

สูตรลับ...สร้างแบรนด์ดัง ตอนที่ 2

โดย เกษม พิพัฒน์เสรีธรรม

ที่มา : http://www.marketeer.co.th/inside_detail.php?inside_id=2718

ในคราวนี้จะเผยเคล็ดลับการสร้างแบรนด์ของลิเคียวร์ (Liqueur) หรือเหล้าหวาน 2 ตัว ซึ่งโดยความเห็นส่วนตัวของผมแล้วจัดเป็นเหล่าที่มีศิลป์ในการผลิตมากและส่วนใหญ่เน้นที่สูตรเร้นลับของการผลิต

ก่อนจะเล่าเรื่องเมาของเหล้าลิเคียวร์ ขอทบทวนความเข้าใจในเรื่องการสร้างแบรนด์กันก่อน ซึ่งต้องเข้าใจความแตกต่างของ "Brand Image" "Brand Identity" และ Brand Position"

Brand Image : ภาพลักษณ์ของแบรนด์ คือ ภาพของแบรนด์ในใจลูกค้า / ผู้บริโภค

Brand Identity : เอกลักษณ์ของแบรนด์ คือ ภาพของแบรนด์ที่ต้องการให้เกิดขึ้นในใจลูกค้า / ผู้บริโภค

Brand Position : ตำแหน่งของแบรนด์ คือเอกลักษณ์ของแบรนด์และคุณค่าที่น่าเสนอและสื่อสารกับลูกค้า / ผู้บริโภค

เหล้าลิเคียวร์ที่ผมจะเล่าถึงกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ 2 ตัวนี้ใช้หลักคุณสมบัติทางกายภาพ (Product Attribute) มาสร้างเอกลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Identity)

เพื่อเป็นการปูพื้นความเข้าใจของท่านผู้อ่านคงต้องให้คำจำกัดความของเหล้าก่อน ลิเคียวร์ คือ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ทำจากการผสมหรือกลั่นเหล้าต่างๆ เช่น บรั่นดี วิสกี้ รัม ยินกับเครื่องปรุงแต่งรสชาติกลิ่น สีต่างๆ ซึ่งอาจจะเป็น ผลไม้ สมุนไพร นม กาแฟ ฯลฯ สุดแต่ความ

พิเรนและสร้างสรรค์ของผู้ผลิต เช่นเมื่อหลายปีก่อนมีเหล้าหวานที่ทำจากขิง ซึ่งผลิตโดยบริษัทฝรั่งในประเทศจีน แล้วก็เลือกที่จะสร้าง Brand Identity จากสรรพคุณของขิง โดยอ้างสรรพคุณของขิงที่ช่วยเสริมพลังรักของพระนางซูสีไทเฮา.....จริงหรือเปล่าก็ไม่รู้?? แต่รูปแบบของขวดและการโฆษณาประชาสัมพันธ์ช่วยสร้างตำแหน่งของแบรนด์ (Brand Position) ให้รู้สึกเป็นเจ้าของเหล้าตัวนี้คงมีสรรพคุณขนาดพี่ของไวอากร้าทีเดียว !!!

ลิเคียวร์นี้ทางอเมริกาจะเรียกว่า "คอร์ดียัล" (Cordial) ชื่อแตกต่างของเหล้าหวานจากสุราประเภทอื่นๆคือต้องมีน้ำตาลอย่างน้อย 2.5% โดยน้ำหนัก น้ำตาลนี้อาจจะได้จากผลไม้ น้ำผึ้ง ฯลฯ

เอาละครับคราวนี้ผมจะเล่าตำนานและเคล็ดลับการสร้างแบรนด์เหล้าลิเคียวร์ตัวดังของโลกพอกหมปากหมคอค (เมากำลังดี) สัก 2 ตัว ตัวแรกคือ ลิเคียวร์สุดยอดของสก๊อตแลนด์ ที่มีประวัติความเป็นมามากว่า 250 ปี ตั้งแต่กษัตริย์ของชาวสก๊อตที่ชื่อ Prince Charles Edward Stuart

หรือที่รู้จักกันแพร่หลายในนาม Bonnie Prince Charlie ก็พวก Brave Heart อย่างที่เราเห็นในภาพยนตร์ ตามประวัติศาสตร์เล่าว่า พระองค์ทรงยกทัพไปทวงราชบัลลังก์คืนจากอังกฤษ ที่ตอนนั้นปกครองสก๊อตแลนด์อยู่ ผลการรบปรากฏว่าพวกสก๊อตแพ้ (คงเมามากไปหน่อย) ตัว Prince Charlie เองก็เกือบเอาชีวิตไม่รอดดีแต่ว่าได้องครักษ์เอกอย่าง Captain John Mackinnon ช่วยชีวิตไว้ พระองค์จึงมอบสูตรลับการผลิตลิเคียวร์ให้ ซึ่งตระกูล Mackinnon ก็เก็บสูตรลับนี้ไว้ก้นเหล้าไว้ดื่มเองในครอบครัวจนถึงปี 1906 (เกือบ 150 ปี) จนถึงทายาทรุ่นที่ 4 นาย Malcolm Mackinnon จึงผลิตเหล้าหวานตัวนี้ออกขายโดยตั้งชื่อว่า "ดรัมบลู" (DRAMBUIE) ซึ่งส่วนผสมหลักก็คือ Malt Whisky ชั้นดี น้ำผึ้งและ "สูตรลับ"

ในคราวที่ผมไปเยือนโรงกลั่นนี้ที่ซานเมือง Edinburgh ที่เป็นเมืองสวยมากมีปราสาทเก่าๆ และเรื่องราวของวัฒนธรรมสก๊อตแลนด์เยอะมาก UNESCO จัดให้เป็นเมืองเอกด้านศิลปะของโลกทีเดียว แหมคุยเรื่องเมืองจนเกือบลืมที่จะบอกว่าคุณ Malcolm Mackinnon Junior ทายาทรุ่นที่ 5 ที่ติดอันดับมหาเศรษฐีของโลกเล่าให้ผมฟังว่าสูตรลับการผลิตนี้จะถ่ายทอดให้เฉพาะผู้หญิงในตระกูลเท่านั้น ปัจจุบันมีแต่ภรรยาของเขาเท่านั้นที่รู้และเป็นผู้ปรุงสูตรลับนี้ เชื่อหรือไม่ครับว่า...คุณเธอไม่เคยเฉลยบอกสามีเลยแม้สักครั้งเดียว!!!

ผมเล่าความเป็นมาของ Drambuie สักยี่สิบขวบก็ต้องการแสดงให้เห็นถึงกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ ที่เขาสร้างเรื่องราวย้อนอดีตขายความเป็นชาติของสก๊อตและสูตรลับการผลิตจากกษัตริย์เมื่อให้เกิดพลังกับ Brand Identity นี้โดยอาศัยสรรพคุณของส่วนผสมที่ดีที่สุดที่ทั่วโลกยอมรับไม่ว่าจะเป็น Malt Whisky ชั้นดี(เขาไม่บอกยี่ห้อ) น้ำผึ้ง (ดีแบบไม่ต้องพิสูจน์) และสุดยอดคือ "สูตรลับ" ที่ทำให้แบรนด์แตกต่าง หากใครคิดจะเลียนแบบ

ส่วนคุณค่า (Brand Value) ที่วางไว้คือ เหล้าลิเคียร์ตำนานของสก๊อตแลนด์ เรื่องแบบนี้เองครับที่เขาสร้างแบรนด์จนประสบความสำเร็จ เพราะเมื่อท่านดื่ม Drambuie คงจินตนาการถึงความแข็งแกร่งของนักรบชาวสก๊อต ปราสาทใหญ่โตในเมือง Edinburgh ฯลฯ

Drambuie จัดเป็นลิเคียร์อันดับต้นๆ ของโลก บริษัทมีสินค้าตัวเดียวก็เลี้ยงตัวอยู่ได้สบายครับ หากจะลองดื่มแนะนำให้ลองค็อกเทลยอดนิยมของโลกคือ "Rusty Nail" ซึ่งคือ Drambuie ผสมสก๊อตวิสกี้และตัดรสหวานด้วยซอส Tabasco เล็กน้อย ฝรั่งชอบกันมาก โดยเฉพาะหลังจกดื่มเบียร์มากๆ แต่ผมว่าออกจะหวานและแรงไม่น้อยสำหรับคนไทยเรา.... เมาเร็วครับ

ข้ามมาฝั่งประเทศฝรั่งเศสผมอยากจะทำให้ท่านผู้อ่านได้รู้จักสุดยอดอมตะ ลิเคียร์ของฝรั่งเศสและของโลก "เบนนิดีติน ดอม" (Benedictin Dom)ซึ่งมีประวัติการผลิตย้อนหลังไปเกือบ 500 ปี ตามตำนานเล่าว่าประมาณปี ค.ศ.1510 นักบวช Dom Berhado Vincelli ได้ทดลองผสมสมุนไพรต่างๆ กับเหล้าไวต์เป็นยาบำรุงร่างกายภายในสำนัก ซึ่งได้ผลดีเกินคาดเพราะทำให้พระนิกายนี้ บึงบึงกันทั่วหน้า สูตรลับการผลิตเหล้าตัวนี้หายสาบสูญไปกว่าสามศตวรรษจนกระทั่งนาย Alexandre Le Grand มาพบและนำผลิตขายจนแพร่หลายไปทั่วโลก (รับทรัพย์เพลินเลยครับ) ผมได้มีโอกาสไปเยือนเมือง Fecamp ในแคว้นนอร์มันดีของฝรั่งเศสใกล้ๆ เมือง Le Harve

หรือบริเวณที่กองทัพสหรัฐฯยกพลขึ้นบกในสงครามโลกครั้งที่สอง บริเวณศูนย์กลางของเมืองนี้คือ

Benedine Palace ซึ่งสวยงามตระการตามากและเขาจัดเป็นพิพิธภัณฑ์แสดงสมุนไพรจากทั่วโลก(ซึ่งเขาว่าเป็นส่วนผสมของสูตรลับการผลิตที่ใช้เครื่องเทศและสมุนไพรมากกว่า 27 ชนิด) น่าทึ่งมากและทำให้ยอมรับใน Brand Identity ของ Benedictin Dom อย่างไม่ยากเย็น จุดนี้เช่นกันที่เขาสร้างแบรนด์จาก Product Attribute สรรพคุณของสมุนไพรที่ทั่วโลกยอมรับส่วน Brand Value คือคุณค่าของความเก่าแก่จากตำนานยาบำรุงร่างกายของนักบวชในอดีต....จะไม่เชื่อก็ค้นหาเหตุผลมาหักล้างจนเหนื่อยแน่ครับ

Benedictin Dom นิยมกันมากในยุโรปและอเมริกา ฝรั่งจะดื่มแบบค็อกเทลก่อนอาหาร โดยเฉพาะสูตร B&B (Benedictine และ Brandy) นอกจากนี้เหล้าตัวนี้ยังใช้ในการปรุงอาหารต่างๆ ได้อีกมาก

มีเรื่องน่าแปลกครับที่การสร้างแบรนด์ของเหล่าตัวนี้ไปได้ดีทั่วโลกแต่ชาวเอเชียโดยเฉพาะ
ชาวจีนในมาเลเซียและสิงคโปร์กลับนิยมดื่มบำรุงร่างกายโดยเฉพาะในสตรีที่ต้องดื่มเป็นประจำ

ช่วงอยู่ไฟหลังคลอด !! เรียกว่าเป็นสิ่งจำเป็นที่แม่บอกต่อจากรุ่นสู่รุ่น (ใครล่ะจะกล้าขัด
ใจแม่) ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะชาวจีน เชื้อ และนิยมผสมสมุนไพรกับเหล่าดื่มอยู่แล้ว...เลยทำให้
Brand Position และ Brand Value แตกต่างไปบ้างแต่กลับส่งผลดีต่อยอดขาย เชื้อหรือไม่ครับ
ยอดขายเหล่าตัวนี้ในมาเลเซียและสิงคโปร์รวมกันมากกว่า ยอดขายในประเทศอื่นๆ ทั่วโลก !!!

ในมาเลเซียและสิงคโปร์รวมทั้งแถบยาวราชและหาดใหญ่ ในประเทศไทยท่านสามารถ
หาซื้อเหล่าตัวนี้แม้กระทั่งในร้านขายยาจีน ขึ้นชื่อว่าเป็นเหล่า (ไม่ใช่ช้ำ) ดื่มน้อยๆ แต่ทุกวันก็ติด
ครับ นี่แหละยอดขายจึงมหาศาลมาก

ท่านผู้อ่านคงเห็นพลาณภาพของ "สูตรลับ"ที่นำมาสร้างแบรนด์โดยเน้นสรรพคุณ ในสิ่งที่
ยอมรับ(โดยไม่ต้องพิสูจน์)มาเป็น Product Attribute แล้วขายความเก่าแก่น่าเชื่อถือแค่นี้เองก็ทำ
ให้Brand ทั้งสองตัวนี้เป็นลิเคียวรอมตะ ที่มียอดขายอยู่ได้สบายๆมานานหลายร้อยปี