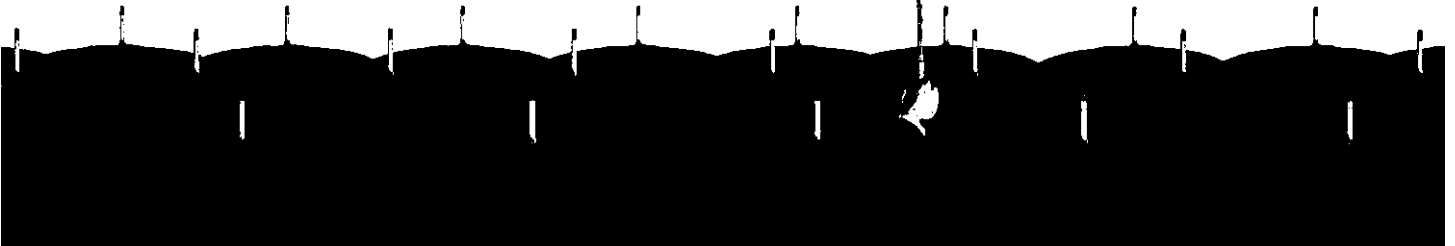
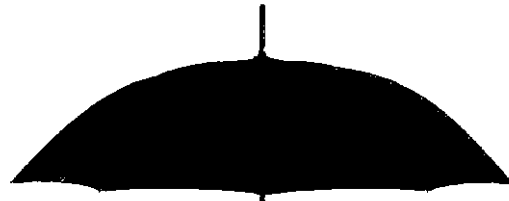


แปรนดักบฏ



ประเสริฐ เอี่ยมรุ่งโรจน์
 praserit@blacksheep.co.th
 www.blacksheep.co.th
 www.facebook.com/praseritblacksheep

แปรนดักบฏ หรือ Radical brand เป็นปรากฏการณ์ที่น่าติดตามถึงความเป็นมาว่าตัวคนที่แท้จริงมีความเป็นมาอย่างไร

คำจำกัดความของแปรนดักบฏคือ เป็นแปรนดักแหกกฎ

ผมหลีกเลี่ยงที่จะใช้คำว่า "คิดนอกกรอบ" เพราะเป็นคำพ้อง ซึ่งไม่สามารถสื่อให้เห็นถึงแก่นของความเป็นกฎที่สร้างสีสันให้แปรนดัก

แปรนดักบฏมันกฎสมชื่อเพราะ

1. แหกกติกาทุกอย่างที่ว่าด้วยการตลาด เป็นแปรนดักที่ไม่ใช้หลักเกณฑ์การตลาด ข้อสังเกตคือผู้บริหารของแปรนดักบฏจะไม่จบการศึกษาทางการตลาด ชอบทำตัวเองเหมือนเด็กเจ้าปัญหาตั้งคำถามต่อทุกสิ่งที่อยู่รอบตัว

2 ผู้บริหารสูงสุดขององค์กรจะทำหน้าที่เป็น Chief Marketing Officer ลงมาเล่นเรื่องการตลาดเอง และถือว่าการตลาดเป็นหัวใจขององค์กร

3. ให้เกียรติและเคารพผู้บริโภค

4. รู้ว่าตัวตนที่แท้จริงเป็นอย่างไร แล้วไปไกลแบบสุดเหวี่ยง

สุดยอดของแปรนดักบฏ คือแปรนดัก Virgin ซึ่งเป็นธุรกิจที่ก่อตั้งโดยคุณ Richard Branson เป็นกลุ่มบริษัทที่ทำธุรกิจ ตั้งแต่สาบเกาะเบลีซันเรียลมีถิ่นฐานที่ประเทศอังกฤษ ตัวอย่างของธุรกิจที่ Virgin ทำเช่น ธุรกิจสายการบิน การเงิน ไปจนถึงเครือข่ายโทรศัพท์มือถือ

แนวคิดในการทำธุรกิจของ Virgin อยู่บนพื้นฐานที่ว่า

1. เป็นธุรกิจที่ผู้บริโภคถูกเอาเปรียบ หรือไม่ได้รับการดูแลจากผู้ประกอบการ

2. เมื่อยักษ์หลับ หรือเมื่อการแข่งขันใน Category นั้นๆ ไม่ได้สร้างผลตอบแทนคุ้มค่านักของผู้บริโภค

Virgin จะเข้าไปในตลาดนั้นๆ โดยมีเป้าหมายต้องการเป็น Consumer champion วิธีการก็แสนง่ายคือแหกกฎที่อยู่ใน Category ด้วยข้อเสนอที่เข็ชชีกว่าคู่แข่ง

Richard Branson มีโรคประจำตัวคือโรค Dyslexia ซึ่งเป็นโรคที่มีผลต่อการเรียนรู้ ทั้งการเขียนและอ่าน แต่ความฉลาดไม่ได้ด้อยกว่าคนธรรมดา ผมถามเพื่อนที่เป็นหมอบพบว่า คนที่เป็นโรคนี้อาจมีคุณสมบัติพิเศษไม่เหมือนชาวบ้านอยู่หลายอย่างคือ เป็นคนเจ้าปัญหา และกล้าเกินมนุษย์ สองเป็นคนที่มีจินตนาการสูง

Richard Branson เรียนหนังสือไม่จบ และออกมาผจญโลกตั้งแต่อายุ 17 ผลงานชิ้นโบว์แดงที่ทำให้โลกธุรกิจต้องหันมามอง คือการก่อตั้งสายการบิน Virgin Atlantic เป็นสายการบินนานาชาติที่แข่งกับ British Airways อย่างเอาเป็นเอาตาย

Richard Branson สนใจที่จะทำธุรกิจการบิน เพราะเขาพบว่าปัญหาของผู้โดยสารที่นั่งเครื่องบินคือความเบื่อ เขาจึงสร้างข้อเสนอที่บ้าสุดขีด

Virgin Atlantic เป็นสายการบินแห่งแรกและแห่งเดียวในโลกที่ขายความเพลิดเพลินในการเดินทาง Virgin Atlantic ตามว่าทำไมเที่ยวบินที่บินข้ามทวีปประมาณแปดถึงสิบชั่วโมง จึงฉายภาพยนตร์ให้ผู้โดยสารดูเพียงหนึ่งหรือสองเรื่อง ทำไมอาหารที่ให้บริการถึงไม่ชวนอ่อยชะเลย

ด้วยคำถามเหล่านั้น Virgin Atlantic สร้างคำตอบที่เป็นกฎทางการตลาด

ประการแรกผู้โดยสารในชั้นประหยัด สามารถเลือกดูภาพยนตร์ เล่นเกม หรือฟังเพลงจากช่องสถานีทั้งหมด 45 ช่อง โดยแต่ละคนเลือกดูได้ตามรสนิยมของตนเอง เพราะมีจอมอร์นิเตอร์ส่วนตัวอยู่หน้าพนักเก้าอี้

เรื่องต่อมาอาหารที่บริการในชั้นธุรกิจมีให้เลือกถึง 4 เมนู นอกจากนั้นในชั้นธุรกิจยังมีบาร์ที่ให้บริการเพื่อให้ผู้โดยสารดื่มเหล้า และคุยสังสรรค์กัน

ที่เวอร์ลสุดขั้ว คือมีหมอบนรถบริการ สำหรับคนขี้เมื่อย

ส่วนบริการภาคพื้นดิน ผู้โดยสารชั้นธุรกิจจะมีรถรับส่งจากบ้านถึงสนามบิน โดยเป็น Drive in check through ไม่ต้องผ่านพิธีการตรวจสอบที่ยุ่งยาก ข้อเสนอที่เล่ามาอาจเป็นเรื่องธรรมดาในยุคสมัยนี้ แต่ลองนึกดูว่าสิ่งเหล่านี้เกิดขึ้นเมื่อสิบห้าปีที่แล้ว

กรุงเทพธุรกิจ

Krungthep Turakij
Circulation: 145,530

Section: First Section/-

วันที่: อาทิตย์ 28 พฤศจิกายน 2553

ปีที่: 24

ฉบับที่: 8102

Col.Inch: 120

Ad Value: 180,000

คอลัมน์: แกะดำทำธุรกิจ: แปรนดักบฏ

หน้า: 7 (ล่าง)

PRValue (x3): 540,000

คลิป: สีสี่

จะมีความเป็นกบฏมากแค่ไหน

การสร้างสีสี่เป็นสิ่ง Virgin Atlantic ชอบแสดงออก เมื่อปี 2000 ซึ่งเป็นปีข้ามศตวรรษ British Airways ต้องการมีส่วนร่วมโดยสร้าง London eye ซึ่งเป็นชิงช้าสวรรค์ยักษ์ตั้งอยู่ริมแม่น้ำเทมส์เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ชมวิวอันสวยงามของมหานครลอนดอน

ในวันที่ปั่นจั่นจะยกตัว London eye ขึ้นตั้ง ปรากฏว่าไซค์รายยกไม่ขึ้น Virgin Atlantic ขาประจำของ British Airways ตกฉวยโอกาส โดยส่งบัลลูนที่มีข้อความด้านข้างว่า "BA can't get it up" ไปลอยเหนือ London eye พร้อมส่งช่างภาพไปเก็บภาพแล้วส่งเป็นข่าวแจก

ในวันรุ่งขึ้น หนังสือพิมพ์ชั้นนำในอังกฤษนำเสนอข่าวนี้โดยทั่วหน้า ทำให้ British Airways หน้าแตก ในขณะที่ Virgin Atlantic เต็มพลังให้ตัวเองด้วยความขี้เล่น

โดยทฤษฎีการตลาด แปรนดักที่ขยายตัวอย่างไร้ขอบเขตอย่าง Virgin น่าจะประสบกับปัญหากับการขาดความชัดเจน ปรากฏว่า Virgin ยิ่งขยายตัวยิ่งมีสุขภาพที่แข็งแรงกว่าเดิม

ผู้รู้ให้ความเห็นว่าตัวตนของ Virgin คือ "ความเป็นตัวป่วน รักการแหกกฎ ทำตัวเป็นหนามยอกอกยักษ์ใหญ่" ถึงแม้จะทำธุรกิจมากมายหลายอย่างก็ไม่ทำให้ตัวตนของแปรนดักสับสน

ตรงกันข้ามกับเสริมให้แก่นแท้ของความเป็นกบฏเข้มข้นขึ้น