



CONTENT MARKETING

Content Marketing

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุทธิชัย ปิณฑโรจน์
 อาจารย์ประจำบัณฑิตวิทยาลัย ม.พิษณุโลก
www.drsuthichai.com

ปัจจุบัน เราคงเคยได้ยินคำว่า “Content Marketing” กันอย่างมากมายโดยเฉพาะโลกยุคปัจจุบัน เป็นโลกยุคของอินเทอร์เน็ต ยุคข้อมูลข่าวสาร “Content Marketing” อยู่ในวงการการตลาดออนไลน์หรือยุค Digital Marketing ก็มีการพูดถึง Content Marketing ไร้เยอะมาๆ

อะไรคือ Content Marketing ????

Content Marketing คือ เครื่องมือทางการตลาดที่ใช้ในการแจกจ่าย Content ที่มี “คุณค่าหรือมีประโยชน์” ให้กับกลุ่มเป้าหมายหรือเป็นที่โดนใจลูกค้าจะทำให้กลุ่มเป้าหมายซื้อสินค้า และใช้ซ้ำ ซึ่งจะนำมาซึ่งรายได้ให้เรา

หรืออาจสรุปได้ว่า “Content Marketing” คือการสร้าง “คุณค่าหรือสิ่งที่มีประโยชน์” ให้กับลูกค้าแล้วนำมาซึ่งรายได้

ตัวอย่าง Youtube ช่องวิดีโอของ Disney มีผู้ติดตาม 17.4 ล้าน ซึ่งบางคลิปวิดีโอ มีคนดูมากถึง 370 ครั้งเลยทีเดียว ถ้าพวกเขาเข้าไปเปิดดูในช่องของ Disney เราจะพบคลิปที่เกี่ยวข้องกับ ความสนุกสนาน เพลงสไตส์ Disney ซึ่งเป็นที่ถูกใจของทั้งกลุ่มเป้าหมายที่เป็นวัยรุ่น รวมทั้งเด็ก การสร้างเนื้อหา Content ในลักษณะนี้ใน Youtube ถูกแม้จะให้ดูฟรี แต่ผลตอบแทนที่ได้มาคือ ทำให้เด็ก และวัยรุ่น (วัยหนุ่มสาว) อยากไปเที่ยว Disneyland

ลักษณะของ Content ที่ดี ????????

- Content ต้องสนุกสนาน เพลิดเพลิน โดนใจ ตลก
- Content ต้องมีประโยชน์
- Content ต้องมีความประทับใจ จริงใจ
- Content ต้องมีความสม่ำเสมอ
- Content Marketing มีความสำคัญเป็นอย่างมากในการ

ทำการตลาดในยุคใหม่ เพราะถ้าหากเราทำ Content ที่ธรรมดา เหมือนคนอื่น ๆ ก็มักจะไม่มีใครสนใจดูค่าหรือได้รับการแชร์หรือกดไลค์ เยอะๆ จากบุคคลผู้พบเห็น ซึ่งการทำ Content Marketing ที่ดีควร



คำนึงถึง Strategy และควรมีการวางแผน Content Marketing อย่าง เป็นระบบ ให้มีความเชื่อมโยงกัน อย่างเป็นขั้นเป็นตอน ซึ่งต้องควรร ีพิจารณาเรื่องต่างๆ ดังนี้

1. ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของเราคือใคร

นักการตลาดมืออาชีพ ต้องรู้ว่า กลุ่มลูกค้าของตนคือใคร เช่น เพศ (ชาย หญิง) วัย (เด็ก วัยรุ่น หนุ่มสาว ชรา) คนทำงาน (ใช้ แรงงาน ทำงานในสำนักงาน) รายได้ (น้อย ปานกลาง สูง) รสนิยม (ชอบซื้อของถูก ของราคาแพง) ทักษะ (ชอบใช้เทคโนโลยี ไม่ชอบ ใช้เทคโนโลยี) ฯลฯ

2. รัฐบาล (รู้ความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย) รัฐบาล (สินค้าของเราสามารถตอบสนองกลุ่มเป้าหมายได้ มากน้อยแค่ไหน)

สินค้าแบรนด์ต่างๆ หลายแบรนด์ ขายดี และทำการสื่อสาร ทางการตลาด และสร้าง Content ได้ดีอย่างไรไม่น่าเชื่อ ก็เนื่องจาก บริษัทเขามีการวิจัยลูกค้าหรือรับทราบความต้องการกลุ่มลูกค้า เขา สร้าง Content ได้โดนใจกลุ่มเป้าหมาย อีกทั้งยังมีสินค้าที่สามารถ ตอบสนองกลุ่มเป้าหมายได้มาก จึงทำให้สินค้าขายดี และสร้างความ ร่ำรวยให้กับเจ้าของกิจการ

3. โปรโมทหรือทำการโฆษณา และประชาสัมพันธ์หรือ ทำการสื่อสาร Content ไปยังกลุ่มเป้าหมาย

เมื่อมีการวางแผน และสร้าง Content แล้ว บริษัทควรจัดหา งบประมาณหรือเงินทุนในการโปรโมทหรือทำการโฆษณา และ

ประชาสัมพันธ์หรือทำการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย เพราะถ้าบริษัท ไม่จัดงบประมาณ การรับรู้ และรับทราบของกลุ่มเป้าหมายก็จะมีน้อย และอยู่ในวงแคบๆ อีกทั้งต้องใช้เวลาในการทำการตลาดไปยังกลุ่ม เป้าหมาย

4. ใช้หลักวงจรการบริหารงานแบบ PDCA มา วาดแผน Content

P (Planning) การวางแผน เป็นกิจกรรมลำดับแรกของนักการ ตลาดที่ต้องการสร้าง Content ต้องมีการจัดการวางแผนการทำงาน หรือมีการวางแผนในการสร้าง Content ก่อน จึงจะทำให้เห็นภาพรวม ภาพที่กว้าง และไกลขึ้น

D (Do) การลงมือทำ นักการตลาดต้องปฏิบัติตามแผนในการ สร้าง Content ต้องลงมือทำ เพราะการดำเนินตามแผนจะนำไปสู่ เส้นทางที่นำไปสู่ความสำเร็จ และบรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้

C (Check) ตรวจสอบ และประเมินตนเอง นักการตลาดต้อง หมั่นตรวจสอบ และประเมินเมื่อลงมือ กระทำตามแผนการในการ สร้าง Content ที่วางเอาไว้

A (Action) การปรับปรุงแก้ไข และพัฒนา เมื่อทำตามวงจร PDC แล้วขั้นตอนต่อไปต้องมีการปรับปรุงแก้ไข และพัฒนา เพื่อที่ จะได้นำไปวางแผนในการสร้าง Content ใหม่อีกครั้ง

สุดท้ายนี้ กระทบหวังว่าท่านผู้อ่านคงได้รับประโยชน์ ในเรื่อง Content Marketing และกระทบหวังว่าท่านจะนำเอาความรู้ ไปศึกษาเพิ่มเติมเพื่อต่อยอด อีกทั้งนำไปใช้ประยุกต์ในการทำงาน ทางด้านการตลาดของท่านต่อไป

