

โซเชียลมีเดียกระตุ้นแผนการตลาด ซีกูเกิล-แอปเปิล-เฟซบุ๊กแรงไม่หยุด

น.ส.อุไรพร ชลสิริรุ่งสกุล ประธานกรรมการบริหาร บริษัท ทรอมัส โอเดีย กล่าวในการเสวนา “โซเชียลเน็ตเวิร์ก คลื่นใหม่ท้าทายนักการตลาดไทย” ในการมองการตลาดด้วยแนวคิดที่ว่า 2011 Digital Marketing Trend & Tactic ว่า ข้อมูลโซเชียลเน็ตเวิร์กยอดนิยมยังเป็นเฟซบุ๊กอยู่ ด้วยจำนวนสมาชิกคนไทยบนเฟซบุ๊กกว่า 6.1 ล้านคน จากการศึกษาค้นพบว่าสมาชิกอยู่ในช่วงอายุ 18-24 ปี 40% และ 25-34 ปี 35% มีสถิติน่าสนใจในอัตราการเข้าใช้งานโซเชียลเน็ตเวิร์กของคนไทย พบว่า คนไทยเข้าไปใช้งานเฟซบุ๊ก 2.2 ล้านคน,



อุไรพร ชลสิริรุ่งสกุล

ยูทูป 1.2 ล้านคน และทวิตเตอร์ 90,000 คน/วัน หมายถึง ช่องทางการสื่อสารที่ทำทายนักการตลาด และจำเป็นต้องศึกษาและวางกลยุทธ์ดิจิทัลมาร์เก็ตติ้งจริงจังมากขึ้น รวมทั้งต้องก้าวตามเทคโนโลยีและตัดสินใจเลือกใช้ให้เหมาะสมทันที่วงที่ ขณะที่ต้องคำนึงถึงผลต่อแบรนด์หรือองค์กรทั้งในระยะสั้นและระยะยาว

ด้วย

ความแรงของดิจิทัลมาร์เก็ตติ้งในปีนี้มีพบว่ามีส่วนของการเลือกใช้เป็นกลยุทธ์หลักมากขึ้น มีข้อมูลที่น่าจับตามองพร้อมและ 8 เทรนด์ใหม่สำหรับนักการตลาดในปี 2554

- 1.กลยุทธ์ออนไลน์ผสมผสานโซเชียลมีเดียอย่างฉลาด (Digital Strategy and Social Media Integration) 2.ใช้เฟซบุ๊กเป็นช่องทางสื่อสารเปรียบเสมือนสมรภูมิมียุทธិพลสำหรับนักการตลาด 3.สร้างการมัดใจในแบรนด์ (Brand Engagement) ให้นำสนใจติดตามและจดจำได้มากกว่าคู่แข่ง
- 4.ใช้อี-คอมเมิร์ซและโซเชียลคอมเมิร์ซซึ่งจะมาแรง ต่อด้วย 5.พลิกโฉมออนไลน์ไปโรมัน รุกตลาดเพื่อสร้างพฤติกรรมใหม่ๆ
- 6.อุปกรณ์ On-the-Go จะเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภค กลุ่มโมบาย ดีไวซ์ ทั้งหมดถือ สมาร์ทโฟน ไอแพด แท็บเล็ต ฯลฯ
- 7.เพิ่มการลงทุนสร้างแอปพลิเคชันให้กับแบรนด์ บนอุปกรณ์ (Device) ใหม่ๆ เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายวงกว้าง และ 8.จับตามอง 3ยักษ์ใหญ่ กูเกิล-แอปเปิล-เฟซบุ๊กจะเป็นออนไลน์ แอดเวอร์ไทซิ่งและมาร์เก็ตติ้งที่ทรงอิทธิพลอย่างมากต่อผู้บริโภค ด้วยการพัฒนาเทคโนโลยีที่สร้างสรรค์มาตอบสนองความต้องการไม่รู้จบ โดยรูปแบบวิธีการเปลี่ยนจากเดิมและทวีความเข้มข้นมากขึ้น