

กรุงเทพธุรกิจ

Krungthep Turakij
Circulation: 145,530

Section: เศรษฐกิจ-การเงิน/New Media

วันที่: จันทร์ 19 เมษายน 2553

ปีที่: 23

ฉบับที่: 7879

หน้า: 28 (บน)

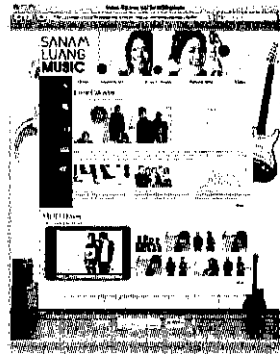
Col.Inch: 102

Ad Value: 153,000

PRValue (x3): 459,000

ศิลปิน: สีสี่

หัวข้อข่าว: "อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ"ครบสูตร...ออนไลน์-ออฟไลน์



New Media

อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ

ครบสูตร

ออนไลน์-ออฟไลน์

28



'อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ' ครบสูตร...ออนไลน์-ออฟไลน์

รัตติยา อังกุลานนท์

ยคที่ผู้บริโภคเข้าถึงสื่อออนไลน์-ลูกค้า
เข้าใจรูปแบบการสื่อสาร เป็นจังหวัด
ของการประกาศตัว "อินเด็กซ์
ครีเอทีฟ ออนไลน์" ในฐานะ Online

Agency แห่งแรกของประเทศไทย จากความ
ร่วมมือระหว่างผู้ชำนาญการอีเวนท์ โนเนาม
"อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ" และผู้เชี่ยวชาญ
ออนไลน์ โอม อติลพิตรี ประพตติสุจรีต
Editor in chief of MacStyle Magazine,
เจ้าของ Website Macdd.com และ

กรรมการผู้จัดการ อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ ออนไลน์
อติลพิตรี บอกว่าทำงานในสื่อออนไลน์
มากกว่า 10 ปี ตั้งแต่ยุคอินเทอร์เน็ต 56k จน
ถึงยุค 3จี ในปัจจุบัน ทำให้เข้าใจดีว่าการพัฒนา
แค่เว็บไซต์คงไม่เพียงพอในการต่อยอดแคม
เปญการสื่อสารการตลาด เพราะแม้เป็นเครื่อง
มือดึงคนในชุมชนออนไลน์ให้มารวมตัวกันได้
ในเวลาอันรวดเร็วและต้นทุนต่ำ แต่การ
ต่อยอดหลังจากนั้น จะต้องมีเครื่องมือมา
สานต่อให้ประสบความสำเร็จ จึงเป็นที่มา
ของความร่วมมือทำงานในรูปแบบ "วิลเลจ"
กับ อินเด็กซ์ อีเวนท์ เอเจนซี ในปีที่ผ่านมา

พร้อมกำหนดยุทธศาสตร์ดำเนินธุรกิจ
ให้บริการด้านการวางกลยุทธ์สื่อออนไลน์
ครบวงจร (Online Strategic Planning)
การออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ ทั้งในเชิงการ
บริหารจัดการเนื้อหา การบริหารสมาชิกและ
ผู้เชี่ยวชาญการทำตลาดบนอินเทอร์เน็ต
ทั้งในรูปแบบ Mass และ Community และ
การพัฒนากระบวนการออนไลน์ในแง่



แปลกใหม่ด้วยเทคโนโลยีต่างๆ (Web
service by innovative technology)

การวางตัวเป็น "ออนไลน์ เอเจนซี"
เพื่อตอบกระแสการเติบโตของสื่อออนไลน์ช่วง
5-6 ปีที่ผ่านมา และยังขยายตัวได้อีกมากหลังจาก
นี้ เพราะยังเป็นพื้นที่ที่หา "ตัวจริง" ได้ไม่ชัดเจน
เหมือนสื่ออื่นๆ เช่นเดียวกับ เอเจนซี ที่ทำงาน
สื่อออนไลน์ก็ยังมีโอกาสเติบโตได้เมื่อเทียบกับ
เอเจนซี โฆษณา ที่อยู่ในตลาดมา 20-30 ปี

"การประกาศตัวเป็น ออนไลน์ เอเจนซี
ทำให้ลูกค้าเข้าใจการทำงานได้ง่ายขึ้นและมี
ความชัดเจนในการทำงานออนไลน์ ซึ่งเป็น
Core business ของเรา ต่างจาก แอดเวอร์
ไทซิง เอเจนซี อื่นๆ ที่ไม่ได้ให้ความสำคัญ
กับออนไลน์ เท่ากับ แมส มีเดีย"

ประการสำคัญ เราเป็นเอเจนซีที่มี
แบ็คอัพดี จาก อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ
รูปแบบการทำงานจึงนำเสนอได้ทั้ง "ออนไลน์

กรุงเทพธุรกิจ

Krungthep Turakij
Circulation: 145,530

Section: เศรษฐกิจ-การเงิน/New Media

วันที่: จันทร์ 19 เมษายน 2553

ปีที่: 23

ฉบับที่: 7879

หน้า: 28 (บน)

Col.Inch: 102

Ad Value: 153,000

PRValue (x3): 459,000

คลิ๊ป: สีสี่

หัวข้อข่าว: "อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ" ครบสูตร...ออนไลน์-ออฟไลน์

และ ออฟไลน์" ทำให้จุดเริ่มต้นของการทำ
งาน แม้จะเริ่มจากออนไลน์ แต่สามารถต่อยอด
สู่งานออฟไลน์ ได้เต็มรูปแบบและครบวงจร
เรียกได้ว่าเป็นการทำงานที่มี "อาวุธครบมือ"
"เรียกว่าเราเกิดถูกเวลา หากเกิดเร็ว
กว่านี้...ก็อาจไม่เกิด เพราะผู้บริโภคยังไม่
เข้าถึงออนไลน์ ลูกค้ายังไม่เข้าใจ"

แม้ว่าขณะนี้ แอดเวอร์ไทซิง เอเจนซี
และมีเดีย เอเจนซี จะตื่นตัวด้านสื่อออนไลน์
แต่ยังคงเป็นการทำงานแบบเดิมๆ ด้วยการแยก
แผนกใช้บุคลากรเดิมมาทำงานใหม่ ถือเป็นจุด
อ่อนของการทำงานเพราะบุคลากรไม่ได้มี
ความรู้ความเข้าใจเรื่องออนไลน์อย่างลึกซึ้ง

ในการสื่อสาร หรือการทำตลาดของ
แบรนด์ จะมุ่งไปเส้นทาง Above the line
หรือ Below the line ทางใดทางหนึ่ง และ
"ข้อความ" ในการสื่อสารทั้งสองช่องทาง ก็มัก
จะแตกต่างกันแต่ในยุคนีการทำงานต้องสรุป
ความคิดและกลยุทธ์ และผสานเส้นทาง
ออนไลน์ กับ ออฟไลน์ เข้าด้วยกัน สื่อสาร
ด้วยข้อความเดียวกันเพื่อให้บรรลุโจทย์ของ
ลูกค้าและแบรนด์

โครงการ i love thailand เรียกว่า
เป็นโจทย์โหดร้ายและกระชั้นชิดของบริษัท
เพราะด้วยโจทย์ ต้องการหารถยนต์ 300 คัน
ภายใน 3 วัน เพื่อนำไปจัดอีเวนต์ ที่เมืองทอง
ธานี ซึ่งไม่มีงบประมาณให้ประชาสัมพันธ์ บริษัท
ใช้รูปแบบ โซเชียล เน็ตเวิร์ค เข้ามาระดมคนใน
เวลาอันรวดเร็ว หลังจากนั้นส่งไม้ต่อไปให้
อินเด็กซ์ อีเวนต์ ไปต่อยอดในการจัดกิจกรรม
ต่อ เชื่อกันว่าเป็นงานที่เอเจนซีทั่วไปคงไม่รับ
ทำ ด้วยไม่ใช้การสื่อสารผ่านกลุ่มแมส

รูปแบบการโฆษณาออนไลน์ ไม่ได้มอง
เฉพาะการใช้สื่อออนไลน์เท่านั้นการทำงานจึง
เป็นลักษณะ Marketing Campaign ที่มา
แบบครบสูตร ทั้ง Micro site, banner และ
พวงท้ายด้วยแคมเปญ อีเวนต์

อดิลพิตรี บอกว่าในยุคสังคมออนไลน์
ลูกค้าเปิดกว้างเพื่อรับบริการนำเสนอไอเดียงาน
สร้างสรรค์ด้านออนไลน์มากขึ้น และยอมรับ
แผนงานสร้างสรรค์ตั้งแต่เริ่มต้นเพื่อลองปฏิบัติ
การในสื่อประมาทนี้ ลูกค้าหลายรายที่ไม่รู้
จะเริ่มต้นที่ไหนได้เปิดโอกาสให้บริษัทเสนอ
ไอเดียตั้งแต่ต้น เช่น นานมี ช่อง 3 ที่มีโจทย์ว่า
ต้องการใช้ ออนไลน์ มาต่อยอดธุรกิจเดิม

กระทั่งลูกค้าใหม่ๆ ในปีนี้ของบริษัทย่าง
ปุมป์บี. ส.ขอนแก่น และ มูลนิธิป่อเต็กตึ๊ง ต้อง
การใช้สื่อออนไลน์ และสร้าง โซเชียล เน็ตเวิร์ค
เช่นกัน



มูลนิธิป่อเต็กตึ๊ง มีโจทย์ต้องการทำ
"โซเชียล มีเดีย" เพื่อสื่อสารแบรนด์ เพราะหาก
พูดถึง ป่อเต็กตึ๊ง คนก็จะนึกถึงการเก็บศพ
อย่างเดียว โจทย์จึงต้องการสื่อสารกับ
ทุกคนว่า ป่อเต็กตึ๊ง มีกิจการอีกหลากหลาย
ทั้งโรงพยาบาล โรงเรียน โดยมีหัวใจหลักของ
การทำงาน คือ "การให้"

การสื่อสารของป่อเต็กตึ๊งที่ผ่านมายังมี
Message อีกมากมาย ที่ยังไม่ได้อธิบายกับ
คนรุ่นใหม่ การเลือกใช้สื่อออนไลน์ เพราะต้อง
การสื่อสารกับกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ใช้เวลาอยู่กับ
สื่อนี้มากกว่าสื่ออื่นๆ

รูปแบบการทำงานให้ป่อเต็กตึ๊งได้ดำเนินการ
ทั้งเว็บไซต์ และแคมเปญอีเวนต์ ด้านการ
สร้างสรรค์โครงการต่างๆ ที่เกี่ยวกับ "การให้"
ผ่านเว็บไซต์โซเชียล เน็ตเวิร์ค ที่จัดทำขึ้น โดย
เปิดโอกาสให้รุ่นใหม่มาโพสต์กิจกรรมหรือ
โครงการทำความดีที่มีไอเดียสร้างสรรค์ใน
รูปแบบต่างๆ

ลูกค้าของ อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ ออนไลน์
มีทั้งกลุ่มที่เข้ามา "ซ่อม" คืออาจจะพลาดเรื่อง
การสื่อสารแบรนด์ผ่านออนไลน์ยังไม่เป็นที่รับ
รู้ในสังคมโซเชียล เน็ตเวิร์ค และอีกกลุ่มเป็น
ลูกค้าที่เข้ามาให้เริ่ม "สร้าง" โดยเปิดกว้าง
ด้านความคิดสร้างสรรค์ทุกรูปแบบ

ปีนี้เรามีเป้าหมายรายได้ 20 ล้านบาท
จากลูกค้าใหม่ 70% ลูกค้าเก่า 30% เช่น
my3space ของช่อง 3, การดูแลเว็บไซต์ให้
บริษัทในเครือจีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ เป็นต้น

ในยุคแรกการสร้างแบรนด์ ต้องทำ
ผ่านสื่อแมสก็จริง...แต่ในยุคนี้ต้องเข้าใจ
พฤติกรรมกลุ่มเป้าหมายก่อนว่าใช้เวลาอยู่กับ
สื่อแมสต่างๆ ลดลง เมื่อเป็นเช่นนี้ ซึ่งจุด
เด่นของ แมส มีเดีย คือการบอกกล่าวข้อความ
ถึงผู้บริโภค แต่ไม่สามารถสร้างกิจกรรม
ร่วมกันได้ แต่ "โซเชียล คอมมูนิตี้" จะเข้าถึง

กลุ่มเป้าหมายได้โดยตรงและเจาะจงเป็นกลุ่ม
ชุมชนต่างๆ ชัดเจน ตามบุคลิกของเว็บไซต์
โซเชียลนั้นๆ

ออนไลน์ มีเดีย และ โซเชียล เน็ตเวิร์ค
เรียกว่าเป็นเครื่องมือที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้
"แม่นยำ" ที่สุด หลังจากนั้นสามารถต่อยอด
ผ่านเครื่องมือออฟไลน์ เพื่อให้โจทย์ประสบ
ความสำเร็จสูงสุด