

ไนกี้พร้อมรอกเกอร์ วูดส์

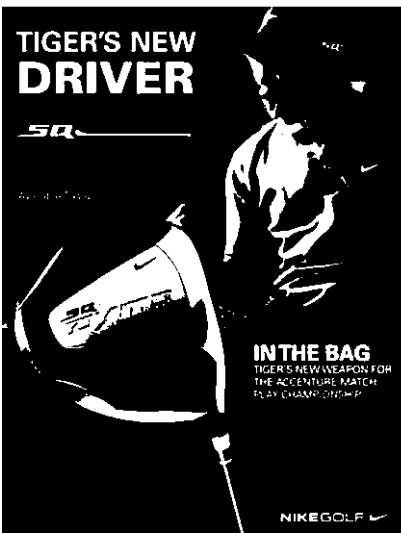


ข่าวคราวโลกียะของไทเกอร์ วูดส์ เป็นสิ่งก่อกวนการตลาดและผู้ประกอบการสินค้าและบริการจำนวนมากไม่น้อยยอมรับหรือทำใจไม่ได้ การถอนตัวจากการเป็นสปอนเซอร์ การถอดภาพแฟนเพจโซเชียลเน็ตเวิร์ก ไทเกอร์ วูดส์ เป็นพรีเซนเตอร์จึงเกิดขึ้นเป็นทิวแถว

ขณะเดียวกัน บรรดาสปอนเซอร์และนักการตลาดที่ใช้ภาพลักษณ์ของไทเกอร์ วูดส์ เป็นพรีเซนเตอร์ก็ต่างได้รับผลกระทบทางลบด้านธุรกิจ โดยไม่มีข้อยกเว้นแม้แต่รายเดียว เพียงแต่วิธีการตอบโต้กับสถานการณ์และปัญหาทางการตลาดที่มาจากภาพลบของพรีเซนเตอร์สินค้าและบริการแต่ละรายอาจจะออกมาไม่เหมือนกันเสียทีเดียว

อย่างเช่นกรณีของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์กีฬาและรองเท้ากีฬาอย่างไนกี้ ก็ได้รับผลกระทบและเจอของแฉจากนักกอล์ฟมืออาชีพที่ให้การสนับสนุนมานานอย่างไทเกอร์ วูดส์ เหมือนกัน เพียงแต่การตัดสินใจของผู้บริหารไนกี้คือพร้อมที่จะใช้เวลาและอดทนรอได้ จนกว่าจะถึงวันที่ฮีโร่วงการ กอล์ฟอย่าง ไทเกอร์ วูดส์ จะปรับตัวและแก้ปัญหาได้ลุล่วง จนหวนคืนกลับวงการกอล์ฟอย่างมั่นใจ

การถอนตัวของสปอนเซอร์หลายรายในช่วงเวลาเพียงไม่กี่เดือนที่ผ่านมา ได้กดดันอย่างมากมายอยู่แล้วให้ ไทเกอร์ วูดส์ ต้องหยุดลงแข่งขันในโปรแกรมกอล์ฟหลายทัวร์นาเมนต์ที่ผ่านมา และใช้เวลาดูแลสุขภาพที่ปรึกษาแนะนำจากที่ปรึกษาว่าจะเดินหมากในการแก้ไขสถานการณ์ที่เลวร้ายและน่าอับอายที่เกิดขึ้นอย่างไรโดยที่



ไนกี้ไม่มีความจำเป็นจะต้องเพิ่มแรงกดดันให้กับ ไทเกอร์ วูดส์ อีก

ประการแรก ไนกี้มีความเชื่อมั่นว่าในฐานะของนักกีฬาอาชีพแล้ว ฝีมือลายมือของ ไทเกอร์ วูดส์ ไม่ได้ตกลงไปเพราะเรื่องอื้อฉาวที่เกิดขึ้น นั่นหมายความว่าพรีเซนเตอร์ที่ไนกี้ยังคงต้องการอยู่ และพร้อมที่จะสร้างมูลค่าเพิ่มทางการตลาดให้กับไนกี้

ประการที่สอง การแก้ไขในเรื่องนี้ต้องการเวลา และเมื่อเวลาผ่านไปก็จะพอ

มองเห็นว่าภาพลักษณ์ของไทเกอร์ วูดส์ สามารถเรียกคืนและพลิกฟื้นจนคงคุณค่าของความเป็นเซเลบริตี้ แปรนติ์ได้หรือไม่

ประการที่สาม ไทเกอร์ วูดส์ ได้เริ่มดำเนินการแก้ไขสถานการณ์ด้วยการออกมาให้ข่าวยอมรับผิดแล้ว หลังจากที่ปิดปากเงียบมาตั้งแต่เรื่องอื้อฉาวเริ่มขึ้นเมื่อเดือนพฤศจิกายนที่แล้ว ซึ่งน่าจะช่วยคลี่คลายความตึงเครียดได้ระดับหนึ่ง แม้ว่าจะยังไม่ชัดเจนว่า ไทเกอร์ วูดส์ จะหวนคืน



สังเวียนกอล์ฟเมื่อไรก็ตาม

ประการที่สี่ ไนกี้ยังคงยืนยันนโยบายทางการตลาดที่จะเป็นผู้ให้การหนุนหลังและสนับสนุนทีมนักกีฬาทั้งทีม หรือเป็นสปอนเซอร์ของนักกีฬาตัวรุ่งและฮีโร่ขวัญใจแฟนคลับ มากกว่าจะใช้เงินเพื่อให้การสนับสนุนผู้ที่จัดกิจกรรมด้านกีฬารายการ เช่น การแข่งขันกีฬาเวสต์คัพ 2010 หรือโอลิมปิกเกมส์ ซึ่งนั่นคือเหตุผลที่ทำให้มีเพียงอาดิดาสเท่านั้นที่มีชื่อเป็นสปอนเซอร์หลัก โดยไนกี้ได้เป็นผู้ให้การสนับสนุนทีมนักกีฬาถึง 9 ทีมจาก 32 ทีมที่ลงแข่งขันในเวสต์คัพ

อย่างไรก็ตาม ไทเกอร์ วูดส์ จะตั้งหลักได้หรือไม่ และกลับสู่ชัยชนะในการแข่งขันกอล์ฟอีกครั้งหรือไม่ ออกจะเป็นเรื่องที่น่าอึดใจใจของการควบคุมของผู้บริหารงานทางการตลาดของไนกี้ และยากจะคาดหมายผลลัพธ์สุดท้ายได้ในเวลานี้

การตัดสินใจรอคอยการกลับมาสู่วงการของความเป็นแบรนด์ของ ไทเกอร์ วูดส์ เป็นการสะท้อนถึงการให้ออกและยอมรับการกลับตัวกลับใจของคนที่เคยผ่านการกระทำที่ผิดพลาดในอดีต และช่วงเวลาที่รอคอย ไม่ว่าจะยาวนานแค่ไหน นี่เป็นการวัดดวงและชะตากรรมของทั้ง ไทเกอร์ วูดส์ และไนกี้เองด้วย ○