

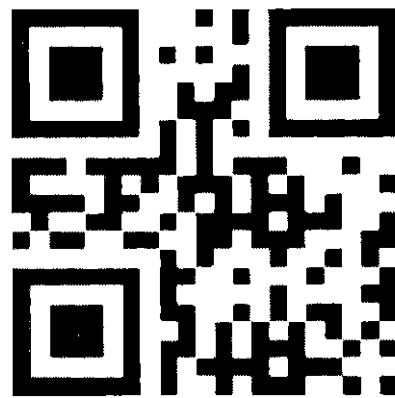
แมคแคนเผย11เทรนด์ใหม่ปีหน้า 'แบรนต์'มุ่งดิจิทัลมีเดีย-ซีเอสอาร์

แมคแคนฯ เผยเทรนด์ผู้บริโภค 2011 จับตา 3 เทรนด์ฮิตวัยรุ่นไทย กระตุ้น "แบรนต์" เกาะติดดิจิทัล มีเดีย - สื่อสารผ่านสมาร์ตโฟน-เดินทางโปรเจกซีเอสอาร์

นางสาววฤตดา วรอาคม ผู้อำนวยการคอนซูเมอร์ อินไซต์ บริษัท แมคแคน เวิลด์ กรุ๊ป จำกัด เปิดเผยว่า " แมคแคน พัลส์ " เครื่องมือศึกษาและทำความเข้าใจผู้บริโภค ได้ทำการศึกษานแนวโน้มพฤติกรรมและไลฟ์สไตล์ผู้บริโภคปี 2011 ในกลุ่มคนเมืองอายุ 15-35 ปี หลายประเทศทั่วโลก รวมทั้งประเทศไทย ซึ่งพบ 11 เทรนด์ผู้บริโภคที่น่าจับตามองในปีหน้า

ทั้งนี้ มี 3 เทรนด์ผู้บริโภคที่มีความชัดเจนในประเทศไทย คือ 1.ผู้บริโภคก้าวสู่ยุคดิจิทัล จากการเปิดรับสื่อหลากหลาย และต้องการมีส่วนร่วมในการสร้างคอนเทนต์ผ่านสื่อดิจิทัล ซึ่งเกิดขึ้นพร้อมกับกระแส โซเชียล เน็ตเวิร์ค ทิศทางดังกล่าวทำให้ผู้บริโภควัยรุ่นนิยมสื่อสารกันระหว่างบุคคลมากกว่าสื่อสารกับแบรนต์ ดังนั้นการสร้าง Brand Ambassador ขึ้นมาเป็นตัวแทนในการสื่อสารกับผู้บริโภค จึงเป็นอีกทางเลือกที่น่าสนใจนอกเหนือไปจาก Brand Fan Page ในโซเชียลเน็ตเวิร์ค

เทรนด์ที่ 2 คือ การเข้าถึง สมาร์ตโฟนได้อย่างกว้างขวางด้วยราคาถูกลง จากการเปิดตัวของระบบปฏิบัติการ Androids ที่เริ่มแพร่หลาย ทำให้การเข้าถึงผู้บริโภคผ่านแอปพลิเคชัน ต่างๆ ทาง สมาร์ตโฟน จะกลายเป็นสื่อที่ทำให้แบรนต์สามารถใกล้ชิดกับผู้บริโภคได้ทุกช่วงเวลาและสถานที่



และ 3.เทรนด์การสื่อสารด้านซีเอสอาร์ ของ โกลบอล แบรนต์ ที่จะมุ่งสื่อสารผ่านออนไลน์ เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคเข้ามามีส่วนร่วมกิจกรรมต่างๆ มากขึ้น เพื่อสร้างให้แบรนต์เป็นฮีโร่ เป็นตัวอย่างที่ดีให้แก่ผู้บริโภค ต่างจากเดิมที่แบรนต์จะมุ่งพัฒนาสินค้าของตนเอง แต่เทรนด์ในปีหน้าจะมุ่งสร้างประโยชน์ให้สังคม

นางสาววฤตดา กล่าวอีกว่า เทรนด์การใช้สื่อในปีหน้า จะพบการผสมผสานการใช้สื่อ (Across Platform) ระหว่างเทรตดิ้งแแนล มีเดีย และ นิว มีเดีย มากขึ้นเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เปิดรับข้อมูลในหลากหลายช่องทาง เช่น การใช้ QR Code เชื่อมต่อไปยังเว็บไซต์ โดยพบว่ากลุ่มสินค้าประเภทเทคโนโลยี, สินค้าไลฟ์สไตล์, สินค้าอุปโภค บริโภค เป็นกลุ่มหลักๆ ที่ให้ความสำคัญกับเทรนด์ผสมผสานการใช้สื่อเก่าและนิวมีเดีย เพื่อทำให้แบรนต์มีการสื่อสารกับผู้บริโภคในยุคดิจิทัล