แนวทางทางการตลาดเพื่อเข้าถึงผู้บริโภค GenZ

“แบรนด์ใดเป็นที่นิยมมากที่สุดในหมู่ GenZ?” คำถามนี้ได้มีการอธิบายในการศึกษาเชิงลึกในรายงานของ Morning Consult ฉบับล่าสุด

รายงานของ Morning Consult ฉบับล่าสุด ได้รายงานว่า จากบรรดาแบรนด์โซเชียลมีเดียที่กำลังเป็นที่นิยม เช่น TikTok และเกมอย่าง Twitch ก็มีแบรนด์อาหารและเครื่องดื่มหลายแบรนด์ที่กำลังได้รับความนิยมในกลุ่มคนอายุ ๑๘ ถึง ๒๕ ปี หรือกลุ่ม GenZ โดยกว่าครึ่งหนึ่งจาก ๔๐ แบรนด์ที่เป็นที่นิยมของกลุ่มผู้บริโภค GenZ เป็นแบรนด์ของกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งแบรนด์ M&M’s ได้อันดับสูงสุดในกลุ่มนี้ ได้รับความนิยมอยู่ที่ร้อยละ ๘๐ และอยู่อันดับที่ ๕ จากแบรนด์ทั้งหมด

Andrew Roth ผู้ก่อตั้งบริษัทวิจัยและกลยุทธ์ GenZ dcdx กล่าวว่า ปัจจัยหลักสามประการที่ทำให้แบรนด์ผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มเหล่านี้เป็นที่นิยมในกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มนี้ได้แก่ ความนิยมนวัตกรรม ความอเนกประสงค์ของผลิตภัณฑ์ และความสะดวกสบาย โดยแบรนด์ในอันดับต้นๆ จะสามารถบรรลุได้ทั้งสามข้อ

ข้อมูลจากรายงาน Morning Consult มีการรวบรวมตั้งแต่วันที่ ๑ พฤษภาคมถึงวันที่ ๒๑ สิงหาคม ๒๕๖๕ โดยการจัดอันดับจะพิจารณาจากสัดส่วนของ GenZ ที่ให้คะแนนความชื่นชอบ "ค่อนข้าง" หรือ "มาก" ในแต่ละแบรนด์

โดยแบรนด์ที่เป็นที่ชื่นชอบของ GenZ ได้แก่ YouTube, Google, Netflix, Amazon, M&M's, Walmart, Target, Doritos, KitKat และ Oreo ตามลำดับ[๑]

ประเด็นสำคัญ

จากรายงานของ Morning Consult พบว่า ผู้ค้าปลีกรายใหญ่อาทิ Amazon, Walmart และ Target ได้รับคะแนนความนิยมจาก GenZ ที่สูง โดยผู้ค้าปลีกรายใหญ่ทั้งสามรายต่างได้รับความชื่นชอบประมาณร้อยละ ๘๐ ซึ่งโดยทั่วไปแล้ว การทำให้ GenZ พึงพอใจเป็นนั้นเป็นเรื่องยาก จากการติดตามทุกแบรนด์ในสหรัฐอเมริกา คะแนนความชื่นชอบโดยเฉลี่ยของ GenZ อยู่ที่ร้อยละ ๒๗ เทียบกับร้อยละ ๓๓ สำหรับผู้ใหญ่ทั่วไปทั้งหมด และร้อยละ ๓๖ สำหรับกลุ่ม Millennials

Adylia-Rhenee Gutierrez นักโภชนาการกล่าวว่า เมื่อประมาณ ๕ ปีที่แล้ว GenZ ให้ความสำคัญกับความรวดเร็วและความสะดวกสบาย แต่ด้วยปัจจุบันที่มีการตระหนักถึงจิตสำนึกทางสังคม การจัดหาวัตถุดิบ ฯลฯ นอกจากกลุ่ม GenZ จะสนใจเกี่ยวกับคุณภาพของอาหาร ส่วนผสม และราคา แล้ว หากแบรนด์มีจิตสำนึกต่อสิ่งแวดล้อมหรือมีความรับผิดชอบต่อสังคมก็จะน่าดึงดูดมากยิ่งขึ้น

Roth ให้ความเห็นว่า GenZ เติบโตขึ้นมาในยุคที่มีข้อมูลมากเกินไป ซึ่งหมายความว่าคนกลุ่มนี้ต้องเผชิญกับข้อมูลและทางเลือกที่มากกว่าคนรุ่นก่อนๆ นั่นทำให้ GenZ พัฒนาพฤติกรรมบางอย่างที่แยกพวกเขาออกจากคนรุ่นอื่น

ปัจจัยที่แตกต่างของ GENZ

บริษัทของ Roth ได้เปิดตัวรายงานของบริษัทฉบับล่าสุดซึ่งรายงานแบรนด์ที่มี "แรงดึงดูดของแบรนด์" (Brand Magnetism) หรือความสามารถในการสร้างการสื่อสารโดยไม่ต้องซื้อโฆษณามากที่สุดในกลุ่มผู้บริโภค GenZ ได้แก่ Coca Cola, Gatorade, Oreo, Cheetos, Pepsi, Sprite, Jello, Pringles, Skittles และ Fanta ตามลำดับ โดย Roth กล่าวว่า หนุ่มสาวในปัจจุบันได้พัฒนาพฤติกรรมหลักสามประการที่ทำให้พวกเขาแตกต่างจากกลุ่มอื่นอย่างมีนัยสำคัญ ดังนี้

<u>การเลือกที่ใช้ความเป็นเอกลักษณ์เป็นตัวขับเคลื่อน</u>: GenZ สร้างทางเลือกที่สอดคล้องกับค่านิยมของพวกเขามากกว่าคนรุ่นอื่น

<u>ความต้องการความสะดวก</u>: ควรระลึกเสมอว่า GenZ เป็นผู้ที่ที่เติบโตขึ้นมาพร้อมกับระบบดิจิทัลและการเข้าถึงข้อมูลที่จำเป็นได้เพียงปลายนิ้วสัมผัส

<u>ความต้องการความถูกต้อง</u>: คนหนุ่มสาวในปัจจุบันต้องการความโปร่งใสจากแบรนด์ และสามารถจับผิดคำลวงต่างๆ ได้ดีกว่าคนรุ่นอื่น

ในท้ายที่สุด Roth กล่าวว่า แบรนด์ที่เข้าใจวิธีการสื่อสาร การสร้าง และการมีส่วนร่วมกับผู้บริโภคกลุ่มนี้จะถูกตั้งให้เป็นแบรนด์ที่คาดว่าจะเติบโตต่อไปในอนาคต

ที่มา: The Keys to Marketing to Gen Z Consumers
https://foodinstitute.com/focus/the-keys-to-marketing-to-gen-z-consumers/

[1] https://go.morningconsult.com/rs/850-TAA-511/images/Gen-Zs-Favorite-Brands-2022.pdf