

# Upskill & Reskill

พัฒนาสิ่งเดิม เพิ่มเติมสิ่งใหม่

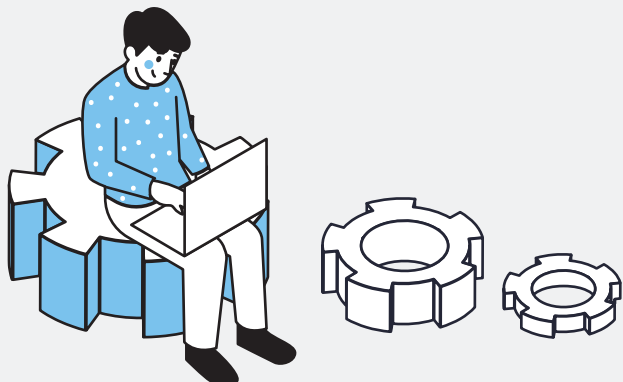
เพื่อรับการเปลี่ยนแปลงให้ก้าวทันโลก



หากนับเป็นเวลาจากสถานการณ์ COVID-19 ก็เป็นเวลาใกล้ 3 ปีแล้ว ที่ผู้ประกอบการและแวดวงการตลาดในแต่ละธุรกิจ พบกับความสับสน ไม่ชัดเจน เผชิญกับความผันผวนจากภาวะทางเศรษฐกิจที่ยังไม่มีท่าทีจะฟื้นตัว ขณะที่ความเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภคและสังคม ได้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่เร็วมาก COVID-19 เป็นสถานการณ์ที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างมากในโลกธุรกิจ ส่งผลให้เกิดการใช้ชีวิตในวิถีใหม่ จนอาจกล่าวได้ว่าสถานการณ์ดังกล่าวนี้ เป็นตัวเร่งให้ผู้คนได้ก้าวสู่โลก Digital Lifestyle เร็วขึ้นกว่าที่คาดการณ์ไว้ได้มามากมาย

ขณะเดียวกัน New Technology ได้เข้ามามีบทบาทเปลี่ยนแปลงให้การใช้ชีวิตในแบบเดิมๆ ซึ่งเป็นสังคมแบบแอนะล็อก ให้กลายเป็นการใช้ชีวิตในสังคมดิจิทัล เพราะเทคโนโลยี อาทิ 5G, AI, Mixed Reality และอีกมากมายได้ทยอยพัฒนาการขึ้นเรื่อยๆ สิ่งที่เปลี่ยนแปลงตามมาก็คือ ความต้องการในตลาดได้เปลี่ยนแปลงเช่นกัน ดังนั้น ทักษะเดิมๆ ที่มีอยู่ของในองค์กร ตลอดจนผู้บริหาร พนักงาน ไม่สามารถรองรับต่อความต้องการของตลาดได้อย่างเพียงพอ

ถ้าจะมองในมุมของผู้บริโภค หรือผู้รับสาร ก็จะพบว่ากลุ่มลูกค้ากลุ่มใหม่ จะมีพลังอำนาจในการซื้อมากยิ่งขึ้น อาทิ กลุ่ม Generation Z, Silver Generation และ New Consumers ทางออกหนึ่งที่จะทำให้ธุรกิจสามารถยืนหยัดในสถานการณ์นี้ นับจากนี้คือ การพัฒนาและเพิ่มศักยภาพขององค์กร โดยเฉพาะในส่วนสำคัญ ที่ทำให้ธุรกิจทั้งตัวแบรนด์ หรือองค์กร ผู้บริหาร นักการตลาด นักสื่อสาร ที่ต้องปรับตัวให้ทันกับความท้าทายใหม่ ด้วยการเพิ่มศักยภาพ เพื่อพลิกโฉมธุรกิจให้สามารถเผชิญกับภาวะปกติใหม่ได้เท่าทันและมีประสิทธิภาพในด้านประเด็นต่างๆ ของธุรกิจ ที่ต้องนำมาเป็นแนวทางของทั้งสองกลยุทธ์ที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้สำหรับในทุกธุรกิจ ทั้งกลยุทธ์ Upskill และ Reskill ดังนี้



## Upskill

คือ การเพิ่มเติมทักษะ นั้น หมายถึงการพัฒนาเพื่อยกระดับทักษะที่มีอยู่ ด้วยทักษะความรู้ที่เกี่ยวข้องหรือความรู้ใหม่ที่จะทำให้ดีขึ้น หรือแข็งแกร่งกว่าเดิม ซึ่งในส่วนี้ อาจต้องมีการประเมิน ที่อาจจะเป็นการประเมินตัวเอง หรือให้ผู้อื่นประเมินให้ ทำให้เกิดประสิทธิภาพมากขึ้น เช่น นักประชาสัมพันธ์ หรือผู้ที่ดูแลด้านแบรนด์ ด้านสื่อสารการตลาด ได้เรียนรู้การใช้เครื่องมือทางการสื่อสารผ่านช่องทางใหม่ๆ หรือปรับทักษะการใช้ Content Marketing and Communications ที่จะรองรับ Digital Lifestyle ของผู้บริโภค เพื่อการพัฒนาระบบการสื่อสารให้ดีกว่าเดิม

## Reskill

คือ การเปลี่ยนทักษะด้วยการสร้างทักษะขึ้นมาใหม่ ที่จำเป็นต่อการทำงาน หรือเป็นการเรียนรู้แสวงหาความชำนาญในเรื่องที่เกี่ยวข้อง หรือไม่เกี่ยวข้องโดยตรง ต่างไปจากวิธีการทำงานแบบเดิมเลย แต่มีความจำเป็นต่อธุรกิจ เช่นเคยทำงานด้านการดูแลการบริการลูกค้า มาเรียนรู้ศึกษาทางด้านการตลาดออนไลน์ หรือการใช้ Technology Marketing เพราะเห็นว่าเป็นแนวโน้มทางการตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป และคาดว่าจะต้องใช้ความรู้ความเข้าใจ ความชำนาญในทักษะนี้ ในระยะเวลานับถัดไป

## Martech & Innovations

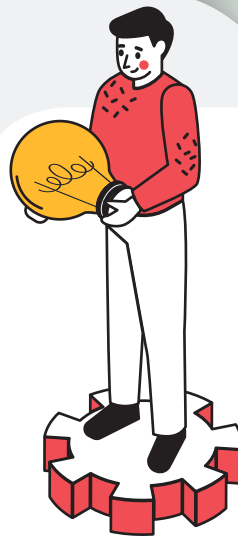
Martech หรือ Marketing Technology เป็นตลาดดิจิทัลด้วยการอาศัยเครื่องมือทางเทคโนโลยี เพื่อตอบโจทย์ของความต้องการของลูกค้าในยุคปัจจุบัน การตลาดที่ต้องอาศัยนวัตกรรม ความคิดใหม่ๆ โดยเฉพาะเทคโนโลยีเข้ามาช่วยมากขึ้นกว่าเดิมด้วยการผสมผสานแนวคิดที่เพิ่มความรวดเร็ว การตอบสนองผู้บริโภค ความสะดวกรวดเร็ว ทั้งฝั่งผู้บริโภคและผู้ประกอบการ ที่มีความต้องการที่เพิ่มมากขึ้นเป็นลำดับ ให้เกิดความคล่องตัว เป็นระบบและที่จับกรบลงในทีเดียว

ดังนั้น หัวใจสำคัญของ MarTech ที่นำมาเป็นเครื่องมือระบบซอฟต์แวร์เพื่อวางแผน ดำเนินการและวัดผลทางการตลาดแบบอัตโนมัติตั้งแต่การจัดการข้อมูลเชิงธุรกิจ การวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า และผลิตภัณฑ์ วางระบบการตลาดอัตโนมัติ จัดการระบบ E-Commerce วางเครือข่าย จัดการเนื้อหาใน Social Media และ ช่องทางการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย การจัดการ Digital Asset Management รวมทั้งการวิเคราะห์ประเมินผล อันเป็นสิ่งที่ต้องมีการเรียนรู้ควบคู่ไปกับนวัตกรรมต่างๆ ที่จะนำเทคโนโลยีใหม่ๆ เหล่านี้มาปรับใช้เพื่อผลลัพธ์ที่แตกต่าง พร้อมกับเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันนั่นเอง

## Consumer Behavior Change

พฤติกรรมที่ผ่านมาของผู้บริโภค ทั้งการค้นหาพฤติกรรม การซื้อ การใช้ การประเมินผล การใช้สอยผลิตภัณฑ์ และการบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการนั้น มีความจำเป็นในการศึกษาพฤติกรรม ติดตามเทรนด์การตัดสินใจและการกระทำ ทั้งปวงของผู้บริโภคที่เกี่ยวกับการซื้อและการใช้ผลิตภัณฑ์ อย่างไรก็ตาม

จากสถานการณ์ที่ผ่านมาย่อมทำให้เห็นว่า ผู้บริโภคมีพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ทั้งด้านอรรถประโยชน์ ด้านอารมณ์ และเหตุผลในการบริโภค ในส่วนของรูปแบบการใช้ชีวิตที่เปลี่ยนแปลงส่งผลต่อรูปแบบการบริโภคด้วย ต่างมีความคุ้นชินกับเทคโนโลยี มีการใช้เครือข่าย ช่องทางดิจิทัลกันมากขึ้นตามลำดับ ส่งผลให้มี Platform เทคโนโลยีใหม่ๆ เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว เพื่อมารองรับเป็นจำนวนมาก ดังนั้น โอกาสที่จะอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าโดยไม่ต้องใช้พนักงาน (Personal Touch) จึงมีมากขึ้น โดยมีเทคโนโลยีอย่าง AR/VR มารองรับแทน ซึ่งพฤติกรรมนี้ได้มีแนวโน้มจะเกิดขึ้นต่อเนื่องในอนาคตต่อไป การวิเคราะห์ความต้องการของผู้บริโภค กลุ่มเป้าหมายการอยู่ใน Platform ที่ผู้บริโภคสนใจ ใช้งาน ติดตามความต้องการของผู้บริโภคและตามให้ทัน เพื่อเสนอแนวทางที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคและตลาด รวมถึงการสร้างคุณค่าให้ธุรกิจผ่านการพัฒนา และสื่อสารความแตกต่างไปยังผู้บริโภคนับเป็นสิ่งสำคัญ ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงและการแข่งขันที่สูงขึ้น



**ดร.พจน์ ใจชาญสุขกิจ**  
ที่ปรึกษาด้านยุทธศาสตร์และสื่อสารองค์กร  
“www.drphot.com”

นักสื่อสารเชิงกลยุทธ์แบบบูรณาการ ด้วยประสบการณ์กว่า 25 ปี ในด้านการบริหารยุทธศาสตร์ สื่อสารการตลาดแบรนด์ ภาพลักษณ์ขององค์กร จนถึงระดับชาติ ผู้บรรยายในระดับปริญญาโท-เอก ให้กับมหาวิทยาลัยทั่วประเทศ มีผลงานวิชาการกว่า 300 ผลงานกับตำแหน่งที่หลากหลาย ทั้งด้านธุรกิจ สังคม และศิลปวัฒนธรรม รวมถึงการเป็นนายกสมาคมประชาสัมพันธ์ไทย



## Strategic Marketing Communications

การปรับทิศทางด้านกลยุทธ์การสื่อสารใหม่ๆ ทางด้านสื่อสารการตลาด ซึ่งโดยทั่วไปจะแบ่งออกเป็น 2 ด้าน

1. Corporate & Brand Communication : การสื่อสารองค์กรและแบรนด์
2. Product & Service Communication : การสื่อสารสำหรับสินค้าและบริการ

การให้ความสำคัญกับการวางกลยุทธ์ที่ชัดเจนก่อนออกเดินทางในโลกธุรกิจ ด้วยการคำนึงถึงเรื่องของ Strategic Marketing Communications เป็นการลำดับขั้นตอนในทุกกระบวนการสื่อสาร ว่าสิ่งที่สื่อไปนั้นคืออะไร มีความจำเป็นมากน้อยเพียงใด สื่อไปไหนบ้าง สื่อผ่านช่องทางใดที่จะคุ้มค่าไปยังกลุ่มเป้าหมาย ตรงกับความต้องการได้ดี มีความคุ้มค่ามากที่สุด เมื่อสื่อไปแล้วส่งผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับองค์กร (stakeholder) หรือไม่ อย่างไร และทัศนคติของกลุ่มเหล่านั้นที่มีต่อองค์กรเป็นอย่างไร เกิดผลดีทางการตลาด ทั้งทางตรงและทางอ้อมอย่างไรบ้าง การสร้างประสบการณ์แปลกใหม่ ตื่นเต้น เร้าใจ ตรงตามความต้องการ และการจัดกิจกรรมทางการตลาดที่เชื่อมโยงประสบการณ์ ให้กับกลุ่มเป้าหมาย โดยสร้างโอกาสทางการสื่อสารอย่างมีศักยภาพ สอดคล้อง ก้าวสู่โลกการตลาดยุคใหม่ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

สิ่งที่สำคัญของการ Upskill & Reskill ก็คือความพร้อมกับการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ อันเป็นความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นรอบตัว องค์ความรู้ ข้อมูล ทั้งด้านผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภค การตลาด การสื่อสาร นวัตกรรมและเทคโนโลยี การผสมผสานระหว่างการนำความรู้ใหม่ กับ ประสบการณ์มาประยุกต์เข้าด้วยกัน ความสนใจต่อการติดตาม ทำความเข้าใจ และปรับเปลี่ยนให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น เพื่อปรับเปลี่ยนความคิด การทำงานและพัฒนาทักษะความรู้ความสามารถที่เท่าทันกับอนาคต ย่อมเป็นแนวทางสำหรับการรับมือกับสิ่งต่างๆ ที่เกิดขึ้น รับมือกับความท้าทายใหม่ๆ ที่อาจเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา พลิกวิกฤติให้กลายเป็นโอกาสทางธุรกิจ และสร้างความเข้มแข็งกับแบรนด์ ให้เป็นที่ยอมรับและน่าเชื่อถือในโลกยุคใหม่ได้ WI