

เจาะลึกพฤติกรรมลูกค้า (Customer Behavior)

กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลฉบับเข้าใจง่าย

จัดทำโดย

นางสาวกมลวรรณ ฤงจันทร์ | วิทยาลัยเทคนิคเขมราฐ



สรุปสาระสำคัญ: พฤติกรรมลูกค้า (Customer Behavior) คือการศึกษาการกระทำของบุคคล ตั้งแต่กระบวนการก่อนซื้อ การชำระเงิน ไปจนถึงความพึงพอใจหลังการใช้สินค้า



การจัดหา (Obtaining)

ค้นหา เปรียบเทียบ และเลือกซื้อ



การบริโภค (Consuming)

การใช้งานสินค้าหรือบริการนั้นๆ



การกำจัดหรือทิ้ง (Disposing)

พฤติกรรมหลังใช้งานเสร็จสิ้น

4 ปัจจัยที่กำหนดประเภทของลูกค้า (Customer Personas)



ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors)

ขับเคลื่อนด้วย อายุ, อาชีพ,
รายได้, และไลฟ์สไตล์



ปัจจัยทางสังคม (Social Factors)

ขับเคลื่อนด้วย ครอบครัว,
บทบาททางสังคม,
และกลุ่มเพื่อนอ้างอิง



ปัจจัยทางวัฒนธรรม (Cultural Factors)

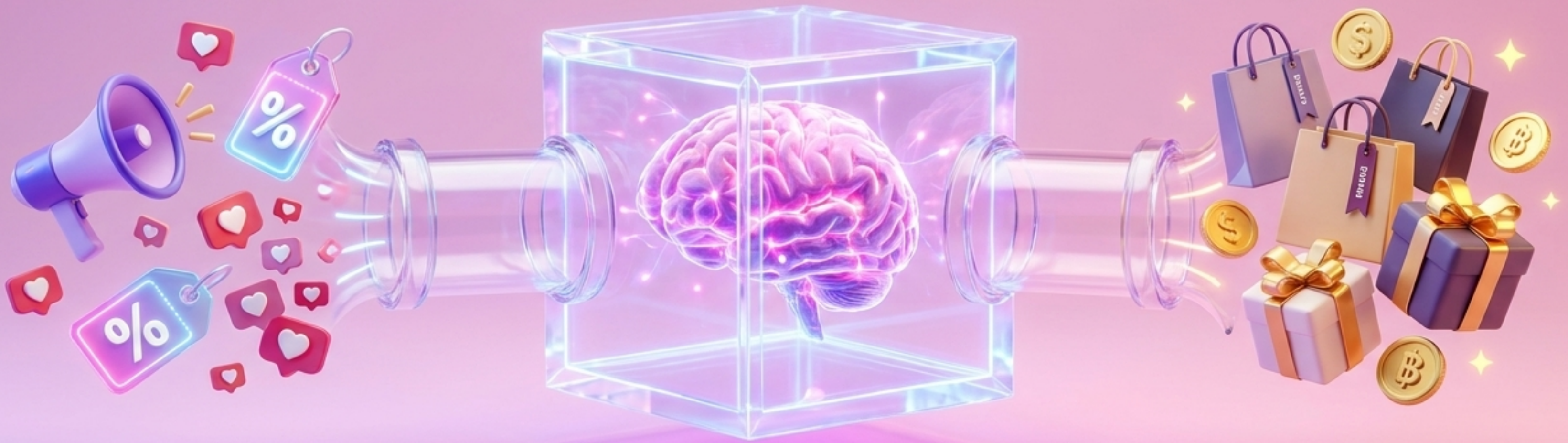
ขับเคลื่อนด้วย วัฒนธรรมย่อย,
และชนชั้นทางสังคม



ปัจจัยทางจิตวิทยา (Psychological Factors)

ขับเคลื่อนด้วย แรงจูงใจ, การรับรู้,
ความเชื่อ, และทัศนคติ

กลยุทธ์การรับมือ: เจาะรหัสลับในใจลูกค้า (The Black Box Model)



สิ่งกระตุ้นภายนอก (Stimulus)

ใช้กลยุทธ์การตลาด (4Ps)
และโปรโมชั่นดึงดูดความสนใจ

ความรู้สึนึกคิด (Buyer's Black Box)

รับมือด้วยความเข้าใจในปัจจัยส่วนตัว
และจิตวิทยาของลูกค้าที่ซ่อนอยู่

การตอบสนอง (Buyer's Responses)

ผลลัพธ์คือการตัดสินใจซื้อ
เลือกแบรนด์ และเกิดความภักดี

การนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน (The 5-Step Customer Journey)



คำถามท้าทายบท (Test Your Marketer Instinct!)

หากลูกค้าตัดสินใจซื้อแค่เพราะ
“เพื่อนสนิทรีวิวว่าอร่อยและต้องไปใช้คนอื่น”
ลูกค้าคนนี้ถูกกระตุ้นด้วยปัจจัยใดมากที่สุด?

ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal)

☒ ปัจจัยทางสังคม (Social) 🙌 เฉลย!

ปัจจัยทางวัฒนธรรม (Cultural)

ปัจจัยทางจิตวิทยา (Psychological)

