

รติวัลค์ อัญมณกุล

'การทำแบรนด์ดังสิ่งที่ใหญ่ที่สุด คือเรื่องของคน'

HR YOUNG BLOOD

เอื้อมพว สิงทากญจน์
auem@matichon.co.th

"หัวใจของการ rebranding อยู่ที่การใช้ทั้ง internal และ external โดย

external คือการออกแบบสร้างสรรค์และผลิตงานสู่สาธารณะ ส่วน internal คือการปรับวิธีการทำงานในองค์กร รวมไปถึงการฝึกอบรมเพิ่มเติมความรู้แก่พนักงาน ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่สุดที่จะทำให้งานเป็นระบบมากขึ้น คำว่า JSL global media ในความเข้าใจ คือการ synchronize ทุกระบบให้สอดคล้องประสานกัน ไม่ใช่แค่กับต่างประเทศ แต่ภายในองค์กรก็ต้องทำงานแบบสอดคล้องกันด้วย เมื่อเราเจอเคสทางสู่การเป็น global media แล้ว ทุกฝ่ายก็ต้องให้ความสำคัญในเรื่องการบริหารจัดการที่ดี ซึ่งจะทำให้บริษัทสามารถเดินไปข้างหน้าอย่างแข็งแรงและมั่นคง"

นี่คือสิ่งที่ "รติวัลค์ อัญมณกุล" หรือ "แพรว" ชื่อที่คนในบริษัทเจเอสแอลเรียกขานกัน ต้องเร่งดำเนินงานภายหลังจากการเข้ามาเสริมทีมผู้บริหารเปิดประตูเจเอสแอล โกลบอลสู่มิติใหม่

ในฐานะที่หนึ่งเป็นหัวเรือใหญ่ในบริษัท โมโต จำกัด 1 ใน 9 บริษัทในเครือ เจเอสแอล ที่ดำเนินธุรกิจด้านการสร้างแบรนด์ งานสื่อสารองค์กร "รติวัลค์" จึงมีบทบาทสูงมากในการแปลงโฉมเจเอสแอลให้ทันสมัย ภายใต้ดูแลการดำเนินงานนั้นคือการให้ความสำคัญกับบุคลากร

ตลอดระยะเวลา 30 ปีที่ผ่านมา สิ่งที่เจเอสแอลเน้นมาคือการพัฒนาบุคลากร มีการฝึกอบรมเพิ่มเติมความรู้ด้านต่างๆ ศึกษารูขและพัฒนาศักยภาพพนักงานเพื่อสร้างสรรค์งานที่ตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่ม

ที่สำคัญองค์กรแห่งนี้ยังเปิดกว้างรับคนรุ่นใหม่ที่มีความคิดสร้างสรรค์เข้ามาร่วมงานอย่างต่อเนื่อง

ด้วยความที่แพรวเลือกเรียน visual communication arts ในช่วงปริญญาตรี ทำให้มีความรู้ด้านงานศิลปะเป็นพื้นฐาน เมื่อผนวกเข้ากับความรู้ด้าน marketing and communications ในช่วงที่เรียนปริญญาโท มุมมองความคิดในการบริหารจัดการองค์กรของผู้บริหารรุ่นใหม่คนนี้จึงก้าวไกลกว่าคนอื่น

"หลังจากที่เรียนจบ คุณแม่ (จ่านรรค์ศิริกัน หนูนกักดี) ก็ให้ออกไปต่อสู้ชีวิตด้วยตัวเอง ด้วยการก่อตั้งบริษัทโมโต เพราะเกรงว่าถ้าเข้ามาทำงานที่เจเอสแอลด้วยความที่เป็นลูก คนจะไม่กล้าสอนงาน"

ตรงนั้นทำให้ "รติวัลค์" ได้เรียนรู้ตั้งแต่การจัดตั้งบริษัท การบริหารจัดการองค์กร รวมไปถึงคิดงาน การขายงาน การผลิตชิ้นงาน เพราะบริษัทโมโตเป็นบริษัทเล็กๆ เพิ่งก่อตั้ง จึงต้องลงมือลุยงานเองทั้งหมด

"การทำแบรนด์ไม่มีกฎตายตัว ไม่ใช่ให้อ่านหนังสือมาแล้วจะทำได้ ที่สำคัญกว่านั้นคือการทำรีแบรนด์องค์กรนี้ประสบความสำเร็จ ต้องมีการปรับกระบวนการทำงานให้สอดคล้องกับแต่ละองค์กร"

"องค์ประกอบของการทำรีแบรนด์ไม่ได้มีเพียงเรื่องของโลโก้ สโลแกน พี.อาร์. การโฆษณา เพื่อสร้างให้แบรนด์เป็นที่จดจำเท่านั้น แต่สิ่งสำคัญที่จะทำใหรีแบรนด์ประสบความสำเร็จอยู่ที่ระดับผู้บริหารจะต้องเข้าใจองค์ประกอบของการสร้างแบรนด์ ต้องมีวิสัยทัศน์ในเรื่องนี้ เพราะหากสร้างแบรนด์ขึ้นมาแต่ให้สวยงามแต่ไม่ได้มีวิสัยทัศน์ โอกาสที่จะประสบความสำเร็จก็ยาก เพราะคนก็จะไม่เข้าใจว่าตัวโลโก้ หรือว่าตราสัญลักษณ์อันนี้มีเพื่ออะไร แล้วพันธกิจมีอะไรบ้าง"

ตลอดระยะเวลา 8 ปีที่ผ่านมา

"รติวัลค์" สร้างชื่อให้กับองค์กรอื่นมามากมาย มาวันนี้เธอเห็นว่า เจเอสแอลถึงเวลารีแบรนด์ครั้งแล้ว

เจเอสแอลมีประวัติศาสตร์อยู่แล้ว ซึ่งแบรนด์ที่ประสบความสำเร็จส่วนใหญ่คนต้องรู้จักว่าเรื่องราวของแบรนด์เป็นอย่างไร ดังนั้นต้องสื่อสารสิ่งเหล่านี้ออกไปภายนอกโดยนาลิ่งต่างๆ ที่มีอยู่จัดระเบียบใหม่ หันมาคุยว่าสิ่งที่เจเอสแอลมีอยู่คืออะไร สิ่งที่น่าสนใจที่สุดคือประสบการณ์ในเรื่องคุณค่าที่คนได้รับจากแบรนด์เจเอสแอล ซึ่งนั่นก็คือเรื่องของความสุข

ด้วยเหตุนี้จึงได้หยิบเรื่องของความสุขมาเป็น core ของแบรนด์เจเอสแอล

สิ่งที่ต้องทำต่อไปคือความสุขที่สร้างขึ้นมานั้นจะสื่อสารออกไปในรูปแบบใดได้บ้าง ก่อนลงมือทำรีแบรนด์ให้กับเจเอสแอล "แพรว" ได้ตั้ง 3 คำถามใหญ่

What you do ? คุณทำอะไร

Who you are ? คุณคือใคร

What you say ? คุณจะพูดออกมา

แสดงออกมายังไง

เมื่อสามารถหาคำตอบให้กับทั้ง 3 คำถามได้ ภาพต่างๆ ในการปฏิบัติการก็จะเริ่มชัดเจน

หลังจากได้แก่นของแบรนด์ ขั้นตอนต่อไปคือการทำแฮชแท็กกับคนข้างนอกว่า ขบวนการที่สื่อสารออกไปกับความเข้าใจของประชาชนทั่วไป ตรงกับสิ่งที่เจเอสแอลต้องการสื่อหรือไม่

และนี่คือที่มาของสโลแกนใหม่ Trusting your life ที่ทำให้คนสามารถสัมผัสได้ในหลายมิติ

ในมิติคนทำงาน ก็มีความรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรในการสร้างผลงานที่สร้างความสุขและมีสาระให้กับผู้ชมพนักงานก็มีความสุข

ในมิติของคนดูรายการทีวี ก็รู้สึกได้ถึงสารประโยชน์ต่างๆ ที่ได้จุดประกายความคิดให้เขามีชีวิตที่ดีขึ้น

มิติของแขกรับเชิญในรายการ ก็รู้สึกได้ว่าชีวิตของเขามีคุณค่า เพราะมีคนให้ความสนใจมาสัมผัสกับชีวิตของเขาในมุมที่คนอื่นไม่เคยได้เห็น เขาก็จะมีความสุข

ทั้งหมดแม้จะเป็นสิ่งที่มีอยู่แล้วในองค์กรแห่งนี้ แต่ที่ผ่านมาไม่เคยมีการนำไปจัดลำดับความคิดหรือสื่อสารออกไปข้างนอก

"รศิวัลลู่" จึงพยายามผลักดันแก่นตรงนี้ โดยเริ่มสื่อสารกับพนักงานภายในองค์กร ก่อน ให้ยึดสิ่งนี้ในการทำงาน ในการดำเนินชีวิต ไม่ว่าจะคิดจะสร้างสรรค์งานอะไรออกไป ก็ต้องไม่ลืมเรื่องของการสร้างความสุข

"การลงทุนในเรื่องของอุปกรณ์ที่ทันสมัย ไม่ได้ทำให้คอนเทนต์ของเราดีขึ้น แต่คอนเทนต์ที่ดี ที่มีสาระ เกิดจากคนที่สร้างมันขึ้นมา คนที่สร้างจะต้องเข้าใจตรงนี้กับส่วนที่เป็น external (ภายนอก) นั่นคือภาพลักษณ์ที่ออกไปต้องสะท้อนคุณค่าของบริษัท การผลิตคอนเทนต์ออกไป แต่ละอันต้องยึดแกนว่าเราจะต้องสร้างความสุขและความบันเทิงอย่างมีสาระให้กับผู้ชม ทั้งเรื่องของกราฟิก ฉาก จึงได้มีการปรับเปลี่ยนให้ดูทันสมัยขึ้น หรืออย่างพิธีกรก็พยายามจะหาคนที่มัลลู่ของคนที่ยืนสมัย เป็นคนรุ่นใหม่"

นั่นคือการทำแบรนด์ในระดับ

ยุทธศาสตร์ ในส่วนของระดับปฏิบัติการภายในองค์กรซึ่งมีความสำคัญไม่แพ้กัน

"รศิวัลลู่" บอกว่าจะต้องสื่อสารกับพนักงานทุกคนว่า การที่องค์กรต้องเปลี่ยนแปลงเพราะอะไร เพราะการที่จะทำให้คนในองค์กรรู้สึกภาคภูมิใจว่าเขาเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรที่ทำประโยชน์ให้กับสังคมเป็นเรื่องที่ยาก ไม่สามารถเปลี่ยนได้ภายในวันสองวัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่เจเอสแอลที่ทำงานกันแบบครอบครัวมาตลอด การจะเปลี่ยนอะไรไม่ใช่่ง่าย นอกจากจะสอดแทรกกิจกรรมต่างๆ เข้าไป แล้วการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพที่สุดคือการจับเข้าคุยกัน เพราะการทำแบรนด์คือ สิ่งที่ใหญ่ที่สุดคือเรื่องของคน

"สิ่งมีชีวิตมันมีอารมณ์ เพราะฉะนั้นการที่เอาอะไรที่เป็นล่อจูงมาใส่เข้าไป บางทีก็ไม่มีประสิทธิภาพ ต้องใช้เวลาในการทำความเข้าใจ จุดประกายให้เขาคิดว่ามันคืออะไรกับชีวิตเขา ครงนั้นจึงจะประสบความสำเร็จ เพราะการทำงานทุกคนต้องมีจิตที่จะทำร่วมกัน งานที่ออกมาจึงจะบรรลุเป้าหมาย"

"รศิวัลลู่" นับเป็นทายาทของผู้ยิ่งใหญ่ในวงการบันเทิงที่น่าจับตามองอีกคนหนึ่ง เพราะสิ่งที่เธอได้รับการบ่มเพาะจากผู้เป็นแม่นั้นคือพื้นฐานการทำธุรกิจที่ทำให้เจเอสแอลเติบโตและยิ่งใหญ่ในวันนี้

"แม้จะคอยสอนเสมอว่า ถ้าเราก้าวขึ้นมาเป็นผู้บริหารต้องคอยดูแลคนเยอะๆ สิ่งที่สำคัญที่สุดคือเรื่องความยุติธรรม ต้องดำเนินธุรกิจบนศีลธรรม แม้ไม่เคยสอนว่าคุณจะต้องเป็นเจ้าของกิจการพันล้าน แต่ไม่มีใครรัก คุณเป็นเจ้าของกิจการเล็กๆ แต่คุณมีคนรัก คนช่วยเหลือ แค่นี้ก็ถือว่าชีวิตคุณประสบผลสำเร็จแล้ว เพราะการประสบผลสำเร็จในชีวิตไม่ได้วัดกันด้วยเรื่องของเงิน หรือว่าความสำเร็จในเชิงกำไร ความสำเร็จในชีวิตคือคนรู้สึกที่เราทำประโยชน์ให้กับสังคม ทำประโยชน์ให้กับเขา อันนั้นคือสิ่งที่สำคัญที่สุด"