



เทคนิคการเผยแพร่กิจกรรมทางการตลาดสู่โลกโซเชียลมีเดีย

การขยายตัวอย่างรวดเร็วของโลกโซเชียลมีเดียในปัจจุบัน เหตุผลหลักๆจะมาจากขอบเขตในการสื่อสารที่มั่งคั่งมาก จนกลายเป็นแนวทางในการเผยแพร่กิจกรรมทางการตลาดที่ได้รับความนิยมสูงขึ้นเรื่อยๆ เนื่องจากการจัดกิจกรรมทางการตลาดสามารถช่วยกระตุ้นให้ผู้บริโภคมีความต้องการในสินค้าหรือบริการมากขึ้น อีกทั้งยังช่วยในการเร่งการตัดสินใจในการซื้อให้เร็วขึ้นได้ด้วย ดังนั้นการเผยแพร่กิจกรรมทางการตลาดอย่างสม่ำเสมอจะเป็นตัวกระตุ้นให้ธุรกิจเกิดการหมุนเวียนได้ดียิ่งขึ้น

กิจกรรมทางการตลาด (Event Marketing) เป็นกลยุทธ์หนึ่งที่ใช้กระตุ้นตลาดผู้บริโภคให้ตื่นตัวและเป็นการทดสอบพฤติกรรมผู้บริโภคด้วยว่ามีการเปลี่ยนแปลงไปมากน้อยเพียงใด และเปลี่ยนแปลงไปในแนวทางใด โดยปัจจุบันนี้กลุ่มผู้บริโภคมีรสนิยม กิจกรรมที่ชื่นชอบ การเลือกซื้อ ที่ค่อนข้าง

แตกต่างกัน การจัดกิจกรรมทางการตลาดจึงต้องมีรูปแบบที่หลากหลายมากขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าได้ทั่วถึงทุกกลุ่ม แต่การจัดกิจกรรมทางการตลาดให้โดดเด่นและน่าสนใจเป็นสิ่งที่ทำได้ยากยิ่ง จึงจำเป็นจะต้องเข้าใจหลักการตลาดเชิงกิจกรรมให้มากขึ้นก่อน ดังนั้นการจัดกิจกรรมทางการตลาดก็คือการตลาดเชิงกิจกรรมที่ใช้เป็นเครื่องมือทางการตลาดในรูปแบบของกิจกรรมเพื่อส่งผ่านรูปแบบกิจกรรมนั้นไปยังกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ จะใช้รูปแบบการจัดสัมมนา การจัดนิทรรศการ การจัดการประกวด การจัดการสาธิตสินค้า ฯ ซึ่งรูปแบบที่เหมาะสมนั้นไม่ได้กำหนดตายตัวแต่ขึ้นอยู่กับว่าหน่วยงานแต่ละแห่งนั้นจะเลือกใช้รูปแบบใด เพียงแต่มีจุดประสงค์เดียวกันก็คือเพิ่มยอดขาย สร้างความเชื่อมั่น สาธิตสินค้าใหม่ สร้างความน่าสนใจ และแน่นอนว่าเมื่อมีการจัดกิจกรรมทางการตลาดแล้วจะต้องส่งผลดีต่อสินค้าในระยะยาวต่อไป การทำการตลาดเชิงกิจกรรมให้ได้ผลดีจะต้อง

จัดทำควบคู่ไปกับการส่งเสริมการขายที่เหมาะสม และแตกต่างกับคู่แข่ง

กิจกรรมการตลาดมีข้อดีหลายประการ ประการแรกคือเป็นกิจกรรมที่สามารถเผยแพร่ไปในสื่อต่างๆได้โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆ นอกเหนือไปจากค่าจัดกิจกรรมแล้ว ดังนั้นในขณะที่จัดกิจกรรมก็ควรมีการบันทึกภาพทั้งภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว เก็บรวบรวมไว้เพื่อใช้ในการเผยแพร่บนสื่อออนไลน์ต่อไป การทยอยนำข้อมูลส่งผ่านไปตามโซเชียลมีเดียมีข้อดีเปรียบก็คือทำให้สินค้าดูมีเรื่องราว ดังนั้นควรลำดับให้ได้ว่าต้องการให้ข้อมูลทางด้านใดส่งผ่านไปก่อน หลังจากนั้นก็เพิ่มเรื่องราวโดยการลงข้อมูลข่าวสารใหม่ที่ต่อเนื่องกับข้อมูลเดิมทำให้ลูกค้า หรือผู้ที่สนใจเมื่อมีการรับข้อมูลแล้วเกิดความสนใจขึ้นมากก็จะติดตามกลับไปอ่านหรือหาข้อมูลจากข้อมูลเดิมต่อไปได้ ประการที่สองคือการจัดกิจกรรมสามารถกำหนดกลุ่มลูกค้าได้ เนื่องจากกลุ่มลูกค้าที่สนใจเมื่อทราบข่าวการจัดงานกิจกรรมทางการตลาดก็จะทำการเลือกสรรงานที่จะเข้าร่วมอยู่แล้ว ดังนั้นลูกค้ากลุ่มที่เข้าร่วมกิจกรรมทางการตลาดเป็นกลุ่มที่มีความเชื่อมั่นในสินค้าอยู่บ้างแล้ว อีกทั้งยังเป็นการเปิดโอกาสให้กับลูกค้าใหม่ๆที่ยังไม่รู้จักสินค้าได้รู้จักมากขึ้นซึ่งในอนาคตก็อาจเปลี่ยนมาเป็นลูกค้าได้ หรือลูกค้าเดิมก็จะมี ความเชื่อมั่นมากขึ้นอีก เป็นผลดีไม่ว่าจะทางใดทั้งสิ้น ข้อดีเปรียบอีกประการหนึ่งคือหากกิจกรรมที่คุณได้จัดขึ้นนั้นเป็นกิจกรรมที่มีคุณภาพ ไม่ว่าจะสื่อต่างๆเช่นสื่อโทรทัศน์อาจเข้ามาเก็บภาพการจัดกิจกรรมต่างๆนั้นไว้เพื่อนำเสนอต่อไปก็ได้ ก็เท่ากับว่าคุณก็ได้ใช้บริการสื่อทางโทรทัศน์ โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายซักรายเดียว และเทคนิคในการดึงดูดเหล่าสื่อมวลชนให้อยากเข้ามาทำข่าวก็คือกิจกรรมของคุณต้องแปลกใหม่ คือเป็นรูปแบบงานที่เป็นเอกลักษณ์ของคุณเองไม่ได้เลียนแบบมาจากงานใด ความแปลกใหม่จะเป็นตัวดึงดูดให้เหล่าสื่อมวลชนเข้ามาทำข่าวเอง การจัดงานต้องยิ่งใหญ่ โดยการให้มีผู้เข้าร่วมงานมีส่วนร่วมมากๆ หรืออาจมีการเชิญผู้ที่มีชื่อเสียงมาเข้าร่วมเพื่อดึงดูดลูกค้าและสื่อมวลชน

การใช้กลยุทธ์ในการจัดกิจกรรมทางการตลาดนี้เหมือนดาบสองคม คือจัดดีก็รุ่ง จัดแยก็ร่วง และอาจต้องเสียงบไปอย่างสูญเปล่าก็ได้ถ้าไม่มีการวางแผนที่ดี ตัวที่ใช้เป็นข้อกำหนดรูปแบบกิจกรรมก็คือวัตถุประสงค์ของงาน โดย

วัตถุประสงค์ที่จะกำหนดขึ้นนั้นก็สามารถหาข้อมูลต่างๆกันก่อนได้ เช่น พิจารณาสถานการณ์การตลาด ณ ขณะนั้นด้วยเมื่อจะจัดกิจกรรมการตลาดนั้นธุรกิจคุณมีสถานะอย่างไร ครอบครองตลาดอยู่? เป็นสินค้าใหม่? เป็นสินค้าเดิม? ถ้าเป็นสินค้าใหม่ก็ควรมีบุรุษให้ทดลองสินค้ากันด้วย ถ้าเป็นสินค้าเก่าก็ควรมีบุรุษให้คำปรึกษาสำหรับกรณีของลูกค้าพบปัญหาจากสินค้าได้มาบอกเล่าปัญหานั้นให้ได้ฟังซึ่งจะได้ประโยชน์กันทั้งสองฝ่าย ลูกค้าก็จะได้รับความรู้ที่ถูกต้องกลับไปและเชื่อมั่นในสินค้ามากยิ่งขึ้น เจ้าของธุรกิจก็จะได้หาแนวทางการแก้ปัญหาที่ต่อเนื่องไปในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประเด็นต่อมาก็คือแบรนด์ของคุณติดตลาดหรือยัง หากติดตลาดแล้วก็สามารถที่จะจัดงานอย่าง ยิ่งใหญ่ได้เลยเพราะมีผู้มาร่วมงานเป็นจำนวนมากอย่างแน่นอน



แต่หากยังไม่ติดตลาดการจัดงานก็ควรให้ผู้มาร่วมงานได้มีส่วนร่วมมากขึ้น พร้อมกันนั้นก็ต้องกระตุ้นให้ลูกค้าอยากเข้ามาร่วมงานด้วยวิธีเชิญผู้มีชื่อเสียง หรือดารา มาร่วมกิจกรรมเพื่อใช้เป็นจุดขายก็ได้ ประเด็นถัดมาก็ต้องเป็นเรื่องของสถานที่ คุณจะต้องวิเคราะห์ว่าสินค้าของคุณนั้นเหมาะกับการจัดงานในสถานที่ลักษณะใด indoor หรือ outdoor การศึกษาข้อมูลคู่แข่งทางการค้าก็มีประโยชน์ คุณจะต้องทราบว่าคู่แข่งของคุณมีการจัดงานในลักษณะใดบ้าง เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลว่างานของคุณต้องไม่ซ้ำกับคู่แข่ง และวิธีการทำให้เหนือกว่าคู่แข่งควรเสริมในเรื่องใดอีกบ้าง รู้เขารู้เรา รบร้อยครั้งชนะร้อยครั้ง อย่ากลัวเสียเวลาหาข้อมูลมากเกินไป และที่ลืมไม่ได้ก็คือการศึกษาแนวโน้มของพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงไป

อย่างไร การจัดงานก็ต้องเหมาะกับพฤติกรรมของเหล่าผู้บริโภคด้วย



เมื่อได้ข้อมูลต่างๆครบถ้วนแล้วก็ลงมือจัดงานให้สำเร็จลุล่วงไปได้อย่างราบรื่นอย่าลืมที่จะประเมินการจัดงานด้วยว่าบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ได้วางไว้หรือไม่ การรวบรวมปัญหาที่เกิดขึ้นมีค่ามากกว่าการยืนยันรับคำชม ทุกงานย่อมมีปัญหาเกิดขึ้น รีบรวบรวมประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้นเพื่อใช้เป็นแนวทางสำหรับงานต่อไป ทั้งนี้ทั้งนั้นทุกงานที่ได้จัดขึ้นจะต้องมีจุดไคลแมกซ์ ซึ่งเป็นช่วงที่ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจต่องานที่ได้จัดนั้น และเป็นข้อแตกต่างอย่างชัดเจนสำหรับผู้ที่เข้าร่วมงานด้วยตัวเอง กับผู้ที่รอรับข่าวสารอยู่ภายหลังเมื่อเสร็จงาน วิธีการนี้จะทำให้ผู้ที่ไม่ได้มาร่วมงานมีความต้องการมาร่วมงานและสัมพันธ์กับบรรยากาศประทับใจแบบนั้นด้วยตัวเองบ้าง

เมื่อจัดกิจกรรมทางการตลาดแล้วสิ่งที่ขาดไม่ได้คือการเผยแพร่มีนโปบนสื่อออนไลน์ ให้กิจกรรมเหล่านั้นเผยแพร่ไปบนโลกโซเชียลมีเดีย สื่อที่ควรใช้และได้ผลตอบแทนที่รวดเร็วก็คือ Facebook, Twitter หรือ YouTube หากเป็นไปได้ก็ควรใช้ทุกสื่อร่วมกันให้เกิดประโยชน์มากที่สุด ตลอดการทำกิจกรรมตั้งแต่เริ่มวางแผนไปจนการเตรียมงาน หรือในขณะจัดงานบรรยากาศของงานคุณก็ควรที่จะมีการ update ข้อมูลต่างๆเข้าไปเรื่อยๆอย่างต่อเนื่องเพื่อกระตุ้นให้ลูกค้ารู้สึกมีอารมณ์ร่วมไปกับการจัดกิจกรรมเหมือนเข้าไปร่วมงานด้วยตัวเองเลย นอกเหนือไปจากการจัดงานข้อมูลความรู้ต่างๆที่เกี่ยวข้องกับ

ตัวสินค้า หรือการจัดงานก็ควรจะสอดแทรกความรู้นั้นเข้าไปไม่ว่าทาง Twitter หรือ Facebook เพื่อให้ข้อมูลต่างๆถูกเติมเต็มการเพิ่มช่องทางในการให้ข้อมูลก็คือการให้บทความ(Blog) เป็นตัวช่วยในการเล่าเรื่องราวต่างๆในเชิงลึก และทุกแง่มุม แล้วก็สอดแทรกมันลงในเว็บไซต์ที่ได้โดยนำลิงค์ของเว็บไซต์นั้นเข้าไปไว้บนสื่ออื่นๆของคุณ เพื่อนำทางให้ผู้ที่สนใจอยากได้ข้อมูลได้เข้าไปเลือกอ่านกัน

การสร้างกิจกรรมต่างๆบน Facebook หรือ Fan page ก็เป็นอีกหนึ่งช่องทางที่สามารถกระตุ้นให้ผู้ที่เข้ามาชมเกิดความสนใจมากขึ้น การ update สถานะ Facebook บ่อยจะทำให้ที่ติดตามคุณอยู่ได้รู้ความของคุณหรือของธุรกิจคุณ ส่งการ update ข้อมูลสินค้าของคุณไปยังผู้ติดตามโดยตรงเลยก็สามารถทำได้เพราะคนที่ติดตามคุณอยู่นั้นพร้อมที่จะรับข่าวสารต่างๆของคุณอยู่แล้ว หรือในอีกมุมหนึ่งก็คือบุคคลเหล่านั้นหากเป็นลูกค้าของคุณก็เป็นลูกค้าที่มีความเชื่อมั่นในตัวสินค้าอยู่แล้วจึงติดตามคุณอยู่ ทั้งนี้เมื่อพวกเขาได้ข้อมูลอะไรใหม่ๆ ที่เป็นประโยชน์กับทั้งตัวเขาเองหรืออาจนึกขึ้นได้ว่ามีเพื่อนๆของเขาสนใจอยู่ก็จะส่งต่อข้อมูลเหล่านั้นไปยังผู้อื่นต่อไปเพียงแต่คุณต้องยอมเหนื่อยที่จะหาข้อมูลใหม่ๆอยู่เสมอเพียงเท่านั้นก็สามารถจะดึงดูดลูกค้าให้อยู่กับคุณนานๆได้

และหากคุณมีการจัดกิจกรรมการตลาดไม่ว่าทางใดสถานที่ใดก็ตาม เก็บภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหวไว้ให้ครบทุกมุมทุกกิจกรรม แยกเป็นเรื่องราวที่ต่อเนื่องกันแล้ว upload ภาพเคลื่อนไหวลงบน Youtube แล้วทำลิงค์ไปยังสื่ออื่นๆของคุณ กำหนดหัวข้อให้มีลำดับที่เหมาะสม คนอ่านเข้าใจง่าย แล้วก็แยกกิจกรรมแต่ละกิจกรรมไว้เป็นส่วนๆเพื่อให้ลูกค้าหรือผู้สนใจได้เข้าไปเลือกชมได้ตามความต้องการ สำหรับภาพนิ่งก็ใส่มันลงไปบน Facebook ที่ต้องระวังคืออย่าระดมใส่แบบไม่ลืมหูลืมตา เพราะคนที่เข้ามาดูไม่ได้อยู่ในงานเพราะฉะนั้นเขาลำดับเหตุการณ์ไม่ได้เป็นสิ่งจำเป็นที่คุณจะต้องทำหัวข้อให้เพื่อให้อะดกในการลำดับความคิดตาม ทอยลงไปเป็นส่วนๆของงาน ไม่จำเป็นต้องลงแบบต่อเนื่องกัน ให้คำบรรยายแบบปลายเปิดเพื่อให้คนเข้ามาแสดงความคิดเห็นด้วย ตรงส่วนของคอมเมนต์นี้แหละที่จะช่วยกระตุ้นให้ผู้ที่เข้ามาชมได้มีส่วนร่วมและเกิดความรู้สึกอยากที่จะเข้าไปร่วมงานด้วยตัวเองบ้าง