

อาวุธทางการตลาด การสร้างแบรนด์

ดร.สุทธิชัย วัฒนโรจน์
อาจารย์ประจำบัณฑิตวิทยาลัย ม.เกษมสุโข
www.drsuthichai.com



สภาพ แวดล้อมในการแข่งขันในยุคปัจจุบันทำให้ธุรกิจทุกประเภท ต้องมีการปรับตัวให้เข้ากับการแข่งขัน ซึ่งรวมไปถึงหน่วยงานในองค์กรราชการด้วย ก็มีความจำเป็นที่จะต้องปรับตัวให้เข้ากับโลกยุคปัจจุบัน

เมื่อองค์กรจำเป็นต้องมีการปรับตัว ฉะนั้นหน่วยงานต่างๆ ที่ทำงานอยู่ภายในองค์กรเองก็มีความจำเป็นที่จะต้องมีการปรับตัว ไม่ว่าจะฝ่ายบุคคล ฝ่ายการเงิน ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ฝ่ายการตลาด

สำหรับบทความที่ท่านกำลังอ่านอยู่นี้ กระผมขอพูดถึงเฉพาะเรื่องของการตลาด และขอเขียนถึงเฉพาะเรื่องของการสร้างแบรนด์ ซึ่งการสร้างแบรนด์มีความสำคัญมากในการทำการตลาดขององค์กรของบุคคล ของสินค้า ของบริการ ประเด็นสำคัญเกี่ยวกับการสร้างแบรนด์มีดังนี้

1. จอสร้างการจดจำในแบรนด์ให้กับลูกค้า เช่น

เมื่อกล่าวถึง KFC ท่านคิดถึงอะไร หลายคนบอกว่า คิดถึงผู้พัน KFC คิดถึงไก่ทอด

เมื่อกล่าวถึง Nike ท่านคิดถึงอะไร หลายคนบอกว่า คิดถึงรองเท้า คิดถึงคำว่า Just do it และคิดถึงเครื่องหมายถูก

เมื่อกล่าวถึง Volvo ท่านคิดถึงอะไร หลายคนบอกว่า คิดถึงรถที่มีความปลอดภัยสูง

เมื่อกล่าวถึง Marlboro ท่านคิดถึงอะไร หลายคนบอกว่า คิดถึง บุหรี่ คิดถึงความขบอย และคิดถึงสีแดง

เมื่อกล่าวถึง Benz ท่านคิดถึงอะไร หลายคนบอกว่า คิดถึงรถที่มีราคาแพง รถที่มีความหรูหรา สมฐานะ มีระดับ

ฉะนั้น ท่านต้องการให้ลูกค้าจดจำสินค้า บริการ องค์กร ของท่านในแง่มุมใด จงเขียนมันออกมา จงทำการบ้านก่อนที่จะเริ่มโฆษณา เริ่มประชาสัมพันธ์ เพราะเมื่อท่านยังหาคำตอบไม่ได้ว่าจะให้ลูกค้าจดจำท่านในแง่มุมใด ท่านก็จะเสียเวลา เสียเงินทองในการโฆษณา ในการประชาสัมพันธ์ สินค้า บริการ องค์กร โดยเปล่าประโยชน์

2. จอสร้างโลโก้ (Logo Design) พร้อมทูลโลโก้ขึ้นมา

Logo Design เป็นสัญลักษณ์หนึ่งที่แทนตัวของสินค้า บริการ องค์กร การออกแบบโลโก้ จึงมีความละเอียดอ่อน ควรต้องคำนึงถึงเรื่องของสี เรื่องของตัวอักษร เรื่องของขนาดตัวอักษร เรื่องของอารมณ์ความรู้สึก ที่สามารถสื่อสารผ่านโลโก้

การสร้างสโลแกน ก็เช่นกัน ควรใช้คำพูด ถ้อยคำ ความหมายที่สามารถทำให้ลูกค้าจดจำหรือสามารถทำให้ลูกค้าพูดได้จนติดปากได้ยิ่งดี ส่วนใหญ่ สโลแกนมันจะเป็นคำสั้นๆ มีความคล้องจองกัน

3. อบรมสร้างความแตกต่างบอกลินค้า บริการ องค์กร เพื่อนำไปสู่การสร้างแบรนด์ที่มีความ แตกต่าง

เมื่อสินค้า บริการ องค์กร มีลักษณะคล้ายคลึงกันหรือเหมือน
กันกับคู่แข่ง การสร้างแบรนด์ที่แตกต่างกันกับคู่แข่งนั้น ก็จะเป็นเรื่อง
ยาก แต่ถ้าตัวสินค้า บริการ องค์กร มีความแตกต่างกันกับคู่แข่ง การ
สร้างแบรนด์ให้มีความแตกต่างกับคู่แข่งนั้นจะทำได้ง่ายกว่า

4. อบรมเนื้อหาในการโฆษณา และประชาสัมพันธ์ ให้โดดเด่นเพื่อให้แบรนด์เป็นที่จดจำ

หลายคนทำธุรกิจประเภท SME หรือธุรกิจขนาดกลาง ขนาด
เล็ก มักบ่นว่า ไม่มีงบประมาณในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ เหมือน
ธุรกิจขนาดใหญ่ แต่จริงๆ แล้ว ในยุคปัจจุบัน ธุรกิจขนาดกลางและ
ขนาดเล็กสามารถทำการโฆษณา และประชาสัมพันธ์ในราคาที่ถูก
และแบบไม่เสียค่าใช้จ่ายได้ เช่น นำโฆษณา และประชาสัมพันธ์ไป
ลงในอินเทอร์เน็ต (Youtube, Blog, Facebook, เว็บไซต์ ฯลฯ) แต่
ทั้งนี้ ท่านจะต้องทำเนื้อหาของเรื่องที่จะโฆษณาให้โดนใจ จึงจะสร้าง
การจดจำให้แก่ผู้ดูได้

ฉะนั้น บริษัทใหญ่มีงบประมาณจำนวนมาก ทำโฆษณาใน
โทรทัศน์คนดู 1 ล้านคน เสียเงินเป็นจำนวน 10 ล้านบาท ตรงกันข้าม
หากท่านเป็นบริษัทขนาดกลางขนาดเล็ก ท่านใช้เงินแค่ 1 หมื่นบาท
หรือไม่กี่พันบาท แล้วนำไปลงใน Youtube มีคนดูถึง 3 ล้านคน นั้น
แสดงว่า ท่านสามารถใช้งบประมาณจำนวนน้อย แต่สามารถ
เอาชนะบริษัทใหญ่ที่ใช้งบประมาณมาก

5. อบรมแบรนด์ ให้มีความเชื่อมโยงกัน

ความจริงเราสามารถแบ่งการสร้างแบรนด์ได้หลายประเภท
เช่น 1. แรนด์บริการ 2. แรนด์สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ 3. แรนด์
องค์กร 4. แรนด์บุคคล 5. แรนด์สถานที่หรือเมือง (ตัวอย่างสถานที่
ที่ท่องเที่ยวต่างๆ)



ฉะนั้น การสร้างแบรนด์ เราควรคำนึงถึงการเชื่อมโยงกันหรือ
การสร้างแบรนด์ไปพร้อมๆ กัน ก็จะเกิดผลกระทบหรือเกิดความสนใจ
มากกว่าการสร้างแบรนด์แค่ประเภทเดียว เช่น ปัจจุบันเราจะเห็นได้
ว่า เจ้าของบริษัท มักจะใช้ตนเองในการนำเสนอสินค้าโดยการลง
โฆษณา ประชาสัมพันธ์ ดังตัวอย่าง ต้น ภาสกรนที ใช้ตนเองในการ
นำเสนอสินค้า (ชาเขียว) โดยผ่านสื่อโฆษณา สื่อประชาสัมพันธ์

6. อบรมให้ความสำคัญกับปัจจัยอื่นๆ ด้วย

ในการสร้างแบรนด์ เช่น ผลิตภัณฑ์ สินค้า บริการต้องมีคุณ
ภาพจริงๆ ต้องมีการนำเสนอสินค้าอย่างต่อเนื่อง สม่ำเสมอ ไม่หยุดวิธี
การสื่อสารต้องเหมาะสมมีความสัมพันธ์กับตัวของสินค้า รวมไปถึงการ
ออกแบบเว็บไซต์ ต้องมีการวางแผนที่ดี ภาพลักษณ์ของแบรนด์ต้อง
ไม่ขัดแย้งกันเอง

จากปัจจัยข้างต้น เราจะเห็นได้ว่า การสร้างแบรนด์มีความ
สำคัญมากในการทำการตลาดขององค์กร การสร้างแบรนด์ก่อให้เกิด
กำไร การสร้างแบรนด์ทำให้เกิดผลดีในระยะยาว ฉะนั้น นักการตลาด
ที่เก่งหรือนักการตลาดมืออาชีพ จึงต้องคำนึงเรื่องของการสร้างแบรนด์
มาเป็นอันดับต้นๆ 

