

กระทรวงดิจิทัลฯ และ กระทรวงการอุดมศึกษา ร่วมกับ ATCI พร้อมทั้ง 15 องค์กรเอกชนชั้นนำร่วม ขับเคลื่อนศักยภาพเยาวชนรุ่นใหม่ รับเศรษฐกิจยุค ดิจิทัล ปั้นครีเอทีฟยุคดิสรัปชัน เต็มใจเดียว วัลคลิปโฆษณาสุดปัง!



ผ่านพ้นไปแล้ว สำหรับโครงการ X Campus Ads Idea Contest 2019 จัดอย่างต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 ที่เปิดโอกาสให้นักศึกษาทั่วประเทศ ส่งคลิปโฆษณาเข้าร่วมประกวด โดยทีมที่ผ่านการคัดเลือก จะได้รับโจทย์จากแบรนด์ ผู้สนับสนุน เพื่อผลิตคลิปวิดีโอโฆษณา ในรอบตัดสิน ปีนี้มีผลงานส่งเข้าประกวดทั้งหมด 721 คลิป มีนักศึกษาทั่วประเทศกว่า 56 สถาบันเข้าร่วม

โดยมีผลงานผ่านเข้ารอบ 27 ทีม จาก 9 สถาบันการศึกษา และเปิดโอกาสให้ประชาชนทั่วไปร่วมโหวตให้คะแนนผลงานผ่านเว็บไซต์ของโครงการ ซึ่งโครงการนี้ จัดขึ้นโดยความร่วมมือระหว่าง สมาคมอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศไทย, กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ร่วมด้วยพันธมิตรองค์กรต่าง ๆ เพื่อจะปั้นนักโฆษณายุคใหม่ ผ่านไวัลคลิปโฆษณา ที่มีแนวโน้มว่าจะเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ

นางสาวสุภาวดี ตันตียนนท์ อุปนายกฝ่าย รัฏฐกิจสัมพันธ์ สมาคมการตลาดแห่งประเทศไทย หนึ่งในคณะกรรมการตัดสิน โครงการ X Campus Ads Idea Contest 2019 กล่าวว่า ผลงานปีนี้ถ้าเทียบกับปีที่แล้ว ถือว่ามีการทำงานที่เข้มข้นขึ้น มีมิติการตีความที่กว้างกว่าเดิม หลายงานนำไปใช้ได้จริง ด้วยปัจจุบันโลกออนไลน์มีการค้นหาข้อมูลได้ง่ายขึ้น จึงทำให้แต่ละทีม เมื่อรับโจทย์จากแบรนด์ผู้สนับสนุนไปแล้ว สามารถหาข้อมูลเพิ่มเติม เพื่อมาพัฒนางานได้ต่อ

ยุคนี้ไวรัลคลิปโฆษณาบนออนไลน์มีความสำคัญอย่างมาก ในเชิงการตลาด ดังนั้นคนที่ทำโฆษณาหน้าใหม่ ๆ ต้องมีแนวคิดในการทำคลิป ที่คนดูต้องหยุดดูตั้งแต่หน้าที่แรก มีความสนุกสามารถสื่อสารภาพลักษณ์แบรนด์ได้ ถือเป็นโจทย์สำคัญ ที่คนทำโฆษณายุคใหม่ต้องมีทักษะ

ในมุมมองของการตลาด แม้อะไรก็ตามจะเป็นกระแสที่ตอบโจทย์ในการสร้างแบรนด์ แต่องค์กรที่จะต้องมีความชัดเจนว่า สิ่งที่ต้องการจะสื่อสารผ่านคลิปคืออะไร และตอบความต้องการกลุ่มเป้าหมาย ที่อยู่ในสื่อออนไลน์ได้แค่ไหน ซึ่งยุคนี้มีหลายช่องทาง ที่จะสร้างการรับรู้แบรนด์ให้มากขึ้น และอยากให้นิสิต นักศึกษา ที่สนใจเข้าร่วมกิจกรรมในปีต่อไป เพราะสิ่งที่ได้คือ นักศึกษาได้ทำงานจริงกับเจ้าของแบรนด์ แม้ได้ทุนในการทำงานไม่มากนัก แต่เป็นอีกประสบการณ์ในการบริหารจัดการ และช่วยกันแก้ปัญหาในทีม ซึ่งเมื่อทำออกมาแล้วจะได้รับคำวิจารณ์จากกรรมการในวิชาชีพจริง ๆ ถือเป็นข้อดีต่อวงการโฆษณา ที่จะได้คนรุ่นใหม่ ที่มีไอเดียโดดเด่นเข้ามาในวงการ

นางสาวชมจันทร์ สุภจินดาภรณ์ ผู้ช่วยรองประธาน ฝ่ายบริหารภาพลักษณ์และสื่อสารองค์กร บริษัท เจนเนอราลี ประกันชีวิต (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นเจ้าของแบรนด์ที่ได้รางวัลปีนี้ กล่าวถึงผลงานคลิปไวรัลโฆษณาที่นิสิต นักศึกษาจากมหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ จัดทำขึ้นถือว่า เนื้อหาความคาดหมาย การสนับสนุนโครงการนี้ เราต้องการส่งเสริมกิจกรรม ให้นักศึกษาได้ทดลองทำงานจริง และมีคณะกรรมการคอยให้คำแนะนำ ขณะเดียวกัน ก็ได้เรียนรู้จากน้อง ๆ ในการทำงานร่วมกัน ซึ่งนักศึกษายุคนี้ ประยุกต์ปรับเปลี่ยนความรู้มาสู่ดิจิทัลแพลตฟอร์มได้ง่าย เพราะเมื่อให้โจทย์ไป น้องจะใช้เครื่องมือดิจิทัลที่มี เพื่อหาข้อมูล และทีมงานก็ได้เรียนรู้มุมมองของคนรุ่นใหม่ ที่มีต่อบริษัทประกัน สามารถนำไปต่อยอดได้ ซึ่งผลงานชนะเลิศ ที่ทำออกมา เราสามารถนำไปใช้โปรโมท และได้รับผลตอบรับได้จริง จากการลองนำคลิปไวรัลนี้ไปใช้เผยแพร่ในช่วงวันพ้อที่ผ่านมาเนื่องจากเห็นว่าเนื้อหามีส่วนเกี่ยวข้องกัน ผลปรากฏว่า คลิปเผยแพร่ในสื่อออนไลน์ ได้ไม่กี่วันก็มียอดผู้เข้าชมกว่า 500,000 คน

นายธิตี ธเนศวรกุล รองกรรมการผู้จัดการ บริษัท ไอ.พี.เทรตดิ้ง จำกัด หนึ่งในผู้ให้การสนับสนุนโจทย์อุตสาหกรรมที่ได้รางวัลในปีนี้กล่าวว่า “ การได้มาร่วมงานกับน้อง ๆ ในโครงการนี้ถือว่า มีความสุขมาก เพราะสิ่งที่น้องได้ถ่ายทอดออกมาผ่านคลิป มีความตั้งใจ ดีโจทย์ที่ทางบริษัทให้ไปได้ตรงตามเป้าหมาย คลิปที่ทำมาทางบริษัทจะนำไปต่อยอด เพราะเนื้อหาที่ออกมามีไอเดียดีกว่า 70 – 80 เปอร์เซ็นต์ ที่เหลือแค่ไปปรับปรุงให้เหมาะสม เพื่อเผยแพร่ในสื่อโฆษณาของบริษัทต่อไป

อย่างไรก็ดี โครงการนี้ ทำให้เราเห็นมุมมองใหม่ ๆ เพราะปัจจุบันเป็นยุคดิจิทัล ที่มีช่องทางให้ได้แสดงออกมากมาย

และมีความหลากหลายของลูกค้ำ บริษัทจึงต้องมีการพัฒนา เพื่อให้ทันกับความต้องการ ที่เปลี่ยนไป

นางอินทิดา นาคสกุล ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาด บริษัท ไทยวาโก้ จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า ปัจจุบันแบรนด์วาโก้ได้ออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ตอบโจทย์ความต้องการของกลุ่มวัยรุ่น-นักศึกษา การที่วาโก้เข้าร่วมโครงการนี้ถือเป็นโอกาสที่ดี ที่ได้เห็นแนวคิดของคนรุ่นใหม่ที่เราเขาเหล่านั้นมานำเสนอเพิ่มเติม ทำให้รู้ว่าไอเดียหรือความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาที่เข้าประกวดทุก ๆ ทีมก็เก่งไม่แพ้ใคร และคลิปวิดีโอผลงานที่วาโก้คัดเลือกก็ดีตอบโจทย์ที่เราต้องการ คือการสื่อสารเข้าใจง่าย สร้างการจดจำแบรนด์ จึงสามารถนำมาพัฒนาต่อยอดไปทำเป็นคลิปโฆษณาในสื่อต่าง ๆ และอนาคตอาจจะได้มีโอกาสร่วมงานกับนักศึกษาที่มีผลงานได้รับคัดเลือกต่อไป

ซึ่งทีมชนะเลิศ โครงการ X Campus Ads Idea Contest 2019 คือ ทีม Cam A โดย นางสาวพิชญภา อิงคุทานนท์ นักศึกษาชั้นปีที่ 3 คณะนิเทศศาสตร์ สาขา Digital Media มหาวิทยาลัยอีสต์สมิธัญ ตัวแทนทีมกล่าวว่า ดีใจมากที่ได้รางวัลนี้ เพราะกว่าจะประสบความสำเร็จ ต้องทำงานอย่างหนัก นอกจากโจทย์การทำงานที่คณะกรรมการเลือกมาให้แล้ว จะต้องฟังโจทย์จากบริษัทผู้สนับสนุนอย่าง บริษัท เจนเนอร์ราลี่ ประกัน ว่าคลิปที่จะทำขึ้นต้องการสื่อความหมายแบบไหน และพอได้โจทย์มา ทีมงานต้องทำสตอรี่บอร์ด ไปเสนอเหมือนกับการทำงานจริง ที่ไม่มีในห้องเรียน สำหรับแนวคิดการทำงาน ด้วยความที่โจทย์เป็นบริษัทประกันภัย จึงพยายามเน้นหักมุมในตอนจบของเรื่อง เพื่อให้ต่างจากโฆษณาที่มีอยู่ในตอนนี้ โดยลองเปลี่ยนมุมมองในโฆษณา จากพ่อแม่ที่ซื้อประกันให้ลูก มาเป็นลูกซื้อประกันให้พ่อ ด้วยเงินเดือนก้อนแรก และตอนจบก็ไม่ต้องมีใครเสียชีวิต เพราะมีการวางแผนชีวิตที่ดี ซึ่งก็ตอบโจทย์ลูกค้ำที่พยายามจะเน้นสร้างจิตสำนึกให้กับคนที่เพิ่งทำงาน ได้หันมาสนใจการซื้อประกันมากขึ้น

สิ่งที่ได้จากโครงการคือ ประสบการณ์ทำงานจริง ได้เข้าไปคุยกับลูกค้ำ ทำให้รู้ว่าถ้าเข้าไปคุยกับผู้ใหญ่จะต้องปฏิบัติอย่างไร ถือเป็น การเตรียมความพร้อมก่อนที่จะออกไปทำงานจริง

อนาคตการทำไวรัลคลิป มีความจำเป็นมากขึ้น ซึ่งภาพเคลื่อนไหวในโลกออนไลน์ จะดึงดูดให้ผู้ชมได้เข้ามาเข้าชมรับข้อมูลที่ตอนนี้ทุกคนมีมือถือสามารถเปิดดูได้ ตลอดจนเข้าถึงกลุ่มลูกค้ำได้รวดเร็ว และหลากหลาย

จึงไม่แปลกที่ทุกบริษัทอยากมีคลิปโฆษณาเป็นของตัวเอง เพื่อใช้ในการโปรโมทสินค้า สำหรับการประกวดในปีหน้าอยากเชิญชวนให้เพื่อนๆ มาเข้าร่วม แม้จะได้หรือไม่ได้รางวัล แต่สิ่งที่มีค่าคือประสบการณ์ ที่ได้ทำงานจริง ซึ่งหาไม่ได้จากการประกวดในโครงการอื่น

นายพิษณุ ชุมประยูร นักศึกษาชั้นปีที่ 4 คณะนิเทศศาสตร์ สาขาวิทยุโทรทัศน์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตัวแทนจากทีม WASABI ที่ได้รับรางวัลรองชนะเลิศอันดับ 1 และรางวัล The Best Creative กล่าวว่า ในรอบสุดท้าย โจทย์ที่ทีมได้มาจากธนาคารออมสิน คือการทำอะไรให้ผู้สูงอายุหันมาสนใจทำธุรกรรมการเงินผ่านออนไลน์ สมาชิกในทีมต้องกลับมาช่วยกันคิด จนพบว่า ต้องทำโฆษณาให้ผู้สูงอายุกล้าที่จะใช้แอปพลิเคชัน MyMo by GSB ในการซื้อสลากออมสินผ่านระบบออนไลน์ เพราะตอนนี้ผู้สูงอายุเข้ามาในโลกออนไลน์มากขึ้น แต่ส่วนใหญ่ไม่กล้าทำธุรกรรม

ออนไลน์ ไวร์ลคัลปนี้ เลยนาเสนอให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลง เมื่อผู้สูงอายุกล้าที่จะทำธุรกรรมออนไลน์มากขึ้น

การเข้าร่วมโครงการ นอกจากสมาชิกในทีมทั้ง 10 คน จะค้นพบทักษะงานที่ตัวเองชอบแล้ว ยังได้รู้ว่า เมื่อไปทำงานกับผู้อื่นจะต้องวางตัวอย่างไร แก้ไขปัญหาอย่างไร เพื่อตอบโจทยความต้องการของลูกค้า อนาคตไวรัลคัลปจะมีความจำเป็นอย่างมาก คนที่ออกแบบโฆษณาก็ต้องเปลี่ยนมุมมอง ในการทำเนื้อหาที่ไม่ยาวมาก แต่ต้องดึงดูดความสนใจตั้งแต่หน้าที่แรก

นายณภาส เวชวิสิฐ นักศึกษาชั้นปีที่ 4 คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ ตัวแทนทีม 1More ได้รับรางวัลรองชนะเลิศอันดับ 2 เล่าว่า การเข้าร่วมกิจกรรมทำให้เห็นถึงการทำงานแบบมืออาชีพมากขึ้น ไม่ใช่แค่การให้ความสำคัญเฉพาะโปรดักชั่น เพราะโจทยในรอบสุดท้าย ได้รับมาจากแบรนด์ วาโก้ ที่เน้นความสดใส ในกลุ่มคนรุ่นใหม่ จึงต้องพยายามสื่อสารผ่านคลิป ให้คนดูรับรู้ถึงความหมายของแบรนด์ด้วย อนาคตของโครงการนี้ น่าจะมีความสนใจเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ เพราะมีหลายแบรนด์ที่เข้าร่วม ทำให้แต่ละทีมต้องพยายามตีโจทยให้แตกในอุตสาหกรรมนั้น และถือเป็นประสบการณ์ที่หาไม่ได้จากเวทีอื่น ๆ

โครงการ X Campus Ads Idea Contest 2019 ปีที่ 2 นอกจากจะเป็นแผนงานในการพัฒนากำลังคนให้พร้อมเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจดิจิทัลในกระบวนการขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลตามแผน แผน Digital Economy ของภาครัฐแล้ว ยังเป็นเวทีแห่งโอกาสสำหรับ ฝึกฝนและพัฒนาศักยภาพนิสิต นักศึกษา ที่มีความสนใจในด้านโฆษณา โดยเฉพาะการผลิตไวรัลคัลป ซึ่งเป็นกุญแจสำคัญในการสร้างแบรนด์ และยกระดับภาพลักษณ์สินค้าในอนาคต