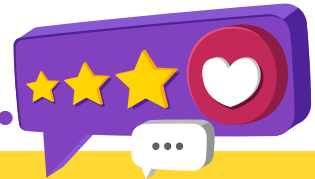


เมื่อชีวิตติด REVIEW...



สื่อสารแบรนด์ผลิตภัณฑ์ผ่านการบอกเล่าประสบการณ์

วิถีทำการตลาด ในปัจจุบันนี้ มีเครื่องมือ ช่องทาง หรือหมัดเด็ด สำหรับนักการตลาด หรือเจ้าของแบรนด์ ที่ต้องการให้เป็นทางเลือกมากมาย โดยเฉพาะการตอบความต้องการ ความรู้สึก ที่มาจากกระบวนการทางความคิด ของลูกค้า ทั้งการค้นหาข้อมูล การเปรียบเทียบ การสะท้อนความคิดเห็น จากผู้ที่เชี่ยวชาญ คนที่ต้องทำงาน คลุกคลี และประสบการณ์ของการสัมผัส ดูความพึงพอใจจากการใช้จริง ที่จะทำให้สามารถค้นหาข้อมูล ที่ต้องการ เข้าถึงได้ง่าย จนเกิดการตัดสินใจซื้อสินค้า และบริการ ในที่สุด ‘การรีวิว’ จึงเป็นอีกคำตอบสำคัญ ที่ลูกค้าสามารถค้นหาได้ และกลายมาเป็นอีกเครื่องมือ หรือช่องทางทางการตลาด ให้เลือกใช้ในรูปแบบที่ เหมาะสมทั้งกับผลิตภัณฑ์ ช่วงระยะเวลา โอกาส และกลยุทธ์ทางการตลาดที่วางไว้

ว่าด้วยเรื่อง การรีวิว

โดยทั่วไปแล้ว การรีวิว (Review) ที่แปลว่า ทบทวน สามารถทำได้มากมายหลายแบบทั้ง รีวิวธุรกิจ รีวิวสินค้า บริการ ภาพรวมของธุรกิจตั้งแต่กิจการเล็กๆ จนถึงธุรกิจขนาดใหญ่ ที่ได้สะท้อนออกมาในรูปแบบบทวิจารณ์ หรือการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ จากลูกค้า ผู้เชี่ยวชาญ ผู้มีชื่อเสียงที่ซื้อ ใช้ รับบริการหรือมีประสบการณ์ กับผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้นๆ ผ่านการอธิบาย วิพากษ์วิจารณ์ อาจมีการให้คะแนน จัดอันดับ การันตีด้วยตนเองเพื่อข้อมูลอันเป็นประโยชน์ หรือความชัดเจนต่อลูกค้ารายอื่น ผ่านช่องทางสื่อสารมวลชนออนไลน์ แอปพลิเคชัน สื่อทางอิเล็กทรอนิกส์อื่น เว็บไซต์ ตลอดจน Touchpoint ต่างๆ ในยุคเทคโนโลยีที่เข้ามามีส่วนร่วมเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของทุกคน

เนื้อหา ที่มีการรีวิวแบรนด์ผลิตภัณฑ์ แต่ละอย่างนั้นนับว่าเป็น เรื่องที่ติดต่อผู้บริโภค เมื่อแบรนด์มีรีวิวในทางบวก เป็นที่พบเห็น มีผู้สนใจ ให้การสนับสนุน ซื้อ ใช้บริการ และบอกต่อ ในทางกลับกันหากเนื้อหา ที่เป็นการรีวิวในด้านลบ ย่อมทำให้เกิดข้อกังขา ว่าเป็นตามนั้นหรือไม่ หากเกิดผลเสียหาย ต้องมีหลักฐาน ข้อเท็จจริง อันเป็นความรับผิดชอบ ของผู้รวิวนั้นๆ ด้วย

ลักษณะของการรีวิว ผู้รีวิวอาจจะรีวิวผลิตภัณฑ์ ได้ในหลาย ประเด็น เช่น ความสวยงาม สถานที่ บรรจุกิจกรรม วัตถุประสงค์การใช้งาน ประโยชน์ของการใช้งาน วิธีการใช้งาน สรรพคุณ การตกแต่ง รสชาติ ราคา โปรโมชัน ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ หรืออื่นๆ แล้วแต่ประเภท ลักษณะของผลิตภัณฑ์ เพื่อเป็นข้อมูล สำหรับลูกค้าใหม่ ที่สนใจและ อาจมีการบอกต่อแบบปากต่อปาก แชร์ไปยังสาธารณะเพื่อเชิญชวน ให้ลูกค้าทำ ที่รู้จักผลิตภัณฑ์แล้วกลับมาใช้หรือกระตุ้นในครั้งต่อไป

รูปแบบการรีวิว ปัจจุบันนี้ การรีวิวไม่ได้มีความหมายจำกัด เพียงแค่การรีวิวสินค้าเพียงแค่อำนาจเดียว ในขณะที่จำนวนของผู้รีวิว มีจำนวนมากขึ้น ทั้งมีอาชีพ ศิลปิน ดารา ผู้มีชื่อเสียงในแต่ละด้าน

และแบบสมัครเล่น ซึ่งต่างก็เป็น Influencer นั่นคือ การให้กลุ่มคน ที่มีอิทธิพลต่อความคิดและการตัดสินใจของกลุ่มเป้าหมาย การนำ Influencer มาใช้ในการตลาด เป็นการสื่อสารสิ่งที่แบรนด์อยาก ให้ Content ไปถึงกลุ่มเป้าหมายผ่านเสียงของบุคคลที่สาม ทำให้ กลุ่มเป้าหมายเกิดการรับรู้ สนใจ ติดตาม และสร้างความเชื่อมั่นได้ มากกว่าการที่แบรนด์สื่อสารทางเดียว ผ่านช่องทางที่หลากหลาย ทางด้านรูปแบบการรีวิวสามารถจำแนกเป็นหลักๆ ได้ 2 กลุ่ม ดังนี้

● Sponsored Review :

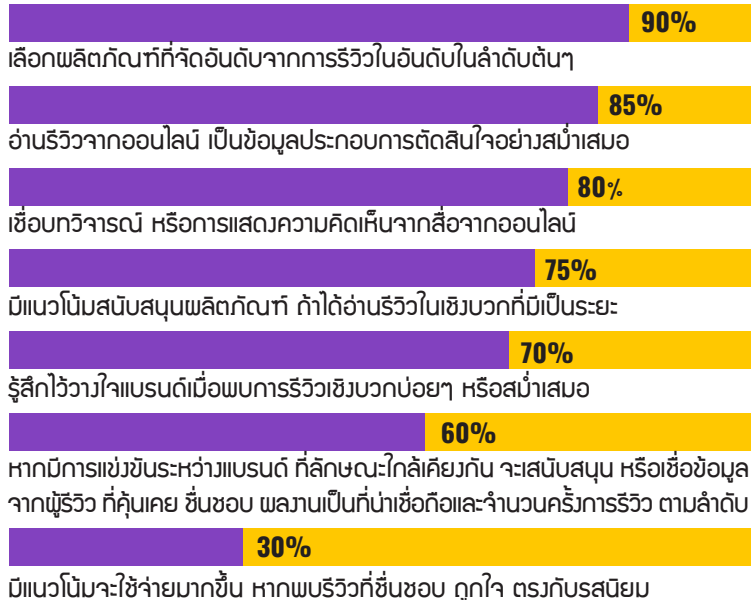
เจ้าของแบรนด์ ผลิตภัณฑ์ เต็มใจเชิญ จ้างมา ให้ฟรี เพราะ ต้องการ Content ที่ส่วนใหญ่ก็เป็นเชิงบวกทั้งหมด คือเอาใจเจ้าของแบรนด์ ความน่าเชื่อถือน้อยถึงปานกลาง บางอย่างมันปลอมมากไป ดูได้แบบเพลินๆ แต่ถ้าเนียน ประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญ หรือแบรนด์ของ Influencer ชัดเจนก็มักจะออกมาดี

● Customer Review :

ผู้รีวิวอยากทำ Content เอง ง่ายหรือผลิตภัณฑ์เอง แล้วให้ความเห็นอย่างตรงไปตรงมา ตามรสนิยม คิดเห็นแบบลูกค้า ออกมาตามความรู้สึก ประสบการณ์ ว่ากันไปตามเนื้อหา แบบนี้เสียงหน่อย รสนิยมแต่ละคนไม่เท่ากัน ถ้าดีจริงก็ไม่มีปัญหา แต่ผู้รีวิวต้องมีความเป็นมืออาชีพ ภาพรวมเนื้อหาส่วนใหญ่จะดูน่าเชื่อถือไว้วางใจกว่า

ความน่าเชื่อถือของการรีวิว เนื้อหาที่เป็นคำวิจารณ์ที่ถูกนำเสนอ นับว่ามีผลต่อการตัดสินใจ หรือทางจิตวิทยาต่อผู้พบเห็นเนื้อหาที่ ถูกกล่าวถึงทั้งทางบวกและทางลบ จึงถูกนำมาใช้เป็นประโยชน์ ต่อการสื่อสารทางการตลาด หรือเป็นธุรกิจ อาชีพของใครหลายคน ยิ่งหากมีความน่าสนใจ ความน่าเชื่อถือ มีเอกลักษณ์ ย่อมทำให้ ผู้รวิวนั้น

พฤติกรรมผู้บริโภคกับการซื้อผลิตภัณฑ์ และการรีวิวออนไลน์



ดร.พานิ ไชชาญสุขกิจ

ที่ปรึกษาด้านยุทธศาสตร์และสื่อสารองค์กร
"drphotjai@gmail.com"

นักสื่อสารเชิงกลยุทธ์แบบบูรณาการ ด้วยประสบการณ์กว่า 25 ปี ในด้านการบริหารยุทธศาสตร์ สื่อสารการตลาด แบนด์ ภาพลักษณ์ขององค์กรจนถึงระดับชาติ ผู้บรรยายในระดับปริญญาโท-เอก ให้กับมหาวิทยาลัยทั่วประเทศมีผลงานวิชาการกว่า 300 ผลงานกับตำแหน่งที่หลากหลาย ทั้งด้านธุรกิจ สังคม และศิลปวัฒนธรรม รวมถึงการเป็นนายกสมาคมประชาสัมพันธ์ไทย

สิ่งสำคัญในการรีวิว แบนด์ ผลิตภัณฑ์

- ประเด็นที่หยิบยกมา ความน่าเชื่อถือของแบรนด์ ผลิตภัณฑ์
- ตรงวัตถุประสงค์ คุณค่า หรือ การตอบความต้องการที่แท้จริง
- เสน่ห์ เอกลักษณ์ ความประทับใจ ความแตกต่าง อารมณ์ในการนำเสนอ
- ความเป็นมืออาชีพ ชื่อเสียง ประสบการณ์ ของผู้รีวิว
- องค์ประกอบผลิตภัณฑ์ ข้อมูล รายละเอียดชัดเจน ราคาช่องทาง สถานที่

เทคนิคการรีวิวแบนด์ ผลิตภัณฑ์ ที่ดี

- การรีวิวผลิตภัณฑ์ สามารถเพิ่มคุณค่าให้กับตัวผลิตภัณฑ์และสร้างมูลค่าทางการตลาดให้มากขึ้น รวมถึงการใส่ใจในการเลือกภาพผลิตภัณฑ์ที่มีความน่าสนใจ รวมถึงการรีวิวอย่างจริงจัง ควรเป็นสิ่งที่ต้องคำนึงถึงด้วย แม้ว่าการมีอิทธิพลต่อความคิดของผู้บริโภค ทั้งในพื้นที่สื่อ หรือโลกออนไลน์ ย่อมตามมาด้วยผลประโยชน์การโฆษณาหรือรีวิวผลิตภัณฑ์ ให้กับเจ้าของผลิตภัณฑ์ที่จะจ้างงานในรูปแบบต่างๆ เช่น การเชิญชวน การสาธิต การทดลอง การเขียนบล็อก การกล่าวถึง การทำคลิปวิดีโอ การสัมภาษณ์ เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้คือตัวแปรที่ส่งผลต่อยอดขายเพิ่มขึ้น ทั้งทางตรงและทางอ้อม
- บอกประโยชน์การใช้สอยของผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน
 - ให้ข้อมูลว่าผลิตภัณฑ์ใช้ทำอะไรได้บ้าง ช่วยเพิ่มความน่าสนใจในตัวสินค้ามากขึ้น
 - มีรายละเอียดผลิตภัณฑ์ เช่น ขนาด สี ส่วนประกอบ รวมถึงข้อมูลทางเทคนิค
 - บอกเล่าความรู้สึกเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ หลังจากการใช้งานหรือทดลองใช้ไปแล้ว

- เหตุผลที่ชอบผลิตภัณฑ์หรือไม่ชอบ เพราะอะไร
- ช่องทางสำหรับการติดต่อ สถานที่ สั่งซื้อผลิตภัณฑ์
- มีการใช้ภาษาที่สละสลวยได้อย่างเหมาะสมกับกาลเทศะ
- ไม่พูดแต่ข้อดีเกินไป ควรให้คำแนะนำ คำเตือน
- เปิดโอกาสให้ผู้ที่สนใจแสดงความคิดเห็น

ในส่วนของกรรวิวนั้น การสร้างตัวตน ความชัดเจนว่าจะออกมาแบบไหน แง่มุมใด ไม่ว่าจะป็นสื่อ แบนด์ เจ้าของผลิตภัณฑ์ หรือบทบาทอื่น ทั้งหมดต้องมีความเป็นมืออาชีพของทั้งสองฝ่าย การคุยกันอย่างมิตร จริงใจกับงานมากกว่าผลประโยชน์ พลัดไปคือไม่คุ้ม

การที่มีการติดตามที่มากจากผู้สนใจที่อาจเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ถือว่าเป็นความรับผิดชอบของผู้รีวิว ในฐานะะสงสาร ที่ต้องมีจรรยาบรรณต่อการรีวิว มากกว่าการที่มองว่าเป็นผู้มีอิทธิพลด้านความคิดในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า เพียงอย่างเดียว

ในขณะที่ ในส่วนของเจ้าของแบรนด์ นั้น ต้องมีวิธจัดการกับความเห็นในเชิงที่ไม่เหมาะสม หรือเป็นเชิงลบ คือ ความสามารถในการแก้ไขสถานการณ์ที่รวดเร็ว มีการตอบสนองอย่างทันที หากเป็นการบกรพร้อง หรือความเสียหายที่เกิดจากฝั่งของผลิตภัณฑ์ ต้องยอมรับผิดชอบผิดพลาด รับฟังความคิดเห็นของลูกค้า มีการพูดคุยกับผู้เกี่ยวข้อง ดำเนินการแก้ไขให้ถูกต้องในระยะเวลาที่เหมาะสม

แม้ว่าการรีวิวผลิตภัณฑ์นั้น จะไม่ใช่ปัจจัยเดียวที่ทำให้แบรนด์ประสบความสำเร็จ เพราะการตลาดของผลิตภัณฑ์จะได้นั้น ขึ้นกับองค์ประกอบหลายประการ แต่แนวโน้มของการตลาด ได้ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์โดยการใช้ Influencer หรือว่าผู้ที่มีความน่าสนใจ ทั้งที่ผ่านสื่อต่างๆ และ Social Media เพื่อรีวิวผลิตภัณฑ์ เพื่อจูงใจให้กลุ่มเป้าหมายหันมาใช้ผลิตภัณฑ์แบรนด์ของตนเองให้มากยิ่งขึ้น การขยายผลแบบปากต่อปาก หรือประสบการณ์การใช้งานเป็นสิ่งที่สำคัญมาก การรีวิวและความคิดเห็น จึงเป็นการสะท้อนบทบาทของการสื่อสารแบรนด์ได้เป็นอย่างดี 