และนำมาช่วยวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง เพราะจะทำให้เราสามารถเข้าถึงตลาดเป้าหมายได้อย่างง่ายดาย

6. เป็นผู้ที่มีความเข้าใจในแนวความคิดการตลาดสมัยใหม่ ผู้วางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดต้องเข้าใจว่า แนวความคิดการตลาดสมัยใหม่นั้น ลูกค้าคือพระเจ้ามิใช่พระราชา ลูกค้าคือผู้ที่จะบันดาลความสำเร็จและความล้มเหลวให้กับบริษัทได้ ความพอใจของลูกค้าคือปัจจัยที่ก่อให้เกิดความสำคัญต่อองค์กร เมื่อเข้าใจเช่นนี้ การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดจะดำเนินไปโดยเน้นลูกค้าเป็นหลักและพยายามที่จะเสนอสนองแต่สิ่งที่ลูกค้าต้องการ มิใช่ในสิ่งที่องค์กรต้องการเท่านั้น

7. เป็นผู้ที่ยอมรับว่าการวางแผนนั้นต้องดำเนินไปภายใต้ทรัพยากรอันจำกัดการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดโดยไม่ได้คำนึงถึงทรัพยากรอันจำกัดที่องค์การมีอยู่ ย่อมไม่ได้ผลสำเร็จเพราะความฝันนั้นไม่ได้ผลสำเร็จเพราะความฝันนั้นไม่สามารถสัมฤทธิ์ผลได้

กลยุทธ์การตลาดกับงานบริการสารสนเทศ

สถาบันบริการสารสนเทศ เป็นหน่วยงานขององค์การประเภทที่ไม่หวังกำไร และในวงการสถาบันบริการสารสนเทศมีบรรณารักษ์น้อยคนนักที่คิดหาวิธีการตลาดให้กับงานบริการของตน ทั้งนี้อาจมีสาเหตุเนื่องมาจากบรรณารักษ์และเจ้าหน้าที่สถาบันบริการสารสนเทศมักมีความเชื่อมั่นดั้งเดิมว่า สารสนเทศที่ตนมีอยู่หลากหลายในสถาบันบริการสารสนเทศนั้นมีความสำคัญ มีความจำเป็นและมีประโยชน์อย่างแน่นอน ความเชื่อนี้จึงนำไปสู่ความคิดที่ว่าบุคคล เช่น นักเรียน นักศึกษา นักวิชาการ นักวิจัย ฯลฯ จำเป็นต้องมาใช้สถาบันบริการสารสนเทศอยู่แล้ว โดยที่สถาบันบริการสารสนเทศไม่ต้องโฆษณาเชิญชวนหรือชักชวนผู้ใช้ให้เข้ามาใช้บริการ ดังนั้น ผู้บริการสถาบันบริการสารสนเทศ และบรรณารักษ์จึงไม่ค่อยได้หาวิธีการเพื่อที่จะปรับปรุงงานด้านการบริการให้มากนัก เพราะคิดว่าอย่างไรสถาบันบริการสารสนเทศก็สามารถดำเนินกิจการของตนได้ จึงทำให้กลายเป็นว่าสถาบันบริการสารสนเทศละเลย ไม่เอาใจใส่ต่อผู้ใช้บริการ (มาลี กาบมาลา, 2535, หน้า 37) การบริการสารสนเทศสำหรับสถาบันบริการสารสนเทศจึงไม่ควรตั้งรับอยู่นิ่งกับห้องสมุดอีกต่อไป แต่ควรมีแนวคิดและวิธีการโดยผสมผสานกลยุทธ์การตลาด เพื่อทำให้การบริการสารสนเทศของสถาบันบริการสารสนเทศเป็นที่ประทับใจและนำไปสู่การปฏิบัติที่เป็นเลิศ เมื่อนำเอากลยุทธ์ทางการตลาดมาผสมผสานกับเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารสมัยใหม่ การบริการสารสนเทศจากเดิมที่เป็นสารสนเทศจากหนังสือหรือตำราเป็นเล่ม ผู้ใช้บริการจะต้องไปอาศัยอ่านจากสถาบันบริการสารสนเทศ โดยสถาบันบริการสารสนเทศตั้งรับในการให้บริการ ถ้าเราปรับเปลี่ยนการบริการสารสนเทศเป็นเชิงรุก ปรับเปลี่ยนวิธีการมุ่งไปที่ผู้รับบริการหากลยุทธ์ใหม่ๆ มาใช้ในองค์กร ปรับเปลี่ยนสื่อการนำเสนอที่ทันสมัยและรวดเร็ว เข้าถึงผู้รับบริการได้ในทุกที่ทุกเวลา สถาบันบริการสารสนเทศก็จะกลายเป็นสถาบันบริการสารสนเทศที่มีชีวิต ผู้ใช้บริการประทับใจ ผู้ให้บริการก็จะทำงานอย่างมีความสุข (ปรัชญนันท์ นิลสุข และทิพภากร รังคสิริ, 2555)