

4. จำแนกอิทธิพลของสิ่งแวดล้อมในกลุ่มเป้าหมาย เช่น เศรษฐกิจ การเมือง สังคม และปัจจัยอื่นๆ

5. แบ่งกลุ่มผู้ใช้ เพื่อเลือกใช้การตลาดให้เหมาะสมกับแต่ละกลุ่ม

เพลินทิพย์ โกเมศโสภณ (2530, หน้า 63) เสนอกลยุทธ์การตลาดที่คล้ายๆ กันคือ

1. วิจัยและวิเคราะห์เพื่อหาความต้องการของผู้มารับบริการ

2. แบ่งกลุ่มผู้ใช้บริการให้แน่ชัดว่า ต้องการจะมุ่งเน้นที่กลุ่มใด เพื่อประโยชน์ใน

การวางแผนกลยุทธ์ให้ตรงเป้าหมาย

3. พัฒนาบริการสารสนเทศให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

4. สร้างเอกลักษณ์หรือจุดเด่นเฉพาะตัวขององค์กรบริการสารสนเทศ เพื่อให้โดดเด่น เช่น อาจวางตำแหน่งให้เป็นสถาบันที่ใหญ่ เนื้อที่ใช้สอยกว้างขวาง หรืออาจเป็นสถาบันที่มีสายงานบริการครบถ้วน หรืออาจเป็นสถาบันที่มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เป็นต้น

5. การสร้างจิตสำนึก “ความเป็นนักการตลาด” แก่ผู้ปฏิบัติงานทุกระดับ แนวความคิดดังกล่าวคือ ผู้รับบริการเปรียบเสมือนลูกค้า ความพอใจของลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญที่สุด

6. มีการประเมินผลเป็นระยะๆ ทั้งในด้านของผู้ปฏิบัติงานเองและจากผู้รับบริการ ดังนั้น จึงสรุปขั้นตอนการนำกลยุทธ์การตลาดมาใช้ในงานบริการสารสนเทศ ได้ดังนี้

(จินดารัตน์ เบอรพันธุ์, 2538, หน้า 94-97)

1. การวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด

2. คัดเลือกกลุ่มผู้ใช้เป้าหมาย

3. การพัฒนาส่วนประสมการตลาด

4. การบริหารการตลาดให้ประสบผลสำเร็จ

ขั้นตอนการบริการการตลาดในงานบริการสารสนเทศ

การจัดการตลาดต้องอาศัยความคิดสร้างสรรค์และการตัดสินใจที่เหมาะสม วิธีดำเนินการตลาดของงานบริหารสถาบันบริการสารสนเทศตามขั้นตอนของหลักการตลาด มีดังนี้ (รุ่งฤดี อนุสรณ์, 2533, หน้า 10-13)

1. ขั้นตรวจสอบ การทำการตรวจสอบนั้น ก่อนอื่นต้องมีการวิจัยนโยบายและวัตถุประสงค์ของสถาบันบริการสารสนเทศ ต่อจากนั้นจึงเป็นการวิจัยและวิเคราะห์การตลาด เพื่อเป็นการศึกษาสภาพการแข่งขันทางการตลาด ตลอดจนการแบ่งกลุ่มผู้ใช้เพื่อให้เกิดการรู้จักใช้บริการ ความต้องการสารสนเทศของกลุ่มผู้ใช้ต่างๆ แต่ละกลุ่ม รูปแบบการสื่อสาร พฤติกรรมการสื่อสารของแต่ละกลุ่ม ปัญหาด้านเศรษฐกิจ อิทธิพลต่อการเลือกใช้สารสนเทศและบริการ สำรวจทัศนคติที่มีต่อสถาบันบริการสารสนเทศ ลักษณะของกลุ่ม โดยเน้นทางเศรษฐกิจเป็นสำคัญและทดสอบผลิตภัณฑ์ และบริการว่าเหมาะสมกับผู้ใช้หรือไม่ การแบ่งกลุ่มผู้ใช้หรือแบ่งกลุ่มการตลาดเป็นสิ่งจำเป็นเป็นจุดเริ่มต้นของการตลาด เพราะไม่มีสินค้าหรือบริการใดที่ผู้บริโภคทุกคนชอบ การตรวจสอบควรกระทำอยู่ตลอดเวลา เช่น การสังเกต การพูดคุย การอ่านข้อเสนอแนะจากกล่องที่วางไว้หน้าห้อง การสัมภาษณ์ผู้ใช้หลายๆ ราย หรือแม้กระทั่งการวิเคราะห์โดยวิธีวิจัยและสถิติ เพื่อให้มั่นใจว่า