

สร้างแบรนด์อย่างไรให้ดังติดตลาด

การสร้างชื่อให้ตลาดยอมรับ มีความสำคัญมากต่อการขายสินค้าหรือบริการ สินค้าหรือบริการ ที่มีชื่อเสียงมักเป็นที่ยอมรับของตลาด อีกทั้งมีการตั้งราคาที่สูงกว่าสินค้าที่ไม่เป็นที่ยอมรับของตลาด ปัจจุบันกระผมมีอาชีพวิทยากร หากว่าวิทยากรท่านใดไม่เป็นที่รู้จักของตลาด คุณคิดว่าจะมีใครอยากไปฟังไหม แต่ตรงกันข้าม หากวิทยากรผู้นั้นมีชื่อเสียงระดับประเทศ ผู้ฟังมักจะอยากที่จะติดตามฟัง

เมื่อเราทราบอย่างนี้แล้ว จึงไม่ต้องแปลกใจที่พวกเรามักจะเห็น สินค้า ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ จำนวนมาก เมื่อเข้าสู่ตลาดมักจะต้องมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่างๆ เพื่อให้เป็นที่รู้จักของลูกค้าหรือผู้บริโภค และสิ่งที่สำคัญที่นักการตลาดจะต้องไม่ลืมก็คือ **เรื่องของการสร้างแบรนด์**

ซึ่งการสร้างแบรนด์ มีความจำเป็นจะต้องมีหรือจัดงบประมาณทางด้านโฆษณา และประชาสัมพันธ์ เพราะถ้าไม่มีงบประมาณ ก็คงต้องใช้เวลานานกว่า บริษัทที่มีงบประมาณ การสร้างแบรนด์ต้องอาศัยเวลาในการสะสม และต้องทำอย่างต่อเนื่อง

เป๊ปซี่ และโคคาโคลา เป็นตัวอย่างได้เป็นอย่างดี ในเรื่องของ การสร้างแบรนด์ พวกเราต้องยอมรับว่า เป๊ปซี่ และโคคาโคลา มีประโยชน์น้อยกว่า น้ำส้มคั้นหรือน้ำผลไม้ที่นำเอามาคั้นกันจริงๆ แต่ก็ด้วยการโฆษณา และการสร้างแบรนด์อย่างต่อเนื่อง จึงทำให้ เป๊ปซี่ และโคคาโคลา เป็นที่ยอมรับของตลาด และสามารถขายสินค้าได้แพงกว่าน้ำส้มคั้น หรือน้ำผลไม้คั้น เสียอีก



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



ROLEX หรือโรเล็กซ์ กลายเป็นนาฬิการาคาแพง และขายดีที่สุด ปัจจัยที่ทำให้มีราคาแพง และขายดีไม่ได้เกิดจากเรื่องของคุณภาพอย่างเดียว แต่ด้วยการสร้างแบรนด์อย่างต่อเนื่อง

STARBUCKS COFFEE หรือสตาร์บัคส์ เป็นร้านกาแฟที่มีกาแฟรสชาติต่างกันถึง 40 ชนิด และสามารถขายได้ในราคาสูงเมื่อเปรียบเทียบกับกาแฟโดยทั่วไป ก็เพราะว่าสตาร์บัคส์ สามารถสร้างแบรนด์ให้ตลาดยอมรับ





การสร้าง Brand หรือแบรนด์ มีความสำคัญอย่างมากต่อการทำการตลาด การขาย การสร้างธุรกิจ เพราะ Brand จะทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านธุรกิจในระยะยาว ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของราคา เรื่องของคุณค่าทางด้านจิตใจ การเชื่อถือการไว้วางใจ จนกระทั่งลูกค้าเกิดการซื้อซ้ำ และเกิดความศรัทธาใน Brand

ตรงกันข้าม ถ้าหากธุรกิจใดไม่สร้าง Brand ไม่ให้ความสำคัญเกี่ยวกับเรื่องของ Brand ธุรกิจนั้น องค์กรนั้น ก็จะเสียเปรียบทางการแข่งขันในระยะยาวได้ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการกำหนดราคา ลูกค้าไม่มีความเชื่อถือ ไม่ไว้วางใจ และสามารถเปลี่ยนใจไปบริโภคอุปโภค หรือใช้บริการกับสินค้าบริษัทอื่นๆ ได้ตลอดเวลา

Brand ก็เหมือนกับคน กล่าวคือ Brand มีวงจรชีวิต มีปฏิสนธิ หรือการเริ่มวางแผนสร้าง Brand มีการเกิด หรือมี Brand ออกสู่ตลาด มีการเติบโต แข็งแรงตามวัยต่างๆ วัยเด็ก วัยรุ่น วัยทำงาน และวัยชรา แล้วก็ตาย ฉะนั้น หากต้องการให้ Brand แข็งแรง บริษัทต่างๆ จำเป็นจะต้องเอาใจใส่ ดูแล ไม่ให้ Brand เกิดการเจ็บป่วยแล้วล้มตาย เพราะถ้าหากบำรุงดูแลรักษาไม่ดี Brand ก็จะทรุดโทรมเร็ว



อีกทั้งควรคำนึงถึงการเพิ่มคุณค่าให้แก่ Brand ก็มีความสำคัญไม่น้อย เช่น การพัฒนาคุณภาพของสินค้า การเพิ่มความหลากหลายในตัวของสินค้า บรรจุภัณฑ์ หีบห่อ รูปร่าง รูปทรงต่างๆ การบริการหลังการขาย การจัดส่งสินค้าหรือเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย การสร้างภาพลักษณ์ของ Brand ให้ปรากฏต่อสังคม เป็นต้น

สำหรับการสร้าง Brand ที่ดี เราไม่ควรลอกเลียนแบบ Brand อื่นๆ หรือไม่วางตำแหน่งของ Brand เหมือน Brand อื่นๆ แต่จงสร้างความแตกต่างในตัว Brand ของเราหรือต้องยอมที่จะลงทุนพัฒนา Brand อย่างต่อเนื่อง ให้มีความทันสมัยตลอดเวลา ไม่ให้เกิดความล้าสมัยหรือตกยุค

ทำไมหลายบริษัทถึงไม่ให้ความสำคัญใส่ใจกับการสร้าง Brand หรือพัฒนา Brand ทั้งนี้อาจจะมาจากหลายสาเหตุ เช่น ผู้บริหารไม่ให้ความสำคัญ ขาดความรู้ด้านการตลาดสมัยใหม่ ขาดบุคลากรด้านการตลาดที่มีประสิทธิภาพ และที่สำคัญก็คือ ขาดงบประมาณในการใช้จ่ายเพื่อลงทุนสิ่งเหล่านี้ เพราะการสร้าง Brand จำเป็นต้องอาศัยงบประมาณเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะในช่วงแรกๆ หลายบริษัทจำเป็นต้องอดออมงบประมาณ เพื่อที่จะโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ เพื่อให้เป็นที่รู้จัก ซึ่งต้องอาศัยเงินในการซื้อสื่อต่างๆ อีกทั้งหลายๆ Brand ต้องเสียเงินว่าจ้างดาราหรือดีเจหรือผู้มีชื่อเสียงต่างๆ มาแนะนำ Brand ในราคาค่าตัวที่สูง

สรุป การสร้าง Brand และการพัฒนา Brand มีความสำคัญก็จริงอยู่ แต่เราก็ควรให้ความสำคัญกับปัจจัยอื่นๆ ด้วย เช่น การวิเคราะห์การตลาด ต้นทุนค่าใช้จ่ายต่างๆ ของสินค้า การตั้งราคาขาย ช่องทางการจัดจำหน่าย เทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ฯลฯ ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะเป็นตัวสนับสนุน ตัวบ่งชี้ การสร้าง Brand ไม่ทางตรงก็ทางอ้อม