



การสื่อสารด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล

อ.ดร.ธีรเดช ทิวถนอม



Content Marketing

- **Content Marketing = Flexible**

- อย่าตีกรอบความคิดตัวเอง
- โหนกระแส การดึงกระแสต่าง ๆ มาสร้างแบรนด์เป็นสิ่งที่ช่วยให้ลูกค้ารู้สึก "อิน" มากกว่าสื่อสารแต่เรื่องเราคืออะไร เราทำอะไร เราขายอะไร บางครั้ง เล่นกับลูกค้า จะได้ลูกค้าใกล้ชิดกันมากขึ้น



สร้างแบรนด์ด้วย Content Strategy

- ตั้งธง
- เลือกแพลตฟอร์ม
- ตีกรอบแนวคิด กำหนดเป้าหมายหลัก
- จัดทำ Content Plan
- ลงโฆษณา



1. ตั้งธง

- **Brand Awareness** (สร้างการรับรู้ให้แบรนด์)
- **Community Engagement** (สร้างการมีส่วนร่วม)
- **Sale/Lead Generation** (สร้างยอดขาย/เพิ่มลูกค้าเป้าหมาย)
- **Web Traffic** (ส่งกลุ่มเป้าหมายไปยังแพลตฟอร์มอื่น ๆ)



Brand Awareness (สร้างการรับรู้ให้แบรนด์)

- ทำให้คนเห็นว่าคุณคือใคร
- แบนด์ชื่ออะไร
- สีสັນเป็นแบบไหน
- ขายสินค้าหรือบริการอะไร
- สินค้าหรือบริการนั้นตอบโจทย์ความต้องการอย่างไร
- มีแคมเปญอะไรน่าสนใจ
- กำลังจัดกิจกรรมอะไร
- และผู้รับสารสามารถเข้าร่วมได้หรือไม่อย่างไร



Community Engagement (สร้างการมีส่วนร่วม)

- ทำให้คนรู้สึกว่แบรนด์เป็นสิ่งที่จับต้องได้
- สามารถมีปฏิสัมพันธ์ได้ด้วย
- การผลิตคอนเทนต์ที่กระตุ้นให้คนมีส่วนร่วมไม่ว่าจะเป็นไลฟ์ แชร์ คอมเมนต์
- การสร้างการมีส่วนร่วมนี้นอกจากทำให้กลุ่มเป้าหมายรู้สึกว่ตนใกล้ชิดกับแบรนด์
- สามารถช่วยในเรื่องการทำไวรัลมาร์เก็ตติ้งจากการแชร์ได้



Sale/Lead Generation (สร้างยอดขาย/เพิ่มลูกค้าเป้าหมาย)

- กรณีที่ต้องการสร้างยอดขาย คุณต้องมั่นใจว่า สินค้าหรือบริการของคุณเป็นที่รู้จักของกลุ่มเป้าหมายแล้ว จากนั้นจึงเข้าสู่กระบวนการสร้างยอดขาย โดยการกำหนดราคาที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย หรือหากเป็นช่วงเปิดตัวสินค้าใหม่ อาจนำเรื่องของ โปร โมชั่น ลด แลก แจก แถม หรือขายควบ มาผลิต **Content Marketing** เพื่อเชิญชวนให้คนกล้าที่จะทดลองของใหม่ร่วมด้วย



Web Traffic (ส่งกลุ่มเป้าหมายไปยังแพลตฟอร์มอื่น ๆ)

- เป็นการทำคอนเทนต์เพื่อส่งกลุ่มเป้าหมายไปยังแพลตฟอร์มอื่น ๆ เพื่อจุดประสงค์ที่แบรนด์ต้องการ อาทิ
- คลิกไปยังเว็บไซต์เพื่ออ่านข้อมูลเพิ่มเติม หรือปิดการขาย
- ส่งไปยังแพลตฟอร์มสื่อ **Social Media** อื่น ๆ เพื่อเพิ่มยอดผู้ติดตาม
- สแกน **QR Code** เพื่อเพิ่มจำนวนผู้ติดตามบน **Line Official Account** ซึ่งเป็นการสร้าง **Traffic**



2.เลือกแพลตฟอร์ม

- **Facebook** เน้นสร้างการรับรู้ให้กับแบรนด์ สื่อสารด้วยภาพกราฟิก มีรีทัช ใดคัตจัด องค์ประกอบศิลป์ ตกแต่งภาพครบครัน
- **Line** โปรมอชั่น ลด แลก แจก แคม สะสมแต้มหรือแคมเปญตามเทศกาลต่าง ๆ ปิดการขาย
- **Youtube** สร้างการรับรู้ สร้างการเรียนรู้ และสร้างทัศนคติที่ดีต่อตัวสินค้า / แบรนด์ สร้างอารมณ์ร่วมให้กับผู้ชม
- **Instagram** ใช้เพื่อสร้างแบรนด์ และสร้างการรับรู้ มักใช้ถ่ายภาพสวย ๆ เจาะให้เห็นองค์ประกอบของสินค้าแบบขายของ แต่ไม่รู้สึกรว่าขาย ถ้าภาพสวยมักขายของด้วยตัวสินค้าไม่ต้องใช้เนื้อหาเย็นเยื่อ



3. ตีกรอบแนวคิด กำหนดเป้าหมายหลัก

- ต้องการสร้างการรับรู้แบรนด์ร่วมกับการสร้างยอดขาย ขณะเดียวกันก็อยากทำให้แบรนด์ใกล้ชิดกับคน โดยในช่วงแรกเน้นการสร้างการรับรู้ ให้คนรู้จักเนื่องจากแบรนด์ยังใหม่ในตลาดก็อาจตั้งเป้าหมายการทำ **Content Marketing** ไว้เป็นส่วนต่าง ๆ ดังนี้
 - **50% Brand Awareness**
 - **40% Sale**
 - **10% Community Engagement**