



สไลแกนนั้นสำคัญไฉน

สไลแกนนั้นมีความจำเป็นมากแค่ไหน ผู้ประกอบธุรกิจหลายๆ คนอาจเกิดข้อสงสัยนี้ขึ้น แต่หาเราไม่ว่าสไลแกนดี ๆ เพียงแค่สไลแกนเดียวนั้น อาจช่วยให้ธุรกิจของเราได้ผลกำไรตอบแทนมหาศาลเลยทีเดียว เพราะนอกจากกลยุทธ์ทางการตลาดแล้ว สไลแกนยังถือเป็นเครื่องมือสำคัญที่ใช้ในการสื่อสารเรื่องราวของธุรกิจเราไปสู่ผู้บริโภคอีกด้วย สไลแกนที่ดี จะช่วยให้ลูกค้าสามารถจดจำผลิตภัณฑ์ของบริษัทเราได้ทันที อีกทั้งยังจดจำได้ง่ายกว่าข้อความบรรยายสรรพคุณของสินค้านั้นๆ อีกด้วย ดังนั้นผู้ประกอบการของบริษัทต่างๆ จึงควรสร้างสรรค์สไลแกนของตัวเองให้มีจุดเด่น มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีความแตกต่าง ติดหูติดปากผู้บริโภคมากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ ก่อนที่เราจะพูดถึงเรื่องเทคนิคในการตั้งสไลแกนที่ดี เรามาทำความเข้าใจกันก่อนดีกว่าสไลแกนนั้นคืออะไรและมีข้อดีอย่างไร

สไลแกนคือ คำพูดคำคมหรือข้อความสั้นๆ ที่จูงใจและบ่งบอกถึงลักษณะเฉพาะตัวของสินค้าในบริษัทนั้นๆ ไม่ว่าจะเป็นจุดเด่น ข้อมูลหรือสรรพคุณต่างๆ เพื่อให้ผู้ฟังสามารถจดจำสินค้าได้ง่ายมากขึ้น โดยที่สไลแกนมีข้อดีดังต่อไปนี้

- » ช่วยให้ผู้บริโภคสามารถจดจำสินค้าได้ง่าย ในระยะเวลาที่จำกัด
- » ช่วยตอกย้ำจุดขายหรือจุดเด่นของสินค้า ทำให้ผู้บริโภคเข้าใจได้ทันทีว่าผลิตภัณฑ์ของเรามีจุดเด่นในเรื่องอะไร
- » ช่วยให้ผลิตภัณฑ์ของเราเป็นที่รู้จักในวงกว้าง
- » ช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายและค่าเสียเวลาลงไปได้เพราะผู้บริโภคสามารถจดจำผลิตภัณฑ์ของแบรนด์เราได้
- » ช่วยกระตุ้นยอดขายสินค้าของเราให้เพิ่มมากขึ้น
- » สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้กว้างขวางกว่าการโฆษณา

สำหรับเทคนิคในการตั้งสโลแกนให้ฟังดูน่าสนใจและ น่าจดจำมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

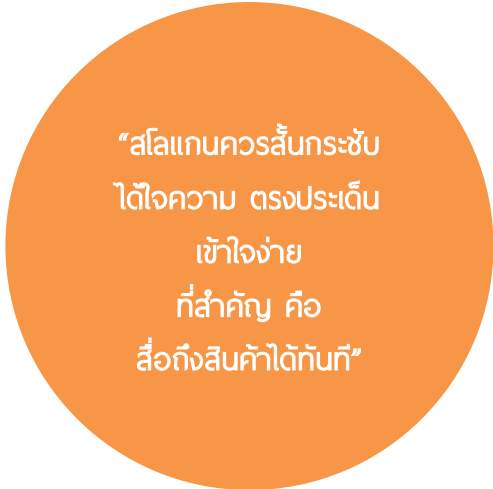
1. สโลแกนควรสั้นกระชับ ใต้ใจความ ตรงประเด็น เข้าใจง่ายและไม่ควรยาวมากเกินไป เพราะเรามีเวลาในการ ดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคได้ในระยะเวลาที่จำกัด ยิ่งยาว มาก ผู้คนก็ยิ่งจำได้น้อยลงจนในที่สุดก็ลืมไปหมด ดังนั้น เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถจดจำได้ง่ายและเมื่อได้ยินก็สามารถพูด ตามได้ในทันที เราจึงควรตั้งสโลแกนที่สั้นกระชับ แต่ครอบคลุม เนื้อหาที่ต้องการจะสื่อทั้งหมด ยิ่งมีความยาวน้อยกว่า 12 พยางค์ยิ่งดีเพราะเป็นจำนวนที่ผู้รับสารจะสามารถจดจำได้ดี ที่สุดแล้ว ยกตัวอย่างเช่น คิดจะพักคิดถึงคิกแคท (Have a Break. Have a Kit Kat), หัวเมื่อไหร่ก็แะมา 7-11, มีสกินมาแล้วคะ, การบินไทย รักคุณเท่าฟ้า, เบอร์ดี หนึ่งในใจ คุณ, พูจี สิ่งเลออร้อยทุกอย่าง, เปปซี่ เต็มที่กับชีวิต, ต้มวัวดำ แล้วไปนอนซะ, อะไรก็เกิดขึ้นได้ถ้ามี...ปาบริกา, คิดถึงสีฟ้า เวลาหัว เป็นต้น ซึ่งสโลแกนเหล่านี้สามารถดึงดูดใจผู้รับสารได้ เป็นอย่างดี อีกทั้งยังทำให้จดจำง่ายและรู้ได้ในทันทีว่ามันคือ ผลิตภัณฑ์อะไร

2. สโลแกนควรเฉพาะเจาะจงและสื่อความหมายได้ทันทีว่าเป็นธุรกิจอะไร หรือแสดงให้เห็นถึงจุดเด่นและเอกลักษณ์ เฉพาะตัวที่ไม่เหมือนใครและไม่มีใครเหมือน ต้องไม่ใช่สโลแกนที่ โกลัศเคียงคล้ายคลึงหรือซ้ำกับสินค้าประเภทเดียวกันของแบรนด์ อื่นๆ เพราะจะทำให้ไม่สามารถแยกสินค้านั้นออกมาได้ เพื่อที่จะ ได้ช่วยยี่ห้อเราประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการสื่อสารกับผู้บริโภค ระวังอย่าใช้สโลแกนที่มีความหมายกว้างจนเกินไป จนผู้รับ สารไม่สามารถรู้ได้ว่าเรากำลังพูดถึงสินค้านั้นหรืออะไรอยู่ สโลแกนที่สามารถดึงดูดใจของตนเองออกมาได้เป็นอย่างดี ยกตัวอย่างเช่น ยาดมตราปิยะเซียน ไซดม ไซกาในหลอด เดียวกัน, เอ็มแอนด์เอ็ม ละลายในปากแต่ไม่ละลายในมือ (Melts in Your Mouth, Not in Your Hand) , โก้แก๋ มันทุกเม็ด, ทุกหยดซ่าซ่าดาสิ่งห์, คิดจะดื่ม น้ำ ต้มคริสตัล, ไรร์โธ มิด ซิม ครีม จุ่มนม, แอร์โอเซีย โครๆ ก็บินได้, มายบีนท์ พุดแล้วหอม, คิวิก จัดจ้าน สะใจ, ชุดเครื่องนอนโตโต้ สัมผัสใหม่แห่งการ นอน, ยาหม่องตราถ้วยทอง มิตรคู่เรือน เพื่อนคู่ตัว, ดูหนังไม่ อื่น ดูกันไม่ยิ่ง ของโรงหนังเอสเอฟซีนี่มา เป็นต้น

3. เมื่อผู้รับสารอ่านสโลแกนแล้ว ควรเกิดความรู้สึก ด้านบวกหรือรู้สึกดีต่อแบรนด์สินค้า เกิดความรู้สึกเชื่อถือ รู้สึกเหมือนเป็นคนสำคัญและอยากเข้าไปใช้บริการหรือซื้อ ผลิตภัณฑ์ของบริษัทนั้นๆ ยกตัวอย่างเช่น โตชิบ้า นำสิ่งที่ดีสู่ ชีวิต, S&P ซื่อนี้มีแต่ความผูกพัน, ซอลส์ เค็มแต่ดี, เอ็มเค

ช่วงเวลาแห่งความอบอุ่น, ฮานามิข้าวเกรียบรอยเพื่อน, สแน็ค แร็ค ขนมของคนดี, ธนาकारกสิกรไทยบริการทุกระดับประทับใจ , ลอร์อัล ปารีส คุณค่าที่คุณคู่ควร, คัมค่าทุกนาที ดูทีวีสีช่อง 3, ช่อง 7 สีทีวีเพื่อคุณ, เดอะมอลล์ อาณาจักรแห่งความสุข ทุกครอบครัว, เราใส่ใจคุณ ของห้างสรรพสินค้าเอสทีไอเอส, ลัคกี้เฟลม จุดประกายความสุขทุกครัวเรือน, ทุกชีวิตปลอดภัย ในวอลโว่, สำนึกดี สังคมดี ริเจนซ์รับดีไทย, สเวนเซ่นส์ ความสุขไม่มีวันละลาย เป็นต้น

4. สโลแกนควรจริงใจ นิมน้ำใจ ให้ผู้บริโภคฟังแล้ว รู้สึกอยากซื้อสินค้าหรือใช้บริการในทันที อย่างเช่นการเน้นไปที่ ความคุ้มค่าหรือความสามารถของสินค้าที่บริษัทอื่นๆ ไม่ สามารถให้ได้ ยกตัวอย่างเช่น สโลแกนใหม่ของทางบริษัท ห้างสรรพสินค้าบิ๊กซีอย่าง มั่นใจได้ คิดให้แต่สิ่งดีๆ, สโลแกน สด คุ่ม ถูกใจ ของท็อปส์, ใครไม่คัด เราคัด ของพีซีซี, พาร์ม เอ้าส์ หอมกรุ่นจากเตาทุกวัน, ฤกษ์เข้าคาร์สัน พอร์มตีไม่มีช่วย, ปูนอินทรี ปูนดี ได้ตั้งใจ, ยิลเลตต์ นวัตกรรมใหม่แห่งการโกนหนวด เป็นต้น



5. บางบริษัทอาจจะตั้งสโลแกนโดยเจาะจงลงไป ที่กลุ่มเป้าหมายเลยก็ได้ เพื่อให้ผู้คนจดจำได้ง่ายขึ้นว่าบริษัทของเราเน้นขายสินค้าอะไร เน้นขายสินค้าให้ใคร และเพื่ออะไร สโลแกนของผลิตภัณฑ์ที่เน้นขายให้กับเพศชายยกตัวอย่างเช่น แมนซัน (Mansome) ปลูกความเป็นชายในตัวคุณ, เจเพรส สมายหนุ่ม, Maxim เป็นผู้ชายให้เป็น, แอร์โรว์ เอกลักษณ์ของ เอกบุรุษ, จอห์นเฮนรี่ เสื้อสำหรับชายผู้มีอารมณ์ศิลป์ หรือจะเป็นสโลแกนของผลิตภัณฑ์ที่เน้นขายให้กับเพศหญิงเช่น ผู้หญิง สวยที่สุดจากข้างใจ ของวาโก้, ผู้หญิง อ่าหยุตสวย ของ Oriental Princess เป็นต้น



ข้อควรรู้ก่อนตั้งชื่อสโลแกน

- » จากผลสำรวจคนส่วนใหญ่ มักจะชอบสโลแกนที่ไม่มีชื่อแบรนด์พ่วงเข้าไปด้วยมากกว่า
- » สโลแกนที่ทำเป็นเพลงและใส่เสียงดนตรีเข้าไปจะทำให้ผู้คนจดจำได้มากขึ้น
- » สโลแกนที่มีการเน้นย้ำบ่อยๆ จะทำให้ผู้คนจดจำได้ดีขึ้นเช่นเดียวกัน

6. ในการตั้งสโลแกนนั้น ถึงแม้ว่าจะอยากให้สโลแกนของเราโดดเด่นมากแค่ไหนก็ตาม แต่เราก็ไม่ควรใช้ภาษาวิบัติหรือคิดค้นภาษาขึ้นมาเอง เพราะผู้รับสารแต่ละคนมีความสามารถในการตีความและสื่อสารที่แตกต่างกัน ซึ่งนี่อาจทำให้สิ่งที่ผู้ประกอบการอยากจะสื่อสารกับผู้บริโภคมีความคลาดเคลื่อนหรือเกิดการเข้าใจผิดขึ้นได้ ดังนั้นการใช้ภาษาที่ชัดเจน เข้าใจง่าย ไม่กำกวมและถูกต้องตามหลักภาษาย่อมดีกว่าอย่างแน่นอน

แน่นอนว่าการตั้งสโลแกนให้ติดหูผู้บริโภคนั้นย่อมไม่ใช่เรื่องที่ใครจะสามารถทำได้ง่ายๆ ภายในเวลาไม่กี่ชั่วโมง แต่สโลแกนที่ดีและฟังรื่นหูจะช่วยให้ธุรกิจการค้าของเราสามารถประสบความสำเร็จได้อย่างยั่งยืนและมั่นคง ดังนั้นเราจึงควรศึกษาข้อมูลจากสโลแกนของสินค้าแบรนด์อื่นๆ ที่สามารถเข้าถึงผู้คนได้ในเวลาอันรวดเร็วดูก่อนว่า พวกเขามีกลยุทธ์วิธีอย่างไรและให้เรานำมาปรับใช้พร้อมกับเทคนิคดังที่กล่าวไปข้างต้นนี้ เพื่อให้สโลแกนของเรา จดจำได้ง่าย น่าดึงดูดใจ และเป็นที่น่าสนใจ รวมทั้งตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายค่ะ