



Net Idol เมื่อต้อง สื่อสารแบรนด์ ผ่าน Caleb Online



ทุกวันนี้ นักการตลาดส่วนใหญ่ได้เบนเข็มหันมาใช้ช่องทางดิจิทัลเป็นสื่อหลักสำหรับสร้างแบรนด์ และการสื่อสารการตลาด ด้วยเหตุผลของความเร็วและเข้าถึงผู้บริโภคได้ครอบคลุม จนกล่าวได้ว่ามาแรงแข่งโค้ง หรือทำหน้าที่ทดแทนการสื่อสารการตลาดในรูปแบบเดิม ทำให้ยอดการเติบโตของช่องทางดังกล่าว ขยายตัวมีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้นเป็นหลายพันล้านบาทต่อปี

เพราะเหตุใดนักการตลาดหันมาเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารบนสื่อดิจิทัลทดแทน หรือควบคู่ไปกับการสื่อสารในรูปแบบเดิม

ต้องยอมรับว่า ความทันสมัยและความรวดเร็วของการพัฒนาเทคโนโลยีได้ส่งผลต่อการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ทำให้สื่อและช่องทางดิจิทัลมีความก้าวหน้า ซึ่งการเปลี่ยนแปลงของนวัตกรรมใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา ได้เปลี่ยนรูปแบบการใช้ชีวิตของผู้คน และทำให้ช่องทางการสื่อสารมากระจุกตัวอยู่ใน Social Media โดยเฉพาะในช่องทางของ Facebook Twitter Instagram และ Youtube เนื่องจากมีความแพร่หลาย มีปริมาณจำนวนผู้เข้าถึงและใช้งานในการติดตามข้อมูลข่าวสารสื่อสารระหว่างกัน รวมถึงการเป็นช่องทางสื่อสารทางการตลาดด้วย

การขยายตัวอย่างรวดเร็วของสื่อดิจิทัล ทำให้ข้อมูล ข่าวสาร เรื่องราวของแบรนด์ สินค้า เหตุการณ์ ได้เกิดการรับรู้อย่างรวดเร็ว และสามารถเข้าถึงได้ง่าย

ขณะที่บุคคลต่างๆ สามารถมีชื่อเสียงขึ้นมาได้อย่างไม่ทันข้ามคืน รวมถึงได้เกิดบุคคลอีกกลุ่มขึ้นมา ได้เป็นที่รู้จัก เป็นที่ชื่นชอบของสาธารณชนที่ไม่ต่างจากศิลปิน ดารา นักร้อง ที่เป็นคนดังในวงการ Social Media นั่นคือ Net Idol ซึ่งก็คือคนดังที่เกิดขึ้นจากการสร้างกระแสความน่าสนใจ

Net Idol มีบทบาทมากในสังคมออนไลน์ พวกเขาอาจเป็นคนธรรมดาที่ต่อมากลายเป็นคนดังในโลกออนไลน์ได้ในเวลาไม่นาน อันเป็นผลมาจากคะแนนนิยมจากยอด View กด Like และ Share โดยอาจไม่ใช่ผู้ที่มีหน้าตาดี หุ่นดี ไม่จำกัดอายุ แต่มีจุดเด่นที่ดึงดูดโดยอาศัยพลังของผู้คนในโลก Social Media ได้เกิดความสนใจ เป็นหนึ่งในเครื่องมือและช่องทางในการสื่อสาร

Net Idol หมายถึง คนที่ใช้ชีวิตอย่างเต็มที่ หรือมีความโดดเด่นในด้านใดด้านหนึ่งจนได้รับความชื่นชอบ คลั่งไคล้ หรือมีคนติดตามความเคลื่อนไหวอยู่ตลอด โดยไม่จำเป็นต้องเป็นดารา ที่มีความหล่อ ความสวย หน้าตาดี ความน่ารัก หรือมีชื่อเสียงมาก่อนเสมอไป เพียงแต่เขาสามารถสร้างความโดดเด่นใจผู้คนในโลกออนไลน์อย่างสม่ำเสมอ จนมีคนติดตามเป็นแฟนคลับ จากการที่สื่อสารผ่านภาพ พฤติกรรม ข้อความ จากการโพสต์ที่มีบุคลิก ลักษณะ มุมมอง ความคิด สื่อสารให้ผู้พบเห็นได้เกิดความสุข ข้อคิด ความรู้ ความบันเทิง กำลังใจ ให้อยู่ยืนยงเสียงหัวเราะ ความสะใจ หรือความประทับใจ ด้านใดด้านหนึ่งแก่ผู้ที่อยู่ใน Social Media



Net Idol กับการเป็น เครื่องมือทางการตลาด Influencer Marketing

หากจะพิจารณาทางการตลาดแล้ว Net Idol จัดเป็นเครื่องมือการตลาดที่อยู่ในรูปแบบ Influencer Marketing เป็นวิธีเดียวกันกับวิธีการใช้บุคคลที่มีชื่อเสียง เซเลบริตี้ หรือ ศิลปิน ดารา นักร้อง ที่ใช้กลุ่มคนเหล่านี้มาเป็นผู้นำเสนอสินค้า บริการ หรือแบรนด์ต่างๆ ที่ต้องการให้กลุ่มเป้าหมายสนใจ ต้องการให้ หรือซื้อตามในที่สุด

การเกิดความชื่นชอบ คลั่งไคล้ ที่เกิดขึ้นต่อกระแส Net Idol นับว่ามีมากขึ้นเรื่อยๆ และจำนวนของ Net Idol ถือได้ว่าเกิดขึ้นใหม่ตลอดเวลา ในขณะที่คนเก่าๆ ก็โดนแซงหน้าไปบ้าง อาจถูกลืม หรือไม่ก็หายไปเลย ซึ่งเสน่ห์ของพวกเขา ก็คือการเป็นบุคคลธรรมดาที่เหมือนกับคนทั่วไป แตกต่างจากดารานักแสดง นักร้อง ที่เป็นที่น่าสนใจแต่ขาดความใกล้ชิด เพราะอาจเข้าถึงยาก ความเป็นบุคคลธรรมดาแต่มีการสื่อสารทำความรู้จักได้ง่ายไม่ยุ่งยาก พูดคุยได้สะดวกผ่านเครือข่ายออนไลน์ ทำให้มีผู้ติดตามกันเป็นจำนวนมาก จนหลายคนถือว่าเป็นผู้มีอิทธิพลในเครือข่าย สามารถสร้างความสนใจได้ สามารถทำการตลาดให้กับผลิตภัณฑ์สินค้าได้ไม่ต่างจาก Presenter ที่มีชื่อเสียง โดยราคาค่าตัวการ Review หรือแนะนำสินค้า ผลิตภัณฑ์ สร้างความรู้จักรู้จักคุ้นเคยกับผลิตภัณฑ์ที่พวกเขาได้นำเสนอ ไม่ว่าจะเป็นแบบการแนะนำตรงๆ หรือโฆษณาแฝง เช่น ผ่านการโพสต์ จัดวาง การพูดถึง หรือทำเหมือนเหตุการณ์บังเอิญ ให้ผู้ที่อยู่ในเครือข่ายออนไลน์เห็นเรื่องราวหรือข่าวสารนั้นๆ ได้มีการบอกต่อจากบรรดา Net Idol ซึ่งวิธีนี้กำลังเป็นที่นิยมมากขึ้นเรื่อยๆ หลายต่อหลายแบรนด์ได้เลือกใช้พื้นที่สื่อของกลุ่ม Net Idol ให้เป็นผู้พูด หรือส่งเนื้อหาไปยังกลุ่มเป้าหมายในเครือข่ายออนไลน์ ด้วยการโพสต์แนะนำสินค้า บอกเล่าประสบการณ์ เป็นผู้เสนอแคมเปญกิจกรรมส่งเสริมการตลาด เล่าเรื่องราวที่เป็นการกระตุ้น หรือสร้างกระแสให้เป็นที่น่าติดตาม



ดร.พจน์ ใจชาญสุขกิจ

ที่ปรึกษาด้านยุทธศาสตร์และสื่อสารองค์กร
“ www.drphot.com ”

นักสื่อสารเชิงกลยุทธ์แบบบูรณาการ
ด้วยประสบการณ์กว่า 25 ปี ในด้านบริหาร
ยุทธศาสตร์ สื่อสารการตลาด
แบรนด์ ภาพลักษณ์องค์กรจนถึงระดับชาติ
ผู้บรรยายในระดับปริญญาโท-เอก
ให้กับมหาวิทยาลัยทั่วประเทศ
มีผลงานวิชาการกว่า 300 ผลงาน
กับตำแหน่งที่หลากหลาย
ทั้งด้านธุรกิจ สังคม และศิลปวัฒนธรรม
รวมถึงการเป็นนายกสมาคมประชาสัมพันธ์ไทย

Net Idol มีดีอย่างไร ทำไมต้อง Net Idol

การเลือกใช้ Net Idol สำหรับทำการตลาดแบบ Influencer Marketing นั้น โดยทั่วไปซึ่งงบประมาณอยู่ที่หลักพันไปจนถึงหลักแสน บางทีสำหรับคนดังทางสังคม ดารา นักร้อง ศิลปิน ที่มีชื่อเสียงอยู่แล้วก็ผันตัวเองมาเป็น Net Idol ด้วย ทำให้บางคนก็พุ่งไปกับการเป็น Net Idol ไปพร้อมๆ กับทำหน้าที่ในสื่ออื่นๆ ด้วย เช่น การถ่ายภาพนิ่ง ภาพยนตร์โฆษณา การปรากฏตัวในการแถลงข่าว การให้สัมภาษณ์สื่อมวลชน เบ็ดเสร็จรวมทั้งแคมเปญ ก็อาจเป็นเงินหลายล้านบาท

ในส่วนของ Net Idol ทั่วไปในแต่ละแคมเปญอาจเลือกใช้เดี่ยวๆ หรือใช้เป็นกลุ่ม 5-20 คนพร้อมกันเพื่อให้เกิดผลหรือกระแสความน่าสนใจที่รวดเร็ว ในสื่อที่หลากหลายที่วางแผนไว้ เช่น Facebook Instagram Twitter Line ส่วนใหญ่ในอันดับแรกๆ มักดูที่จำนวนยอดผู้ติดตาม หากเป็นกลุ่มเป้าหมายก็ถือว่าไปถูกทาง ให้เกิดการติดตาม ชื่นชอบ และ Share อย่างเหมาะสม จากนั้นจึงดูที่ความเห็น หรือ Comment ว่าเป็นไปในทิศทางบวก



ซึ่งส่วนที่สำคัญที่สุดก็คือความน่าเชื่อถือ การนำเสนอออกมาทั้งภาพและข้อความที่น่าสนใจ ไม่เกินจริง ไม่เกิดกระแสต่อต้าน การควบคุมสถานการณ์หรือการโต้ตอบที่หลักแหลม ซึ่งเหล่านี้ล้วนต้องอาศัยทักษะ การฝึกฝน ประสบการณ์หรือความเข้าใจแบรนด์และคุณลักษณะของแต่ละสื่อที่ใช้ได้เป็นอย่างดี มิฉะนั้นอาจเกิดผลเสียมายัง Net Idol และ แบรนด์เองด้วย



10 ประเด็น สำหรับแบรนด์ เมื่อสื่อสารการตลาดผ่าน Net Idol

- 1. Image & Personality :** เลือก Net Idol ที่มีบุคลิกเหมาะสมกับแบรนด์ วางตัวได้เหมาะสมกับสังคม ภาพลักษณ์ดี ไม่มีเรื่องเสียหาย
- 2. LifeStyle :** รูปแบบการใช้ชีวิตของ Net Idol เด่นชัด ตรงกับคุณลักษณะของแบรนด์
- 3. Follower :** ผู้ติดตามของ Net Idol เป็นกลุ่มเป้าหมายตามที่แบรนด์ต้องการ
- 4. Ethics :** ใช้ Net Idol ที่มีจรรยาบรรณ ความรับผิดชอบต่อการทำงาน
- 5. Communications Skill :** หา Net Idol ที่มีความรู้ หรือทักษะทางการสื่อสารที่ดี สอดแทรกเรื่องราวของแบรนด์ได้อย่างน่าเชื่อถือ เหมาะสมไม่เกินจริง
- 6. Experience :** Net Idol ต้องมีประสบการณ์ เคยใช้สินค้าหรือบริการนั้นจริง
- 7. Issue Setting :** Net Idol ได้มีข้อตกลง หรือทราบประเด็นหลักของแบรนด์ได้ กำหนดไว้อย่างชัดเจน
- 8. Content :** Net Idol สามารถสร้างเนื้อหา ประเด็น ภาพและ Action ได้อย่าง น่าสนใจ น่าติดตามอยู่เสมอ
- 9. Integrated communication :** การสื่อสารผ่าน Net Idol สอดคล้อง หรือส่งเสริมกับการสื่อสารในเรื่องราวเดียวกันของแบรนด์ ในช่องทางสื่ออื่นๆ ของแผนการสื่อสารในภาพรวม
- 10. Active :** ความกระตือรือร้น และความเป็นมืออาชีพของ Net Idol เป็นสิ่งสำคัญ ที่ต้องอาศัยการสื่อสารที่จับใจ ใช้เชิงรุก สร้างกระแสและควบคุมสถานการณ์ได้



ทัศนคติของผู้รับสารหรือผู้บริโภคที่มีต่อแบรนด์เป็นสิ่งสำคัญมาก การที่แบรนด์เลือกใช้ Net Idol เป็นผู้นำเสนอสารผ่านช่องทางเครือข่ายสังคมออนไลน์นั้น นอกจากจะสามารถสร้างแรงจูงใจให้ผู้บริโภคเกิดพฤติกรรมการซื้อได้แล้ว ขณะเดียวกันก็มีข้อพึงระวังหลายประการที่ผู้บริหารงานสื่อสารจะต้องศึกษา และกำหนดแนวทางที่เหมาะสม ตั้งแต่การคัดเลือก Net Idol การกำหนดรูปแบบวิธีการ รูปแบบ เนื้อหา และการใช้ประกอบกับช่องทางอื่นๆ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและคุ้มค่ากับงบประมาณที่ใช้ในการสื่อสารการตลาดของแบรนด์ให้มากที่สุด WI