

สร้างชื่อ ให้ตลาดยอมรับ

ดร.สุทธิชัย ปัญญาโรจน์

เมื่อเราทราบอย่างนี้แล้ว จึงไม่ต้องแปลกใจที่พวกเรามักจะเห็น สินค้าผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ จำนวนมาก เมื่อเข้าสู่ตลาดมักจะต้องมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ทางสื่อต่างๆ เพื่อให้เป็นที่รู้จักของลูกค้า หรือผู้บริโภค เช่น โฆษณาทางวิทยุ หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต ฯลฯ

ฉะนั้นการจัดงบประมาณทางด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์ จึงเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นจะต้องมี อีกทั้งการสร้างภาพพจน์ขึ้นในใจผู้บริโภคเป็นสิ่งที่ต้องใช้เวลาในการสะสม และต้องทำอย่างต่อเนื่อง

เป๊ปซี่และโคคาโคลา เป็นตัวอย่างได้เป็นอย่างดี ในเรื่องของ การโฆษณา พวกเราต้องยอมรับว่า เป๊ปซี่และโคคาโคลา มีประโยชน์น้อยกว่าน้ำส้มคั้น แต่ก็ด้วยการโฆษณา จึงทำให้ เป๊ปซี่และโคคาโคลา เป็นที่ยอมรับของตลาดและสามารถขายสินค้าได้แพงกว่าน้ำส้มคั้นที่ไม่เป็นที่ยอมรับของตลาดเสียอีก

ROLEX หรือ โรเล็กซ์ กลายเป็นนาฬิการาคาแพงและขายดีที่สุด บัจฉัยที่ทำให้มีราคาแพงและขายดีไม่ได้เกิดจากเรื่องของคุณภาพอย่างเดียว แต่หมายถึงการสร้างชื่อให้ตลาดยอมรับอีกด้วย STARBUCKS COFFEE หรือ สตาร์บัคส์ เป็นร้านกาแฟที่มีกาแฟรสชาติต่างกันถึง 40 ชนิดและสามารถขายได้ในราคาสูงเมื่อเปรียบเทียบกับกาแฟโดยทั่วไป ก็เพราะว่าสตาร์บัคส์ สามารถสร้างชื่อให้ตลาดยอมรับได้นั่นเอง

สำหรับการสร้างชื่อให้ตลาดยอมรับในยุคปัจจุบันจึงมักนำเอาการตลาดเข้ามาใช้ในทุกๆ วงการ ไม่ว่าจะเป็น วงการค้าขาย วงการศาสนา วงการเมือง วงการการศึกษา ฯลฯ

การสื่อสารทางการตลาด หรือ Integrated Marketing Communication (IMC) จึงเป็นเครื่องมือที่ได้รับการยอมรับในยุคปัจจุบัน ซึ่ง IMC จะเป็นกระบวนการในการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายโดยใช้เครื่องมือการตลาดหลายๆ อย่างผสมกัน เช่น การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การขายโดยพนักงานขาย การ

สวัสดิ์ ท่านผู้อ่านทุกท่าน “Marketer คุณก็เป็นได้” เป็นคอลัมน์ใหม่ในวารสาร TPA News ซึ่งผมจะใช้พื้นที่ในวารสารฉบับนี้ ในการถ่ายทอดองค์ความรู้ซึ่งเกี่ยวข้องกับการตลาด เพื่อประโยชน์แก่ท่านสมาชิกทุกท่าน ผมหวังว่า ท่านจะได้รับประโยชน์จากการติดตามอ่านบทความในคอลัมน์นี้

สร้างชื่อให้ตลาดยอมรับ

การสร้างชื่อให้ตลาดยอมรับ มีความสำคัญมากต่อการขายสินค้า หรือบริการ สินค้าหรือบริการ ที่มีชื่อเสียงมักเป็นที่ยอมรับของตลาด อีกทั้งมีการตั้งราคาที่สูงกว่าสินค้าที่ไม่เป็นที่ยอมรับของตลาด มีวิทยากร 2 ท่าน วิทยากรท่านที่หนึ่งเป็นที่รู้จักของตลาดและวิทยากรท่านที่สอง ไม่เป็นที่รู้จักของตลาด ท่านคิดว่าผู้ฟังอยากฟังวิทยากรท่านไหน ผมเชื่อแน่ว่า หลายคนส่วนใหญ่แล้วอยากฟังวิทยากรท่านแรกพูด เนื่องจากเป็นที่รู้จักของผู้คน สำหรับวิทยากรท่านที่สองไม่เป็นที่รู้จักของตลาด พวกเราคิดว่ามีใครอยากไปฟังไหม แต่ตรงกันข้าม หากวิทยากรผู้หนึ่งมีชื่อเสียงระดับประเทศ ผู้ฟังมักยิ่งอยากที่จะติดตามไปฟัง

จัดแสดงสินค้า การใช้เครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ การสัมมนา ฯลฯ

ไม่ว่าคุณขายอะไร ไม่ว่าคุณจะประกอบอาชีพอะไร คุณมีความจำเป็นจะต้องสร้างชื่อให้ตลาดยอมรับ ไม่ว่าจะเป็นการสร้างชื่อเสียงให้เป็นที่ยอมรับในด้านของตัวบุคคล ของบริษัท ของหน่วยงาน ขององค์กร หากคุณสามารถสร้างขึ้นมาได้คุณก็จะได้รับประโยชน์อย่างมากมายมหาศาล ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของความน่าเชื่อถือ ความสำเร็จ รายได้เงินทอง โอกาส

ดังตัวอย่างเช่น หากท่านต้องการซื้อสินค้าอุปโภค บริโภค ท่านจะไปซื้อที่ร้าน 7-11 หรือ ร้านโชห่วย ผมเชื่อแน่ว่าคนส่วนใหญ่ มักอยากซื้อที่ร้าน 7-11 เพราะมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของตลาดมากกว่า

หากว่าท่านต้องการมีรายได้มากขึ้น มีกำไรมากขึ้น มียอดขายมากขึ้น มีลูกค้ารู้จักมากขึ้น ท่านจำเป็นจะต้องสร้างชื่อให้ตลาดยอมรับ

ชื่อ สโลแกน มีความสำคัญ

เมื่อพูดถึงชื่อสินค้าชื่อหนึ่ง เช่นคำว่า “โค้ก หรือ เป๊ปซี่” เราจะรู้ว่าเป็นอะไร เมื่อพูดคำว่า “โตโยต้า หรือ ฮอนด้า” เราจะรู้ว่าเป็นอะไร เมื่อพูดคำว่า “ไนกี้ หรือ อาดิดาส ” เราจะรู้ว่าเป็นอะไร เมื่อพูดคำว่า “เซฟโรเลต หรือ วอลโว่” หรือ เมื่อเรียกชื่อบุคคลเราจะทราบทันทีว่าเขาคือใคร เช่น ไทเกอร์ วูดส์ เดวิด เบ็คแฮม เฉินหลง ฯลฯ

ชื่อของสินค้า หรือชื่อของบุคคล จึงมีความสำคัญเป็นอันมาก ในการทำการตลาด เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถจดจำได้ ลักษณะของการตั้งชื่อที่ดี มักสื่อความหมายให้เห็นถึงบุคลิกของตัวสินค้า จึงไม่เป็นที่แปลกใจว่า สินค้าหลายๆ ตัวรวมถึงบุคคลต่างๆ เมื่อเข้าสู่วงการต่างๆ เช่น วงการแสดง วงการกีฬา วงการบันเทิง ฯลฯ จึงมักมีการเปลี่ยนแปลงชื่อเพื่อทำการตลาด เช่น เฉินหลง ชื่อจริง **เจิน กังเซิง** แต่เมื่อ เฉินหลง ทำการตลาดการเป็นนักแสดงระดับโลกจึงเปลี่ยนแปลงชื่อเป็น **แจ็กกี้ ชาน** หรือ ดาราไทย นักร้องไทย จาก พรภิรมย์ พิณฑะปะกัน เปลี่ยนเป็น **ไมค์ ภิรมย์พร** เป็นต้น



ยิ่งในยุคปัจจุบัน เป็นยุคโลกาภิวัตน์ คนทั่วโลกสามารถไปมาหากันได้อย่างสะดวก เราจะเห็นชาวต่างประเทศมาประเทศไทยเป็นจำนวนมากในแต่ละปี ทำให้การตั้งชื่อยังมีความสำคัญยิ่งขึ้น การตั้งชื่อสินค้า การตั้งชื่อสถานที่ต่างๆ ปัจจุบันมักใช้ชื่อเป็นภาษาอังกฤษมากกว่าการตั้งชื่อเป็นภาษาไทย เช่น BM PUB ทำไมเราไม่ใช้คำว่า สมชาย ผับ หรือร้านขายกาแฟ Caffe Buddy (ภาษาไทยอ่านว่า คาเฟ่ บัดดี้) ทำไมเราไม่ใช้ชื่อเป็นภาษาไทยว่า สมปอง กาแฟ เป็นต้น

สโลแกน เช่น คำว่า “เพื่อนคู่คิด มิตรคู่บ้าน” “บริการทุกระดับประทับใจ” “ปึกแผ่นเป็นแก่นสาร บริการเป็นกันเอง” ฯลฯ สโลแกนเป็นข้อความที่ใช้ในการจูงใจให้คนมาใช้สินค้า เป็นข้อความที่บ่งบอกถึงจุดเด่นของสินค้า ซึ่งลักษณะของสโลแกนที่ดี ควรสั้นกระชับ มีความคล้องจอง อีกทั้งมีการเว้นวรรค เว้นจังหวะในการอ่าน

หากว่าคุณเป็นคนหนึ่งที่ต้องการทำการตลาดสินค้าสักตัว หรือทำการตลาดตัวของท่านเอง ท่านควรคำนึงถึงชื่อสินค้าและสโลแกนที่ใช้ เพื่อประโยชน์ในการทำการตลาดมากยิ่งขึ้น ผู้ที่รู้ความลับนี้ หลายๆ ท่านมักใช้ทำการตลาดตัวเองแล้วได้ผล เช่น “ข้าพเจ้าขอรับผิดชอบแต่ผู้เดียว (จอมพล สฤษดิ์ ธนะรัชต์ อดีตนายกรัฐมนตรีของไทย) หรือไม่มีอะไรภายใต้ดวงอาทิตย์นี้ที่ตำรวจไทยทำไม่ได้ (พล.ต.อ.เผ่า ศรียานนท์)” สโลแกนเหล่านี้มักแสดงถึงตัวตนของท่านได้อย่างแท้จริง

สโลแกนจึงมีความสำคัญและสโลแกนที่ดียังสามารถช่วยสร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จักได้อย่างรวดเร็วยิ่งขึ้นอีกด้วย หากเราสามารถคิดสโลแกนที่ถูกต้องผู้คน ผู้คนก็จะพึงติดหู ดังเช่น รักคุณเท่าฟ้า ของการบินไทย ละลายในปากไม่ละลายในมือ เอ็มแอนด์เอ็ม ลูกผู้ชายตัวจริง กระทิ๊งแดง ฯลฯ

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ชื่อและสโลแกน มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง ในการทำการตลาดในยุคปัจจุบันและหากต้องการให้ชื่อและสโลแกนเป็นที่จดจำได้เร็ว เราคงต้องศึกษาเรื่องของเครื่องมือช่วยตัวอื่นๆ เพื่อใช้ในการทำการตลาด เช่น โลโก้ การเลือกใช้สี เสียงเพลง การเลือกรูปแบบตัวอักษรและภาพ ฯลฯ ซึ่งต้องนำชื่อ สโลแกนและเครื่องมือช่วยอื่นๆ โดยการนำเสนอผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์วิทยุ หนังสือพิมพ์ วารสาร นิตยสาร ฯลฯ ก็จะทำให้สินค้าของท่านเป็นที่รู้จักได้อย่างรวดเร็วยิ่งขึ้น 