การทำการตลาดโดยใช้กิจกรรม (Event Marketing)

ดร.สุทธิชัย ปัญญโรจน์
อาจารย์ประจำบัณฑิตวิทยาลัย ม.พิษณุโลก
www.drsuthichai.com

การทำการตลาดโดยใช้กิจกรรม (Event Marketing) เป็นเครื่องมือในการสื่อสารทางการตลาดโดยผ่านกิจกรรมในรูปแบบกิจกรรมต่างๆ ที่สร้างจุดสนใจ เช่น การจัดการแข่งขันแฟชั่นโชว์ การจัดการประกวด การจัดงานวันมอบรางวัล การจัดงานอบรมสัมมนา การจัดงานช่วยเหลือสังคม การจัดงานวันครบรอบ การจัดงานฉลองยอดขาย การจัดงานเปิดตัวสินค้า การจัดงานวันขอบคุณลูกค้า การจัดคอนเสิร์ต การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย เป็นต้น ซึ่งการทำการตลาดโดยผ่านกิจกรรม ควรคำนึงถึงเรื่องของการสร้างคุณค่า และคุณประโยชน์ไปพร้อมๆ กับการทำกิจกรรม การทำการตลาดโดยใช้กิจกรรมยังเป็นการช่วยประชาสัมพันธ์ และทำให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเกิดความสนใจในตัวของสินค้า ผลิตภัณฑ์หรือบริการ รวมไปถึงตัวของบริษัท และยังช่วยกระตุ้นยอดขายได้อีกด้วย

ลักษณะของการทำการตลาด โดยใช้กิจกรรม (Event Marketing) ที่ดีมีดังนี้

1. ควรเปิดโอกาสให้ลูกค้าได้สัมผัสกับตัวของสินค้า ผลิตภัณฑ์หรือบริการโดยตรงหรืออย่างใกล้ชิด เช่น การทดลองให้ใช้การทดลองให้ชิม อีกทั้งยังสามารถอธิบายหรือให้ข้อมูลลูกค้าเพิ่มเติมได้ หากว่าลูกค้ามีปัญหาหรือข้อสงสัยต่างๆ
2. ควรคำนึงถึงงบประมาณในการจัด บางองค์การหรือบางบริษัทมีงบประมาณน้อยหรือมีจำนวนจำกัด ก็ไม่ควรที่จะจัดกิจกรรมที่ใหญ่หรือใช้งบประมาณที่มากเกินไป แต่ต้องคำนึงถึงความเหมาะสม เงื่อนเวลา การตกแต่งสถานที่ รวมไปถึงบรรยากาศของงาน ลักษณะกิจกรรมควรที่จะเหมาะสมกับงบประมาณที่มี

3. ควรคำนึงถึงภาพลักษณ์ของตัวสินค้า ผลิตภัณฑ์ บริการ รวมไปถึงเรื่องของการสร้างแบรนด์ ในการจัดกิจกรรมในแต่ละครั้ง เช่น สินค้าของเราเป็นเครื่องดื่มเกลือแร่ เราก็ควรที่จะจัดกิจกรรมประเภทที่เกี่ยวข้องกับกีฬา และเราจะต้องมีชื่อของตราสินค้า เครื่องหมาย สัญลักษณ์โลโก้ คำขวัญร่วมอยู่ด้วยกับการจัดกิจกรรมทุกครั้ง

4. ควรคำนึงถึง เรื่องของความดึงดูดหรือสร้างความสนใจ ในการจัดกิจกรรมขององค์การหลายๆ แห่ง ไม่เป็นที่น่าสนใจก็เนื่องมาจากการทำกิจกรรมเหมือนกับองค์การอื่นๆ มีการทำกิจกรรมเลียนแบบกัน จึงไม่ได้รับความสนใจ การสร้างความสนใจสามารถสร้างได้หลายๆ อย่าง เช่น การจ้างดารา นักร้อง คนดัง มาร่วมงาน แต่ถ้าหากว่าองค์การของเรามีงบประมาณน้อย เราก็ควรออกแบบกิจกรรมให้เป็นที่น่าสนใจ

5. ควรคำนึงถึงเรื่องของการจัดกิจกรรมอย่างสม่ำเสมอ และให้มีความหลากหลายในแต่ละพื้นที่ องค์การบางองค์การจัดกิจกรรมปีละครั้ง โดยใช้งบประมาณ 1 ล้านบาท กับอีกองค์การหนึ่งจัดกิจกรรมทุกๆ เดือนโดยใช้งบประมาณ 1 ล้านบาทเท่ากัน โดยจัดกิจกรรมในหลากหลายพื้นที่ทั้งกรุงเทพ และต่างจังหวัด ทำให้สามารถเข้าถึง และเข้าใกล้ตัวของลูกค้าได้มากกว่า โดยส่วนตัวกระผมเชื่อเรื่องของความขยัน ความถี่ ความสม่ำเสมอ กระผมคิดว่า องค์การที่ใช้ความถี่ ความสม่ำเสมอ มักจะประสบความสำเร็จในการทำการตลาดมากกว่าองค์การที่จัดกิจกรรมอย่างไม่สม่ำเสมอ

6. ควรคำนึงถึงเรื่องของการประชาสัมพันธ์ และเรื่องของการโฆษณา การทำการตลาดโดยใช้กิจกรรมที่ดีควรคำนึงถึงเรื่องของการสื่อสารไปพร้อมๆ กับการทำกิจกรรม เช่น การเชิญสื่อมวลชนมาร่วมงาน การเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ในการจัดกิจกรรมต่างๆ ลงไปในสื่อ หรือการโฆษณาจะต้องทำก่อนหรือทำในช่วงการจัดกิจกรรมหรือทำภายหลังการทำกิจกรรม สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ควรต้องคำนึงถึงทั้งสิ้น

7. ควรมีการคิดกิจกรรมใหม่ๆ โดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ (Creative Idea) ซึ่งความคิดสร้างสรรค์เป็นสิ่งที่มีความสำคัญมาก และนำไปสู่ความสำเร็จ บางองค์การมีงบประมาณน้อยแต่สามารถสร้างสรรค์กิจกรรมจนเป็นที่รู้จักของคนจำนวนมาก ตรงกันข้ามกับบางองค์การขนาดใหญ่ ทุ่มเทงบประมาณจำนวนมากแต่ผู้คนกลับไม่สนใจ และไม่อยากที่จะไปร่วมกิจกรรม

8. ควรมีความคิดในการผสมผสานกับการทำการตลาดในรูปแบบอื่นๆ ด้วย เช่น เรื่องของการสร้างแบรนด์, เรื่องของการคิดสร้างนวัตกรรมสินค้าหรือบริการใหม่ๆ ออกสู่ตลาด เรื่องของการส่งเสริมการตลาด และส่งเสริมการขาย เรื่องของการสื่อสารทางการตลาด เรื่องของการบริการหลังการขาย เรื่องของส่วนประสมทางการตลาด เป็นต้น

สรุป ในการจัดกิจกรรม ควรเปิดโอกาสให้ลูกค้าได้สัมผัสกับตัวของสินค้า ควรคำนึงถึงงบประมาณในการจัด ควรคำนึงถึงภาพลักษณ์ของตัวสินค้า ควรคำนึงถึง เรื่องของการดึงดูดหรือสร้างความสนใจ ควรคำนึงถึงเรื่องของการจัดกิจกรรมอย่างสม่ำเสมอ ควรคำนึงถึงเรื่องของการประชาสัมพันธ์ และเรื่องของการโฆษณา ควรมีการคิดกิจกรรมใหม่ๆ โดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ ควรมีความคิดในการผสมผสานกับการทำการตลาดในรูปแบบอื่นๆ ด้วย

การทำการตลาดโดยใช้กิจกรรม (Event Marketing) มีข้อดีและมีประโยชน์ดังนี้

1. ทำให้เข้าใกล้และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และได้พบกลุ่มเป้าหมายที่สนใจในตัวของสินค้า และบริการ จริงๆ

2. ทำให้ได้มีการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ ข้อมูล กิจกรรมต่างๆ ขององค์การ แบบไม่เสียค่าใช้จ่าย อีกทั้งในยุคปัจจุบัน องค์การสามารถประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆ ผ่าน social media หรือ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น Facebook Line ทวิตเตอร์ ฯลฯ

3. ทำให้เกิดการเคลื่อนไหวอย่างสม่ำเสมอ นักการตลาดสามารถจัดกิจกรรมได้ตลอดเวลาตลอดทั้งปี อย่างต่อเนื่อง

อนึ่ง การทำการตลาดโดยใช้กิจกรรม (Event Marketing) เป็นเครื่องมือ เครื่องมือหนึ่งที่นักการตลาดจะต้องทำการศึกษา แล้วนำไปประยุกต์ใช้ซึ่งต้องอาศัยประสบการณ์ในการจัด การใช้เครื่องมือกิจกรรม (Event Marketing) นี้ เป็นแค่เครื่องมือหนึ่งในการทำการตลาด นักการตลาดที่ดีควรที่จะศึกษาเครื่องมืออย่างอื่นๆ แล้วนำเอามาใช้ในเชิงผสมผสานกันก็จะประสบความสำเร็จในการทำการตลาด