

Content Marketing ปั้นแบรนด์ด้วยเรื่องราว



“แอดยิ้ม ออนไลน์ เอเยนซี” ดิจิตอล เอเยนซี ผู้ให้บริการครบวงจร ทั้งด้านกลยุทธ์, ครีเอทีฟ แคมเปญ และสื่อออนไลน์ เผยสูตรลับการตลาดแบบ “Content Marketing” ซึ่งกำลังมาแรง นักการตลาดหลายคนให้ความสนใจและพูดถึงกันอย่างแพร่หลายในขณะนี้ โดยเฉพาะในโลกออนไลน์การทำ Content Marketing จะมีส่วนช่วยในเรื่องของการค้นหาข้อความเกี่ยวกับแบรนด์หรือเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ให้มากขึ้น เพราะ Content Marketing คือ การทำการตลาดโดยสร้างคอนเทนต์ ในรูปแบบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น เนื้อหา, วิดีโอ หรืออินโฟกราฟฟิค เพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย และกระตุ้นให้เกิดการแชร์ เมื่อคอนเทนต์มีประโยชน์กับผู้บริโภคไม่ทางใดก็ทางหนึ่ง เช่น ให้ความบันเทิง หรือให้สาระบางอย่าง วัตถุประสงค์ของการทำ Content Marketing นี้ไม่พ้นการทำให้เกิดการจดจำตราสินค้า (Awareness) และการสร้างความจงรักภักดีต่อแบรนด์ (Brand Loyalty)



ข้อดีของ Content Marketing อยู่ที่การสร้างเรื่องราวให้แบรนด์ ทำให้เกิดความรู้สึกดีกับแบรนด์ ด้วยการใส่เนื้อหาทำให้แบรนด์มีความน่าเชื่อถือ ตรวจสอบได้ นำไปสู่ความสนใจในตัวสินค้า ผู้บริโภคเข้ามาสอบถามสินค้าหรือบริการ หรือสืบค้นข้อมูลต่อ ที่สำคัญคือ คอนเทนต์ต้องมีความน่าสนใจ แปลกใหม่ น่าสนใจอย่างตรงประเด็น และมีความแตกต่างจากคู่แข่ง ทั้งนี้อยู่ที่ความคิดสร้างสรรค์ ช่วยสร้างทัศนคติหรือภาพลักษณ์เชิงบวกให้กับแบรนด์หรือสินค้า และสามารถสะท้อนคาแร็กเตอร์อันโดดเด่นของแบรนด์ออกมาได้อย่างลงตัว

เรื่องของ Content Marketing เป็นสิ่งที่นักการตลาดให้ความสนใจมากขึ้นอย่างยิ่ง มีการศึกษาของ Uberflip บริษัทที่รับทำงานด้าน Content Marketing ในสหรัฐอเมริกาที่คาดการณ์ว่าปี 2014 แบรนด์ต่างๆ ในสหรัฐอเมริกาจะใช้ Content Marketing ถึง 92% โดย Content Marketing ในปีนี้จะต้องรองรับโมบายล์ ดีไวซ์ รวมทั้งมีคอนเทนต์สอดคล้องกับการกฎเกณฑ์ในการค้นหาของ Google เพราะคน 97% มักเข้าถึงสินค้าต่างๆ ผ่านการค้นหาข้อมูลในกูเกิ้ล และ 33% มักเลือกคลิกหัวข้อแรกของผลการค้นหา

นอกจากนี้เพื่อเพิ่มความน่าสนใจ Content Marketing อาจสื่อสารออกมาในรูปแบบของอินโฟกราฟฟิค เพื่อให้ผู้บริโภครับทราบข้อมูลได้ง่ายขึ้น และชักจูงให้แชร์ในโซเชียลมีเดียได้ง่ายขึ้น ยกตัวอย่างเช่น อินโฟกราฟฟิคอธิบายกิจกรรมเพื่อสังคมของ SCG ที่เน้นการพัฒนาคุณภาพสังคมและคุณภาพของคนควบคู่กัน



ตัวอย่างของการทำ Content Marketing ในรูปแบบวิดีโอ ที่ทำความเข้าใจเรื่อง **ผลิตภัณฑ์ L'Oreal Men Expert BB MEN** ผ่านรายการ VRZO ที่สร้างความสนุกสนาน และใช้สื่อที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายหลัก คือ ผู้ชายรุ่นใหม่ที่มีใจเรื่องภาพลักษณ์ และมีความทันสมัย สามารถรับชมคลิปเพิ่มเติมได้ที่

<http://www.youtube.com/watch?v=koJIQsWmUj8>

ยังมีกรณีศึกษาของต่างประเทศที่ทำ Content Marketing ได้ระดับโลก กับแคมเปญ **Oreo “Daily Twist”** ที่ทำกิจกรรมฉลอง 1 ศตวรรษของแบรนด์ ด้วยการรวมเหตุการณ์สำคัญๆ ของโลกผ่านโปรดักท์คูกี้ เช่น วัน Gay Pride โอรโอ้ก็มีส่วนร่วมในวันดังกล่าวด้วยการทำรูปเปลี่ยนคูกี้จากครีมสีขาวเป็นครีมสีรุ้ง หรือฉลองวันครบรอบที่มนุษย์ก้าวขึ้นไปเหยียบดวงจันทร์ด้วยรูปรอยเท้าบนคูกี้ ซึ่งในเคสนี้มีความโดดเด่นของความคิดสร้างสรรค์สามารถใช้จุดเด่นของสินค้า คือ ตัวคูกี้และตัวครีม มาเป็นส่วนสำคัญของการผลิตคอนเทนต์ รวมทั้งใช้สื่อโซเชียลมีเดียมาช่วยให้คอนเทนต์ที่สร้างสรรค์อย่างดีแล้วกระจายไปอยู่ในบทสนทนาของผู้บริโภคได้อย่างทันเหตุการณ์ จึงเป็นผลงานที่ประสบความสำเร็จอย่างมาก

Key Take Away to Marketers - Content Marketing ช่วยทำให้ผู้บริโภคกลับมาสนใจในโฆษณาของแบรนด์ และสินค้าได้เป็นอย่างดี ควรนำมาประยุกต์ใช้ เสริมกับแผนการสื่อสารการตลาดดั้งเดิม ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและผลลัพธ์ทางการตลาดให้มากขึ้น!

สนใจรับทราบความรู้หรือไอเดียการตลาดดีๆ เพิ่มเติมได้ที่ แฟนเพจ “แอดยิม ออนไลน์ เอเจนซี่”

<http://www.facebook.com/AdyimOnlineAgency>

เกี่ยวกับ แอดยิม (Adyim)

“แอดยิม ออนไลน์ เอเจนซี่” (Adyim Online Agency) จัดทะเบียนในชื่อ บริษัท คลิกทูบิช จำกัด เป็นออนไลน์ เอเจนซี่ ให้บริการทั้งด้านกลยุทธ์, ครีเอทีฟ แคมเปญ และสื่อออนไลน์ โดยเน้นผลลัพธ์ด้านการตลาดที่จับต้องได้ สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภค ด้วยเครื่องมือการตลาดที่เหมาะสมกับการแข่งขันทางธุรกิจในปัจจุบัน มีลูกค้า ที่ให้ความไว้วางใจทั้งจากแบรนด์ชั้นนำในประเทศ ไปจนถึงบริษัทระดับโลก อาทิเช่น ลอรีอัล, เครือซีเมนต์ไทย (เอ

สซีจี), การปีโตรเลียมแห่งประเทศไทย และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย อีกทั้งยังเป็นพันธมิตรกับเอเยนซีโฆษณาชื่อดังหลายแห่ง มีประสบการณ์ในการสร้างสรรค์แคมเปญการตลาดดิจิทัลมาแล้วมากกว่า 200 แคมเปญ โดยทีมงานแอดยิ้มที่มีประสบการณ์ในด้านการตลาดดิจิทัลมากกว่าสิบปี จึงเข้าใจอินไซด์ของผู้บริโภค สามารถสร้างแผนกลยุทธ์ที่นำไปสู่การปฏิบัติอย่างได้ประสบผลสำเร็จ