



ความภักดีในตราสินค้า สร้างได้อย่างไร

นอกจากการจัดโปรโมชั่นดีๆ เพื่อช่วยดึงดูดใจลูกค้าให้เข้ามาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของเราแล้ว กลยุทธ์ทางการตลาดที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งก็คงไม่พ้นเรื่องของ การสร้างความภักดีในตราสินค้า ความภักดีในตราสินค้าคืออะไร? ความภักดีในตราสินค้า (Brand Loyalty) คือ การที่ผู้บริโภคนั้นมีทัศนคติที่ดีและมีความเชื่อมั่นในสินค้าใดสินค้าหนึ่ง ซึ่งอาจเกิดได้จากหลากหลายสาเหตุไม่ว่าจะเป็นเรื่องของคุณภาพหรือราคาที่ตรงใจผู้บริโภค ภาพลักษณ์ของสินค้าที่ดีมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว และมีความน่าเชื่อถือ ผลลัพธ์ที่น่าพึงพอใจที่สินค้าแบรนด์อื่นๆ ไม่สามารถให้ได้ การเข้าถึงตัวสินค้าได้อย่างง่ายดาย รวมไปถึงความรู้สึกชอบส่วนตัว จนทำให้ซื้อซ้ำอย่างต่อเนื่องมาตลอดและไม่แปรพักตร์ไปใช้ผลิตภัณฑ์จากแบรนด์อื่นๆ ซึ่งความภักดีในตราสินค้าสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทดังนี้

1. ความภักดีทางด้านอารมณ์ (Emotional Loyalty) เป็นความภักดีที่เกิดขึ้นจากทัศนคติและความเชื่อที่ลูกค้ามีต่อสินค้านั้นๆ ลูกค้าประเภทนี้ซื้อสินค้าเพราะความปรารถนาทางด้านอารมณ์เป็นหลัก ดังนั้นผู้ประกอบการจึง

ควรสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับตัวสินค้าและสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าด้วยการบริการที่ดีและมีประสิทธิภาพ

2. ความภักดีที่เกิดจากเหตุผล (Rational Loyalty) เป็นความภักดีที่เกิดขึ้นจากความพึงพอใจในประโยชน์ใช้สอยเป็นหลัก ลูกค้าประเภทนี้ซื้อสินค้าเพราะสินค้านั้นๆ สามารถตอบสนองต่อความต้องการได้เป็นอย่างดี อาทิเช่น คุณภาพของสินค้ามีความคุ้มค่าสมกับราคา หรือเห็นผลลัพธ์ที่ดีและน่าพึงพอใจหลังจากใช้สินค้า เป็นต้น

อย่างไรก็ตามการจะทำให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของเราเกิดทัศนคติที่ดี รู้สึกเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ของเราและกลับมาซื้อซ้ำอย่างต่อเนื่องนั้นอาจไม่ใช่เรื่องที่ทำได้ง่ายและเห็นผลภายในเวลาอันรวดเร็ว แต่มันก็ไม่ใช่ว่าเรื่องที่เป็นไปไม่ได้ซะทีเดียว ดังนั้นวันนี้เรจึงนำบทความเกี่ยวกับการสร้างความภักดีในตราสินค้ามาฝากผู้ประกอบการทุกท่านค่ะ

วิธีการสร้างความภักดีในตราสินค้าให้เกิดขึ้นมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ชื่อของตราสินค้า

ชื่อของตราสินค้านั้นถือว่าเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่มีความสำคัญอย่างมากเพราะชื่อของสินค้าสามารถบ่งบอกถึงตัวตนของตราสินค้าได้ หากเราตั้งชื่อที่ฟังแล้วมีความหมายไปในทางที่ดีก็จะทำให้ผู้บริโภครู้สึกดีตามไปด้วยเมื่อได้นึกถึงรวมถึงยังอาจช่วยให้สินค้าเข้าไปอยู่ในใจของผู้บริโภคได้ในเวลาอันรวดเร็ว หลักการตั้งชื่อสินค้าที่ช่วยดึงดูดใจลูกค้ามีดังต่อไปนี้

- » เป็นชื่อที่สื่อให้เห็นถึงประโยชน์ใช้สอยและคุณภาพของผลิตภัณฑ์
- » เป็นชื่อที่ออกเสียงง่าย สามารถจดจำได้ในทันที
- » เป็นชื่อที่มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ไม่ซ้ำใคร
- » เป็นชื่อที่ฟังแล้วช่วยให้เกิดความรู้สึกดีต่อตัวสินค้า

ภาพลักษณ์ของตราสินค้า

เราควรสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่สินค้าของเราและสร้างภาพลักษณ์อย่างต่อเนื่องว่าสินค้าของเรานั้นดีมีคุณภาพ มีความทันสมัยและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ไม่สามารถหาได้จากแบรนด์อื่นๆ สร้างเรื่องราวของผลิตภัณฑ์ให้มีที่มาที่ไปที่น่าสนใจและเป็นไปในแง่บวก รวมถึงพยายามทำให้ผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีต่อสินค้าของเรา เพราะสิ่งเหล่านี้จะช่วยให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกภาคภูมิใจที่ได้ใช้ รู้สึกเชื่อถือและมั่นใจในคุณภาพของสินค้าว่ามีความคงทนสามารถใช้งานได้นาน มีประสิทธิภาพที่ดีและคุ้มค่ากับราคาที่จะจ่ายไป นอกจากนี้ผู้บริโภคส่วนใหญ่มักจะซื้อสินค้าที่ตอบสนองต่อคุณค่าทางอารมณ์มากกว่าซื้อสินค้าที่ตอบสนองเพียงแค่ประโยชน์ใช้สอย ดังนั้นการทำให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกที่ดีต่อสินค้าจึงเป็นกลไกที่จะช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าของเราได้

คุณภาพของสินค้า

นอกจากจะสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสินค้าแล้ว เรายังควรคำนึงถึงคุณภาพของสินค้าอีกด้วย ผู้ประกอบการควรผลิตสินค้าที่มีคุณภาพสมกับราคา คุ้มค่าที่สุด มีความคงทนรวมทั้งรักษามาตรฐานของสินค้าหรือพัฒนาคุณภาพของสินค้าให้ดีขึ้นเรื่อยๆ เพื่อรักษาฐานผู้บริโภคที่มีความชอบในประโยชน์ใช้สอยของตัวสินค้านั้นๆ นอกจากนี้หากผู้บริโภคมีการร้องเรียนถึงปัญหาที่พบในผลิตภัณฑ์หรือมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการก็ควรที่จะน้อมรับคำติเตียนและข้อเสนอแนะนั้นๆ เพื่อนำมาปรับปรุงสินค้าให้

มากยิ่งขึ้น ซึ่งการทำแบบนี้จะเป็นการสร้างความพึงพอใจและความประทับใจให้กับลูกค้าของเราเป็นอย่างมากเลยทีเดียว

“ควรสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับตัวสินค้าและสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง แม้ตราสินค้าจะเป็นที่จดจำแล้ว”

การบริการที่เป็นมิตร

การบริการที่ดีและมีประสิทธิภาพถือเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่จะช่วยสร้างความภักดีในตราสินค้าให้เกิดขึ้นได้ ดังนั้นเราจึงควรสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้าตั้งแต่แรกพบด้วยการให้บริการที่ดูเป็นมิตร อบอุ่น จริงใจและเป็นกันเอง ทักทายลูกค้าที่เดินเข้ามาอย่างร่าเริงแจ่มใส พูดจาไพเราะ และกล่าวขอบคุณเมื่อลูกค้าเดินกลับออกไป รวมทั้งสามารถแนะนำข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นั้นๆ ให้แก่ลูกค้าได้ เพื่อสร้างความผูกพันให้เกิดขึ้นระหว่างตัวของเรากับลูกค้า รวมทั้งเป็นการสร้างฐานลูกค้าใหม่ให้กลายเป็นลูกค้าประจำในอนาคตและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้าเดิม ทำให้ลูกค้ารู้สึกไว้วางใจ ปลอดภัยและอยากกลับมาใช้บริการที่ร้านค้าของเราอย่างต่อเนื่อง

ภาพลักษณ์ของบริษัทและผู้ผลิตสินค้า

ภาพลักษณ์ที่ดีของบริษัทและผู้ผลิตสินค้าถือเป็นอีกหนึ่งปัจจัยหนึ่งที่ผู้บริโภคมักให้ความสนใจเป็นอย่างมาก อีกทั้งยังส่งผลต่อความภักดีในตราสินค้าของผู้บริโภคอีกด้วย ผู้ประกอบการที่มีภาพลักษณ์ที่ดี ดูน่าเชื่อถือ รวมทั้งมีจิตสำนึกรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมย่อมมีแนวโน้มที่ผู้บริโภคจะหันมาภักดีในสินค้าของบริษัทนั้นๆ มากกว่าผู้ประกอบการที่ไม่มีสิ่งเหล่านี้

ความเข้าถึงง่ายของสินค้า

ความเข้าถึงง่ายของสินค้าก็เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่สำคัญสำหรับการสร้างความภักดีในตราสินค้า เพราะสินค้าที่ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้ง่าย สามารถหาซื้อได้ในทันทีเมื่อต้องการใช้ รวมถึงเห็นอยู่บ่อยๆ เป็นประจำทั้งในโฆษณาที่ดี หรือจะเป็นการบอกต่อๆ กันมาที่ดี ย่อมทำให้สินค้าแบรนด์นั้นเข้าไปอยู่ในใจของผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว และทำให้เกิดความภักดีในตราสินค้ามากกว่าสินค้าที่ไม่ค่อยมีการโฆษณาหรือการพูดถึงมากเท่าใดนัก

ผู้ประกอบการที่สามารถสร้างสรรค์ชื่อตราสินค้าให้ น่าดึงดูดใจ มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ และสามารถจดจำได้ง่าย สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ตัวสินค้าและบริษัทของตนเอง พัฒนาคุณภาพของสินค้าอย่างสม่ำเสมอ มีการให้บริการที่เป็นมิตร อบอุ่นและเป็นกันเอง รวมทั้งทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสินค้าได้อย่างง่ายดาย ย่อมทำให้ผู้บริโภคเกิดทัศนคติที่ดีต่อทั้งตัวสินค้าและบริษัทที่ผลิตสินค้า และทำให้พัฒนา กลายเป็นความภักดีในตราสินค้าต่อไปในอนาคตอย่างมั่นคง และยั่งยืน

