

แผนการดำเนินงานระยะยาว

หลังจากที่เว็บไซต์Freesampling.co.th ดำเนินธุรกิจไปเจริญเติบโตมาถึงจุดที่มีฐานสมาชิกและฐานกลุ่มเจ้าของผลิตภัณฑ์ในจำนวนที่เพียงพอสามารถอยู่รอดทางธุรกิจแล้ว เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว บริษัทฯ ยังคงมุ่งมั่นในการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าทั้ง 2 กลุ่มอย่างต่อเนื่อง (Customer Relationship Management) โดยบริษัทได้วางแผนการสร้างความเจริญเติบโตในอนาคตไว้ ดังนี้

1. ขยายกิจกรรมทางการตลาดเพิ่มขึ้นกับกลุ่มสมาชิกเดิมที่มีอยู่

หลังจากที่เว็บไซต์ดำเนินธุรกิจได้ในระยะเวลาหนึ่ง เว็บไซต์จะมีฐานสมาชิกมากพอที่จะทำกิจกรรมทางการตลาดอื่น ๆ เพิ่มเติม เพื่อให้เป็นการเข้าถึงระหว่างเจ้าของผลิตภัณฑ์กับกลุ่มสมาชิกที่ตรงกลุ่มเป้าหมายของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ โดยบริษัทจะเป็นตัวแทนของเจ้าของผลิตภัณฑ์ในการจัด Event พบปะกับกลุ่มสมาชิกดังกล่าว เพื่อให้สมาชิกมีประสบการณ์ที่ดีเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นั้น ๆ

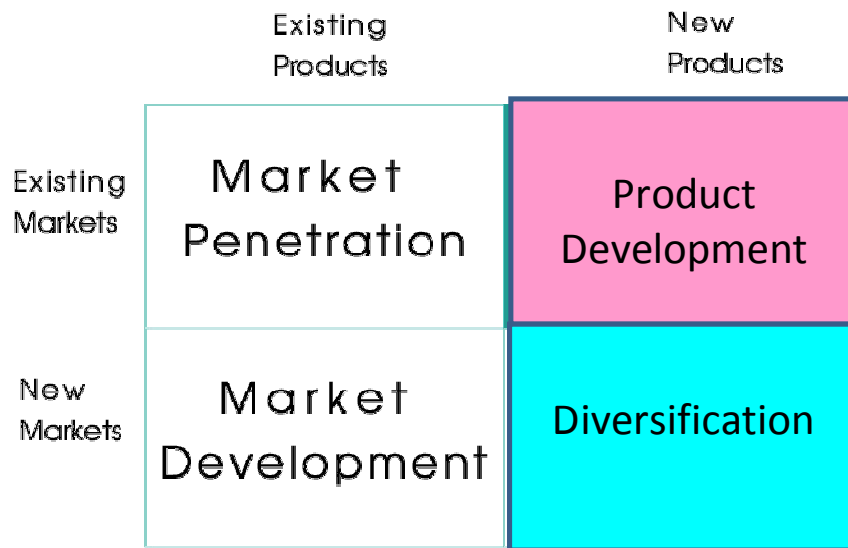
2. ทำเว็บไซต์เพิ่มเติมที่จับกลุ่มสมาชิกและกลุ่มผลิตภัณฑ์เฉพาะ Premium

เพื่อที่จะตอบสนองความต้องการของกลุ่มสมาชิกที่เฉพาะกลุ่มมากขึ้น บริษัทจะทำการเพิ่มเว็บไซต์ที่มีเนื้อหา สินค้าตัวอย่าง และ lifestyle ที่มีความ Premium มากขึ้น เนื่องจากจะเป็นกลุ่มสมาชิกที่มีความต้องการสินค้าและ lifestyle ที่แตกต่างและเฉพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้น และเป็นกลุ่มสมาชิกสำคัญที่สามารถสร้างฐานรายได้เพิ่มเติมให้กับทางบริษัทได้ โดยใช้กลยุทธ์ Product Development ในการพัฒนาเว็บไซต์ให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่เฉพาะกลุ่มมากยิ่งขึ้น เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าสูงสุด

3. ขยายตลาดไปยังกลุ่มลูกค้าใหม่

หลังจากที่บริษัทขยายฐานกิจกรรมไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่เป็นผู้หญิงวัยทำงาน อายุ 20-40 ปี ที่มีพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตแล้ว เพื่อสร้างความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ของเว็บไซต์ให้มากขึ้น ในระยะยาว บริษัทจะดำเนินกลยุทธ์ Diversification ในการบุกเบิกตลาดใหม่ และกลุ่มสมาชิกกลุ่มใหม่เพิ่มเติม เพื่อเป็นการเพิ่มเติมนายได้ของบริษัทให้มากขึ้น โดยบริษัทจะขยายกลุ่มเป้าหมายไปยังกลุ่มผู้ชายวัยรุ่น อายุประมาณ 15-25 ปี ที่มีความต้องการในการทดลองสินค้าใหม่ ๆ เนื่องจากเป็นวัยที่แสวงหาสิ่งใหม่ ๆ ให้กับ

ชีวิตอยู่เสมอ โดยผลิตภัณฑ์ที่สามารถเข้าร่วมในการแจกสินค้าตัวอย่าง เช่น ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิวหน้า ผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่นกายสำหรับผู้ชาย เป็นต้น



ที่มา : Ansoff's Product /Market Expansion Grid

แผนภาพที่ 11.1 แผนภาพแสดงกลยุทธ์ในการขยายตลาด

อย่างไรก็ตามบริษัทฯ จะสร้างความเจริญเติบโตด้วยแนวทางใดข้างต้นนั้น ขึ้นอยู่กับผลของการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก สภาพการแข่งขันในธุรกิจ ระดับความเปลี่ยนแปลงความต้องการของลูกค้าเป้าหมาย เพื่อมาวิเคราะห์ถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ในการทำธุรกิจ เพื่อประเมินสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในขณะนั้น และเลือกใช้กลยุทธ์ที่เหมาะสมที่สุดต่อไป