



สาเหตุที่ทำให้ แบรนด์ล้มเหลว ทางด้านการสื่อสาร

การสื่อสาร เป็นกระบวนการเกิดขึ้นเป็นปกติของสังคม และมีความเกี่ยวข้องไปถึงบุคคลอื่นอีกมากมาย ตลอดจนถึงกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้องอยู่ ไม่ว่าจะกำลังใด ล้วนต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือช่วยให้บรรลุจุดประสงค์ทั้งสิ้น จะเห็นได้จากการที่แต่ละแบรนด์พยายามคิดค้นและพัฒนาวิธีตลอดจนเครื่องมือหรือเทคนิควิธีการต่างๆ ให้การสื่อสารเหล่านั้น เกิดความสำเร็จ

ในสภาพสังคมที่คนจะต้องเกี่ยวข้องกันมากขึ้น เช่นปัจจุบัน การสื่อสารก็ยิ่งมีความสำคัญต่อบุคคลและสังคมมากขึ้น เกิดความเข้าใจระหว่างผู้ส่งสารกับรับสารถึงกันได้ ย่อมจะทำให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร ขณะเดียวกัน ก็มีอยู่ไม่น้อยที่ทำให้การสื่อสารเกิดความล้มเหลว ที่เป็นสาเหตุมาจากการกำหนดรูปแบบบุคคล สังคม สถานการณ์ และปัจจัยทางการสื่อสารในหลายๆ ด้าน



ทำความเข้าใจในรูปแบบของ การสื่อสารที่แตกต่าง

การสื่อสารกับบุคคล ในวันหนึ่งๆ มนุษย์ได้สื่อสารกับตัวเองและสื่อสารกับผู้อื่นตลอดเวลา นับตั้งแต่ตื่นนอนก็ต้องสื่อสารกับตัวเองและคนอื่นที่อยู่ใกล้ตัว การสื่อสารออนไลน์ ฟังวิทยุ ดูโทรทัศน์ ฟักผ่อน ปฏิบัติภารกิจการทำงาน และภารกิจประจำวัน ที่ได้มีการพบปะบุคคลและเหตุการณ์ต่างๆ ทำการสื่อสารอยู่ตลอดเวลา ทั้งในฐานะผู้ส่งสารและผู้รับสาร

การสื่อสารกับสังคม ที่หมายรวมถึงการสื่อสารกับสังคมทั้งในระดับครอบครัว ชุมชน ประเทศ จนถึงระดับนานาชาติ โดยใช้กระบวนการสื่อสารให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน เพื่อให้คนในสังคมเหล่านั้น มีการถ่ายทอดข้อมูล ภายใต้เงื่อนไข หรือข้อตกลงของสังคม ดังกล่าว

การสื่อสารในภาคธุรกิจ การสื่อสารที่เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์โฆษณา สินค้าหรือบริการ การติดต่อประสานงาน ทั้งภายในและภายนอกองค์กร การสื่อสารผ่านช่องทางบุคคล สื่อประชาสัมพันธ์ กิจกรรม การอบรม สื่อความ ชี้แจง รวมทั้งการใช้เครื่องมือเทคโนโลยีในการสื่อสาร

การสื่อสารด้านการเมืองการปกครอง กิจกรรมด้านการเมือง หรือทางด้านการปกครองจะต้องใช้การสื่อสารเกี่ยวกับผลงาน กฎระเบียบ การทำความเข้าใจ หรือโน้มน้าว ให้เข้าใจในสาระทุกขั้นตอน เช่น การชี้แจงผลงานของรัฐ การสร้างความเข้าใจกับประชาชน การให้บริการประชาชน แนวทางการปฏิบัติตามกฎหมาย

การสื่อสารระหว่างประเทศ การติดต่อสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์ หรือสร้างความเข้าใจ เชิญชวน การค้า การทหานักการทูต มีความจำเป็นต้องใช้ความเข้าใจในลักษณะเฉพาะของแต่ละประเทศ แต่ละภาค ผู้เกี่ยวข้องต้องอาศัยความรู้และทักษะในการสื่อสารเพียงพอ

สาเหตุที่ทำให้แบรนด์ ล้มเหลวทางด้านการสื่อสาร

★ ความไม่ลงตัวระหว่างเนื้อหาในกลุ่มเป้าหมาย
การสื่อสารเนื้อหาที่ส่งไปยังผู้รับสารเป้าหมาย เป็นเนื้อหาที่เป็นหัวใจสำคัญของการสื่อสารตลอดมา โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคที่ข้อมูลข่าวสารมีความทะลัดกัน เนื้อหาที่ระดับความรู้ สังคม Life Style การใช้ชีวิต ความสนใจ เพราะในกรณีที่เนื้อหาที่น่าสนใจไม่สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายแล้ว แน่แน่นอนว่า กลุ่มเป้าหมายนั้นๆ อาจเลือก หรือเปลี่ยนไปหาข้อมูลจากแหล่งอื่นได้ อย่างรวดเร็วผ่าน Social Media หรือช่องทางอื่น ที่เข้าถึงได้ง่ายและสะดวก

การไม่ตอบจอทย์ ความอยากรู้

เนื้อหาในการสื่อสารที่ดีนั้น ควรมาจากจุดร่วมระหว่างสิ่งที่แบรนด์ต้องการจะบอก กับสิ่งที่ผู้รับสารเป้าหมายอยากรู้ให้มีความสนใจ ผู้สื่อสารจึงต้องหาคำตอบให้ได้ว่าประเด็น เรื่องราวที่ต้องการสื่อสารมีความสำคัญอย่างไร และ เพราะเหตุใดกลุ่มเป้าหมายจึงอยากรู้เรื่องราวนั้น โดยเน้นการตอบปัญหาข้อสงสัย คลายความอยากรู้แล้วใช้โอกาสดังกล่าวอธิบาย ถึงเหตุผลและความจำเป็นต่อเรื่องนั้น

ใช้การสื่อสารแบบโฆษณาชวนเชื่อมากเกินไป

นอกจากไม่มีการสร้างสรรค์ประเด็นเนื้อหาแล้ว การสื่อสารด้วยข้อความในลักษณะโฆษณาชวนเชื่อ โน้มน้าวเกินจริง ไม่ว่าจะปรากฏ ในที่ใด สื่อหลักหรือสื่อดิจิทัล ความนิยมที่เกิดขึ้น จะไม่ต่างกับโฆษณาที่ฉาบฉวย การโปรโมทแบบซ้ำซาก การเน้นการขายออกนอกหน้า หรือการยึดเยียดที่มากเกินไป ยิ่งทำให้เกิดความน่าเบื่อ และไม่สนใจติดตามในที่สุด



ดร.พจน์ ใจชาญสุขกิจ

ที่ปรึกษาด้านยุทธศาสตร์และสื่อสารองค์กร " www.drphot.com "

นักสื่อสารเชิงกลยุทธ์แบบบูรณาการ
ด้วยประสบการณ์กว่า 25 ปี ในด้านการบริหาร
ยุทธศาสตร์ สื่อสารการตลาด
แบรนด์ ภาพลักษณ์องค์กรจนถึงระดับชาติ
ผู้บรรยายในระดับปริญญาโท-เอก
ให้กับมหาวิทยาลัยทั่วประเทศ
มีผลงานวิชาการกว่า 300 ผลงาน
กับตำแหน่งที่หลากหลาย
ทั้งด้านธุรกิจ สังคม และศิลปวัฒนธรรม
รวมถึงการเป็นนายกสมาคมประชาสัมพันธ์ไทย



การไม่สร้างแนวทางเพื่อ ชี้นำความคิด หรือกระตุ้นให้ตัดสินใจ

การชี้นำทางความคิด หรือให้บุคคลที่สามเป็นผู้กล่าวถึง เป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพยิ่งในการสื่อสารวิธีที่ดีที่สุดของแนวคิดนี้คือการสร้างหรือการหาบุคคลที่จะทำในเรื่องราวของแบรนด์เป็นที่น่าเชื่อถือ การใช้สื่อบุคคลที่อาจเป็นบุคคลภายนอกหรือภายใน ที่สามารถชี้นำความคิด หรือต่อ ยอดประเด็นความ น่าเชื่อถือ ด้วยการสร้างเรื่องราวของแบรนด์ให้เกิดการสื่อสารได้มากยิ่งขึ้น



ไม่เปิดโอกาส หรือไม่สร้างบรรยากาศ การมีส่วนร่วม

การวางระบบที่นำไปสู่การสร้างปฏิสัมพันธ์ ย่อมทำให้เกิดความผูกพัน ก่อให้เกิดความรู้สึที่ดี และพัฒนาขึ้นได้โดยง่าย จะเห็นได้ชัดในกรณีของ Social Media ทำให้ประชาชนผู้รับข่าวสารติดต่อกัน รวมตัวเป็นเครือข่ายตามความชอบ สภาพความสนใจ ความเป็นอยู่ ความเชื่อมโยง โดยที่แต่ละคนสามารถเป็นผู้สร้างสารและส่งสาร เกิดทั้งการมีส่วนร่วมและการปฏิสัมพันธ์ ก่อให้เกิดการขับเคลื่อน



ขาดความสม่ำเสมอและต่อเนื่อง

การที่แบรนด์ได้เป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มเป้าหมายที่ทำให้เขาเหล่านั้นรู้สึกดี ทักคนคิด ความคิดเห็น ข้อกังวล หรือ ความต้องการที่แท้จริงของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ โดยเปิดให้มีช่องทางแสดงความคิดเห็นและสื่อสาร แบบมีปฏิสัมพันธ์อย่างสม่ำเสมอเพื่อสร้างความใกล้ชิดผูกพัน

ไม่ได้ใช้เทคโนโลยีในเชิงสร้างสรรค์

เทคโนโลยีและสื่อสังคมออนไลน์ได้มีวิวัฒนาการไปอย่างรวดเร็ว ทำให้ทุกคนสามารถเป็นเจ้าของช่องทาง เจ้าของเนื้อหา สร้างสาร และเผยแพร่ ได้ตลอดเวลา การเรียนรู้และเข้าถึงจึงมีความจำเป็นมาก ที่จะใช้ประโยชน์และทันกับการปรับตัวดังกล่าว ที่เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา

การเข้าถึงข้อมูลเชิงลึกและออกแบบประเด็นที่มีความโดดเด่น

การศึกษาและถ่ายทอด เพื่อให้ข้อมูลเชิงลึกที่มีประเด็นโดดเด่น เป็นการเฉพาะแก่กลุ่มเป้าหมาย หรือสื่อต่างๆ รวมถึงสื่อมวลชน ที่จำเป็นต้องสร้างความน่าเชื่อถือในหมู่สาธารณชน โดยนำเสนอเนื้อหาเชิงลึกที่มีประเด็นเฉียบคมและเฉพาะเจาะจง น่าสนใจเป็นพิเศษสำหรับสื่อประเภทนั้น

ทุกวันนี้ ผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้นกว่าเดิม การสื่อสารด้วยการสร้างสรรค์ประเด็นที่จะเข้าถึงความเป็นตัวตน ทำให้เกิดความเข้าใจ สนใจ และรู้สึกต้องการมีส่วนร่วม

การสื่อสารแบรนด์ในปัจจุบันเป็นยุคของการแข่งขันที่ไร้รูปแบบ นักการสื่อสารจำเป็นต้องศึกษาเรียนรู้ การสื่อสารแบรนด์เพื่อเกิดผลต่อบุคคล ต่อองค์กร ท่ามกลางเทคโนโลยีที่มีความทันสมัย อิทธิพลของการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ย่อมสามารถเชื่อมโยงโดยนำเสนอเรื่องราวของประเด็นของแบรนด์ ไปยังกลุ่มเป้าหมายเพื่อสร้างความผูกพัน ทำให้เกิดคุณค่าและมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี ด้วยการหลีกเลี่ยงสาเหตุต่างๆ ดังกล่าว

