

10 แบรินด์ดังสำหรับผู้หญิงไทยในปี 2019 เดือน มีนาคมเป็นเดือนแห่งวันสตรีสากล ในเดือนนี้มี บทความมากมายเผยแพร่เกี่ยวกับผลกระทบของผู้หญิงที่มีต่อเศรษฐกิจ นิตยสารดังอย่าง Bloomberg ได้กล่าวในตอนหนึ่งว่า “หากเศรษฐกิจผู้บริโภคมีเพศสภาพ คงต้องเป็นผู้หญิง เนื่องจากผู้หญิงขับเคลื่อน การบริโภคถึง 70-80% โดยทั้งหมดรวมจากอำนาจ ในการซื้อและอิทธิพลของพวกเธอ”



เดือนมีนาคมเป็นเดือนแห่งวันสตรีสากล ในเดือนนี้มีบทความมากมายเผยแพร่เกี่ยวกับผลกระทบของผู้หญิงที่มีต่อเศรษฐกิจ นิตยสารดังอย่าง Bloomberg ได้กล่าวในตอนหนึ่งว่า “หากเศรษฐกิจผู้บริโภคมีเพศสภาพ คงต้องเป็นผู้หญิง เนื่องจากผู้หญิงขับเคลื่อนการบริโภคถึง 70-80% โดยทั้งหมดรวมจากอำนาจในการซื้อและอิทธิพลของพวกเธอ”

YouGov บริษัท วิจัยการตลาดและวิเคราะห์ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตระดับนานาชาติของอังกฤษ ได้จัดอันดับท็อป 10 อันดับแบรนด์ที่ผู้หญิงประทับใจมากที่สุด ซึ่งผลการสำรวจดังกล่าวมาจาก ฐานข้อมูลกว่า 460 แบรินด์ใน YouGov BrandIndex การสำรวจเกิดขึ้นระหว่างวันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2561 ถึง 31 มกราคม 2562

การจัดอันดับดังกล่าว แบรินด์ที่มีคะแนนกว่า 67.5 อย่าง LINE ได้รับความคะแนนประทับใจเหนือกว่าแบรนด์อื่นๆ อย่างไม่กี่ Youtube ได้รับความจัดอันดับเป็นลำดับที่สอง ด้วยคะแนน 67.2 ซึ่งใกล้เคียงกับ Lazada และ KFC ที่ได้รับการจัดอันดับท้ายสุดของตาราง ด้วยข้อมูลทั้งหมดนี้ จึงเกิดการตั้งคำถามว่าอะไรคือปัจจัยในการขับเคลื่อนสำคัญในการจัดอันดับตามตารางนี้ และแบรนด์เหล่านี้สามารถทำอะไรที่ต่างไปจากนี้ได้บ้าง

คุณพัชรี พันธุมโน กล่าวว่า “ LINE กลายเป็นแอปพลิเคชันส่งข้อความโต้ตอบแบบทันทีที่ได้รับความนิยมมากที่สุด ในหมู่คนไทยทุกเพศทุกวัย อย่างไรก็ตามการสำรวจนี้ได้สำรวจความคิดเห็นของผู้หญิง แต่เพียงกลุ่มเดียว ซึ่งทำให้

เรามีชุดข้อมูลที่ไม่ซ้ำใคร ซึ่งดูเหมือนว่าผู้หญิงไทยจะชอบสื่อสารและสนทนากับผู้อื่นโดยใช้ Line แทนแอปพลิเคชันอื่น ๆ โดยบางคนอาจแย้งว่าเพราะ Line เป็นคนแรก ๆ ที่ใช้ฟีเจอร์ เช่น สติกเกอร์น่ารักเพื่อแสดงอารมณ์ของพวกเขา และฟีเจอร์การจ่ายเงินผ่าน Rabbit Line Pay ที่ช่วยผู้หญิงให้ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในขณะที่ช้อปปิ้งและจ่ายเงินสำหรับบริการต่างๆได้ และ Line ยังมีฟังก์ชันข่าวที่สามารถอัปเดตข่าวและเทรนด์ต่างๆ ดังนั้นจึงเป็นที่ชัดเจนว่าสำหรับผู้หญิงแล้ว LINE มีทุกอย่างที่จำเป็นสำหรับไลฟ์สไตล์ทันสมัย”

อันดับที่สองจากการจัดอันดับนี้ คือ Youtube ด้วยคะแนน 0.03 รองจาก LINE ซึ่งคุณพัชรี กล่าวเสริมว่า “ YouTube ส่งผลกระทบต่อผู้หญิงไทยอย่างมากเนื่องด้วยผู้หญิงได้รับอิทธิพลจาก Influencer Blogger และนักวิจารณ์ชื่อดังบน Youtube และผู้หญิงมองว่า Youtube เป็นหนึ่งในวิธีที่สะดวกที่สุดในการติดตามวิถีชีวิตของเหล่าคนดังและผู้มีอิทธิพลต่างๆ และพวกเขายังใช้มันเพื่อติดตามเทรนด์ความงามและผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางใหม่ๆ หรือใช้ประกอบการตัดสินใจว่าจะไปเที่ยวสถานที่ใดกับเพื่อนหรือครอบครัวของพวกเขาอีกด้วย”

เมื่อเร็ว ๆ นี้ Youtube ได้เปิดตัวฟังก์ชันการสตรีมสดซึ่งทำให้ผู้หญิงรู้สึกใกล้ชิดกับดาราและบุคคลที่พวกเขาติดตาม เช่นเดียวกับ Line ซึ่งเป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการรับชมข่าวสาร เนื่องจากช่องข่าวจำนวนมากมีช่อง Youtube ของตนเองเพื่ออัปเดตรายการและข่าวของพวกเขาเพื่อให้ผู้ชมได้รับชมอีกครั้ง ในทางกลับกัน ก็เป็นที่สังเกตได้ว่าโฆษณาของ Youtube สามารถสร้างความหงุดหงิด จนทำให้มีการร้องเรียนจำนวนมากจากผู้หญิงและผู้ใช้ ดังนั้นสิ่งนี้อาจอธิบายได้ว่าทำไมพวกเขาจึงไม่สามารถเอาชนะ Line ได้

ดังที่ได้กล่าวไว้ก่อนหน้านี้ Lazada และ KFC ได้รับการจัดอันดับท้ายสุด ด้วยคะแนนเท่ากัน ทั้งสองแบรนด์นี้มีสิ่งหนึ่งที่เหมือนกัน ซึ่งอาจเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้หญิงไทยให้คะแนนเท่ากัน เนื่องจาก Lazada และ KFC มีโปรโมชั่นมากกว่าคู่แข่งของพวกเขาและสองแบรนด์นี้ได้วางภาพลักษณ์ว่าเป็นมิตรต่อครอบครัว เช่น Lazada จำหน่ายผลิตภัณฑ์สำหรับครอบครัวมากมาย รวมทั้งของตกแต่งและของเล่นสำหรับเด็ก ในขณะที่ KFC เสนออาหารมื้อเล็ก ๆ สำหรับเด็ก และชุดครอบครัว ด้วยเหตุนี้เองทั้งสองแบรนด์นี้จึงได้รับการจัดอันดับอยู่ใน 10 แรนด์หลักตามตาราง

โดยภาพรวม ด้วยคุณสมบัติและความเป็นผู้บุกเบิกทางเทคโนโลยี ในขณะเดียวกันก็ทำให้ผู้หญิงไทยใช้ชีวิตได้ง่ายขึ้นจึงเป็นเหตุผลว่าทำไม Line ได้รับการจัดอันดับสูงสุดในปี 2019 อย่างไรก็ตามหาก Youtube สามารถหาวิธีการทำให้โฆษณาเป็นที่รบกวนผู้ชมและประสบการณ์การรับชมน้อยลง ในช่วงปี 2020 พวกเขาอาจมีโอกาที่จะขึ้นแท่นที่ 1 ได้

สำหรับข้อมูลเพิ่มเติม ติดต่อ

มณฑลณีภักดิ์ กลิ่นมณฑา (เฟิร์น) 090-897-8167 อีเมลล์: pr@brandnow.asia

ชนิดดา อิศวานุวัตร (เบลล์) 090-974-7353 อีเมลล์: event@brandnow.asia

บริษัท แรนด์นาว จำกัด www.brandnow.asia โทรศัพท์: 02-105-4217