



อยากดัง ต้องสร้างแบรนด์

ดร.สุทธิชัย วัชรโรจน์

อาจารย์ประจำบัณฑิตวิทยาลัย ม.เกษมสุโข
www.dr.suthichai.com

ใโลกยุคปัจจุบันและโลกยุคอนาคต เป็นยุคที่มีการแข่งขันรุนแรง สินค้าหลายแบรนด์ทยอยออกมาสู่ตลาด ในทางกลับกัน ก็มีสินค้าหลายแบรนด์ที่ทยอยออกนอกตลาด หรือบางแบรนด์ก็สูญเสียความเป็นที่หนึ่งของตลาด

ทำไมถึงเป็นเช่นนั้น ก็เพราะโลกยุคปัจจุบัน เป็นโลกแห่งการเปลี่ยนแปลง เป็นโลกยุคแห่งการสื่อสาร เป็นโลกยุคเทคโนโลยี จึงทำให้โลกมีความเป็นหนึ่งเดียวกันมากขึ้น ฉะนั้น แบรนด์ที่จะได้รับความนิยมอย่างยาวนาน จึงต้องมีการเปลี่ยนแปลง มีการพัฒนาตลอดเวลาเพื่อให้เป็นที่ต้องการของผู้บริโภค

แบรนด์ คือ คำตอบ เมื่อกล่าวถึง Chevrolet (เซฟโรเลต) มีน้อยคนนักที่จะไม่ทราบว่าคือรถยนต์ เมื่อกล่าวถึง STARBUCKS (สตาร์บัคส์) มีน้อยคนนักที่จะไม่รู้จักราคือร้านกาแฟที่ทันสมัย เมื่อกล่าวถึง GOODYEAR (กู๊ดเยียร์) มีน้อยคนนักที่จะไม่รู้จักราคือยางรถยนต์อันดับ 1 เมื่อกล่าวถึง ROLEX (โรเล็กซ์) มีน้อยคนนักที่จะไม่รู้จักราคือนาฬิการาคาแพง เมื่อกล่าวถึง XEROX (ซีร็อกซ์) มีน้อยคนนักที่จะไม่รู้จักราคือเครื่องถ่ายเอกสาร เป็นต้น

สินค้าที่กล่าวถึงข้างต้น ล้วนแล้วแต่ผ่านขั้นตอนของการสร้างแบรนด์ มาด้วยกันทั้งสิ้น **หากว่าคุณเป็นคนหนึ่งที่ต้องการออกแบรนด์ใหม่ คุณควรมองหาวิธีที่จะทำให้สินค้า ผลิตภัณฑ์ บริการ ของคุณแตกต่างจากของเดิม กล่าวคือ ไม่ควรเดินตามเจ้าของตลาดที่มีอยู่เดิมแล้ว แต่คุณควรทำให้เกิดความแตกต่าง หรือเป็นผู้นำตลาดแล้ว คุณจะประสบความสำเร็จ**

ยิ่งหากว่าคุณต้องการเป็นแบรนด์อันดับต้นๆ ของโลก คุณก็ยิ่งจะต้องใส่ใจประมาณในการสร้างแบรนด์ Coca-Cola แแบรนด์อันดับ 1 ของโลก เป็นที่ 1 ในตลาดน้ำอัดลม ในแต่ละปีบริษัทจะจัดทำงบประมาณในการสร้างแบรนด์อย่างมากมายมหาศาล จนในที่สุดแบรนด์ Coca-Cola มีมูลค่าถึง 7 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐ ซึ่งมูลค่าของแบรนด์สูงกว่ามูลค่าของสินทรัพย์ที่สามารถจับต้องได้เสียอีก กล่าวคือสูงกว่า 3 เท่า (มูลค่าทรัพย์สินที่จับต้องได้มีมูลค่าเพียง 2.5 หมื่นล้านเหรียญ) แต่ทั้งนี้ Coca-Cola ต้องใช้เวลาในการสร้างถึง 125 ปี เลยทีเดียว ซึ่งตรงข้ามกับแบรนด์สมัยนี้ใช้เวลาสร้างเพียง 36 ปี ก็มียุคค่าแบรนด์สูงใกล้เคียงกัน Coca-Cola นั่นก็คือ Microsoft

(แบรนด์มีมูลค่าถึง 6.5 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐ) ดังนั้น ท่านสามารถสร้างแบรนด์ได้ง่ายกว่าในอดีตอย่างแน่นอน ซึ่งคงต้องอาศัย **เวลา** กับ **ความอดทน** จึงจะประสบความสำเร็จในการสร้างแบรนด์

อยากร่ำรวย ต้องเป็นหนึ่งให้ได้ หากเราลองสังเกตดูจะพบได้ว่า ผู้นำในตลาดน้ำอัดลม ย่อมสร้างความร่ำรวยได้เหนือกว่าคู่แข่ง หรือผู้นำในตลาดคอมพิวเตอร์ ย่อมสร้าง ความร่ำรวยได้อย่างมากมายมหาศาล จึงเป็นที่หนึ่งแล้วบริษัทของท่านและตัวท่านจะพบกับความร่ำรวยมหาศาล

เวลาเปลี่ยน ผู้นำตลาดเปลี่ยน Kodak ในอดีตเคยโด่งดังโดดเด่น มาก เคยเป็นผู้นำในตลาดฟิล์มถ่ายภาพ เมื่อเทคโนโลยีเปลี่ยนไป ตลาดฟิล์มไม่เป็นที่นิยม บวกกับระบบดิจิทัลเข้ามาแทนที่ Kodak จึงสูญเสียความเป็นผู้นำ ตรงข้ามกับ **Sony** ซึ่งมีภาพลักษณ์ในเรื่องของ "อิเล็กทรอนิกส์" กลับเป็นผู้นำตลาดและได้แย่งฐานลูกค้าของ Kodak ไปอย่างง่ายดาย ผู้นำตลาดจึงต้องมีการพัฒนา ปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา จึงจะสามารถเป็นผู้นำได้อย่างยืนยาว

อยากขายของในราคาแพง ต้องสร้างภาพลักษณ์ให้เป็นแบรนด์แก่ขนชั้นสูง หรือคนมีรายได้มาก Starbucks มีมูลค่าแบรนด์นับพันล้านเหรียญสหรัฐ เนื่องจากสินค้าได้เสนอขายแก่ชนชั้นสูง หรือคนมีรายได้มาก Rolex มีมูลค่าแบรนด์นับพันล้านเหรียญสหรัฐ ก็เนื่องมาจากการขายนาฬิการาคาแพงให้แก่คนที่ร่ำรวย

แบรนด์ที่น่าสนใจต้องมีเรื่องราว เราคงเคยได้ยินได้ฟังเรื่องราวของประวัติศาสตร์ในการสร้างแบรนด์ เช่น **แอมเวย์ ซอส-มะเขือเทศ Heinz ,Coca-Cola** กว่าจะเป็นองค์กร หรือบริษัทมาได้ ต้องได้รับความร่วมมือจากหลายคนร่วมก่อตั้งที่บ้าน แล้วจึงค่อยๆ เติบโตจนเป็นบริษัทระดับโลก เป็นต้น



แบรนด์กับการกระจายสินค้า หลายบริษัทเน้นการสร้างแบรนด์ ในการนำสินค้าออกสู่ตลาดใหม่ๆ แต่ละเลยการกระจายสินค้าทำให้พลาดโอกาสในการทำกำไรไปอย่างง่ายดาย ตัวอย่างสมมติ เราเดินทางไปยังจังหวัดหนึ่ง ในหมู่บ้านหนึ่ง เราอยากดื่ม Coca-Cola ในหมู่บ้านนั้น แต่ร้านขายของชำบอกที่ไม่มีขาย ต้องไปซื้อในตัวอำเภอเมือง ซึ่งต้องเดินทางไปหลายกิโลเมตร แล้วถามว่าเราจะอยากไปไหม แต่ตรงกันข้าม Coca-Cola มีการกระจายสินค้าที่ดีมาก Coca-Cola มีขายทุกแห่ง เกือบทุกพื้นที่ในประเทศไทย จึงทำให้ Coca-Cola มียอดขายที่มากมายมหาศาล ถึงแม้ว่าหลายแห่งจะขายราคาไม่เท่ากัน แต่ลูกค้าจะเป็นคนตัดสินใจว่าจะซื้อจากสถานที่ไหน ราคาเท่าไร เมื่อไร

การใช้สี สร้างแบรนด์ หากว่าเราไปใช้บริการธนาคารและเราเห็น สีเหลือง เราคงคิดถึงธนาคารกรุงศรีอยุธยา หากว่าเราเห็น สีชมพู เราคิดถึงธนาคารออมสิน หากว่าเราเห็น สีเขียว เราคิดถึงธนาคารกสิกรไทย เป็นต้น **สีสามารถช่วยสร้างแบรนด์ได้ เพราะสีทำให้เกิดอารมณ์ ความรู้สึกต่างๆ** เช่น สีขาว ชวนให้นึกถึงความบริสุทธิ์ สีเขียว ชวนให้นึกถึงเรื่องของสิ่งแวดล้อม สีแดงทำให้รู้สึกถึงความร้อนแรง ฯลฯ

ดังนั้น หากท่านต้องการชื่อเสียง อยากดัง ท่านมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องสร้างแบรนด์ และทุ่มงบประมาณในการสร้างแบรนด์ เพราะการสร้างแบรนด์จะก่อให้เกิดประโยชน์ต่างๆ ตามมา เช่น หากท่านขายสินค้า ยอดขายของท่านก็จะเพิ่มขึ้น หากท่านเป็นนักการเมือง คะแนนเสียงของท่านจะเพิ่มขึ้นเหนือกว่าคู่แข่งชั้น หากท่านเป็นดารา ท่านจะมีแฟนคลับและได้รับความนิยมนิยมจากประชาชนเพิ่มขึ้น ฉะนั้น ท่านมีความจำเป็นที่จะต้องมีความจริงจังที่จะเริ่มต้นสร้างแบรนด์ของบริษัทท่าน สินค้าของท่านและตัวของท่านเองแต่บัดนี้