

To increase Awareness On The Starwell Bali Fanpage

นางสาวสุภาภรณ์ ดู่หมื่นไวย

Miss Supapron Doomaunwai

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดุษฎี เทียมเทศ บุญมาสูงทรง

Asst.Prof. Dusdee T.Boonmasungsong

499 หมู่ 7 อิมวิเศษทาวเวอร์ จอหอ เมืองนครราชสีมา นครราชสีมา 30310

499 Moo 7, Aimwiset Tower, Joho Sub-district, Mueang district, Nakhon Ratchasima Province 30310

บทคัดย่อ: การเพิ่มการรับรู้บนเพจสตาร์เวลล์ บาห์ลี มีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มการรับรู้ เพิ่มจำนวนการกดถูกใจ การเข้าถึงและการมีส่วนร่วมกับโพสต์ และเพิ่มความหลากหลายของเนื้อหาบนเพจสตาร์เวลล์ บาห์ลี โดยมีการวิเคราะห์คู่แข่งชั้นในธุรกิจทั้งทางตรงและทางอ้อม วิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด และการวิเคราะห์การสื่อสารออนไลน์ เพื่อดำเนินการพัฒนาสื่อการตลาดลงบนแฟนเพจ การเพิ่มการรับรู้มี 5 รูปแบบ ได้แก่ ภาพถ่าย ภาพกราฟิก รูปภาพพร้อมเป็นอัลบั้ม กิจกรรมแจกของรางวัล และวิดีโอ เพื่อหาวิธีการสื่อสารการตลาดรูปแบบที่มีความแปลกใหม่ หลากหลาย การอัปเดตความเคลื่อนไหวบนแฟนเพจ เช่น การเข้าใช้บริการ, ภาพงานเลี้ยงสังสรรค์ และเน้นการให้ข้อมูลที่ครบถ้วนเกี่ยวกับสตาร์เวลล์ บาห์ลี สรุปผลในการปฏิบัติงานการเพิ่มการรับรู้บนเพจสตาร์เวลล์ บาห์ลี ภายในระยะเวลา 1 เดือน พบว่า มีผู้กดถูกใจ และผู้ติดตามเพิ่มขึ้น มีส่วนร่วมและการเข้าถึงเพจสตาร์เวลล์ บาห์ลีมากขึ้น

ABSTRACT: To increase awareness Starwell Bali Fanpage aims to increase awareness on the Starwell Bali page. Increase the number of likes. Access and participation with posts and increasing the variety of content on the Page. Starwell Bali has analyzed direct and indirect competitors in the business. Analyze the market situation and online communication analysis. In order to develop the marketing materials onto the fan page. There are 5 forms of defining plans: photos, graphics, images, and albums. Giveaway activities and videos by searching for various marketing communication methods. There are updates on the fan page such as accessing the services of customers, pictures of customers' parties. And focus on providing complete information about the business. Summarizing the results of operations to increase awareness on the Starwell Bali page within 1 month can make people like it. And more followers. Get more involved and access to the Starwell Bali Fanpage.

บทนำ

สตาร์เวลล์ บาห์ลี หนึ่งในธุรกิจเครือสตาร์เวลล์ ด้วยปรัชญาของผู้บริหาร ต้องการสร้างสถานที่พักผ่อน ใกล้เคียงธรรมชาติ ใกล้ตัวเมือง ปี 2551 เปิดให้บริการ ภายใต้สโลแกน “พักกาย พักใจ กลิ่นไอธรรมชาติ บรรยากาศ อาหาร รสดี เต็มที่กับความบันเทิง”

- บรรยากาศ : รายล้อมด้วยต้นไม้เขียวขจี สวนสวย สีสนสดใสตลอดปี เดินทอดกายบนสะพานไม้ และมาน้ำตก
- สัมผัสสายน้ำชุ่มฉ่ำ สดชื่นเย็นสบาย ให้ผู้มาเยือนรู้สึกเหมือนหลุดมาสู่อีกโลกหนึ่งได้ทันที
- ห้องพักหลากหลายสไตล์ ได้แก่ บ้านอิงสวน บ้านอิงธาร บ้านอิงนา และสวรรค์อิงดาว ซึ่งในปี 2551 สตาร์เวลล์ บาห์ลีจึงได้รับขนานนามจากผู้มาเยือน และเว็บไซต์ท่องเที่ยวว่า “พักเมืองไทย เหมือนได้ไปเมืองนอก”

ปี 2554 จากการตอบรับที่ดีจากลูกค้า สตาร์เวิลด์ บาห์ลี ได้ขยายห้องพัก 2 ชั้น “วังรจนา” ภายใต้แนวคิดผสมผสานวัฒนธรรมชาติและความหรูหรา หลอมรวมกับสถาปัตยกรรมไทยเข้าด้วยกัน บ้านทุกหลัง มีระเบียงสำหรับรับลมชมวิว หรือรับประทานอาหาร ในมือพิเศษได้

ปี 2559 เปิดบริการศูนย์ประชุมครบวงจร ขนาดใหญ่ มีความโดดเด่น หูหรราส่งงาม ผสมผสานสไตล์ Modern และ Luxury รับบริการจัดเลี้ยง งานประชุมสัมมนา งานแสดงสินค้า งานมงคลสมรส รองรับลูกค้าได้มากถึง 700 ท่าน

วัตถุประสงค์

1. การสร้างการรับรู้ ความเข้าใจและความสนใจเกี่ยวกับตราสินค้าของสตาร์เวิลด์ บาห์ลี
2. เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดใช้บริการสตาร์เวิลด์ บาห์ลี เพิ่มขึ้น
3. เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดทัศนคติ ความพึงพอใจ และภาพลักษณ์ที่ดีต่อสตาร์เวิลด์ บาห์ลี

ขอบเขตของงาน

ในการปฏิบัติสหกิจศึกษาครั้งนี้ได้รับมอบหมายงานในตำแหน่งเจ้าหน้าที่สื่อสารการตลาด โดยทำหน้าที่สร้างการรับรู้ ความเข้าใจให้กับผู้บริโภค หรือกลุ่มเป้าหมายตามที่คุณผลิตได้สื่อสารออกไปให้มากที่สุด การสื่อสารทางการตลาดสามารถทำได้ด้วย ภาพถ่าย ภาพกราฟฟิก รูปภาพรวมเป็นอัลบั้ม กิจกรรมแจกของรางวัล และวิดีโอ ในการสร้างการรับรู้ สร้างความพึงพอใจ กระตุ้นการขายให้เพิ่มมากขึ้น และสร้างความจงรักภักดีให้กับตราสินค้า ซึ่งถือว่ามีบทบาทสำคัญมากสำหรับการทำการตลาดสมัยใหม่ สรุปรายละเอียดงาน ได้ดังนี้

1. ออกแบบสื่อโฆษณาเครื่องครัวลงเพจสตาร์เวิลด์ จำกัด
2. ออกแบบสื่อโฆษณาลงเพจสตาร์เวิลด์ แอสเซท
3. จัดทำแผนการเพิ่มการรับรู้ บนเพจสตาร์เวิลด์ บาห์ลี
4. เรียนรู้งาน และการทำงานด้านเอกสารต่างๆ ภายในออฟฟิต

ขั้นตอนการดำเนินงาน

1. คิดคอนเทนต์ ภาพถ่าย ภาพกราฟฟิก รูปภาพรวมเป็นอัลบั้ม กิจกรรมแจกของรางวัล และวิดีโอ
2. จัดทำภาพกราฟฟิก
3. คิดแคปชั่นประกอบภาพ
4. จัดทำแผนโพสต์ประจำเดือน
5. เสนอแผนโพสต์ให้ที่ปรึกษาการตลาดตรวจ
6. ลงภาพหน้าเพจของ สตาร์เวิลด์ บาห์ลี

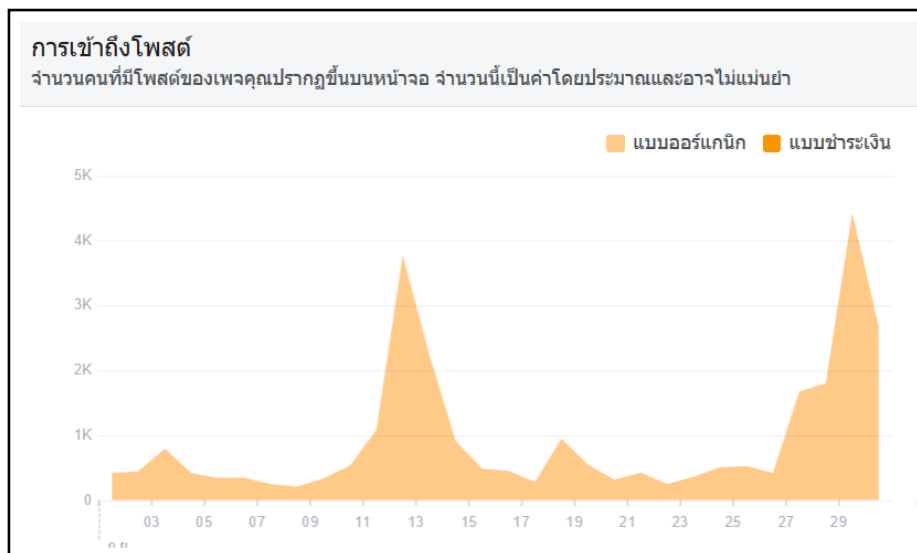
ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ช่วยให้ทราบถึงกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้
2. ช่วยให้เกิดประโยชน์แก่ธุรกิจบนเครือข่ายในเครือสตาร์เวิลด์ ในการค้นหาข้อมูล

3. เพื่อสร้างจุดแข็งด้านการตลาดให้กับธุรกิจบนเครือข่ายโซเชียล

ผลการปฏิบัติงาน

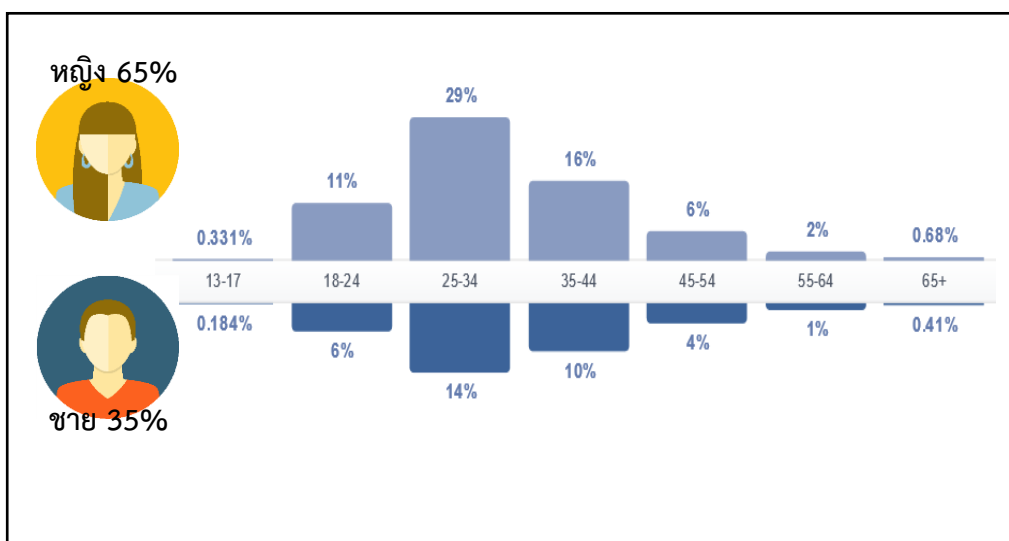
1. ผลการปฏิบัติงานการเพิ่มการรับรู้วัดผลจากการเข้าถึงโพสต์และการมีส่วนร่วมกับโพสต์



ภาพที่ 1 แสดงการเข้าถึงโพสต์

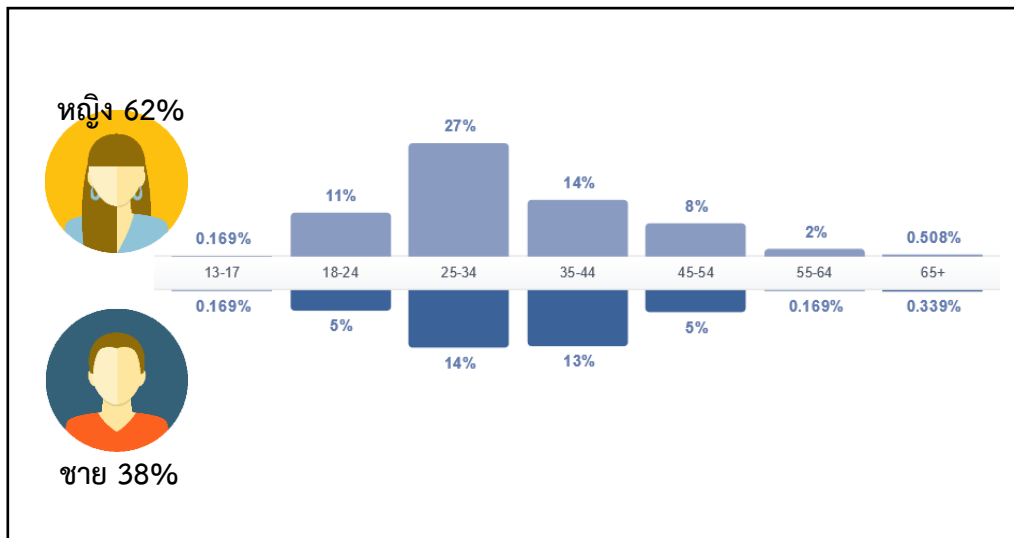
จากการที่ได้เริ่มแผนการเพิ่มการรับรู้บนเพจสตาร์เวลล์ บาห์ลี ระหว่างตั้งแต่วันที่ 1 กันยายน พ.ศ. 2562 - 5 ตุลาคม พ.ศ. 2562 สามารถวัดผลการรับรู้ การเข้าถึงโพสต์ของผู้ใช้งานเฟสบุ๊ค พบว่า จำนวนการเข้าถึงโพสต์เพิ่มรวมทั้งหมด 33,570 ครั้ง และวัดผลการรับรู้โดยใช้การมีส่วนร่วมของโพสต์ จำนวนการมีส่วนร่วมเพิ่มรวมทั้งหมด 5,204 ครั้ง

เปอร์เซ็นต์การเข้าถึงโพสต์ แบ่งตามเพศ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 65 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 35



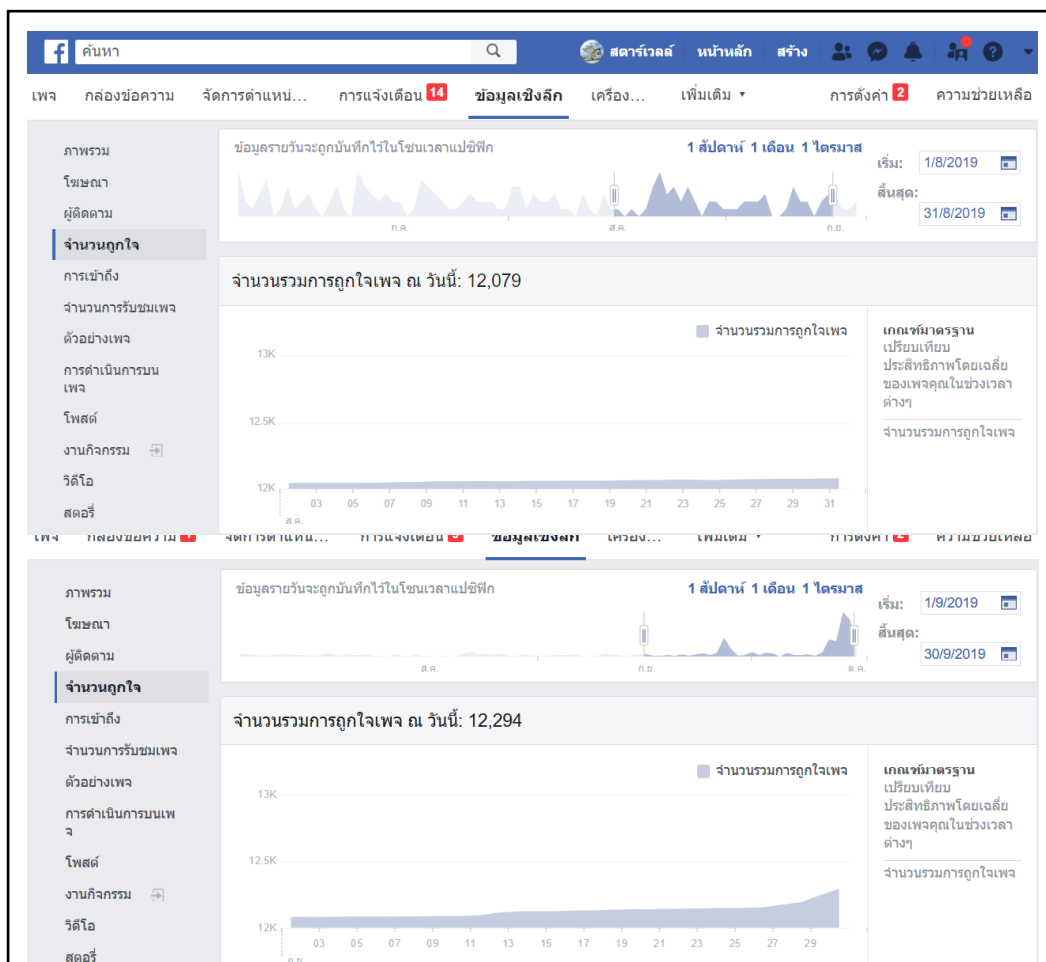
ภาพที่ 2 แสดงเปอร์เซ็นต์ของการเข้าถึงโพสต์ แบ่งตามเพศ

เปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วมของโพสต์ แบ่งตามเพศ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 62 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 38



ภาพที่ 3 แสดงเปอร์เซ็นต์ของเพศหญิงและเพศชายในการมีส่วนร่วมของโพสต์

2. ผลการปฏิบัติงานการเพิ่มการรับรู้วัดผลจากการกดถูกใจ



จากภาพที่ 4 พบว่า ข้อมูลเพจจากวันที่ 1 กันยายน - 5 ตุลาคม พ.ศ. 2562 จำนวนการกดถูกใจเพจใหม่เพิ่มขึ้นจาก 12,079 คน เป็น 12,294 คน เพิ่มขึ้น 215 คน คิดเป็นร้อยละ 1.78 เป็นไปในทิศทางบวก นอกเหนือจากจำนวนการดูเพจแล้วกราฟแสดงยอดขึ้นลงของการเข้าชมซึ่งมี การผันผวนไม่คงที่

3. ผลการปฏิบัติงานจากกิจกรรม พิมพ์คำว่า “สตาร์เวลล์ บาห์ลี” โดยห้ามมองแป้นพิมพ์

สตาร์เวลล์ บาห์ลี
 เผยแพร่โดย สตาร์เวลล์ นครราชสีมา [?] · 27 กันยายน เวลา 19:00 น. · 🌐

ขอท้า!! พิมพ์คำว่า สตาร์เวลล์ บาห์ลี โดยห้ามมองแป้นพิมพ์ แล้วมาลุ้นกันว่าใครจะแม่น ใครจะเบลอ

#สู้มแจก!! ห้องพักรวม 1,500 บาท จำนวน 2 รางวัล
 #กติกาก... ดูเพิ่มเติม

แจกที่พัก มูลค่ารวม 1,500 บาท ฟรี!! 2 รางวัล

เพียงแค่อัป! พิมพ์คำว่า สตาร์เวลล์ บาห์ลี โดยห้ามมองแป้นพิมพ์

ตั้งแต่วันที่ - 2 ต.ค 2562

บริการถูกใจ ความคิดเห็น และแชร์เพิ่มขึ้น
 โพสต์นี้กำลังทำงานได้ดีกว่าโพสต์อื่นๆ อีก 95% บนเพจของคุณ ไปรโมทโพสต์นี้เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ยอดเยี่ยมเพิ่มเติม

8,991 คนที่เข้ามาดู 1,489 จำนวนการมีส่วนร่วม ไปรโมทโพสต์

👍❤️👎 235 ความคิดเห็น 261 รายการ แชร์ 237 ครั้ง

ภาพที่ 5 ผลการปฏิบัติงานจากกิจกรรม

พิมพ์คำว่า “สตาร์เวลล์ บาห์ลี” โดยห้ามมองแป้นพิมพ์

จากภาพที่ 5 มีคนเข้ามาดูกิจกรรม 8,991 คน มีส่วนร่วม 1,489 คน กดถูกใจโพสต์ 235 คน แสดงความคิดเห็น 261 คอมเมนต์ ยอดแชร์ 237 ครั้ง

สรุปตามวัตถุประสงค์

1. เพิ่มการรับรู้ การเข้าถึงและการมีส่วนร่วมกับโพสต์ วัตถุประสงค์จากการเข้าถึงโพสต์เพิ่มขึ้น 33,570 ครั้ง และ วัตถุประสงค์จากการมีส่วนร่วมกับโพสต์เพิ่มขึ้น 5,204 ครั้ง จากการใช้แผนการเพิ่มการรับรู้ 5 รูปแบบ ได้แก่ ภาพถ่าย ภาพกราฟฟิก รูปภาพรวมเป็นอัลบั้ม กิจกรรมแจกของรางวัล และวิดีโอ รวมถึงใช้การโปรโมทผ่านเพจและกลุ่มท่องเที่ยว
2. เพื่อเพิ่มจำนวนการกดถูกใจ วัตถุประสงค์จากระยะเวลา 1 เดือน 5 วัน ตั้งแต่วันที่ 1 กันยายน - 5 ตุลาคม พ.ศ. 2562 มีจำนวนการกดถูกใจเพจใหม่เพิ่มขึ้นจาก 12,079 คน เป็น 12,294 คน เพิ่มขึ้น 215 คน คิดเป็นร้อยละ 1.78
3. เพื่อเพิ่มความหลากหลายของเนื้อหาบนเพจสตาร์เวลล์ บาห์ลี วัตถุประสงค์จากเนื้อหาที่โพสต์ลงบนเพจสตาร์เวลล์ บาห์ลี มี 5 รูปแบบ ได้แก่ ภาพถ่าย ภาพกราฟฟิก รูปภาพรวมเป็นอัลบั้ม กิจกรรมแจกของรางวัล และวิดีโอ

ข้อเสนอแนะ

1. ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ฝึกปฏิบัติงานสหกิจได้ติดตาม และสังเกตการสื่อสารการตลาดออนไลน์ ได้เห็นว่าการปรับกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดควรมีการปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์การตลาดในปัจจุบันจะได้ผลดีที่สุด
2. ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ปฏิบัติงานได้เพียงศึกษาพัฒนาการสื่อสารการตลาดออนไลน์จากจำนวนยอดผู้เข้าถึงทางออนไลน์เท่านั้น ควรศึกษาและสำรวจเพิ่มเติม โดยการทำแบบสอบถามถึงผู้บริโภคโดยตรง เพื่อจะได้เปิดโอกาสในทางธุรกิจและเป็นพัฒนาการสื่อสารการตลาดออนไลน์ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- ณัฐา ฉางชูโต. (2553). ปัจจัยการสื่อสารการตลาดในธุรกิจออนไลน์. วารสารนักบริหาร, 31(3), 39- 42.
- จิตติม จารุวรรณ. (2553). พฤติกรรมและปัจจัยสำคัญจากการสื่อสารการตลาดที่มีต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคจากการสื่อสารการตลาดในรูปแบบสื่อสังคมออนไลน์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์.
- จิราภรณ์ศรีนาค. (2556). การวิเคราะห์ประเภท รูปแบบ เนื้อหา และการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ดารา ทีปะปาล และธนวัฒน์ ทีปะปาล. (2557). การสื่อสารการตลาด. กรุงเทพฯ: อมรการพิมพ์.
- ศรัญญา รัตนจงกล. (2554). กลยุทธ์การสื่อสารด้านการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social media) ของธุรกิจอาคารชุดกรณีศึกษา บริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน) และ บริษัท เอเชียน พร็อพเพอร์ตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กิตติกรรมประกาศ

การที่ข้าพเจ้าได้มาปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ณ สถานประกอบการ บริษัท สตาร์เวลล์ จำกัด ตั้งแต่ 24 มิถุนายน - 11 ตุลาคม พ.ศ. 2562 ส่งผลให้ข้าพเจ้าได้รับความรู้และประสบการณ์ที่มีคุณค่ามากมาย สำหรับรายงานสหกิจศึกษานี้สำเร็จลงได้ด้วยดีจากความร่วมมือและการสนับสนุนหลายฝ่ายดังนี้

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดุขฎิ เทียมเทศ บุญมาสูงทรง (อาจารย์นิเทศ)
2. ดร.บุญมา อิมวิเศษ (ประธานกรรมการบริษัท สตาร์เวิลด์)
3. กัลยารัตน์ พรหมรักษา (ที่ปรึกษาทางการตลาด)
4. สุรกาญญา ศิลา (ผู้นิเทศงาน/หัวหน้างานในสถานประกอบการ)

นอกจากนี้ยังมีบุคคลท่านอื่น ๆ ที่ไม่ได้กล่าว ณ ที่นี้ ซึ่งท่านเหล่านั้นได้กรุณาให้คำแนะนำในการจัดทำรายงานฉบับนี้ จึงขอขอบพระคุณทุกท่านตามที่ได้กล่าวถึงข้างต้น จึงขอขอบคุณทุกท่านที่ได้มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูล คำแนะนำ และวิธีของการปฏิบัติงาน รวมถึงเป็นที่ปรึกษาในการจัดทำรายงานฉบับนี้จนเสร็จสมบูรณ์