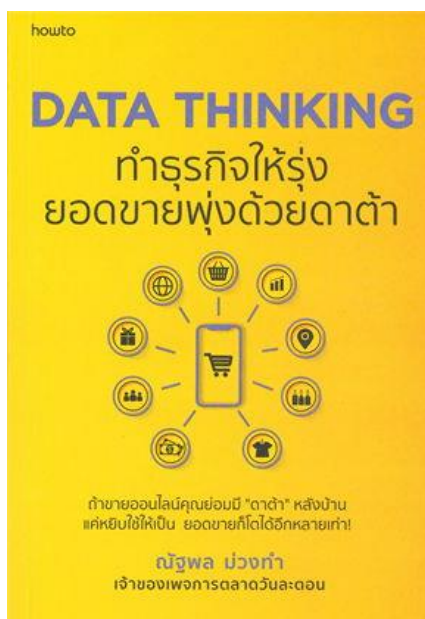


บทปริทัศน์หนังสือ (BOOK REVIEW)



Data Thinking ทำธุรกิจให้รุ่ง ยอดขายพุ่งด้วยดาต้า

เขียนโดย ณัฐพล ม่วงท่า

(2565, กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์อมรินทร์ฮาวทู อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง)

บทวิจารณ์โดย

สันติ เต็มผล¹

หนังสือ Data Thinking ทำธุรกิจให้รุ่ง ยอดขายพุ่งด้วยดาต้า เป็นหนังสือที่ผู้เขียนต้องการอธิบายถึงการทำธุรกิจในยุคปัจจุบัน ซึ่งเป็นการทำธุรกิจที่ต้องอาศัยข้อมูลเป็นหัวใจสำคัญ โดยผู้เขียนได้รวบรวมความรู้เคล็ดลับ เทคนิค แนวคิดการตลาดสมัยใหม่ เพื่ออธิบายพื้นฐานความเข้าใจในเรื่องข้อมูลและการสร้างทักษะ Data Thinking เพื่อให้ธุรกิจสามารถวิเคราะห์ข้อมูล ทำความเข้าใจความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าและนำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดและเพิ่มยอดขายให้กับธุรกิจ

เนื้อหาของหนังสือเริ่มต้นด้วยการ การสร้างทักษะ Data Thinking จากข้อมูลที่ธุรกิจมีอยู่ โดยนำข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้ามาวิเคราะห์เชิงลึก (Insight) นำไปสู่การสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายแบบง่าย เป็นการทำธุรกิจแบบชาญฉลาด โดยนำเสนอในรูปแบบที่เข้าใจได้ง่ายและน่าสนใจ มีตัวอย่างและกรณีศึกษาต่างๆ ให้ผู้อ่านได้ติดตามและนำไปต่อยอดเพื่อเพิ่มยอดขายให้กับธุรกิจของตนเองได้ เนื้อหาในหนังสือเล่มนี้แบ่งออกเป็น 15 บท ซึ่งสามารถสรุปได้ 2 ส่วนหลัก ได้แก่ แนวคิด Data Thinking และเทคนิคการใช้ Data Thinking

¹ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

ส่วนแรก: แนวคิด Data Thinking เป็นการนำเสนอแนวคิด Data Thinking ซึ่งเป็นแนวคิดและแนวทางการทำงานสมัยใหม่ที่เป็นทักษะที่สำคัญของคนทำงานในศตวรรษที่ 21 โดยเน้นให้ผู้อ่านทำความเข้าใจกับแนวคิด Data Thinking ตลอดจนความสำคัญของแนวคิดนี้ เพื่อแสดงให้เห็นว่าการธุรกิจในยุคปัจจุบันจำเป็นต้องอาศัยข้อมูล ในยุคที่เทคโนโลยีพัฒนาอย่างรวดเร็ว พนักงานในองค์กรจำเป็นต้องมีความรู้ความเข้าใจในการใช้งานข้อมูลเป็นอย่างดี เพื่อให้เกิดกลยุทธ์การใช้ข้อมูล อ่านข้อมูลออก เลือกใช้เทคโนโลยีให้เหมาะสมและใช้งานอย่างคุ้มค่า ร่วมกับการคิดสร้างสรรค์ในการมองข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อนำไปพัฒนาต่อยอดกับลูกค้า จนเกิดการใช้ข้อมูลในการตัดสินใจอย่างมีประสิทธิภาพ

การนำเสนอสาระสำคัญของเนื้อหาในส่วนนี้ มีการแสดงตัวอย่างและกรณีศึกษาของการใช้ข้อมูลในการขับเคลื่อนธุรกิจ ตลอดจนนำเสนอแบบจำลองขั้นตอนของ Data Thinking รวมถึงเทคนิคการเริ่มต้นการทำงานกับข้อมูล โดยพิจารณาจากข้อมูลการขายหรือให้บริการของธุรกิจ ในกรณีการขายออนไลน์ เราสามารถใช้ข้อมูลหลังบ้านหรือการวิเคราะห์ข้อมูลการโต้ตอบกับลูกค้าในกล่องข้อมูล นำมาวิเคราะห์โดยใช้ซอฟต์แวร์ตารางคำนวณในสำนักงาน ซึ่งการทำงานกับข้อมูลดังกล่าวข้างต้น ไม่ได้เริ่มต้นจากเทคโนโลยี แต่เริ่มต้นจากชุดความคิด (Mindset) เพื่อให้ผู้ที่สนใจเกิดแนวคิดในการทำความเข้าใจลูกค้าและอยากทำการตลาดแบบชาญฉลาดมากขึ้น

ส่วนที่สอง: เทคนิคการใช้ Data Thinking เป็นการนำเสนอเทคนิคและเครื่องมือการใช้ข้อมูลในการขับเคลื่อนธุรกิจ มีการนำเสนอกรอบแนวคิด CPVAI Model โดยยังคงเน้นเรื่องของการทำงานกับข้อมูลที่เริ่มจากข้อมูลพื้นฐานของธุรกิจ วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาช่องทางการใหม่ๆ และเลือกใช้เทคโนโลยี เพื่อตอบโจทย์ทางธุรกิจ

การนำเสนอสาระสำคัญของเนื้อหาในส่วนนี้ มีการนำเสนอเทคนิคการทำงานกับข้อมูลที่จะนำไปสู่การปรับกลยุทธ์การขายและการตลาดของธุรกิจ การทำความเข้าใจกับข้อมูลเชิงลึกในแพลตฟอร์มต่าง ๆ แนวคิดการใช้ประโยชน์จากการรายงานสรุปยอดขายจากกรณีศึกษาต่าง ๆ ที่มีการใช้ Data Thinking เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกเพื่อการแยกแยะกลุ่มลูกค้าที่จะสามารถเพิ่มยอดขาย การนำเทคโนโลยีสมัยใหม่อย่าง AI มาช่วยในการสร้างผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า การใช้ Data Thinking เพื่อปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการร้านค้าออนไลน์ให้ตรงใจลูกค้า รวมทั้งการนำเสนอเครื่องมือสมัยใหม่ที่น่าสนใจที่เป็นของคนไทย เช่น Mandala Analytics และ Social Listening Tool ที่จะช่วยให้การทำงานกับข้อมูลง่ายมากขึ้น ทำให้เกิดธุรกิจแบบฉลาดในการใช้ข้อมูลและสร้างบุคลากรที่มีทักษะของคนทำงานในศตวรรษที่ 21

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากหนังสือเล่มนี้ มุ่งเน้นการนำเสนอแนวทาง Data Thinking ซึ่งถือเป็นทักษะที่จำเป็นในการทำงานในยุคที่ทุกสิ่งทุกอย่างขับเคลื่อนด้วยข้อมูล (Data-Driven Everything) มุ่งเน้นให้เกิดความเข้าใจในการทำงานกับข้อมูล โดยผู้เขียนได้มีการเขียนหนังสือที่เกี่ยวกับข้อมูลมาก่อนหน้านี้ 2 เล่ม ได้แก่ Personalized Marketing การตลาดแบบรู้ใจ และ Data-Driven Marketing การตลาดแบบฉลาดใช้ข้อมูล ซึ่งผู้สนใจสามารถทำการศึกษาหนังสือทั้ง 2 เล่มควบคู่ไปกับหนังสือเล่มนี้ เพื่อให้เกิดความเข้าใจในเรื่องการทำธุรกิจแบบฉลาดในการใช้ข้อมูลอย่างลึกซึ้งมากขึ้น

คุณค่าที่สำคัญของหนังสือเล่มนี้ จึงเหมาะกับกลุ่มผู้สนใจ ได้แก่ กลุ่มนักธุรกิจ/กลุ่มผู้ค้าขายออนไลน์ หนังสือเล่มนี้จะทำให้ท่านมีความรู้เรื่องการทำธุรกิจโดยใช้ข้อมูลและเทคนิคในการทำงานกับข้อมูล เพื่อนำความรู้ไปใช้ต่อยอด เพื่อยอดขายให้กับธุรกิจของท่านได้ กลุ่มนักการตลาด หนังสือเล่มนี้เป็นคู่มือในการพัฒนาทักษะทักษะการคิดอย่างเข้าใจข้อมูล ซึ่งเป็นที่สำคัญในการทำตลาดสมัยใหม่ในยุคดิจิทัล กลุ่มนักวิชาการ แนวความคิด ตัวอย่างและกรณีศึกษาในหนังสือเล่มนี้ ทำให้ท่านสามารถนำไปปรับใช้ในการสร้างกิจกรรมการเรียนการสอนและส่งเสริมทักษะการคิดอย่างเข้าใจข้อมูลให้กับนักศึกษา กลุ่มนักศึกษา การศึกษาแนวคิดและกรณีศึกษาต่างๆในหนังสือเล่มนี้จะช่วยให้เกิดความเข้าใจแนวคิดและเทคนิคการทำงานกับข้อมูล ผ่านกรอบแนวคิดและกรณีศึกษา เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างทักษะใหม่ที่นำไปใช้ในการทำงาน ท้ายสุดคือ กลุ่มผู้สนใจในการประยุกต์ใช้แนวคิด Data Thinking เพื่อให้เข้ากับการทำงานในบริบทของท่าน หนังสือเล่มนี้จะทำให้ท่านเข้าใจได้ว่า “ข้อมูลคือหัวใจสำคัญของการทำธุรกิจ” และ “การทำงานกับข้อมูล เริ่มต้นจากข้อมูลพื้นฐานที่ธุรกิจมีอยู่” หากเราเข้าใจและเห็นความสำคัญของข้อมูล แนวคิด Data Thinking ก็ไม่ใช่เรื่องยาก ซึ่งจะช่วยให้ธุรกิจมียอดขายที่เพิ่มขึ้นและสามารถดำเนินอยู่ในยุคการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วอีกด้วย