

การตลาดกองโจรแบบสร้างสรรค์ (Creative Guerrilla Marketing) ตอนที่ 2

กุลฉัตร ฉัตรกุล ณ ออยุธยา (kulachatakul@gmail.com)

Chief Marketing Officer บริษัท มาร์เก็ตติ้งได้อ็อกไซด์ จำกัด

แนวทางการแก้ไขเมื่อเจอสงครามการตลาดแบบกองโจร จะต้องดูสถานการณ์ปัจจุบันประกอบการพิจารณา พร้อมกำหนดนโยบายการแก้ปัญหาอย่างรวดเร็วที่สุด การรับมือกับการตลาดที่อยู่เหนือกฎ กติกา มารยาท อย่างการตลาดกองโจร เป็นเรื่องที่ต้องตั้งสติและดำเนินการอย่างถูกวิธี ซึ่งต้องอาศัยประสบการณ์จากผู้เชี่ยวชาญ การให้ความรู้และอบรมพนักงานอย่างสม่ำเสมอ แต่อย่างไรก็ตาม ส่วนตัวผมเองไม่ชอบแนวการตลาดแบบตาดอตาฟันต่อฟัน ถ้าจะให้จริงจังต้องเสนอแนว ไอเดียแปลกใหม่และไม่กระทบกับใครเลยจะดีที่สุด แต่มีหลักการแก้ไขดังนี้

1. วางแผนและเตรียมการตอบโต้ไว้ล่วงหน้า (Be prepared, have a plan of action) แม้จะไม่สามารถคาดเดาสถานการณ์ได้ก็ตาม แต่หากมีแผนสำรองที่พร้อมนำมาปรับใช้ได้ทันที ก็จะทำให้วิกฤตินั้นเบาลงได้
2. จัดตั้งทีมงานเฉพาะเพื่อแก้ไขภาวะวิกฤต (Build a crisis management team) โดยมีการระดมทีมงานที่มีความเชี่ยวชาญด้านการบริหารภาวะวิกฤต เพื่อกำหนดแนวทางแก้ไข และเพื่อลดความยุ่งยากซับซ้อนในการสื่อสาร ควรให้มีผู้ให้ข่าวเพียงคนเดียวเท่านั้น
3. ควรมีการตอบกลับอย่างรวดเร็ว พร้อมกับดำเนินการอย่างเป็นระบบ (Respond quickly but not hastily) เพื่อหยุดภาวะวิกฤติไม่ให้อุบัติจนเกิดความเสียหาย หรือทวีความรุนแรงมากขึ้น
4. ให้ความร่วมมือกับสื่อมวลชน (Work cooperatively with the media) เพื่อให้ป้องกันสื่อมวลชนเขียนข่าวโดยขาดข้อมูลที่ถูกต้อง แปรนตีจึงไม่ควรหลีกเลี่ยงการให้ข้อเท็จจริงกับสื่อ แต่ควรให้สื่อให้ถูกต้องและเป็นประโยชน์มากที่สุด
5. อย่าวิตกกังวลจนขาดสติ (Don't panic!) ควรทบทวนเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น และดำเนินการแก้ไขตามแผนที่วางไว้อย่างรอบคอบและมีสติ
6. ส่งเสริมภาพลักษณ์เพื่อเรียกความมั่นใจกลับคืนมา (Take out image insurance) ภาพลักษณ์ของแบรนด์ถือเป็นทรัพย์สินที่มีมูลค่า หากเกิดเหตุการณ์ที่กระทบภาพลักษณ์แล้ว จะต้องมีการส่งเสริมภาพลักษณ์เพื่อเรียกความมั่นใจจากผู้บริโภคกลับคืนมาอย่างรวดเร็วที่สุด

Jay Conrad Levinson เจ้าพ่อ Guerrilla marketing ได้เขียนหนังสือเกี่ยวกับการตลาดแบบกองโจรไว้หลายเล่ม ทำให้ธุรกิจขนาด SMEs ต่อกรกับธุรกิจขนาดใหญ่ได้ แต่ก็ไม่ใช่เป้าหมายสำคัญของธุรกิจขนาดเล็กที่อาจหาญจะไปต่อกรกับบริษัทขนาดใหญ่ แต่เพียงเพื่อรักษาแบรนด์ให้คงอยู่ในใจลูกค้าเท่านั้น แนวคิดของ Levinson ไม่ได้มุ่งที่จะดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคอย่างเดียว แต่บริษัทเจ้าของสินค้าจะต้องผลิตสินค้าและบริการที่เป็นเลิศเพื่อสนับสนุนโฆษณาด้วยเช่นกัน การตลาดแบบกองโจรอาจเป็นคำที่ค่อนข้างรุนแรงและออกจะ Negative เสียด้วยซ้ำไป ปัจจุบันจึงมีแนวคิดใหม่ อาศัยสภาพแวดล้อมในบรรยากาศในการสร้างสรรค์งานโฆษณา เรียกว่า “สื่อแฝงในบรรยากาศ” (Ambient Advertising) ซึ่งเหมาะกับธุรกิจขนาดเล็กที่มีงบประมาณจำกัด เคลื่อนที่ได้รวดเร็วแบบกองโจร แทรกซึมเข้าสู่ผู้บริโภคได้ง่าย กินอาณาบริเวณเล็กๆ เพราะมันถูกออกแบบไว้สำหรับตลาดขนาดเล็กอย่างเหมาะสมลงตัว แต่อาจเป็นเพราะประสิทธิภาพที่เหลือเชื่อของ Creative Guerrilla marketing เป็นกระบวนการที่แหก แหกแนว จากแนวทางโฆษณาเดิม ๆ อย่างสิ้นเชิง จากแนวคิดทั้งหลายก่อเกิดการ Viral โดยใช้ Social Media สร้างการรับรู้อย่างรวดเร็วราวกับการระบาดของเชื้อไวรัสเพื่อการกระจายข่าวสารแบบปากต่อปาก (Words of mouth) ซึ่งยุคนี้เรามีอินเทอร์เน็ต, Twitter, Facebook และ Instagram ล้วนเป็นวิธีที่เอื้อให้การตลาดแบบนี้ ได้ผลรวดเร็ววกว่าแต่ก่อน แนวคิดของ Guerrilla Marketing สร้างสรรค์ขึ้นมาให้เป็นการส่งเสริมการขายที่แปลกแหวกแนว โดยใช้เวลา พลังและจินตนาการ แทนการใช้งบประมาณก้อนใหญ่ เป็นแคมเปญที่คาดไม่ถึง เกิด interactive ขึ้นกับผู้บริโภคในสถานที่ที่ไม่ได้คาดคิด มุ่งหมายสร้างความไม่ซ้ำแบบใคร มีพลังดึงดูดและกระตุ้นให้ผู้

พบเห็นเกิดความคิดต่างๆ ขึ้น ไม่ได้มุ่งเน้นเอาไรต์เอาเปรี๊ยะ จิกกัดแทะโลม ลอบกัด อาศัยความเพลิงพลังของคู่แข่ง เหมือนในอดีต กองโจรในแบบสร้างสรรค์สมัยปัจจุบันเป็นลักษณะการปรากฏตัวในที่สาธารณะ เข้ามาแนะนำตัว สักดักัน ตีรึงตราผู้บริโภคไว้ด้วยความสนใจ เช่น รถ Mobile โซว์นางแบบสุดเซ็กซี่ไปทั่วเมือง แจกตัวอย่างสินค้าตามทางเท้า Creative ตามริมถนน ตกแต่งฝาที่ระบายน้ำ เส้าไฟฟ้า บ้างก็ใช้สุนัขเดินไปตามท้องถนน การเล่นกับสิ่งแวดล้อมสร้างบรรยากาศให้ผู้บริโภครู้สึกว่แบรนด์เป็นส่วนหนึ่งของสังคม เป็นการเข้าถึงตัวผู้บริโภคอย่างไม่ธรรมดาเพื่อให้ได้ผลสูงสุด ด้วยงบประมาณน้อยสุด ตลอดจนการเข้าถึงที่เป็นนวัตกรรมใหม่ๆ คือ การใช้เทคโนโลยีทางดิจิทัลซึ่งเป็นการหยุด ผู้บริโภคให้เกิดความสนใจและเป็นการสร้างประสบการณ์เกี่ยวกับยี่ห้อสินค้าหรือแบรนด์เพื่อให้จดจำได้นานๆ
