กลยุทธ์ทางด้านการตลาด ไวรอลมาร์เก็ตติ้ง (Viral Marketing)

ผศ.ดร.สุทธิชัย ปัญญโรจน์
อาจารย์ประจำบัณฑิตวิทยาลัย ม.พิษณุโลก
www.drsuthichai.com



การตลาดออนไลน์ยุคใหม่ ต้องอาศัยโลกของอินเทอร์เน็ต โลกของการใช้ Social Network และ Social Media ซึ่งสิ่งหนึ่งที่ต้องสมควรทำอย่างยิ่ง หากว่าต้องการให้เป็นที่รู้จักอย่างรวดเร็วหรือเติบโตอย่างรวดเร็ว นักการตลาดทาง Social Network และ Social Media จะต้องรู้จักการทำไวรอล มาร์เก็ตติ้ง (Viral Marketing)

ไวรอล มาร์เก็ตติ้ง (Viral Marketing) คือ **การตลาดแบบไวรัส** ซึ่งคำว่า “ไวรัส” หมายถึง **การแพร่กระจายอย่างรวดเร็ว** เหมือนกับ “ไวรัสโควิด” ที่กำลังแพร่กระจายไปทั่วโลกในปัจจุบัน สำหรับไวรอล มาร์เก็ตติ้ง (Viral Marketing) ที่เขานิยมทำกันในปัจจุบันก็คือ การทำคลิปหรือเรื่องราวต่างๆ ให้เป็นที่น่าสนใจ เช่น สนุกสนาน มีแง่คิด แปลก ใหม่ ทันสมัย เป็นต้น แล้วก็มีการแชร์ การส่งต่อกันและกันอีกมากมาย ผ่านทาง Social Network และ Social Media ซึ่งทำให้เนื้อหาหรือเรื่องราวหรือคลิปนั้นๆ โด่งดังขึ้นอย่างรวดเร็ว

ไวรอลมาร์เก็ตติ้ง (Viral Marketing) เป็นกลยุทธ์หนึ่ง ที่ทำให้ปลาเล็กสามารถเอาชนะปลาใหญ่ได้ ซึ่งการทำไวรอล มาร์เก็ตติ้ง (Viral Marketing) ใช้เงินทุนในการสร้างต่ำ เพียงอาศัยความคิดในการสร้างสรรค์ ผ่านเนื้อหา ผ่านเรื่องราวต่างๆ แตกต่างจากในอดีต

ในอดีต ปลาใหญ่ (บริษัทขนาดใหญ่) มีเงินทุนหนา (เงินทุนมาก) สามารถใช้เงินซื้อโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ ด้วยราคาที่แพงมากๆ ถึงแม้เนื้อหาหรือเรื่องราวจะดูธรรมดา ไม่น่าสนใจ แต่ผู้คนที่ดูโทรทัศน์ ฟังวิทยุ ดูหนังสือพิมพ์ ก็จะเห็นผ่านทางสายตา ผ่านทางการฟัง ซึ่งในอดีต ปลาเล็ก (บริษัทขนาดเล็ก) ไม่สามารถทำได้ เนื่องจากทุนจำกัด แต่ปัจจุบัน ปลาเล็ก (บริษัทขนาดเล็ก) ไม่ต้องเสียเงินลงโฆษณาเลย เพียงแต่ทำเรื่องราวหรือเนื้อหาดีๆ แล้วลงใน Social Network หรือ Social Media หากมีการแชร์ มีการส่งต่อกัน (ไวรอล มาร์เก็ตติ้ง Viral Marketing) ก็จะทำให้เป็นที่รู้จักได้มากกว่าบริษัทขนาดใหญ่เสียอีก

ไวรอล มาร์เก็ตติ้ง (Viral Marketing) สามารถทำได้หลากหลายรูปแบบ เช่น รูปภาพ คลิปวิดีโอ เกมส์ นิทาน เรื่องราว โดยผ่านช่องทางต่างๆ เช่น Youtube, Twitter, Blog, e-mail, eBooks, SMS, Facebook, Hi5, Line, Instagram เป็นต้น



ไวรอล มาร์เก็ตติ้ง (Viral Marketing) ต้องมีเนื้อหาหรือเรื่องราวอย่างไร นักการตลาดส่วนใหญ่จะเล่น เนื้อหาให้โดนความรู้สึก เช่น เรื่องตลก เรื่องที่ประทับใจ เรื่องความเศร้า เรื่องความรัก เรื่องของความสุข เป็นต้น

ไวรอล มาร์เก็ตติ้ง (Viral Marketing) **มีข้อดี** คือ ประหยัดงบประมาณ, การกระจายข้อมูลข่าวสารได้รวดเร็ว, เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดี, น่าเชื่อถือ เพราะมีคนแชร์ คนส่งต่อมาก และฝึกฝนความคิดสร้างสรรค์

ส่วนข้อเสีย อายุสั้นหรือมีความนิยมสั้นๆ เมื่อเวลาผ่านไปคนก็จะลืมหรือไปเล่นเรื่องราวใหม่ๆ แทน และหากทำไม่ดีก็จะมีผลกระทบต่อแบรนด์ของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์

ไวรอล มาร์เก็ตติ้ง (Viral Marketing) ถึงแม้จะเป็นกลยุทธ์ที่ดี แต่ก็มีเรื่องหรือข้อที่ควรระมัดระวัง เช่น การสื่อเรื่องราว วิดีโอ ต้องกลั่นกรองพอสมควร ไม่ใช่อยากดัง อยากให้แพร่กระจายอย่างรวดเร็ว แต่ทำให้ภาพลักษณ์ของสินค้าหรือองค์กรเสียไป เช่น นักการเมืองหลายๆ คน อยากดังไว อยากให้คนรู้จักไว เลยใช้กลยุทธ์แบบ ไวรอล มาร์เก็ตติ้ง (Viral Marketing) สรุปคือ ดังไวครับ แต่ทำให้เสียภาพลักษณ์ของบุคคลนั้นๆ ไป ตัวอย่าง นักการเมืองหรือบุคคลมีชื่อเสียงหลายๆ คน ชอบเกาะกระแส เมื่อมีข่าวดังหรือข่าวคนดัง ทำผิดพลาด ก็จะเข้าไปด่า ไปว่า ไปตำหนิ ซึ่งแน่นอนว่า มีคนบางกลุ่มไม่ชอบแต่ไม่กล้าด่า ไม่กล้าว่า เมื่อนักการเมืองหรือบุคคลมีชื่อเสียงนั้นๆ ไปด่า ไปว่าให้ คนบางกลุ่มที่ไม่ชอบจะสะใจ และเข้าไปเป็นแฟนคลับหรือ FC

สำหรับปัจจัยที่ทำให้ ไวรอล มาร์เก็ตติ้ง (Viral Marketing) ประสบความสำเร็จมี ดังนี้

1. ค้นหากลุ่มเป้าหมายหรือกลุ่มลูกค้าของตนเอง เราต้องรู้เสียก่อนว่า กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของเราคือใคร เพราะจะทำให้เราทำเนื้อหา และกำหนดช่องทางในการสื่อสารให้ตรงหรือสอดคล้องกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของเรา ถ้าจะให้ดีจงวิเคราะห์ลึกไปถึงเรื่องของ เพศ อายุ สถานะภาพ รายได้ การศึกษา ภูมิประเทศ เป็นต้น

2. เลือกใช้โซเชียลมีเดียหรือสื่อให้เหมาะสม เพราะปัจจุบันมีสื่อหลากหลาย มากมาย เราต้องเลือกใช้สื่อให้สอดคล้องกับสื่อที่กลุ่มเป้าหมายใช้ เช่น กลุ่มเป้าหมายใช้ Facebook เราก็ควรเอาเนื้อหาของเราลงใน Facebook แต่ถ้ากลุ่มเป้าหมายชอบเล่น Twitter แต่เราเอาลงใน Facebook ก็คงได้รับผลลัพธ์ที่น้อยลง

3. สร้าง Content หรือเนื้อหาให้เป็นที่น่าสนใจ เช่น ตลก ความสุข ความรัก ความเศร้า ความประทับใจ โดยใช้ความคิดอย่างสร้างสรรค์

4. เพิ่มการเข้าถึง Content ของเราด้วยการโฆษณา ในบางครั้งการทำการตลาดก็มีความจำเป็นจะต้องลงทุน เพราะจะทำให้เกิดการแพร่กระจายได้รวดเร็วยิ่งขึ้น การโฆษณาจะทำให้เรามีช่องทางเพิ่มอีกทั้งผู้คนหรือกลุ่มเป้าหมายให้ได้มากยิ่งขึ้น

5. หาความร่วมมือกับ Social media influencer คือ ให้กลุ่มที่มีบทบาทหรือมีชื่อเสียง เช่น เน็ตไอดอล คนดัง เพจดัง เว็บไซต์ดัง บล็อกเกอร์ดัง ทำการโปรโมทหรือเผยแพร่คลิปหรือเนื้อหาของเรา ก็ยิ่งจะทำให้เนื้อหาหรือ Content ของเราเป็นที่น่าสนใจยิ่งขึ้น

6. ตั้งชื่อ หัวข้อ คำสำคัญที่ใช้ค้นหา จำนวนคนดู จำนวนคลิก การถูกพบเห็นหรือเข้าถึง มีความสำคัญต่อการทำไวรอล มาร์เก็ตติ้ง (Viral Marketing)

ตัวอย่าง ไวรอล มาร์เก็ตติ้ง (Viral Marketing) ที่ประสบความสำเร็จ เช่น วิดีโอดังจากไทยประกันชีวิต ที่มีชื่อว่า Silence of Love ออกมาเผยแพร่แค่ 2 วัน แต่มีคนดูกว่า 130,000 คน ซึ่งเป็นเรื่องราวของพ่อที่พิการเป็นใบ้ มีลูกสาววัยรุ่นที่ถูกเพื่อนล้อเรื่องพ่อที่เป็นใบ้ จึงทำให้เกิดปมด้อยภายในจิตใจ แต่สุดท้ายก็รู้ว่าพ่อที่พิการเป็นใบ้รักตนเองมากขนาดไหน ซึ่งโฆษณานี้ถูกแชร์ และแปลเป็นภาษาต่างประเทศต่างอีกด้วย ท่านสามารถดูโฆษณา Silence of Love นี้ โดยผ่าน Youtube

ดังนั้น นักการตลาดในยุคปัจจุบันหรือผู้ประกอบการที่มีงบประมาณในการโฆษณา และประชาสัมพันธ์น้อย ก็ควร ศึกษา และผลิตสื่อ ในลักษณะ ไวรอล มาร์เก็ตติ้ง (Viral Marketing) มาใช้เพื่อประหยัดงบประมาณ และต้นทุนรายจ่าย เมื่อประหยัดต้นทุน ก็จะทำให้องค์กรหรือบริษัทได้กำไรมากขึ้น