

บทที่ 5

กลยุทธ์การตลาด

วัตถุประสงค์ทางการตลาด (Marketing Objective)

วัตถุประสงค์ทางการตลาดระยะสั้น 1-3 ปี (Short-term Objective)

- สร้างการรับรู้แบรนด์ “ Movie Delivery ” (Brand Awareness) ให้เป็นที่รู้จักในกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้อย่างน้อย 60% ภายในระยะเวลา 3 ปี
- สร้างฐานลูกค้าไม่ต่ำกว่า 3,000 รายในปีแรก
- สร้างความภักดีต่อแบรนด์ (Brand ความจงรักภักดี) ให้เกิดขึ้นกับลูกค้าเป้าหมายภายในระยะเวลา 3 ปี

วัตถุประสงค์ทางการตลาดระยะยาว 4-10 ปี (Long-term Objective)

- สร้างแบรนด์ “Movie Delivery “ และขยายตลาดของผู้เช่าภาพยนตร์แบบออนไลน์ จนเป็นทางเลือกแรกของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในการเช่าแผ่นภาพยนตร์ทั้งในกระแสและนอกกระแส รวมทั้งซีรีส์ต่างๆ
- สร้างความเป็นผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับภาพยนตร์ (Movie Expert) ในเรื่องราวต่างๆที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์ และการให้บริการออนไลน์แบบครบวงจร
- ขยายฐานลูกค้า และพื้นที่ให้บริการให้ครอบคลุมพื้นที่ในเขตกรุงเทพมหานครภายในปีที่ 10
- สร้างความผูกพันกับสมาชิก (Customer Relationship Management) โดยการสร้างคุณภาพการบริการให้มีมาตรฐาน (Quality of Service is our committed standard)

การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาด ตลาดเป้าหมาย และตำแหน่งทางการตลาด (STP Analysis)

การแบ่งส่วนตลาด (Market Segmentation)

Movie Delivery มีการแบ่งส่วนตลาด โดยใช้ปัจจัยทางด้านภูมิศาสตร์ ประชากรศาสตร์ จิตวิทยา และพฤติกรรมมาพิจารณาร่วมกัน ดังนี้

▪ ปัจจัยทางด้านภูมิศาสตร์ (Geographic Factors)

เป็นการแบ่งส่วนตลาดตามเขตพื้นที่ (Region) ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร จากข้อมูลของกรุงเทพมหานครปัจจุบันมีทั้งสิ้น 50 เขต ได้แก่ เขตพระนคร เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย เขตปทุมวัน เขตสัมพันธวงศ์ เขตบางรัก เขตคลองสาน เขตบางกอกใหญ่ เขตตลิ่งชัน เขตหนองจอก เขตมีนบุรี เขตลาดกระบัง เขตหนองแขม เขตลาดพร้าว เขตพญาไท เขตยานนาวา เขตสาทร

เขตบางคอแหลม เขตบางพลัด เขตห้วยขวาง เขตประเวศ เขตสวนหลวง เขตราชเทวี เขตบึงกุ่ม เขตราชกรีบูรณะ เขตพระโขนง เขตบางกะปิ เขตบางขุนเทียน เขตภาษีเจริญ เขตคันนายาว เขตคลองสามวา เขตสะพานสูง เขตวังทองหลาง เขตหลักสี่ เขตทวีวัฒนา เขตทุ่งครุ เขตบางนา เขตวัฒนา เขตบางบอน เขตคลองเตย เขตบางกอกน้อย เขตธนบุรี เขตดุสิต เขตดินแดง เขตจอมทอง เขตจตุจักร เขตบางซื่อ เขตบางแค เขตบางเขน เขตสายไหม และเขตดอนเมือง

■ ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ (Demographic Factors)

เป็นการแบ่งส่วนตลาดตามชนชั้นของสังคม (Social Class) และลักษณะของระดับรายได้ ซึ่งประกอบด้วย

- ชั้นของสังคม (Social Class) แบ่งออกเป็น
 - กลุ่มผู้มีงานทำ ได้แก่ เจ้าของกิจการ พนักงานบริษัท เจ้าหน้าที่รัฐ เป็นต้น
 - กลุ่มผู้ว่างงาน ได้แก่ แม่บ้าน นักศึกษา นักเรียน เป็นต้น
- ลักษณะของระดับรายได้ แบ่งออกเป็น
 - กลุ่มผู้มีรายได้ระดับสูง คือผู้มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 50,000 บาทขึ้นไป
 - กลุ่มผู้มีรายได้ระดับกลาง คือผู้มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 12,000- 50,000 บาท
 - กลุ่มผู้มีรายได้ระดับต่ำ คือผู้มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 12,000 บาท

■ ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา (Psychographic Factors)

เป็นการแบ่งส่วนตลาดตาม ค่านิยม และรูปแบบในการดำเนินชีวิต (Value and Lifestyle) ซึ่งจะสามารถแบ่งได้ดังนี้

- ค่านิยมและรูปแบบในการดำเนินชีวิต (Value and Lifestyle) แบ่งออกเป็น ผู้ที่ต้องการความสะดวกสบาย ผู้ที่ชอบสิ่งใหม่ๆ และผู้ที่ต้องการความประหยัด

■ ปัจจัยทางด้านพฤติกรรม (Behavioral Factors)

เป็นความต้องการใช้บริการเช่าของ Movie delivery โดยพิจารณาจากค่าใช้จ่ายในการเช่าแผ่นรวมต่อเดือน โดยแบ่งออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่

- ความต้องการใช้บริการในปริมาณสูง (Heavy Users) ได้แก่ กลุ่มลูกค้าที่มีค่าใช้จ่ายรวมต่อเดือนมากกว่า 300 บาทขึ้นไป
- กลุ่มลูกค้าที่มีความต้องการใช้บริการในปริมาณปานกลาง (Moderate Users) ได้แก่ กลุ่มลูกค้าที่มีค่าใช้จ่ายรวมต่อเดือนตั้งแต่ 200-300 บาท
- กลุ่มลูกค้าที่มีความต้องการใช้บริการในปริมาณน้อย (Light Users) ได้แก่ กลุ่มลูกค้าที่มีค่าใช้จ่ายรวมต่อเดือนน้อยกว่า 200 บาท

การเลือกกลุ่มเป้าหมาย (Targeting)

Movie Delivery เลือกกลุ่มเป้าหมายโดยทำการตลาดแบบมุ่งเฉพาะส่วน (Concentrated Marketing) ทั้งนี้จากผลการทำ Pre Survey และผลการสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth Interview) กับกลุ่มลูกค้าพบว่า กลุ่มคนที่ทำงานในเขตพื้นที่ที่มีอาคารสำนักงานอยู่อย่างหนาแน่น เช่น เขตวัฒนา บางรัก สาทร พญาไท ปทุมวัน ห้วยขวาง เป็นต้น นั้นสนใจใช้บริการของ Movie Delivery และสามารถที่จะเป็นผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อมากในอนาคตได้ โดยการนำเสนอบริการที่แตกต่างจากคู่แข่ง ดังนั้นเพื่อความสะดวกต่อการจัดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย Movie Delivery จึงกำหนดเขตพื้นที่ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายขึ้น ซึ่งเรียกว่า “เขตพื้นที่ย่านธุรกิจ” ดังนี้

1. ถนนสุขุมวิท ถนนอโศก	เขตวัฒนา
2. ถนนสาทร ถนนสีลม	เขตบางรักและสาทร
3. ถนนสาทรประดิษฐ์ ถนนพระราม 3	เขตยานนาวาและบางคอแหลม
4. ถนนพญาไท	เขตปทุมวันและราชเทวี
5. ถนนเจริญกรุง	เขตป้อมปราบ , พระนครและสัมพันธวงศ์
6. ถนนพหลโยธิน	เขตพญาไท
7. ถนนวิภาวดีรังสิต	เขตดินแดง
8. ถนนรัชดาภิเษก ถนนพระราม 9	เขตห้วยขวาง

และจากข้อมูลวิจัยข้างต้น Movie Delivery แบ่งกลุ่มลูกค้าเป้าหมายออกเป็น 2 กลุ่มได้แก่

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก

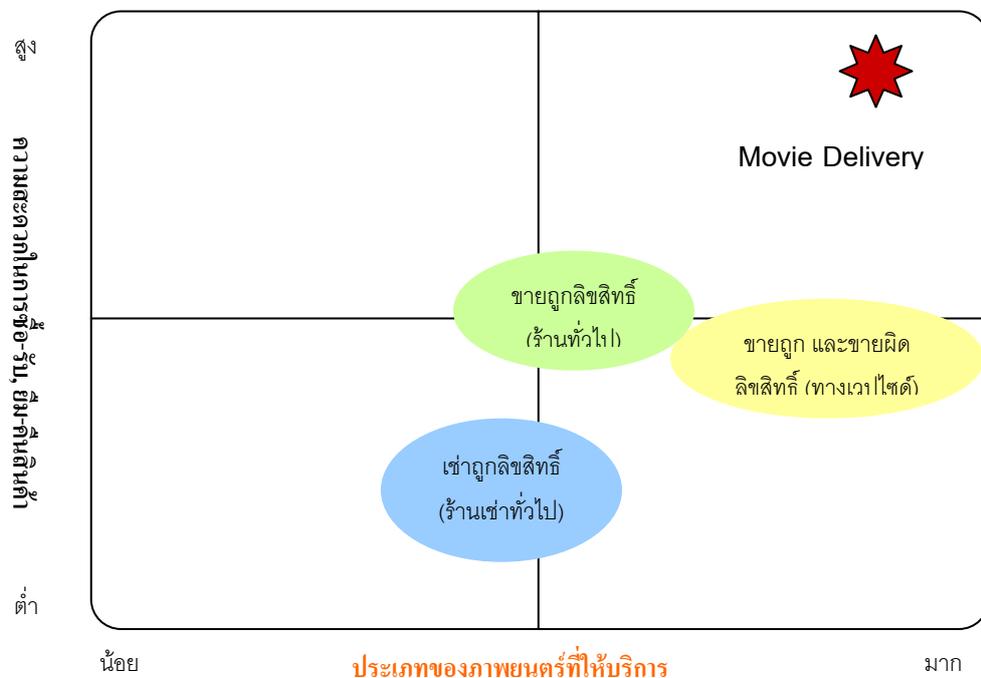
กลุ่มผู้มีงานทำที่มีรายได้ระดับปานกลางขึ้นไป (มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 12,000 บาทขึ้นไป) ซึ่งทำงานอยู่ในเขตพื้นที่ย่านธุรกิจโดยมีความต้องการใช้บริการ Movie Delivery ในปริมาณปานกลางถึงมาก (ค่าใช้จ่ายรวมต่อเดือนตั้งแต่ 200-300 บาทขึ้นไป) มีค่านิยม และวิถีชีวิตที่ต้องการความสะดวกสบาย และพร้อมที่จะเปิดรับกับสิ่งใหม่ๆ

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายรอง

กลุ่มผู้มีงานทำซึ่งมีรายได้ระดับต่ำขึ้นไป (กลุ่มคนที่มีระดับรายได้ต่ำกว่า 12,000 บาทขึ้นไป) ซึ่งทำงานในเขตพื้นที่ย่านธุรกิจโดยมีความต้องการใช้บริการน้อย (ค่าใช้จ่ายรวมต่อเดือนน้อยกว่า 200 บาท) และผู้อาศัยบริเวณย่านธุรกิจแต่ไม่ได้ทำงานในพื้นที่ดังกล่าวนี้โดยมีความต้องการใช้บริการ (ค่าใช้จ่ายรวมต่อเดือนน้อยถึงปานกลาง โดยเฉลี่ยเดือนละประมาณ 100-300 บาท) มีค่านิยม และวิถีชีวิตที่ต้องการความสะดวกสบาย และพร้อมที่จะเปิดรับกับสิ่งใหม่ๆ

กล่าวโดยสรุป จากผลการทำ Pre Survey และผลการสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth Interview) เพื่อกำหนดกลุ่มเป้าหมายทางการตลาด จะเห็นว่า บริษัทมุ่งเน้นตลาดระดับกลางถึงสูง (Medium to High-end) โดยเน้นกลุ่มคนทำงานในเขตพื้นที่ย่านธุรกิจซึ่งมีรายได้ระดับปานกลางขึ้นไป (มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 12,000 บาทขึ้นไป) มีค่านิยม และรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ต้องการความสะดวกสบาย ชอบเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ และต้องการความประหยัด ซึ่งส่วนใหญ่เช่าภาพยนตร์กับร้านเช่าประจำอยู่แล้ว (ค่าใช้จ่ายรวมต่อเดือนตั้งแต่ 200-300 บาทขึ้นไป) แต่สนใจที่จะใช้บริการ Movie Delivery โดยยินดีจ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการในอัตราสูงกว่าเพื่อแลกกับความรวดเร็ว สะดวกสบาย และการรับประกันสินค้า ของบริการที่แตกต่าง และเหนือกว่าคู่แข่ง

การวางตำแหน่งตราผลิตภัณฑ์ (Brand Positioning)



ภาพที่ 5.1 แสดงการวางตำแหน่งตราหือของ Movie Delivery กับคู่แข่งหลักในตลาด

จากภาพที่ 5.1 ที่แสดงตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของ Movie Delivery พบว่า ตำแหน่งตราหือทางการตลาดของ Movie Delivery จะมีความโดดเด่น และแตกต่าง (Differentiated) ไปจากคู่แข่งชั้นนำหลักในตลาด กล่าวคือ การขายลูก และขายผิดสิทธิ์ (ทางเวปไซต์) นั้น แม้ว่าจะมีภาพยนตร์ที่ให้บริการหลายประเภท และสะดวกที่จะสั่งซื้อผ่านทางหน้าจอโดยตรงนั้น แต่การรับประกันสินค้ามักได้รับทางไปรษณีย์ซึ่งจะใช้เวลาโดยเฉลี่ยประมาณ 3-4 วันกว่าจะมาถึงมือผู้ใช้บริการ ส่วนการขายลูกสิทธิ์ในร้านทั่วไป จากการสำรวจจ้ร้านขายวีซีดีภาพยนตร์ลูกสิทธิ์ ส่วนใหญ่ภาพยนตร์ที่ให้บริการจะเน้นไปทางภาพยนตร์ในกระแส (Mainstream) ส่วนภาพยนตร์นอก

กระแส (Non-Mainstream) และซีรีส์ต่างๆ (Series) จะมีให้บริการแตกต่างกันไปในแต่ละร้านซึ่ง ส่วนใหญ่จะมีไม่กี่เรื่อง อีกทั้งผู้ซื้อต้องเดินทางไปซื้อสินค้าที่ร้านเองซึ่งส่วนใหญ่ตั้งอยู่ตาม ห้างสรรพสินค้าต่างๆ ต้องผ่านการจราจรที่ติดขัดทำให้ต้องเสียเวลาในการเดินทางอย่างมาก แต่ผู้ซื้อก็สามารถรับสินค้าได้ทันที ส่วนการเช่าถูกลิขสิทธิ์ (ร้านเช่าทั่วไป) นั้น ความหลากหลายของ หนังสือแตกต่างกันไปตามการซื้อลิขสิทธิ์หนึ่งของผู้ประกอบการ โดยผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจร้านเช่า เองมักเลือกซื้อลิขสิทธิ์หนังสือใหญ่จะจัดซื้อลิขสิทธิ์หนังสือเกือบทุกค่าย แต่ภาพยนตร์นอกกระแส และ ซีรีส์ มักเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการเลือกที่จะสั่งเข้ามาน้อย เนื่องจากเกรงว่าจะไม่คุ้ม กว่าที่จะคืนทุน อาจต้องใช้เวลานาน อีกทั้งผู้เช่าต้องเดินทางมาเช่า และคืนสินค้าด้วยตนเอง

กล่าวโดยสรุป การที่ Movie Delivery ให้บริการภาพยนตร์ หรือซีรีส์ต่างๆ ตาม ความต้องการของสมาชิกอย่างครบถ้วน ซึ่งไม่จำกัดอยู่เพียงภาพยนตร์ในกระแสเท่านั้น แต่ยัง รวมถึง ภาพยนตร์นอกกระแส ภาพยนตร์เก่าหายาก ซีรีส์เกาหลี ฯลฯ จำนวนสินค้ามีเพียงพอ แน่นอน และสามารถจัดส่งให้กับสมาชิกได้ทันที การอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าด้วยบริการ ยืม-คืนผ่านอินเทอร์เน็ต บริการรับ-สินค้า ตาม จุด รับ-ส่ง สินค้า ต่างๆ ที่กำหนด บริการชำระ เงินในระบบ ผ่านระบบโทรศัพท์มือถือ ตลอดจนการที่ Movie Delivery เป็นผู้ให้บริการเช่าแผ่น ภาพยนตร์ และซีรีส์ต่างๆ ผ่านทางเว็บไซต์เป็นรายแรก จึงเป็นโอกาสทางการตลาดที่จะทำให้ Movie Delivery สามารถแข่งขันในตลาดได้ เนื่องจากปัจจุบันภาพยนตร์นอกกระแส และซีรีส์ เกาหลียังมีผู้ให้บริการน้อยจึงทำให้ยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ชมกลุ่มนี้ได้มากนัก อีกทั้งความสะดวกในการเดินทางมายืมหรือคืนสินค้าของผู้ใช้บริการนั้นถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญ ปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนตัดสินใจมาใช้บริการ

กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix หรือ 4P's)

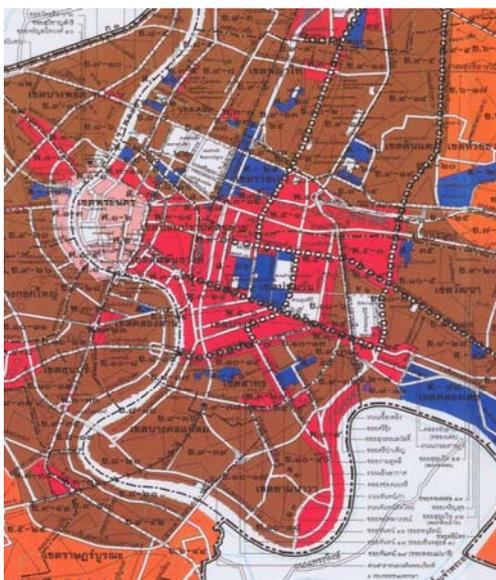
กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ (PRODUCT AND SERVICE STRATEGY)

Movie Delivery เป็นผู้ให้บริการเช่าแผ่นภาพยนตร์ และซีรีส์ต่างๆ ออนไลน์ผ่านทาง เว็บไซต์ โดยเน้นการจัดสรรสินค้าตามความต้องการของสมาชิก และมีสินค้าเพียงพอเตรียมจัดส่ง ให้แก่สมาชิกได้ทันที โดยในช่วงเริ่มต้น Movie Delivery จะให้บริการเฉพาะในเขตพื้นที่ย่านธุรกิจ ทั้งนี้จากการสำรวจข้อมูล การสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth Interview) พบว่า กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย หลักซึ่งก็คือ กลุ่มผู้มั่งคั่งทำในพื้นที่นั้นสนใจที่จะใช้บริการของ Movie Delivery จากเหตุผลที่ได้ กล่าวไปแล้ว นอกจากนี้ Movie Delivery ยังมีลักษณะที่โดดเด่นต่างจากคู่แข่งในตลาด คือ

- ง่าย และสะดวก (Easy to order & Convenient) โดยเป็นบริการออนไลน์ตลอด 24 ชม. และสามารถใช้บริการได้ทุกที่สามารถเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตได้
- จำนวนสินค้าที่เพียงพอกับสมาชิก ดังนั้นกลุ่มลูกค้า จะไม่ต้องหงุดหงิดใจต่อไปกับการที่ร้านเช่าไม่มีแผ่นให้บริการ เพราะ Movie Deliveryได้ร่วมมือกับ ผู้จัดหาสินค้า (Supplier)ต่างๆ ซึ่งเป็นพันธมิตรให้จัดส่งสินค้าให้กับ Movie Deliveryทันที เมื่อ Movie Deliveryต้องการ หรือมีสินค้าใน สต็อก ไม่เพียงพอ
- อำนวยความสะดวกด้วยบริการส่ง และ รับคืน ณ จุด รับ-ส่ง สินค้า ของ Movie Delivery ที่ติดตั้งตามร้านหนังสือที่อยู่ภายในอาคารสำนักงานที่เป็นที่รู้จัก อาทิ อาคารซีพี ทาวเวอร์ อาคารเมืองไทย-ภัทร เป็นต้น โดยในช่วงแรกกำหนดให้กระจายอยู่ในเขตพื้นที่แห่งละ 2 จุด รวมจำนวน 16 จุด และเดินทางมาได้สะดวกของ Movie Deliveryที่ตั้งอยู่บริเวณใกล้เคียงอาคารสำนักงานที่สมาชิกทำงานอยู่ เนื่องจากสมาชิกมักใช้เวลาอยู่ ณ บริเวณที่ทำงานเป็นส่วนใหญ่ จึงเป็นการประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการออกไปเช่า หรือคืนแผ่นที่ร้านประจำที่ใช้บริการอยู่ ณ ปัจจุบัน
- สามารถส่งจองสินค้าล่วงหน้าได้ โดยการชำระเงินล่วงหน้า และจะทำการจัดส่งสินค้าให้ทันทีในวันถัดไป
- รับประกันความเสียหายของสินค้าระหว่างการจัดส่งเพื่อให้สมาชิกเกิดความมั่นใจในสินค้าและบริการ
- สะดวกสบายด้วยการชำระเงินผ่านระบบ ผ่านระบบโทรศัพท์มือถือ
- สร้างความมั่นใจในความปลอดภัย (Secure) ของการบริการจัดส่ง โดยทุกครั้งที่จะจัดส่งสินค้าให้แก่สมาชิกจะมีการออกใบเสร็จรับเงินแนบไปกับสินค้าและให้สมาชิกเซ็นรับ โดย Movie Deliveryเก็บไว้ 1 ชุด และสมาชิกเก็บไว้ 1ชุด
- สามารถตรวจสอบค่าบริการ ค่าปรับ รวมถึงสิทธิต่างๆที่คุณจะได้ ตลอด 24 ชม. ผ่านทางเว็บไซต์ โดยการ Log in จากเลขสมาชิกของคุณ
- จัดทำข่าวคราวความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับภาพยนตร์อย่างละเอียดและทันสมัยอีกทั้งมีตัวอย่างภาพยนตร์ (Trailer) เป็นวีดีโอคลิปให้กับลูกค้าชมก่อนตัดสินใจเช่า ซึ่งจะเห็นภาพมากกว่าการชมตัวอย่างภาพยนตร์ที่ร้านเช่าซึ่งเป็นเพียง Paper
- การค้นหาภาพยนตร์ที่ต้องการ เนื่องจากสามารถสืบค้นได้จาก คำสำคัญ ต่างๆ ที่หลากหลาย จึงทำให้ลูกค้าสามารถหาภาพยนตร์ได้ง่าย
- มีการจัดรายการส่งเสริมการขายและมอบสิทธิพิเศษให้แก่สมาชิกอย่างต่อเนื่อง

ทั้งนี้ www.moviedelivery.com คำนึงถึงอยู่เสมอว่า สมาชิกของเรามีความเป็นผู้นำทางด้านสังคมและมีรสนิยม ในการใช้ชีวิตที่รู้คุณค่าของเงินและเวลา มีความต้องการสินค้าคุณภาพในราคาที่ยุติธรรม และต้องการบริการจัดส่งสินค้าที่รวดเร็วและตรงเวลา Movie Delivery จึงมีความมุ่งมั่นที่จะจัดหาสินค้าที่หลากหลาย และบริการที่เป็นเลิศแก่สมาชิก เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพอใจสูงสุดแก่สมาชิก ภายใต้แนวคิด **คุณสั่ง เราส่ง**

สถานที่ตั้งบริษัท (Location)



ภาพที่ 5.2 แสดงสถานที่ตั้งของบริษัท

สถานที่ตั้งของ Movie Delivery จะอยู่บริเวณถนนพระราม 3 เป็นอาคารพาณิชย์ 3 ชั้น แต่ Movie Delivery เช่าพื้นที่เพียง 2 ชั้น โดยชั้นล่างใช้เป็นสำนักงาน และศูนย์กลางการจัดส่งสินค้า และกระจายงานให้กับชุดบริการ รวมทั้งเป็นสำนักงานกลางของ Call Center เพื่อติดต่อรับงานจากลูกค้า ส่วนชั้นบนจะเป็นสต็อกเก็บแผ่นภาพยนตร์ และซีดีต่างๆ สาเหตุที่เลือกที่ตั้งบริเวณนี้เนื่องจากถนนพระราม 3 เป็นเหมือนศูนย์กลาง ที่เชื่อมต่อระหว่างพื้นที่ให้บริการของ Movie Delivery (พื้นที่ย่านธุรกิจ)เกือบทุกจุด ทำให้พนักงานส่งของเราสามารถส่งสินค้าได้รวดเร็วและตรงเวลา โดยจ่ายค่าเช่าเดือนละ 35,000 บาท (จากการสำรวจอาคารพาณิชย์บริเวณใกล้เคียงบนถนนพระราม 5 ซึ่งเปิดให้เช่าจะมีอัตราค่าเช่าประมาณ 25,000 – 35,000 บาท) ซึ่งถือว่ามีความคุ้มค่ากว่าบริเวณอื่นที่อยู่ใกล้เคียงกับโซนพื้นที่ย่านธุรกิจเช่นกัน ทางกลุ่มจึงเห็นว่า บริเวณนี้เป็นทำเลที่เหมาะสมกับการตั้งบริษัท

การตั้งชื่อผลิตภัณฑ์ (ตราสินค้า)

เนื่องจากชื่อของบริษัทในภาษาไทย “มูฟวี่ ดิลิเวอรี่” และในภาษาอังกฤษ “Movie Delivery” นั้นสามารถอ่านและเข้าใจได้ง่าย มีความหมายในตัวเอง ซึ่งหมายถึงการเป็นแหล่งรวมวัสดุเหลือใช้หรือขยะ จึงน่าจะทำให้กลุ่มเป้าหมาย หรือประชาชนทั่วไปรับรู้และจดจำได้ไม่ยาก รวมถึงสามารถใช้ชื่อผลิตภัณฑ์ (ตราสินค้า) ดังกล่าวในอนาคตได้อีก เมื่อทางบริษัทมีการขยายสายผลิตภัณฑ์ (Product Line) เพิ่มมากขึ้น



ภาพที่ 5.3 แสดงชื่อผลิตภัณฑ์ (Brand Name) และ โลโก้ (Logo) ของบริษัท มูฟวี่ ดิลิเวอรี่ จำกัด

กลยุทธ์ด้านราคา (Price Strategy)

จากการที่บริษัทกำหนดตำแหน่งตราขายของตัวเอง(Positioning) เป็นผู้ให้บริการเช่าแผ่นภาพยนตร์ และซีดีต่างๆ ผ่านทางเว็บไซต์ โดยให้ความสำคัญกับสินค้าภายในร้านต้องสามารถตอบสนองความต้องการเฉพาะของกลุ่มลูกค้า (Customized Product) ซึ่งไม่จำกัดแต่เพียงหนึ่งในกระแส เหมือนตลาดร้านเช่าในปัจจุบัน อีกทั้งมีสินค้ารองรับเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า ดังนั้นจึงไม่ต้องหงุดหงิดใจกับการไม่มีสินค้าเมื่อต้องการเช่า ประกอบกับข้อมูล การสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth Interview) ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายพบว่า ลูกค้าบางส่วนจะมีร้านเช่าประจำอยู่แล้วก็ตาม แต่ความถี่ในการใช้บริการน้อย เนื่องจากปัญหาการจราจรที่ติดขัด หรือการไม่มีที่จอดรถบริเวณร้าน ฯลฯ อีกทั้งลูกค้าจะใช้เวลาส่วนใหญ่อยู่บริเวณที่ทำงาน ดังนั้นลูกค้าจึงสนใจบริการรับ-ส่ง สินค้า ณ จุด รับ-ส่ง สินค้า ต่างๆ ที่Movie Deliveryมี ดังนั้นลูกค้าจึงมีความยินดีที่จะชำระค่าธรรมเนียมแรกเข้า (จากการสำรวจอัตราค่า สมาชิกในกลุ่มฯ ยินดีจ่ายจะอยู่ที่ประมาณ 99-119 บาท) และอัตราค่าเช่าที่ Movie Delivery กำหนดซึ่งมีอัตราสูงกว่าร้านเช่าทั่วไปเล็กน้อย เนื่องจากลูกค้ารู้สึกถึงความคุ้มค่าของราคากับบริการที่ลูกค้าได้รับความสะดวกมากกว่าของคู่แข่งในตลาด ดังนั้นเพื่อให้มีความสอดคล้องกับตำแหน่งทางการตลาดที่ได้วางไว้ Movie Delivery จึงการกำหนดกลยุทธ์การตั้งราคาจากคุณค่าที่ผู้บริโภครับรู้ (Perceived - Value Pricing) กล่าวคือ การ

ทำให้ลูกค้ารู้สึกถึงความคุ้มค่าของราคากับบริการที่ลูกค้าได้รับมากกว่าคู่แข่ง และจากการสำรวจอัตราค่าเช่าที่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายยอมรับได้นั้น Movie Delivery ได้กำหนดอัตราค่าเช่าตามประเภทของภาพยนตร์ และประเภทของแผ่นโดยมีรายละเอียดดังนี้

รายการ	ราคา	จำนวน (คืน)	ค่าปรับ/วัน
แผ่นวีดีทัศน์ภาพยนตร์ชนิดโรง /เรื่อง	50 บาท	1	10
แผ่นวีซีดีภาพยนตร์ชนิดโรง /เรื่อง และ แผ่นวีดีทัศน์ซีดีเกาหลี่ใหม่ /แผ่น	40 บาท	1	10
แผ่นวีดีทัศน์ภาพยนตร์ที่ออกมากกว่า 1 เดือน /เรื่อง	50 บาท	3	10
แผ่นวีซีดีภาพยนตร์ที่ออกมากกว่า 1 เดือน /เรื่อง และ แผ่นวีดีทัศน์ซีดีเกาหลี่ทั่วไป /แผ่น	40 บาท	3	10
แผ่นวีซีดีภาพยนตร์ที่ออกมามากกว่า 3 เดือน /เรื่อง	40 บาท	7	10

ตารางที่ 5. 1 แสดงตารางอัตราค่าเช่าแผ่นวีดีทัศน์ วีซีดี ภาพยนตร์ และซีดีต่างๆ

ที่บริษัทกำหนด และลูกค้ากลุ่มเป้าหมายยอมรับ

นอกจากนี้ Movie Delivery ยังมีรายได้จากการขายแผ่นภาพยนตร์ที่ได้รับความนิยมน้อย ซึ่งวิธีนี้ยังเป็นการลดต้นทุนสินค้าคงเหลือของ Movie Delivery ได้อีกด้วย ซึ่งบริษัทจะรวบรวมนำมาขายลดราคา ให้กับสมาชิกผ่านทางเว็บไซต์โดย

- สำหรับแผ่นวีซีดี และวีดีทัศน์ภาพยนตร์เก่า บริษัทจะขายแผ่นละประมาณ 49-99 บาท ขึ้นอยู่กับความใหม่-เก่า ของภาพยนตร์
- สำหรับซีดีต่างๆ นั้นราคาจะอยู่ที่ชุดละประมาณ 599 -1,099 บาท ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับจำนวนตอนของซีดีแต่ละเรื่อง

กล่าวโดยสรุป รายได้หลักของ Movie Delivery จะประกอบด้วย

1. รายได้จากค่าเช่า และค่าปรับแผ่นภาพยนตร์ และซีดีต่างๆ

สำหรับรายได้จากค่าปรับแผ่นภาพยนตร์ จากผลการสัมภาษณ์กับผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจร้านเช่าแผ่นวีซีดีมานานกว่า 5 ปี พบว่า นอกเหนือจากรายได้จากค่าเช่าแล้ว รายได้จากค่าปรับก็ถือเป็นรายได้หลักของร้าน นอกจากนี้จากผลการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มลูกค้า พบว่าลูกค้ามักเสียค่าปรับอยู่บ่อยครั้ง เนื่องจากสาเหตุหลายประการ อาทิ ลูกค้าไม่มีเวลาไปคืนที่ร้าน การลืม หรือการที่ลูกค้าเช่าหนังไปหลายแผ่นแต่กำหนดคืนสินค้าไม่เท่ากันแต่

ลูกค้าคิดว่าการเสียเวลา และค่าเดินทาง(ค่าน้ำมัน ค่าที่จอดรถ)ไปคืนที่ร้านครั้งเดียวนั้นคุ้มค่ามากกว่าการทยอยคืนสินค้าตามกำหนดคืน

2. รายได้ค่าธรรมเนียมแรกเข้า

จากการสำรวจกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi Structure Depth Interview) พบว่า อัตราค่าธรรมเนียมแรกเข้าจำนวนเงิน 99 บาท เป็นอัตราที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายยอมรับได้ และยินดีที่จะชำระโดยสมาชิกจะชำระค่าธรรมเนียมแรกเข้าทันทีโดยการโอนเงินเข้าบัญชี หรือตัดบัญชีที่สมาชิกอนุญาตในเดือนแรกที่สมาชิกใช้บริการ โดยเก็บรวมกับค่าเช่าภาพยนตร์ ณ เดือนนั้น โดยสมาชิกจะไม่สามารถใช้บริการของ Movie Delivery ได้ในเดือนถัดไป หากยังไม่ดำเนินการชำระค่าธรรมเนียมดังกล่าว

3. รายได้จากการขายแผ่นภาพยนตร์ และซีดีร็อกเก็ต

Movie Delivery จะนำแผ่นภาพยนตร์ และซีดีร็อกเก็ตที่ตกทุน หรือรับความนิยมน้อย (ระยะเวลาของความเก่านั้นแตกต่างกันขึ้นอยู่กับความนิยมของลูกค้าว่ายังคงเช่ากันอยู่หรือไม่ปกติโดยเฉลี่ยประมาณ 6 เดือน)

กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel Distribution)

Movie Delivery มีลักษณะธุรกิจเป็นแบบ Business to Consumer (B2C) ประกอบกับการพัฒนาทางเทคโนโลยี และการติดต่อสื่อสารอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน ทำให้คนไทยต้องปรับตัวตามการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวให้ทัน อินเทอร์เน็ตเป็นเทคโนโลยีหนึ่งซึ่งคนไทยนิยมใช้ในการทำงาน ค้นคว้าหาข้อมูล การติดต่อสื่อสารถึงกัน การซื้อขายสินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ตหรือธุรกิจ E-Commerce ฯลฯ จากข้อมูล การสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth Interview) พบว่า กลุ่มลูกค้าเป้าหมายคุ้นเคย และใช้งานระบบอินเทอร์เน็ตและอีเมล เป็นประจำ ส่วนหนึ่งเนื่องจากสถานที่ทำงานของกลุ่มฯ ต้องใช้อินเทอร์เน็ตในการติดต่อกันทั้งภายใน และนอกองค์กร ค้นหาข้อมูลต่างๆ ฯลฯ นอกจากนี้ ปัจจุบันค่าใช้จ่ายในการติดตั้ง และการใช้งานระบบอินเทอร์เน็ตมีราคาถูกลง ดังนั้น กลุ่มฯ จึงนิยมติดตั้งอินเทอร์เน็ตไว้ที่บ้านอีกด้วย ดังนั้นกลยุทธ์ในเรื่องของช่องทางการจัดจำหน่ายของ Movie Delivery นั้นจะเน้นในเรื่องของการสร้างช่องทางการจัดจำหน่ายให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้าซึ่งเป็นผู้มีงานทำที่มีวิถีชีวิต (lifestyle) ที่เร่งรีบ ไม่ค่อยมีเวลา รวมทั้งต้องสร้างความสะดวกสบาย และรวดเร็วให้กับลูกค้าในการเข้าถึงบริการของ Movie Delivery เป็นหลักดังนี้

- เว็บไซต์ (Website)

Movie Delivery จัดทำ Web-Site www.moviedelivery.com ขึ้นมา เพื่อเป็นช่องทางให้บริการ ติดต่อสื่อสารกับสมาชิกที่อาจจะมีคำถาม หรือต้องการทราบข้อมูลเพิ่มเติม โดยสมาชิกสามารถ Log In ตรวจสอบค่าใช้จ่าย ภาระ ณ ปัจจุบัน นอกจากนี้ผู้เข้าชมเว็บไซต์ที่สนใจสมัครสมาชิกสามารถทำการสมัครผ่านทาง Web-Site ได้ในทันที โดยการกรอกข้อมูลเบื้องต้น และเลือกจุด รับ-ส่ง สินค้า ที่สมาชิกสะดวกใช้บริการ

ระยะเวลา	เริ่มดำเนินงานตั้งแต่ปี 2551
งบประมาณ	ค่าพื้นที่ และโดเมนเนม (รายปี) ปีละ 4,000 บาท (ที่มา: www.siamwebhost.com) (ในส่วนของค่าจัดทำ Website และ แฉ่งข้อมูลข่าวสารที่อัปเดต Website ไม่มีค่าใช้จ่ายทางการตลาด เนื่องจากหนึ่งในผู้ก่อตั้งบริษัทมีความสามารถในการจัดทำขึ้นเองได้)

- บริการข้อมูลทางโทรศัพท์ (Call Center)

เนื่องจากธุรกิจของ Movie Delivery เป็นการดำเนินธุรกิจบริการที่มีสำนักงานส่วนกลางอยู่เพียงจุดเดียว ดังนั้น ศูนย์บริการข้อมูลทางโทรศัพท์ (Call Center) จึงเป็นอีกช่องทางที่สำคัญที่ลูกค้าจะสามารถติดต่อเพื่อสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับบริการด้านต่างๆ โดยลูกค้าที่ต้องการรับบริการจะติดต่อเข้ามายัง Call Center และพนักงาน Call Center จะรับแจ้งเรื่องจากลูกค้าเพื่อนำมาดำเนินการทันที ซึ่งทาง Call Center จะทำหน้าที่เป็นตัวแทนที่สำคัญของ Movie Delivery ในการให้ คำแนะนำ ประสานงาน และรับข้อร้องเรียนต่างๆ เพื่อให้ลูกค้าได้รับความพอใจ และความสะดวกมากที่สุด

ระยะเวลา	เริ่มดำเนินงานตั้งแต่ปี 2551
งบประมาณ	(ไม่มีงบประมาณที่เป็นค่าใช้จ่ายทางการตลาด เนื่องจากค่าใช้จ่ายทั้งหมดเป็นเงินเดือนและค่าจ้าง และค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารทั่วไปของบริษัท)

กลยุทธ์ด้านการสื่อสารการตลาด (Marketing Communication Strategy)

1. การโฆษณา (Advertising)

เนื่องจากในช่วงแรกของการดำเนินธุรกิจ Movie Delivery ได้กำหนดลูกค้าเป้าหมายเฉพาะกลุ่มในเขตพื้นที่ย่านธุรกิจเท่านั้น ดังนั้น Movie Delivery จึงเลือกเพียงบางสื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้โดยตรง ดังนั้น การโฆษณาในช่วงแรกจึงเน้นการโฆษณาไปยังกลุ่มที่สนใจเกี่ยวกับเรื่องภาพยนตร์โดยเฉพาะดังนี้

- โบรชัวร์ (Brochure)

Movie Delivery จะจัดทำโบรชัวร์อธิบายถึงรายละเอียดในการบริการ และสิทธิประโยชน์ที่จะได้รับการเป็นสมาชิก โดยโบรชัวร์จะถูกใช้เป็นตัวเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ทางหนึ่ง โดยจะนำไปวางตามอาคาร สำนักงานที่มีชื่อเสียง หรือตามสถานที่ต่างๆ ที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้โดยตรง และมีกลุ่มเป้าหมายอยู่เป็นจำนวนมาก อาทิ อาคารซีพี ทาวเวอร์ อาคารเมืองไทยภัทรฯ อาคารมาลีนนท์ เป็นต้น อีกทั้งแจกโดยตรงให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดย Movie Delivery จะจัดทำโบรชัวร์ขนาด A4 จำนวน 1,500 แผ่นต่อเดือน (ค่าใช้จ่ายรวมค่าจัดส่งเฉลี่ยต่อแผ่น ประมาณ 3.00 บาท)

จากการที่ ปี 2551 เป็นปีที่ Movie Delivery เปิดดำเนินการ ดังนั้นจึงมีการใช้งบประมาณเพื่อประชาสัมพันธ์มากเพื่อให้ลูกค้าทราบ โดยจะลดลงเรื่อยๆ ในปีถัดไป (สำหรับรายละเอียดของงบประมาณในแต่ละปี ดังแสดงในตารางที่ 5.3)

ระยะเวลา : 2551 – 2555

งบประมาณ : ปี 2551: 22,500 บาท, ปี 2552: 13,500 บาท

ปี 2553 - 2554: 9,000 บาท

- Web Banner

Web Banner จะเป็นเครื่องมือที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งในการโฆษณาของ Movie Delivery เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายของบริษัท จะเป็นกลุ่มคนที่มีการใช้อินเทอร์เน็ตในชีวิตประจำวัน และนอกจากนี้ Web Site ต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับภาพยนตร์ และซีรีส์ต่างๆ ในปัจจุบันก็ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ในการแลกเปลี่ยน ประสพการณ์ สืบค้นข้อมูลต่างๆ ดังนั้น Movie Delivery จะมีการใช้ Web Banner เพื่อการประชาสัมพันธ์ และแนะนำตัวบริการของโดยสามารถ Link ไปยัง www.Moviedelivery.com ได้ จากข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth Interview) พบว่า Website ที่กลุ่มลูกค้าที่ชื่นชอบการชมภาพยนตร์ หรือเข้าบ่อยๆ อาทิ

- <http://www.manager.co.th> : 90,000 ต่อปี
ในเครือสำนักพิมพ์ผู้จัดการ ซึ่งเป็น web-site ที่ได้รับความนิยมสูง
- <http://www.pantip.com> : 60,000 ต่อปี
web-site communities ที่เป็นศูนย์รวมของผู้ที่ชื่นชอบภาพยนตร์ทุกประเภท
ในการแสดงความคิดเห็น หาข้อมูลเกี่ยวกับภาพยนตร์ต่างๆ
- <http://www.thaitle.com/friday/review.html> : 24,000 ต่อปี
web-site communities ภาพยนตร์ คล้าย พันธุ์ทิพย์ ห้องเฉลิมไทย
- <http://www.popcornfor2.com> : 12,000 บาทต่อปี
เว็บไซต์นี้จะเน้นเกี่ยวกับข้อมูลซีรีส์ต่างๆ นอกจากนี้ยังมีข้อมูลเกี่ยวกับ
ภาพยนตร์ไทยและต่างประเทศอีกด้วย อีกทั้งยังมี Webboard ให้ผู้เข้าชมได้
สอบถามข้อมูล และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันอีกด้วย
- <http://www.deknang.com> : 6,000 บาทต่อปี
web-site ในเครือของหนังสือ popcorn ซึ่งมี sister website อีก 3 website
คือ jedyuth, popcorn และ BBS ซึ่งเกี่ยวกับภาพยนตร์อินดี้ ทั้งไทยและ
ต่างประเทศ

จากการที่ ปี 2551 เป็นปีแรกที่ Movie Delivery เปิดดำเนินกิจการ ดังนั้นจึงมีการ
ใช้งบประมาณเพื่อประชาสัมพันธ์มากเพื่อให้ลูกค้าทราบ โดยจะลดลงเรื่อยๆในปีถัดไป
(สำหรับรายละเอียดของงบประมาณในแต่ละปี ดังแสดงในตารางที่ 5.3

ระยะเวลา : 2551 – 2555

งบประมาณ : ปี 2551:192,000 บาท, ปี 2552: 102,000 บาท

ปี 2553 - 2554: 102,000 บาท

- **ไปสเตอร์ติดตามบอร์ดใต้ตึกสำนักงาน (office building) เพื่อประชาสัมพันธ์**

Movie Delivery ให้เป็นที่รู้จัก (ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อแผ่นละประมาณ 30 บาท)

จากการที่ ปี 2551 เป็นปีแรกที่ Movie Delivery เปิดดำเนินกิจการ ดังนั้นจึงมีการ
ใช้งบประมาณเพื่อประชาสัมพันธ์มากเพื่อให้ลูกค้าทราบ โดยจะลดลงเรื่อยๆในปีถัดไป
(สำหรับรายละเอียดของงบประมาณในแต่ละปี ดังแสดงในตารางที่ 5.3

ระยะเวลา : 2551 – 2555

งบประมาณ : ปี 2551:15,000 บาท, ปี 2552: 6,000 บาท

ปี 2553 - 2554: 3,000 บาท

2. การตลาดทางตรง (Direct Marketing) และการบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า (Customer Relationship Management : การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า)

● Web Site

บริษัท จะจัดทำ Web site เพื่อเป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารที่สามารถให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเข้ามาเยี่ยมชม และหาข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับภาพยนตร์ และซีรีส์ต่างๆ ตลอดจนการโฆษณาประชาสัมพันธ์ต่างๆ อาทิ ประสบการณ์ในการเป็นสมาชิกของบริษัทโดยสมาชิกปัจจุบัน (Testimonial) และที่สำคัญ Movie Delivery ยังเป็นแหล่งในการสร้าง Community ให้แก่กลุ่มผู้เข้าชมเว็บไซต์ที่สนใจแสดง และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับหนัง หรือซีรีส์ต่างๆ ที่พวกเขาชื่นชอบ ซึ่งข้อดีอีกทางหนึ่งของ Web Site คือเป็นช่องทางการสื่อสารที่มีค่าใช้จ่ายในการลงทุนไม่สูง แต่มีประสิทธิภาพในการให้ข้อมูลได้เป็นอย่างดี

ระยะเวลา : เริ่มดำเนินงานตั้งแต่ปี 2551

งบประมาณ : ค่าพื้นที่ และโดเมนเนม (รายปี) ปีละ 4,000 บาท

(ที่มา: www.siamwebhost.com)

(ในส่วนของค่าจัดทำ Website และ แจ้างข้อมูลข่าวสารที่อัปเดต Website ไม่มีค่าใช้จ่ายทางการตลาด เนื่องจากหนึ่งในผู้ก่อตั้งบริษัทมีความสามารถในการจัดทำขึ้นเองได้)

● E-Mail Marketing : ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ หรืออีเมลล์ (E-mail)

การสื่อสารผ่านทาง Email เป็นช่องทางการสื่อสารที่ได้รับความนิยมเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ อีกทั้งเป็นสื่อที่เสียค่าใช้จ่ายต่ำ โดยอีเมลล์ (E-Mail) ทำหน้าที่เหมือนกับจดหมายตรง (Direct Mail) ที่ส่งถึงลูกค้า โดยบริษัทจะใช้อีเมลล์ในการประชาสัมพันธ์ และแจ้างข้อมูลข่าวสารที่อัปเดตเกี่ยวกับภาพยนตร์ ตลอดจนโปรโมชั่นต่างๆ ให้กับสมาชิก

- Movie Delivery จะสร้าง Feature “Tell-A-Friends” (ส่งต่อให้กับเพื่อน) ซึ่งจะเป็นการกรอก e-mail address ของเพื่อนของคนเข้ามาชมเว็บไซต์เพื่อส่งอีเมลล์เสนอบริการ และเชิญชวนให้มาสมัครสมาชิก (Viral-marketing)

- ส่ง E-Newsletter ประจำเดือน โดยเป็นจดหมายข่าวคราวในแวดวงภาพยนตร์ และซีรีส์ต่างๆ บทสัมภาษณ์ของบุคคลในแวดวง อาทิ นักแสดง ผู้กำกับ บทวิจารณ์หนังให้กับสมาชิก

ระยะเวลา : เริ่มดำเนินงานตั้งแต่ปี 2551

งบประมาณ : ปี 2551:3,000 บาท, ปี 2552: 0 บาท

ปี 2553 - 2555: 0 บาท

- Call Center (บริการลูกค้าสัมพันธ์ทางโทรศัพท์)

Call Center เป็นอีกช่องทางที่สำคัญที่ลูกค้าจะสามารถติดต่อเพื่อสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับบริการด้านต่างๆ โดยพนักงาน Call Center จะรับแจ้งเรื่องจากลูกค้าเพื่อนำมาดำเนินการทันที ซึ่งทาง Call Center จะทำหน้าที่เป็นตัวแทนที่สำคัญของ Movie Delivery ในการให้ คำแนะนำ เสนอบริการ เชิญชวนให้สมัครเป็นสมาชิก ประสานงาน และรับข้อร้องเรียนต่างๆ เพื่อให้ลูกค้าได้รับความพอใจ และความสะดวกมากที่สุด

ระยะเวลา : เริ่มดำเนินงานตั้งแต่ปี 2551

งบประมาณ : (ไม่มีงบประมาณที่เป็นค่าใช้จ่ายทางการตลาด เนื่องจากค่าใช้จ่ายทั้งหมดเป็นเงินเดือนและค่าจ้าง และค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารทั่วไปของบริษัท)

3. การประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

- Search marketing

Search Engine : ปัจจุบัน Search Engine มีความสำคัญมาก โดยมากกว่า 90% ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ใช้ search engine ในการหาข้อมูล ดังนั้น จะต้องมีการทำให้ www.moviedelivery.com มีเนื้อหาให้เข้าไปอยู่ใน Search engine optimization ให้ได้ลำดับสูงโดยได้โดยการลงทะเบียนกับ search engine web site นั้นๆ โดยที่การลงทะเบียนเพื่อให้เข้าไปอยู่ใน Search engine optimization นั้นไม่เสียค่าใช้จ่าย

- Search engine ของต่างประเทศที่ต้องจดทะเบียน ได้แก่ Google, yahoo!, msn
- Search engine ของไทยที่ต้องจดทะเบียน ได้แก่ sanook, siamweb

ระยะเวลา : เริ่มดำเนินงานตั้งแต่ปี 2551

งบประมาณ : ไม่เสียค่าใช้จ่าย

- Event Marketing

ใน Events ต่างๆ ที่จัดขึ้นนั้นจะต้องมีการแสดง URL www.cinemous.com และมีพนักงานคอยให้คำแนะนำประกอบ

- การออกบูธจัดกิจกรรมตามอาคารสำนักงานในเขตพื้นที่ย่านธุรกิจ

เพื่อประชาสัมพันธ์ และนำเสนอบริการของ Movie Delivery ให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ทราบถึงความแตกต่าง ชี้ให้เห็นถึงสิทธิประโยชน์ที่ได้รับเมื่อเป็นสมาชิกของ Movie Delivery ซึ่งมีมากกว่าบริการร้านเช่าทั่วไปในตลาด สร้างความตระหนักต่อตราสินค้า (Brand Awareness) และสร้างความสัมพันธ์กับสมาชิกให้

มากขึ้น โดยบริษัทจะจัดบูธ หมุนเวียนกันไปตามอาคารสำนักงานในพื้นที่ต่างๆใน ย่านธุรกิจ เป็นประจำทุกเดือน

- Sponsorships :

เป็นผู้สนับสนุนงานที่เกี่ยวกับวงการภาพยนตร์ต่างๆ ที่จัดขึ้นในเมืองไทย เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทาง(Channel Distribution)ให้กับกลุ่ม Prospect Customer เพื่อให้สามารถเข้าถึง Movie Delivery ได้อย่างหลากหลาย และติดต่อสอบถามข้อมูลจากพนักงานได้โดยตรง

ตัวอย่างงานทางภาพยนตร์ที่ CINEMOUS จะเข้าไปร่วมทำกิจกรรมด้วย เช่น

- The style film fest : เป็นงานที่จัดขึ้นเพื่อประกวดหนังสั้นของคนรุ่นใหม่ เพื่อชิงรางวัล 150,000 บาท โดยจัดขึ้นที่สยามสแควร์
- เทศกาลหนังสั้นไทย : เป็นงานที่จัดขึ้นเพื่อแสดงหนังสั้น โดยจัดขึ้นที่ หอสมุด ปรีดี พนมยงค์ เป็นประจำ โดยทีมงานที่จัด คือ Thai Film Foundation
- งานประกวดหนังรางวัลต่างๆ : ซึ่งระยะเวลาในการจัดไม่แน่นอน โดย Movie Delivery จะพิจารณาอีกครั้งว่าจะเป็นผู้สนับสนุนในงานไหนบ้าง เพื่อให้เกิดความเหมาะสมกับงบประมาณที่ตั้งไว้

ระยะเวลา : ปี 2550 - 2555

งบประมาณ : ปี 2551:300,000 บาท, ปี 2552: 200,000 บาท

ปี 2553 - 2555: 200,000 บาท

ในปี 2551 บริษัทตั้งงบประมาณไว้ที่ประมาณ 300,000 บาท

● **โฆษณาเคลื่อนที่ (Transit Ad)**

บริษัทจัดทำเครื่องแบบสำหรับพนักงานจัดส่งสินค้าซึ่งแจ๊คเก็ตข้างหลังมี screen “ บริการเช่าวีซีดีแบบส่งถึงที่ ฟรี เพียงคลิก“www.Moviedelivery.com “ พร้อมเบอร์โทรศัพท์ Call Center

ระยะเวลา เริ่มดำเนินงานตั้งแต่ปี 2551

งบประมาณ (ไม่มีงบประมาณที่เป็นค่าใช้จ่ายทางการตลาดเนื่องจากประมาณการค่าใช้จ่ายในส่วนนี้อยู่ในหมวดค่าเครื่องแบบพนักงานซึ่งอยู่ในรายการค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารแล้ว)

4. การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion)

- **การยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้า (Special fee)**

บริษัทจะจัดกิจกรรมในช่วงหนึ่งเดือนแรกของการเปิดบริการ โดยยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้าแก่ลูกค้า 50 ท่านแรกที่สมัครเป็นสมาชิก เพื่อกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการทดลองใช้บริการเป็นครั้งแรก โดยจะมีการประชาสัมพันธ์ใน Brochures ที่จะแจกลูกค้า และมีการโฆษณาผ่านทาง Movie Delivery

ระยะเวลา : เริ่มดำเนินงานตั้งแต่ปี 2551

งบประมาณ : ไม่มีค่าใช้จ่าย

- **โปรโมชั่นราคา (Price Pack)**

เป็นโปรโมชั่นพื้นฐานของร้าน โดยจัดรูปแบบการเช่าแผ่นฯ ภายในร้าน เพื่อดึงดูดสมาชิกและไม่ดึงเลขที่จะใช้บริการซึ่งเป็นวิธีหนึ่งในการเพิ่มปริมาณการใช้บริการของสมาชิก โดยบริษัทกำหนดรูปแบบของ Package ดังนี้

- **เช่า 2 แถว 1 :** เมื่อสมาชิกเช่าภาพยนตร์ 2 เรื่อง แถว ฟรี อีก 1 เรื่อง

- **เช่า 3 แถว 2 :** เมื่อสมาชิกเช่าภาพยนตร์ 3 เรื่อง แถว ฟรี อีก 2 เรื่อง

ระยะเวลา : เริ่มดำเนินงานตั้งแต่ปี 2551

งบประมาณ : ไม่มีค่าใช้จ่าย

- **นโยบายรับประกันสินค้า (Guarantee policies)**

Movie Delivery จะรับประกันแผ่นภาพยนตร์ทุกเรื่องที่ส่งไป สามารถเปลี่ยนคืนได้ หากสมาชิกพบว่า แผ่นมีปัญหา หรือไม่สามารถเปิดเล่นได้ Movie Delivery ยินดีเปลี่ยนแผ่นใหม่ให้แทนทันทีโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆ และจะขยายเวลาของกำหนดคืนออกไปตามระยะเวลาของความผิดพลาดที่เกิดขึ้น

ระยะเวลา : เริ่มดำเนินงานตั้งแต่ปี 2551

งบประมาณ : ไม่มีค่าใช้จ่าย

- **สมาชิกแนะนำสมาชิก (Member Get Member)**

หากสมาชิกสามารถแนะนำลูกค้าให้เข้ามาสมัครสมาชิก และใช้บริการกับทาง Movie Delivery ได้ สมาชิกจะได้รับสิทธิเช่าภาพยนตร์ฟรีจำนวน 3 เรื่อง

ระยะเวลา : เริ่มดำเนินงานตั้งแต่ปี 2551

งบประมาณ : ไม่มีค่าใช้จ่าย

- **สิทธิพิเศษแก่สมาชิกที่มียอดการเข้าสูงสุดประจำเดือน (Frequency program)**
สมาชิกท่านใดที่สะสมยอดการเข้าสูงที่สุดประจำเดือนนั้นๆ จะได้รับสิทธิเข้าห้างฟรีจำนวน 3 เรื่อง โดยบริษัทขอยกเว้นสิทธิ์นี้กับสมาชิกที่ได้รับสิทธิ์นี้ไปแล้วมากกว่า 2 ครั้ง
ระยะเวลา : เริ่มดำเนินงานตั้งแต่ปี 2551
งบประมาณ : ไม่มีค่าใช้จ่าย
- **การแจกรางวัล (Prize)**
Movie Delivery มีการแจกรางวัลให้กับสมาชิกผู้โชคดีซึ่งตอบคำถาม ใน Newsletter ประจำเดือนถูกต้อง โดยรางวัลจะเป็นตัวชมภาพยนตร์ 2 ที่นั่ง จำนวน 1 รางวัล
ระยะเวลา : เริ่มดำเนินงานตั้งแต่ปี 2551
งบประมาณ : บริษัทตั้งงบประมาณไว้ปีละ 2400 บาท

ตารางที่ 5.2 แผนการดำเนินงาน (Action Plan) ปี พ.ศ. 2551

Month	2551												TOTAL
	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	
1. Advertising													
Brochure	4,500		4,500		4,500		4,500			4,500			22,500
Web Banner	16,000	16,000	16,000	16,000	16,000	16,000	16,000	16,000	16,000	16,000	16,000	16,000	192,000
Poster	15,000												15,000
2. Direct Marketing													-
Website	4,000												4,000
E-mail Marketing	1,000				1,000				1,000				3,000
Call Center													-
3. Public Relation													-
Search Marketing													-
Event Marketing	300,000												300,000
Transit Ads.													-
4. Sales Promotion													-
Special Fee	5,000												5,000
Price Pack													-
Garuntee Policy													-
Member Get Member													-
Frequency Program													-
Prize	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	2,880
Grand Total	345,740	16,240	20,740	16,240	21,740	16,240	20,740	16,240	17,240	20,740	16,240	16,240	544,380

ตารางที่ 5.3 แผนการดำเนินงาน (Action Plan) ปี พ.ศ. 2551-2555

Month	2551												TOTAL
	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	
1. Advertising													
Brochure	4,500		4,500		4,500		4,500			4,500			22,500
Web Banner	16,000	16,000	16,000	16,000	16,000	16,000	16,000	16,000	16,000	16,000	16,000	16,000	192,000
Poster	15,000												15,000
2. Direct Marketing													-
Website	4,000												4,000
E-mail Marketing	1,000				1,000				1,000				3,000
Call Center													-
3. Public Relation													-
Search Marketing													-
Event Marketing	300,000												300,000
Transit Ads.													-
4. Sales Promotion													-
Special Fee	5,000												5,000
Price Pack													-
Garuntee Policy													-
Member Get Member													-
Frequenzy Program													-
Prize	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	2,880
Grand Total	345,740	16,240	20,740	16,240	21,740	16,240	20,740	16,240	17,240	20,740	16,240	16,240	544,380

Month	2552												TOTAL
	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	
1. Advertising													
Brochure	4,500					4,500					4,500		13,500
Web Banner	8,500	8,500	8,500	8,500	8,500	8,500	8,500	8,500	8,500	8,500	8,500	8,500	102,000
Poster	6,000												6,000
2. Direct Marketing													-
Website	4,000												4,000
E-mail Marketing													-
Call Center													-
3. Public Relation													-
Search Marketing													-
Event Marketing	200,000												200,000
Transit Ads.													-
4. Sales Promotion													-
Special Fee	5,000												5,000
Price Pack													-
Garuntee Policy													-
Member Get Member													-
Frequency Program													-
Prize	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	2,880
Grand Total	228,240	8,740	8,740	8,740	8,740	13,240	8,740	8,740	8,740	8,740	13,240	8,740	333,380

Month	2553												TOTAL
	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	
1. Advertising													
Brochure	4,500										4,500		9,000
Web Banner	8,500	8,500	8,500	8,500	8,500	8,500	8,500	8,500	8,500	8,500	8,500	8,500	102,000
Poster	3,000												3,000
2. Direct Marketing													-
Website	4,000												4,000
E-mail Marketing													-
Call Center													-
3. Public Relation													-
Search Marketing													-
Event Marketing	200,000												200,000
Transit Ads.													-
4. Sales Promotion													-
Special Fee	5,000												5,000
Price Pack													-
Guarantee Policy													-
Member Get Member													-
Frequency Program													-
Prize	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	2,880
Grand Total	225,240	8,740	8,740	8,740	8,740	8,740	8,740	8,740	8,740	8,740	13,240	8,740	325,880

Month	2554												TOTAL
	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	
1. Advertising													
Brochure	4,500										4,500		9,000
Web Banner	8,500	8,500	8,500	8,500	8,500	8,500	8,500	8,500	8,500	8,500	8,500	8,500	102,000
Poster	3,000												3,000
2. Direct Marketing													-
Website	4,000												4,000
E-mail Marketing													-
Call Center													-
3. Public Relation													-
Search Marketing													-
Event Marketing	200,000												200,000
Transit Ads.													-
4. Sales Promotion													-
Special Fee	5,000												5,000
Price Pack													-
Guarantee Policy													-
Member Get Member													-
Frequency Program													-
Prize	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	2,880
Grand Total	225,240	8,740	8,740	8,740	8,740	8,740	8,740	8,740	8,740	8,740	13,240	8,740	325,880

Month	2555												TOTAL
	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	
1. Advertising													
Brochure	4,500										4,500		9,000
Web Banner	8,500	8,500	8,500	8,500	8,500	8,500	8,500	8,500	8,500	8,500	8,500	8,500	102,000
Poster	3,000												3,000
2. Direct Marketing													-
Website	4,000												4,000
E-mail Marketing													-
Call Center													-
3. Public Relation													-
Search Marketing													-
Event Marketing	200,000												200,000
Transit Ads.													-
4. Sales Promotion													-
Special Fee	5,000												5,000
Price Pack													-
Guarantee Policy													-
Member Get Member													-
Frequency Program													-
Prize	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	2,880
Grand Total	225,240	8,740	8,740	8,740	8,740	8,740	8,740	8,740	8,740	8,740	13,240	8,740	325,880

ตารางที่ 5.4 แสดงแผนกิจกรรมทางการตลาด (Activity Gantt Chart) และค่าใช้จ่าย
ทางการตลาด ตั้งแต่ปี 2551 – 2555

Month	ปี				
	2551	2552	2553	2554	2555
1. Advertising					
Brochure	22,500	13,500	9,000	9,000	9,000
Web Banner	192,000	102,000	102,000	102,000	102,000
Poster	15,000	6,000	5,000	5,000	5,000
2. Direct Marketing					
Website	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000
E-mail Marketing		-	-	-	-
Call Center	-	-	-	-	-
3. Public Relation					
Search Marketing	-	-	-	-	-
Event Marketing	300,000	200,000	200,000	200,000	200,000
Transit Ads.	-	-	-	-	-
4. Sales โปรโมชั่น					
Special Fee	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
Price Pack	-	-	-	-	-
Garuntee Policy	-	-	-	-	-
Member Get Member	-	-	-	-	-
Frequenzy Program	-	-	-	-	-
Prize	2,880	2,880	2,880	2,880	2,880
Grand Total	544,380	333,380	325,880	325,880	325,880