



แพลตฟอร์ม วิธีสร้างฐานทำการตลาดให้ประสบความสำเร็จอย่างท่วมท้น

PLATFORM : GET NOTICED IN A NOISY WORLD

วิโรจน์ พิมานมาศสุริยา¹

Wiroj Pimanmassuriya



แพลตฟอร์ม วิธีสร้างฐานทำการตลาดให้ประสบ

ความสำเร็จอย่างท่วมท้น

โดย Michael Hyatt

แปล โดย ศุภิกา กุญชร ณ อยุธยา

ISBN 978-616-434-117-3

ที่มา: https://www.se-ed.com/product/แพลตฟอร์ม.aspx?no=9786164341173&theater=pmi_1

หนังสือแปลเรื่อง “แพลตฟอร์ม วิธีสร้างฐานทำการตลาดให้ประสบความสำเร็จอย่างท่วมท้น” มาจากหนังสือยอดนิยมของนิวยอร์กไทม์ และอยู่ถึงเจ็ดเดือน (The New York Times BESTSELLER) ในชื่อ PLATFORM : Get Noticed in a Noisy World (May 2012) เขียนโดย ไมเคิล ไฮแอตต์ (Michael Hyatt) ผู้เชี่ยวชาญและชำนาญการสื่อสารโซเชียลมีเดีย (Social Media) ซีอีโอของสำนักพิมพ์โทมัส เนลสัน ตั้งแต่ปี 2005 จนปัจจุบัน บล็อกของเขา MichealHyatt.com มีผู้มาเยี่ยมชมมากกว่าสี่แสนคนต่อเดือน รวมทั้งมีคนมาสมัครรับโพสต์ (Post) เขารายวันมากกว่าห้าหมื่นคน มีผู้ติดตามทวิตเตอร์ (Twitter) มากกว่าหนึ่งแสนคน และแฟน ๆ ในเฟซบุ๊ก (Facebook) มากกว่าหนึ่งหมื่นห้าพันคนด้วย หนังสือเล่มนี้ได้กล่าวถึงวิธีการทำสื่อในโลกโซเชียลมีเดียหรือสังคมออนไลน์ โดยการสร้างบล็อก (Blog) หรือ แพลตฟอร์ม (Platform) เพื่อทำการตลาดให้กับตนเอง ไม่ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์ สินค้า การบริการ การประชาสัมพันธ์ การนำเสนอสังคม แบนด์ หรือองค์กร ดังนั้น จึงเป็นหนังสือที่เหมาะสมกับทุกคนอย่างแท้จริง ทั้งในฐานะเจ้าของธุรกิจ มีกิจการ พนักงาน ผู้ที่ทำงานอิสระหรือผู้สนใจพัฒนาตนเองอย่างไม่หยุดนิ่ง เนื่องจากการใช้บล็อก

¹ วิทยาลัยนวัตกรรมการศึกษา ศึกษาศาสตร์ สาขาผู้นำทางสังคม ธุรกิจและการเมือง มหาวิทยาลัยรังสิต e-mail: ajwiroj59@gmail.com



เป็นวิธีที่ย่อมเยาสามารถเข้าถึงและครอบคลุมผู้คนจำนวนมาก และยอดเยี่ยมที่สุดก็คือ คุณสามารถทำได้ด้วยตนเองจากทุกหนทุกแห่งบนโลกใบนี้

หนังสือนี้ให้ความรู้ได้ดี อาจถือได้ว่าเป็นคู่มือที่ดีของการสร้างแพลตฟอร์ม ที่จะช่วยวางแผนการสร้างฐานทางการตลาด ตั้งแต่เริ่มสร้างบล็อก ไปจนถึงเครื่องมือสื่อสารออนไลน์ ที่เน้นมีการสนทนา ไปจนถึงผู้ติดตามผ่านเฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์มากขึ้น นับว่าเป็นสิ่งเรียนรู้ที่ทันสมัย โดยการสร้างแพลตฟอร์มของตนเอง ถือเป็นผู้นำในโลกยุคใหม่ ที่เราจะไม่ตกขอบแน่นอน ผู้เขียนได้แนะนำและสรุปออกมาเป็นข้อๆ เป็นขั้นเป็นตอนในทุกๆ บท ซึ่งช่วยทำให้ผู้อ่านเข้าใจได้ง่าย และมีตัวอย่างอีกมากมาย ที่สามารถนำไปใช้ได้จริง เนื้อหาในหนังสือจะมีประเด็นใหญ่ๆ ให้ศึกษา 5 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 เริ่มจากสินค้าที่ทุกคนร้อง “ว้าว” เพื่อสร้างสินค้าที่จูงใจ และโดดเด่น จึงต้องดีกว่าความคาดหวังของลูกค้าด้วย ตัวอย่างเช่น แอปเปิ้ล เปิดตัวไอโฟน (iPhone) ทุกครั้ง ทำให้ดีกว่าที่ลูกค้าจะจินตนาการไปถึง จนต้องร้อง “ว้าว” มาดูกันว่า มีอะไรบ้าง ที่ทำให้ร้อง “ว้าว” เรื่องที่ทำให้...ประหลาดใจ เกิดเสียงสะท้อน มีความยอดเยี่ยม ชัดเจน ความเป็นสากล เป็นที่ประทับใจยาวนาน หรือ สิทธิพิเศษอื่นๆ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ทำให้เห็นความคาดหวังของตลาด ผลิตออกมาได้เกินความคาดหวังของลูกค้า ในการทำงานขั้นนี้ย่อมมีอุปสรรค หรือหากยังไม่สำเร็จยอดเยี่ยมพอ ก็อย่าหยุดยั้ง เพื่อความยิ่งใหญ่ อย่าทิ้งความฝันของเรา ส่วนการตั้งชื่อสินค้า บริการ เว็บไซต์ หรือบล็อก ควรต้องให้คนจดจำได้ง่าย ที่บ่งบอกถึงคำสัญญา ความตั้งใจ และเนื้อหาสาระ เหล่านี้สามารถทำให้คุณรวยได้ และที่สำคัญการบรรจุภัณฑ์ (Packaging) ต้อง “ว้าว” ให้มีสไตล์ล่อใจมากขึ้น ทำให้คนอยากรู้จักแบรนด์ของเรา ที่สำคัญลองประเมินแบรนด์สินค้าของคุณด้วย ตัวอย่าง เราควรพัฒนาออกแบบอย่างไรให้ลูกค้าชอบและสนใจ ทั้งนี้อาจใช้บริการประเมินผลด้วย Survey Monkey เครื่องมือสำรวจที่ได้รับความนิยม สะดวก เชิงลึก ง่าย และรวดเร็ว

ส่วนที่ 2 เตรียมการเพื่อเปิดตัวสินค้า หรือบล็อกของเรา ไม่มีใครรู้ดีไปกว่าเรา เราจึงต้องรับผิดชอบให้มากเราผู้เป็นเจ้าของต้อง “คิดให้ใหญ่” เรื่องนี้ไม่ใช่พรสวรรค์ แต่เป็นทักษะ การสร้างแพลตฟอร์ม จึงต้อง Think Big คิดให้ใหญ่ ความเป็นไปได้ ระบุความฝันของเราลงไป อะไรคือเดิมพันที่จะให้พลังทางสติปัญญาเพื่อก้าวต่อไปจนสำเร็จ กำหนดแผนงานให้ชัดเจน ประเมินเป้าหมายทุกวันจะช่วยให้เราชนะแรงต้านทานได้ และเห็นความสำเร็จนั้นได้จริง มีคำพูดว่า “สร้างข้อเสนอในลิฟต์” ก็คือ การคิดตอบคำถามให้กับลูกค้าได้สั้น เร็ว ชัดเจน รวมถึงปัญหาที่เราพยายามแก้ไข เสนอวิธีแก้ไข และได้ประโยชน์จริง ส่วนการสร้างเครื่องมือทำแบรนด์ เริ่มด้วยที่อยู่เรา อีเมล ผู้เขียนแนะนำให้ใช้ นามสกุล gmail.com จะเป็นมืออาชีพมากกว่า หรือโดเมนของตนเอง จะสร้างความประทับใจและทรงพลังในทางบวกให้แก่ แบรนด์ของเรา ด้วยการลงนามในอีเมล ถือเป็นลิงก์ไปสู่โปรไฟล์ (Profile) เราได้ดี รวมทั้งนามบัตร เว็บไซต์ สร้างโปรไฟล์ในโซเชียลมีเดีย: ทวิตเตอร์ เฟซบุ๊ก ยูทูป (YouTube) และสิ่งอื่นๆ ควรมีรูปแบบเฉพาะของกราฟิกพื้นหลัง



และองค์ประกอบอื่นจะดูดี เครื่องมือเหล่านี้จะนำพาเราไปได้ไกลเกิดความประทับใจในครั้งแรกหรือครั้งที่สอง การสร้างแพลตฟอร์มถือเป็นงานใหญ่ที่เราต้องมีทีมงาน การรวบรวมเจ้าหน้าที่ในองค์กร ช่วยรับผิดชอบในการเพิ่มประสิทธิภาพ แต่ละคนมีบทบาทที่จำเป็น เช่น งานจัดการ งานบริหารงานตัวแทนงานสร้างสรรค์เนื้อหา และงานเผยแพร่ นอกจากนี้ ควรมีการสนับสนุนอันแรงกล้าจากคนที่มีชื่อเสียง คำวิจารณ์จากผู้ใช้อย่าลืมหาบทที่ยอดเยี่ยม ที่เหมาะสม ให้เกิดความน่าเชื่อถือ จึงเป็นรูปที่ดีที่สุดสำหรับสินค้า เว็บไซต์ หรือปัจจัยทางการตลาด อาจจ้างมืออาชีพ หรือถ้ายูทูปเก็บไว้ให้มาก ควรเลือกรูปหลักไว้หนึ่งรูปที่ลูกค้าประทับใจ สุดท้ายพัฒนาเครื่องมือสื่อสารออนไลน์ คือ เว็บไซต์ หรือบล็อกที่เราจะสื่อออกไป ส่งให้กับหุ้นส่วนด้านกลยุทธ์ โปรโมเตอร์ของสื่อ นักวิจารณ์สินค้า นักวางแผนจัดงาน ผู้คนในแวดวงประชาสัมพันธ์ กลุ่มแฟนที่เหนียวแน่น และใครก็ตามที่อาจต้องการพูดถึงเราหรือสินค้าของเรา ทั้งข้อมูลติดต่อ ข้อมูลสินค้า ทั้งการโฆษณาขาย ข้อมูลและแบบของสินค้า จัดให้มีคนมาสัมภาษณ์ เสนอให้แฟน ๆ มาช่วยเผยแพร่ พร้อมมองปฏิกริยาตอบสนองจากสื่อที่เรียก “ผนังแห่งชื่อเสียง” เพื่อจะเติมไฟแห่งความกระตือรือร้นต่อสินค้าเราเพิ่มขึ้น

ส่วนที่ 3 การสร้างฐานทางการตลาด “บล็อก” ที่มั่นคงของตนเอง ในส่วนนี้ต้องเข้าใจโมเดล ขนาดแพลตฟอร์ม บนเจ้าของเว็บไซต์ หรือบล็อกที่เราอาศัยอยู่ หลังจากนั้นต้องทุ่มเทความพยายามออนไลน์ ให้คนอยากกลับเข้ามาชมใหม่อีก เมื่อเราเริ่มทำบล็อก ต้องเลือกแนวทางการเขียนบล็อก เลือกบริการ และจัดการเนื้อหาบนอินเทอร์เน็ต การเขียนและจัดตั้งบล็อก ควรเขียนแบบเพิ่มลูกเล่น ประชาสัมพันธ์บล็อก และเขียนอย่างสม่ำเสมอด้วยการสร้างเนื้อหาเอง เป็นเฉพาะตัวและเป็นของแท้ อาจเป็นประสบการณ์ส่วนตัว มีรูปภาพที่เกี่ยวข้อง มีเนื้อหาหลัก และคำถามสนทนาหรือทิ้งท้ายจะดี หมั่นเขียนโพสต์ให้เร็วขึ้น พร้อมจัดสร้างวิดีโอสัมภาษณ์ เชื่อมไปสู่ลิงก์ในบล็อกได้อีกด้วย ต่อมาควรพัฒนาหน้าแลนดิง (Landing Page) เพราะเราต้องการให้ลูกค้าหรือผู้ชมเข้ามาแลนดิงหรือลงจอด เป้าหมายของหน้านี้จะทำงานให้เราไม่หยุดหย่อนบนเว็บไซต์ หรือบล็อกของเรา หน้านี้จึงต้องมีหัวข้อเรื่องที่ชัดเจน มีโฆษณาขายสินค้าหรือบริการของเรา มีรูปแบบสินค้า คำรับรอง คำรับประกัน ข้อเสนอ และปิดการขายหรือเรียกให้ลูกค้าทำอะไรตามที่เราคาดหวังได้สำเร็จ

ส่วนที่ 4 ขยายฐานการตลาด เริ่มด้วย จูบลากการตลาดแบบเดิมไปเลยเพราะได้ตายไปแล้วในโลกโซเชียลมีเดีย การสร้างกลุ่มแฟน คือการตลาดแบบใหม่ เพราะในโลกยุคโซเชียลมีเดีย เราไม่สามารถยึดถือว่าต้องมีแพลตฟอร์มขนาดใหญ่ ต้องมีค่ายหรือองค์กรใหญ่ แต่ควรจะทำอย่างไรจึงจะสร้างภาพลักษณ์ใหม่ แบบใหม่ที่ทันสมัย ให้เพิ่มจำนวนผู้เข้าชมเว็บหรือบล็อกได้มากขึ้นเป็นสำคัญ จึงต้องมีกลยุทธ์ต่างๆ ที่จะช่วยสร้างจำนวนผู้เข้าชมให้มากขึ้น สร้างรายชื่อสมาชิกให้ติดตามเว็บไซต์หรือบล็อกของเราได้เหนียวแน่น บางครั้งอาจนำโพสต์เก่าๆ มานำเสนอได้อีก การเขียนโพสต์รับเชิญ รวมถึงการแจกการให้รางวัลก็ถือ



เป็นกลยุทธ์สำคัญที่จะทำให้ผู้อ่านติดตามได้มากขึ้นและต่อเนื่องได้ สิ่งสำคัญผู้เขียนสนับสนุนให้ใช้ทวิตเตอร์ และเฟซบุ๊กด้วย เพราะจะทำให้มีผู้ติดตามเรามากขึ้น เป็นการส่งเสริมสินค้าและจะมีประโยชน์ต่อการสร้างแบรนด์ของเราต่อไป เหล่านี้คือกลยุทธ์ออนไลน์ในโซเชียลมีเดียที่เราต้องเผชิญและใช้มันให้เกิดประโยชน์อย่างจริงจัง

ส่วนที่ 5 มีกลุ่มแนวร่วม ทั้งในการออกความเห็นในบล็อก ในบทสนทนาและให้รางวัลบ้าง ถือเป็น การสังเกตการณ์แบรนด์ เช่น ใช้บริการ Google Alert เพื่อที่จะเฝ้าติดตามรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่อัปเดตแบบ ล่าสุดได้ทุกที่ทุกเวลา การมีส่วนร่วมในบทสนทนา การปกป้องแบรนด์ และการทำบล็อกให้ได้เงิน ทั้งการ ส่งเสริมคุณค่าให้ได้ประโยชน์ร่วมกัน และการขายสินค้าออนไลน์ ผลก็คือ ระบบบล็อกจะทำงานให้เรา ตลอดเวลา แม้ในขณะที่เราออนไลน์อยู่ ระบบการจ่ายเงินจะถูกโอนมาฝากเข้าไปในบัญชีของเราได้ทุก เวลา

ข้อเด่นของหนังสือ แพลตฟอร์ม วิธีสร้างฐานทำการตลาดให้ประสบความสำเร็จอย่างท่วมท้น โดย ไมเคิล ไฮแอตต์ จัดว่าเป็นหนังสือแนวคู่มือฉบับค่อนข้างสมบูรณ์ ที่โดดเด่นเล่มหนึ่งอันมีคุณค่าต่อ ผู้อ่านได้ ไม่ว่าจะท่านจะเป็นเจ้าของธุรกิจ ผู้ที่ทำงานนักขายอิสระ นักพูด นักร้อง นักวิชาการ นักศึกษา หรือ ผู้สนใจที่มีพลังเรียนรู้ไม่หยุดยั้งในโลกออนไลน์ เพราะผู้เขียนได้รวบรวมวิธีการสร้างแพลตฟอร์ม ที่เข้าใจได้ ง่าย และสามารถทำตามได้ง่ายด้วย จากการทดลองเล่น ทำจริงและได้ผลดี จนประสบความสำเร็จมา อย่างดีแล้ว ถือเป็น การสร้างตัวตนออนไลน์ของเราได้ สร้างแพลตฟอร์มให้โดดเด่น มีชื่อเสียง และสร้าง ความแตกต่างจากคู่แข่งในโซเชียลมีเดียรายอื่นๆ เพราะปัจจุบัน ผู้ใช้หรือลูกค้ามีทางเลือกและรวดเร็วใน การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตและโซเชียลเน็ตเวิร์กที่มีความหลากหลายมากขึ้น กลยุทธ์ต่างๆ ที่ผู้เขียนได้แนะนำ และส่งเสริม จึงมีคุณค่าทั้งในเชิงธุรกิจและเชิงอาชีพสาขาอื่นๆ ได้ทั่วไป ตลอดจนสนับสนุนให้ใช้ทวิตเตอร์ และเฟซบุ๊กเพื่อเพิ่มสมาชิกผู้ติดตามผลงาน เสนอการใส่รูปภาพทุกครั้งเพื่อช่วยให้โพสต์ของเราดูโดดเด่น น่าสนใจมากขึ้น ที่สำคัญแนวคิดให้กลุ่มแฟนเพจมีส่วนร่วม การเสนอให้รางวัล การประเมินผล หรือคู่มือติด ตัวชีวิตต่างๆ เพื่อเพิ่มจำนวนผู้เข้าชมและสร้างคุณค่าให้กับบทสนทนา หรือบล็อกของเราเองด้วย

ข้อด้อยของหนังสือเล่มนี้ ผู้แต่งไมเคิล ไฮแอตต์ ได้เริ่มพิมพ์หนังสือออกวางขายสู่ตลาดเมื่อปี 2012 (2555) เทียบกับปัจจุบันปี 2561 ระยะเวลาผ่านไป 6 ปี โดยเฉพาะในโลกออนไลน์ยุคโซเชียลมีเดีย ถือว่า ได้มีการพัฒนาเทคโนโลยีด้านโซเชียลเน็ตเวิร์กก้าวไกลไปอย่างไม่หยุดยั้ง ในสังคมอเมริกันและสังคมไทย อาจมีความแตกต่างกันไปตามวัฒนธรรม การใช้งาน การสร้างแพลตฟอร์มบนโซเชียลมีเดีย ไม่ว่าจะเป็น เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม (Instagram) ทวิตเตอร์ ไลน์ (LINE) Google และ Pantip สถิติเมื่อปี 2560 ประเทศ ไทยสำรวจพบการเติบโตของเฟซบุ๊กสูงที่สุด (ผู้ใช้ 49 ล้านราย) รองลงมาคือ อินสตาแกรม (ผู้ใช้ 13 ล้าน ราย) และลำดับสามคือ ทวิตเตอร์ (ผู้ใช้ 12 ล้านราย) และพบว่าธุรกิจบางประเภทจะพบเจอกับผู้ชมกลุ่ม



ใหญ่ที่สุดได้ในเฟซบุ๊ก เมื่อเทียบกับเว็บไซต์โซเชียลอื่นๆ เช่น ธุรกิจด้านที่พัก บริการอาหาร ศูนย์การดูแล
สุขภาพ สินค้าซอฟต์แวร์และอื่นๆ หรือบริการด้านกีฬาและความบันเทิง เฟซบุ๊ก เป็นช่องทางที่ดีที่สุด
สำหรับการเข้าถึงลูกค้าและการสร้างชุมชนของผู้ติดตาม ส่วนทวิตเตอร์ มักไม่ได้เกี่ยวข้องกับการขาย
โดยตรง แต่ว่ามันถูกใช้ในการสนทนา สร้างการเข้าถึงแบรนด์และผู้ติดตามโดยตรง ให้ความบันเทิงแก่ผู้ใช้
แพลตฟอร์ม และกระตุ้นความตื่นตัวของผู้ใช้ ลูกค้าเกี่ยวกับสินค้าของเรา กลยุทธ์ทวิตเตอร์ อาจรวมถึง
การแชร์ข่าวเกี่ยวกับรางวัลหรือสิ่งจูงใจต่างๆ การโพสต์ภาพของข้อเสนอใหม่และจำกัดระดับข้อความ
(140 ตัวอักษร) รวมถึงการรับรู้ถึงเหตุการณ์ทางวัฒนธรรมที่เป็นที่นิยม ในส่วนข้อต่อที่แตกต่างกันตามยุค
สมัย จึงไม่ใช่ปัญหาต่อการเรียนรู้เพื่อสร้างแพลตฟอร์มของตนเองให้มีประสิทธิภาพและน่าดึงดูดใจ กลับ
เป็นงานท้าทายที่ผู้นำยุคใหม่ควรสนใจและเริ่มก้าวแรกไปจนสำเร็จ

โดยสรุป หนังสือเล่มนี้ได้ตอบใจหทัยของผู้สนใจ ไม่ว่าจะเป็นเจ้าของธุรกิจขนาดย่อม พนักงาน
นักเขียน นักพูด ศิลปิน และนักสร้างสรรค์ หรือผู้ที่ทำงานอิสระคนใดก็ตามที่ต้องการแม่แบบเพื่อให้ได้รับ
ความสนใจและเป็นที่ยอมรับ รู้จักแบรนด์ของตนเอง ได้อย่างกว้างขวาง จำเป็นต้องอ่านหนังสือเล่มนี้
เพราะเป็นหนังสือคู่มือที่ดีในการสร้างฐานสู่ความสำเร็จในโลกออนไลน์ มีทั้งวิธีการ แนวคิด กลยุทธ์ ทุก
อย่างที่เรารู้จักเกี่ยวกับการสร้างสื่อโซเชียลมีเดีย และวิธีใช้บล็อกเพื่อทำการตลาดให้ประ
สิทธิภาพสำเร็จอย่างท่วมท้นในโลกออนไลน์ เนื่องจากการใช้สื่อโซเชียลมีเดียเน็ตเวิร์ก เป็นวิธียอมเยา ลงทุน
ราคาถูกแต่สามารถเข้าถึงและครอบคลุมผู้คนจำนวนมากทั้งในประเทศและต่างประเทศบนโลกใบนี้ได้
อย่างไม่ผิดหวัง..แน่นอน!