

เรียนรู้การสร้างแบรนด์แบบทรงพลังกับ Gentle Monster

คำว่า “แบรนด์” ถูกนิยามไว้หลากหลาย บางคนมองว่าเป็นชื่อและโลโก้ บางคนมองว่าเป็นภาพลักษณ์ บางคนมองว่าเป็นเหตุผลที่ทำให้ลูกค้ายอมจ่ายแพงกว่าแบรนด์อื่น แต่ไม่ว่านิยามจะต่างกันแค่ไหน ทุกความหมายล้วนมีจุดร่วมเดียวกัน นั่นคือแบรนด์เป็นสินทรัพย์ที่อยู่ในความทรงจำของผู้คน หากมองหาแบรนด์ที่พิสูจน์พลังของ “ความทรงจำ” ได้ชัดเจน Gentle Monster คือหนึ่งในตัวอย่างที่เด่นที่สุด แบรนด์แว่นตาจากเกาหลีใต้รายนี้สามารถเติบโตในอัตราสูง ทำกำไรได้มาก และแทบไม่พึ่งโฆษณาดิจิทัล ทั้งที่อยู่ในอุตสาหกรรมแฟชั่นซึ่งการแข่งขันรุนแรงอย่างยิ่ง สิ่งที่ Gentle Monster ทำได้ไม่ใช่แค่การขายสินค้า แต่คือการสร้างพื้นที่ในสมองของผู้บริโภคอย่างถาวร จุดเริ่มต้นของ Gentle Monster ไม่ได้มาจากโลกแฟชั่นโดยตรง ผู้ก่อตั้งมองเห็นช่องว่างง่าย ๆ ในตลาดแว่นตา แว่นส่วนใหญ่ถูกออกแบบจากโครงหน้าชาวตะวันตก ซึ่งไม่สอดคล้องกับโครงหน้าชาวเอเชีย เขาจึงเลือกออกแบบแว่นที่รอบใหญ่ขึ้น และปรับสันจมูกให้เหมาะกับความงามแบบเอเชีย ซึ่งในวัฒนธรรมเกาหลี “หน้าดูเล็ก” คือคำชมสูงสุด เมื่อแว่นกรอบใหญ่ทำให้ศีรษะดูเล็กลง ตลาดจึงเปิดทันทีโดยแทบไม่มีคู่แข่ง แต่การตัดสินใจที่สำคัญกว่าการออกแบบสินค้า คือการลงทุนกับ “แบรนด์ที่น่าจดจำ” ในช่วงเวลาเดียวกัน มีแบรนด์แว่นตาแบบ D2C (Direct to Consumer) เกิดขึ้นจำนวนมาก หลายแบรนด์ต้องพึ่งพาโฆษณาออนไลน์อย่างหนักเพื่อแย่งความสนใจ แต่ Gentle Monster เลือกอีกเส้นทางหนึ่ง พวกเขาวางตำแหน่งแบรนด์ที่มีความขัดแย้งในตัวเองอย่างตั้งใจ คำว่า Gentle สื่อถึงความนุ่มนวล ขณะที่ Monster สื่อถึงความประหลาด กล้าทดลอง และไม่แคร์เดาได้ ความตึงเครียดระหว่างสองคำนี้กลายเป็นแก่นของแบรนด์ จากจุดนั้น Gentle Monster นำแนวคิดนี้ไปขยายในทุกพื้นที่ที่ผู้บริโภคสัมผัส ตั้งแต่ร้านค้าไปจนถึงสินค้า

ร้านของ Gentle Monster ไม่ได้ถูกออกแบบให้เหมือนร้านแว่น แต่เหมือนพิพิธภัณฑ์ศิลปะร่วมสมัย เต็มไปด้วยประติมากรรม หุ่นยนต์ และอินสตอลเลชันขนาดใหญ่ที่เปลี่ยนไปเรื่อย ๆ ผู้คนไม่ได้แค่เข้าไปซื้อแว่น แต่เข้าไป “จำ” ประสบการณ์ การออกแบบร้านเหล่านี้ไม่ใช่เรื่องบังเอิญ แบรนด์ลงทุนทรัพยากรจำนวนมากกับ Visual Merchandise งานภาพและพื้นที่ เพราะเป้าหมายไม่ใช่ยอดขายระยะสั้น แต่คือภาพจำระยะยาว เมื่อผู้คนพูดถึง Gentle Monster พวกเขาไม่ได้พูดถึงเลนส์หรือวัสดุ แต่พูดถึงความรู้สึกแปลกใหม่ที่ไม่มีใครแนวคิดเดียวกันนี้ถูกนำไปใช้กับการทำ PR และการส่งของให้ผู้มีอิทธิพลทางความคิด กล่องสินค้าไม่ได้ถูกออกแบบเพื่อปกป้องของหรือสินค้าด้านใน แต่เพื่อสร้างช่วงเวลาแห่งความตื่นเต้น เมื่อกล่องนั้นถูกเปิดต่อนักกล้อง ความแตกต่างจะถูกส่งต่อไปยังผู้ชมจำนวนมากโดยไม่ต้องจ่ายค่าโฆษณาเพิ่มเติม ในด้านความร่วมมือ Gentle Monster เลือกทำงานกับทั้งแบรนด์แฟชั่นระดับสูงและพันธมิตรที่คาดไม่ถึง ตั้งแต่แบรนด์ไอศกรีม ไปจนถึงเกมออนไลน์และวัฒนธรรมป๊อป ความไม่คาดไม่ถึงเหล่านี้ช่วยตอกย้ำตัวตนของแบรนด์ และสร้างเรื่องเล่าใหม่ให้ผู้คนจดจำซ้ำแล้วซ้ำเล่า ตัวสินค้าเองก็ทำหน้าที่เป็นสื่อของแบรนด์ แว่นกรอบใหญ่ของ Gentle Monster มองเห็นได้ชัดเจนในพื้นที่สาธารณะ เมื่อดาราชื่อดังสวมใส่ ภาพจำจะยิ่งขยายตัวอย่างรวดเร็ว ความจดจำนี้ไม่ได้เกิดจากโลโก้ แต่เกิดจากรูปทรงที่ไม่เหมือนใคร

(ที่มา : MarketingOops!)



แบบ พ.๒

หนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียน
ตามพระราชบัญญัติจดทะเบียนการพิมพ์ พุทธศักราช ๒๕๕๐

เลขทะเบียน ๙๙๙ ๕๕๕ ๒๘๖๐

หนังสือสำคัญนี้ออกให้ไว้เพื่อแสดงว่า บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด โดย นางสาวพรพรรณ เตชานุวัตร์
เลขประจำตัวประชาชน ๓ ๑๐๐๘ ๐๐๖๖๔ ๙๓ 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 ภาษาไทยชนิดของหนังสือพิมพ์ที่ออก เป็นแผ่นระยะเวลาที่ออกหนังสือพิมพ์ รายวันชื่อสำนักงานของหนังสือพิมพ์ บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัดตั้งอยู่ ณ ที่ - เลขที่ ๔๖๗/๑ หมู่ที่ - ซอย -
ถนน บางแวก แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานครชื่อสำนักงานของผู้โฆษณา บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัดตั้งอยู่ ณ ที่ - เลขที่ ๔๖๗/๑ หมู่ที่ - ซอย -
ถนน บางแวก แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานครชื่อโรงพิมพ์ที่พิมพ์ บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัดตั้งอยู่ ณ ที่ - เลขที่ ๔๖๗/๑ หมู่ที่ - ซอย -
ถนน บางแวก แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานคร

หนังสือพิมพ์ฉบับนี้	<u>นางสาวพรพรรณ เตชานุวัตร์</u>	เป็นผู้พิมพ์
	<u>นางสาวพรพรรณ เตชานุวัตร์</u>	เป็นผู้โฆษณา
	<u>นางสาวพรพรรณ เตชานุวัตร์</u>	เป็นบรรณาธิการ
	<u>บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด</u>	เป็นเจ้าของกิจการหนังสือพิมพ์

ออกให้ตั้งแต่วันที่ ๑๒ เดือน พฤษภาคม พุทธศักราช ๒๕๖๐
(ลงชื่อ)นางสาวกนกอร ศักดาเดช

ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดแห่งชาติ

พนักงานเจ้าหน้าที่จดทะเบียนการพิมพ์สำหรับจังหวัด กรุงเทพมหานคร