

คุณกำลังใช้ Brand Archetype ผิดมาตลอด และนั่นอาจเป็น เหตุผลที่การตลาดของคุณยังไม่โดนใจลูกค้า

หลายแบรนด์ลงทุนมหาศาลกับการสร้างแบรนด์ ทั้งออกแบบโลโก้ ปรับภาพลักษณ์ วางโทนการสื่อสาร และกำหนด Brand Archetype อย่างละเอียด แต่เมื่อแคมเปญถูกปล่อยออกไป ผลลัพธ์กลับไม่เป็นอย่างที่หวัง ลูกค้าเห็นว่าแบรนด์ดูดี มีมาตรฐาน แต่กลับไม่รู้สึกรักพันหรืออยากเลือกแบรนด์นั้นเป็นพิเศษ ปัญหาไม่ได้อยู่ที่การออกแบบ หรือการเลือก Archetype ผิด แต่เกิดจากการตั้งคำถามผิดตั้งแต่ต้น แบรนด์จำนวนมากเริ่มต้นด้วยคำถามว่า “เราเป็นใคร” ทั้งที่คำถามที่สำคัญกว่าคือ “ลูกค้าของเราเป็นใคร” Brand Archetype เป็นเครื่องมือที่นักการตลาดทั่วโลกใช้เพื่อกำหนดบุคลิกของแบรนด์ โดยแบ่งบุคลิกออกเป็น 12 รูปแบบ เช่น ฮีโร่ นักปราชญ์ นักสำรวจ ผู้สร้าง นักปฏิวัติ ผู้ดูแล หรือผู้สร้างความสนุกสนาน แนวคิดนี้มีพื้นฐานจากจิตวิทยาของ Carl Jung และถูกนำมาประยุกต์ใช้กับการสร้างแบรนด์จนกลายเป็นมาตรฐานที่หลายองค์กรเลือกใช้ หลายแบรนด์ระดับโลกใช้ Archetype ได้อย่างชัดเจน เช่น Nike ที่สื่อสารในฐานะ “ฮีโร่” ซึ่งผลักดันให้ผู้คนก้าวข้ามขีดจำกัดของตัวเอง Apple สะท้อนภาพของ “ผู้สร้างสรรค์” ที่ให้ความสำคัญกับจินตนาการและนวัตกรรม ส่วน Harley-Davidson คือ “นักปฏิวัติ” ที่เป็นตัวแทนของอิสรภาพและการไม่เดินตามกรอบเดิม ตัวอย่างเหล่านี้พิสูจน์ว่า Archetype ใช้งานได้จริง แต่สิ่งที่หลายแบรนด์มองข้ามคือ วิธีการใช้งานต่างหากที่ทำให้ผลลัพธ์แตกต่างกัน หลายองค์กรเริ่มต้นด้วยการประชุมเพื่อเลือกบุคลิกของแบรนด์ จากนั้นจึงออกแบบข้อความ ภาพลักษณ์ และคอนเทนต์ทั้งหมดให้สอดคล้องกับบุคลิกนั้น สมมติว่าแบรนด์เลือก Archetype แบบ “นักปราชญ์” ทุกการสื่อสารจึงเต็มไปด้วยข้อมูล ความรู้ และความน่าเชื่อถือ ทุกอย่างดูสมบูรณ์แบบบนกระดาษ แต่เมื่อสื่อสารออกไป ลูกค้ากลับชื่นชมในความเชี่ยวชาญเพียงอย่างเดียว

โดยไม่ได้รู้สึกว่าเป็นแบรนด์เข้าใจหรือเชื่อมโยงกับตัวเอง นั่นไม่ได้หมายความว่า Archetype ที่เลือกผิด แต่เป็นเพราะแบรนด์ตอบคำถามผิดตั้งแต่แรก แทนที่จะถามว่า “เราอยากให้ลูกค้ามองเราอย่างไร” ควรถามว่า “ลูกค้าต้องการแบรนด์แบบไหนในชีวิตของเขา” นี่คือการแตกต่างที่เล็กมาก แต่ส่งผลกระทบต่อการประสิทธิภาพของการสื่อสาร ความจริงแล้ว Brand Archetype ไม่ได้ถูกสร้างขึ้นเพื่อให้แบรนด์แสดงบทบาทของตัวเองเพียงอย่างเดียว แต่เป็นเครื่องมือที่ช่วยสะท้อนตัวตนของลูกค้า เมื่อลูกค้าเห็นข้อความของแบรนด์แล้วรู้สึกว่าเป็น “นี่คือฉัน” หรือ “แบรนด์นี้เข้าใจฉันจริงๆ” การสื่อสารจึงเกิดพลังทันที ลูกค้าไม่ได้รู้สึกว่าการโฆษณา แต่รู้สึกว่ามีคนเข้าใจความคิด ความเชื่อ และตัวตนของเขา ความรู้สึกเช่นนี้คือจุดเริ่มต้นของความผูกพันกับแบรนด์ ในทางกลับกัน หากแบรนด์เอาแต่พูดถึงตัวเอง ไม่ว่าจะเป็นประวัติ ความเชี่ยวชาญ วิสัยทัศน์ หรือคุณค่าที่องค์กรภาคภูมิใจ ลูกค้าจะรับสารในฐานะ “ข้อมูลของแบรนด์” ไม่ใช่เรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับชีวิตของตัวเอง จึงไม่น่าแปลกใจที่หลายแบรนด์มี Content คุณภาพดี แต่กลับสร้างยอดขายหรือ มี Brand Loyalty ได้ไม่มากนัก การสร้างแบรนด์ที่มีประสิทธิภาพจึงควรเริ่มจากการทำความเข้าใจตัวตนของลูกค้าก่อน ไม่ใช่แค่ข้อมูลประชากร เช่น อายุ เพศ รายได้ หรืออาชีพ แต่ต้องเข้าใจว่าพวกเขามองตัวเองอย่างไร มีคุณค่าแบบไหน ใช้ชีวิตด้วยความเชื่ออะไร และต้องการเป็นคนแบบใด เมื่อเข้าใจสิ่งเหล่านี้แล้ว จึงค่อยกำหนดบุคลิกของแบรนด์ให้สอดคล้องกับตัวตนของลูกค้า ไม่ได้หมายความว่าแบรนด์ต้องกลายเป็นลูกค้า แต่ต้องสามารถสื่อสารด้วยภาษาที่ลูกค้ารู้สึกว่าเป็น “นี่คือคนที่เข้าใจเรา”

(ที่มา : MarketingOops!)

บริษัท อินฟินิตี้ เวิลด์ กรุ๊ป จำกัด วันที่ 26 สิงหาคม 2569 เรื่อง ขอเชิญประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2569 เรียน ท่านผู้ถือหุ้นของบริษัท ด้วยคณะกรรมการของบริษัทได้มีมติให้เรียกประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2569 ในวันที่ 10 กันยายน 2569 เวลา 9:00 น. ณ เลขที่ 118/1 อาคารทิปโก้ ทาวเวอร์ 1 ชั้นที่ 10 ถนนพระรามที่ 6 แขวงพญาไท เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร 10400 เพื่อพิจารณาเรื่องต่างๆ ตามระเบียบวาระดังต่อไปนี้ - พิจารณาอนุมัติการเพิ่มทุนจดทะเบียนของบริษัท จำนวน 1,900,000 บาท - พิจารณาแก้ไขเพิ่มเติมหนังสือบริคณห์สนธิ ข้อ 5. (ทุน) ดังนี้ ข้อ 5. ทุนของบริษัทกำหนดไว้เป็นจำนวน สองล้านบาท (2,000,000) แบ่งออกเป็น สองหมื่นหุ้น (20,000) มูลค่าหุ้นละ หนึ่งร้อยบาท (100) - พิจารณาเรื่องอื่นๆ (ถ้ามี) ดังนั้น จึงขอเรียนเชิญท่านผู้ถือหุ้นไปประชุมตามวันเวลา และสถานที่ดังกล่าวข้างต้น โดยพร้อมเพรียงกันด้วย จักขอขอบคุณยิ่ง ขอแสดงความนับถือ (นางสาว ปรารณา ชัยเยี่ยม) กรรมการผู้มีอำนาจลงนาม	บริษัท ลีนอว่า จำกัด วันที่ 26 สิงหาคม 2569 เรื่อง ขอเชิญประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2569 เรียน ท่านผู้ถือหุ้นของบริษัท ด้วยคณะกรรมการของบริษัทได้มีมติให้เรียกประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2569 ในวันที่ 10 กันยายน 2569 เวลา 9:00 น. ณ เลขที่ 23/20 หมู่ที่ 1 ต.วังหว้า อ.แฉ่ง จ.ภูเก็ต 83130 เพื่อพิจารณาเรื่องต่างๆ ตามระเบียบวาระดังต่อไปนี้ - พิจารณาลงมติพิเศษเรื่องการเลิกบริษัท - พิจารณาแต่งตั้งผู้ชำระบัญชี - พิจารณาแต่งตั้งผู้สอบบัญชี (ถ้ามี) - พิจารณาเรื่องอื่นๆ (ถ้ามี) ดังนั้น จึงขอเรียนเชิญท่านผู้ถือหุ้นไปประชุมตามวันเวลา และสถานที่ดังกล่าวข้างต้น โดยพร้อมเพรียงกันด้วย จักขอขอบคุณยิ่ง ขอแสดงความนับถือ (นางสาว นางสาวกชพรณ ศรีณะ) กรรมการผู้มีอำนาจลงนาม
บริษัท ชิง เหลอ ซาน ถึง จำกัด วันที่ 26 สิงหาคม 2569 เรื่อง ขอเชิญประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2569 เรียน ท่านผู้ถือหุ้นของบริษัท ด้วยคณะกรรมการของบริษัทได้มีมติให้เรียกประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2569 ในวันที่ 10 กันยายน 2569 เวลา 9:00 น. ณ เลขที่ 122/14-122/16 หมู่ที่ 3 ต.ปอวิน อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี 20230 เพื่อพิจารณาเรื่องต่างๆ ตามระเบียบวาระดังต่อไปนี้ - พิจารณาลงมติพิเศษเรื่องการเลิกบริษัท - พิจารณาแต่งตั้งผู้ชำระบัญชี - พิจารณาแต่งตั้งผู้สอบบัญชี (ถ้ามี) - พิจารณาเรื่องอื่นๆ (ถ้ามี) ดังนั้น จึงขอเรียนเชิญท่านผู้ถือหุ้นไปประชุมตามวันเวลา และสถานที่ดังกล่าวข้างต้น โดยพร้อมเพรียงกันด้วย จักขอขอบคุณยิ่ง ขอแสดงความนับถือ (นาย วุฒิสักดิ์ ใจเจริญกุลยิ่ง) กรรมการผู้มีอำนาจลงนาม	



ឆ្នាំ ៧៤៦

หนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียนการพิมพ์
ตามพระราชบัญญัติจดทะเบียนการพิมพ์ พุทธศักราช ๒๕๕๐

เลขทะเบียน ๙๙๙ ๙๙๙ ๙๙๙๐

หนังสือสำคัญนี้ออกให้ไว้เพื่อแสดงว่า บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด โดยนางสาววรรณ เดชานวัตร
เลขประจำตัวประชาชน ๓๑๐๘ ๐๐๖๖๔๕๓๖ 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 _____ ต. _____ / อ. _____ พ.ที่ _____ - ขอบ _____ -

ถนน _____ แขวง / ตำบล _____ บางไผ่ _____ เขต / อำเภอ _____ บางแค _____ จังหวัด _____ กรุงเทพมหานคร _____

ชื่อสำนักงานของผู้นิเทศ _____ บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด

ตั้งอยู่ ณ ที่ _____ เลขที่ _____ เขต/ด _____ หมู่ที่ _____ - _____ ซอย _____ - _____

ถนน _____ แขวง / ตำบล _____ บางไม้ _____ เขต / อำเภอ _____ บางแค _____ จังหวัด _____ กรุงเทพมหานคร _____

ชื่อโรงพยาบาลที่พิมพ์ _____ บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด

ตั้งอยู่ ณ ที่ _____ เลขที่ _____ ฝั่งที่ _____ หมู่ที่ _____ - _____ ขอบ _____ - _____

ถนน บางแวก แขวง / ตำบล บางไม้ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานคร

นางสาววรรณพร เตชะนุวัตร์	เป็นผู้พิมพ์
นางสาววรรณพร เตชะนุวัตร์	เป็นผู้โฆษณา
นางสาววรรณพร เตชะนุวัตร์	เป็นบรรณาธิการ
บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด	เป็นเจ้าของกิจการหนังสือพิมพ์



ออกให้ตั้งแต่ วันที่ ๑๖ เดือน พฤษภาคม พุทธศักราช ๒๕๖๐
(ลงชื่อ) 

(นางสาวกนกอร ศักดาเดช)

ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดแห่งชาติ

พนักงานเจ้าหน้าที่จดแจ้งการพิมพ์สำหรับจังหวัด กรุงเทพมหานคร