

SMALL SMART MARKETING

การตลาดฉบับธุรกิจเล็ก
ที่ชนะด้วยความคิด ไม่ใช่ความใหญ่

พิเศษ

Sniper Model
เครื่องมือ
การตลาดแบบแม่นยำ
สำหรับ SME

กลยุทธ์เล็กแต่ลึก ทำการตลาดแบบฉลาด
เปลี่ยนงบน้อยให้ยอดขายโต ด้วยอาวุธลับของคนตัวเล็ก

พิระวัฒน์ อรุณพัฒน์พงศ์

ผู้ประกอบการ / ที่ปรึกษา / วิทยากร / เจ้าของช่อง “ฟลศาสตร์”



SMALL SMART MARKETING

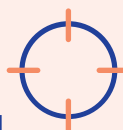
การตลาดฉบับธุรกิจเล็ก
ที่ชนะด้วยความคิด ไม่ใช่ความใหญ่



พิเศษในเล่ม!!!

พบกับ **SNIPER MODEL**

เครื่องมือการตลาดแบบแม่นยำสำหรับ SME



+

x



พีระวัฒน์ อู่อัพพัฒนพงศ์
ผู้ประกอบการ / ที่ปรึกษา / วิทยากร
เจ้าของช่อง "เฟลศาสตร์"

SMALL SMART MARKETING

การตลาดฉบับธุรกิจเล็กที่ชนะด้วยความคิด ไม่ใช่ความใหญ่ พีระวัฒน์ อรุณีพัฒน์พงศ์

© ได้รับการอนุญาตจัดพิมพ์จากเจ้าของลิขสิทธิ์ตามกฎหมาย สงวนลิขสิทธิ์ตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ (ฉบับเพิ่มเติม) พ.ศ. 2558
ห้ามลอกเลียนส่วนใดส่วนหนึ่งของหนังสือเล่มนี้ มิเช่นนั้นจะถือว่าละเมิดลิขสิทธิ์และมีความผิดทางอาญา

ข้อมูลทางบรรณานุกรมของหอสมุดแห่งชาติ

พีระวัฒน์ อรุณีพัฒน์พงศ์.

SMALL SMART MARKETING การตลาดฉบับธุรกิจเล็กที่ชนะด้วยความคิด ไม่ใช่ความใหญ่.

-กรุงเทพฯ : เช็ก, 2569.

192 หน้า.

1. การตลาด. I. ชื่อเรื่อง.

658.8

ISBN 978-616-609-348-3

ที่ปรึกษากฎหมาย : อนันต์ แยมเกษร น.บ. น.ม. นศ.ม.

บรรณาธิการอำนวยการ : สหวิมล เจริญชัยวัฒน์

บรรณาธิการบริหาร : ชรอใจ คันธพรสิริ

ผู้เขียน : พีระวัฒน์ อรุณีพัฒน์พงศ์

บรรณาธิการ : วรัญญา บาเบีย

กองบรรณาธิการ : สิริพันธุ์ ศรีอรุณศักดิ์

อังสนา ปรีกษา

พิสูจน์อักษร : สยมพร ภูมิคอนสาร

ออกแบบปก : มะจิง

ศิลปกรรม : Cut-off

จัดพิมพ์โดย :  สำนักพิมพ์ เช็ก

ในเครือบริษัท เพชรประกาย จำกัด

81 อาคารเพชรประกาย ถนนเสรีไทย

แขวงมีนบุรี เขตมีนบุรี กรุงเทพฯ 10510

โทรศัพท์ 0 2540 5535 # 114 โทรสาร 0 2540 5568

Homepage : <http://www.phetpraguy.com>

พิมพ์ที่ : บริษัท รุ่งแสงการพิมพ์ จำกัด

372-378 ซอยเจริญนคร 46 ถนนเจริญนคร

แขวงบางลำภูล่าง เขตคลองสาน กรุงเทพฯ 10600

จัดจำหน่ายโดย :  บริษัท อมรินทร์ บুক เซ็นเตอร์ จำกัด

108 หมู่ที่ 2 ถนนบางกรวย-จตุรนต์

ตำบลมหาสวัสดิ์ อำเภอบางกรวย นนทบุรี 11130

โทรศัพท์ 0 2423 9999 โทรสาร 0 2449 9500-6

Homepage : <http://www.naiin.com>

ราคา 255 บาท



การตลาดที่เหมาะสมกับธุรกิจเล็ก
ไม่ได้เริ่มจากโพสต์หรือโปรโมชั่น
แต่มันเริ่มจาก **ความเข้าใจ**





คำนำสำนักพิมพ์



ในโลกธุรกิจวันนี้ คำว่า “เล็ก” มักถูกตีความว่าเสียเปรียบ งบประมาณน้อยกว่า ทีมงานเล็กกว่า อำนาจต่อรองต่ำกว่า แต่ถ้ามองให้ลึกลงไป ความเล็กอาจเป็นข้อได้เปรียบที่ทรงพลังที่สุดก็ได้ เราเชื่อเสมอว่า ธุรกิจไม่ได้เติบโตเพราะขนาด แต่เติบโตเพราะความคิด และหนังสือเล่มนี้คือบทพิสูจน์ที่ชัดเจนของความเชื่อนั้น

ผู้เขียนหนังสือเล่มนี้ไม่ใช่ นักทฤษฎี ไม่ใช่อาจารย์มหาวิทยาลัย แต่คือผู้ประกอบการที่ไม่ได้เริ่มต้นจากเงินทุนหลักสิบล้าน เขาก่อตั้งแบรนด์รูปไร้ควัน “กิรตา” สินค้าที่หลายคนอาจมองว่าอยู่ในตลาดดั้งเดิม แข่งขันสูง กำไรไม่มาก และแทบไม่มีพื้นที่ให้ “สร้างแบรนด์” แต่เขาเลือกที่จะแข่ง ด้วย “มุมมองใหม่” ต่อการตลาด

“

Small Smart Marketing

การตลาดฉบับธุรกิจเล็ก

ที่ชนะด้วยความคิด ไม่ใช่ความใหญ่

”

จึงไม่ใช่หนังสือสอนทำเพจ ไม่ใช่คู่มือยิงแอด และไม่ใช่หนังสือกลยุทธ์แบบตำรา MBA แต่มันคือบันทึกของการลองผิดลองถูกของคนทำธุรกิจที่ต้องจ่ายจริง เจ็บจริง และเรียนรู้จริง

หนังสือเล่มนี้จึงพูดถึง “การตลาด” ในความหมายที่กว้างกว่าแค่การโปรโมต มันคือการกำหนดจุดยืน การสร้างคุณค่าให้สินค้า และกล้ำที่จะปฏิเสธบางสิ่งเพื่อรักษาทิศทางของแบรนด์ โดยผู้เขียนสอดแทรกกรณีศึกษาของแบรนด์ที่รุดมาเป็นตัวอย่างตลอดทั้งเล่ม พร้อมทั้งกำหนดกลยุทธ์สำหรับธุรกิจเล็กที่สามารถนำไปทำตามได้อย่างตรงเป้า ทุกบทเรียนไม่ได้ถูกเล่าในรูปแบบสั่งสอนแต่เล่าเหมือนเพื่อนเจ้าของกิจการนั่งคุยกันหลังร้าน

สำหรับเราในฐานะสำนักพิมพ์ หนังสือเล่มนี้ไม่ได้ทำให้ผู้อ่านรู้สึกว่าคุณ “รู้น้อย” แต่มันทำให้ผู้อ่านทุกคนรู้สึกว่าคุณ “ฉันททำได้” เพราะทุกความรู้ ความเข้าใจในเล่มนี้ไม่ได้ซับซ้อน ไม่ได้ใช้ศัพท์เทคนิคที่วุ่นวาย และที่สำคัญ ไม่ต้องอาศัยเงินลงทุนก้อนใหญ่ หลังจากที่คุณอ่านผ่านไป คุณจะได้รับความชัดเจนในความคิด ได้ความกล้าที่จะแตกต่าง ได้ความเชื่อมั่นในคุณค่าของธุรกิจ และได้รู้ว่าคุณสม่ำเสมอในการลงมือทำ คือหัวใจของผู้ประกอบการ

สำนักพิมพ์ขอขอบคุณผู้เขียนที่ถ่ายทอดประสบการณ์อย่างจริงใจ ขอขอบคุณผู้อ่านทุกท่านที่เลือกลงทุนเวลาเพื่อพัฒนาธุรกิจของตัวเอง ขอให้หนังสือเล่มนี้เป็นจุดเริ่มต้นของการเติบโตที่ไม่ได้วัดด้วยขนาด แต่วัดด้วยคุณภาพของความคิด และขอให้ธุรกิจเล็ก ๆ ของคุณ “ฉลาด” และ “ชนะ” ในแบบของตัวเองอย่างมั่นคง



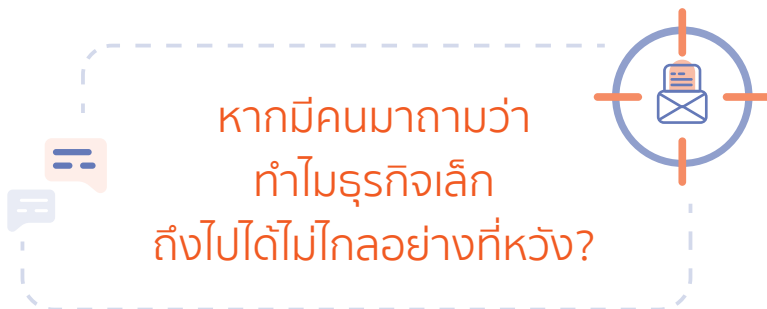
ปรารภนาดี
บรรณาธิการ





ทำไมธุรกิจเล็ก ถึงต้องคิดใหม่ เรื่อง “การตลาด”

ผมใช้เวลามากกว่าสิบปีอยู่ในโลกของธุรกิจเล็ก ในหลายบทบาท โดยใช้เวลาส่วนใหญ่ทำธุรกิจของตัวเอง และมีบางวันผมเป็นที่ปรึกษา บางวันเป็นนักออกแบบระบบงาน และอีกหลายวันก็เป็นเพียงเพื่อนที่นั่งฟังผู้ประกอบการระบายปัญหาอย่างไม่รีบร้อน ผมได้เห็นธุรกิจที่ขายดีจนของไม่พอส่ง และก็เห็นธุรกิจที่เหนื่อยแทบตายแต่ไม่รู้ว่าจะเหนื่อยไปเพื่ออะไร?



ผมไม่แน่ใจในคำตอบ แต่สิ่งหนึ่งที่ผมแน่ใจคือ ธุรกิจเล็กส่วนใหญ่ไม่ได้ล้มเพราะขาดความพยายาม แต่เพราะพยายามในสิ่งที่ไม่จำเป็นอยู่ 2 เรื่อง

1. ธุรกิจเล็กมักพยายามจะเล่นในเกมของคนตัวใหญ่

ธุรกิจเล็กเชื่อว่าต้องทำให้เหมือนบริษัทใหญ่ ต้องมีคอนเทนต์ ต้องมีแอด ต้องมีทีมมาร์เก็ตติ้ง ซึ่งสิ่งที่บริษัทใหญ่มีคือ “ระบบ” ส่วนสิ่งที่ธุรกิจเล็กมีคือ “เจ้าของ” ที่ต้องทำทุกอย่างด้วยตัวเอง ตั้งแต่คิดแผนไปจนถึงล้างห้องน้ำ ผมเห็นร้านกาแฟที่ยิ่งแออัดเก่งแต่ไม่รู้ว่าคุณที่กลับมาซื้อซ้ำคือใคร? เห็นแบรนด์เครื่องหอมที่ขายดีแต่ไม่เคยรู้ว่าคนซื้อชอบ “กลิ่น” หรือ “ความรู้สึกที่ได้ตอนซื้อ” และเห็นธุรกิจบริการที่มีลูกค้าเยอะ แต่ทีมทำงานไม่ไหวเพราะไม่มีระบบรองรับ สิ่งเหล่านี้ไม่ได้เกิดจากขาดความรู้แต่เกิดจากการใช้สูตรของคนอื่นในสนามที่ไม่เข้ากับตัวเองเลย

ความจริงคือธุรกิจเล็กไม่จำเป็นต้องทำเหมือนรายใหญ่ เพราะเงื่อนไขของสนามต่างกันโดยสิ้นเชิง ธุรกิจเล็กไม่มีทีมวิจัย ไม่มีงบให้ลองสับแคมเปญ ไม่มีเวลามากพอจะรอให้ผลลัพธ์ค่อย ๆ ปรากฏ แต่มีลูกค้าที่ต้องตอบวันนี้ มีบิลที่ต้องจ่ายพรุ่งนี้ และมีความคาดหวังของคนในบ้านที่ต้องดูแล



2. การตลาดของธุรกิจขนาดเล็ก เริ่มต้นจากความเข้าใจ ไม่ใช่อัดเงิน



ผมเรียนรู้ว่า การตลาดที่เหมาะสมกับธุรกิจเล็ก
ไม่ได้เริ่มจากโพสต์หรือโปรโมชัน
แต่มันเริ่มจาก **“ความเข้าใจ”**



เข้าใจว่าธุรกิจของเราคืออะไร ลูกค้าอยากได้อะไร และเราทำได้ดีแค่ไหน
ธุรกิจเล็กที่เข้าใจตัวเองมากพอ จะรู้ว่าต้องทำเพียงไม่กี่อย่างให้ดี แทนที่จะทำทุก
อย่างให้พอใช้

เพราะสิ่งที่จำกัดธุรกิจเล็กไม่ใช่ขนาดของตลาด

แต่คือ **“ขนาดของความเข้าใจ”** ที่เรามีต่อมัน

ประโยชน์ของความเล็ก ที่รายใหญ่ทำไม่ได้

ด้านที่แข็งแรง
ด้านที่สวยงาม
และเต็มไปด้วย
โอกาส

ของการทำธุรกิจขนาดเล็กมีอยู่มากมาย
ที่หลายคนอาจมองข้าม ผมเห็นร้านขนม
ที่ไม่เคยยิงแอดเลย แต่มีลูกค้ากลับมาซื้อ
ซ้ำเพราะติดใจในรสมือและจำชื่อเจ้าของ
ได้ เห็นแบรนด์เครื่องหอมที่เริ่มจากห้อง
ครัวในคอนโดแล้วเติบโตจนไปเปิดร้าน
อยู่ในห้างใหญ่

พวกเขาเหล่านั้นไม่ได้เติบโตเพราะมีงบประมาณเยอะ หรือ
การสร้างเรื่องเล่าได้จนคนเชื่อ ในความเป็นจริงธุรกิจเล็กจำนวนมาก
ไม่ได้ชนะเพราะทำมากกว่า แต่เพราะเข้าใจมากกว่า เข้าใจคน
ซื้อจริง ๆ เข้าใจข้อจำกัดของตัวเอง และเข้าใจว่าการตลาดไม่ใช่
เรื่องของการพูดดัง แต่คือการพูดในสิ่งที่ตรงใจลูกค้า ว่าอยากได้
อะไร และสร้างความเชื่อมั่นผ่านการลงมือทำอย่างต่อเนื่อง

หนังสือเล่มนี้เกิดขึ้นจากประสบการณ์ตรงในสนามจริง ผม
ไม่ตั้งใจเขียนตำราการตลาด เพราะเจ้าของธุรกิจเล็กไม่มีเวลานั่ง
อ่านตำราอยู่แล้ว หนังสือเล่มนี้เป็นเหมือนเพื่อนร่วมทาง ที่จะช่วย
ให้ท่านได้ออกแบบแผนการตลาดของตัวเองได้อย่างมีระบบ โดย
ใช้ทรัพยากรที่ไม่ต้องออกตามหาที่ไหน เพราะเป็นสิ่งที่ทุกท่านมี
อยู่แล้ว และที่สำคัญไม่ต้องเริ่มจากศูนย์



เครื่องมือที่ออกแบบมาเพื่อธุรกิจเล็ก

หนังสือเล่มนี้ไม่ได้จะบอกให้ท่านผู้อ่านต้องโพสต์ทุกวัน หรือออกไปวิ่งไล่ตามจับเทรนด์ใหม่ ๆ ตลอดเวลา แต่จะชวนให้ท่านดำดิ่งและคิดว่าทุกสิ่งที่ท่านได้กระทำอยู่นั้น ได้เชื่อมโยงกับเป้าหมายทางธุรกิจของท่านจริงหรือเปล่า?



สิ่งที่ท่านจะได้จากหนังสือเล่มนี้



คือ “แผนที่” ไม่ใช่สูตรสำเร็จ

ผมจะพาท่านผู้อ่านออกสำรวจธุรกิจของตัวเองใหม่อีกครั้ง

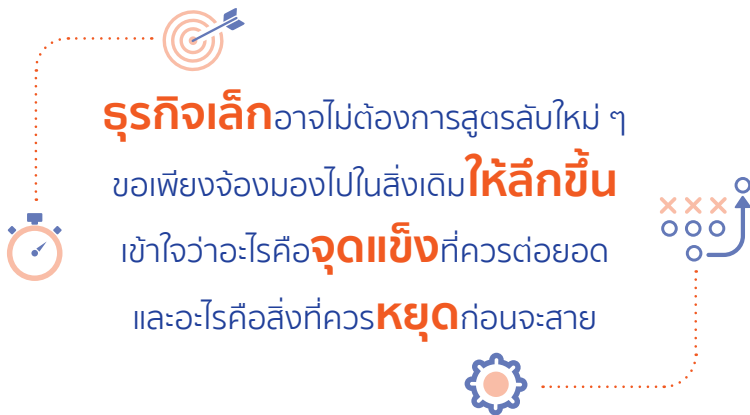


นอกจากนี้ท่านจะได้พบกับ Sniper model ตั้งแต่การหาว่าธุรกิจของท่านเหมาะกับตลาดแบบไหน เก็บข้อมูลรอบตัวอย่างเป็นระบบ ออกแบบประสบการณ์ให้ลูกค้าจำแบรนด์ได้ สร้างความเชื่อใจจากสินค้าจริง และเรียนรู้จากทุก feedback เพื่อปรับให้ดีขึ้นเรื่อย ๆ

ซึ่งทุกขั้นตอนของ Sniper model ผมได้ออกแบบมาจากประสบการณ์ตรงของผมที่เป็นเจ้าของของธุรกิจเล็กเอง และประสบการณ์ที่ผมได้รับอนุญาตให้ร่วมเดินทางด้วยกับธุรกิจเล็กจำนวนมาก ตั้งแต่ขายขนมขบเคี้ยวในราคาย่อมเยารวไปจนถึงบริการทางการแพทย์ในโรงพยาบาล ทำให้ผมมั่นใจได้ว่าท่านจะสามารถนำ Sniper model ไปปรับใช้เพื่อสร้างประโยชน์ให้แก่ธุรกิจของท่านได้อย่างแน่นอน โดยไม่จำกัดว่าต้องอยู่ในอุตสาหกรรมไหน

**ธุรกิจเล็กไม่ได้สร้างผลลัพธ์ใหญ่เพราะทำมากกว่าใคร
แต่มันเกิดจากความเข้าใจลึกกว่าใครในสิ่งเล็ก ๆ ที่คนอื่นมองข้าม**

ธุรกิจเล็กอาจไม่จำเป็นต้องขยายตัวให้ใหญ่ขึ้นเพื่อยู่รอด แต่แค่เพียงเข้าใจ “**ระบบของตัวเอง**” ให้ดีพอ และเข้าใจ “**ลูกค้า**” ให้มากพอ เพราะความเข้าใจจะทำให้เราตัดสินใจได้อย่างแหลมคมกว่า และส่งผลให้งานทุกอย่างมีประสิทธิภาพมากกว่า



เพราะผมเชื่อว่าสองสิ่งนี้จะเป็นอาวุธสำคัญที่ทำให้ธุรกิจเล็กยืนอยู่ได้อย่างสง่างามครับ

พิระวัฒน์ อรุณพัฒน์พงศ์ (โชน)



”

ธุรกิจเล็กไม่ได้แพ้เพราะขนาด
แต่แพ้ที่กรอบความคิดของธุรกิจ
ที่ “ใหญ่” เกินตัว

“





สารบัญ

PART I — RESET

17

ปรับวิธีคิดใหม่ เพื่อให้ธุรกิจเล็กหยุดเหนื่อยฟรี และเริ่มยิงแม่น

บทที่ 1 ทำไมธุรกิจเล็กไม่ควรทำเหมือนรายใหญ่	18
บทที่ 2 สิ่งที่ธุรกิจเล็กควรเลิกทำก่อนโต	32
บทที่ 3 สำเร็จเพราะแม่นยำไม่ใช่ทำใหญ่	50

PART 2 — SNIPER MARKETING

69

เครื่องมือการตลาดแบบแม่นยำสำหรับธุรกิจเล็ก ที่ใช้ได้จริงทุกอุตสาหกรรม

บทที่ 4 Observation สังเกตให้เห็นก่อน แล้วค่อยเริ่มยิง	76
บทที่ 5 Scope คือการเลือก และการเลือกคือกลยุทธ์ ของคนที่ยากจนอย่างยั่งยืน	90
บทที่ 6 Customer Journey จากลูกค้าที่กำลังคิด ไปสู่ลูกค้าที่กล้าตัดสินใจ	104
บทที่ 7 Bullet ความเชื่อใจคือกระสุนนัดสำคัญที่สุด	124





PART 3 — SCALE SMART

141

โตแบบเล็ก แต่โตแบบมั่นคง และไม่เสียตัวตน

บทที่ 8 Improve & Kaizen

146

บทที่ 9 Tribe ความสัมพันธ์เชิงธุรกิจแบบมนุษย์

ที่ทำให้ธุรกิจเล็กชนะเกมใหญ่

164

บทส่งท้าย Small Smart Growth โตขึ้นอยากเป็นอะไร?

180

ประวัติผู้เขียน

189

ผลงานหนังสือ

190



PART

RESET

ปรับวิธีคิดใหม่
เพื่อให้ธุรกิจเล็ก
หยุดเหนื่อยฟรี
และเริ่มยิงแม่น

บทที่

1

ทำไมธุรกิจเล็ก

ไม่ควรทำ

เหมือนรายใหญ่

ชีวิต การทำงาน ของผม

เริ่มต้นกับบริษัทขนาดใหญ่ เป็นเอเจนซีชั้นนำ
แห่งหนึ่ง ที่ถือลูกค้าทั้งระดับประเทศและ
ระดับโลก มุมมอง วิถีคิดและการทำงานที่นั่น
จึงหล่อหลอมให้ผมเคยชินกับการทำงาน
ระบบองค์กรใหญ่ ทุกอย่างต้องมีโครงสร้าง
ต้องมีทีม ต้องมีแผน ต้องมีแคมเปญ ต้องมี
ขั้นตอน



แม้ว่าหลังจากนั้นจะเปลี่ยนงานอีกหลายที่
ก็ยังคงทำงานในเอเจนซีขนาดใหญ่ทั้งสิ้น



ระบบงานและการทำทุกอย่างให้ดูใหญ่โต เป็นเสมือนท่ามาตรฐานของ
ความสำเร็จในยุคนั้น ซึ่งผมก็ซึมซับมันมาโดยไม่รู้ตัว มากกว่านั้นคือ ลึก ๆ ในใจ
ก็เป็นคนมีอีโก้พอสมควร ว่าตัวเองมีประสบการณ์เยอะ รู้และเคยทำงานกับ
บริษัทใหญ่ รู้วิถีคิดของผู้เล่นตัวโตในตลาด จึงมีความมั่นใจมากกว่า ต่อไปวันหนึ่ง
ถ้าต้องเริ่มธุรกิจอะไรของตัวเองมันต้องสำเร็จ ไม่มีอะไรยากแน่นอนเพราะผ่าน
งานขนาดใหญ่กว่านี้หลายเท่ายังผ่านมาแล้ว

