

Content Marketing (ตอนที่ 1)

ฉัตรพงศ์ ดันติณวิวัฒน์ (kulachatrakul@gmail.com)

Chief Marketing Officer บริษัท มาร์เก็ตติ้งได้อ็อกไซด์ จำกัด

ในวงการการตลาดออนไลน์ชั่วโมงนี้ต้องยกให้ Content Marketing เป็นกระแสการตลาดที่น่าจับตามองมากเพราะด้วย Marketing Concept ที่ดึงดูดใจ สร้างตัวตนขึ้นมาด้วยความ Creative ที่ล้วงลึกเข้าไปในจิตใจของผู้บริโภค (Consumer Insight) เป็นมนต์เสน่ห์ ที่ทำให้ Content Marketing กลายเป็นกลยุทธ์การตลาดออนไลน์ในกระแสหลักตอนนี้ วันนี้เราจะมาเรียนรู้กันว่า Content Marketing คืออะไร สำคัญอย่างไร และจะนำไปใช้อย่างไรให้เกิดประโยชน์

Content Marketing คือ เทคนิคด้านการตลาดในการสร้าง (Create) และแจกจ่าย (Distribute) Content ที่มี “คุณค่า” กับกลุ่มเป้าหมายได้ “เนื้อหาที่มีประโยชน์” ตรงกับผู้บริโภคต้องการ โดยมีจุดประสงค์หลักก็คือ เพื่อให้ผู้บริโภครู้สึกประทับใจจนสามารถจดจำ Brand สินค้าได้ และเกิดความรักภักดีใน Brand สินค้า (Brand Loyalty) ในที่สุดโดยหวังให้กลุ่มเป้าหมายกลับมาสร้างรายได้ให้เรา สำหรับ Content ในที่นี้สามารถเป็นเนื้อหาในสื่อใดก็ได้ ตัวอย่างของสื่อที่ได้รับความนิยมมากที่สุดก็คือ **1) บทความ** ข้อเขียนในหน้าเว็บไซต์ต่าง ๆ หรือการโพสต์เนื้อหาข่าว ๆ ลงในเว็บไซต์ที่ตรงกับความต้องการของผู้่านหรือเกี่ยวข้อง **2) กราฟฟิก** ก่อนหน้านี้ก็มีเทรนด์การทำ Infographic สวย ๆ ที่ย่อข้อเขียนยาว ๆ ให้อ่านง่ายขึ้นด้วยรูปเข้าใจง่าย โพสต์ลงใน Facebook แล้วได้รับความนิยมมาก ถึงขนาดมีบริษัทที่เปิดขึ้นมารับทำ Infographic โดยเฉพาะเลย **3) วิดีโอ** การทำวิดีโอได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อย ๆ เพราะมี Youtube.com ที่แบรนด์สามารถสร้าง Video Channel ของตัวเองได้ฟรี แถมมีฐานผู้ชมมหาศาล ซึ่งถ้าติดตาม Cannes Award จะเห็นวิดีโอได้รางวัลหลายตัวเลยที่สร้างขึ้นมากทำ Content Marketing และที่สำคัญการทำให้เป็น Viral Video เป็น Content ที่มียอด View เป็นจำนวนมากเพราะเกิดจากการแชร์กันเป็นลูกโซ่ซึ่งต้องใช้เทคนิคการเล่าเรื่องหรือสร้างจุดสนใจให้แต่ละคนอดที่จะแชร์ให้เพื่อน ๆ ไม่ได้ **4) Social Media** เป็นช่องทางที่สามารถสื่อสารกับผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็วมากที่สุดช่องทางหนึ่ง ทำให้เราสร้างแฟนเพจของ Brand ขึ้นมา แล้วคอยอัปเดตข่าวสาร คอยตอบคำถามให้ความช่วยเหลือเวลาที่มีผู้บริโภคสงสัยอะไรด้วยถ้อยคำที่แสดงถึงความยินดีและจริงใจ เพียงเท่านี้ เราก็จะสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับ Brand ของเราได้แล้ว **5) รายการวิทยุ (Podcast)** แม้จะไม่ค่อยนิยมในไทยแต่ในต่างประเทศการอัดเสียงตัวเองพูดเรื่องอะไรสักอย่างแล้วเผยแพร่ทาง iTunes , เว็บไซต์ส่วนตัว เป็นสิ่งที่ได้รับความนิยมมาก นักพูดเก่ง ๆ กลายเป็นคนดังมีคนเชิญไปเป็น Speaker ในงานต่าง ๆ อย่างมากมาย

Content Marketing คือ การสร้าง “คุณค่า” ไม่ว่าจะเราจะทำ Content สื่อใดก็แล้วแต่ ถ้ามันมี “คุณค่า” กับกลุ่มเป้าหมายของเรา ยังไงกลุ่มเป้าหมายของเราก็ต้องเข้ามาดู Content ที่เรานำเสนอ เช่น ตัวอย่างง่าย ๆ ของการสร้างคุณค่า เช่น เว็บไซต์ Designil.com เขียนบทความเกี่ยวกับเรื่อง Web Design ที่ละเอียดมาก ๆ และอัปเดตเรื่องใหม่ ๆ น่าสนใจตลอดเวลา ถือเป็น การสร้าง Content ที่มี “คุณค่า” ทำให้คนที่สนใจเรื่อง Web Design ต้องแวะเข้ามาอ่านทุกครั้งที่เห็นใน News Feed อย่างไรก็ตาม คำว่า “คุณค่า” ไม่ได้หมายถึงความรู้ที่มีประโยชน์เท่านั้น ขอแค่เป็น Content ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายก็ได้เช่นกัน อีกตัวอย่างหนึ่ง ถ้าคนที่กำลังสนใจ Content ด้าน Branding หากเราโพสต์เนื้อหาทางด้าน Brand ไว้เชื่อมโยงกับเว็บการให้คำปรึกษา ขอรับประกันว่าจะได้งานด้านการสร้างแบรนด์อย่างแน่นอนอย่างน้อยอาจได้รายนามลูกค้าหรือ Email หรือ Contact ID เป็นอย่างน้อยไว้ทำการตลาดในภายหลัง

ข้อดีของการทำ Content Marketing

1) ช่วยให้ผู้คนจดจำ Brand ได้ ทำให้ผู้บริโภครู้ว่าเรามี Brand ของเราอยู่บนโลกใบนี้ หลากๆ คนอาจไม่เคยได้ยินชื่อ Brand ของเรามาก่อน แต่เค้าก็มารู้จักเราจากการบอกต่อๆ กัน **2) ลูกค้ารักเรา** เมื่อสร้าง Brand Awareness ได้แล้ว สิ่งที่เราควรสร้างต่อมาก็คือ Loyalty ที่ผู้บริโภคมีให้กับเรา ดังนั้นเราควรแน่ใจว่าเนื้อหาที่เราสร้างขึ้นมานั้นมีประโยชน์กับผู้บริโภคจริงๆ **3) ได้ลูกค้าเพิ่ม** เมื่อผู้บริโภคสามารถจดจำ Brand ได้และเค้ายังรักเราอีกด้วย จึงมีแนวโน้มว่าเราจะได้ลูกค้าเพิ่มมากขึ้น และหากเรามีเว็บไซต์หรือแฟนเพจ การที่มีลูกค้าเพิ่มขึ้นย่อมจะทำให้ traffic ของเว็บไซต์เราเพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วย การประชาสัมพันธ์ข่าวสารอะไรก็จะสามารถทำได้สะดวก **4) ยอดขายเพิ่มขึ้น** สุดท้ายแล้วเงินก็ไม่หนีไปไหน เมื่อเราสามารถทำให้ผู้บริโภคยินยอมจ่ายเงินให้เราได้อย่างเต็มที่ที่สุด โดยที่เราไม่จำเป็นต้องไปโฆษณาอะไรมากมายเลย (อ่านต่อฉบับหน้า)
