



ข่าวประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ



114 ซอยสุขุมวิท 23 เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10110 โทรศัพท์ 0-2649-5000 ภายใน 15666 โทรสาร 0-259-6172

ส่วนวิเทศสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร ได้จัดระบบข่าวสื่อสิ่งพิมพ์ สนใจดูรายละเอียดได้ที่ <http://news.swu.ac.th/newsclips/>

ข่าวจากหนังสือพิมพ์แนวหน้าออนไลน์ ฉบับประจำวันที 23 เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ.2566 หน้า มูลค่าข่าว 180,000.-

Sea (ประเทศไทย) เปิดตำราฉบับย่อ ‘Woman Made Masterclass’

ปั้นไอเดียต่อยอดความสำเร็จผู้ประกอบการหญิงในโลกออนไลน์



จากความสำเร็จของโครงการ “Women Made” ที่ทาง Sea (ประเทศไทย) ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตแพลตฟอร์มชั้นนำ ได้แก่ การ์มินา (Garena) ช้อปปี้ (Shopee) และซีมันนี่ (SeaMoney) ร่วมกับสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (CEA) ได้จัดอบรมและสร้างพื้นที่ให้ผู้ประกอบการหญิงไทยได้แสดงศักยภาพในการใช้ความคิดสร้างสรรค์และเทคโนโลยีต่อยอดธุรกิจ จนได้ผลงานสุดปังวางขายบนแพลตฟอร์มช้อปปี้และสร้างยอดขายเติบโตกันไปถ้วนหน้านั้น ส่วนสำคัญของโครงการนี้ ก็คือ Woman Made Masterclass คลาสสุดพิเศษที่ได้เหล่าผู้เชี่ยวชาญชั้นนำในด้านต่างๆ ตั้งแต่การสร้างแบรนด์ไปจนถึงการตลาดออนไลน์ มาร่วมแบ่งปันความรู้อย่างเข้มข้น พร้อมให้คำปรึกษาอยู่เบื้องหลังผู้ประกอบการหญิงทั้ง 10 คนในการพัฒนาธุรกิจและผลิตภัณฑ์ จนได้ผลลัพธ์ที่สวยงามในโครงการนี้

Sea (ประเทศไทย) มัดรวมทีปส์ จาก Woman Made Masterclass ซึ่งรับชมได้บนเว็บไซต์ www.SeaAcademy.co มาส่งต่อเป็นความรู้ให้ผู้ที่สนใจนำไปประยุกต์ใช้เพื่อต่อยอดพัฒนาแบรนด์สินค้าของตัวเองให้เติบโต

เริ่มที่ การเล่าเรื่อง=กระบอกเสียง โดย ศรัณย์ เย็นปัญญา ผู้เชี่ยวชาญด้านการเล่าเรื่องสร้างสรรค์ ผู้ก่อตั้ง Founder 56 studio, Citizen of Nowhere และร้านชำ FLVR Creative Grocery กล่าวว่า “จงเป็นกระบอกเสียง เพราะเสียง 1 เสียงสามารถสร้างแรงบันดาลใจให้คนได้เป็นล้านคน” พร้อมเปิดให้เห็นพลังของการเล่าเรื่องเพื่อสร้างแบรนด์และสร้างยอดขาย (Brand and Storytelling) โดยให้แง่คิดว่าแบรนด์ คือ ตัวแทนของความเชื่อของธุรกิจเรา ซึ่งต้องถูกเล่าออกมาเพื่อ

สร้างความแตกต่างจากคู่แข่งในตลาด และการเล่าเรื่องของแบรนด์จำเป็นอย่างยิ่ง โดยเฉพาะสำหรับในโลกการค้าออนไลน์ที่ผู้ประกอบการมีโอกาสสื่อสารแบบสองทางกับลูกค้าน้อยกว่าออฟไลน์ เมื่อต้องใช้การสื่อสารทางเดียวค่อนข้างมากการเล่าเรื่องให้เป็นผ่านองค์ประกอบต่างๆ เช่น หน้าร้าน หรือตัวสินค้า จะทำให้ผู้ประกอบการแข่งขันได้ดีขึ้น โดยไม่ต้องไปอยู่ในเกมการตัดราคา

นอกจากนี้ ศรีนัยยังแนะนำเทคนิคการเล่าเรื่องที่สำคัญ ไม่ว่าจะเป็น Elevator Pitch เป็นการอธิบายตัวตนอย่างสั้นที่สุดแต่จับใจที่สุดในระยะเวลาสั้นๆ รวมถึงทฤษฎีการเล่าเรื่องเชิงธุรกิจที่จำเป็นต้องรู้ มี 3 ประการ ได้แก่ 1) Be Authentic สื่อสารในแบบที่จริงใจและเป็นตัวเอง 2) In Media Res การเล่าเรื่องที่เริ่มจากเรื่องที่น่าตื่นเต้นที่สุด ในแบบที่คนต้องหยุดอ่าน ดู ฟัง และ 3) Start with Why ที่เริ่มต้นจากคำถามว่า “ทำไม” เพราะถึงแม้จะขายสินค้าเหมือนกัน แต่คำตอบของ Why แต่ละคนจะไม่เหมือนกัน

สร้างแบรนด์ทั้งที่ต้องมีภาพจำ สำหรับหัวข้อ Brand Presentation ได้รับการถ่ายทอดโดย เรวัณน์ ชำนาญ อติตบรรณ วิชาการบริหารนิตยสาร Wallpaper* THAI EDITION ผู้เชี่ยวชาญด้าน Design Thinking และ Creative Research ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสื่อสาร รวมทั้งเป็นอาจารย์วิทยาลัยการออกแบบ มหาวิทยาลัยรังสิต ได้เน้นย้ำว่าการสร้างแบรนด์เป็นเรื่องสำคัญในยุคปัจจุบัน เพราะการมีแบรนด์ที่ทรงพลังจะทำให้เกิดการจดจำ สามารถทำให้คล้อยตามและกลับมาเป็นลูกค้าของเราได้ ซึ่งการสร้างแบรนด์มี 6 ส่วนประกอบที่ขาดไม่ได้ คือการกำหนดเป้าหมาย (Brand Purpose) การกำหนดโพสิชันนิงของแบรนด์ (Brand Positioning) การสร้างความแตกต่างของแบรนด์ (Brand Differentiation) เอกลักษณ์หรืออัตลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Identity) ความเชื่อมั่นแบรนด์ (Brand Trust) และการทำดีของแบรนด์ (Brand Beneficence)

อีกทั้ง ปัจจุบันมีแบรนด์สินค้า หลากหลาย เพราะฉะนั้น การนำเสนอข้อมูลของแบรนด์ (Brand Presentation) หรือบริษัทควรมีความโดดเด่น กระชับ เข้าใจง่าย สร้างการจดจำได้ดี ควรประกอบไปด้วยข้อมูลเบื้องต้นขององค์กร และเนื้อหาที่ตรงวัตถุประสงค์ในการสื่อสาร ชัดเจน ไม่เยิ่นเย้อ เพื่อตอบโจทย์ให้ตรงกับกลุ่มผู้ฟังให้ได้มากที่สุด อีกทั้งต้องให้ความสำคัญกับรูปแบบการนำเสนอ ไม่ว่าจะเป็นภาพ การใช้เสียง และคำพูดหรือการอธิบายที่สำคัญต้องรู้จักกลุ่มผู้ฟังและบรรยากาศโดยรวม (Read the Room) เพื่อจะได้เตรียมตัวและถ่ายทอดเนื้อหา รวมถึงภาพลักษณ์ให้ตรงกับสิ่งที่เราต้องการสื่อสารได้ตรงกลุ่มเป้าหมายให้ได้มากที่สุด

นวัตกรรมไม่ใช่เทคโนโลยีเพียงอย่างเดียว ซึ่ง ดร.ฐิติรักษ์ โปตะวนิช ผู้เชี่ยวชาญด้านธุรกิจและการตลาดออนไลน์ และอาจารย์วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม (COSCI) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้ถ่ายทอดมุมมองที่น่าสนใจในหัวข้อ 10 Types Innovatio-Creative Marketing ว่าปัจจุบันเกิดแนวคิดเศรษฐกิจใหม่ที่เรียกว่า Attention Economy ที่ความสนใจของคนมีราคา เพราะระยะเวลาของความสนใจ (Attention Span) ของคนยุคนี้สั้นขึ้นเรื่อยๆ ฉะนั้น แนวทางการทำการตลาดในอนาคต โดยเฉพาะออนไลน์จะเคลื่อนเข้าสู่การตลาดเฉพาะบุคคล (Personalized Marketing) โดยต้องพึ่งพาฐานข้อมูล Big Data เพื่อนำข้อมูลเทรนด์ต่างๆ มาใช้กับธุรกิจของเราได้

สิ่งที่น่าสนใจจากหัวข้อนี้ คือการพูดถึงนวัตกรรมใหม่ๆ ที่มีถึง 10 มุมมอง โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนหลักๆ ได้แก่ 1) นวัตกรรมที่เกี่ยวกับงานหลังบ้าน (Configuration) คือการจัดการบริหารภายในองค์กร ซึ่งต้องคำนึงเรื่องต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น รูปแบบการทำการ การจัดการทรัพยากรที่มีในองค์กรให้เกิดประโยชน์สูงสุด 2) นวัตกรรมที่เกี่ยวกับสินค้าและบริการ (Offering) ได้แก่ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ โดยใช้เทคโนโลยีมาช่วยพัฒนาสินค้า หรือการออกแบบสินค้าที่ดี ตลอดจนวิธีการสร้างส่วนผสมที่ลงตัวระหว่างผลิตภัณฑ์และบริการขององค์กร และ 3) นวัตกรรมที่เกี่ยวกับงานหน้าบ้าน (Experience) คือส่วนที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า ทั้งเรื่องการให้บริการการเพิ่มคุณค่าและความโดดเด่นที่ช่วยให้เกิดประสบการณ์ที่ดีต่อลูกค้ามากที่สุด ฉะนั้น

ยังมีนวัตกรรมหลากหลายรูปแบบ ยิ่งทำให้คนอื่นลอกเลียนแบบได้ยากอีกทั้งยังพัฒนาธุรกิจให้แตกต่างและโดดเด่นได้อย่างยั่งยืนอีกด้วย

การดีไซน์ผลิตภัณฑ์ต้องหมุนตามการเปลี่ยนแปลงของโลกให้ทันในหัวข้อปรับแนวคิดในการทำผลิตภัณฑ์เพื่อขายบน Online Platform โดย ปฏิพัทธ์ ชัยวิเทศ ผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เจ้าของรางวัล Designer of the Year 2019 และอาจารย์วิทยาลัยการออกแบบ มหาวิทยาลัยรังสิต ได้ฉายภาพให้เห็นว่าคนในยุค New Normal ที่ต้องรัดเข็มขัดพร้อมรับวิกฤตใหม่ๆ อยู่เสมอ มักมองหาผลิตภัณฑ์ที่มากด้วยฟังก์ชันประโยชน์ใช้สอยและความคุ้มค่า นอกจากนี้ การออกแบบผลิตภัณฑ์ในปัจจุบันไม่ใช่แค่การออกแบบรูปร่างหน้าตาของสินค้า แต่ยังเป็นการออกแบบประสบการณ์ให้ผู้ใช้งาน (User Experience Design) อีกด้วย ซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถสร้าง Product Variety ได้มากขึ้นและเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่หลากหลายขึ้น

สำหรับยุคไลฟ์ขายของ ชัยชนะการทำธุรกิจอยู่ที่ร่างกาย เสียง และทัศนคติ ปิดท้ายด้วยแนวคิดที่น่าสนใจจาก ผศ.ดร.สามมิติ สุขบรรจง แอ็กติ้งโค้ช ผู้ก่อตั้ง TALENT SOCIETY และอาจารย์ประจำวิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม (COSCI) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้กล่าวไว้ในหัวข้อ พลัทธิง (Empowering Women) ได้อย่างน่าสนใจคือ ศักยภาพของผู้หญิงมีไม่จำกัด และมีบทบาทสำคัญในทุกวงการของประเทศไทย และสำหรับการก้าวสู่ความสำเร็จในการทำธุรกิจในโลกออนไลน์นั้น คือการดึงข้อดีที่มีอยู่ในตัวเองออกมาให้เด่นชัด โดยเริ่มจาก “ร่างกาย เสียงและทัศนคติ” ซึ่งเป็นศักยภาพพื้นฐานภายในตัวเราที่สามารถดึงไปใช้ให้เกิดชัยชนะได้ ไม่ว่าจะเป็นการใช้เสียงเพื่อสื่อสารและเข้าถึงกลุ่มลูกค้า การสร้างคาแร็กเตอร์ของตัวเองให้กลุ่มลูกค้าจดจำได้ เช่นเดียวกับทัศนคติที่ควรเตรียมพร้อมก่อนจะสื่อสารแบรนด์สินค้าออกไป เพราะ “ทัศนคติของเราเป็นเช่นไร แรนด์ของเราก็ปรากฏออกไปเป็นแบบนั้นโดยเฉพาะในยุคปัจจุบันที่ผู้ประกอบการสามารถสื่อสารแบบเรียลไทม์กับลูกค้าได้ผ่าน Live-commerce



ผศ.ดร.สามมิติ สุขบรรจง