

สัมภาษณ์เบื้องต้น



10 คำถามที่แบรนด์ต้องตอบ หากคิดจะโตในปี 2015

✎ นักการตลาดแทบทุกคนคงกำลังเผชิญกับภาวะที่ต้องปวดหัว เมื่อต้องตัดสินใจกับทางเลือกที่มีอยู่มากมาย ในแง่ของกลยุทธ์และเครื่องมือทางการตลาด เพื่อที่จะเข้าถึงกลุ่มลูกค้าและสร้างแรงบันดาลใจให้พวกเขายอมควักกระเป๋าซื้อผลิตภัณฑ์ของคุณ เพราะภูมิทัศน์ของสื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ มีสื่อให้เลือกใช้มากมาย ทั้งออนไลน์ ออฟไลน์ และออนไลน์ จึงเป็นเรื่องที่สำคัญอย่างยิ่งที่นักการตลาดจะต้องโฟกัสให้ได้ว่าสิ่งไหนมีความสำคัญที่สุด แล้วจัดลำดับความสำคัญให้ถูกต้องเพื่อที่จะนำพาองค์กรหรือแบรนด์ของคุณประสบความสำเร็จทั้งในระยะสั้นและระยะยาว

เรามาดูกันครับว่า 10 คำถามยอดฮิตที่ทุกแบรนด์จะต้องตอบให้ได้ หากยังต้องการที่จะเติบโตต่อไปในปี 2015 ที่กำลังจะมาถึงนี้ มีอะไรบ้าง

ดนัย จันทร์เจ้าฉาย

[HTTP://TWITTER.COM/DC_DANAI](http://twitter.com/dc_danai)



อดีตนักเรียนทุนเอเอฟเอสสหรัฐอเมริกา
ก่อนจบปริญญาตรีเกียรตินิยมเหรียญทอง
สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ
ปริญญาโทการตลาด ภาควิชาภาษาอังกฤษ (MIM)
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์และ
มหาวิทยาลัยไอเคเอ็นเบิร์กประเทศสวีเดน

1. วัตถุประสงค์ของ แบรนด์ของคุณคืออะไร

ณ วันนี้ นักการตลาดต่างทราบดีว่าผู้บริโภคในกลุ่มวัยต่างๆ ตั้งแต่เบบี้บูมเมอร์ชาวมิสซิสซิปปีและแม้กระทั่ง Gen Z ต่างก็กำลังมองหาแบรนด์ที่มีความรับผิดชอบต่อมากขึ้น ทั้งในแง่ของการรับผิดชอบต่อผู้บริโภคและรับผิดชอบต่อสังคม ดังนั้น วัตถุประสงค์ของบริษัทของคุณจะต้องมีคำจำกัดความที่ชัดเจน เพื่อที่จะดึงดูดความสนใจและโน้มน้าวให้ลูกค้าหันมาให้การสนับสนุนผลิตภัณฑ์ของคุณ

2. เรื่องราวของ แบรนด์ของคุณคืออะไร

หลังจากที่แบรนด์ของคุณมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน มีอะไรที่เป็นพันธกิจและวิสัยทัศน์แล้ว สิ่งที่ต้องทำต่อมาก็คือ กลั่นกรองเอาสิ่งต่างๆ ที่กล่าวมา นำมาเรียบเรียงให้เป็นเรื่องราวแบรนด์ของคุณ ซึ่งต้องให้เป็นเรื่องราวที่ทั้งพนักงานและลูกค้าของคุณได้ฟังแล้วอยากที่จะบอกเล่าต่อกันไป และเมื่อได้เรื่องราวที่แสนประทับใจแล้ว ก็ถึงเวลาที่คุณจะต้องอาศัยเทคโนโลยีการสื่อสารอันทรงพลัง เพื่อขยายข้อความที่คุณต้องการจะบอกเล่าออกไปให้ได้มากที่สุด และสร้างชุมชนที่เป็นลูกค้าของคุณขึ้นมา



3. คุณเชื่อมโยงบริษัท พนักงานและพันธมิตรของคุณกับเรื่องราวที่บอกเล่าถึงแบรนด์ของคุณอย่างไร

มีบ่อยครั้งที่นักการตลาดมักจะคิดเพียงแต่ว่าพวกเขาจะแบ่งปันเรื่องราวดีๆ กับลูกค้าได้อย่างไร โดยที่มองข้ามไปว่า พวกเขาจำเป็นต้องสร้างวัฒนธรรมขององค์กรขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับเรื่องราวของแบรนด์ของตนด้วย

4. บริษัทของคุณบริหารงานด้วยธรรมาภิบาลหรือไม่

นับเป็นเวลาหลายทศวรรษแล้วที่บริษัทต่างๆ ไม่ได้ให้ความสำคัญกับเรื่องราวเหล่านี้เลย ดังนั้น เมื่อคุณหันมาให้ความสำคัญกับการบริหารงานด้วยธรรมาภิบาลแล้ว คุณจะต้องหยิบเอาประเด็นนี้ใส่เข้าไปในเรื่องราวของแบรนด์ของคุณด้วย เพื่อที่จะขยายเรื่องราวที่ดีๆ ออกไปสู่สายตาของผู้บริโภค เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพให้กับกลยุทธ์การตลาดของคุณ ซึ่งจะส่งผลต่อผลกำไรที่จะเพิ่มขึ้นตามไปด้วย

5. คุณผูกเรื่องราวขององค์กรกับแบรนด์สินค้าคุณให้เป็นเนื้อเดียวกันอย่างไร

มีหลายแบรนด์องค์กรที่เลือกที่จะอยู่แบบเงียบๆ และปล่อยให้แบรนด์ของผลิตภัณฑ์เป็นตัวจริง แต่ในยุคปัจจุบันที่ผู้บริโภคต้องการความโปร่งใสและความน่าเชื่อถือ แบรนด์องค์กรจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการบอกเล่าเรื่องราวของแบรนด์ให้ชัดเจนยิ่งขึ้น โดยให้ไปในทิศทางเดียวกับแบรนด์ของผลิตภัณฑ์ของตน

6. กลยุทธ์การตลาดสอดคล้องกับวัฒนธรรมองค์กรหรือไม่

สมมุติว่าแบรนด์ต่างๆ นั้น มีเรื่องราวที่ต้องการบอกเล่าแก่ลูกค้าแบบหนึ่ง แต่ขณะเดียวกันวัฒนธรรมภายในองค์กรกลับไม่ได้เป็นอย่างไรที่แบรนด์พยายามนำเสนอแก่ลูกค้าเลย เมื่อลูกค้าหรือพนักงานล่วงรู้ได้ว่า สิ่งทีแบรนด์บอกออกไปมันสวนทางกับสิ่งที่บริษัทเป็นจะเกิดอะไรขึ้น

7. ต้องใช้กลยุทธ์ใดบอกเล่าเรื่องราวอย่างมีประสิทธิภาพ

มีบ่อยครั้งที่แบรนด์ต่างๆ นำเอาเรื่องราวต่างๆ มาถ่ายทอดผ่านช่องทางสื่อที่มีอยู่มากมาย ซึ่งก็ได้ผลดีมาก สามารถสร้างการรับรู้ในแบรนด์ได้เป็นอย่างดี จนเกิดเป็นกระแสบอกต่อ ตัวอย่างที่เราเห็นได้บ่อยๆ ก็คือโฆษณาของบริษัทประกันชีวิตรายใหญ่ หรือบริษัทโทรคมนาคมที่ขยันนำเอาเรื่องราวต่างๆ กันใจมาเรียกน้ำตาผู้ชม

8. ต้องใช้สื่อสังคมใดในการดึงดูดความสนใจของลูกค้าปัจจุบันและลูกค้าใหม่

สื่อสังคม หรือ Social Media แต่ละช่องทางจะมีความพิเศษเฉพาะตัวในการดึงดูดความสนใจของลูกค้าที่แตกต่างกัน และสร้างแรงบันดาลใจให้พวกเขากลายเป็นเสมือนเครื่องขยายเสียงที่พาประกาศเรื่องราวของแบรนด์ของบริษัทของคุณออกไป ซึ่งขึ้นอยู่กับโครงสร้างของการสื่อสารที่จะต้องมีความชัดเจน และมีความสอดคล้องกับช่องทางนั้นๆ ในการสื่อสารเพื่อสร้างให้แบรนด์และธุรกิจของคุณแข็งแกร่งยิ่งขึ้น คำถามก็คือ คุณเลือกช่องทางที่เหมาะสมกับการเผยแพร่คอนเทนต์ที่น่าสนใจของคุณได้แค่ไหน



9. คุณแบ่งปันเรื่องราวแบรนด์ของคุณอย่างมีประสิทธิภาพอย่างไร ในระดับชุมชน

ทั้งนี้ เพราะคนที่อยู่ใกล้ชิดกับแบรนด์ของคุณมากที่สุดถือเป็นผู้ที่มีคุณสมบัติที่สุดที่จะประชาสัมพันธ์เรื่องราวของแบรนด์ของคุณออกไป ดังนั้น คุณต้องทำให้เรื่องราวของแบรนด์ของคุณมีความเกี่ยวข้องกับผู้คนที่อยู่รายล้อมคุณ ให้พวกเขาร่วมเป็นส่วนหนึ่งในแบรนด์ วิธีนี้จะทำให้แบรนด์ของคุณเข้าไปนั่งอยู่ในใจของพวกเขา ส่งผลให้พวกเขารักและภักดีในแบรนด์ของคุณในที่สุด

10. คุณจัดอันดับความเป็นผู้นำของบริษัทคุณในระดับโลกไว้อย่างไร

ไม่ว่าบริษัทของคุณจะมีขนาดใหญ่หรือเล็กแค่ไหน ตอนนี้คุณสามารถที่จะสร้างแบรนด์ของคุณให้กลายเป็นทอล์ค ออฟ เดอะทาวน์ได้ และสามารถที่จะก้าวสู่ความเป็นผู้นำได้ ขอเพียงแต่คุณมีความชัดเจนในสิ่งที่กล่าวมาข้างต้น ตราบใดที่มีความทะเยอทะยานอย่างแรงกล้า และเล็งเห็นถึงความสำคัญและอิทธิพลของสื่อออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นเว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ รวมไปถึงสมาร์ทโฟน ซึ่งสามารถใช้เป็นเครื่องมืออันทรงพลังในการสร้างแบรนด์ให้แข็งแกร่ง คุณก็จะก้าวสู่ความเป็นผู้นำในโลกธุรกิจได้อย่างแน่นอน ขอเพียงแต่มีเป้าหมายที่ชัดเจน แล้วตอบคำถามเหล่านี้ให้ได้ รับรองป็นแน่ไม่มีอะไรจะขัดแน่นอน **M**