

# Google ประเทศไทยเผยแพร่สุดยอดวิดีโอโฆษณายอด นิยมประจำครึ่งปีแรก 2559



การเล่าเรื่องราวผ่านความรู้สึก คือ “หัวใจหลัก” ของโฆษณาบน YouTube

Google ประเทศไทยเผยแพร่สุดยอดวิดีโอโฆษณายอดนิยมประจำครึ่งปีแรก 2559

กรุงเทพฯ 30 สิงหาคม 2559 - Google ประเทศไทยประกาศผลสุดยอดวิดีโอโฆษณาบน YouTube ของครึ่งปีแรกปี 2559 โดยประกาศอันดับโฆษณาบน YouTube ที่ได้รับความสนใจชมและแชร์จากผู้ชมในประเทศไทยสูงที่สุด 10 อันดับแรก

ธุรกิจในประเทศไทยหลายประเภทตั้งแต่สินค้าอุปโภคบริโภค ธนาคารและอื่นๆ ต่างนำวิดีโอออนไลน์มาใช้เป็นช่องทางสื่อสารเรื่องราวของตัวเองและสร้างแบรนด์ผ่านการใช้พลังของภาพ เสียงและการเคลื่อนไหว แต่ทั้ง 10 แรนด์มีแนวคิดหรือวิธีการพิชิตใจผู้ชมไทยอย่างไร?

คล้ายๆ กับ YouTube เอง โฆษณาบน Leaderboard มีรูปแบบและแนวทางการนำเสนอเนื้อหาที่หลากหลาย แตกต่างกันไป แต่มีสิ่งหนึ่งที่แบรนด์เหล่านี้มีและนำเสนอคือการตอบสนองทางอารมณ์ที่ยิ่งใหญ่: เสียงหัวเราะ หรือ ร้องไห้ แรนด์ต่างๆ ณ ที่นี้มีความตั้งใจสร้างให้เกิดการตอบรับจากผู้ชมในวงกว้างก่อนที่จะขายสินค้าหรือบริการในลำดับต่อไป – ซึ่งผลลัพธ์ก็คือการที่ผู้ชมเลือกที่จะดูและรับข้อมูลต่างๆ หลายๆ ครั้ง ในบางกรณีก็นับล้านครั้ง แรนด์อย่าง BarBQPlaza และธนาคารธนชาติเล่นเรื่องราวที่สร้างเสียงหัวเราะ ในขณะที่ Haier ประเทศไทย ธนาคารกรุงไทย และห้างสรรพสินค้า Big C ใช้เรื่องราวที่สื่อสารด้านอารมณ์ของบ้าน ครอบครัว และสัตว์เลี้ยง – โดยเฉพาะลิงแสมชนในวิดีโอของ Haier ประเทศไทย

ในปีนี้ชั้นซิลครองตำแหน่งผู้นำของ Ads Leaderboard ขึ้นมาจากอันดับที่สองของ 2015 Leaderboard — และได้เรียนรู้ถึงแนวทางที่จะตรึงผู้ชมให้นั่งชมโฆษณาด้วยการสร้างเรื่องราวที่สนุกสนานมีสีสันของตัวละครที่กำลังผจญภัยสุดหรรษาในฮาวาย โดยเนื้อหาทำให้ผู้ชมมีส่วนร่วมในรูปแบบใหม่ๆ แทนที่จะใช้การบอกสรรพคุณของแชมพูตามรูปแบบการนำเสนอทั่วไป แน่หนอนว่าในบางเวลา บางสถานการณ์การรับรู้รูปแบบการเสนอสินค้าแบบดังกล่าวก็ยังมีใช้อยู่ แต่ชั้นซิลใช้วิธีสื่อสารผ่านการเล่าเรื่องแทนที่จะเป็นการขายสินค้าตรงๆ ซึ่งการเล่าเรื่องแบบนี้จะเป็นการสร้างการรับรู้ได้ในทันทีต่อผู้ชมในวงที่กว้างกว่า

ถึงแม้ดิจิทัลจะมีส่วนในการเปลี่ยนแปลงกฎต่างๆ มากมาย แต่ยังมีกฎเดิมๆ อีกหลายอย่างที่ใช้ได้

ชั้นซิล ธนาคารกรุงไทย BigC และ Close Up ใช้คนที่มิชื่อเสียงมาเป็นบุคคลแสดงนำในโฆษณา และกรณีของ Close Up (ซึ่งเป็นแบรนด์ที่เคยติด Top 10 Ads leaderboard เมื่อครั้งที่ใช้นักแสดงคู่เดิมนี้ในปี 2014 ในลักษณะหนังสือหน้าเดียวกัน) สามารถดึงสายตาผู้ชมไว้ได้ด้วยโฆษณาความยาวถึง 16 นาทีครึ่ง นำเสนอในรูปแบบประหนึ่งเรียลลิตี้โชว์เป็นตอนๆ ของดาราสองคนที่กำลังจับกันอยู่ อย่างไรก็ตามความยาวของวิดีโอแสดงให้เห็นว่าระยะเวลาและเงินไม่ใช่ปัจจัยที่จำกัดการนำเสนอของสื่อดิจิทัลในแบบเดียวกับการนำเสนอผ่านสื่อโทรทัศน์ แต่นั่นก็ไม่ได้หมายความว่าวิดีโอสั้นที่มีเนื้อหาดี จะไม่สามารถประสบความสำเร็จได้ Leaderboards ครั้งนี้แสดงให้เห็นว่าวิดีโอไม่ว่าจะสั้นหรือยาวแต่ถ้ามีเนื้อหาที่ดีแล้วก็ประสบความสำเร็จบนแพลตฟอร์มนี้ได้เหมือนกัน

วิธีหนึ่งที่จะทำให้เรื่องราวเป็นที่จดจำคือการใช้ใบหน้าของคนที่มีชื่อเสียงเป็นการเพิ่มแรงดึงดูดให้กับโฆษณาที่ไม่ใช่ของใหม่แต่ให้ผลลัพธ์เป็นความสำเร็จในปี 2016 ดังเช่นที่เคยประสบความสำเร็จมาตลอด

ท้ายที่สุดโฆษณาต่างๆ ทำให้มีการตอบสนองอย่างน่าสนใจจากผู้ชมในรูปแบบของการแสดงความคิดเห็นที่อยู่ด้านล่างโฆษณา ซึ่งแสดงให้เห็นมุมมองที่มีพลังของ YouTube: ที่เป็นมากกว่าที่ให้ผู้คนมาชมวิดีโอ: มันเป็นชุมชนที่แบรนด์ต่างๆ ที่มีเรื่องราวมากมายมาเล่าสู่กันฟังสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้โดยตรง

###

10 อันดับ YouTube Ads Leaderboard ประจำครึ่งปีแรก 2016

#1 พร้อมรับซัมเมอร์.. ด้วยเคล็ดลับผมยาวสวย!! #2 เปิดโปง!! ความลับของน้องลิง

Sunsilk

Haier Thailand

#3 ทฤษฎีของความรักที่คุณไม่เคยได้ยิน...

Oppo Thailand #4 โอเลี้ยง...เพื่อนที่จะอยู่กับคุณตลอดไป

KTB

#5 ครั้งแรกกับการสารภาพ จากปากหมอเจ๊ียบ ลลนา “เธอไม่ใช่นางงามรักเด็ก”

Big C #6 เรื่องจริงก่อนสอบ

BRANDS

#7 “ศาลตัดสินรถคันแรกเอามาแลกเงินได้ รึยัง???”

Thanachart #8 “ก็แค่มโหษณา” Bar B Q fulfill

BarBQPlaza

#9 เชิดชูพระคุณครู Teachers : หนึ่งครู

7Eleven Thailand #10 EP.1: Love Songs Love Stories Special by Closeup ‘กล้าใก้ใจใจเต็ม’

Close Up

เกี่ยวกับ YouTube Ads Leaderboard

YouTube Ads Leaderboard แสดงให้เห็นถึงโฆษณาที่มีความคิดสร้างสรรค์ที่ผู้คนเลือกจะชม โดยยังเป็นการแสดงความยินดีกับแบรนด์ที่มีผลงานโฆษณาโดดเด่นที่สุดในเมืองไทย ที่ผ่านการพิจารณาจากทั้งด้านความนิยมและความชื่นชอบของผู้ชมด้วยกัน

###

ข้อมูลติดต่อสำหรับสื่อมวลชน:

Google ประเทศไทย

สายใย สระแก้ว

โทร: +6681 554 4000

อีเมล: [saiyai@google.com](mailto:saiyai@google.com)

บริษัท พีซี แอนด์ แอสโซซิเอทส์ คอนซัลติ้ง จำกัด

สุชาย เฉลิมชนศักดิ์

โทร: +6681 751 2294

อีเมล: [suchai@pc-a.co.th](mailto:suchai@pc-a.co.th)