



• วิสวา สวรรค์พิทักษ์  
ผู้อำนวยการฝ่ายสื่อสารการตลาด มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต  
werapol.swk@dpu.ac.th

# Startup จะอยู่รอด

## ต้องกระตุ้นแบรนด์

สัปดาห์ที่ผ่านมาถือเป็นสัปดาห์เริ่มต้นเดือนกุมภาพันธ์ เดือนแห่งเทศกาลปีใหม่ของชาวจีนหรือตรุษจีน และเทศกาลวาเลนไทน์ของคนที่มีความรัก จีนเจียยู่อี้ ซินนี้ฮวดใช้ I love you นะครับ

เดือนนี้นอกจากเทศกาลดังกล่าวแล้วจัดว่าเป็นเดือนแห่งการทำร้ายกระเป๋าตังค์ของชาว Sneaker head หรือผู้ที่ชอบสะสมรองเท้าผ้าใบ เพราะเป็นเดือนแห่งการออก ออก และออกรุ่นใหม่ ๆ มากมาย

หากถามผมว่าในตลาดตอนนี้รุ่นไหนที่มาแรงที่สุดๆ ตอบได้ว่า Adidas Yeezy ที่ออกแบบโดยนักร้องแร็ปเพอร์ชื่อดัง Kanye West ในวันที่ 11 กุมภาพันธ์นี้คาดว่าจะมีแบบใหม่ สีใหม่ออกมาอีก ต้องจับสลากกันอีกแน่นอน (ขอให้ผมได้ ขอให้ผมโดนกับเจ้าสั๊กทีเถอะ)

หลายท่านอาจจะสงสัยว่าทำไมรองเท้ายี่ห้อนี้ รุ่นนี้ ถึงได้เป็นที่ต้องการกันนัก อธิบายง่ายๆ มันหายาก เพราะผลิตออกมาจำนวนจำกัด และประเทศไทยก็ได้มาน้อยเหลือเกิน น้อยจนน่าเกลียด ถ้าเทียบกับตลาดรองเท้าผ้าใบที่เติบโตมากในประเทศไทย การจับสลากหรือการไปแห่ซื้อเพื่อมาทำการ Resell จึงเกิดขึ้น เข้าทำนองที่ว่าคนซื้อไม่ได้ใส่ คนใส่ไม่ได้ซื้อ ก็มันกำไรดีนี่ครับ สมมติว่าท่านจับสลากได้ซื้อในราคา IPO คือ 8,490 บาท (เหมือนตลาดหุ้นเลย) เดินออกมาหน้าร้านก็สามารถปล่อยได้แน่นอนในราคา

มากกว่า 2 หมื่นบาท แต่ถ้าเก็บไว้สักนิด ราคาอาจจะแตะไปถึง 3-4 หมื่นบาทได้ในบางรุ่น OMG!!!



เดือนกุมภาพันธ์ที่ผมกล่าวมาว่าเป็นเดือนแห่งการออกรุ่นใหม่ เพราะ Adidas ยิ่งทุกสัปดาห์ เริ่มตั้งแต่รุ่น EQT ที่เป็นการนำรองเท้าในยุค 1993 มาพัฒนา

ใหม่ ต่อด้วยรุ่น Ultraboost Uncaged Multicolor ต่อด้วยรุ่น Pureboost ต่อด้วยรุ่น NMD R1 สีใหม่ (ดำและเทา) ต่อด้วย Superstar Slipon ทุกรุ่นเรียกว่า “ปัง” ทุกรุ่น ประกอบกับช่วงต้นเดือนเป็นเทศกาลลดราคาครั้งใหญ่ของ Adidas Thailand งานนี้เรียกว่ากระแสแรงมาก

หลายท่านที่ไม่ได้เป็นนักสะสมหรือไม่ได้ติดตามข่าว อาจจะไม่ค่อยรู้ และถามว่าจะออกอะไรกันนักกันหนา เขาก็มี 2 ข้าง ใส่ได้ที่ละคู่ เรื่องของสะสมนี้ว่ากันไม่ได้นะครับ พฤติกรรมมนุษย์ประเภท Compulsive Consumption นี้ คลังโคลี่ไม่เหมือนกันครับ แต่สิ่งที่บอกได้คือ การออกผลิตภัณฑ์ใหม่บ่อยๆ แบบนี้สามารถ “กระตุ้นแบรนด์” ได้ดีมาก

การกระตุ้นแบรนด์ให้ถูกพูดถึงบ่อยๆจะทำให้แบรนด์มีพลังมากขึ้น คำศัพท์ที่ใช้มีหลายคำ อาทิ Brand Energizer, Brand Revitalization, Brand Rejuvenation, Brand Enhancer ซึ่งล้วนแต่มีความหมายว่าทำให้แบรนด์มีชีวิตชีวา มีความคึกคักทันสมัยนั่นเอง

วิธีการกระตุ้นก็ทำได้หลายวิธี ตั้งแต่การออกสินค้าใหม่ๆ ที่น่าสนใจ การออกสินค้าจำนวนจำกัด (Limited Edition) การออกแบบสินค้าร่วมกับผู้ที่มีชื่อเสียง (Co-branding) การจัดสร้างสัญลักษณ์ของแบรนด์ เช่นการใช้ดาราดาราใช้คนที่มียอดฮิตกับผู้มีอิทธิพล (Influencer) หรือการใช้ตัวคาแรกเตอร์การ์ตูน การใช้ผู้บริหารในการให้ข่าว (CEO Branding) การจัดกิจกรรมทางการตลาดที่แปลกใหม่ (Event Marketing Program) การให้การสนับสนุนรายการต่างๆ ที่โด่งดัง (Sponsorship) หรือแม้แต่การทำการตลาดเพื่อสังคมอย่างจริงจังและยั่งยืน (Sustainable CSR Program) เหล่านี้ทำให้แบรนด์มีพลังได้ทั้งสิ้น

ผมมีโอกาสบรรยายให้กับบริษัทประกันวินาศภัยที่มีชื่อเสียงแห่งหนึ่ง บริษัทออกประกันอุบัติเหตุสำหรับผู้เล่นเกม PokemonGo ออกมา เรียกว่า Pokesurance แปลกใหม่และน่าสนใจดีใช้ใหม่ครับ การกระตุ้นแบรนด์บางครั้งยังไม่ต้องนึกถึงยอดขายแค่เกิด Share of Voice หรือเกิดการพูดถึงในคนหมู่มาก ก็ทำให้แบรนด์มีพลังแล้วครับ Startup ที่อยู่มาสักระยะแล้วเริ่มเจียบเหงา ลองทำอะไรประเภทนี้ดู รับรองว่าแบรนด์จะมีสีสันกลับมาทันสมัยแน่นอนครับ ■