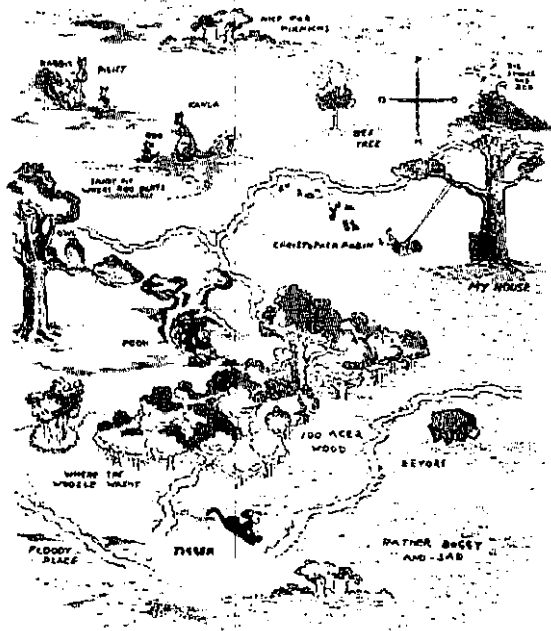




Biz@Design

■ สุวิทย์ วงศ์จิรวาณิชช์
bizatdesign@gmail.com

แปรนดการ์ตูน



คงปฏิเสธไปไม่ได้ว่า ตัวการ์ตูนที่ไม่ปรากฏอยู่บน
สินค้ามีผลอย่างยิ่งต่อการตัดสินใจซื้อโดยเฉพาะ
กับกลุ่มผู้บริโภคที่อยู่ในวัยเด็กและวัยรุ่นที่ล้วน
แล้วแต่มีการ์ตูนที่ชื่นชอบอยู่ในดวงใจ

สาเหตุหลักคงสืบเนื่องมาจาก ความชอบในบุคลิกของ
ตัวการ์ตูนนั้นๆ ชอบในความเป็นฮีโร่ปราบอธรรม ชอบเพราะ
ความน่ารัก ชอบในความสนุกสนานรื่นเริง และไม่ว่าจะชอบกัน
ด้วยเหตุผลใดก็ตามตัวการ์ตูนได้มีอิทธิพลต่อการบริโภคสินค้า
หรืองานบริการอย่างสูงโดยเฉพาะกับตลาดในบ้านเรา

สาเหตุหลักที่ทำให้ตัวการ์ตูนสามารถทำให้เด็กและวัยรุ่น
เกิดความหลงใหล สามารถแบ่งได้ออกเป็น 2 ส่วนคร่าวๆ

1. การสร้างเรื่องราวผ่านตัวการ์ตูน (Story Telling)
เป็นปัจจัยหลักในการสร้างการ์ตูนให้มีจุดขายที่ชัดเจนผ่าน
การร้อยเรียงเรื่องราวที่เด่นชัดและถูกถ่ายทอดออกมาอย่าง
สม่ำเสมอ

ยกตัวอย่าง เรื่องราวของ Winnie The Pooh เขียนโดย
A.A. Milne ได้ถูกกำหนดให้ตัวละครโกลด์และนอนอยู่ในป่า 100
เอเคอร์ พร้อมๆ กับการผจญภัยของผองเพื่อน Pooh, Piglet,
Tigger และ Eeyore ทำให้เกิด Brand Characteristic ที่
แสดงให้เห็นถึงความผูกพัน การผจญภัย และมีมิตรภาพที่ยั่งยืน
การสร้างเรื่องราวที่วันๆจะมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อการกำหนด

ภาพลักษณ์ให้กับแบรนด์ ว่ามีอัตลักษณ์อย่างไร เหมาะกับ
ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายไหน

2. ลักษณะนิสัยของตัวละคร (Character Personality)
เป็นอีกหนึ่งปัจจัยหลักที่ทำให้เรื่องราวดำเนินไปอย่างมีอรรถรส
สิ่งสำคัญที่สุดในการสร้างตัวการ์ตูนก็คือการใส่บุคลิกนิสัยความ
ชอบ ความถนัด ฯลฯ ลงไปในตัวการ์ตูนให้ได้มากที่สุด เพื่อให้
ตัวละครนั้นๆ มีชีวิตจริง โดยที่ผู้บริโภคสามารถจับต้องได้

ยกตัวอย่าง Pooh กับเอกลักษณ์ของการไล่สี่สีแดงที่
ดูเหมือนแอมวอลอย พร้อมๆ กับอุปนิสัยที่ชอบทานน้ำผึ้ง มองโลก
ในแง่ดีโดยตลอด แถมยังมีความน่ารักเหมือนเด็กวัย 5 ขวบ ใน
ขณะที่ Tigger ซึ่งอยู่ในเรื่องเดียวกัน สื่อถึงความสนุกสนาน
โลดโผนตามวัยเด็ก ชอบกระโดดไปทั่วป่า 100 เอเคอร์ รักการ
ผจญภัย เป็นต้น

สิ่งสำคัญที่ทำให้แบรนด์การ์ตูนมีชีวิตที่ยืนยาว ก็คือ

การสร้างโครงเรื่องของการ์ตูนที่จะต้องมีความชัดเจนว่าเรื่องนั้น
เกิดที่ไหน มีตัวละครกี่คน ลักษณะการเดินทางเรื่องจะเป็นอย่างไร
 ฯลฯ เหมือนดังเช่น แปรนด Winnie the Pooh ที่ถูกคิดเขียน
ขึ้นมาครั้งแรกในปี 1926 ภายใต้ชื่อหนังสือ "Winnie The
Pooh" จากวันนั้นจนถึงวันนี้ กว่า 84 ปีของการสร้างสรรค์
รูปแบบและเรื่องราวการผจญภัยที่หลากหลายของ Pooh และ
ผองเพื่อนก็ยังคงอยู่ในป่า 100 เอเคอร์ พร้อมๆ กับตัวละครที่
ยังคงสื่อถึงมิตรภาพที่มั่นคง

แม้ว่าตัวละครแต่ละตัวจะมีลักษณะนิสัยที่แตกต่างกัน
จึงไม่น่าแปลกใจเลยว่า Winnie the Pooh ได้กลายเป็น
การ์ตูนที่ชื่นชอบขวัญใจวัยเด็ก และวัยรุ่นของคนทั้งโลก
นี่แหละคือส่วนผสมของการสร้างแปรนดการ์ตูนที่สำคัญ
โดยใช้ความสม่ำเสมอ (Consistency) ของการถ่ายทอด
เรื่องราวเป็นปัจจัยหลักในการสร้างแปรนดให้ยั่งยืนและมั่นคง
ซึ่งไม่แตกต่างจากการสร้างแปรนดผลิตภัณฑ์หรืองานบริการ
อื่นๆ เลย

ร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเพิ่มเติมได้ที่
www.facebook.com/suwitbrand