



การตลาดด้วยเรื่องของแฟนคลับ

ดร.สุทธิชัย ปิณฑโรจน์

อาจารย์ประจำบัณฑิตวิทยาลัย ม.พิษณุโลก

www.drsuthichai.com

พลัง ของแฟนคลับเป็นพลังที่สามารถเพิ่มยอดขายเพิ่มรายได้ เพิ่มการขยายตลาดได้อย่างมหาศาล ดังตัวอย่างกีฬาฟุตบอล ทีมต่างๆ ของสโมสรต่างๆ นอกจากจะมีรายได้มาจากการโฆษณา การซื้อขายนักเตะแล้ว ยังสามารถขายสินค้าประเภทต่างๆ ให้กับแฟนคลับอีกด้วย ซึ่งรายได้จากการขายนี้สามารถเพิ่มยอดขายได้อย่างมากมายมหาศาล อีกทั้งสินค้าเหล่านี้ยังสามารถใช้เป็นสื่อทำการประชาสัมพันธ์ทีมของสโมสรฟุตบอลได้อีกด้วย

สโมสรฟุตบอลแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด มีสินค้าประเภทต่างๆ ขายให้กับแฟนคลับ เช่น นาฬิกาข้อมือแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด, ผ้าพันแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด, เนคไทแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด, พวงกุญแจแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด, รองเท้าผู้หญิงและรองเท้าผู้ชาย แมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด, เสื้อแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด, กางเกง แมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด, หมวก แมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด, ถุงเท้า แมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด, วิสแบนด์ แมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด, DVD ที่ระลึกแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด, ชุดเด็กเล็กแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด, เข็มกลัดที่ระลึกแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด, สร้อยคอพร้อมจี้ที่ระลึกแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด, สร้อยข้อมือที่ระลึกแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด, ถ้วยรางวัลแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด, ธง

ที่ระลึกแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด, ตุ๊กตามีแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด, โมเดลนักฟุตบอลแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด, กล้องแว่นตากันแดด และแว่นตากันแดด แมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด เป็นต้น

เราจะเห็นได้ว่า สินค้าต่างๆ มากมายข้างต้น มีราคาที่สูงกว่าสินค้าในท้องตลาดทั่วไป แต่เนื่องจากสโมสรฟุตบอลมีแฟนคลับเป็นจำนวนมาก จึงสามารถขายสินค้าเหล่านี้ได้ ดังนั้น สินค้า บริการ องค์กร ที่ต้องการกำไร ต้องการยอดขาย ต้องการความยั่งยืน จึงมีความจำเป็น เป็นอย่างยิ่งที่จะต้องสร้างแฟนคลับของตนเองขึ้นมา

“แฟนคลับ” ในที่นี้ หมายถึง กลุ่มบุคคลหรือบุคคลที่ชื่นชอบติดตาม มีความจงรักภักดีในตัวของสินค้า บริการ องค์กรของเรา อีกทั้งติดตามซื้อสินค้า บริการ มีการบอกต่อ พูดคุย เกี่ยวกับเรื่องราวในตัวสินค้า บริการ และองค์กร อย่างต่อเนื่อง

ซึ่งเราสามารถจัดเรทของแฟนคลับได้ดังนี้

แฟนคลับ ระดับ D = แค่ชื่นชอบในใจ, แฟนคลับ ระดับ C = ชื่นชอบและติดตามซื้อสินค้า, แฟนคลับ ระดับ B = ชื่นชอบชื่นชมติดตามซื้อสินค้า และตามเก็บผลงานทุกชิ้นมาเป็นของตัวเอง (กรณีแฟนคลับคารา นักร้อง กีฬาประเภทต่างๆ), แฟนคลับ ระดับ A = ชื่นชอบชื่นชม ติดตามซื้อสินค้า และติดตามไปเชียร์ในทุกที่ (กรณีแฟน



คลับดารา นักร้อง กีฬาประเภทต่างๆ)

ซึ่งเราสามารถสร้างแฟนคลับได้หลายวิธีด้วยกัน และยุคสมัยนี้ เราสามารถเข้าถึงสื่อสมัยใหม่ได้อย่างง่ายดาย อีกทั้งสามารถทำการประชาสัมพันธ์ และสร้างแฟนคลับจากสื่อต่างๆ ได้ในราคาที่ถูก เช่น

1. การสร้างแฟนคลับจากคลิปวิดีโอใน Youtube ซึ่งเราสามารถลงคลิปวิดีโอไปได้โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย แต่คลิปวิดีโอที่ลงควรมีลักษณะดังนี้ (ไม่ควรจะยาวจนเกินไป, สร้างความดึงดูดใจ ความสนใจให้ผู้ชม, ภาพต้องคมชัด เสียงต้องดี, นำเสนออย่างง่าย ๆ ใช้ภาษาง่ายๆ, ทำให้จบในคลิปเดียว และควรทำอย่างต่อเนื่องหรืออัปเดตตลอดเวลา)

2. สร้าง Fan Page บน Facebook ต้องยอมรับว่า Facebook เป็นอีกสื่อหนึ่งที่เป็นที่นิยมไปทั่วโลก ซึ่งถ้าเราสามารถทำให้แฟนคลับ กดไลค์หรือถูกใจใน Facebook ของเราเป็นจำนวนมาก โอกาสที่เราจะนำเสนอของสินค้า บริการให้แก่แฟนคลับก็มีมากขึ้น เช่น ใน Facebook มีข้อมูลต่างๆ และมีเครื่องมือต่างๆ ในการช่วยนำเสนอขายสินค้า บริการ ตัวอย่างเช่น ในการโฆษณาของ Facebook เราสามารถกำหนดช่วงอายุ เพศ วัย พื้นที่ จำนวนวัน ความสนใจของกลุ่มแฟนคลับที่กดไลค์หรือถูกใจใน Facebook ของเรา

3. สร้างแฟนคลับ โดยใช้ตัวบุคคลนำเสนอ เช่น ต้น ภาสกรนที ประสบความสำเร็จอย่างสูงในการสร้างแฟนคลับของตนเอง ซึ่ง

เขามักจะมีกลยุทธ์ ดังนี้ (ใช้ตัวเองเป็นพระเอกในการนำเสนอสินค้าของตัวเอง, มีการใช้สื่อที่หลากหลายช่วยไม่ว่าจะเป็น ทวีปาย facebook คลิปใน Youtube รวมไปถึงการออกหนังสือของตนเอง, สร้างจุดขายเป็นของตนเองเพื่อทำให้คนจดจำ มีเอกลักษณ์เช่นการใส่หมวก เป็นต้น)

4. สร้างแฟนคลับ ด้วยการสื่อสารและบริหารความสัมพันธ์ ซึ่งเรื่องนี้จะต้องทำความเข้าใจในเรื่องทฤษฎีของการสื่อสาร (ผู้ส่งสาร ช่องทาง ผู้รับสาร ปฏิกริยาตอบสนอง) รวมไปถึงทฤษฎีความสัมพันธ์ ซึ่งถ้าเราสามารถให้ทฤษฎีเหล่านี้ได้อย่างถูกจังหวะก็จะเกิดประโยชน์อย่างมากในการสร้างแฟนคลับ เช่น เอาจะนำเสนอใครในช่องเวลาใด นำเสนอข้อมูลอะไร ช่องทางทางสื่อใด ทวีป อินเทอร์เน็ต ไปยังกลุ่มลูกค้าในวัยใด อายุเท่าใด ชื่นชมอะไร แล้วกลุ่มเป้าหมายตอบสนองโดยการซื้อตามความต้องการของเราหรือไม่)

สุดท้ายนี้ มีคนเคยถามกระผมว่า ทำไมเราต้องสร้างแฟนคลับ คำตอบ การสร้างแฟนคลับมีประโยชน์หลายอย่างต่อธุรกิจ ต่อสินค้า ต่อบริการ ต่อองค์กรของเรา เช่น ช่วยประหยัดต้นทุนในการขายรวมไปถึงต้นทุนในการโฆษณาการประชาสัมพันธ์, เป็นการเพิ่มลูกค้า เป็นการขยายฐานทางการตลาด, เพิ่มความจงรักภักดีในตัวของลูกค้า ต่อสินค้า ต่อองค์กรของเรา, เป็นการต่อยอดในการนำเสนอสินค้า บริการใหม่ๆ กล่าวคือเมื่อเราออกสินค้า บริการใหม่ๆ แฟนคลับจะตามไปซื้อเอง) 