

ใบงานที่ 2 5W1H



- คำชี้แจง : 1. ให้นักเรียนเลือกสินค้าหรือบริการ มาคนละ 1 อย่าง
2. ใช้หลัก 5W1H ในการวิเคราะห์สินค้าหรือบริการที่เลือกมา

ชื่อสินค้าหรือบริการ

Who – ใครคือลูกค้า

.....

.....

.....

.....

What – ลูกค้ามีความต้องการอะไร

.....

.....

.....

.....

Where – ลูกค้าซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการของเราจากที่ใด

.....

.....

.....

.....

ชื่อ.....นามสกุล.....เลขที่.....ชั้น.....

When – เมื่อใดที่ลูกค้าจะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการของเรา

.....

.....

.....

.....

Why – ทำไมลูกค้าจึงเลือกใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการของเรา

.....

.....

.....

.....

How – ทำอย่างไรในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า

.....

.....

.....

.....

ตัวอย่างและขั้นตอนการวิเคราะห์ 5W1H

Who – ใครคือลูกค้าของคุณ?

การวิเคราะห์ว่าใครคือลูกค้า หรือกลุ่มเป้าหมายของสินค้าและบริการ โดยระบุลักษณะที่ชัดเจน เช่น เพศ, อายุ, อาชีพ, รายได้, การศึกษา, พฤติกรรม เป็นต้น เพราะข้อมูลเหล่านี้จะสามารถนำไปใช้ในการวางแผน วางกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ถูกต้อง

ร้าน Nana Coffee – ทำเลอยู่บริเวณอารีย์แหล่งคาเฟ่ชื่อดัง ราคาอาหารปานกลาง ค่อนข้างสูง สไตล์ร้าน Industry Punk ดังนั้น กลุ่มเป้าหมายอาจจะเป็น คนวัยทำงาน-นักศึกษา ที่มีอายุ 20 – 45 ปี ที่มีรายได้ 15,000 ขึ้นไป พฤติกรรมชอบทานกาแฟ ชอบถ่ายรูป ชอบพบปะสังสรรค์กับเพื่อน

What – ลูกค้ามีความต้องการอะไร

การวิเคราะห์ว่าอะไรคือสิ่งที่กลุ่มเป้าหมายจาก Who (ใคร) ต้องการ เพื่อที่จะสามารถตอบสนองความต้องการ และสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าและบริการของธุรกิจ โดยจะต้องทำการศึกษาความต้องการของตลาด ความรุนแรงการแข่งขัน ควบคู่กันไปด้วย

ลูกค้ามีความต้องการใช้บริการคาเฟ่ที่มีการตกแต่งสวยงาม อาหารและเครื่องดื่มอร่อย เหมาะกับการถ่ายรูป

Where – ที่ไหน

กลุ่มเป้าหมายที่มีความต้องการสินค้าและบริการของเราจะอยู่ที่ไหนบ้าง หรือกลุ่มเป้าหมายนั้นจะหาสินค้าและบริการของธุรกิจได้จากที่ไหน ซึ่งจะครอบคลุมไปถึง พื้นที่ที่จะทำการสื่อสาร และวิธีที่จะสื่อสารกับลูกค้าอีกด้วย

Nana Coffee – ทำเลที่ตั้งเดินทางสะดวกด้วย BTS และอยู่ในบริเวณแหล่งคาเฟ่ ที่คนชื่นชอบการไปคาเฟ่รวมตัวกันอยู่ มีที่จอดรถสะดวกสบายสำหรับผู้เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว

When – เมื่อไหร่

กลุ่มเป้าหมายที่มีความต้องการนั้น จะต้องการสินค้าและบริการของธุรกิจเมื่อไหร่? ช่วงเวลาใด? และบ่อยแค่ไหน? ซึ่งข้อมูลนี้สามารถนำไปกำหนดกลยุทธ์การวางแผนทางการตลาดต่างๆได้ เพราะสินค้าและบริการบางอย่างจะมีอายุสั้น ดังนั้น ข้อมูลส่วนนี้จะสามารถลดความเสี่ยงการเสียต้นทุนไปโดยเปล่าประโยชน์

ช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ที่คนส่วนใหญ่หยุดงาน และออกมาพบปะสังสรรค์กับเพื่อนใช้ระยะเวลาในร้านนานทั้งพูดคุยและถ่ายรูป ทำให้ในช่วงเสาร์-อาทิตย์ก็จะมีพื้นที่และพนักงานรับรองลูกค้าให้มากขึ้นเพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า

Why – ทำไม

ในสภาพการแข่งขันการตลาดที่รุนแรง ทำไมกลุ่มเป้าหมายที่มีความต้องการจะต้องเลือกสินค้าและบริการของคุณมากกว่าของคู่แข่ง และทำไมธุรกิจของเราทำไมต้องเข้ามาอยู่ตลาดนี้ เช่น เพื่อตอบสนองความต้องการที่ยังไม่มีใครสามารถทำได้ หรือ จุดเด่นที่แตกต่างที่ไม่มีใครเหมือน เป็นต้น

จุดขายคือกาแฟที่มีรสชาติเป็นเอกลักษณ์แตกต่างจากที่อื่นๆ การันตีด้วยรางวัลต่างๆมากมาย และเมล็ดกาแฟพิเศษ 24 ชนิด ตอบโจทย์ทุกความต้องการของคนรักกาแฟ

How – อย่างไร

วิธีการที่จะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่มีความต้องการนั้นสามารถทำได้อย่างไรบ้าง ซึ่งจะรับรู้ได้จากข้อมูลที่วิเคราะห์ในส่วน 5W แล้วนำมาค้นหาแนวทางที่จะสื่อสารกับลูกค้า จะทำให้สามารถเข้าถึงลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

นอกจากจะใช้การสื่อสารบนแพลตฟอร์มออนไลน์ ด้วยโฆษณา และการใช้ Influencer แล้ว ที่นี้ยังใช้ “กาแฟ” เป็นตัวสื่อสารกับผู้บริโภค เพราะสำหรับคนที่รักกาแฟแล้ว เมล็ดกาแฟ วิธีการชง ผสม ยังถือเป็นสิ่งสำคัญด้วย