

ทำอย่างไรถึงจะชนะใจผู้บริโภคในยุคที่สารของแบรนด์อาจไปไม่ถึงคนฟัง



เทลสกอร์เปิดตัวแพลตฟอร์มใหม่ที่ช่วยให้ Micro Influencers กับแบรนด์ ได้ทำงานร่วมกัน

7 มิถุนายน 2560 กรุงเทพฯ- ครั้งแรกในประเทศไทย กับการเปิดตัว เทลสกอร์ (Tellscore) แพลตฟอร์มที่ช่วยให้ Micro-Influencers และแบรนด์ต่างๆ ได้ทำงานร่วมกันโดยตรง เครื่องมือดิจิทัลอันทรงประสิทธิภาพนี้จะช่วยเสริมกำลังการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภค (Reach) และกระตุ้นความต้องการซื้อ (Conversion) ผ่านทางโซเชียลมีเดียต่างๆ ทำให้แบรนด์กลายเป็นที่รู้จัก ในขณะที่เดียวกันก็ช่วยให้ Micro-Influencers มีรายได้จากการแสดงความคิดเห็นและนำเสนอคอนเทนต์ของแบรนด์ผ่านช่องทางโซเชียลของคุณ

เทลสกอร์ใช้เทคโนโลยี Predictive Micro-targeting ซึ่งช่วยให้แบรนด์สามารถกำหนดงบประมาณเองได้ กำหนดจำนวน Micro-Influencers ที่จะร่วมงานได้ โดยคัดเลือกจากความถนัดของ Micro-Influencers จำนวนผู้ติดตาม และที่สำคัญที่สุดคือ คาดคะเนจำนวนคนเห็นโพสต์ และจำนวนปฏิสัมพันธ์ที่จะเกิดขึ้นจริงกับโพสต์ของ Micro-Influencers ดังกล่าว (Engagement Rates) โดยเทลสกอร์จะทำหน้าที่เป็นระบบที่เชื่อมระหว่างแบรนด์และ Micro-Influencers เข้าด้วยกัน ระบบการให้คะแนนของเทลสกอร์ใช้อัลกอริทึมพิเศษ ที่สามารถวัดผลได้แม่นยำหลังจบงาน นำเสนอเป็นรายงานพร้อมใช้

เทลสกอร์ได้รับการออกแบบมาโดยอาศัยองค์ความรู้และความเข้าใจจากกฎการตลาดดิจิทัลว่า การทำโฆษณาและการสื่อสารต่างๆ ไปจะวัดผลจากจำนวนครั้งที่ชิ้นงานโฆษณาถูกเสิร์ฟให้ผู้บริโภค (Impressions) หรือจากปริมาณการเข้าถึงคนเห็นโฆษณา (Reach) ซึ่งแม้จะเป็นโฆษณาหรือการสื่อสารที่สร้าง Impressions และ Reach ได้ดีก็อาจยังประสบปัญหาเข้าไม่ถึงกลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการ การโฆษณาโดยทั่วไปจึงยังไม่ส่งผลกระทบต่อเชิงพฤติกรรมเช่นการสร้าง Conversion เท่าที่ควร เทลสกอร์เล็งเห็นคอขวดของการสื่อสารในยุคนี้ จึงสร้างแพลตฟอร์ม Micro-Influencers Meet Brands แห่งนี้ขึ้นมา

กุญแจสำคัญที่จะทำให้แคมเปญการตลาดประสบความสำเร็จนั้น ต้องประกอบด้วยแบรนด์ที่ดีที่จริงใจ คอนเทนต์ที่ดี แผนการสื่อสารหรือการโฆษณาที่ดี และที่ขาดไม่ได้ในปัจจุบันคือการสื่อสารผ่าน Micro-Influencers ที่อยู่ในระนาบการสื่อสารเดียวกับผู้บริโภค ซึ่ง Micro-Influencers เหล่านี้มีจุดเด่นที่สามารถสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้บริโภคได้โดยตรง (Peer-to-Peer Engagement)

ผู้อยู่เบื้องหลังเทลสเกอร์ผู้ปฏิวัติวงการนี้ คือ คุณสุวิตา จรรย์วงศ์ และคุณอมรเทพ ฉิมพลีนภานนท์ ผู้ร่วมก่อตั้ง บริษัท เรดแลบ จำกัด ซึ่งเป็นดิจิทัลเอเจนซีชั้นนำในประเทศไทย โดยมีความเชี่ยวชาญในการทำตลาดผ่านช่องทางดิจิทัล และโซเชียลมีเดีย ด้วยประสบการณ์ที่สั่งสมมากกว่า 20 ปีในวงการนี้ คุณสุวิตาจึงเชื่อมั่นว่า ตลาดในภูมิภาคเอเชียพร้อมแล้วที่จะให้ Micro-Influencers ได้แสดงศักยภาพในการทำตลาดให้โลกเห็น

“Micro-Influencers จะสื่อสารและมีปฏิสัมพันธ์กับผู้บริโภคโดยตรง เนื่องจาก Micro-Influencers ก็เป็นผู้บริโภคนั่นเอง เขาเหล่านี้จะแสดงความคิดเห็นจากมุมมองของตัวเอง จึงถือว่าเป็นพลังการบอกต่อที่จโน้มน้าวคนได้มากกว่า และมีความเป็นออแกนิกคอนเทนต์สูงสุด (ดูไม่เหมือนโฆษณา) หากไม่มีระบบและแพลตฟอร์มอย่างเทลสเกอร์ การเสาะหาและจ้างงานคนกลุ่มนี้จะเป็นเรื่องที่เป็นไปได้ยากมาก หรือเป็นไปได้ไม่ได้เลย เพราะก่อนหน้านี้เทลสเกอร์ คนเหล่านี้อาจไม่ได้อยู่ในเรดาร์การสื่อสารการตลาดด้วยซ้ำ”

“Micro-Influencers มีความสำคัญอย่างยิ่งในระดับเอเชีย และประเทศชั้นนำต่างๆ ทั่วโลก ประเทศไทยเองก็มีอัตราการเติบโตของโซเชียลมีเดียในระดับแนวหน้าของเอเชีย โดยมีผู้ใช้งาน Facebook กว่า 47 ล้านคน ในขณะที่ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มีผู้ใช้งาน Facebook ราว 241 ล้านคน และในเวลาเพียงแค่ 1 ปี จำนวนผู้ใช้ Instagram ในประเทศไทยพุ่งสูงขึ้นเป็น 4 เท่าจากปีก่อน ซึ่งถือว่าเป็นอัตราการเติบโตที่ส่งเสริมกำลังสำคัญอย่าง Micro Influencers มากๆ”

ใครก็ตามที่มีผู้ติดตามในช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ และมีความคิดเห็นที่น่าสนใจและสร้างสรรค์ ก็สามารถเป็น Micro-Influencer ของเทลสเกอร์ได้โดยไม่มีค่าใช้จ่าย โดยระบบจะแจ้งให้ทราบเมื่อมีงานจากแบรนด์ต่างๆ เข้ามา เพื่อให้ Micro-Influencers ได้แชร์คอนเทนต์ หรือสร้างคอนเทนต์ที่ตรงใจผู้ติดตามของตนเองได้รับรู้ ในขณะที่เดียวกันก็จะได้รับผลตอบแทนจากงานที่ทำ ซึ่งการสื่อสารจาก Micro-Influencers จะมีความน่าเชื่อถือมากกว่า การสื่อสารจากแบรนด์ถึงผู้บริโภค และ Micro-Influencers จะได้รับค่าตอบแทนสำหรับการแชร์คอนเทนต์หรือการรีวิวสินค้าครั้งละตั้งแต่ 100 – 50,000 บาท โดยประมาณ โดยขึ้นอยู่กับระดับ Engagement และจำนวนผู้ติดตาม เครื่องมือบริหารจัดการแคมเปญของเทลสเกอร์ (Campaign Management Tool) จะทำให้การสร้างแคมเปญของแบรนด์เป็นเรื่องง่าย และสะดวก ในขณะที่ Micro-Influencers สามารถทำงานภายใต้ระยะเวลาที่กำหนด ทางแบรนด์เองก็มีตัวช่วยควบคุมเวลา และเครื่องมือคาดคะเนผลลัพธ์ก่อนสั่งงาน และระบบรายงานผลหลังจบงาน แต่ละแคมเปญ

เทลสเกอร์คาดการณ์ว่าจะสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายได้ถึง 30 ล้านคนในปี 2560 นี้โดยใช้วิธีการจับคู่ระหว่าง Micro-Influencers กับแบรนด์ชั้นนำผ่านทางแพลตฟอร์มนี้ และขยายกำลังการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคผ่านช่องทางออนไลน์ ในประเทศไทย และประเทศใกล้เคียงภายในปีเดียวกัน เทลสเกอร์ได้ลงทุน 50 ล้านบาทในการออกแบบและพัฒนาแพลตฟอร์มนี้ รวมไปถึงค่าลิขสิทธิ์ และค่าเทคโนโลยีต่างๆที่เกี่ยวข้อง

Marketers ที่ลงทะเบียนกับเทลสกอร์แล้ว สามารถเริ่มทำแคมเปญและจ้างงาน Micro-Influencers ที่คนก็ได้ตามจำนวนที่เลือก ซึ่งเหมาะอย่างยิ่งสำหรับการเปิดตัวสินค้า การทำแคมเปญการตลาด การทำข่าวประชาสัมพันธ์ และแคมเปญที่ต้องการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่แท้จริง

แบรนด์และองค์กรที่ใช้แพลตฟอร์มของเทลสกอร์ทำการตลาดในตอนนี้ ได้แก่ Wacoal Thai, Dutchmill และแบรนด์อื่นๆ อีกมากมายที่เริ่มแล้วกับการตลาด Micro-Influencers ผ่านแพลตฟอร์มเทลสกอร์ ในส่วนของ Micro-Influencers ก็มีกลุ่ม Peer-to-Peer คือบุคคลที่มีผู้ติดตามตั้งแต่ 500 – 10,000 คน และเพื่อสร้างการเชื่อมต่อทางการสื่อสารในวงกว้างด้วย เทลสกอร์ก็มี Influencer เบอร์กลางถึงใหญ่ให้แบรนด์ได้เลือกเช่นกัน เช่น เพจหนังโปรดของข้าพเจ้า ซึ่งเป็นเพจรีวิวกาพย์ยนตร์ (มีผู้ติดตาม 1,085,415 คน) เพจจบข่าว ซึ่งเป็นเพจสรุปข่าวเด่น (มีผู้ติดตาม 563,750 คน) เพจสะพายเป้ ซึ่งเป็นเพจการท่องเที่ยว (มีผู้ติดตาม 500,324 คน) เพจเต็มซ้อ ซึ่งเป็นเพจแฟชั่นบอล (มีผู้ติดตาม 263,045 คน) เพจไปโดน ซึ่งเป็นเพจแนะนำอาหารและท่องเที่ยว (มีผู้ติดตาม 112,251 คน) เพจ Cocopsyche ซึ่งเป็นเพจบิวตี้บล็อกเกอร์ (มีผู้ติดตาม 104,765 คน) และอื่นๆ อีกมากมาย

เนื่องจาก Micro-Influencers สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคในรูปแบบเพื่อน-ถึง-เพื่อน ดังนั้น การสื่อสารผ่าน Micro-Influencers จึงมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะสำหรับแบรนด์สินค้า ธุรกิจต่างๆ ที่ต้องการบริหารงบประมาณหรือแบรนด์ที่กำลังมองหาวิธีการใหม่ๆ เพื่อเจาะกลุ่มตลาดเป้าหมายที่ได้ผลกว่าเดิม

####

เกี่ยวกับเทลสกอร์

เทลสกอร์เป็นผู้ให้บริการแพลตฟอร์มที่ช่วยให้ Micro-Influencers และแบรนด์สินค้า บริการต่างๆ ได้พบปะกันโดยตรง และเป็นช่องให้ผู้บริโภคได้มีปฏิสัมพันธ์กับแบรนด์ผ่านทาง Micro-Influencers โดยเทลสกอร์ได้จัดทำระบบที่ช่วยให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดสำหรับแบรนด์ ผู้บริโภค และ Micro-Influencer ช่วยให้แบรนด์สามารถทำงานกับ Micro-Influencers เพื่อสร้างดิจิทัลคอนเทนต์ที่ทรงพลังและวัดผลได้จริง - Real Content, Real People, Real Time

www.tellscore.com

www.facebook.com/Tellscore

www.twitter.com/Tellscore

www.youtube.com/Tellscore

www.instagram.com/Tellscore

สำหรับสื่อมวลชน หากต้องการทราบข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ

คุณณภาพร สาตราจำเริญ (แจน) pr@brandnow.asia หรือ 099-2584428

คุณคเชนทร์ แสงสุข (เชน) event@brandnow.asia หรือ 091-8589912

คุณกิตติมา เศรษฐี (ทินนี่) kittima@brandnow.asia หรือ 081-8262399

บริษัท แบรินด์นาว จำกัด www.brandnow.asia โทร.: +66 2 662 5622