

6 วิธีชนะแบรนด์ใหญ่

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

สถานการณ์ในการแข่งขันทางการตลาดในปัจจุบันมีความรุนแรงดุเดือด เข้มข้น มีคู่แข่งที่เพิ่มมากขึ้น ในขณะที่เดียวกันคู่แข่งเดิมก็หายสาบสูญไปก็มีเยอะขึ้น เนื่องจากประสพภาวะขาดทุน ล้มละลาย ขาดสินค้า บริการไม่ออก โดยเฉพาะบริษัทเล็ก ที่มีเงินทุนจำกัด ทรัพยากรจำกัด บุคลากรจำกัด มักพ่ายแพ้ต่อการแข่งขันธุรกิจขนาดใหญ่หรือบริษัทที่มีแบรนด์ที่เข้มแข็ง ดังนั้น บทความนี้จะนำเสนอเรื่อง **“6 วิธีชนะแบรนด์ใหญ่”**

6 วิธีชนะแบรนด์ใหญ่ มีดังนี้

1. ต้องสร้างความแตกต่าง

ต้องสร้างความแตกต่าง สร้างความแตกต่างในที่นี้หมายถึง ต้องสร้างความแตกต่างของ Marketing Mix (ส่วนประสมการ

ตลาด) หรือ 4P's กล่าวคือ สร้างความแตกต่างในตัวของผลิตภัณฑ์ (Product) สร้างความแตกต่างในตัวของราคา (Price) สร้างความแตกต่างในเรื่องของช่องทางการจำหน่าย (Place) สร้างความแตกต่างในด้านของโปรโมชั่นต่างๆ (Promotion)

เช่น บิมน้ำมัน ปตท. ในปัจจุบัน มีความแตกต่างจากอดีตใครเข้าบิมน้ำมัน ปตท. สามารถนั่งพัก และซื้อกาแฟสด Amazon หรือซื้อของใน 7-11 หรือมีศูนย์อาหาร จะเห็นได้ว่า บิมน้ำมัน ปตท. ในปัจจุบันมีความแตกต่างจากในอดีตเป็นอันมาก เพราะเข้าบิมน้ำมัน ปตท. (ไม่ใช่จะมีแต่ผลิตภัณฑ์น้ำมัน แต่ยังมีของกิน ของใช้ ให้ซื้อหลากหลาย อีกทั้งยังมีห้องน้ำที่สะอาดอีกด้วย) จึงทำให้บิมน้ำมันยี่ห้ออื่นๆ เปลี่ยนแบบ





2. ต้องรวดเร็ว

ต้องรวดเร็ว ปัจจุบันนี้ บริษัทเล็กๆ สามารถเอาชนะบริษัทขนาดใหญ่หรือบริษัทข้ามชาติโดยการใช้กลยุทธ์ความรวดเร็ว คล่องตัวหรือปลาใหญ่กินปลาเล็ก (บริษัทใหญ่กินหรือชนะบริษัทขนาดเล็ก) แต่ในขณะที่เดียวกันปลาตัวเล็กก็มีจุดแข็งก็คือความรวดเร็ว (faster fish) เช่น บริษัทขนาดเล็กตัดสินใจได้เร็วกว่า บริษัทขนาดเล็กปรับตัวได้เร็วกว่า บริษัทขนาดเล็กทำอะไรได้คล่องตัวกว่า บริษัทยักษ์ใหญ่ ซึ่งการตัดสินใจอะไรก็ตามต้องเข้าคณะกรรมการบริษัทเพื่อหารือ เพื่อจะได้ตัดสินใจร่วมกัน

3. ต้องสร้างประสบการณ์ (Experince)

ต้องสร้างประสบการณ์ (Experince) การสร้างประสบการณ์ที่ใหม่ๆ แปลกๆ ทันสมัย ให้แก่ลูกค้าถือว่ามีความสำคัญมาก หลากหลายธุรกิจขนาดเล็ก สามารถสร้างประสบการณ์ในเรื่องพวกนี้ เช่น สถานีมีหอย กินไปหาไป โภจรายได้อย่างชิลแค่เดือนละล้าน! สถานีมีหอยเป็นการรวมตัวกันของนายแบบหนุ่ม 6 คน ที่โชว์ซิกแพค ทำตัวเป็นกระเทย (แต่งตัวแบบสาวแตก) ซึ่งสร้างความบันเทิง ความแปลกใหม่ประสบการณ์ให้แก่ลูกค้าได้อย่างมากมาย จึงทำให้คนรุ่นใหม่และคนวัยกลาง คนวัยทำงาน ถ้ายรูปแล้วเอาไปลงในโลกโซเชียล เนื่องจากได้สัมผัสกับประสบการณ์ใหม่ จึงทำให้ “สถานีมีหอย” โด่งดัง และขายหอยร่ำรวยเงินทอง

4. ต้องสร้างความร่วมมือร่วมกันกับบริษัทเล็กด้วยกัน

ต้องสร้างความร่วมมือร่วมกันกับบริษัทเล็กด้วยกัน บริษัทเล็กมีเงินทุนจำกัด มีทรัพยากรในด้านต่างๆ จำกัด ดังนั้นบริษัทเล็กๆ ควรร่วมมือกันในการตลาด เช่น ร่วมกันเปิดเป็นสาขาหรือเครือข่ายในจังหวัดต่างๆ ทั่วประเทศ โดยใช้เครื่องมือทางการค้า

ร่วมกัน เช่น สร้างแบรนด์มา 1 แบรนด์แล้วใช้ร่วมกัน เปิดเป็นสาขาในจังหวัดหรืออำเภอต่างๆ ทั่วประเทศ จึงจะทำให้ต่อสู้กับบริษัทยักษ์ใหญ่ที่มีสาขาอยู่ทั่วประเทศได้

5. ต้องใกล้ชิดกับลูกค้าให้ได้มากที่สุด

ต้องใกล้ชิดกับลูกค้าให้ได้มากที่สุด ร้านแบรนด์ใหญ่ๆ มักมีลูกค้าเป็นจำนวนมาก มีการต่อแถวเรียงคิว มีการรอรับสินค้าหรือรอกินอาหาร เจ้าของหรือผู้จัดการไม่มีเวลามาทักทายลูกค้าหรือผู้บริโภคร สำหรับร้านเล็กๆ เจ้าของคนเดียว ลูกค้ามีไม่มากนัก สิ่งที่เจ้าของร้านเล็กๆ สามารถทำได้ก็คือ สามารถเข้าไปทักทายปราศรัยกับลูกค้า เพื่อทำให้เกิดความใกล้ชิดสนิทสนม คั่นเคยกัน สามารถถามถึงรสชาติ การบริการของร้านได้ (ถือว่าเป็นการวิจัยการตลาดแบบง่ายๆ ไม่เสียค่าใช้จ่าย)

เมื่อสนิทสนมคั่นเคยกัน จะทำให้ลูกค้าอยากเข้ามาใช้บริการซ้ำอีก เพราะอยากมาพูดคุยกับเจ้าของร้าน พูดคุยแล้วมีความสุข มีความสนุก

6. ต้องปรับเปลี่ยนและยืดหยุ่นตามความเหมาะสม

ต้องปรับเปลี่ยนและยืดหยุ่นตามความเหมาะสม เมื่อมีการวางแผนธุรกิจไว้แล้ว เมื่อนำไปใช้จริงอาจจะไม่เป็นไปตามคาดการณ์นี้เป็นข้อได้เปรียบของธุรกิจขนาดเล็กหรือแบรนด์เล็ก เพราะสามารถปรับเปลี่ยน และยืดหยุ่นได้ง่ายกว่าธุรกิจใหญ่หรือแบรนด์ใหญ่ เนื่องจากแบรนด์ใหญ่มีกฎ มีระเบียบ มีกระบวนการทำงานที่ไม่ง่ายต่อการปรับเปลี่ยนหรือยืดหยุ่นต่อสถานการณ์

ดังนั้น 6 วิธีชนะแบรนด์ใหญ่ จึงสามารถใช้เป็นแนวทางทางการตลาดเพื่อนำไปใช้ต่อสู้กับบริษัทยักษ์ใหญ่ได้ 