จะใช้กลยุทธ์ Push หรือ Pull ทางการตลาด

เป็นกลยุทธ์การส่งเสริมการขายที่ใช้ประกอบกันเพื่อผลักดันให้สามารถขายสินค้าได้ โดยกลยุทธ์ผลัก (push) มีเป้าหมายที่จะส่งเสริมให้กลุ่มพ่อค้าขายส่งและพ่อค้าขายปลีกได้มีการผลักดันการขายให้เกิดขึ้นอย่างกว้างขวาง กลยุทธ์นี้เน้นการขายตรงกับพ่อค้าคนกลางเหล่านี้ มีการให้ส่วนลด มีการให้ความช่วยเหลือด้านการโฆษณา มีการให้ความสนับสนุนในรูปเอกสารประกอบการขาย แผ่นพับ โปสเตอร์

ส่วนกลยุทธ์ pull เป็นกลยุทธ์ที่พยายามกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการสินค้า กลยุทธ์นี้เน้นการโฆษณามากกว่าการขายตรง โดยเชื่อว่าเมื่อผู้บริโภคได้เห็นโฆษณา ก็จะเกิดความต้องการและเรียกร้องให้พ่อค้าคนกลางจัดหาสินค้าตามที่ตนต้องการไว้ในร้านค้า

นักการตลาดสามารถใช้กลยุทธ์ทั้ง 2 ประกอบกันเพื่อส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ชนิดหนึ่งๆ แต่อาจจะมีการมุ่งเน้นใช้กลยุทธ์ใดเป็นพิเศษ ตัวอย่างเช่น ในการขายสินค้าเพื่ออุตสาหกรรม ต้องเน้นกลยุทธ์ push โดยการเสนอขายสินค้าโดยตรง

Contribution this Issue: ดร. ดนัย ปัตตพงศ์*

* ผู้แต่ง/เจ้าของ Statistics Talks(70+ issues) เอกสารวิชาการด้านการวิจัยและสถิติประยุกต์ที่นำเสนอเครื่องมือทางสถิติเพื่อการวิจัยในระดับปริญญาโท เอก ตลอดจนตัวอย่างของการนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตจริง

* ผู้พัฒนา FINALYSIS... a dedicated software สำหรับให้บริการนักธุรกิจที่ต้องการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์(บ้านจัดสรร/จัดสรรที่ดินเพื่อการอุตสาหกรรม/อาคารชุด/อาคารสำนักงานให้เช่า) โรงแรม โรงพยาบาลเอกชน ห้างสรรพสินค้า โรงงานน้ำตาล โรงงานกระดาษ โรงไฟฟ้าชีวมวล ฯลฯได้เห็นตัวเลขก่อนโครงการเกิดหลีกเลี่ยงความผิดพลาดเป็นร้อยเป็นพันล้านหากเกิดการลงทุนจริง (กำหนด DEBUT 1 เมษายน 2569)

* ผู้แต่งหนังสือ" การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินและการจัดวงเงินเครดิตของโครงการลงทุน " ประกอบด้วยตัวอย่างของธุรกิจจริงที่ไม่เปิดเผยชื่อนับ 100 บริษัท ครอบคลุมอุตสาหกรรม 24 อุตสาหกรรม

* Co-developer ซอฟแวร์ en◉gex◉cel® สำหรับใช้ทดสอบ/เรียนรู้ศัพท์ (ประกอบด้วยแบบฝึกหัดและเฉลยกว่า 90 บทครอบคลุมศัพท์ระดับ SAT/IELTS/TOEFL กว่า 12,000 คำ) และไวยากรณ์อังกฤษ (ประกอบด้วยแบบฝึกหัดและเฉลยกว่า 160 บทหรือกว่า 10,000 ข้อครอบคลุมเนื้อหาระดับอุดมศึกษาและTOEFL) มาพร้อมกับไฟล์เสียง/ไฟล์ข้อมูล/ฯลฯ อีกมาก (กำหนด DEBUT 1 เมษายน 2569)