

การสร้าง brand ให้เข้มแข็งทั้งภายในและภายนอก

ที่มา : <http://www.gotomanager.com/news/details.aspx?id=5892>

บริษัทเจ้าของ brand ที่ยอดเยี่ยมทั้งหลาย มีคุณสมบัติประการหนึ่งที่เหมือนกันคือ การมีความคิดว่า พนักงานทุกคนจะต้องเข้าใจอย่างชัดเจนว่า คำมั่นสัญญาของ brand ของตนคืออะไร และพวกเขาแต่ละคนจะต้องมีบทบาทอย่างไรจึงจะทำให้คำมั่นสัญญานั้นกลายเป็นจริง เมื่อเข้าใจแล้ว พนักงานทุกคนจะรู้ว่า จะต้องตัดสินใจและปฏิบัติงานประจำวันที่ได้รับผิดชอบอยู่อย่างไร จึงจะช่วยสร้างความเข้มแข็งให้แก่ brand ได้ และการตัดสินใจหรือการปฏิบัติงานแบบไหนที่ควรหลีกเลี่ยง เพราะอาจสร้างความเสียหายแก่ภาพลักษณ์ของ brand พนักงานในทุกระดับชั้นขององค์กรตั้งแต่ฝ่ายบริการลูกค้า ฝ่ายวิจัยและพัฒนา ฝ่ายขาย ผู้บริหารระดับสูงและฝ่ายทรัพยากรบุคคล จะช่วยกันทำให้คำมั่นสัญญาของ brand กลายเป็นจริง และรู้ว่าจะต้องทำอย่างไร จึงจะบรรลุวัตถุประสงค์ของ brand

Scott Davis และ Michael Dunn สองผู้ประพันธ์ซึ่งเป็นทีปกริษาธุรกิจชื่อว่า ธุรกิจที่มี brand เป็นกำลังขับเคลื่อนสำคัญ จะนำพาบริษัทไปสู่การเติบโตระยะยาว พวกเขาเสนอแนะวิธีที่ใช้ ได้ผลที่สุดหลายวิธี ที่ธุรกิจสามารถนำมาใช้ในการทำตามคำมั่นสัญญาของ brand ทุกครั้งที่มีโอกาสติดต่อสัมพันธ์กับลูกค้า ผู้ถือหุ้น หรือแม้แต่กับพนักงานภายในบริษัทเอง พวกเขาเรียกแนวคิดวิธีสร้าง brand ทั้งภายในและภายนอกบริษัทแบบนี้ว่า "operationalizing the brand"

กล่าวคือ การสร้าง brand ที่เริ่มต้นที่พนักงานทุกคนภายในองค์กรเอง จะต้องปฏิบัติงานอย่างสอดคล้องกันและมีมาตรฐานสม่ำเสมอทุกครั้ง ในการสนับสนุน brand และทำตามคำมั่นสัญญาของ brand ทั้งนี้ เพื่อประกันว่า ผู้ถือหุ้นและลูกค้าทุกคนจะรู้สึกพึงพอใจทุกครั้งหรือแม้กระทั่งรู้สึกตื่นเต้นทุกครั้งที่ได้มีประสบการณ์กับ brand

เริ่มด้วยการสร้าง brand จากภายใน

กลยุทธ์ที่ใช้สร้าง brand แบบ operationalizing คือการจัดการให้คุณค่าที่นำเสนอแก่ผู้ถือหุ้นหรือลูกค้าที่ปรากฏทั้งในร้าน ในแคตตาล็อกสินค้า หรือในร้านค้าออนไลน์ สอดคล้องต้องกันกับคำมั่นสัญญาของ brand บริษัทที่ต้องการสร้าง brand แบบ operationalizing จะต้องแน่ใจว่า พนักงานฝ่ายบริการลูกค้าพูดถึง brand เหมือนกับที่ฝ่ายขายพูด และจะต้องแน่ใจว่า ข้อมูลข่าวสารที่สื่อออกไปภายนอกทุกชิ้นจะต้องสอดคล้องต้องกันดี

การเริ่มต้นด้วยการสร้าง brand จากภายในก่อน จะช่วยให้บริษัทสามารถสร้าง brand ที่เข้มแข็งได้ โดยบริษัทจะสามารถทำตามค่านิยมสัญญาของ brand อย่างสอดคล้อง ได้ผลดีและสม่ำเสมอที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ วิธีสร้าง brand ทั้งภายในและภายนอกแบบนี้จะช่วยให้บริษัทสามารถควบคุมความเป็นไปของ brand ได้

Building the Brand-Driven Business ยังอธิบายว่าเหตุใดแนวคิดวิธีการสร้าง brand แบบ operationalizing จึงทวีความสำคัญมากขึ้นกว่าที่เคยเป็นมา นอกจากนี้ยังริเริ่มทฤษฎีที่ว่า ยุทธศาสตร์ของธุรกิจกับยุทธศาสตร์ของ brand คือสิ่งเดียวกัน ผู้ประพันธ์ได้เรียกประสบการณ์ที่แตกต่างกันแต่ละครั้งที่ลูกค้าได้รับการมีปฏิสัมพันธ์กับ brand ว่า "touchpoint"

ทั้งนี้ ผู้ประพันธ์ได้แนะนำกลวิธีในการระบุและประเมินความสำคัญของ touchpoint ทั้งหมดที่เกิดขึ้นตลอดวงจรการซื้อของลูกค้า โดยประเมินตามระดับของอิทธิพลที่แต่ละ touchpoint มีต่อลูกค้าและผู้ถือหุ้น ในการพยายามจัดลำดับความสำคัญของ touchpoint นี้ ทำให้เราได้เห็นถึงพฤติกรรมการพัฒนาความสัมพันธ์กับ brand ของลูกค้า ซึ่งมีทั้งหมด 3 ขั้นตอน

รักษาค่านิยมสัญญาของ brand

ผู้ประพันธ์กล่าวถึงพฤติกรรมการพัฒนาความสัมพันธ์กับ brand ของลูกค้า ซึ่งได้แก่ ขั้นตอนก่อนการตัดสินใจซื้อ ขั้นซื้อ และขั้นหลังการซื้อ ในแง่ของกลวิธีที่บริษัทสามารถนำมาใช้เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าในขั้นก่อนการซื้อ รักษาความพึงพอใจของลูกค้าไว้ให้ได้หลังจากซื้อสินค้าแล้ว และรักษาสัมพันธภาพระหว่างลูกค้ากับ brand ให้คงอยู่ตลอดไป เพื่อให้เกิดการซื้อซ้ำได้ง่ายในอนาคต

ต่อจากนั้น ผู้ประพันธ์ได้เจาะลึกลงไปในเรื่องละเอียดของการทำตามค่านิยมสัญญาของ brand ภายในองค์กร ซึ่งจะเปิดโอกาสให้องค์กรสามารถรักษาค่านิยมสัญญาของ brand ต่อลูกค้าภายนอกได้อย่างสม่ำเสมอ โดยพนักงานทุกคนจะต้องมีส่วนในการช่วยรักษาค่านิยมสัญญาของ brand ในการปฏิบัติงานประจำวัน

การวัดผลกิจกรรมต่างๆ ที่ใช้ในการสร้าง brand จึงเป็นสิ่งสำคัญในการบรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของ brand และยังสามารถเก็บไว้เป็นบทเรียนเพื่อปรับปรุงการจัดกิจกรรมต่างๆ ที่จะใช้ในการสร้าง brand ในครั้งต่อไปให้ดีขึ้น

ตัวอย่างของบริษัทยักษ์ใหญ่ที่ประสบความสำเร็จในการสร้างแบรนด์ทั้งภายในและภายนอกองค์กรก็เช่น FedEx, Virgin และ 3M ซึ่งได้สร้างวัฒนธรรมการทำงานที่ให้ความสำคัญกับ brand เป็นอันดับหนึ่ง โดยพนักงานทุกคนจะปฏิบัติงานอย่างรักษาคำมั่นสัญญาของ brand ในการทำงานประจำวันเสมอ