

รายละเอียด : Live Branding : สร้างแบรนด์ผ่านประสบการณ์คืออะไร

โดย เกรียงไกร กาญจนะโกคิน

ที่มา :

www.pantown.com/market.php?id=7732&name=market1&area=&topic=13&action=view

อันที่จริงเรื่องของการทำงาน Brand Experience ไม่ใช่เรื่องใหม่ที่ควรนำมากล่าวแล้ว เพราะเป็นเรื่องที่พูดกันมามากกว่า 6 ปีมาแล้วด้วยซ้ำ แต่ทุกครั้งที่ผมถามคำถามนี้หลายคนก็ยังให้คำตอบได้ไม่ชัดเจนเท่าที่ควร หรือบางคนตอบออกไปแบบชนิดคนถามยังงงด้วยซ้ำไป วันนี้จึงขออนุญาตขยายความกันให้ชัดๆ อีกครั้ง

Brand Experience นั้นเริ่มต้นที่นักการตลาดต้องการสื่อสารเรื่องเกี่ยวกับแบรนด์ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายรับรู้แบรนด์ในขนาดที่สร้างความรู้สึกที่ดีจนเกิด Brand Loyalty ขึ้นมาได้โดยนักการตลาดมองหาเครื่องมือที่สามารถสร้างความรู้สึกนั้นขึ้นมาได้ และก็ค้นพบว่าการจะทำได้นั้นต้องใช้เครื่องมือหลายชนิดทำพร้อมๆ กัน และเครื่องมือเหล่านั้นรวมเรียกว่า Brand Activation และก็ค้นพบว่าการที่ทำให้คนรู้จักและเข้าถึงแบรนด์ได้ แบรนด์หนึ่งได้ดีที่สุดนั้น ต้องเกิดจากการมีประสบการณ์ร่วมกับแบรนด์นั้นโดยตรง

การสร้าง Brand Experience นั้นเกิดจากการที่กลุ่มเป้าหมายได้รับรู้แบรนด์นั้นๆ ผ่านสัมผัสทั้ง 5 โดยตัวเขาเอง ได้เรียนรู้ด้วยประสบการณ์ตรงว่า Brand นี้เมื่อเราตีออกมาไม่ว่าจะเป็นรูป รส กลิ่น เสียง และสัมผัส นั้นจะเป็นอย่างไร โดยฟังก์ชันนี้ใช้ผ่าน Event Marketing คราวนี้เรามาขยายความกันว่าสัมผัสทั้ง 5 นั้นมีวิธีการอย่างไร

รูป เมื่อถึงเวลาจะทำแบรนด์ให้เป็นรูปธรรมจะใช้รูปแบบของอีเวนที่โดยจะถูกนำเสนอด้วยการตกแต่งเวที บรรยากาศของอีเวนที่ให้สะท้อนแบรนด์นั้นๆ ออกมาให้สายตาเราสัมผัสได้

รส แบรนด์จะมีรสชาติแบบไหนสามารถนำเสนอออกมาในรูปของเครื่องดื่มหรือชนิดของอาหารซึ่งสามารถบอกได้ว่า แบรนด์นั้นมีรสชาติเป็นอย่างไร

สัมผัส รสสัมผัสของแบรนด์จะเป็นอย่างไร อ่อนนุ่มหรือหยาบกระด้างเสนอผ่านได้ตั้งแต่การเลือกพิธีกร บรรดาพนักงานต้อนรับ เสื้อผ้าของนักแสดงที่ใส่ แม้กระทั่งยูนิฟอร์มของพนักงาน ซึ่งสามารถนำเสนอรสสัมผัสได้อย่างชัดเจน

เสียง อีกสัมผัสที่คุณรับรู้แบรนด์ได้ผ่านสัมผัสของเสียงซึ่งนำเสนอผ่านเสียงดนตรีเป็นหลัก ตั้งแต่ชนิดของเครื่องดนตรี สไตล์ที่เล่นซึ่งจะบ่งบอกความเป็นแบรนด์ได้อย่างชัดเจน

กลิ่น ความชัดเจนของกลิ่นที่จะสะท้อนความเป็นแบรนด์ได้นั้นขึ้นอยู่กับกลิ่นค้ำประเภทไหน เช่น ถ้าเป็นพวกเครื่องสำอาง (Cosmetic) หรือสินค้าแฟชั่น (Fashion) คงจะมีเห็นได้อย่างชัดเจนมากกว่า ขยายความต่ออีกก็คือถ้าเป็น Brand สำหรับผู้ชายคงมีกลิ่นแบบหนึ่ง ถ้าเป็นแบรนด์ สำหรับผู้หญิงก็คงเป็นอีกกลิ่นแน่นอน

มาถึงตรงนี้หลายคนคงอยากเห็นตัวอย่างชัดๆ สักตัวอย่างหนึ่ง ผมจะลองยกตัวอย่างแบรนด์อย่างเมอร์เซเดส-เบนซ์ ว่าสัมผัสทั้งห้าควรเป็นเช่นไร เช่น ถ้าเป็นรูปก็คงถูกนำเสนอผ่านงานที่หรูหราเกินที่หลายคนจะนึกถึง ไปจัดงานในที่ที่คงมีโอกาสจัดได้น้อยมากเพราะขออนุญาตไม่ได้ ถ้าเป็นรสก็คงผ่านเครื่องดื่มประเภทไวน์หรือเหล้าที่หาได้ อาหารก็คงต้องมาจากโรงแรมที่แพงที่สุดหรือ Import เชฟชื่อดังมาทำอาหารมื้อพิเศษให้เลย กลิ่น คงผ่านน้ำหอมสุดหรูจากฝรั่งเศส เสียงดนตรีที่บ่งบอกถึง Class หรือซึ่งมาจากแนวดนตรีต่างๆ เช่น Classical Music หรือ เกิดจากนักดนตรีที่เล่นเป็น Hi so ที่เล่นดนตรีได้ดีมากและไม่เคยเล่นให้ใครฟังมาก่อน จึงเป็นการเล่นครั้งแรกและครั้งเดียว สัมผัส แนนอนคงเป็นความหรูหราของงานชาม แก้วต่างๆ ที่จะบ่งบอกความละเอียดอ่อนและหรูหราของแบรนด์

สิ่งเหล่านี้กลุ่มเป้าหมายจะรับรู้ผ่านประสบการณ์โดยตรงของตัวเองเท่านั้น และนี่ก็คือความหมายของ Brand Experience ซึ่งเป็นหนึ่งในอีกฟากหนึ่งของ Live Branding