

กลยุทธ์การตลาด เพื่อสร้างแบรนด์ สินค้าไทยสู่ตลาดโลก

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุทธิชัย ปิณฑโรจน์
อาจารย์ประจำบัณฑิตวิทยาลัย ม.พิษณุโลก
www.drsuthichai.com

ปัจจุบันการที่จะรำรวยจากการขายสินค้า ผลิตภัณฑ์ บริการ ให้แก่คนไทยเพียงอย่างเดียว หรือมีกลุ่มลูกค้าแต่ภายในประเทศไทยเพียงอย่างเดียว ไม่ได้อีกแล้ว เพราะในยุคปัจจุบันนี้เราจะสังเกตเห็นว่าสินค้า ผลิตภัณฑ์ บริการของไทยเอง ก็ต้องมีการแข่งขันกับบริษัทข้ามชาติอีกหลายประเทศ

ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการบริการ เราจะเห็นได้ว่า มีขนาดคารของบริษัทต่างชาติเข้ามาแข่งขันหรือมาเปิดบริการในไทยมากมาย อีกทั้งยุคปัจจุบันเรามีอินเทอร์เน็ต บริษัทต่างชาติก็ยังสามารถติดต่อเข้ามาค้าขายกับคนไทยได้ในประเทศไทย โดยการเชื่อมโยงผ่านอินเทอร์เน็ตได้อย่างง่ายดาย

เมื่อมีด้านลบก็มีด้านบวก ดังนั้น บริษัทของไทยเราก็สามารถเข้าไปเปิดตลาดในต่างประเทศได้ง่ายขึ้น โดยผ่านโลกของอินเทอร์เน็ต

เว็บไซต์คือ สิ่งแรกที่จะต้อง มี เพราะเว็บไซต์ สามารถส่งเสริมศักยภาพทางด้านธุรกิจ ส่งเสริมการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่ง่ายมากยิ่งขึ้น ช่วยให้คนขายสินค้าได้โดยไม่ต้องมีหน้าร้าน ช่วยสร้างภาพลักษณ์

ที่ดีให้กับองค์กรของคุณ ช่วยลดค่าใช้จ่ายในการประชาสัมพันธ์ และสามารถอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าได้

การจัดหา Brand Ambassador (แบรนด์ แอมบาสเดอร์) ระดับโลก Brand Ambassador ก็เป็นอีกวิธีหนึ่งหรือกลยุทธ์หนึ่งในการทำการตลาดระดับโลก Brand Ambassador หากเปรียบเทียบแล้ว ก็เหมือนกับเป็นตัวแทนของบริษัท ซึ่งมีการว่าจ้างหรือบางบริษัทอาจจะไม่มีการว่าจ้างแต่จะใช้เจ้าของบริษัทเป็นตัวแทนของบริษัทหรือบางบริษัทอาจจะใช้ ดารา นักแสดง นักกีฬา นักร้อง โดยจะมีการทำกิจกรรมของบริษัทผ่าน Brand Ambassador (แบรนด์ แอมบาสเดอร์) เมื่อต้องการจะเป็นแบรนด์สินค้าระดับโลกแล้ว ก็ต้องจัดการ Brand Ambassador ระดับโลกด้วย เพื่อให้กลุ่มลูกค้าระดับโลก รู้จักสินค้า ผลิตภัณฑ์ บริการ ของเราได้รวดเร็วยิ่งขึ้น เช่น นักร้อง ดารา นักกีฬา ที่มีชื่อเสียงระดับโลก

ในการสนับสนุนกีฬา ที่คนทั่วโลกชื่นชอบ เช่น กีฬาฟุตบอล หรือถ้าผลิตภัณฑ์ของเรามีบุคลิกภาพอย่างไร ก็ควรให้การสนับสนุนกีฬาประเภทนั้น เช่น เครื่องดื่มชูกำลัง ส่วนใหญ่มักให้การสนับสนุน



กีฬาประเภทใช้ความเร็ว ความร้อนแรง ความกระตือรือร้น ขณะเล่น ไม่ว่าจะเป็กีฬาแข่งรถ กีฬาผาดโผน ทำท่าย ทำความตาย (เป็นเซา, Jet ski, กระโดดหน้าผา)

เช่น red bull หรือกระทิงแดง สนับสนุนกีฬาประเภท ทีมออก กี่น้ำแข็งในเยอรมนี ทีมแข่งรถจักรยานยนต์วิบาก และ MotoGP ทีมแข่งรถสูตรหนึ่ง และทีมแข่งเกม DOTA2)

เทคโนโลยีทันสมัยเข้าช่วย ยุคปัจจุบัน เป็นยุคแห่งการแข่งขัน ที่อาศัยความเร็ว บริษัทไทย แบนด์ไทย ต้องอาศัยเทคโนโลยี เข้าช่วยในการทำงาน เช่น การจัดการประชุมข้ามชาติโดยผ่าน VDO CONFERENCE, การใช้เทคโนโลยีด้านต่างๆ (การเกษตร, การแพทย์, การศึกษา, การสื่อสาร, อุตสาหกรรม) เข้าช่วยในการทำงาน

สร้างประสบการณ์ในการใช้ให้แก่ลูกค้า เช่น Facebook ใคร ใช้ Facebook แล้วมีประสบการณ์อะไร ใครใช้ Iphone มี ประสบการณ์อย่างไร เวลาใช้ ถ้าใช้แล้วเกิดความสุข เกิดความรู้สึก ที่ทันสมัย สบายใจ ลูกค้า เขาก็จะมีการบอกต่อกัน ทำให้ลูกค้าเกิด การขยายตัวอย่างรวดเร็ว

ปัจจุบัน บริษัทของไทยหรือแบรนด์สินค้าของไทย ที่ไปสู ตลาดโลกได้ มีเพียงไม่กี่แบรนด์ที่ประสบความสำเร็จ เช่น red bull หรือกระทิงแดง

สำหรับ “เบียร์สิงห์” ก็กำลังสร้างแบรนด์ระดับโลก โดยเริ่ม แรกมีการซื้อโฆษณาในสนามฟุตบอล การเป็นสปอนเซอร์สโมสร ฟุตบอลดังในพรีเมียร์ลีกอังกฤษ การใช้ “สปอร์ตมาร์เก็ตติ้ง” ของ “เบียร์สิงห์” ตอบโจทย์ง่าย ๆ เมื่อมีโลโก้สิงห์อยู่บนเสื้อของนักกีฬา

ทีมโปรด ก็จะทำให้แฟนบอลถามว่าสิงห์เป็นใคร สิงห์คืออะไร เมื่อรู้.. อ้อคือสิงห์ ขายเบียร์ ก็ต้องถามต่อว่า สิงห์มาจากประเทศอะไร คำตอบคือประเทศไทย

และ “เบียร์ช้าง” แบนด์ก็ได้อาณาจักรใหญ่อย่าง “ไทยเบฟ-เวอเรจ” ก็ยึด Sport Marketing ซึ่งเด็กเบียร์โลกเช่นกัน โดยมีการ ทุ่มทุนสนับสนุนเงินผ่านสโมสรบาร์เซโลน่า และเรอัล มาดริด ด้วยการอัดบมโหฬาร ปีละไม่ต่ำกว่า 1,000 ล้านบาท

“ราชาทูน่าโลก” กลายเป็นสมญานามของบริษัท ไทยยูเนียน โพรเซ่น โปรดักส์ จำกัด (มหาชน) หรือ ทียูเอฟ ยักษ์อาหารทะเล แซ่แข็ง และบรรจุกระป๋อง โดยใช้เวลาในตลาดเพียง 35 ปี ก็สามารถ ขยายตลาดไปต่างประเทศได้ถึง 10 ประเทศ ได้แก่ อินโดนีเซีย เวียดนาม อินเดีย ปาปัวนิวกินี สหรัฐอเมริกา ฝรั่งเศส โปรตุเกส กาน่า เป็นเจ้าของแบรนด์ชั้นนำระดับโลกถึง 7 แบนด์จำหน่ายใน 3 ทวีปโลก ได้แก่ อเมริกา ยุโรป และเอเชีย

สำหรับ “เก้าแก่น้อย” ก็กำลังก้าวสู่ตลาดโลก โดยการส่งออก สำหรับ “เก้าแก่น้อย” มากกว่า 30 ประเทศทั่วโลกอย่างฮ่องกง มาเลเซีย สิงคโปร์ ฯลฯ แต่จะประสบความสำเร็จในตลาดโลก ขนาดไหนคงต้องใช้เวลาเป็นเครื่องพิสูจน์ต่อไป

ดังนั้น การใช้กลยุทธ์การตลาด เพื่อสร้างแบรนด์สินค้าของ ไทยเพื่อขายสินค้า ผลิตภัณฑ์ บริการ ในตลาดโลก ไม่ใช่สิ่งที่ยากจน เกินไปหรือง่ายจนเกินไป ทั้งนี้ คงขึ้นอยู่กับเจ้าของกิจการว่ามีความ ต้องการที่จะนำสินค้า ผลิตภัณฑ์ บริการของตนเอง ไปขายยังตลาด โลกหรือไม่ 

