

4. การวิจัยและพัฒนา

บริษัทเล็งเห็นว่าการวิจัยและพัฒนาเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้บริษัทสามารถปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ให้เข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายและปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปได้ทันเวลา และทำให้บริษัทสามารถแข่งขันได้ ดังนั้น ในช่วงปลายปี 2546 บริษัทจึงได้จ้างบริษัทวิจัยตลาดเข้ามาทำการศึกษาและวิจัยตลาดทั้งในส่วน of แนวโน้มความต้องการในปัจจุบัน การเปลี่ยนแปลงของปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อความต้องการของผู้บริโภค และการนำข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้จากการศึกษามากำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้แก่บริษัท จากนั้นจะทำการศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย รูปแบบการดำเนินชีวิต เพื่อนำไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ของบริษัทให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างต่อเนื่องได้ เพื่อนำไปวางแผนการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าเกิดความสนใจในผลิตภัณฑ์ของบริษัทและทำการตัดสินใจเลือกซื้อ นอกจากนี้ บริษัทที่ได้รับการว่าจ้างจะทำการสำรวจตลาดใหม่ทุก ๆ 6 เดือน เพื่อติดตามความเปลี่ยนแปลง และตรวจสอบความสามารถของบริษัทในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า และบริษัทจะนำข้อมูลที่ได้ดังกล่าวไปใช้ในการปรับปรุงพัฒนาการดำเนินงานของบริษัทต่อไป