



# ภาพลักษณ์ชื่อเสียง : (ตอนที่ 2)

## งานเบื้องหลัง กรงพลังเกินคาดคิด

ต่อ จากฉบับที่แล้ว

ธีรภาค ประมุฑิชอบ

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น

**การ**สร้างภาพลักษณ์ชื่อเสียง ต้องอาศัยความเพียรพยายาม สร้างสรรค์ ใช้ระยะเวลายาวนานผ่านช่วงเวลา ซึ่งควรดำเนินการอย่างมีระบบระเบียบ มีขั้นตอน และกระบวนการดำเนินงานที่มีความถูกต้องเชื่อถือได้ มิฉะนั้นความเพียรพยายามในการสร้างภาพลักษณ์ชื่อเสียงก็จะมีอะไรที่สูญเปล่า และไม่เกิดผล กระบวนการดังกล่าวมีนักวิชาการนำเสนอไว้หลากหลายที่นักปฏิบัติจะสามารถนำไปประยุกต์ใช้สร้างภาพลักษณ์ชื่อเสียงได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งผู้เขียนจะอธิบาย และแนะนำทางลัดให้ผู้อ่านได้เลือกหยิบนำไปใช้ได้อย่างง่ายดาย

### กระบวนการสร้างภาพลักษณ์ชื่อเสียง

มีหลักฐานจำนวนมากที่แสดงให้เห็นว่า ทัศนคติมีแนวโน้มที่คงตัวหรือคงที่ไม่มีการเปลี่ยนแปลง และเปลี่ยนแปลงน้อยมาก เมื่อเวลาผ่านไป หลักฐานเช่นนี้ชี้ให้เห็นว่าความพยายามในการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ชื่อเสียงขององค์กรจะต้องใช้ความพยายามสูงมาก และจะต้องมีการรณรงค์ส่งเสริมให้เกิดภาพลักษณ์ชื่อเสียงสอดคล้อง สนับสนุนภาพลักษณ์ชื่อเสียงที่ต้องการด้วย การวิจัยเป็น

ขั้นตอนที่มีประโยชน์มากในการที่จะช่วยให้เข้าใจภาพลักษณ์ชื่อเสียง และหนทางในการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ชื่อเสียง อีกทั้งยังช่วยให้นักประชาสัมพันธ์ทราบถึงจุดอ่อนจุดแข็งขององค์กร เพื่อที่องค์กรได้ใช้ความพยายามในการเพิ่มจุดแข็ง และแก้ไขปรับปรุงจุดอ่อนขององค์กร นอกจากนี้ยังมีประโยชน์ในการช่วยให้ทราบถึงภาพลักษณ์ชื่อเสียงที่ไม่เป็นจริงอีกด้วย ซึ่งมีขั้นตอนที่พึงกระทำ 5 ขั้นตอน คือ

1. **การประเมินภาพลักษณ์ชื่อเสียงขององค์กรในปัจจุบัน** ซึ่งเป็นขั้นตอนแรกที่องค์กรพึงกระทำ เพื่อประเมินภาพลักษณ์ชื่อเสียงขององค์กรที่เป็นอยู่ในสายตาของกลุ่มบุคคลต่างๆ ที่เป็นกลุ่มเป้าหมายขององค์กร อาจประเมินรวมถึงภาพลักษณ์ชื่อเสียงขององค์กรในอุดมคติของกลุ่มเป้าหมายร่วมด้วย

2. **ทำการทบทวนภาพลักษณ์ชื่อเสียงขององค์กรที่มีความเป็นไปได้ทั้งหมด** ที่เกิดขึ้นในกลุ่มเป้าหมาย และในอุดมคติ การประเมิน และทบทวนภาพลักษณ์ชื่อเสียงทำได้โดยการวิจัย

3. **ตัดสินใจทางเลือกภาพลักษณ์ชื่อเสียงที่ดีที่สุด** คือ การนำผลการวิจัยภาพลักษณ์ชื่อเสียงปัจจุบัน หรืออาจเป็นผลการวิจัยที่พึงประสงค์มาวิเคราะห์ สังเคราะห์ และพิจารณาตัดสินใจเลือก

ภาพลักษณ์ชื่อเสียงเป้าหมายหรือภาพลักษณ์ชื่อเสียงที่พึงประสงค์ ซึ่งควรเป็นคุณลักษณะที่เป็นจุดเด่นขององค์กรที่ควรจะต้องแตกต่างจากคู่แข่ง มีเอกลักษณ์ไม่เหมือนใคร

#### 4. พัฒนากลยุทธ์ และสื่อสารเพื่อการส่งเสริมภาพลักษณ์

**ชื่อเสียง** ภาพลักษณ์ชื่อเสียงจะถูกเผยแพร่ข่าวสารออกไปสู่กลุ่มเป้าหมายผ่านทาง การประชาสัมพันธ์ การโฆษณาสถาบัน กิจกรรมประชาสัมพันธ์ ตลอดจนการสื่อสารระหว่างบุคคลหรือการสื่อสารแบบเผชิญหน้า กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม การสร้างวัฒนธรรมองค์กรอย่างเข้มแข็ง การบริหารลูกค้าความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ความเป็นนวัตกรรม

#### 5. การวัด และประเมินภาพลักษณ์ชื่อเสียงอย่างต่อเนื่อง

ควรทำการวัด และประเมินภาพลักษณ์ชื่อเสียงอย่างต่อเนื่อง เพื่อติดตามถึงประสิทธิภาพ และความสำเร็จในการประชาสัมพันธ์ เสริมสร้างภาพลักษณ์ชื่อเสียงให้แก่องค์กร

โดยสรุปแล้วสามารถกล่าวได้ว่า กระบวนการสร้างภาพลักษณ์ชื่อเสียงให้กับองค์กรนั้น มีขั้นตอนในการดำเนินการเหมือนกับกระบวนการประชาสัมพันธ์ 4 ขั้นตอนตามสูตร R – A – C – E (Research Action Communication Evaluation) ซึ่งได้อธิบายไว้ในฉบับก่อนหน้านั้นเอง ได้แก่

**1. การวิจัยเพื่อวิเคราะห์สถานการณ์ภาพลักษณ์ชื่อเสียงในปัจจุบัน (Research)** ทั้งภาพลักษณ์ชื่อเสียงในแง่ที่เด่น หรือเป็นจุดแข็งขององค์กร ตลอดจนจุดด้อยขององค์กร อันเป็นส่วนของภาพลักษณ์ชื่อเสียงที่ต้องปรับปรุงแก้ไข

**2. การวางแผนสร้างภาพลักษณ์ชื่อเสียง (Action)** โดยการนำผลวิจัยภาพลักษณ์ชื่อเสียงที่ได้มาวิเคราะห์ และวางแผนกำหนดวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายเพื่อต้องการสร้างให้เกิดภาพลักษณ์ชื่อเสียง

**3. การสื่อสารข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อ และกิจกรรมเพื่อสร้างภาพลักษณ์ชื่อเสียง (Communication)**

**4. การประเมินภาพลักษณ์ชื่อเสียง (Evaluation)** ภายหลังการรณรงค์สร้างภาพลักษณ์ชื่อเสียง เพื่อตรวจการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น

การดำเนินธุรกิจ การสร้างการรับรู้ และสร้างชื่อเสียงจะต้องดำเนินงานควบคู่ไปด้วย เมื่อแบรนด์เป็นที่ยอมรับในกลุ่มสาธารณชน และสามารถทำยอดขายสูง ธุรกิจนั้นก็จะสามารถรอดพ้นชื่อเสียงได้ เนื่องจากผลิตภัณฑ์หรือการบริการได้รับการใช้มากที่สุดในกลุ่มลูกค้า ดังนั้น การพัฒนาประสิทธิภาพแผนประชาสัมพันธ์เพื่อการดำเนินงานธุรกิจ จึงเป็นขั้นตอนสำคัญในการสร้างชื่อเสียงธุรกิจ ยิ่งผู้คนรู้จักธุรกิจ ก็ยิ่งจะเพิ่มความไว้วางใจในธุรกิจ ผู้เขียนมีเครื่องมือ และกลวิธีที่จะช่วยเพิ่มการมองเห็นธุรกิจนั้นๆ และมีกรรับรู้ธุรกิจมาแนะนำ ซึ่งได้แก่



- วางแผนตารางช่วงประชาสัมพันธ์ประจำปี
- สร้างกรณีศึกษาเผยแพร่ในเว็บไซต์
- สร้างฐานข้อมูลของทรัพยากรสื่อในอุตสาหกรรม
- การเป็นผู้เชี่ยวชาญ
- ศึกษาวิจัยตารางเวลาของบรรณาธิการสื่อในอุตสาหกรรม
- รวมสื่อสังคมไว้ในแผนประชาสัมพันธ์
- หาโอกาสเพิ่มเติมสร้างการเปิดรับ

#### การรื้อภาพลักษณ์ชื่อเสียงองค์กรต่อสาธารณชน

นอกจากนี้ผู้เขียนยังมีข้อเสนอแนะเพื่อการสร้างภาพลักษณ์ชื่อเสียงองค์กรต่อสาธารณชน ด้วยการสร้างปฏิสัมพันธ์กับสาธารณชนในทางบวก เทคนิคต่อไปนี้จะสามารถช่วยสร้างการรับรู้ต่อองค์กรในทางบวก ได้แก่

- การเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน
- ปฏิบัติอย่างหลากหลาย
- ทำการกุศล
- ติดต่อชุมชนออนไลน์
- พยายามนำเรื่องราวไปเผยแพร่ในบทความ สื่อวิทยุ สื่ออื่นๆ
- อดรวางวัล
- ปฏิบัติกับพนักงานให้ดี

จากที่กล่าวมาทั้งหมด เป็นแนวทางจุดประกายความคิดในการจัดการสร้างภาพลักษณ์ชื่อเสียง เพื่อเป้าหมายความสำเร็จของการดำเนินงานองค์กร ในฉบับหน้าผู้เขียนจะนำทุกท่านเข้าสู่เทคนิคการสร้าง และบริหารภาพลักษณ์ชื่อเสียงในรูปแบบต่างๆ ที่น่าสนใจ และเป็นที่ยอมรับวงกว้าง ... รอติดตามอ่านนะครับ