

การตลาด อสังหา4G



สุเมธ สุขมงคล
กรรมการบริหาร
บริษัท เซนจ์ เอเอสเค จำกัด

สร้างแฟนคลับ ด้วยเฟซบุ๊ก แฟนเพจ

จากอดีตจนถึงปัจจุบัน บริษัทอสังหาที่ต้องการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าในโลกออนไลน์จะใช้วิธีการจัดทำเว็บไซต์ของบริษัทขึ้นมา และบริษัทก็ไปโมทเผยแพร่การขายสินค้าของบริษัทผ่านทางเว็บไซต์ แต่อย่างที่ผมบอกมาแล้วในบทนี้ครับว่าลูกค้ายุคใหม่มีวิถี Engagement กับบริษัทขายสินค้าเปลี่ยนไปมาก ลูกค้ามองการค้นหาข้อมูลทางโลกออนไลน์เป็นทั้งสาระและความบันเทิง โดยจะเน้นการค้นหาเรื่องราวที่สนใจทาง Google และแสวงหาความบันเทิง ฟุดคุย แชร์ประสบการณ์ หาข่าวสารใหม่ๆ ทาง Facebook แบบไม่เคย Log Out ออกเลย เรียกว่า เมื่อลืมหืมตาตื่นขึ้นมาก็เปิด Facebook แล้ว และจะเล่นไปเรื่อยๆ ตามจังหวะความว่างของตนเองจนเข้านอน

ดังนั้น เราจะเห็นว่าพฤติกรรมกรรมการหาข่าวสารของผู้คนเปลี่ยนไป โดยถ้าต้องการรู้เรื่องใดเร่งด่วน ผู้บริโภคหาข้อมูลจาก Google ส่วนถ้าเป็นข่าวสารความเคลื่อนไหวในแวดวงที่ตนเองสนใจ



แบบเป็นประจำก็จะใช้การรับรู้ การติดตามข่าวสารจาก Facebook

ดังนั้น บริษัทอสังหาที่ต้องการเผยแพร่ข้อมูลให้ไปถึงผู้บริโภคคงหลีกเลี่ยงไม่ได้ครับที่จะต้องสร้างแฟนเพจ หรือใช้ช่องทางของ Facebook และ Google ในการเข้าถึงลูกค้ายุคใหม่ ข้อมูลที่จะเผยแพร่ไปในช่องทางดังกล่าวนี้ อย่างที่ผมให้แนวคิดไว้แล้วว่าจะไม่ใช่แบบการโฆษณาโดยตรง แต่จะต้องเป็นการเผยแพร่ในวิธีการเฉพาะของการสร้าง Social Engagement เพื่อให้ลูกค้าหรือผู้ที่ชื่นชอบในสินค้าและบริการของคุณมาเป็นแฟนคลับให้ได้

เพราะฉะนั้น แง่มุมความสัมพันธ์ในการเผยแพร่ข่าวสารจึงคงไม่ใช่เฉพาะมุ่งการขายแต่เพียงอย่างเดียว แต่คงต้องมีรูปแบบที่จะสร้างความสนิทชิดเชื้อให้ลูกค้าวางใจกับบริษัทจนอยากจะให้บริษัทดูแล

ขายสินค้าและบริการให้เขา

วิธีการปฏิบัติตัวเพื่อสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้าใน Facebook Fanpage

1.ให้เวลา

การให้เวลาสำคัญกับการสร้างความไว้วางใจเวลาถือเป็นเครื่องมือสร้างความไว้วางใจระยะยาว เราต้องไม่รีบร้อนทำความเข้าใจ หลักสำคัญคือต้องมีมารยาทและให้เกียรติ การรีบร้อน ขายของ รุกเร้าตั้งแต่ครั้งแรกที่พบ เพราะจะเป็นการสร้าง





ไม่มั่นใจในเจตนา และจนถึงเกิดความรำคาญ บริษัทควรทิ้งระยะในช่วงแรก ให้ข้อมูลแบบที่เป็นประโยชน์ไม่ได้มุ่งเน้นการขาย แต่ใช้ความสม่ำเสมอ กระชับระยะความสัมพันธ์ โดยต้องเน้นการให้ข่าวสารที่สม่ำเสมอ ซึ่งแน่นอนครับ เราจะเห็นการ Engagement ของลูกค้ากับข้อมูลข่าวสารของบริษัทมากขึ้น ดังนั้นความสม่ำเสมอของข่าวสารที่มีประโยชน์ถือเป็นหัวใจสำคัญเรื่องแรกครับ

2. ให้ความสนใจในข้อซักถามของลูกค้าที่เข้ามา

การตอบคำถามพูดคุยกับลูกค้าที่เป็นแฟนเพจของเราถือเป็นหัวใจสำคัญในการสร้างและพัฒนาความสัมพันธ์ การตอบคำถามจะทำให้เกิดบทสนทนา ซึ่งหมายถึงเป็นการสร้างความคุ้นเคย ความสนิท จนมีความผูกพันกัน สนับสนุนกันในระยะยาว

3. จำไว้เสมอลูกค้าเห็นบริษัทตลอดเวลาจาก Social Media

บริษัทต้องระวังให้มากครับกับพฤติกรรมที่คุณทำ เพราะเมื่อคุณมีคนติดตามคุณ ย่อมหมายความว่า เขาจะสนใจข้อมูลของคุณ และสามารถแสวงหาเรื่องใหม่ๆ และเรื่องเก่าๆ ของคุณได้อย่างง่าย ๆ จาก Google เรื่องที่บริษัทโพสต์หรือลูกค้าของคุณโพสต์ รวมทั้งวิธีที่คุณจัดการกับปัญหาที่เกิดขึ้นกับลูกค้า ปิดไม่ได้ใน Social Media ครับ และที่สำคัญธรรมชาติของ Social Media คือเห็น

และติดต่อ หรือตอบโต้เลยจากสิ่งที่เห็น โดยไม่มีการถามครับ ดังนั้น ต้องระลึกไว้เสมอว่า Social Media นั้น กว้างใหญ่ ข้อมูลไม่เคยสูญหายไปไหน ความลับปิดไม่ได้ใน Social Media

4. อย่าไม่เกินจริง หรือโกหก

เพราะคุณสมบัติที่เป็ดกว้างของ Social Media ทำให้ลูกค้ารู้จนได้ ปิดปิดเบือนอย่างไรก็ไม่ผิด การอวดสรรพคุณสร้างความสนใจให้บริษัท และสินค้าของคุณ แบบสร้างความคาดหวังที่เกินความจริงให้กับลูกค้าใน Social Media เป็นเรื่องอันตรายครับ เพราะเมื่อเขาคิดไปแบบคาดหวังสูงแล้ว เวลาเขาพบความจริงว่า ไม่ใช่เลยดังที่คาดหวัง และที่สำคัญไม่นานด้วยครับที่เขาจะพบความจริง เรื่องแบบนี้ถ้าเกิดขึ้นรับรองครับ ความสัมพันธ์ ความเชื่อใจของคุณกับลูกค้า และผู้ที่มีส่วนรู้เห็นเหตุการณ์นั้นใน Social จบเลยครับ

5. มีอะไรร่วมกันมากขึ้น

ผู้เป็นแอดมินของแฟนเพจ ต้องแสวงหาความสนใจใหม่ๆ ของกลุ่มลูกค้า เป้าหมายอยู่เสมอ คุณต้องเลือกเข้าไปอยู่ในกลุ่มสังคมออนไลน์กลุ่มเดียวกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย หรือแม้จะเข้าไปทำกิจกรรมร่วมรณรงค์ กิจกรรมพิเศษทางสังคมออนไลน์ที่เป็นกระแสในด้านดี ที่สังคมวงกว้างยอมรับ เพราะจะทำให้ภาพลักษณ์ของบริษัทมีเรื่องอื่นมากกว่าเรื่องธุรกิจเพียงอย่างเดียว สิ่งนี้จะเปิดโอกาสให้คุณได้แฟนเพจใหม่ๆ

6. มีอะไร Surprise ให้แฟนเพจ

แน่นอนครับการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระยะยาวต้องมีเรื่องนี้ด้วย ในบางโอกาส การ Favour พิเศษให้แฟนเพจ จะเป็นการยกระดับความสัมพันธ์ของบริษัท

กับลูกเพจให้เป็นคนใกล้ชิดกันมากขึ้น จนถึงขั้นช่วยเชียร์สินค้าของบริษัทหรือแก้ตัวแทนให้เลย

7. ชั้นอยู่เมื่อเธอมีปัญหา

เรื่องนี้ก็เป็นเรื่องสำคัญอีกเรื่องหนึ่งที่เดี๋ยวครับ คุณต้องตอบสนองโดยทันที ที่แฟนเพจที่ออนไลน์มาสอบถามข้อสงสัยมีปัญหา แม้ว่าบ่อยๆ เขาจะเพียงสอบถามแต่ไม่ซื้อของ เพราะที่สุุดแล้ว เพื่อนจะคิดถึงเพื่อนก่อนคนอื่นครับ

8. อย่ายึดเยียดการขาย

วิธีที่จะขยายธุรกิจและเพิ่มยอดขายก็คือ เมื่อคุณมีแฟนเพจที่รู้จักกัน รู้ความชอบ ความสนใจของกันและกันแล้ว การขายของเพิ่มไม่ใช่การยัดขายของที่มีอยู่แก่เขา แต่เป็นการแสวงหาความต้องการและพัฒนาต่อยอด เป็นการบริการหาสินค้าใหม่ที่ตอบสนองความต้องการของเขา มาเสนอขายให้กับเขา

9. หาเครือข่ายพันธมิตร

การหาเครือข่ายพันธมิตร เป็นเรื่องสำคัญในการทำธุรกิจแบบสังคมออนไลน์ครับ เพราะการแลกเปลี่ยนความชอบสินค้าและบริการ การซื้อเขาซื้อเรา ในโลกสังคมออนไลน์เป็นเรื่องที่เกิดขึ้นทุกวัน และสำคัญครับกับการที่เราจะพัฒนาเครือข่ายความสัมพันธ์และศักยภาพในการดูแลลูกค้าของเราให้ดีที่สุด

10. เพิ่ม Channel การสื่อสาร

แน่นอนครับ เพื่อสร้างความสะดวกในการติดต่อสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน บริษัทควรเพิ่มช่องทางสัมพันธ์ให้เข้าถึงได้สะดวกและรวดเร็วที่สุดตามความต้องการของลูกค้า ดังนั้น การเตรียมพร้อมในการที่จะมีช่องทางทาง Social Media หลายๆ ช่องทางยอดเยี่ยมเพื่อติดต่อสัมพันธ์กับลูกค้าเป็น

เรื่องจำเป็นต้องดำเนินการครับ

11. สื่อสารตลอดต่อเนื่อง

อย่างที่ผมบอกไว้ตั้งแต่บทต้นๆ ครับ การใช้เวลาในการติดต่อสัมพันธ์แบบต่อเนื่องมีความสำคัญที่จะทำให้ลูกเพจรับรู้ได้ถึงความจริงใจที่เราให้ความสำคัญกับเขา เรื่องนี้เป็นพื้นฐานที่ดีที่จะช่วยเราได้ เวลามีปัญหาเกิดขึ้นครับเพราะความเสมอต้นเสมอปลายของเรา แสดงว่าเรามีความจริงใจ

12. คุณคือคนแรกที่ได้ใช้

สุดท้าย การให้ลูกค้ารู้ว่าเขาสำคัญที่สุดมีความสำคัญกับความสัมพันธ์ระหว่างคุณกับเขาครับ เพราะการที่เขาได้สิทธิพิเศษแบบ Exclusive ก่อนใคร การได้ราคาพิเศษสุด ได้เลือกทำเลของสินค้าก่อนใคร เรื่องแบบนี้ โดนและมัดใจครับ รับรองว่าใครก็แย่งเขาไปจากคุณไม่ได้ ■