

ตราสินค้าแบบไหนโดนใจลูกค้า?



พ.ศ. ๒๕๓๓ ๒๕๖๓
e-mail : vichit@on @ sru.ac.th

ผู้อำนวยการศูนย์วิจัยพฤติกรรมผู้บริโภค คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

สวัสดีครับท่านผู้อ่านทุกท่าน ตอนนี้เราจะมาศึกษากันนะครับว่า ตราสินค้าแบบไหนที่ลูกค้าต้องการ ในแนวคิดเกี่ยวกับตราสินค้านั้นไม่ใช่แค่เพียง LOGO ของสินค้าเท่านั้นนะครับ แต่มันยังส่งผลคุณค่าหลัก (Core Value) ของธุรกิจต่อลูกค้าและ Supplier อีกด้วย การสร้างตราสินค้าจะทำให้เกิดการรักษาภาพลักษณ์ และการมีชื่อเสียงของธุรกิจที่จะส่งผลต่อประสบการณ์ของลูกค้าที่มีต่อธุรกิจทั้งในปัจจุบันและในอนาคต การสร้างตราสินค้านอกจากจะส่งผลดีต่อลูกค้าแล้ว ยังส่งผลต่อขวัญและกำลังใจของพนักงานในบริษัทอีกด้วยหากพนักงานเหล่านั้นทำงานในบริษัทที่มีตราสินค้าที่มีชื่อเสียงลูกค้าจำได้ย่อมส่งผลดีต่อพนักงานในการทำงานและแน่นอนย่อมทำให้พนักงานเหล่านั้นทำงานอย่างมีประสิทธิภาพส่งผลต่อยอดขายและกำไรของบริษัทได้ไม่ยาก

การสร้างตราสินค้าสิ่งที่สำคัญที่สุดประการแรกที่ต้องให้ความสำคัญก็คืออะไรที่ลูกค้าต้องการและผู้ประกอบการสามารถรับประกันการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีแค่ไหน ไม่ว่าจะเป็นการรับประกันในสินค้าและบริการที่มีต่อความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญ การสร้างตราสินค้าผู้ประกอบการสามารถกำหนดแนวทางหลักๆ ในการดำเนินงานดังนี้คือ

1. ผู้ประกอบการต้องศึกษาว่าบริษัทมีสิ่งใดหรือปัจจัยใดที่เป็นปัจจัยในการสร้างความสำเร็จในแง่ของการ เช่น บริษัทเรามีการออกแบบสินค้าและบริการดีกว่าคู่แข่ง การบริการเป็นเลิศ เป็นต้น หลังจากนั้นผู้ประกอบการต้องหาวิธีในการนำเสนอข้อดีเหล่านี้ให้แก่ลูกค้าโดยในขั้นตอนนี้ผู้ประกอบการต้องคิดหาคุณค่าที่จะสร้างตราสินค้านั้นเอง (Brand Values)

2. หลังจากที่ผู้ประกอบการทราบถึงคุณค่าของตราสินค้าแล้ว ขั้นตอนต่อไปก็คือการที่ผู้ประกอบการต้องศึกษาว่าลูกค้าต้องการอะไร เพื่อที่จะนำเอาคุณค่าในตราสินค้าที่บริษัทมีมานำเสนอให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าหรือไม่ว่าจะเป็นวิธีการในการเข้าถึงลูกค้า

หรือการหาวิธีการให้ลูกค้ารับรู้ในตราสินค้าที่เกิดขึ้น

การสร้างตราสินค้าผู้ประกอบการสามารถศึกษาได้จากลูกค้าเดิม โดยถามลูกค้าเดิมว่าเขาต้องการให้เรานำเสนออะไรต่อเขา และหากเป็นลูกค้าผู้คาดหวัง เราก็สามารถถามลูกค้าได้เลยว่าในตราสินค้าแบบไหนถึงจะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของเขา

จากประเด็นนี้จะเป็นประเด็นหลักในการเริ่มต้นในการสร้างตราสินค้า นั่นคือผู้ประกอบการจะต้องให้ความสำคัญกับประโยชน์ที่จะเสนอให้กับลูกค้านั่นเอง

3. หลังจากที่ผู้ประกอบการกำหนดคุณค่าของตราสินค้าและความต้องการของลูกค้าแล้วขั้นตอนต่อไปจะเป็นขั้นตอนในการเลือกการสื่อสารตราสินค้าไปยังกลุ่มผู้บริโภค โดยการสื่อสารตราสินค้าจะประกอบไปด้วย

- ชื่อบริษัท
- ชื่อสินค้าและบริการ
- สโลแกนของบริษัท/สินค้าและบริการ
- โลโก้
- รูปแบบและคุณภาพของสินค้า
- บรรจุภัณฑ์
- วิธีการส่งเสริมทางการตลาด
- บรรยากาศและสภาพแวดล้อมในการทำงานของบริษัท และ
- Website ต่างๆ ของบริษัท

จากประเด็นดังกล่าวในการเริ่มต้นคิดที่จะสร้างตราสินค้า คงไม่ยากเกินไปสำหรับผู้ประกอบการนะครับ แต่สิ่งที่สำคัญในครั้งนี่ก็คือ เมื่อสัญญากับลูกค้าที่ส่งผ่านคุณค่าในตราสินค้าที่ลูกค้าได้รับแล้วผู้ประกอบการต้องทำให้ได้ตามที่สัญญานะครับจึงจะทำให้ลูกค้าเกิดการตัดสินใจซื้อและซื้อซ้ำในที่สุด

สนใจข้อมูลทางธุรกิจเพิ่มเติม ค้นหาข้อมูลได้ที่ www.dollarsrich.com

