

ไปตู้ แอคเซส เผยโปรเจคพิเศษ ดันยอดขาย

ทำตลาดกับลูกค้าจีน



ปัจจุบันการตลาดออนไลน์เข้ามามีบทบาทต่อการกระตุ้นยอดขายสินค้าเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะ Influencer Marketing หรือการทำตลาดโดยใช้ผู้มีอิทธิพลทางด้านนั้นๆ ในการโปรโมทสินค้า เพื่อสร้างสินค้าให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น โดยเฉพาะสังคมออนไลน์ในประเทศจีน และมี Influencer หน้าใหม่เกิดขึ้นกว่า 200 คนในปี 2559-2560

นางสาวพัชรพร สิริทรัพย์วงศ์ ผู้จัดการฝ่ายการตลาด และประชาสัมพันธ์ ไปตู้ แอคเซส เผยว่า “ในประเทศจีน Influencer จะถูกเรียกว่า KOL หรือ Key Opinion Leader ซึ่ง KOL จะมีอิทธิพลสูงมากในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของชาวจีน ดังนั้นแบรนด์สินค้าต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นของประเทศจีนเอง หรือแบรนด์สินค้านำเข้าจากต่างประเทศ จึงมักนำสินค้าให้กลุ่ม KOL ทำการโปรโมท และรีวิว เพื่อให้เป็นที่รู้จัก เกิดความนิยม จนกระทั่งมีการบอกต่อ แชร์ต่อ จนกระจายเป็นวงกว้าง ผลลัพธ์ที่ตามมาคือยอดขายที่เพิ่มขึ้น หรือ แม้กระทั่งการเกิดปรากฏการณ์สินค้าขายดีจนขาดตลาด

“ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมาทางไปตู้ แอคเซสได้ให้บริการการวางแผนในการเลือกซื้อออนไลน์ให้กับลูกค้า และยังได้มีโอกาสติดต่อกับทางกลุ่ม KOL ในประเทศจีน เพื่อทำการโปรโมทสินค้าจากกลุ่มลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่ปรึกษาการตลาดกับทางไปตู้ แอคเซส โดยเราเองมีส่วนช่วยวางแผน และเลือก KOL ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายของแบรนด์สินค้า ซึ่งเราได้ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับ KOL แต่ละคน เพื่อค้นหาคนที่เหมาะสมกับสินค้าแต่ละประเภท โดยเริ่มจากโปรเจคแรก Triple good (good person , good content , good channel) เป็นการเลือกคนที่ใช่และเหมาะสม ต่อด้วยการสร้างเรื่องราวและวิธีการนำเสนอที่น่าสนใจ มีความสร้างสรรค์ และเป็นเอกลักษณ์จากความถนัด และสุดท้ายคือการเลือกช่องทางในการ โปรโมทหรือเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งนอกเหนือจากช่องทางหรือคนติดตามของตัวบุคคลแล้ว ทางไปตู้ก็จะสนับสนุนและผลักดันให้เนื้อหาการรีวิวนั้น เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้ได้มากที่สุด ผ่านช่องทางที่มีประสิทธิภาพและใช้ที่สุด ถือว่าเป็นจุดแตกต่างในการกระจายและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่มากขึ้น โดย KOL คนแรกคือ Mr.Zhang Da Qiang หรือเรียกสั้นๆว่า มิสเตอร์จาง ซึ่งเป็นคนที่อิทธิพลในเรื่องการนำท่องเที่ยว สถานที่

ต่างๆในต่างประเทศ และยังเป็นช่างภาพที่ถ่ายภาพสวยงามระหว่างท่องเที่ยวที่มีคนให้ความสนใจและติดตามเป็นจำนวนมาก โดยระหว่างการทำโปรเจค Triple Good ในประเทศไทยเป็นครั้งแรก มีสินค้า ห้างร้าน และแบรนด์ต่างๆ ของไทยให้ความสนใจและเข้าร่วมโปรเจคนี้ ไม่ว่าจะเป็นห้างสรรพสินค้าเทอร์มินอล 21, สินค้าในกลุ่มบริษัท เครือ ไอ.ซี.ซี. , ร้านบูทส์ , แม็คคีนส์ , โรงแรมใบหยกสกาย และอื่นๆ อีกมากมาย โดยปัจจุบันมียอดการเข้าชมกว่า

229,776 ครั้ง หลังจากขึ้นโพสต์เพียงแค่ 2 วันเท่านั้น ซึ่งโดยเทียบกับยอดเฉลี่ยปกติจะมีการเข้าชมที่ประมาณ 10,000 ครั้ง ซึ่งถือว่าเป็นการตอบรับที่ดีมาก และชาวจีนให้ความสนใจและติดตามในเรื่องนี้ ทำให้ส่งผลในการที่ไปตู้ แอคเซสจะเริ่มดำเนินการโปรเจกต์ที่ 2 ต่อ โดยขณะนี้เบื้องต้นมีแบรนด์สินค้าต่างๆ ได้ตอบรับเข้าร่วมบ้างแล้ว และทางเรายังคงเปิดรับแบรนด์สินค้าต่างๆ ที่มีความสนใจอย่างต่อเนื่อง”

ไปตู้ แอคเซส เป็นที่ปรึกษา และให้บริการในการสื่อสารและเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวเที่ยวจีนหรือชาวจีนที่มีคุณภาพ โดยผ่านทางช่องทางการสื่อสารที่ถูกต้อง แม่นยำ และมีประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อช่วยให้คำแนะนำแก่ผู้ประกอบการชาวไทยที่มีความต้องการเจาะกลุ่มตลาดจีน นักท่องเที่ยวจีน อันประกอบไปด้วย ข้อมูลที่ถูกต้องแม่นยำจากการค้นหาผ่านทางเสิร์ชเอนจินอันดับหนึ่งในประเทศจีน รวมไปถึงช่องทางการสื่อสารอื่นๆ ทั้งโซเชียลเน็ตเวิร์คชั้นนำ เว็บไซต์ และยังมีในเรื่องของแอปพลิเคชันแผนที่ ซึ่งทุกๆช่องทางที่เข้าถึงชาวจีน หรือ นักท่องเที่ยวจีนที่กล่าวมานั้น ล้วนเป็นช่องทางที่น่าเชื่อถือ และเข้าถึงในได้อย่างตรงและแม่นยำสูงสุด หากผู้ประกอบการชาวไทยเล็งเห็นถึงโอกาสในการสร้างมูลค่าในตลาดของนักท่องเที่ยวจีนแบบมีคุณภาพนี้ ไปตู้ แอคเซส คือ ที่ปรึกษาที่ครบวงจรและเข้าใจในกลุ่มลูกค้าชาวจีนอย่างสูงสุด ติดต่อสอบถามข้อมูลและบริการได้ที่ 02-784-6664 หรือ FB Baidu Access