้นเว็บไซต์ www.thaibabyname.com จึงควรเพิ่มข้อมูลเกี่ยวกับการตั้งชื่อ และปรับปรุงฐานข้อมูลชื่อดีให้มีความทันสมัย และเพิ่มชื่อในฐานข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ และภาพลักษณ์ที่ดีให้กับเว็บไซต์

- กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับผลลัพธ์ของบริการ เช่น ชื่อที่ตั้ง รายละเอียดคำทำนายดวงชะตา ร่องลงมาจากความน่าเชื่อถือของข้อมูลบนเว็บไซต์ ดังนั้นเว็บไซต์ www.thaibabyname.com จึงควรแสดงให้เห็นถึง รายละเอียด และความแตกต่างของบริการที่ลูกค้าจะได้รับหากใช้บริการของเว็บไซต์ www.thaibabyname.com เปรียบเทียบกับคู่แข่งอื่น ทั้งนี้ควรมีการแสดงผลตัวอย่างของบริการที่จะได้รับ หรือ สามารถดาวน์โหลดตัวอย่างบริการที่จะได้รับด้วย

6.1.2 การจัดการด้านราคา (Price)

จากการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าพบว่า ถึงแม้กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ของเว็บไซต์ www.thaibabyname.com จะไม่ได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคามากนัก แต่พบว่ากลุ่มลูกค้าที่เคยใช้บริการ และได้รับการบริการแล้วมีความพึงพอใจน้อยที่สุดต่ออัตราค่าบริการในการตั้งชื่อ – เปลี่ยนชื่อเทียบกับเว็บไซต์อื่น และเห็นว่าอัตราค่าบริการในการตั้งชื่อ – เปลี่ยนชื่อเทียบกับเว็บไซต์อื่นแพงเกินไป แสดงให้เห็นถึงคุณภาพของบริการที่ได้รับยังไม่เหมาะสมกับราคาที่ลูกค้าจะได้รับ หลังจากการปรับปรุงการจัดการด้านผลิตภัณฑ์และบริการ (Product) แล้ว โดยอาจมีการกำหนดราคาเพื่อส่งเสริมการตลาด (Promotional Pricing) เช่น ราคาแบบ Package สำหรับครอบครัวที่ต้องการเปลี่ยนชื่อมากกว่า 1 คำตั้งชื่อ การลดราคาสำหรับผู้ชำระเงินภายใน 2 วัน หลังจากตั้งชื่อบริการ เป็นต้น

6.1.3 การจัดการด้านช่องทางการบริการ (Place)

เว็บไซต์ www.thaibabyname.com มีปัญหาการจัดการด้านช่องทางการบริการที่เป็นสาเหตุหนึ่งของการยกเลิกการตั้งชื่อบริการ ดังนั้นเว็บไซต์ www.thaibabyname.com จึงควรปรับปรุงในด้านช่องทางการบริการ (Place) ดังนี้

- การปรับเปลี่ยนรูปแบบการส่งมอบบริการ กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่มีความต้องการเอกสารการตั้งชื่อผ่านทาง E-mail ดังนั้นเว็บไซต์ www.thaibabyname.com จึงควรลดช่องทางการส่งมอบบริการให้เหลือเพียงช่องทางเดียวคือผ่าน E-mail เนื่องจากการส่งมอบกรณีจัดส่ง

ทางไปรษณีย์เป็นช่องทางที่ไม่ก่อให้เกิดกำไรแก่เว็บไซต์ อีกทั้งเพิ่มต้นทุนในการจัดส่งมากกว่าที่เรียกเก็บจากลูกค้า

- ปัจจุบันกระบวนการตั้งชื่อจะใช้ระยะเวลาประมาณ 1 – 3 ชั่วโมงต่อลูกค้า 1 รายนั้นหมายถึงกรณีที่มีลูกค้าเป็นไปตามวัตถุประสงค์ทางการตลาดที่วางไว้ อาจจะต้องใช้เวลาในการดำเนินการถึง 8 ชั่วโมงต่อวัน เพื่อลดกระบวนการทำงานให้มีความรวดเร็วเพิ่มมากขึ้น เว็บไซต์ www.thaibabynome.com จึงควรพัฒนาระบบการให้บริการ เช่น โปรแกรมตั้งชื่ออัตโนมัติ สำหรับใช้ภายในองค์กร ร่วมกับระบบ Online Back Office ที่ใช้อยู่ในปัจจุบันให้เป็นระบบออนไลน์ทั้งหมด และพัฒนาให้มีความยืดหยุ่น และรองรับการใช้งานได้มากขึ้น เพื่อลดระยะเวลาการทำงานลงให้สอดคล้องกับทรัพยากรบุคคล และเวลาที่มีอยู่อย่างจำกัด

6.1.4 การจัดการด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

การจัดการด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นส่วนประสมทางการตลาดที่เว็บไซต์ www.thaibabynome.com ขาดทรัพยากรในการจัดทำอย่างต่อเนื่อง ส่งผลกระทบต่อการดำเนินการส่วนอื่น ๆ ดังนั้นเว็บไซต์ www.thaibabynome.com จึงควรปรับปรุงในด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ดังนี้

- การสื่อสารโดยใช้บุคคล (Personal Selling) ควรมีการนำเสนอการบอกกล่าวประสบการณ์ที่ดีของกลุ่มลูกค้าที่เคยใช้บริการ และได้รับความพึงพอใจจากการใช้บริการ (Testimonial) ซึ่งเป็นแหล่งอ้างอิงที่ดี เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่กลุ่มลูกค้ามุ่งหวังได้

- การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) ถึงแม้ที่ผ่านมาเว็บไซต์ www.thaibabynome.com จะมีการทำการประชาสัมพันธ์ แต่ก็ยังเป็นการประชาสัมพันธ์ในเชิงรับ และเป็นการประชาสัมพันธ์จากบุคคลภายนอก เว็บไซต์ www.thaibabynome.com ควรทำการประชาสัมพันธ์ในเชิงรุก โดยแบ่งเป็นการประชาสัมพันธ์แบบ Online และแบบ Offline

การประชาสัมพันธ์แบบ Online อาทิเช่น กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ได้เคยแนะนำเว็บไซต์ให้กับผู้ที่รู้จัก และมีกลุ่มลูกค้าส่วนหนึ่งรู้จักเว็บไซต์ผ่านทาง E-mail แนะนำเว็บไซต์จากผู้ที่รู้จัก แสดงให้เห็นประสิทธิภาพของการสื่อสารแบบปากต่อปาก (Word of Mouth) ดังนั้นเว็บไซต์ www.thaibabynome.com จึงควรพัฒนาช่องทางดังกล่าวให้มีความน่าสนใจมากขึ้น และแตกต่างจากคู่แข่ง เช่น มีบริการแนะนำเว็บไซต์ในรูปแบบของ E-Postcard เป็นต้น ทั้งนี้รูปแบบการแนะนำที่มีความเป็นส่วนตัวสูงจะมีประสิทธิภาพ และอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ได้รับการแนะนำมากขึ้น

สำหรับการประชาสัมพันธ์ผ่าน Search Engine ซึ่งเป็นช่องทางที่กลุ่มลูกค้าใช้ในการค้นหาข้อมูลเพื่อเข้ามายังเว็บไซต์มากที่สุด รองจากการพิมพ์ URL เว็บไซต์โดยตรง

นั้น เว็บไซต์ www.thaibabyname.com มีข้อได้เปรียบโดยสามารถขึ้นเป็นอันดับที่ 1 จากคีย์เวิร์ด “ตั้งชื่อลูก” “ตั้งชื่อเด็ก” และ “หลักการตั้งชื่อ” ทั้งนี้ควรที่จะพยายามทำ Search Engine Optimization (SEO) เพื่อให้คีย์เวิร์ด “ตั้งชื่อ” และ “เปลี่ยนชื่อ” ขึ้นอันดับ 1 ใน 20 เช่นเดียวกัน โดยการใช้เทคนิคในการออกแบบเว็บไซต์เพื่อให้สอดคล้องกับเงื่อนไข (Algorithm) ของ Search Engine นั้น ๆ การใช้ Title Tag Meta Tag และ Keyword ที่เหมาะสม และทำการลงทะเบียนเว็บไซต์ไปยัง Search Engine ต่าง ๆ ทุก ๆ 3 - 6 เดือน จะช่วยให้เว็บไซต์คงอยู่ในอันดับต้น ๆ ในการค้นหา และมีผู้เข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์มากขึ้น

การประชาสัมพันธ์แบบ Offline อาทิเช่น การจัดทำข่าวแจก (Press Release) ไปยังหนังสือพิมพ์ นิตยสาร และเว็บไซต์ที่มีคอลัมน์ หรือเรื่องราวเกี่ยวกับเว็บไซต์ หรือสารระสำหรับครอบครัว เพื่อเผยแพร่ความรู้ แนะนำเว็บไซต์ และประชาสัมพันธ์รูปแบบการให้บริการใหม่ ๆ ของเว็บไซต์ จะเป็นการประชาสัมพันธ์ได้อย่างกว้างขวาง นอกจากนั้นการแบ่งเงินรายได้จำนวนหนึ่งเพื่อบริจาคเป็นการกุศลจะเป็นกิจกรรมเพื่อสังคมที่ช่วยให้ลูกค้ารู้สึกมีส่วนร่วม กับเว็บไซต์ และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่เว็บไซต์เป็นอย่างดี

- การโฆษณา (Advertising) ในการดำเนินการโฆษณานั้นเป็นกิจกรรมการส่งเสริมการตลาดที่ต้องใช้งบประมาณสูง อีกทั้งเว็บไซต์ www.thaibabyname.com ไม่ได้มีงบประมาณจำนวนมากจึงไม่จำเป็นที่จะลงทุนโฆษณาในสื่อที่มีราคาแพง ดังนั้นในระยะสั้นควรเลือกการโฆษณาแบบแลกเปลี่ยนแบนเนอร์ (Banner Exchange) กับเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง เช่น เว็บไซต์เกี่ยวกับเด็ก หรือครอบครัว และการแลกเปลี่ยนแบนเนอร์ผ่านระบบเครือข่ายแบนเนอร์ (Link Banner Exchange Network) เช่น www.thaile.com เป็นต้น

นอกจากนี้ที่ผ่านมามีเว็บไซต์ www.thaibabyname.com ไม่ได้มีการใช้ตราสัญลักษณ์ (Logo) ที่เป็นมาตรฐาน ดังนั้นเว็บไซต์ www.thaibabyname.com จึงควรมีการออกแบบตราสัญลักษณ์ของเว็บไซต์ เพื่อเป็นประโยชน์ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในอนาคต และสร้างการจดจำของลูกค้านอกจากชื่อเว็บไซต์

- การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) เป็นองค์ประกอบหนึ่งที่จะช่วยเสริม และสนับสนุนการขาย ซึ่งเป็นการกระตุ้นให้ลูกค้าตัดสินใจใช้บริการเร็วขึ้น โดยการส่งเสริมการตลาดที่กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญ ได้แก่ การรับประกันความพึงพอใจ การบริการก่อน-หลังการขาย และตัวอย่างบริการที่จะได้รับ เป็น 3 อันดับแรก จากประสบการณ์ที่ผ่านมาพบว่า การลดราคาเป็นเทคนิคที่ไม่ประสบความสำเร็จสำหรับเว็บไซต์ www.thaibabyname.com ดังนั้นเว็บไซต์ www.thaibabyname.com ควรเลือกสร้างความสนใจให้กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง และสร้างประสบการณ์ให้กับลูกค้า อาทิเช่น การเปิดทดลองให้ใช้ฟรีเมื่อมีการออกรูปแบบการ

ให้บริการใหม่ การนำชื่อใหม่ที่ไม่มีในฐานข้อมูลมาแลกบริการฟรี การให้ข้อมูลและเทคนิคเกี่ยวกับการตั้งชื่อฟรี และการรับประกันความพึงพอใจด้วยการคืนเงินค่าบริการให้

- การตลาดทางตรง (Direct Marketing) การใช้ E-mail Marketing จาก การเก็บข้อมูล E-mail ของลูกค้าทั้งกลุ่มลูกค้าผู้ใช้บริการ และกลุ่มผู้เข้าชมเว็บไซต์ ทำให้ เว็บไซต์ www.thaibabynome.com มีฐานข้อมูล E-mail ลูกค้าประมาณ 4,500 ราย สามารถที่จะ นำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ข้อมูล หรือบริการใหม่ของเว็บไซต์ผ่านทาง E-mail เหล่านี้ แต่ จะต้องทำระบบให้ลูกค้าสามารถแจ้งยกเลิกการรับ E-mail ได้เพื่อป้องกันความไม่พอใจจากการ เข้าใจว่าเป็น Spam Mail ด้วย

- การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship Management) บริการตั้งชื่อ – เปลี่ยนชื่อ เป็นบริการที่มีโอกาสการซื้อซ้ำต่ำ และใช้เวลานานกว่าจะเกิดการซื้อซ้ำอีกครั้ง แต่กลุ่มลูกค้าที่พึงพอใจกับบริการเหล่านี้จะเป็นกลุ่มอ้างอิงที่มีอิทธิพล ต่อการตัดสินใจซื้อของกลุ่มลูกค้ามุ่งหวัง ดังนั้นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าจึงเป็นสิ่งสำคัญ ในเบื้องต้นเว็บไซต์ www.thaibabynome.com ควรจัดโปรแกรมในการดูแลลูกค้า ผ่านทาง ฐานข้อมูลลูกค้า และฐานข้อมูล E-mail ทั้งกลุ่มลูกค้าที่ชำระค่าบริการ กลุ่มลูกค้าที่ยกเลิกคำสั่งซื้อ และกลุ่มผู้เข้าชมเว็บไซต์ โดยกำหนดกลยุทธ์ให้เหมาะสม โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าที่ชำระ ค่าบริการ เพราะกลุ่มเหล่านี้ย่อมมีความพึงพอใจต่อบริการของเว็บไซต์ และนำไปสู่การแนะนำ แบบปากต่อปาก สำหรับกิจกรรมในการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า อาทิเช่น การส่ง E-Card ไป ให้ลูกค้าในโอกาสพิเศษ การให้ทดลองใช้ฟรีเมื่อมีการออกรูปแบบการให้บริการใหม่

ส่วนที่ 6.2 ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) สำหรับแผนระยะยาว

นอกจากการแก้ไขปัญหาระยะสั้นแล้ว การทำการตลาดระยะยาวเพื่อการพัฒนาเว็บไซต์ อย่างต่อเนื่องเป็นสิ่งทีเว็บไซต์ www.thaibabynome.com ควรให้ความสำคัญ โดยควรกำหนดส่วน ประสมทางการตลาด (Marketing Mix) สำหรับแผนระยะยาว ดังนี้

6.2.1 การจัดการด้านผลิตภัณฑ์และบริการ (Product)

เนื่องจากบริการตั้งชื่อ – เปลี่ยนชื่อที่มีอยู่ในปัจจุบันจะมีรูปแบบการให้บริการที่ คล้ายกัน เว็บไซต์ www.thaibabynome.com จึงควรสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าหลัก เพื่อ ตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของลูกค้า และควรปรับปรุงบริการเสริมที่มีอยู่แล้ว ให้ สามารถสร้างความน่าเชื่อถือให้กับเว็บไซต์ ทั้งนี้โดยดำเนินการดังนี้

- ความน่าเชื่อถือของข้อมูลบนเว็บไซต์ และภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือ ของเว็บไซต์ เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญในการตัดสินใจใช้บริการอย่างมาก ดังนั้นควรมีการ

ตรวจสอบข้อมูลความถูกต้อง มีการปรับปรุงแก้ไขให้ทันสมัยอยู่เสมอ และหากข้อมูลมีแหล่งอ้างอิง ควรจะระบุด้วย เพื่อเป็นหลักฐานแหล่งที่มาของข้อมูล นอกจากนี้ในส่วนของข้อมูลแล้ว เว็บไซต์ www.thaibabynome.com ยังสามารถเพิ่มความน่าเชื่อถือได้อีก โดยการขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กับสำนักทะเบียนธุรกิจ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า เพื่อแสดงต่อลูกค้าว่าเป็นผู้ประกอบการที่มีตัวตนจริง

- การพัฒนารูปแบบการให้บริการใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ลูกค้าสามารถเลือกใช้บริการที่ตรงกับความต้องการมากที่สุด เว็บไซต์ www.thaibabynome.com ควรพัฒนารูปแบบการให้บริการที่มีความแตกต่างจากเว็บไซต์คู่แข่งซึ่งส่วนใหญ่จะคล้ายคลึงกัน โดยมุ่งเน้นการให้บริการที่สามารถตอบสนองความต้องการเฉพาะรายของลูกค้า และสร้างความพึงพอใจให้ได้มากที่สุด โดยให้ลูกค้าแต่ละคนสามารถเลือกทางเลือกที่สนองความต้องการได้ด้วยตนเองได้ด้วยระบบโปรแกรมอัตโนมัติ เช่น ระบบการค้นหาชื่อที่มีความละเอียดสูง ระบบการตั้งชื่ออัตโนมัติ เป็นต้น ซึ่งจะเป็นการเพิ่มคุณค่าให้กับบริการอีกทางหนึ่งด้วย

- การผนวกสินค้าบริการภายนอกอื่น ๆ เพื่อเสนอขายรวมกันเป็น Package เว็บไซต์ www.thaibabynome.com จึงควรออกสำรวจเว็บไซต์ที่ให้บริการ หรือขายสินค้าเกี่ยวกับเด็ก หรือโหราศาสตร์แขนงอื่น ๆ เพื่อสร้างพันธมิตรและประสานความร่วมมือเพื่อจัดทำเป็น Package อันจะทำให้บริการของเว็บไซต์ www.thaibabynome.com และพันธมิตรมีความคุ้มค่ามากขึ้น และยังเป็นการสร้างรูปแบบการให้บริการใหม่ ๆ ให้กับเว็บไซต์อีกด้วย ซึ่งการปรับปรุงพัฒนารูปแบบการให้บริการของเว็บไซต์ www.thaibabynome.com นี้ นอกจากจะเป็นการเพิ่มคุณค่าให้กับบริการแล้ว ยังสามารถนำไปสู่การเพิ่มราคาให้กับบริการได้อีกด้วย

- กรณีตลาดอิมตัว กล่าวคือ มีตราสินค้า หรือผู้ให้บริการเพิ่มขึ้นในตลาดมากเกินไป เว็บไซต์ www.thaibabynome.com ควรเลือกใช้กลยุทธ์ตราสินค้าหลากหลาย (Multiple-brand Strategy) เพื่อเพิ่มยอดขายในตลาด โดยแยกเป็นเว็บไซต์ใหม่ที่เจาะกลุ่มผู้ที่ต้องการตั้งชื่อ – เปลี่ยนชื่อ แต่มีความต้องการแตกต่างออกไปจากเว็บไซต์ www.thaibabynome.com เช่น กลุ่มที่ต้องการตั้งชื่อด้วยตนเอง หรือ กลุ่มที่สนใจเรื่องโหราศาสตร์มากเป็นพิเศษ เป็นต้น หรือเจาะกลุ่มลูกค้าเฉพาะ (Niche Market) เช่น กลุ่มเพศที่ 3 ที่ต้องการเปลี่ยนชื่อจากชื่อสำหรับเพศชาย เป็นชื่อสำหรับเพศหญิง เป็นต้น ซึ่งจะสามารถทำการตลาดในรูปแบบที่แตกต่าง หรือ รูปแบบที่ไม่ตรงกับแนวความคิดของเว็บไซต์ www.thaibabynome.com ได้ เช่น การนำเสนอแบบเชิงลบให้กับลูกค้า เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อเป็นการรักษาภาพลักษณ์ และแนวคิดทางการตลาดโดยรวมของเว็บไซต์ www.thaibabynome.com ไว้

6.2.2 การจัดการด้านราคา (Price)

ราคาเป็นเกณฑ์ขั้นต่ำที่ลูกค้าใช้ในการกำหนดคุณภาพของบริการซึ่งจะนำมาเปรียบเทียบกับคุณค่าของบริการที่จะได้รับว่าเหมาะสมหรือไม่ เว็บไซต์ www.thaibabyname.com จึงควรสร้างคุณค่าในสายตาของผู้บริโภค (Customer Value) ซึ่งมีผลต่อความพึงพอใจในใช้บริการ ทั้งนี้โดยดำเนินการดังนี้

- การกำหนดการบริการให้เป็นมาตรฐานทั้งก่อนเข้ารับบริการ ขณะรับบริการ และหลังการรับบริการ เว็บไซต์ www.thaibabyname.com จึงควรให้ความสำคัญ และใส่ใจกับลูกค้าในทุกขั้นตอนของบริการ เช่น การให้ข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วน ระบบคำสั่งซื้อที่ง่าย ข้อมูลและรายละเอียดของชื่อที่ลูกค้าได้รับถูกต้องตามคำสั่งซื้อ และให้คำแนะนำเพิ่มเติมหลังการขาย เป็นต้น เพื่อรักษาระดับคุณค่าในสายตาของผู้บริโภค (Customer Value)

- การกำหนดราคาเพื่อลดความไม่มั่นใจของลูกค้า จากการที่ลูกค้าประเมินคุณภาพของการบริการตั้งชื่อได้ยาก จึงอาจเกิดความลังเลใจ และไม่มีความเชื่อมั่นในการใช้บริการ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการไม่ใช้บริการ รวมถึงการยกเลิกคำสั่งซื้อบริการอีกด้วย ดังนั้นเว็บไซต์ www.thaibabyname.com จึงควรกำหนดราคาเพื่อลดความไม่มั่นใจของลูกค้า อาทิเช่น การรับประกันความพึงพอใจ หากไม่พอใจในชื่อที่ตั้งให้จะยินดีคืนเงิน หรือจะให้บริการจนกว่าจะพอใจ หรือ การตั้งราคาตามบริการที่ได้รับ หากต้องการชื่อมากกว่าปกติ หรือต้องการใช้ศาสตร์ในการตั้งชื่อขั้นสูงก็จะมีค่าบริการเพิ่มจากราคาพื้นฐาน นอกจากนี้จะสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าแล้ว ยังสร้างความแตกต่างในการให้บริการจากคู่แข่งอีกด้วย

6.2.3 การจัดการด้านช่องทางการบริการ (Place)

ข้อได้เปรียบของการให้บริการผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต คือเป็นธุรกิจที่สามารถส่งมอบสินค้าที่ไม่สามารถจับต้องได้ภายในระยะเวลาอันรวดเร็ว และมีต้นทุนต่ำ เว็บไซต์ www.thaibabyname.com จึงควรที่จะปรับรูปแบบการให้บริการให้สอดคล้องกับข้อได้เปรียบดังกล่าว ทั้งนี้โดยดำเนินการดังนี้

- เพื่อช่วยลดความเสี่ยงในการยกเลิกคำสั่งซื้อขณะที่ยังไม่ได้ชำระค่าบริการ เว็บไซต์ www.thaibabyname.com จึงควรเพิ่มช่องทางการชำระค่าบริการผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต ได้แก่ การชำระค่าบริการผ่านทางบัตรเครดิต (Credit Card) และระบบกระเป๋าเงินออนไลน์ (E-Wallet) ซึ่งปัจจุบันมีเว็บไซต์ที่ให้บริการดังกล่าวเพิ่มมากขึ้น และมีการเก็บค่าธรรมเนียมในการใช้บริการในอัตราที่ต่ำ จะช่วยเพิ่มความสะดวกและรวดเร็วในการชำระค่าบริการ ซึ่งการให้บริการเสริมดังกล่าวจะส่งผลถึงการรับรู้ของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการโดยรวมของเว็บไซต์อีกด้วย เพราะกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับความน่าเชื่อถือของการ

ชำระค่าบริการ และความสะดวกสบายในการชำระค่าบริการ จะเห็นได้จากเว็บไซต์ www.thaibabynome.com และคู่แข่งเลือกใช้การชำระค่าบริการผ่านทางธนาคาร แต่ยังไม่มีการมีเว็บไซต์ ผู้ให้บริการตั้งชื่อ - เปลี่ยนชื่อรายได้นาระบบทางการชำระค่าบริการผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ตมาใช้

- เพื่อลดระยะเวลาการทำงานให้มีความรวดเร็วมากขึ้น ควรพัฒนาระบบการส่งมอบบริการให้กับลูกค้าเป็นระบบออนไลน์ โดยการให้ Username และ Password เพื่อเข้าสู่ระบบการรับซื้อที่ตั้งไว้ ผ่านทาง E-mail และ SMS ซึ่งลูกค้าสามารถพิมพ์รายงานผ่านทางหน้าเว็บเบราว์เซอร์ (Web Browser) ได้ การบริหารจัดการดังกล่าวสามารถลดระยะเวลาการทำงานได้เป็นอย่างมาก โดยคาดว่าจะใช้เวลาในการบริการลูกค้าต่อรายไม่เกิน 30 นาที

- การเพิ่มช่องทางการติดต่อกับลูกค้า เนื่องจากเว็บไซต์เป็นธุรกิจที่ไม่มีภาพลักษณ์ที่เป็นรูปธรรม (Physical Evidence) ความสะดวกในการติดต่อกับผู้ให้บริการจึงมีส่วนในการสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าได้ ดังนั้นเว็บไซต์ www.thaibabynome.com จึงควรเพิ่มช่องทางการติดต่อกับผู้ให้บริการให้มากขึ้นนอกเหนือจากการติดต่อทาง E-mail เพียงช่องทางเดียวดังที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน โดยการเพิ่มระบบ Web Board เพื่อให้ลูกค้าสามารถติดต่อสอบถามข้อมูล หรือแสดงความคิดเห็นได้ หรือการเพิ่มการติดต่อทาง Instant Message เช่น MSN Messenger ฯลฯ เพื่อการติดต่อ 2 ทางแบบทันที แต่ทั้งนี้ช่องทาง Web Board เป็นช่องทางที่ต้องได้รับการดูแลอย่างใกล้ชิด เพราะนอกจากจะมีการประกาศโฆษณาที่สร้างความรำคาญแก่ลูกค้าแล้ว การแสดงความคิดเห็นเชิงลบอาจส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของลูกค้ารายอื่นได้เช่นเดียวกัน

6.2.4 การจัดการด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผ่านมา เว็บไซต์ www.thaibabynome.com ไม่ได้มีการดำเนินการด้านการส่งเสริมการตลาดอย่างชัดเจน และมีการทำการส่งเสริมการตลาดที่ไม่สอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้าทำให้ไม่ได้ผลตามที่ต้องการ ดังนั้นเพื่อให้การดำเนินการด้านการตลาดเป็นไปอย่างสมบูรณ์ เว็บไซต์ www.thaibabynome.com ควรเสริมกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดโดยดำเนินการดังนี้

- การสื่อสารโดยใช้บุคคล (Personal Selling) เนื่องจากลักษณะของการค้าแบบอิเล็กทรอนิกส์ไม่มีพนักงานขายคอยแนะนำลูกค้า ดังนั้นการเพิ่มช่องทางการติดต่อโดยใช้ Instant Message เช่น MSN Messenger ฯลฯ จะช่วยเพิ่มรูปแบบการขายโดยพนักงานขายได้ อีกช่องทางหนึ่ง ซึ่งการสื่อสาร 2 ทางนี้จะช่วยให้เปิดโอกาสในการได้เรียนรู้ และศึกษาเกี่ยวกับตัวลูกค้า และคำถามหรือข้อสงสัยของลูกค้าก็จะได้รับการตอบให้กระจ่างโดยทันที ช่วยเพิ่มโอกาสการขายให้เพิ่มมากขึ้น

- การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) เว็บไซต์

www.thaibabyname.com ควรทำการประชาสัมพันธ์ในเชิงรุกอย่างต่อเนื่อง โดยเน้นการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าโดยตรง เช่น การเข้าไปตอบคำถามเกี่ยวกับการตั้งชื่อ หรือแนะนำเว็บไซต์ผ่านทางเว็บบอร์ดต่าง ๆ ที่มีผู้สนใจในเรื่องของการตั้งชื่อ หรือต้องการใช้ชื่อ เป็นอีกวิธีในการประชาสัมพันธ์ แต่การแนะนำเว็บไซต์ด้วยวิธีดังกล่าวควรทำเป็นระยะที่ห่างกัน และเป็นในรูปแบบของบทความ หรือการให้ข้อมูล ก่อนจึงลงท้ายด้วย URL ของเว็บไซต์ เพื่อลดความรู้สึกการเป็นการโฆษณาเว็บไซต์มากเกินไป ซึ่งส่งผลในแง่ลบให้แก่เว็บไซต์มากกว่า

- การโฆษณา (Advertising) ในการดำเนินการโฆษณานั้นควรเป็นการโฆษณาในระยะสั้นโดยเลือกสื่อแบบ Online ที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด เช่น เว็บไซต์ www.maama.com ซึ่งเป็นเว็บไซต์สำหรับคุณแม่ทันสมัย เว็บไซต์ www.payakorn.com ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่มีผู้เข้าชมจำนวนมากและไม่ได้มีบริการตั้งชื่อ – เปลี่ยนชื่อ เป็นต้น ทั้งนี้การโฆษณาระยะสั้นควรควบคู่ไปกับการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายต่าง ๆ หรือการให้ความรู้เกี่ยวกับบริการใหม่ (Product Knowledge) ของเว็บไซต์

- การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) เพื่อเพิ่มยอดขายให้มากขึ้น เว็บไซต์ www.thaibabyname.com ควรมีการพัฒนาระบบ Affiliate Program เพื่อการสร้างลูกค้าออนไลน์ (E-Partner) และกระจายการขายออกไปในวงกว้าง ทั้งนี้ควรมีการพัฒนารูปแบบให้แตกต่างจากผู้ให้บริการรายอื่นที่ส่วนใหญ่เป็นรูปแบบของแบนเนอร์ อาทิเช่น การออกแบบเป็นโปรแกรมที่ลูกค้าสามารถนำไปติดตั้งได้ง่าย และลูกค้าสามารถใช้บริการผ่านทางเว็บไซต์ของลูกค้าได้ทันที เช่น แบบฟอร์มระบบค้นหาชื่อดีบนหน้าเว็บไซต์ลูกค้า เป็นต้น

- การตลาดทางตรง (Direct Marketing) นอกจากการทำ E-marketing เพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของเว็บไซต์แล้ว เว็บไซต์ www.thaibabyname.com ควรเพิ่มการจัดทำวารสารอิเล็กทรอนิกส์ (E-Zine) ขึ้น เพื่อจัดส่งให้กับลูกค้าที่ได้ลงทะเบียนไว้ ซึ่งสามารถช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือ (Reliability) การจดจำในตราสินค้า (Brand Remind) และการกลับเข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์อีกครั้ง (Repeat Visiting) ของลูกค้า โดยเนื้อหาของวารสารอิเล็กทรอนิกส์ (E-Zine) ควรเป็นการให้ความรู้เกี่ยวกับการตั้งชื่อ – เปลี่ยนชื่อ มากกว่าการเน้นการขายมากเกินไป

- การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship Management) ในระยะยาว เว็บไซต์ www.thaibabyname.com ควรมีการเก็บข้อมูลลูกค้าเพิ่มเติม พร้อมทั้งจัดทำฐานข้อมูลลูกค้า (Customer Database) เพื่อแบ่งระดับลูกค้า และนำเสนอผลประโยชน์เฉพาะกลุ่มที่แตกต่างกัน เช่น การให้ส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าที่กลับมาใช้บริการอีกครั้ง การจัดส่งค่านายโฆชะดารายปีไปให้กับลูกค้าแต่ละราย เป็นต้น อย่างไรก็ตามควรมีการ

ประเมินผล ปรับปรุงข้อมูล และปรับเปลี่ยนกลยุทธ์อยู่เสมอ เพราะอาจสูญเสียโอกาสกับกลุ่มลูกค้าที่ไม่ได้ก่อให้เกิดกำไรระยะยาว เช่น กลุ่มที่ไม่ได้เป็นกลุ่มเป้าหมายที่แท้จริง หรือกลุ่มที่ชอบเรียกร้องบริการเพิ่มเติมมากเกินไป เป็นต้น

ส่วนที่ 7 การปฏิบัติ และควบคุม (Implementation and Control)

เมื่อกำหนดกลยุทธ์ และส่วนประสมทางการตลาดต่าง ๆ แล้ว สามารถกำหนดเป็นแผนการปฏิบัติการระยะสั้น และระยะยาว ดังนี้

ตารางที่ 38 แสดงแผนปฏิบัติการระยะสั้นในปีที่ 1

กิจกรรม	ระยะเวลา (เดือน – ปีที่ 1)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
ปรับปรุงรูปแบบเว็บไซต์												
ปรับปรุงฐานข้อมูลข้อดีสำหรับการค้นหา												
พัฒนากระบวนการให้บริการเป็นระบบออนไลน์												
จัดทำ Search Engine Optimization (SEO)												
แจกข่าว (Press Release) ให้สื่อ												
การบริจาครายได้ส่วนหนึ่งเข้าการกุศล												
แลกเปลี่ยนแบนเนอร์ (Banner Exchange)												
จัดทำโปรโมชั่นส่งเสริมการขาย (Sales Promotion)												
ส่งข่าวสารประชาสัมพันธ์ผ่าน E-mail												
พัฒนาระบบ CRM												

ตอบคำถาม หรือแนะนำเกี่ยวกับการตั้งชื่อ ผ่านทางเว็บบอร์ดของเว็บไซต์อื่น																				
โฆษณา Online ผ่านเว็บไซต์อื่น																				
จัดทำวารสารอิเล็กทรอนิกส์ (E-Zine)																				
จัดทำฐานข้อมูลลูกค้า (Customer Database)																				
จัดทำระบบ Affiliate Program																				

แผนการตลาดที่ดีจะมีประสิทธิภาพน้อยมากหากไม่สามารถประยุกต์เข้ากับธุรกิจได้อย่างถูกต้อง ดังนั้นเมื่อนำแผนการตลาดไปปฏิบัติ หากเกิดปัญหาขึ้นในการปฏิบัติ ผู้บริหารเว็บไซต์ www.thaibabynamename.com จะต้องตระหนักถึงปัญหา และทำการตรวจสอบปัญหาว่าเกิดขึ้นอย่างไร และจะแก้ไขได้อย่างไร ทั้งนี้การพิจารณาปัญหาจะต้องทำการประเมินเป็นลำดับขั้นตั้งแต่ระดับปฏิบัติจนถึงระดับนโยบาย

เพื่อทำการควบคุมกิจกรรมทางการตลาดให้บรรลุวัตถุประสงค์ ผู้บริหารเว็บไซต์ www.thaibabynamename.com ควรจะใช้เครื่องมือในการตรวจสอบแผนการปฏิบัติ ดังนี้

- การวิเคราะห์ยอดขาย
- การวิเคราะห์ส่วนครองตลาด เนื่องจากไม่มีการวิเคราะห์ขนาดของตลาดที่ชัดเจน อาจจะทำให้การวัดส่วนครองตลาดเทียบกับผู้นำตลาด
- การวิเคราะห์ค่าใช้จ่ายทางการตลาดต่อยอดขาย
- การวิเคราะห์อัตรการยกเลิกบริการต่อยอดขาย
- การวิเคราะห์ประสิทธิภาพทางการตลาด เช่น ผลของการส่งเสริมการขาย ฯลฯ

จากนั้นจึงทำการทบทวนความสัมฤทธิ์ผลทางการตลาด หากพบข้อบกพร่องจะต้องทำการตรวจสอบทางการตลาดอย่างละเอียดถี่ถ้วน ซึ่งจะต้องนำผลที่ได้มาปรับปรุงแก้ไขแผนการตลาดที่วางไว้ ในการตรวจสอบทางการตลาดนั้นควรทำเป็นรายเดือน รายไตรมาส และรายปีเพื่อการควบคุมแผนการตลาดให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด โดยมีการกำหนดตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน (Key Performance Indicator - KPI) ในการวัดความสัมฤทธิ์ผลจากการดำเนินงานในแต่ละด้านด้วย เช่น ยอดขายจริงเปรียบเทียบกับเป้าหมายยอดขายไม่ต่ำกว่า 80% อัตรการยกเลิกบริการต่อยอดขายไม่เกิน 25% เป็นต้น