

ปีที่ 30 ฉบับ 10255 วันพฤหัสบดีที่ 20 ตุลาคม พ.ศ. 2559 หน้า 31

Consumer Paparazzi

• สริพพ จิวานันต์

กรรมการผู้จัดการ บริษัท เอ็มไอโรเซส (ประเทศไทย) จำกัด

แบรนด์กับผลิตภัณฑ์ที่ดี อะไรมาก่อนกัน



ฟังดูเหมือนไวกับไข่ อะไรมาก่อนกัน เพราะบางคนก็บอกว่าตอบยาก เนื่องจากหาจุดกำเนิดไม่ได้ว่าอะไรมาก่อนกัน

ลองทำให้แคบลง โดยเอาแค่สินค้าชิ้นล่าสุดที่คุณซื้อ มา ลองนึกย้อนดูว่าซื้อเพราะชอบที่สินค้าก่อนหรือแบรนด์ก่อน? ถ้าบอกว่าทั้งสองอย่าง เพราะทั้งแบรนด์และสินค้าเป็นของที่มาคู่กัน จะลำดับอะไรมาก่อนหลังไม่ได้ แสดงว่าสินค้าล่าสุดที่ซื้อมีคุณลักษณะของแบรนด์ที่เป็นที่นิยมหรือแบรนด์ระดับโลก เช่น ชี้อรองเท้ากีฬานิกกี้ (Nike) อาจตอบไม่ได้ว่าคุณซื้อเพราะแบรนด์หรือผลิตภัณฑ์ที่ดี

ถ้าตอบว่าคุณภาพของสินค้า อาจเป็นได้ว่าสินค้าชิ้นล่าสุดที่ซื้อมา ไม่ใช่แบรนด์ที่ตั้งหรือไม่มีแบรนด์เลย เช่น ทวี กรรไกร ของกิน โดยเน้นดูคุณภาพหรือความอร่อยของสินค้า เทียบกับความคุ้มค่าราคาเป็นหลัก จะเห็นได้ว่า ผลิตภัณฑ์ที่ดีไม่มีแบรนด์ก็ได้ แต่แบรนด์ที่ดี



มีผลิตภัณฑ์ที่ไม่ดีไม่ได้
สรุปก็คือผลิตภัณฑ์
ที่ดีต้องมาก่อน เพราะ
ต้องชอบกว่าทุกแบรนด์
ที่ตั้ง ตั้งมาจากการที่
ผลิตภัณฑ์มีดีก่อนเท่านั้น
จึงเป็นที่นิยมและน่าเชื่อ
ถือ แต่จะสามารถสร้าง
มูลค่าให้ผลิตภัณฑ์ รวมถึง

การแตกไลน์สินค้าได้นั้น เป็นเรื่องของการสร้างแบรนด์ ซึ่งมาทีหลัง เพราะฉะนั้นก่อนที่จะสร้างแบรนด์ ต้องมั่นใจในผลิตภัณฑ์ของเราว่าดีในระดับที่โดดเด่น แตกต่างก่อน เราจึงจะสามารถสร้างแบรนด์ได้

บางแบรนด์สามารถตั้งระดับโลกได้ในระยะเวลาสั้น ก็เพราะผลิตภัณฑ์ที่ดี

เมื่อก่อนผู้บริโภคจะติดแบรนด์ เนื่องจากมีสินค้าให้เปรียบเทียบน้อย และไม่ค่อยยกเล้าเปลี่ยน แต่ทุกวันนี้ผู้บริโภคมีทางเลือกมาก จึงติดแบรนด์น้อยลง โดยเน้นที่คุณภาพสินค้าก่อนทำให้มีแบรนด์ระดับโลกเกิดใหม่ และเขย่าแชมป์เดิมมากมาย เช่น อันเดอร์ อาร์เมอร์ (Under Armour) เป็นแบรนด์ชุดกีฬาดังต่อจากไนกี้แข่งหน้าแบรนด์ที่อยู่มาอย่างอาดิดาส (Adidas) และพูมา (Puma) ด้วยผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าที่ใส่สบายและแห้งเร็ว หรือแบรนด์อย่างหัวเหว่ย (Huawei) และออปโป้ (Oppo) ซึ่งเป็นสมาร์ตโฟนที่มียอดขายเป็นอันดับ 3-4 ของโลก

ล่าสุดหัวเหว่ย (Huawei) และไลก้า (Leica) สามารถสร้างยอดขายให้แบรนด์ได้ถึง 100% และในบางประเทศถึง 1,000% เลยทีเดียว

ทางลัดในการสร้างแบรนด์จึงเป็นการสร้างผลิตภัณฑ์ที่ดีนั่นเอง อย่างมีวิสัยทัศน์เรื่องการสร้างอิมเมจ คาแรคเตอร์ (Image Character) มากมาย อันนั้นคือการสร้างมูลค่าให้แบรนด์ มันเป็นทางอ้อม เช่น อันเดอร์ อาร์เมอร์ เพิ่งมาใส่พรีเซนเตอร์หาตัวตนของแบรนด์ หลังจากทีสินค้าติดตลาดแล้ว

สนับสนุนการสร้างผลิตภัณฑ์ที่ดี เพื่อแบรนด์ ผู้บริโภคและสังคม
ที่ดี

