

อยากคิดเงินลูกค้าแพงขึ้น ลองทำตามวิธีนี้

ไม่ว่าในอุตสาหกรรมไหน ไม่ว่าแบรนด์จะขายให้กับผู้บริโภคหรือธุรกิจ ทุกคนยินดีจ่ายแพงขึ้นก็เพื่อสิ่งหนึ่ง — ชื่อเสียง นั่นหมายความว่าชื่อเสียงคือทุนที่สำคัญที่สุดของแบรนด์ หลาย ๆ คนอาจจะได้ยินวลีคลาสสิก: “ลูกค้าไม่ได้สนใจในแบรนด์ แต่สนใจว่าแบรนด์ทำอะไรให้เขาได้” นั่นคือความจริงของโลกที่หมุนด้วยผลลัพธ์ แต่ในความจริงลึกซึ้งกว่านั้น เพราะหนึ่งสถานการณ์ที่ผู้บริโภคสนใจในแบรนด์อย่างจริงจังนั่นคือ เมื่อผู้บริโภคซื้อสิ่งที่เรียกว่า “ชื่อเสียง” ผู้บริโภคอยากรู้ดีกว่าตัวเองมีรสนิยม มีคลาส และอยู่ในระดับที่เหนือกว่า นั่นคือเหตุผลว่าทำไมแบรนด์อย่าง Louis Vuitton หรือ Hermès จึงสามารถตั้งราคาสูงได้ เพราะลูกค้าซื้อเพื่อบอกโลกรอบข้างว่า “ฉันมีมาตรฐานสูง” — ไม่ใช่แค่ซื้อกระเป๋าหนัง

ชื่อเสียงคือกุญแจสู่ทุกโอกาส Tim Ferriss พูดไว้ในบทสัมภาษณ์กับ David Perell ได้อย่างน่าฟังว่า: “ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือคือทรัพย์สินที่หายากและแพงได้ง่ายมาก มันจะมีค่ามากขึ้นเรื่อย ๆ ในโลกอนาคต” และนั่นเป็นเหตุผลที่แบรนด์ควรเริ่มลงทุนในชื่อเสียงตั้งแต่วันนี้ ในความจริงแล้วแบรนด์สามารถแข่งขันด้วยราคาได้โดยการทำสิ่งที่ถูกกว่า แต่หลาย ๆ ครั้ง ผู้บริโภคไม่ได้มองหาสินค้าที่ถูกเสมอ ตัวอย่างเช่น ผู้บริโภคซื้อสินค้าหนึ่งเมื่อมีรายได้ไม่ได้มากพอ เพื่อทำการทดแทนสินค้าที่อยากได้ที่มีราคาสูงกว่า แต่ในวันหนึ่งพอมีเงินมากขึ้นก็สามารถเปลี่ยนไปซื้อแบรนด์ที่อยากได้ที่มีราคาสูงกว่าได้ทันที ดังนั้นไม่ว่าจะเป็นใคร เช่น นักให้คำปรึกษา เจ้าของร้าน หรือผู้ขายซอฟต์แวร์ หากขายของโดยเน้นแต่ราคาถูก — ลูกค้าจะอยู่กับแบรนด์แค่นานกว่าจะมีเงินซื้อของที่มี “ชื่อเสียง” กว่า The Long Game of Credibility : ชื่อเสียงไม่ได้สร้างภายในวันเดียว และไม่ได้เกิดจากการทำ Website หรือ Post Social เพียงครั้งสองครั้ง เพราะการสร้างชื่อเสียง การสร้างแบรนด์ที่ยากกว่าคือการสร้าง ความไว้วางใจ

ซึ่งต้องใช้เวลาและการลงทุนระยะยาว ความน่าเชื่อถือชนะทุกกลยุทธ์การขายเพราะผู้บริโภคต้องเลือกที่จะไว้วางใจใคร ในโลกที่เต็มไปด้วยแบรนด์ที่ขายของ ดังนั้นแบรนด์ไหนมีชื่อเสียงมากกว่า แบรนด์นั้นชนะ ลองคิดว่าเราจะซื้อไฟตกแต่งห้องจากแบรนด์ไหน ระหว่าง:

-แบรนด์ที่มีเรตติ้ง 0 จากรีวิว 6 รายการ

-หรือแบรนด์ที่มีเรตติ้ง 7 จากรีวิวกว่า 1,200 รายการ?

ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกอันหลัง เพราะรีวิวจำนวนมากให้ “น้ำหนัก” ในการตัดสินใจมากกว่าคะแนนเต็มที่ได้จากคนไม่กี่คน ดังนั้นความน่าเชื่อถือจึงต้องมีทั้ง “คุณภาพ” และ “ปริมาณ” แบรนด์ไหนที่อยากเป็นแบรนด์ที่มีแต่คนแนะนำ เริ่มจากตรงนี้:

1. ลงทุนกับคอนเทนต์คุณภาพ ไม่ว่าจะจะเป็นบทความ Video หรือ Podcast อย่าโพสต์เพื่อให้ครบวัน แต่โพสต์เพื่อสร้างอิทธิพล คอนเทนต์ที่มีค่าในวันนี้
2. ยอมรับทุกโอกาสที่เข้ามา ถ้าคุณเป็น Creator หรือเจ้าของแบรนด์ จะได้รับข้อเสนอความร่วมมือมากมายเลือกรับเฉพาะแบรนด์
3. ยึดหลักศีลธรรมอย่างชัดเจน ทุกเนื้อหาที่ Post ควรสะท้อนตัวตนของแบรนด์ ไม่ต้องกลัวว่าความชัดเจนจะผลักผู้บริโภคบางกลุ่มออกไป
4. พิสูจน์ทุกสิ่งที่แบรนด์พูด ถ้าแบรนด์บอกว่า 99% ของผู้ใช้ชอบสินค้า อย่าลืมนำข้อมูลอ้างอิง อย่าพูดลอย ๆ
5. สะสม Social Proof ตั้งแต่วันแรก ขอรีวิว ขอคำแนะนำ และรวบรวมคำพูดดี ๆ จากลูกค้าเสมอ คำแนะนำจากผู้อื่นมีพลังมากกว่าการโฆษณาด้วยตัวเองหลายเท่า
6. ร่วมมือกับผู้อื่น หาพันธมิตรธุรกิจหรือ Creator ที่มีค่านิยมคล้ายกัน และสร้างสิ่งใหม่ร่วมกัน
7. แยกแยะระหว่างความนิยมกับความเชี่ยวชาญ การเป็นที่รู้จักไม่เหมือนกับการได้รับความเคารพ (ที่มา : MarketingOops!)

ประกาศแปรสภาพห้างหุ้นส่วนเป็นบริษัทจำกัด ธณัทพร คอสเมติก ทะเบียนเลขที่ 0343560001550 ด้วยผู้เป็นหุ้นส่วนใน ธณัทพร คอสเมติก ได้ตกลงยินยอมให้แปรสภาพ ธณัทพร คอสเมติก ซึ่งตั้งอยู่เลขที่ 118 หมู่ที่ 5 ต.จิกเทิง อ.ตาลชุม จ.อุบลราชธานี เป็นบริษัทจำกัด ตามบันทึกข้อตกลงยินยอม ลงวันที่ 24 มิถุนายน 2568 ห้างหุ้นส่วนฯ จึงขอประกาศให้ทราบทั่วกันว่า หากท่านมีความประสงค์ จะคัดค้านขอให้ส่งคำคัดค้านไปยังห้างหุ้นส่วนฯ กำหนด 30 วัน นับจากวันประกาศนี้เป็นต้นไป ประกาศ ณ วันที่ 02 กรกฎาคม 2568 (นางสาว กรรณัทพร ธนโรจน์ชัยกุล) หุ้นส่วนผู้จัดการ	ประกาศเลิกบริษัท บริษัท ซี เวิร์ด วายด์ จำกัด ทะเบียนเลขที่ 0255565002441 ขอประกาศให้ทราบโดยทั่วกันว่าที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 4/2568 ของ บริษัท ซี เวิร์ด วายด์ จำกัด ได้มีมติให้เลิกบริษัทฯ นี้ ตั้งแต่วันที่ 02 กรกฎาคม 2568 เป็นต้นไป จึงประกาศให้บรรดาลูกหนี้และเจ้าหนี้ทั้งหลายของบริษัทฯ นี้ ได้โปรดติดต่อชำระหนี้หรือยื่นคำทวงหนี้ต่อข้าพเจ้า ณ สำนักงานของผู้ชำระบัญชีเลขที่ 142 หมู่บ้าน บ้านนครกบินทร์ หมู่ที่ 16 ต.เมืองเก่า อ.กบินทร์บุรี จ.ปราจีนบุรี ภายในกำหนด 7 วัน นับแต่วันประกาศเป็นต้นไป ประกาศ ณ วันที่ 02 กรกฎาคม 2568 (นางสาว สุภาภรณ์ หมั่นพันธ์) ผู้ชำระบัญชี



แบบ พ.๒

หนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียน
ตามพระราชบัญญัติจดทะเบียน พุทธศักราช ๒๕๕๐

เลขทะเบียน ๘๘๘๕๖๒๘๖๐

หนังสือสำคัญนี้ออกให้ไว้เพื่อแสดงว่า บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด โดย นางสาวพรรณ เดชานวัตร์
เลขประจำตัวประชาชน ๓ ๑๐๐๘ ๐๐๖๖๔ ๔๓ ๖ เชื้อชาติ ไทย สัญชาติ ไทย อายุ ๓๕ ปี อาชีพ นักธุรกิจ
ถิ่นที่อยู่บ้านเลขที่ ๔๖๗/๔ หมู่ที่ - ซอย - ถนน บางแวก
แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานคร
เป็น เจ้าของ หนังสือพิมพ์ชื่อ Prakard365 ประกาศ365

มีวัตถุประสงค์ เพื่อเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับ ด้านเศรษฐกิจ ธุรกิจ บัญชี สังคม และลงประกาศ

ภาษาที่หนังสือพิมพ์จะออก ภาษาไทย

ชนิดของหนังสือพิมพ์ที่ออก เป็นแผ่น

ระยะเวลาที่ออกหนังสือพิมพ์ รายวัน

ชื่อสำนักงานของหนังสือพิมพ์ บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด

ตั้งอยู่ ณ ที่ - เลขที่ ๔๖๗/๑ หมู่ที่ - ซอย -
ถนน บางแวก แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานคร

ชื่อสำนักงานของผู้โฆษณา บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด

ตั้งอยู่ ณ ที่ - เลขที่ ๔๖๗/๑ หมู่ที่ - ซอย -
ถนน บางแวก แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานคร

ชื่อโรงพิมพ์ที่พิมพ์ บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด

ตั้งอยู่ ณ ที่ - เลขที่ ๔๖๗/๑ หมู่ที่ - ซอย -
ถนน บางแวก แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานคร

หนังสือพิมพ์ฉบับนี้ นางสาวพรรณ เดชานวัตร์ เป็นผู้พิมพ์
นางสาวพรรณ เดชานวัตร์ เป็นผู้โฆษณา
นางสาวพรรณ เดชานวัตร์ เป็นบรรณาธิการ
บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด เป็นเจ้าของกิจการหนังสือพิมพ์

ออกให้ตั้งแต่ วันที่ ๑๒ เดือน พฤษภาคม พุทธศักราช ๒๕๖๐
(ลงชื่อ)

(นางสาวกนกกร ศักดาเดช)

ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดแห่งชาติ

พนักงานเจ้าหน้าที่จดทะเบียนสำหรับจังหวัด กรุงเทพมหานคร

