

จับตาไทเกอร์ วูดส์ ปรับยุทธศาสตร์ ทวงคืนตำแหน่งเซลบริตี้ แบนด์ สุดฮอต

เรื่องราวของ ไทเกอร์ วูดส์ ยังคงเป็นที่ฮือฮา และชวนให้ผู้ชื่นชอบ หรือแม้แต่คนที่เฉยๆ กับกีฬา กอล์ฟ ต้องคอยลุ้นตลอดเวลาว่าบทลงเอยของครอบครัวพญาเสือจะเป็นเช่นไร หลังจากล่าสุดเพิ่งมีข่าว ว่า เอลิน นอร์เดเกรน ภรรยาสาวชาวสวีดิชหอบลูกหอบเต้าขึ้นเครื่องหายหน้าหายตาไป ท่ามกลางข่าว ลือว่างานนี้ทั้งคู่อาจต้องขึ้นโรงขึ้นศาลเพื่อเปิดศึกแย่งลูกทั้ง 2 คือ แซม ลูกสาววัย 2 ขวบ กับชาร์ลี ลูกชาย วัย 1 ขวบ

แมงเม่าที่ในวงการสื่อมวลชนต่างๆ คาดหมายกันไปต่างๆ นานา ถึงเหตุผลที่ทำให้ชีวิตคู่ที่ระหองระแหงอยู่ก่อนแล้ว กลับมาเย็นชา หนักขึ้นอีกว่า เป็นเพราะภรรยาสาวสวยไม่ปลื้มที่สามีตัวดีคืนสนาม แข่งเร็วเกินไป นับตั้งแต่วูดส์กลับมาแข่งขันกอล์ฟรายการ เดอะ มาสเตอร์ส ระหว่างวันที่ 8-11 เม.ย. ที่ผ่านมา และกำลังจะลงดวง ลิงอีกในรายการ เควล ฮอลโลว์ แซมเบียนชิป ระหว่างวันที่ 29 เม.ย.- 2 พ.ค. เนื่องจากมองว่าวูดส์ไม่จริงใจในการแก้ปัญหา

ใช้เพียงแค่ครึ่งภรรยาไม่ปลื้มเท่านั้น แต่บรรดานักการตลาด และ เจ้าของผลิตภัณฑ์ และบริการจำนวนไม่น้อยก็ไม่ปลื้ม และทำใจไม่ได้ ด้วยเช่นกัน หลายรายจึงถอนตัวออกจากการเป็นผู้สนับสนุน แถมยัง ถอดรูปภาพของพี่เสือที่เคยเป็นพรีเซนเตอร์ออกไปด้วย เนื่องจากทุกรายเริ่มได้รับผลกระทบด้านลบทางธุรกิจไปบ้างแล้ว เพียงแต่วิธีแก้ไข ปัญหา หรือปรับตัวสู้กับสถานการณ์ของสินค้าแต่ละแบรนด์จะแตกต่างกันออกไป

ต่อจากหน้า (A1)

อย่างเช่นกรณีผลิตภัณฑ์กีฬาและ รองเท้ากีฬาอย่างไนกี้ ก็ได้รับผลกระทบ และเจอของแข็งจากนักกอล์ฟมืออาชีพที่ ให้การสนับสนุนไทเกอร์ วูดส์ มานานเหมือนกัน เพียงแต่การตัดสินใจของผู้บริหารไนกี้ คือพร้อมที่จะให้เวลาและอดทน รอได้ จนกว่าจะถึงวันที่อีโรว์วงการกอล์ฟอย่าง คาสโนวูดส์จะปรับตัวและแก้ปัญหาได้ลุล่วง จนทวนคืนกลับวงการกอล์ฟอย่างมั่นใจ

การถอนตัวของสปอนเซอร์หลายราย ในช่วงเวลาเพียงไม่กี่เดือนที่ผ่านมา ได้ กัดตันทันอย่างมากมายอยู่แล้วให้วูดส์ต้องหยุด ลงแข่งขันในโปรแกรมกอล์ฟหลายทัวร์นา เมนต์ที่ผ่านมา และใช้เวลาส่วนใหญ่กับการ ขอคำแนะนำจากที่ปรึกษาว่าจะเดินหมาก ในการแก้ไขสถานการณ์ที่เลวร้ายและนำ อับอายที่เกิดขึ้นอย่างไรโดยที่ไนกี้ไม่มีความ จำเป็นจะต้องเพิ่มแรงกดดันให้กับไทเกอร์ วูดส์ อีก

ประการแรก ไนกี้มีความเชื่อมั่นว่าใน ฐานะของนักกีฬาอาชีพแล้ว ฝีมือลายมือ ของไทเกอร์ วูดส์ ไม่ได้ตกลงไปเพราะ เรื่องอื้อฉาวที่เกิดขึ้น นั่นหมายความว่า ความเป็นพรีเซนเตอร์ที่ไนกี้ต้องการยังคงอยู่ และพร้อมที่จะสร้างมูลค่าเพิ่มทางการตลาด ให้กับไนกี้

ประการที่สอง การแก้ไขในเรื่องนี้ ต้องการเวลา และเมื่อเวลาผ่านไปก็จะพอ มองเห็นว่าภาพลักษณ์ของไทเกอร์ วูดส์ สามารถเรียกคืนและพลิกฟื้นจนคงคุณค่า ของความเป็นเซลบริตี้ แบนด์ได้หรือไม่ ประการที่สาม นักกอล์ฟฟูลทัว 2 ได้



อ่าน A2

เริ่มดำเนินการแก้ไขสถานการณ์ด้วยการออกมาให้ข่าวยอมรับผิดแล้ว หลังจากที่ปิดปากเงียบมาตั้งแต่เรื่องอื้อฉาวเริ่มขึ้นเมื่อเดือนพฤศจิกายนปีที่แล้ว ซึ่งน่าจะช่วยเหลือคลายความตึงเครียดได้ระดับหนึ่ง แม้ว่ายังไม่ชัดเจนว่า ไทเกอร์ วูดส์ จะทวนคืนสิ่งเวียนกอล์ฟเมื่อไรก็ตาม

ประการที่สี่ ไทเกอร์ยังคงยืนยันนโยบายทางการตลาดที่จะเป็นผู้ให้การหนุนหลังและสนับสนุนทีมนักกีฬาทั้งทีม หรือเป็น

อ่านต่อหน้า A19

จับตาไทเกอร์ ●

สนับสนุนทีมนักกีฬาถึง 9 ทีมจาก 32 ทีมที่ลงแข่งขันในวีลด์คัพ

อย่างไรก็ตาม ไทเกอร์ วูดส์ จะตั้งหลักได้หรือไม่ และกลับสู่ชัยชนะในการแข่งขันกอล์ฟอีกครั้งหรือไม่ ออกจะเป็นเรื่องที่น่าทึ่งเหนือการควบคุมของผู้บริหารงานทางการตลาดของไนกี้ และยากจะคาดหมายผลลัพธ์สุดท้ายได้ในเวลานี้

การตัดสินใจรอคอยการกลับมาสู่วงการของความเป็นแบรนด์ของไทเกอร์ วูดส์ เป็นการสะท้อนถึงการให้โอกาสและยอมรับการกลับตัวกลับใจของคนที่เคยผ่านการกระทำที่ผิดพลาดในอดีต และช่วงเวลาที่ยาวนานแค่ไหนนี่เป็นการวัดดวงและชะตากรรมของทั้งพญาเสือและไนกี้เองด้วย เนื่องจากก่อนหน้านี้พ่อเสือลูก 2 ได้ถูกขูดค้ำชีวิตทั้งในมุมมืดและลับเฉพาะ โดยมีการตีแผ่และเขียนข่าวกันจนแทบจะทุกชอกทุกมุมไปแล้วในช่วงเวลานับเดือนที่ผ่านมา จนทำให้ผู้คนประเมินระดับคุณค่าในด้านจริยธรรมของการใช้ชีวิต และความรับผิดชอบต่อครอบครัวของนักกอล์ฟมืออาชีพขวัญใจของทั่วโลกกันใหม่สู่ระดับที่นักข่าวเรียกว่า จากแย่งแย่งที่สุด และแย่งที่สุดของที่สุด จากความเป็นซูเปอร์ฮีโร่ จนตกต่ำสู่สามัญอย่างแทบไม่น่าเชื่อ

แม้เพียงหัก

แต่คุณค่าของแบรนด์ยังไม่พัง

มาถึงวันนี้ นักการตลาดดูเหมือนว่าจะ

ได้คำตอบ และสามารถบอกได้แล้วว่า เมื่อฟรีเซนเตอร์ที่เป็นนักกีฬามืออาชีพ และดาวเด่นของวงการกีฬาเจอเรื่องร้ายแรงที่สุดแบบนี้ ความเป็นแบรนด์ของไทเกอร์ วูดส์ จะยังคงอยู่ต่อไปได้หรือไม่

สิ่งที่นักการตลาดค้นพบแล้วในวันนี้คือ ความเป็นแบรนด์และคุณค่าของแบรนด์ไทเกอร์ วูดส์ ยังคงมีมูลค่าเป็นบวกอย่างมากมาย และจะยังคงดำเนินต่อไปในการตลาดโลก มิได้ล่มสลายไปจากตลาดเหมือนกับชีวิตครอบครัวและเพื่อนฝูงของเจ้าของแบรนด์แต่อย่างใด

ตามรายงานการศึกษาที่มีล่าสุดพบว่า ประเด็นของนักกอล์ฟเจ้าเสน่ห์อย่างวูดส์ ถือว่าเป็นสถิติของนักกีฬาอาชีพที่ทำหน้าที่เป็นฟรีเซนเตอร์ของแบรนด์ที่ถูกขูดค้ำแล้วมีความเสื่อมเสียมากที่สุดคนหนึ่งของบรรดานักกีฬาที่มี และเป็นผู้ที่ถูกขูดขบขี้บเรื่องราวและวุ่นวายมากที่สุดเท่าที่เคยมีมา

นอกจากนั้น การเปิดเผยพฤติกรรมในทางเสื่อมเสียด้านจริยธรรมของวูดส์ ได้ส่งผลให้เกิดปฏิกิริยาและการเคลื่อนไหวของบรรดาแบรนด์ดังที่เป็นสปอนเซอร์รุนแรงที่สุด เท่าที่บรรดาสปอนเซอร์จะออกมาดำเนินการได้ ซึ่งนั่นทำให้มีการประมาณการในระยะแรกๆ ว่าแบรนด์วูดส์ คงจะไปไม่รอดในระยะต่อไป

กระนั้น นิตยสารฟอร์บส์ ได้ประเมินแล้วว่า ความเป็นแบรนด์ของไทเกอร์ วูดส์ จะยังคงอยู่ได้ต่อไป และยิ่งกว่านั้นแบรนด์วูดส์จะสามารถทำรายได้จากการเป็นฟรีเซนเตอร์แบรนด์อื่นในเชิงพาณิชย์ได้ไม่น้อยกว่าปีละ 82 ล้านดอลลาร์ เทียบกับรายได้ก่อนหน้านี้ที่จะเกิดเรื่องร้ายๆ กับวูดส์ ซึ่งอยู่ที่ 105 ล้านดอลลาร์ จากบรรดาสปอนเซอร์ทั้งหลาย จะเห็นว่ามูลค่าของแบรนด์ไทเกอร์ วูดส์ ไม่ได้ลดลงไปมากนัก และด้วยรายได้ในระดับเกือบ 100 ล้านดอลลาร์ต่อปีเช่นนี้ คงจะทำให้วูดส์ติดอันดับของนักกีฬาที่มีรายได้มากที่สุดในอันดับต้นๆ ของโลกต่อไป แม้ว่าจะไม่มีรายได้จากการเล่นกอล์ฟเข้ามาเสริมเหมือนแต่ก่อนก็ตาม

เพื่อให้เห็นภาพว่าตอนนี้พ่อเสือของ

เรามีรายได้เพิ่มขึ้นหรือลดลงมากน้อยเพียงไหน อาจเทียบเคียงได้จาก เมื่อเดือนมีนาคมที่ผ่านมาเพิ่งมีการสำรวจรายได้นักกีฬา โดยนิตยสาร "ฟอร์จูน ฟุตบอล" ของฝรั่งเศส เผยถึงตำแหน่งนักฟุตบอลรายได้สูงที่สุดในโลกได้แก่ เมสซี แห่งทีม "เจ้าบุญทุ่ม" บาร์เซโลนา ขึ้นแท่นเบอร์ 1 ด้วยจำนวนเงิน 29.6 ล้านปอนด์ (ประมาณ 1,480 ล้านบาท) รองลงมาคือ เบคแฮม มีรายได้ต่อปีอยู่ที่ 27.3 ล้านปอนด์ (ประมาณ 1,365 ล้านบาท) สำหรับเหตุที่เบคแฮมตกมาอยู่อันดับ 2 เพราะรายได้จากค่าโฆษณาต่างๆ ลดลงไป แต่กระนั้นก็ยังเหนือกว่าปีกจอมลับ คริสเตียโน โรนัลโด แห่งค่าตัวแพงที่สุดในโลกของ รีล มาดริด 27 ล้านปอนด์ (ประมาณ 1,350 ล้านบาท คิดเป็นค่าเหนื่อย 11.7 ล้านปอนด์ และโบนัส 9 แสนปอนด์)

แต่ถ้าจะนับบรรดานักกีฬาที่มีรายได้สูงสุด เมสซี ยังตามหลัง ไทเกอร์ วูดส์, ฟิลมิคเคลสัน (กอล์ฟ) และเลอบรอน เจมส์ (บาสเกตบอล) ส่วนเบคแฮมรั้งอันดับ 7 ตามหลัง เฟร์นันโด อัลอนโซ และมีซาเอล ชูมัคเกอร์ 2 นักขับรถสูตรหนึ่งอดีตแชมป์โลก

เมื่อเจาะลึกต่อไปจะพบว่าสปอนเซอร์ที่ตัดสินใจแล้วว่าจะให้ ไทเกอร์ วูดส์ เป็นฟรีเซนเตอร์และเคียงข้างกับแบรนด์ของตนต่อไป และทำให้รายได้ของนักกอล์ฟจอมเจ้าชู้ไม่ลดลงไปมากนักคือ แบรนด์ไนกี้ แบรนด์อิลเล็กทรอนิกส์ อาร์ทส์ และแบรนด์ยิลเลตต์ของพีแอนด์จี

แม้ว่าในขณะที่วูดส์จะสูญเสียสปอนเซอร์บางรายไป ทั้งการถอนการสนับสนุน การลดบทบาทการสนับสนุน ไปจนถึงการจำกัดขอบเขตของการให้การสนับสนุน อย่างเช่น เกเตอเรด ของเป๊ปซี่แบรนด์แอสเซนเจอร์ และแบรนด์นาฬิกาชื่อมือราคาแพงจากสวิสอย่าง แทคฮอยเออร์

โดยเฉพาะแบรนด์แทค ฮอยเออร์ ได้เคยให้เหตุผลว่า เหตุผลที่เลือก ไทเกอร์ วูดส์ เป็นฟรีเซนเตอร์ก็คือ ความสามารถที่สมบูรณ์แบบในตัวพร้อมกับความสามารถที่จะยืนยันต่อสู้อุปสรรคกดดันในระหว่างการแข่งขัน และความสามารถในการสร้าง

ผลงานที่เป็นไปตามความคาดหวังของ
สาธารณชนและแฟนคลับ และเหนือกว่า
ความคาดหวังด้วยซ้ำ ตลอดจนความรัก
ในศักดิ์ศรี รวมถึงความทรงเนง จึงเหมาะสม
กับภาพลักษณ์ของแบรนต์แทค ฮอยเออร์
มากที่สุด

ที่ผ่านมา แทค ฮอยเออร์ ถือว่าเป็น
แหล่งรายได้สำคัญแหล่งหนึ่ง เพราะจ่ายเงิน
รายได้กับวูดส์ไม่น้อยกว่า 2 ล้านดอลลาร์
ต่อปี

การลดบทบาทและความสนับสนุนใน
ฐานะพรีเซนเตอร์ของแทค ฮอยเออร์ เกิด
ขึ้นเพียงไม่กี่ชั่วโมงก่อนหน้าทีวูดส์ จะถูก
โหวตให้รับเลือกเป็นนักกีฬาแห่งปีของPGA
เป็นครั้งที่ 10

นอกจากนั้น มีนักการตลาดกลุ่มหนึ่ง
ยังคงยืนยันว่าวูดส์ จะยังเป็นแบรนต์ที่มี
แต่ความสูญเสียและเสื่อมมูลค่าต่อไป ไม่
ว่าจะเป็นในส่วนของชีวิตส่วนตัวที่แม้วันนี้
จะยังสมบูรณ์และมีความสุข อาชีพของ
นักกีฬาที่มีแต่คนชื่นชมและศรัทธา และ
หลายคนอวยพรให้แบรนต์ไทเกอร์ วูดส์
ผ่านพ้นช่วงเวลาที่ยังยากเย็นไปได้ เพื่อ
จะได้มีโอกาสพบกับแสงสว่างที่ปลาย
อุโมงค์อีกทางหนึ่งบ้าง ☺