

บทที่ 10

การหาลูกค้าใหม่

ในการดำเนินงานของกิจการโฆษณา นอกจากจะให้ม้กำไรแล้ว ก็จะต้องให้มีการขยายตัวควบคู่ไปด้วย ซึ่งจะเป็นการแสดงถึงความสามารถของผู้บริหารกิจการโฆษณา แต่การขยายตัวก็มีได้เป็นหลักประกันว่าจะทำให้กิจการโฆษณาสร้างงานโฆษณาให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น หรือมีกำไรสูงขึ้น

ในการดำเนินงานนั้น บางครั้งการสูญเสียรายได้ ก็เป็นสิ่งที่อยู่นอกเหนือการควบคุมของกิจการโฆษณา เช่น การสูญเสียลูกค้าเดิมไปหรือการที่ลูกค้าเดิมตัดงบประมาณ หรือไม่หันมาใช้บริการของกิจการโฆษณาอีกต่อไป ซึ่งอาจเนื่องมาจากการควบ (Merge) กิจการเข้าด้วยกัน หรือเลิกล้มกิจการไป เป็นต้น สิ่งเหล่านี้เป็นผลให้กิจการโฆษณาต้องพยายามหารายได้เพิ่มขึ้น อย่างน้อยก็ให้มีรายได้เท่าเดิม การขยายตัวของกิจการโฆษณาหรือการหาลูกค้าใหม่นั้น ส่วนหนึ่งจะมาจาก การที่ลูกค้าเดิมเพิ่มงบประมาณโฆษณาเพื่อใช้บริการด้านต่าง ๆ เพิ่มขึ้น หรือมอบหมายให้สร้างสรรค์งานโฆษณาสำหรับสินค้าใหม่ ซึ่งก็มีผู้กล่าวว่า ลูกค้าใหม่ที่ดีที่สุดของกิจการโฆษณา ก็คือลูกค้าที่มีอยู่เดิม ¹ เนื่องจากทั้งสองฝ่ายรู้จักกันดีอยู่แล้ว ถ้ากิจการ

โฆษณาสร้างงานโฆษณาได้คือเป็นที่พอใจของลูกค้า ก็อาจจะเป็นผลให้ลูกค้าเดิมเพิ่มงบประมาณให้มากขึ้น หรืออาจมอบหมายให้สร้างงานโฆษณาสำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือสินค้าตราใหม่ก็ได้ อีกส่วนหนึ่ง เกิดจากการหาลูกค้าใหม่ เป็นการหาลูกค้าที่ไม่เคยใช้บริการของกิจการโฆษณามาก่อนให้หันมาใช้บริการของกิจการโฆษณา การหาลูกค้าใหม่จะมีค่าใช้จ่ายเกิดขึ้นและอาจเป็นผลให้ความสัมพันธ์กับลูกค้าเดิมเสียหรือเป็นอันตรายไปได้

ในบทนี้ จะกล่าวถึงการขยายตัวของกิจการโฆษณา อันเนื่องมาจากการหาลูกค้าที่ยังไม่เคยใช้บริการให้หันมาใช้บริการของกิจการโฆษณา เท่านั้น

นโยบายเกี่ยวกับการหาลูกค้าใหม่ _____

ในการกำหนดนโยบายเกี่ยวกับการหาลูกค้าใหม่ของกิจการโฆษณานั้น กิจการโฆษณาควรจะกำหนดให้แน่ชัด เพราะกิจการโฆษณาแต่ละแห่งมีความต้องการที่แตกต่างกัน บางแห่งจะมุ่งที่จะให้บริการเฉพาะด้าน เช่น การวิจัย หรือเฉพาะสื่อโฆษณาบางประเภท เช่น เฉพาะการเผยแพร่โฆษณาทางวิทยุ หรือเฉพาะป้ายโฆษณาตามหลังรถประจำทาง เป็นต้น หรืออาจมุ่งให้บริการเฉพาะเซกตุมิติศาสตร์ บางแห่งก็อาจกำหนดวงเงินงบประมาณโฆษณาขั้นต่ำของบริษัทที่จะเป็นลูกค้าไว้ เช่น ต้องมีงบประมาณโฆษณาไม่ต่ำกว่า 5 ล้านบาท เป็นต้น บางแห่งอาจรับเฉพาะลูกค้าที่เป็นผู้ผลิตหรือจำหน่ายสินค้าอุตสาหกรรมเท่านั้น เหล่านี้เป็นต้น

การกำหนดนโยบายในเรื่องนี้ จะต้องคำนึงถึง ความสามารถของกิจการโฆษณา ในอันที่จะให้บริการแก่ลูกค้าทั้งลูกค้าเดิมและลูกค้าใหม่ด้วย โดยจะต้องพิจารณาถึง เวลา สถานการณ์การแข่งขัน ผลตอบแทน ความสามารถของพนักงานในการที่จะผลิตและสร้างงานโฆษณาทั้งต่อลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ และอื่น ๆ ซึ่งควรกำหนดเป็นแผนงานทั้งระยะสั้นและระยะยาว เพื่อจะได้ดำเนินงานให้เป็นไปตามที่ต้องการ

แต่หลักการที่สำคัญ ก็ฝ่ายบริหารจะต้องรู้ถึงวิธีการที่จะบริหารทรัพยากรต่าง ๆ ให้เหมาะสม เพราะถ้ามีงานใหม่มากเกินไป อาจต้องรับทำงานมากเกินไปจนทำให้งานไม่ไต่ผลดี อันจะเป็นผลเสียต่อกิจการโฆษณามากกว่าที่จะได้ประโยชน์จากการมีลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้น

อย่างไรก็ตาม ในการหาลูกค้าใหม่ ควรจะโคพิจารณาสิ่งต่อไปนี้ ²

1. การหาลูกค้าใหม่ จะต้องไม่ทำให้งานที่ทำให้กับลูกค้าเดิมค้อยลง เรื่องนี้เป็นสิ่งแรกที่ควรระวัง
2. ฝ่ายบริหารระดับสูงของกิจการโฆษณาจะต้องใช้เวลาแก่ลูกค้าเดิม เท่าเดิมหรือมากกว่าที่เคยปฏิบัติ
3. ลูกค้าเดิมจะต้องได้รับการบอกกล่าวเกี่ยวกับการหาลูกค้าใหม่
4. การหาลูกค้าใหม่ จะต้องใช้เงินจำนวนหนึ่ง
5. จะต้องมีการวางแผนเกี่ยวกับทรัพยากรอื่น ๆ เพื่อให้เหมาะสมกับธุรกิจใหม่ที่ จะเข้ามา
6. จะต้องมีการปรับปรุงวิธีการดำเนินงานและระบบการทำงานภายใน ให้ทันสมัยเพื่อที่จะสามารถรับปริมาณงานที่จะเข้ามาใหม่ได้
7. การลงทุนในลูกค้ารายใหม่ จะไม่สามารถเรียกเก็บคืนได้ จนกว่าจะได้ทำงานให้สำเร็จ
8. ลูกค้าใหม่ จะต้องเหมาะสมกับลักษณะและความชำนาญของกิจการโฆษณานั้น

ความรับผิดชอบในการหาลูกค้าใหม่ _____

หน้าที่ในการหาลูกค้าใหม่นี้ ในกิจการโฆษณาขนาดเล็ก ประธานบริษัทหรือเจ้าของบริษัทมักจะเป็นผู้รับผิดชอบ แต่ในกิจการโฆษณาขนาดใหญ่ จะมีพนักงานที่ทำหน้าที่นี้โดยตรง หรือในกิจการโฆษณาบางแห่งอาจจะมอบให้ผู้บริหารประสานงานกับลูกค้า เป็นผู้รับผิดชอบต่อหน้าที่นี้คือ แต่ H. Smooth Fahlgren ประธานบริษัท Fahlgren & Associated, Inc., เห็นว่าการหาลูกค้าใหม่นี้ควรเป็นหน้าที่ของพนักงานทุกคนในกิจการโฆษณา ³ เพราะเป็นงานที่พนักงานทุกฝ่ายให้ความสนใจ และเป็นงานที่จะทำให้พนักงานได้เปลี่ยนจากบรรยากาศในการทำงานประจำ อย่างไรก็ตาม หน้าที่การหาลูกค้าใหม่นี้อาจมอบหมายให้บุคคลต่อไปนี้เป็นผู้รับผิดชอบได้

1. ประธานของบริษัท หรือรองประธานบริษัท หรือเจ้าของบริษัท หรือผู้บริหารระดับสูง เนื่องจากบริษัทที่จะเป็นลูกค้า มักอยากที่จะติดต่อกับฝ่ายบริหารของกิจการโฆษณาโดยตรงเพื่อจะได้ทราบข้อมูลกันต่าง ๆ
2. มอบหมายให้พนักงานบางคนทำหน้าที่ที่ควบคู่ไปกับงานหน้าที่อื่น โดยให้งานนี้เป็นหน้าที่ส่วนหนึ่งของงานทั้งหมดที่พนักงานเหล่านั้นต้องรับผิดชอบ เช่น ให้ผู้ประสานงานกับลูกค้าทำงานหน้าที่นี้ด้วย
3. มอบหมายให้มีพนักงานที่ทำหน้าที่หาลูกค้าใหม่โดยตรง วิธีการนี้นิยมใช้ในกิจการโฆษณาขนาดกลางและขนาดใหญ่เท่านั้น พนักงานที่ทำหน้าที่นี้ ไม่ต้องทำงานหน้าที่อื่น ๆ เลย ข้อดีของวิธีนี้ คือ ฝ่ายบริหารค่อนข้างแน่ใจได้ว่า จะมีลูกค้าใหม่แน่นอน แต่วิธีการนี้ก็ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมพนักงานสูง เพื่อที่จะทำหน้าที่นี้ได้ดี
4. จัดตั้งคณะกรรมการ ที่ทำหน้าที่หาลูกค้าใหม่โดยตรง เนื่องจากกิจการโฆษณาบางแห่งเห็นว่า การจัดตั้งคณะกรรมการเพื่อทำหน้าที่นี้จะทำงานได้ผลดีกว่าการที่บุคคลคนหนึ่งทำ คณะกรรมการนี้ควรจะมีการพบปะกันอย่างสม่ำเสมอ เพื่อติดตามงานที่มอบหมายให้กับสมาชิกหรือพนักงานของกิจการโฆษณาออกไปปฏิบัติ สำหรับบุคคลที่ได้รับมอบหมายนี้จะพิจารณาถึงความเหมาะสมมากกว่าจะพิจารณาว่าทำงานประจำอะไร
5. ให้พนักงานของกิจการโฆษณาทุกคนทำหน้าที่นี้เมื่อมีโอกาส ซึ่งจะทำให้พนักงานทุกคนมีความตื่นตัว สนุกสนาน เพราะได้เปลี่ยนบรรยากาศจากงานประจำ แต่วิธีนี้ก็มิมีข้อเสีย คือ ถ้าปล่อยให้พนักงานทำงานหน้าที่นี้จนละเลยงานประจำ หรือถ้าได้กำหนดค่าตอบแทนสำหรับการหาลูกค้าใหม่ ก็อาจมีผลทำให้พนักงานไม่อยากทำงานประจำ ก็จะมีผลเสียแก่การดำเนินงานขององค์กรได้ ดังนั้น การใช้วิธีนี้จะต้องมีการควบคุมที่ดี

สำหรับประเทศไทย นอกจากหน้าที่นี้จะเป็นความรับผิดชอบของผู้บริหารแล้ว พนักงานที่ทำหน้าที่ประสานงานกับบริษัทลูกค้า มักจะทำหน้าที่นี้ควบคู่ไปด้วย จึงอาจถือได้ว่า ผู้ประสานงานกับลูกค้าเป็นพนักงานขายของกิจการโฆษณา อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันกิจการโฆษณาส่วนใหญ่ ยังไม่มีความจำเป็นที่จะให้พนักงาน ไม่ว่าจะพนักงานที่ทำหน้าที่นี้โดยตรง หรือพนักงานที่ทำ

หน้าที่อื่นควบคู่ไปด้วย ทำหน้าที่หาลูกค้าใหม่มากนัก เนื่องจากกิจการโฆษณาที่มีความสามารถในประเทศไทยยังมีน้อยและลูกค้าส่วนใหญ่ จะเข้ามาติดต่อกับกิจการโฆษณาที่เขาสนใจเอง

คุณสมบัติของพนักงานที่ทำหน้าที่หาลูกค้าใหม่ _____

บุคคลที่จะไปติดต่อเยี่ยมลูกค้าใหม่นี้ ควรจะต้องมีการคัดเลือกอย่างระมัดระวัง โดยเฉพาะถ้าเป็นผู้ให้บริการลูกค้าที่ยังไม่มีประสบการณ์เพียงพอ บุคคลที่จะทำหน้าที่นี้ได้ดีควรมีคุณสมบัติดังต่อไปนี้

1. ยินดีที่จะพบปะกับบุคคลต่าง ๆ
2. มีความสามารถที่จะเล่าเรื่องความสามารถของกิจการโฆษณาได้อย่างน่าเชื่อถือ
3. มีบุคลิกภาพที่ดี
4. มีความสามารถที่จะคิด พูดและทำได้อย่างรวดเร็วในทุกสถานการณ์
5. พูดถึงธุรกิจของลูกค้าและคู่แข่งได้อย่างดี
6. มีความสามารถที่จะกล่าวเปิดการประชุมกับลูกค้าและเปลี่ยนให้ประโยชน์แก่กิจการโฆษณาได้
7. ต้องเป็นพนักงานชายที่ดี คือ พูดจาไพเราะเชื่อถือ

ผู้ที่ไม่มีประสบการณ์ในหน้าที่นี้ ควรศึกษาจากผู้ที่เคยทำหน้าที่เหล่านี้มาแล้ว โดยถามถึงสิ่งที่เขาพูด สิ่งที่เขาทำ ศึกษาถึงสิ่งที่ทำแล้วมีโอกาสจะได้ลูกค้า และสิ่งที่ทำแล้วเสียลูกค้าไป และอื่น ๆ อย่างไรก็ตาม ก่อนที่จะไปพบบริษัทลูกค้าควรศึกษาเกี่ยวกับนโยบายต่าง ๆ ของบริษัทลูกค้า รวมทั้งสินค้าและบริการงานโฆษณาในอดีตและปัจจุบัน ตารางเวลาโฆษณา และควรรู้ช่วงเวลาที่ประเมินผลงานต่าง ๆ และกำหนดงบประมาณใหม่ เป็นต้น ควรพยายามที่จะวิเคราะห์ข้อบกพร่องของงานโฆษณาปัจจุบัน วิธีการที่จะปรับปรุงให้ดีขึ้นและก็ควรคิดว่างานโฆษณาปัจจุบันมีข้อดีอย่างไร การที่สามารถพูดถึงบริษัทลูกค้า สินค้าและบริการของเขาได้อย่างมีความจริง จะก่อให้เกิดความประทับใจได้ แต่อย่างไรก็ตามก็ไม่ควรแสดงออกมากจนเกินไป เป็นผู้เชี่ยวชาญที่จะแก้ปัญหาของเขาได้ ควรปล่อยให้เขาพูดและควรเป็นผู้ฟังที่ดีเพื่อที่จะทำให้เขาเป็นฝ่ายฟังเมื่อ

พูดถึงความสามารถของกิจการโฆษณา นั่นคือ นอกจากจะมีความรู้เกี่ยวกับบริษัทที่จะเป็นลูกค้าใหม่แล้ว จะต้องรู้เบื้องหน้าและเบื้องหลังของกิจการโฆษณาอย่างดีด้วย คือต้องพูดถึงความสามารถในการสร้างสรรค์งานโฆษณา ผลงานโฆษณาที่ประสบความสำเร็จ โดยเฉพาะในสาขางานโฆษณาที่เหมือนหรือสัมพันธ์กับบริษัทที่จะเป็นลูกค้า นอกจากนี้ควรเป็นบุคคลที่มีความสามารถในการจูงใจคน สามารถทำให้ผู้ที่จะเป็นลูกค้าเชื่อว่ากิจการโฆษณาของเรามีความสามารถที่เขาจะใช้บริการเพื่อสร้างงานโฆษณาที่เขาต้องการ

รายชื่อบริษัทที่จะเป็นลูกค้ารายใหม่ _____

กิจการโฆษณา ควรจะมีการหาและเก็บรักษารายชื่อของบริษัทที่อาจจะได้เป็นลูกค้ารายใหม่ไว้ และควรจะมีการปรับปรุงเพิ่มเติมให้ทันสมัยอยู่เสมอ สำหรับรายชื่อของบริษัทที่จะเป็นลูกค้า นั้น อาจได้มาจาก ⁴

1. บุคคลภายในกิจการโฆษณา อาจเป็นผู้ให้บริการลูกค้า พนักงานสร้างสรรค์หรือบุคคลอื่น ๆ ก็ได้
2. บริษัทที่เป็นลูกค้าปัจจุบัน ที่มีความพอใจในผลงานของกิจการโฆษณา ก็อาจพูดแนะนำให้กับบริษัทที่มีปัญหาในด้านการโฆษณา และบอกชื่อของบริษัทนั้นให้กิจการโฆษณาทราบ หรือบริษัทนั้นอาจมาติดต่อกับกิจการโฆษณาเอง
3. ตัวแทนของสื่อโฆษณา เนื่องจากบุคคลเหล่านี้มักจะต้องติดต่อกับบริษัทผู้ผลิตสินค้าต่าง ๆ เป็นประจำ ทำให้ได้ทราบข้อมูลว่าบริษัทใดมีปัญหาเกี่ยวกับกิจการโฆษณาปัจจุบัน หรือบริษัทใดที่ต้องการที่จะเริ่มใช้บริการของกิจการโฆษณา หรือต้องการเริ่มรณรงค์โฆษณาสินค้าใหม่ เป็นต้น
4. ตัวแทนของผู้จัดส่งวัสดุ (Suppliers) โดยเฉพาะ ตัวแทนของบริษัทค้ากราฟฟิคอาร์ต ที่ต้องมีการติดต่อกับบริษัทโฆษณาและกิจการโฆษณาอย่างสม่ำเสมอ
5. เพื่อนฝูงหรือคนคุ้นเคยในวงการธุรกิจ ที่เกี่ยวข้องกับบริษัทที่มีการโฆษณา ก็อาจให้รายชื่อได้

6. ผู้บริหารหรือบุคคลสำคัญในบริษัทที่จะเป็นลูกค้า เนื่องจากดำเนินการเปลี่ยนแปลงผู้บริหารงานโฆษณาหรือบุคคลสำคัญอื่น ก็อาจมีผลให้มีการเปลี่ยนแปลงกิจการโฆษณาได้
7. บริษัทที่มีการโฆษณาอยู่ ก็อาจให้รายชื่อบริษัทที่ไม่เคยโฆษณามาก่อน แต่เปลี่ยนใจที่จะเริ่มมีการรณรงค์โฆษณาได้
8. การศึกษางานโฆษณาที่ไม่ได้ผล ก็อาจทราบชื่อบริษัทที่มีผลงานโฆษณาไม่ดีได้
9. การศึกษาคัดตามข่าวลือต่าง ๆ ก็อาจจะได้รายชื่อบริษัทที่จะเป็นลูกค้าได้ เช่น ข่าวลือที่บริษัทหนึ่งมีความไม่พอใจต่อผลงานของกิจการโฆษณาหนึ่ง หรือบริษัทหนึ่งต้องการโฆษณาสินค้าใหม่ เป็นต้น แต่ในเรื่องนี้ จะต้องมีการพิจารณาว่า ข่าวลือนั้นเป็นความจริงหรือไม่ด้วย

หลักเกณฑ์ในการพิจารณาลูกค้าใหม่

เมื่อมีรายชื่อของบริษัทที่จะเป็นลูกค้ารายใหม่แล้ว กิจการโฆษณาควรจะต้องพิจารณาศึกษาข้อมูลด้านต่าง ๆ ของบริษัทนั้น เพื่อให้แน่ใจว่า มีคุณสมบัติเหมาะสมหรือตรงกับนโยบายในการหาลูกค้าใหม่ของกิจการโฆษณา ข้อมูลที่ควรพิจารณา ก็มีดังต่อไปนี้

1. อุตสาหกรรมที่บริษัทนั้นดำเนินงาน กิจการโฆษณาควรเลือกพิจารณาเฉพาะในอุตสาหกรรมที่กิจการโฆษณามีประสบการณ์ในการทำงานโฆษณามา ซึ่งอาจจะเป็นโดยตรงหรือใกล้เคียงก็ได้⁵ เช่น ถ้ามีประสบการณ์ด้านकारโฆษณาธนาคาร ก็อาจจะให้บริการโฆษณาแก่บริษัทเงินทุนต่าง ๆ ได้ เป็นต้น ในการพิจารณาอุตสาหกรรมนี้ควรจะได้พิจารณาว่า พนักงานของกิจการโฆษณา เคยมีประสบการณ์ด้านใดมาก่อนที่จะเข้ามาอยู่ในกิจการโฆษณานี้ด้วย เพื่อที่จะใช้ความรู้และประสบการณ์ของพนักงานนั้นช่วยในการตัดสินใจ
2. เขตภูมิศาสตร์ ที่ตั้งของบริษัทที่จะเป็นลูกค้า ควรอยู่ในเขตภูมิศาสตร์เดียวกับกิจการโฆษณา เพราะการที่มีลูกค้าอยู่ห่างไกลกันเกินไป จะเป็นเครื่องตัดทอนความสามารถที่จะให้บริการแก่ลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ สำหรับประเทศไทย ข้อมูลนี้ไม่จำเป็นมากนัก เนื่องจากศูนย์กลางธุรกิจทุกประเภทอยู่ในกรุงเทพฯ

3. ขนาดของบริษัทที่จะเป็นลูกค้า ไม่ควรจะเล็กหรือใหญ่เกินไป เมื่อเปรียบเทียบกับขนาดของกิจการโฆษณา นั่นคือ กิจการโฆษณาไม่ควรจะหาลูกค้าที่มีขนาดใหญ่ หรือมีงบประมาณโฆษณามากเกินกว่าที่จะสามารถให้บริการที่ดีได้ หรือไม่อาจให้บริการที่ดีได้หากไม่ลดคนบริการและคุณภาพที่ให้กับลูกค้ารายอื่นลง ในทางตรงกันข้าม ก็ไม่ควรจะมีลูกค้าที่มีขนาดเล็ก หรือมีงบประมาณน้อยเกินไป เพราะถ้าหากกิจการต้องให้เวลาในการสร้างงานโฆษณามากแต่มีรายได้น้อยเกินไป ก็ไม่เป็นการเหมาะสม

4. สถานะการเงินของบริษัทที่จะเป็นลูกค้า ควรจะมีความมั่นคงพอสมควร เพื่อที่จะแน่ใจได้ว่าเมื่อกิจการโฆษณาให้บริการต่าง ๆ แล้วจะสามารถเรียกเก็บเงินที่จ่ายล่วงหน้าไปและค่าบริการคืนมาได้ ทั้งนี้เพราะกิจการโฆษณาก็เป็นธุรกิจประเภทหนึ่ง ที่จะต้องมีรายได้เข้ามาเพียงพอกับค่าใช้จ่ายที่ต้องเสียไป ซึ่งถ้าไม่เป็นเช่นนี้ก็อาจก่อให้เกิดปัญหาในการดำเนินงานได้

สำหรับสถานะการเงินของบริษัทที่จะเป็นลูกค้า นั้น อาจทราบได้จาก การวิเคราะห์ งบการเงิน การสอบถามจากบริษัทต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับบริษัทนั้น เช่น ธนาคาร ตัวแทนจำหน่าย ฯลฯ

5. บริษัทที่จะเป็นลูกค้า นั้นจะต้องไม่ดำเนินการแข่งขันกับลูกค้าเดิมที่กิจการโฆษณาให้บริการอยู่ ไม่ว่าจะทางตรงหรือทางอ้อม

นอกจากข้อมูลดังกล่าวมาข้างต้นแล้ว ยังมีรายละเอียดอื่น ๆ อีก เช่น คุณภาพของสินค้า โอกาสในทางการตลาดและการโฆษณาของสินค้านั้น ยอดเงินเรียกเก็บ (Billing) ชื่อบุคคลสำคัญในบริษัทนั้น ชื่อกิจการโฆษณาที่บริษัทนั้นใช้บริการอยู่ในปัจจุบัน เป็นต้น

เมื่อได้รายชื่อบริษัทที่คิดว่าจะเป็นลูกค้าแล้ว สิ่งที่กิจการโฆษณาจะต้องพิจารณาต่อไป ก็คือ ชื่อและตำแหน่งของบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจดำเนินการโฆษณา บุคคลเหล่านี้ อาจเป็นผู้บริหารฝ่ายโฆษณา ผู้บริหารการตลาด หรือฝ่ายบริหารระดับสูงของบริษัท หรืออาจมีบุคคลอื่นเข้ามาเกี่ยวข้องมากกว่านี้ก็ได้ และเนื่องจาก ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจที่จะเลือกรับ

หรือปฏิ' สธกิจการโฆษณาของแต่ละบริษัทแตกต่างกัน บางบริษัทอาจเป็นบุคคลคนเดียว บางบริษัทอาจเป็นคณะกรรมการ ทั้งนี้เพราะโครงสร้างของแต่ละบริษัทมีความแตกต่างกัน ดังนั้น การที่จะติดต่อเพื่อให้ได้ลูกค้านำรายใครรายหนึ่งนั้น กิจการโฆษณาอาจต้องไปเกี่ยวข้องกับบุคคลหนึ่งหรือหลายคนได้ อย่างไรก็ตาม ก็ควรพิจารณากำหนดด้วยว่า ใครเป็นบุคคลที่มีความสำคัญมากที่สุด ในจำนวนบุคคลทั้งหมดนั้น ซึ่งการที่กิจการโฆษณาจะได้คำตอบเหล่านี้ก็จะต้องมีการศึกษาบุคคลสำคัญ ๆ ในบริษัทที่จะเป็นลูกค้านั้นเป็นรายบุคคลเพื่อพยายามที่จะหารายละเอียดว่าบุคคลที่เกี่ยวข้องนั้นมีหลักการและวิธีการในทางเลือกกิจการโฆษณาอย่างไร ในทางปฏิบัติยากที่จะได้ข้อมูลเหล่านี้มา แต่การที่กิจการโฆษณาสามารถที่จะหาตัวบุคคลที่มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกกิจการโฆษณาได้อย่างถูกต้องก็จะเป็นจุดสำคัญของการหาลูกค้านำใหม่

กิจการโฆษณาบางแห่งใช้เวลาเป็นปี ๆ ที่จะศึกษาบริษัทที่จะเป็นลูกค้า เพื่อที่จะหาว่าใครเป็นผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกกิจการโฆษณา สำหรับชื่อและตำแหน่งของบุคคลเหล่านี้ควรมีการปรับปรุงให้ทันสมัยเสมอ เพราะกิจการโฆษณาจะไม่ได้รับความประทับใจในการติดต่อครั้งแรก ถ้าหากส่งจดหมายไปยังบุคคลนั้นโดยระบุตำแหน่งเมื่อปีที่แล้วของเขา

วิธีการหาลูกค้านำใหม่

เมื่อมีรายชื่อบริษัทที่จะเป็นลูกค้า และชื่อและตำแหน่งของบุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจเกี่ยวกับกิจการโฆษณาของบริษัทเหล่านั้นแล้ว ก็จะต้องเริ่มทำความรู้จักกันเพื่อให้บุคคลเหล่านั้นมีความสนใจกิจการโฆษณาเพียงพอที่จะยินดีรับฟังเรื่องราวเกี่ยวกับการบริการของกิจการโฆษณาสำหรับวิธีดำเนินการเพื่อหาลูกค้านำใหม่ มีดังต่อไปนี้

1. การติดต่อกับครั้งแรก กิจการโฆษณาอาจเริ่มติดต่อกับบริษัทที่จะเป็นลูกค้านำได้ 3

วิธี คือ

- 1.1 การใช้จดหมาย โตะทั่วไป บริษัทที่จะเป็นลูกค้ามักจะมีสนใจในสิ่งที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของเขา ดังนั้นจดหมายที่จะส่งไปถึง ควรเน้นถึง เรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของบริษัทนั้น ๆ มากกว่าที่จะพูดถึงความสามารถของกิจการโฆษณา และหากสามารถที่จะจัดส่งไป

ในลักษณะที่เป็นส่วนตัวมากเกินไปก็จะยิ่งเป็นการดี สำหรับตัวอย่างของจดหมายที่จะมีไปถึงลูกค้า มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

Dear **Mr. Jones:**

We plan, within the next **several months**, to solicit your advertising **account.**

This, because we know and like your field, and specifically your company. and are experienced in the food (substitute appropriate word) business. We shall send you, from time ~~to~~ time, items of information we have gathered which we believe will be **of** use to you. We may **even be** rash enough to suggest selling or marketing **procedures.** which seem to us, looking in from the outside, as likely **to** improve your sales and/or profit picture. **We** figure, if there is **any** chance, **of** our doing business together, this is the best **way** to **turn** a possibility into a fact.

Sincerely yours,

(Agency head)

ที่มา : **Herbert S. Gardner, Jr., The Advertising Agency Business,**
Grain Books, 1976. p. 169- 170.

การเขียนจดหมายนี้ควรเขียนด้วยความระมัดระวัง และควรเขียนในลักษณะที่ไม่ต้องการคำตอบ ความสำเร็จในการหาลูกค้าใหม่ของกิจการโฆษณา ส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับสิ่งที่กิจการโฆษณาเสาะหามาและจัดส่งไปให้บริษัทที่จะเป็นลูกค้า ซึ่งสิ่งที่ส่งไปนี้ควรแน่ใจว่าจะเป็นประโยชน์แก่บริษัทนั้น

1.2 การใช้โทรศัพท์ วิธีการนี้ควรใช้เมื่อกิจการโฆษณามีข้อเสนอแนะที่คิดว่าผู้บริหารของบริษัทที่จะเป็นลูกค้า จะสนใจ หลักการในการใช้โทรศัพท์ที่ดี มีดังต่อไปนี้

1. เสียงของผู้ใช้โทรศัพท์จะต้องสุภาพ น้ำเสียงสามารถที่จะฟังเข้าใจได้ง่าย
2. ผู้พูดจะต้องมีจิตวิทยา นั่นคือ ต้องพูดให้เขาสนใจที่จะพูดคุยกับเรา สำหรับแนวทางในการพูด ก็พูดซ้ำ ๆ ว่า "ท่านคือ..... ขอคุณที่ให้โอกาสผมคุยกับคุณ ผมชื่อ.....ทำงานอยู่ กิจการโฆษณา ชื่อ.....อยู่ที่.....ในการดำเนินงานของบริษัทเรา ผมว่า สินค้าของคุณอยู่ภายใต้สถานการณ์หนึ่ง (เช่น สงครามราคา การแข่งขันอย่างรุนแรง การส่งเสริมร้านค้าปลีก หรือเรื่องอื่น ๆ ที่ต้องแน่ใจว่า เป็นเรื่องใหม่ ต้องน่าเชื่อถือและมีความสำคัญต่อธุรกิจของบริษัทที่จะเป็นลูกค้า) กิจการโฆษณาของเรามีความคิดหนึ่งที่จะช่วยท่านจากสถานการณ์นี้ได้ ผมจะไปพบท่าน เกี่ยวกับเรื่องนี้ ใดไหมครับ" เป็นต้น

นั่นคือ แนวทางนี้จะต้อง

1. ขอคุณที่เขาให้โอกาสฟังสิ่งที่เราจะพูด
2. บอกเขาว่า เราเป็นใคร ทำงานอะไร ที่ไหน อย่างชัดเจน
3. กล่าวถึง แนวความคิดที่จะเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจของเขา
4. ขอโอกาสที่จะพบ เพื่อพูดเกี่ยวกับเรื่องที่มีความสำคัญนั้น

1.3 การใช้วิธีอื่น ๆ กิจกรรมโฆษณา พยายามที่จะทำความรู้จักกับบุคคลของบริษัทที่จะเป็นลูกค้าเพื่อให้เกิดความประทับใจ และเพื่อจะนำไปสู่การพบปะกัน ซึ่งวิธีการที่จะทำความรู้จักอาจทำได้หลาย ๆ วิธี คือ

1. การเผยแพร่เรื่องราวของกิจการโฆษณา ในสิ่งพิมพ์ทางการค้า และอาชีพ เพื่อให้เป็นที่รู้จัก
2. การเข้าร่วมประชุมในกลุ่มอุตสาหกรรมที่บุคคลในบริษัทที่จะเป็นลูกค้าจะไปร่วมประชุม
3. การจัดประชุม สัมมนา หรืออื่น ๆ โดยเชิญบุคคลในบริษัทที่จะเป็นลูกค้ามาร่วมด้วย
4. การใช้บุคคลที่ 3 แนะนำ เช่น ลูกค้าปัจจุบัน สื่อโฆษณา ฯลฯ
5. การส่งเสริมให้ บุคคลฝ่ายต่าง ๆ ของกิจการโฆษณา ไปปรากฏตัว หรือเป็นวิทยากร ในงานของอุตสาหกรรมการโฆษณา ปาฐกถา ฯลฯ เพื่อที่จะทำให้เกิดความสนใจ
6. การจัดทำวารสารภายใน (House Organs) แล้วจัดส่งไปให้บริษัทที่จะเป็นลูกค้าเป็นประจำ

การเริ่มติดต่อโดยวิธีการต่าง ๆ ข้างต้นนี้ จะต้องให้มีความสม่ำเสมอ หวังนี้เพราะในบางครั้งต้องติดต่อเป็นเวลานานเป็นปี บริษัทที่จะเป็นลูกค้าจึงจะเริ่มหันมาสนใจกิจการโฆษณา

2. การพบปะเพื่อแนะนำเกี่ยวกับกิจการโฆษณา เมื่อติดต่อกันได้สักระยะเวลาหนึ่งจนมีความคุ้นเคยกันดีพอสมควรแล้ว ก็ควรจะมีการนัดหมายที่จะพบปะกัน การนัดหมายในช่วงนี้ บางครั้งอาจต้องรอนานเนื่องจากบุคคลของบริษัทที่จะเป็นลูกค้ามีกิจธุระมากเกินกว่าที่จะปลื้มตัวมาพบได้ การพบปะกันนี้ จะเป็นโอกาสที่กิจการโฆษณาจะแนะนำเรื่องราวเกี่ยวกับกิจการโฆษณา ซึ่งก็ควรจะทำให้เกิดความประทับใจ สำหรับวิธีการนั้นก็จะเป็นเทคนิคของแต่ละกิจการโฆษณา

อย่างไรก็ตาม เมื่อไปพบลูกค้าครั้งแรก ควรจะเป็นผู้ฟังที่ดีที่สุด เพราะเป็นโอกาสที่ได้ทราบข้อมูล หรือเรียนรู้เกี่ยวกับสินค้าของบริษัทที่จะเป็นลูกค้า และเมื่อมีโอกาสเหมาะสมจึงแนะนำเกี่ยวกับกิจการโฆษณา โดยการพูดแนะนำ หรือมีการจัดเตรียมหนังสือแนะนำกิจการโฆษณา ที่จะมีเรื่องราวเกี่ยวกับประวัติการทำงานที่ดี ตัวอย่างงานโฆษณาและงานอื่น ๆ รวมถึงกรณีศึกษาของงานที่ทำจริงในอดีต แล้วหยิบยกตัวอย่างที่เหมาะสม มาอภิปรายโดยละเอียดกับลูกค้า หรือกิจการโฆษณาบางแห่ง อาจเตรียมตัวอย่างงานโฆษณาที่เห็นว่าดีที่สุดมาแสดงให้ลูกค้าดู ซึ่งมีใช้แสดงแต่ตัวอย่างเท่านั้น ควรบอกถึงวิธีการแก้ปัญหาที่ตัวอย่างนี้จะต้องเลือกให้เหมาะกับบริษัทที่จะเป็นลูกค้าแต่ละราย และเหมาะกับเรื่องหรือปัญหาของลูกค้าที่นั่นด้วย

การแนะนำเกี่ยวกับกิจการโฆษณานี้ ควรแนะนำให้มากที่สุดเท่าที่เวลาและสถานการณ์จะอำนวยให้ แต่ก็ไม่ควรพูดมากจนทำให้ความประทับใจหมดไป

หลังจากที่ไต่ถามกันแล้วควร เขียนจดหมายขอบคุณที่ให้เวลามาพบปะ และควรย้ำถึงความสนใจที่มีต่อบริษัทลูกค้าที่นั่น หลังจากการพบกันครั้งนี้แล้วก็ควรจะมีการติดต่อกันอย่างสม่ำเสมอ แต่ก็ไม่ควรให้เป็นไปในลักษณะรบกวนเวลาเขามากเกินไป เพื่อให้เขารู้ว่า ยังคงให้ความสนใจในบริษัทของเขาอยู่เสมอ ซึ่งส่วนใหญ่ก็ต้องรอโอกาสเป็นเวลานาน เนื่องจากเวลาที่บริษัทที่จะเป็นลูกค้าจะเลือกกิจการโฆษณานั้นต้องใช้เวลาและมีย่อยรายที่จะเลือกกิจการโฆษณาในทันที หรือเลือกโดยไม่มีชั้นตอนเลย

3. การเสนองานโฆษณา (Presentation) ถ้าหากบริษัทที่จะเป็นลูกค้าเกิดความสนใจต่อกิจการโฆษณา ก็อาจจะมาเยี่ยมชมกิจการโฆษณา ในการเยี่ยมชมนี้ กิจการโฆษณาก็ควรจะมีการแนะนำกิจการโฆษณาให้กับผู้ที่จะเป็นลูกค้าในทางที่จะทำให้เขาพอใจมากที่สุดเท่าที่จะทำได้ ซึ่งอาจทำได้โดยการใช้นาฬิกา สไลด์ ภาพยนตร์หรือวีดีโอเทป และควรแนะนำครอบคลุมเรื่องต่อไปนี้⁶

1. โครงสร้างและประวัติของกิจการโฆษณาโดยสรุป ควรบอกถึงยอดเงินเรียกเก็บ และรายชื่อลูกค้าในปัจจุบัน
2. แนวทางการสร้างสรรค์งานโฆษณา โดยอาจมีการแสดงถึงผลงานที่ผ่าน

สร้างสรรค์ของกิจการโฆษณาด้วย

3. บริการด้านสื่อโฆษณา ที่จัดให้กับลูกค้า
4. อธิบายถึงบริการด้านอื่น ๆ ที่กิจการโฆษณาจัดให้กับลูกค้า (ถ้ามี)
5. ความมีกรณีศึกษา อธิบายถึงงานที่ได้ทำจริงและผลสำเร็จที่ได้รับ

ความสำเร็จหรือความล้มเหลวในการเสนองานขั้นนี้ ขึ้นอยู่กับ

1. ความสามารถที่กิจการโฆษณาจะเข้าใจถึง สิ่งที่ลูกค้าต้องการหรือมองหา จากกิจการโฆษณา ซึ่งอาจเป็นขนาด บุคคลากร แนวทางสร้างสรรค์ บริการที่จัดหาให้ รวมถึง ความชำนาญพิเศษที่บริษัทลูกค้าต้องการ แล้วจัดเสนอสิ่งเหล่านั้นให้สอดคล้องกับความต้องการของเขา โดยทั่วไปแล้ว สิ่งของบริษัทที่จะเป็นลูกค้าบอกว่า ต้องการนั้นมักจะไม่ใช่สิ่งที่เขาต้องการจริง ๆ ดังนั้น กิจการโฆษณาจะต้องมองให้เห็นว่า ลูกค้าต้องการอะไรจริง ๆ

2. จัดบุคคลที่จะเสนองานให้เหมาะสมกับลูกค้า ควรทำให้บุคคลที่มาเยี่ยมชม เกิดความรู้สึกอบอุ่น เมื่ออยู่ท่ามกลางบุคคลของกิจการโฆษณา และทำให้เขาเห็นว่า บุคคลของกิจการโฆษณาเป็นบุคคลที่มีความสามารถและน่าเชื่อถือ เพราะถ้าหากเขาไม่เกิดความรู้สึกนี้ เขาก็จะปฏิเสธกิจการโฆษณา

3. ในการแนะนำกิจการโฆษณานี้ ควรให้ข้อมูลที่เป็จริงและน่าเชื่อถือ หลักการที่สำคัญ คือ ไม่ควรทำให้ลูกค้าเห็นว่า กิจการโฆษณาฉลาดอย่างไร แต่ควรให้เป็นในลักษณะที่ว่า บริษัทลูกค้ามีความสำคัญอย่างไร มากกว่า และยิ่งการแนะนำยิ่งสั้นเท่าไรก็จะยิ่งเป็นการดีขึ้น⁷

ถ้าหากบริษัทลูกค้าพิจารณาแล้วเกิดความสนใจในกิจการโฆษณา ก็อาจกำหนดให้กิจการโฆษณาเสนอปัญหาและวิธีการแก้ไข ปัญหานี้อาจเป็นปัญหาที่บริษัทลูกค้ากำหนดให้ หรือเป็นงานรณรงค์โฆษณาในอดีตที่กิจการโฆษณาคิดว่าเหมาะสมหรือคล้ายคลึงกับสภาพปัญหาของลูกค้าก็ได้ นั่นคือการให้กิจการโฆษณาจัดทำการเสนองานโฆษณาเพื่อหาลูกค้าใหม่ (Speculative Presentation) นั่นเอง ในขั้นนี้ กิจการโฆษณาจะต้องรู้ว่า บริษัทที่จะเป็นลูกค่านั้นจะไม่มอง

กิจการโฆษณาเพียงแห่งเดียว แต่จะมีการเปรียบเทียบกิจการโฆษณา 2 - 3 แห่ง

สิ่งสำคัญในการเสนองานชิ้นนี้ คือ โอกาสที่จะได้ลูกค้ารายนั้น โอกาสนี้จะขึ้นกับความสามารถที่บุคคลของกิจการโฆษณาจะสามารถเสนอแนวคิดในการแก้ปัญหาที่ง่ายแต่น่าเชื่อถือ เชื้อถือเข้าปัญหาในการเสนองานให้น่าเชื่อถือและความสามารถในการจูงใจ

สำหรับวิธีการเสนองานโฆษณาเพื่อหาลูกค้าใหม่นี้ ได้กล่าวรายละเอียดไว้ในบทที่ ว่าด้วยเรื่องการเสนองานโฆษณาแล้ว

แนวโน้มของการหาลูกค้าใหม่ _____

ปัจจุบันในสหรัฐอเมริกา การจ้างพนักงานเข้ามาทำหน้าที่หาลูกค้าใหม่โดยตรง เริ่มไม่เป็นที่นิยมแล้ว เพราะกิจการโฆษณาเริ่มมีความไม่แน่ใจเกี่ยวกับความรู้ความสามารถ ความซื่อสัตย์ของพนักงานที่ทำหน้าที่นี้ ดังนั้น กิจการโฆษณาบางแห่งจึงหันกลับไปใช้วิธีการที่เขา ชำนาญในการหาลูกค้าใหม่ นั่นคือ หันไปใช้การโฆษณากิจการของตนเอง ที่เรียกกันว่า House Advertising หรือจัดทำเอกสารสิ่งพิมพ์เพื่อการค้า (Trade Publication) เพื่อส่งเสริมการให้บริการของกิจการ หรือบางแห่งอาจจัดทำเอกสารที่เกี่ยวกับเรื่องราวต่าง ๆ ขององค์การ (House Organ) แล้วจัดส่งไปให้ลูกค้าเดิมหรือผู้ที่คาดว่าจะจะเป็นลูกค้าใหม่ เพื่อให้ทราบข้อมูลต่าง ๆ ของกิจการ และถ้าสนใจก็จะติดต่อกลับมา ตัวอย่างบริษัท Grey Advertising Agency ได้จัดทำ Grey Matter ส่งไปให้ลูกค้าเป็นเวลานานกว่า 35 ปีแล้ว

สำหรับ กิจการโฆษณาในประเทศไทย ก็มีการตื่นตัวในการโฆษณาบริการของ กิจการโฆษณาเองบ้างเหมือนกัน เช่น การโฆษณาของบริษัท แอมแมกซ์ออริจิน จำกัด ที่โฆษณา ถึงวิธีการในการจัดทำโครงการรณรงค์โฆษณา อาหารกระป๋อง "หัวป่าก" และแนะนำเกี่ยวกับ บริษัทและบุคคลที่ทำงานในแผนกต่าง ๆ ของบริษัท รวมถึงลูกค้าในขณะนั้นด้วย ดังรูปที่ 10.1 และการโฆษณาของบริษัท มีเคียสยาม ที่โฆษณาขายเนื้อที่โฆษณาหลังรถประจำทาง ดังรูปที่ 10.2



รูปที่ 10.2 แสดงการโฆษณาของบริษัท มีเดียสยาม

คำถามท้ายบท _____

1. มีผู้กล่าวว่า "หน้าที่การหาลูกค้าใหม่ เปรียบเหมือนกับหน้าที่การขายของธุรกิจทั่วไปนั่นเอง" ท่านเห็นด้วยหรือไม่ อย่างไร และพนักงานที่ทำหน้าที่การหาลูกค้าใหม่นี้ควรมีคุณสมบัติอย่างไร
2. จงอธิบายถึงหลักเกณฑ์และวิธีการในการหาลูกค้าใหม่ของกิจการโฆษณา
3. กิจการโฆษณาสามารถหาลูกค้าได้กี่วิธี อะไรบ้าง อย่างไร และในการหาลูกค้าใหม่นั้น เหตุใดกิจการโฆษณาจะต้องทราบถึงลักษณะนิสัยของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกกิจการโฆษณาของบริษัทลูกค้านั้นด้วย