Think Different

ดร.สุทธิชัย ปัญญโรจน์

Think Different หรือ **คิดต่าง** มีความสำคัญมากๆ สำหรับคนที่ทำงานด้านการตลาด สตีเวน จอบส์ (Steve Jobs) ผู้ก่อตั้งแอปเปิลคอมพิวเตอร์ หรือบริษัทแอปเปิล (Apple: Company Co-founder Steve Jobs Has Died) เขาให้ความสำคัญมากๆ เกี่ยวกับการคิดต่าง หรือ Think Different บริษัทถึงกับออกโฆษณาตามสื่อต่างๆ เกี่ยวกับแนวความคิดนี้และมีคนเคยถามว่า ทำไมเขาให้ความสำคัญเกี่ยวกับการคิดต่าง หรือ Think Different แต่มีการวิจัยตลาด หรือการหาความต้องการของลูกค้าน้อยมาก

เขาตอบว่า ในบางครั้งลูกค้าก็ไม่รู้ตัวว่าตนเองต้องการอะไร พร้อมทั้งยกตัวอย่างว่า สมัยของเฮนรี ฟอร์ด คนเรายังไม่มีรถยนต์ใช้ แต่ใช้ม้า ใช้ช้าง ใช้วัว ใช้เกวียน ในการเดินทาง ถ้าหากเฮนรี ฟอร์ด ทำการวิจัยทางการตลาดว่า ลูกค้ามีความต้องการอะไร ลูกค้ามักจะตอบกลับว่า เขาต้องการม้าที่วิ่งได้ไวที่สุด เขาต้องการเกวียนที่มีประสิทธิภาพที่สามารถบรรทุกของได้เป็นจำนวนมากๆ

และถ้าหากเฮนรี ฟอร์ด สนองความต้องการของลูกค้า รถยนต์คันแรกของโลกก็จะไม่เกิดขึ้น ฉะนั้น สตีเวน จอบส์ จึงให้ความสำคัญกับการคิดที่แตกต่างเป็นอันมากและ Think Different จึงเป็นวัฒนธรรมหนึ่งของบริษัทแอปเปิล ที่นำเอามาใช้ในองค์กร จนองค์กรคือ บริษัทแอปเปิล ได้รับการยอมรับว่าเป็นบริษัทชั้นนำระดับโลกและประสบความสำเร็จอย่างสูง ด้วยความคิดที่แตกต่างสินค้าตระกูล I จึงได้เกิดขึ้น (iPhone iPad iPod) ซึ่งมีหลายรุ่น หลายแบบ และหากเราตั้งข้อสังเกตจะเห็นได้ว่า สินค้าบางตัวเป็นสินค้าที่คิดมาก่อนบริษัทอื่นๆ เมื่อออกมาขาย บริษัทบางแห่งถึงกับมีการลอกเลียนแบบสินค้าเพื่อนำไปขาย แต่ทั้งนี้ไม่ได้หมายความว่า สตีฟ จอบส์ จะไม่มี

การทำการตลาดในตัวสินค้า แต่ตรงกันข้าม เขาจะมีทีมงานการตลาดของบริษัทเอง โดยที่ไม่จ้างนักการตลาดมืออาชีพ หรือนักการตลาดที่มีชื่อเสียงมาจากภายนอกแต่จะใช้ทีมงานภายในบริษัทเอง

บริษัท แอปเปิล ได้สร้างวัฒนธรรมด้วยการคิดต่าง หรือ Think Different ดังนี้ ส่งเสริมให้พนักงานคิดต่าง ส่งเสริมเรื่องของคุณค่ามากกว่ากฎระเบียบ เช่น มองข้ามเรื่องเล็กๆ น้อยๆ แต่คำนึงถึงเรื่องของงานต้องเสร็จ พนักงานบางคนเดินเท้าเปล่าๆ เข้าประชุม โดยไม่มีใครต่อว่า ต้องริเริ่มสิ่งใหม่ๆ เสมอ เป็นต้น

ผู้ชนะ คือ ผู้ที่กำหนดเกมส์ให้ผู้อื่นเล่น แต่ผู้พ่ายแพ้มักเล่นตามเกมส์ของผู้อื่น ทำไมคนที่เป็นนักการตลาดจะต้องมีความคิดต่าง หรือ Think Different ก็เพราะการคิดต่างจะทำเกิดสินค้าใหม่ๆ กลยุทธ์การตลาดใหม่ๆ การแก้ไขปัญหารูปแบบใหม่ๆ จึงทำให้องค์กรของตนเอง หรือหน่วยงานของตนเอง ก้าวหน้ามากกว่าที่จะทำตาม หรือลอกเลียนแบบ สินค้า กลยุทธ์การตลาดของบริษัทคู่แข่ง

หากอยากเป็นผู้นำตลาด ก็ไม่ควรลอกเลียนแบบ เพราะคนลอกเลียนแบบมักจะเป็นผู้ตามวันยังค่ำ ตรงกันข้ามคนที่คิดต่าง หรือ Think Different มักมีโอกาสเป็นผู้นำตลาดอยู่เสมอ แต่ความยากที่สุดก็คงอยู่ที่ว่า นักการตลาดสมัยใหม่ กล้าหรือเปล่าที่จะคิดต่างและมีความกล้าหรือเปล่าที่จะนำความคิดนั้นไปใช้ เพราะความคิดใหม่ๆ มักต้องเผชิญกับทั้งความล้มเหลว หรือต้องเผชิญกับเสียงตำหนิ เสียงดูถูก การเสียดสี การพูดในเชิงดูถูก แต่หากว่าความคิดต่าง หรือ Think Different ประสบความสำเร็จ คุณก็มีโอกาสโด่งดังมากกว่าคนที่ทำอะไรตามๆ คนอื่นเขา

Make THE Difference เมื่อคิดต่างแล้ว นักการตลาดที่ดีก็ควรลงมือทำให้เกิดความแตกต่างด้วย ซึ่งพลังในตัวของนักการตลาดสามารถเปลี่ยนแปลงโลกให้ดีขึ้นได้ นักการตลาดสามารถสร้างสรรค์สร้างคุณค่าให้แก่ตัวของสินค้า บริการใหม่ๆ ได้ ซึ่งการสร้างสรรค์นี้จะส่งผลกระทบต่อตนเอง คนรอบข้างและสังคมอีกด้วย จงกล้าที่จะคิด พูด ทำ ในสิ่งที่ “แตกต่าง” เพื่อการเปลี่ยนแปลงในสิ่งต่างๆ ที่ตนเองทำให้ดีขึ้น จงเริ่มต้นที่ตัวของคุณเอง

เอดิสัน ผู้คิดต่าง หรือ Think Different มีแนวคิดที่แตกต่างไปจากคนยุคเดียวกัน เขาคิดว่าเขาต้องการคิดหลอดไฟฟ้าดวงแรกของโลก ซึ่งในขณะนั้นยังไม่มีการใช้ คนทุกๆ คนในสังคมสมัยนั้น ไม่เห็นภาพว่าหลอดไฟฟ้าคืออะไร ด้วยความคิดที่แตกต่าง หลอดไฟฟ้าดวงแรกจึงเกิดขึ้น อีกทั้งการลงมือทำที่แตกต่าง ความสำเร็จที่ยิ่งใหญ่เป็นของเขา มีคนตั้งคำถามเขาว่า หากว่าทำสองพันกว่าวิธียังไม่สำเร็จ ทำไมไม่เลิก นี่คือความคิดของคนทั่วไป แต่เอดิสัน มีความคิดต่าง หรือ Think Different เขาตอบกลับว่า ถึงแม้เขาจะยังไม่สำเร็จ แต่อย่างน้อยเขาก็ได้ค้นพบสองพันกว่าวิธีที่ไม่เหมาะสมที่จะผลิตไส้หลอดไฟฟ้า ดังนั้น หลอดไฟฟ้า ดวงแรกจึงเกิดขึ้น

คุณสมบัติของนักการตลาดในยุคดิจิตอล จึงต้องมีคุณสมบัติที่คิดต่าง ทำต่าง เพื่อนำสิ่งแปลกๆ ใหม่ๆ มาสนองความต้องการของผู้บริโภค เมื่อสินค้า บริการ ใหม่ๆ เกิดขึ้นมากๆ ก็จะทำให้ระบบเศรษฐกิจของประเทศเจริญเติบโต การจ้างงานเกิดขึ้น รายได้จากแรงงานเกิดขึ้น คนมีกำลังซื้อมากขึ้น ชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนโดยรวมก็จะดีขึ้น

สรุป แนวความคิดเรื่องของ Think Different หรือ คิดต่าง กระผมสนับสนุนเต็มร้อยครับ ถึงแม้ว่าสังคมไทยเรามักจะไม่ชอบคิดก็ตาม แต่ถ้าหากว่าเราส่งเสริม สนับสนุน ให้คนรุ่นใหม่ๆ คิดมากๆ ผมเชื่อว่า เราจะมีนักการตลาดที่เป็นนักคิดสร้างสรรค์ นักคิดที่มีความแตกต่างๆ มากขึ้น เหมือนกับประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งมีนักคิดมากมาย ไม่ว่า เครื่องบินลำแรกเกิดขึ้นในสหรัฐฯ ระบบร้านสะดวกซื้อ 7-11 เกิดขึ้นในสหรัฐ ระบบอาหารสมัยใหม่ เช่น KFC เกิดขึ้นในสหรัฐฯ รถยนต์ หลอดไฟฟ้า ระบบห้องสมุดประชาชน เกิดขึ้นในสหรัฐ

แต่อย่างไร ก็ดีสังคมไทย ก็มีความคิดสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ มากขึ้นกว่าในยุคอดีต ดังจะเห็นได้จากสินค้าหลายตัว มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบ ความทันสมัย รสชาติ สีสัน ตลอดเวลา ตัวอย่างเช่น สมัยอดีต หากว่าเราจะเกิดโดนัทสักชิ้น เราคงจะต้องนึกภาพว่า โดนัท มีลักษณะกลมๆ มีรูตรงกลาง แต่ในปัจจุบัน มีนักการตลาด สร้างสรรค์ และออกแบบ โดนัท พิซซ่า ซึ่งทำให้ภาพของขนมโดนัท เปลี่ยนแปลงไป แต่ทำให้ผู้บริโภคอยากสัมผัส อยากทดลองสิ่งแปลกๆ ใหม่ๆ

ฉะนั้น หากว่าท่านต้องการเป็นนักการตลาดที่ประสบความสำเร็จอย่างสูง ท่านจำเป็นต้องคิดต่างจากนักการตลาดด้วยกัน แต่ถ้าหากท่านไม่คิดอะไรมาก ทำเหมือนๆ คนอื่นๆ ความสำเร็จในการทำงานด้านการตลาดของท่านก็อยู่ในระดับปกติมาตรฐานนักการตลาดด้วยกัน ทั้งนี้ ท่านจะประสบความสำเร็จอย่างสูงในการเป็นนักการตลาดหรือไม่ คงไม่ได้อยู่ที่ใคร อย่าโทษสิ่งต่างๆ แต่จงโทษตัวของท่านเอง จงกล้าคิดต่างแล้วท่านจะประสบความสำเร็จ ขอให้ท่านโชคดี TPA news