

YDM Thailand เปิด “แจ่มจรัส” บุกตลาดภูธรเต็ม

รูปแบบ

YDM Thailand ผันกำลัง RMS เจ้าของลิขสิทธิ์เพลงลูกทุ่งรายใหญ่ของไทย

แจ่งเกิด “แจ่มจรัส” เอเจนซีสายพันธุ์ “Phutorn Marketing”

จับมือศิลปินกว่า 200 ชีวิต สร้างปรากฏการณ์บุกตลาดภูธรเต็มรูปแบบ

กรุงเทพฯ – บริษัท วายดีเอ็ม (ไทยแลนด์) จำกัด ผู้ให้บริการโซลูชันด้านดิจิทัลมาร์เก็ตติ้งรายใหญ่ของประเทศไทย ในเครือ Yello Digital Marketing (YDM) จากเกาหลีใต้ เปิดตัว “แจ่มจรัส” เอเจนซีน้องใหม่ที่มีความเชี่ยวชาญด้าน “Phutorn Marketing” พร้อมเทคโนโลยีด้านดิจิทัลมาร์เก็ตติ้งครบวงจรสำหรับวิเคราะห์ข้อมูลผู้บริโภคแบบเชิงลึก สำหรับตอบโจทย์แบรนด์ที่ต้องการบุกตลาดภูธร ตั้งเป้ารายได้ปีแรก 70 ล้านบาท ประกาศความร่วมมือกับ “RMS” บริษัทเจ้าของลิขสิทธิ์เพลงลูกทุ่งมากที่สุดในประเทศ และมีสายสัมพันธ์ที่แข็งแกร่งกับศิลปินกว่า 200 ชีวิต นายธนพล ทรัพย์สมบูรณ์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหารบริษัท วายดีเอ็ม (ไทยแลนด์) จำกัด กล่าวถึงการเปิดตัวเอเจนซี “แจ่มจรัส” ว่า ปัจจุบันตลาดภูธรเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่และครอบคลุมเม็ดเงินด้านการใช้จ่ายใช้สอยของประเทศไว้มากกว่า 60% หรือประมาณ 300,000 ล้านบาท แต่ไม่ใช่ทุกแบรนด์ที่สามารถบุกตลาดภูธรได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพราะผู้บริโภคในตลาดภูธรมีการเข้าถึงสื่อ และการใช้สื่อที่แตกต่างกัน ดังนั้นแบรนด์ที่ต้องการบุกตลาดภูธรจึงต้องให้ความสำคัญ และเข้าใจในพฤติกรรมของผู้บริโภคภูธรอย่างลึกซึ้งซึ่งจะสามารถสร้างความแตกต่างได้ “ในอดีต แรนด์ใหญ่ๆ ที่มีเงินมากเท่านั้นที่จะสามารถเข้าถึงตลาดภูธรได้ ซึ่งกลยุทธ์ในการเข้าถึง คือการใช้เงินซื้อสื่ออย่างโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วิทยุ เพื่อสร้างความมั่นใจในวงกว้าง ส่วนคอนเทนต์จะเน้นการทำคอนเทนต์เพียงชุดเดียวกระจายไปในทุกสื่อ ซึ่งไม่อาจยืนยันได้ว่า คอนเทนต์เหล่านั้นจะตอบโจทย์ หรือสื่อสารได้อย่างที่แบรนด์ต้องการหรือไม่ เพราะผู้บริโภคในแต่ละท้องถิ่นนั้นมีเอกลักษณ์ และไลฟ์สไตล์ที่แตกต่างกัน ที่สำคัญการสื่อสารเช่นนี้นั้นก่อให้เกิดค่าใช้จ่ายด้านการโฆษณามหาศาลและวัดผลได้ยากด้วย”

“แต่ปัจจุบันการเกิดขึ้นของสื่อดิจิทัลพิสูจน์แล้วว่าสามารถเข้าถึงผู้บริโภคในวงกว้างได้เช่นกัน รวมถึงประสิทธิภาพที่มากกว่า เพราะสื่อดิจิทัลสามารถสร้างคอนเทนต์ได้หลากหลาย และมีความเฉพาะเจาะจงมากขึ้น จึงสามารถตอบโจทย์ผู้บริโภคในตลาดภูธรให้มีโอกาสในการเสพสื่อที่ตัวเองชอบ และมีทางเลือกที่หลากหลาย ในส่วนของช่องทางออนไลน์ เราพบว่าคนภูธรใช้เวลาอยู่บนออนไลน์ไม่ต่างจากคนในเมืองมากนัก แต่เนื้อหาที่คนภูธรชอบจะแตกต่างออกไปกับคนเมือง อาทิ ฟังเพลงในสไตส์ที่ไม่เหมือนกัน มีนักร้อง หรือศิลปินคนโปรดที่ไม่เหมือนกัน รวมทั้งละครหรือรายการที่เลือกดูก็มีความแตกต่างกัน ดังนั้นแจ่มจรัสจึงเป็นทางเลือกที่ตอบโจทย์สำหรับแบรนด์ที่ต้องการสร้างการสื่อสารที่แตกต่างกับคนต่างจังหวัด เพื่อผลลัพธ์ที่แตกต่าง” นายธนพล กล่าว

ด้านนายสมยศ ชัยรัตน์ กรรมการผู้จัดการและผู้บริหารแจ่มจรัส กล่าวว่า “จุดแข็งของแจ่มจรัสคือ การเป็นเอเจนซีที่

มีความเข้าใจ insight ของตลาดธุรกิจที่แท้จริง เนื่องจากเรามีเครื่องมือทางดิจิทัลมาร์เก็ตติ้งที่แข็งแกร่งจาก YDM Thailand ในการวิเคราะห์ insight ของคนธุรกิจ อีกทั้งยังเป็นพาร์ทเนอร์กับ RMS ซึ่งครอบคลุมลิขสิทธิ์เพลงลูกทุ่งชั้นนำมากที่สุดในประเทศไทย และยังมีคอนเน็คชันกับศิลปินลูกทุ่งชื่อดังมากมาย ไม่ว่าจะเป็น ฝน ธนสุนทร, หลิว อารีญา, ฟิล์ม นรินทร์ทิพย์, ยິงยง ยอดบัวงาม, อาภาพร นครสวรรค์, ปอยฝ้าย มาลัยพร, กิก รุ่งนภา, มอศค่า การ์เด็นท์, วงพัทลุง ฯลฯ ซึ่งศิลปินเหล่านี้คืออินฟลูเอนเซอร์ระดับแนวหน้าที่จะเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการทำ Phutorn Marketing นั่นเอง”

ขณะที่ นายจำรัส เอื้ออารีอนุสรณ์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท อาร์เอ็มเอส สตูดิโอ แอนด์ มัลติมีเดีย จำกัด (RMS) กล่าวว่า ทุกวันนี้ แบรรณต์สินค้าอุปโภคบริโภคให้ความสำคัญกับตลาดธุรกิจ และต้องการเข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มนี้เพิ่มขึ้นอย่างมาก ขณะที่ผู้บริโภคในตลาดธุรกิจเอง จากนโยบาย Thailand 4.0 ก็ทำให้พวกเขาเข้าถึงสื่อออนไลน์ต่างๆ ได้ไม่ต่างจากคนเมืองเช่นกัน ดังนั้น การที่นักการตลาดสามารถเชื่อมโยงสินค้าและบริการที่เจาะเข้าตลาดธุรกิจโดยตรง ไม่ใช่เพื่อสร้างการรับรู้แบรนด์เท่านั้น แต่รวมถึงการสร้างการมีส่วนร่วมและการเชื่อมโยงแบรนด์ ผ่านความชอบและวิถีชีวิตของผู้บริโภคในภูมิภาคนั้นๆ ด้วย ซึ่งแจ่มจรัสสามารถตอบโจทย์วัตถุประสงค์ทางการตลาดของแบรนด์ได้ทั้งหมด”

สำหรับ “แจ่มจรัส” บริษัทที่อยู่ภายใต้การจับมือกันของสองผู้นำอย่าง YDM Thailand จากวงการดิจิทัลมาร์เก็ตติ้ง และ RMS ผู้นำด้านลิขสิทธิ์เพลงและศิลปิน จึงเป็นเครื่องมือสำคัญสำหรับแบรนด์ที่ต้องการสร้างการเติบโตในตลาดธุรกิจ ซึ่งปัจจุบันแจ่มจรัสได้ร่วมงานแล้วกับสินค้าหลายแบรนด์ และมีเป้าหมายที่จะขับเคลื่อนคอนเทนต์ที่มีประสิทธิภาพผ่านเครือข่ายศิลปินลูกทุ่งหลายร้อยชีวิตเข้าสู่แพลตฟอร์มดิจิทัล เพื่อตอบโจทย์ทั้งแบรนด์และผู้บริโภคในยุค Thailand 4.0 โดยคาดว่าจะมีรายได้ในปีแรกของการดำเนินงานที่ 70 ล้านบาท