

แบบฟอร์ม Knowledge Capture

เรื่อง Marketing 6.0 กับอนาคตผลิตภัณฑ์และบริการของ อ.อ.ป.

สรุปโดย :นางสาววิญญาพัชญ์.....ติแก้ว.....พนักงาน...(ระดับ 3).....งานการตลาดและสารสนเทศ.....

หน่วยงาน : ...ส่วนพัฒนารูทกิจและอุตสาหกรรมไม้.....องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ....

1. บริบท หรือความเป็นมา

Marketing 6.0 เป็นแนวคิดการตลาดสำหรับอนาคตที่โลกจริงกับโลกเสมือนเชื่อมผสานสนิทกัน เป็นการต่อยอดจากยุค 5.0 โดยผสมผสาน เทคโนโลยีดิจิทัล + ความเข้าใจมนุษย์ + ความยั่งยืน เพื่อสร้างประสบการณ์ลูกค้าที่ครบวงจร อ.อ.ป. มีภารกิจหลักในการจัดการป่าไม้อย่างยั่งยืน และเพิ่มมูลค่าไม้จากป่าปลูกที่ถูกกฎหมาย ผ่านการผลิตเฟอร์นิเจอร์ ผลิตภัณฑ์ไม้ และบริการที่เกี่ยวข้อง ซึ่งในปัจจุบันต้องเผชิญกับความท้าทายจากการแข่งขันในตลาดโลก พฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป และความต้องการด้านความยั่งยืน (Sustainability, ESG) ดังนั้น หากนำแนวคิด Marketing 6.0 มาปรับใช้จะช่วยให้ อ.อ.ป. สามารถสร้างความแตกต่าง สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก และตอบโจทย์ผู้บริโภคยุคใหม่ให้ความสำคัญกับ ESG, Green Product และความโปร่งใส

2. วิธีการ / ขั้นตอน หรือกระบวนการที่ได้เรียนรู้

- วิเคราะห์พฤติกรรมและความต้องการของลูกค้าด้วย Big Data และ AI เพื่อทำความเข้าใจความต้องการ
- ออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการที่ผสมผสาน ตอบโจทย์ทั้ง ดีไซน์ + ความยั่งยืน + เทคโนโลยี
- สื่อสารคุณค่าของสินค้า โดยใช้ Storytelling ที่เชื่อมโยงกับการอนุรักษ์ป่า
- สร้างประสบการณ์ลูกค้าผ่าน Omni-channel, Virtual Showroom และ AI Chatbot
- ใช้ Blockchain และ QR Code เพื่อสร้างความโปร่งใสและตรวจสอบย้อนกลับแหล่งที่มาของไม้
- จัดกิจกรรมเพื่อสร้างการมีส่วนร่วม เช่น โครงการ “1 ชื่น 1 ต้น” หรือ Eco Workshop
- วัดผลด้วย KPIs และปรับปรุงกลยุทธ์อย่างต่อเนื่อง

3. เทคนิคหรือกลยุทธ์ที่สามารถนำไปสู่การปฏิบัติได้

- Product Strategy : พัฒนา FIO Green Furniture, เพิ่ม Smart Furniture
- Price Strategy : ใช้ Value-based Pricing เพื่อสะท้อนคุณค่าและความยั่งยืน
- Place Strategy : เปิด Virtual Showroom, ขายผ่าน E-commerce, และการขยายพันธมิตรการจัดจำหน่าย

มีต่อหน้า 2...

- Promotion Strategy : จัดทำแคมเปญ “1 ขึ้น 1 ตัน”, ใช้ Influencer ด้านรักโลก, จัดประกวดออกแบบ
- Customer Experience : สร้างประสบการณ์เชื่อมต่อไร้รอยต่อ แบบออนไลน์-ออฟไลน์, ให้ลูกค้าได้ลองสินค้าเสมือนจริง, และบริการหลังการขายแบบยั่งยืน

4. ประเด็นความรู้ที่สำคัญ

- การตลาด 6.0 ไม่ใช่เพียงการขายสินค้า แต่คือการขายคุณค่าและประสบการณ์ที่ยั่งยืน
- การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (AI, AR/VR, Blockchain) เป็นหัวใจสำคัญในการสร้างความโปร่งใส
- การเล่าเรื่อง (Storytelling) และกิจกรรมที่ลูกค้ามีส่วนร่วม จะสร้างภาพลักษณ์ที่แตกต่าง
- ความยั่งยืน (Sustainability) คือจุดแข็งหลักที่ช่วยให้ อ.อ.ป. สร้างความได้เปรียบในตลาดโลก

5. บทสรุป

Marketing 6.0 เป็นแนวทางสำคัญที่ช่วยให้ อ.อ.ป. ก้าวจากการเป็นผู้ผลิตสินค้าไม่ สูการเป็นแบรนด์ที่ขายคุณค่า ความหมาย และประสบการณ์ โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและการสื่อสารเชิงคุณค่า ควบคู่กับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม หากนำไปปฏิบัติจริง จะช่วยให้ อ.อ.ป. สร้างภาพลักษณ์ผู้นำด้านเฟอร์นิเจอร์ไม้ยั่งยืนของไทยและสามารถแข่งขันได้ในระดับสากล

กฤษฎา ไร่

(นางสาวกัญญาพัชญ์ คีแก้ว)

พนักงาน (ระดับ 3) งานการตลาดและสารสนเทศ
องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ