

ทำไมใครๆ ก็ต้องสร้างแบรนด์

เมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม 2551 ที่ผ่านมา ณ ห้องประชุมปิยราษฎร์ ฝ่ายฝึกอบรมธุรกิจประปา ได้จัดให้มีการบรรยายพิเศษเรื่อง “ทำไมใครๆ ก็ต้องสร้างแบรนด์” โดย **คุณฉัตรชัย รัตนโยสินทร์** ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาด บริษัทสิงห์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด เป็นวิทยากรบรรยาย ซึ่งวัตถุประสงค์ในการจัดบรรยายครั้งนี้ เพื่อศึกษาเปรียบเทียบการสร้างภาพลักษณ์ (Brand) ของหน่วยงานภาคเอกชนเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการจัดการภาพลักษณ์ กปน.



ในภาคธุรกิจ มีการแข่งขันสูง และแต่ละวันคนเราจะได้รับสื่อหลากหลายกว่า 4,000 ครั้ง เราจึงเลือกรับสื่อที่เราสนใจ ดังนั้น ภาคธุรกิจจึงต้องสร้างความแตกต่างของสินค้าและบริการให้โดดเด่นกว่าคู่แข่ง เพื่อให้ผู้บริโภคหยิบซื้อสินค้าเพื่อเพิ่มยอดขายและกำไร การสร้างแบรนด์จึงเป็นหัวใจสำคัญที่จะช่วยให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อมั่นไว้วางใจ ซึ่งแบรนด์ ที่แข็งแกร่งนั้นจะทำให้ลูกค้าเกิดความภักดีต่อตัวสินค้าและบริการ

แบรนด์นั้นเกิดจากสิ่งที่ผู้บริโภคคิดและมองเห็นว่าสินค้าของเราเป็นอย่างไร เช่น คนมอง บ.สิงห์ว่า น่าเชื่อถือ มีคุณภาพ แต่ก็มีภาพ โบราณ ซึ่งเป็นจุดดีที่เราต้องรักษาไว้ และพยายามแก้ไขภาพลักษณ์ที่ว่าโบราณออกไปทั้งนี้เราสามารถใช้อิทธิพลในความคิดเพื่อ โน้มน้าวให้ผู้บริโภคคล้อยตามเราได้โดยผ่าน



เครื่องมือทางการตลาด เช่น การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย โดยจะต้องมีการแบ่งแยกกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการเข้าถึงอย่างชัดเจนเพื่อให้สารที่ต้องการจะสื่อออกไปได้เข้าถึงแต่ละกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ

สำหรับการสร้างแบรนด์ของภาครัฐซึ่งมิได้หวังกำไรนั้น เราจะต้องตั้งเป้าหมายว่าเราต้องการอะไรจากการสร้างแบรนด์ หากเพียงแต่เพื่อปรับเปลี่ยนโลโก้ หรือเครื่องแต่งกายพนักงานก็ถือว่าทำไปเสียประโยชน์ เราต้องรู้ว่าจะสื่อสาร



อะไรไปยังกลุ่มเป้าหมาย หรือต้องการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภค อาทิ
กปน. ต้องการสื่อสารให้กลุ่มลูกค้าในเมืองรู้จักใช้น้ำอย่างประหยัด ช่วยกัน
รักษาสภาพแวดล้อม ซึ่งแผนกลยุทธ์ที่ใช้จะต้องสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย
ทั้งภาพที่เห็นและสิ่งที่พูดออกไปจะต้องเป็นไปในแนวทางเดียวกันด้วย

ระหว่างการบรรยาย คุณฉัตรชัย ได้ยกตัวอย่างแบรนด์ต่างๆ ที่ประสบความสำเร็จและล้มเหลว รวมถึงตัวอย่างการวางแผนกลยุทธ์ของผลิตภัณฑ์สิ่งไหนแต่ละแบรนด์ อาทิ สิ่ง
สิ่งไลท์ และลี โอเบียร์ และในช่วงท้ายยังได้นำภาพกิจกรรมคอนเสิร์ต
คนไทยหัวใจสิงห์ออนทัวร์ต่างประเทศของอัสนิ-วสันต์มาให้ชม ซึ่ง
เป็นส่วนหนึ่งของการส่งเสริมการตลาดที่ตอบโจทก์ในการขยายธุรกิจ
สู่สากลภายใต้แนวคิด “World class Thai Beer”

