

ภาคผนวก ค

สัมภาษณ์ผู้บริหารทรมิวสิค

สัมภาษณ์คุณอาจกิจ สุนทรวัฒน์

ทรมิวสิคแบ่งออกเป็นยังไงบ้างคะ

ทรมิวสิคเป็นคอนเวอร์เจนซ์ของคอนเทนต์เพลง กับนิวมีเดีย ซึ่งประกอบไปด้วย อินเทอร์เน็ต เคเบิลทีวี แล้วก็เรดิโอ ซึ่งถามว่ามีมากกว่านี้ได้มั้ย ก็มีได้ ซึ่งจริง ๆ ทรมิวสิคเปรียบเสมือนคนทำหน้าที่ รวมคอนเทนต์จากทุก ๆ ค่าเพลง มาอยู่ในคอนเวอนเจ้นท์มีเดีย ซึ่งเป็นบทบาทของทรมิวสิค

นโยบาย เป็นอย่างไร

นโยบาย จะเป็นการคิดภาพใหญ่ภาพรวม ลักษณะของสื่อจะมีลักษณะของตัวเองซึ่งแตกต่างกันบ้าง แต่เราก็จะทำคอนเทนต์ที่สามารถใช้ได้ในทุกสื่อ อย่างตอนนี้ก็จะมีรายการคอนเวอร์เจนซ์ สามสื่อรายการที่ออกกันพร้อม ๆ กันสามสื่อ บ่งชี้ที่เราอาจจะเรียกทรมิวสิคว่าเป็นรูปแบบการรวมสื่อนิวมีเดีย คอนเทนต์มีเดีย ซึ่งอาจจะรวมมือถือไปด้วย แต่มันก็มีความแตกต่างซึ่งทุกอย่างถ้ารวมกันได้ ซึ่งถ้าเราจะพูดถึง ทีวีวิทยุ อินเทอร์เน็ตทุกอย่างก็เป็นเรื่องเดียวกัน แต่ว่าตอนนี้แม้ว่าคุย ดูทีวี มือถือ อินเทอร์เน็ต วิทยุ มันก็รู้สึกว่าจะเกิดขึ้นพร้อมกัน

ในส่วนของเทคโนโลยีมีส่วนในการทำงาน หรือการผลิตตลอดจนนโยบายอย่างไรคะ

เทคโนโลยีนี้เป็นส่วนสำคัญนะ เพราะเรามีพร้อมหมดทุกอย่าง หรือที่เรียกว่าคอนเวอร์เจนซ์แพลตฟอร์ม ทรมิวสิคเลยทำหน้าที่เป็นคอนเวอร์เจนซ์แพลตฟอร์มที่เป็นรูปธรรมที่สุด เห็นชัดที่สุด คือ ไม่ว่าจะช่องทางไหน ก็ติดตามทรมิวสิคได้ โดยที่ไม่รู้สึกแตกต่าง ทั้งทางโทรทัศน์ วิทยุ หรืออินเทอร์เน็ต คือ ตามได้ตลอด ที่สำคัญ เราจะเห็นถึงความแตกต่างนี้อย่างชัดเจนเลย เพราะไม่มีใครทำได้ครบเหมือนเรา มันก็เลยเป็นที่มาที่นโยบายที่เราปรับ กับบทบาทของเรา เทคโนโลยีนี้ถือเป็นตัวผลักดันเลยก็ว่าได้ และเราก็มีครบที่สุด

หน่วยงาน

ทรมิวสิคในแง่การบริหารงาน คนดูแลแพลตฟอร์ม ก็จะเป็นทีมคอนเวอร์เจนซ์ แต่ผู้ผลิตคอนเทนต์ คือ ทรมิวสิค ซึ่งอยู่ภายใต้บริษัทซีเน็ค ซึ่งทางเราจะผลิตคอนเทนต์ แล้วก็แบ่งฝ่าย

การตลาด ฝ่ายขาย เนี่ยจะรวมกัน แต่ว่า ถ้าในส่วนที่วีวิทยุ อินเทอร์เน็ต ก็จะมีการแบ่งทีมคอนเท้นท์นะ

ลักษณะการสั่งงาน

เป็นแมทริกซ์ เพราะคอนเท้นท์อยู่กับทางทฤษฎีคิด แต่ละยูนิต มันก็จะแยก ๆ กันมีเหมือนกัน การสั่งการ ก็จะดู แล้วก็คุยกันเกือบทุกอาทิตย์ ทางเซล กับเอเดเวอก็ต่อทอกันอยู่ จริง ๆ ก็ต้องใช้เวลานะในการที่จะรวมกันแต่ละสื่อ มันต้องมีการคุยกันบ่อยขึ้น เราก็คุยกับแต่ละส่วนบ่อย ๆ ต้องใช้เวลาหนึ่ง แล้วก็ให้เค้าไปสั่งงานลงไปในแผนกเค้าต่อกันไป

รายได้รวมกันหมด

รายได้รวมกันหมดทุกสื่อ อันนี้เป็นเรื่องดีเทล มันจะมีหลายอัน แต่จริง ๆ ผลรวมของรายได้ก็จะรวมกันหมด แต่เราไม่สามารถขายสปอตโฆษณาปกติเหมือนฟรีทีวีได้ เราก็จะมีวิธีทางอื่น แล้วก็ดูจากที่อื่น เช่น เอไอเอ็ม อาร์เอส ที่เค้ามีการทำคอนเวิร์ตเยอะ ปีนี้เราก็ทำเหมือนกัน ก็เยอะอยู่ซักห้าหกคอนเสิร์ต แต่ผลรายได้ก็รวมกันนะ รวมกันหมด ไข่มุขเดียวที่มีอยู่

นโยบายทฤษฎีคิด

ทฤษฎีคิด เป็นคนรวบรวมคอนเท้นท์ทั้งหมดจากทุกค่ายเพลงมานำเสนอ ผ่านสื่อต่าง ๆ ทั้งทีวี วิทยุ อินเทอร์เน็ต รวมทั้งมือถือด้วย

โดยเราจะเน้นกลุ่มวัยรุ่น แล้วก็เน้นเพลงไทย ถ้าเน้นฟังเพลงอื่นก็ช่องอื่น ถ้าเพลงไทยเอเชียก็ต้องช่องนี้ ประกอบกับเป็นช่องที่แฟน ๆ เอเอฟตามดู เราก็มีการเปิดของเอเอฟด้วย เราก็มีการสร้างคอนเท้นท์พิเศษสำหรับคนกลุ่มสมานี้ แต่ไม่ใช้การยึดเยียดเอเอฟให้แน่ะ แค่สนองความต้องการของล้าม และจัดเซกเมนต์ให้ถูกต้อง

ในอนาคต

เป็นคอนเวอร์เจนท์แพลตฟอร์ม แล้วก็เป็นที่เกิดศิลปินใหม่

วิธีการดูแลทีมงาน

ก็จะใกล้ชิดมีอะไรก็จะวิ่งเข้าหาตลอด แบ่งทีม รวม policy ที่เดียวกัน ช่วยเคาะ ก็แชร์ข้อมูลกันตลอด ส่วนใหญ่ตอนนี้ก็เอาทีวีเป็นหลัก แล้วเว็บก็ตาม วิทยุก็ตาม แต่ไม่ได้เหมือนกันหมดนะ เพราะแต่ละสื่อก็จะแตกต่างกันไป

ปัญหา อุปสรรคในการทำงาน

จริง ๆ ต้องใช้เวลา ในการรวมสื่อกัน แต่ที่จะปรับเปลี่ยนคือ เปลี่ยนชื่อรายการเป็นภาษาไทย เพราะคนมักจะถามว่าชื่อรายการคืออะไร แปลว่าอะไร เพราะเดิมเค้าจะเซทกันแบบเอ็มทีวี แต่ตอนนี้เราเปลี่ยนแบบ เป็นกว้างมากขึ้น เพราะงานแดงที่เรามี ทูไลฟ์ฟรีวิว เลยต้องเปลี่ยน

คนที่เข้ามาทำงานต้องคัดเลือกอย่างไร

ต้องอยู่ที่ว่าทำงานส่วนไหน แยกกันไปเลย ที่วีก็ทีวี ให้เอ็กเปิดด้านนี้ ๆ ไปเลยดีกว่า เลือกคนที่เก่งเฉพาะทางมาดีกว่า แล้วก็ค่อยมารวมกัน ซึ่งจะทำใ้เราได้ คนที่ทำงานด้านนั้น ๆ ที่เป็นลักษณะสเปเชียลลิสต์ไปเลย ถ้ารับแบบทำได้หมด มันก็จะไม่ได้อะไร เราต้องดูอีกที

ส่วนฝ่ายขายได้รับนโยบายและมีการจัดการอย่างไร

หลักคือโปรแกรม ซึ่งแบ่งเป็น สามแคทหลัก ๆ ซึ่งก็คือ โปรแกรมที่เป็นคอนเวอร์เจนท์หลัก ๆ ก็จะมีทีวีช่องยี่สิบเก้าทฤษฎีมิวสิคเรดิโอ ในที่นี้ทีวีไฟว์ และเว็บไซต์ www.truemusic.com นี้คือ แพ็คคอนเวอร์เจนท์ กับรายการที่เป็นเพลย์ลิสต์ ก็คือ เปิดเอ็มวี แลกรีวิวรายการที่เป็นวาไรตี้ ลักษณะที่เปิดสั้น ๆ ต้นช่วงโมง สามแคทนี้ ก็คือต้องพยายามแมนูเเจอร์ในเรื่องการได้รียอดขายให้มากที่สุด ให้มันเบรคคิเว้นท์ ให้มันโคเวอร์คอส โปรดัคชั่นคอสรวมไปถึงโชว์บิท ที่ทางทฤษฎีมิวสิคจะมีกับทางมะจ้ง จะมีอีกส่วนที่เป็นส่วนสำคัญ คือลักษณะ เทเลอร์เมดจากทางลูกค้า ไม่ว่าจะเปิดตัวโปรแกรมหรือแอดคิสิตี้ คือรับตามสั่ง ยกตัวอย่างเช่น มีลูกค้า...อยากทำคอนเสิร์ตนี้ ทางทฤษฎีมิวสิค จะทำให้ได้มัย

เวลา ขาย นโยบายที่มา จะเป็นยังไง

จริง ๆ ในส่วนขายจะเป็น อย่างที่ทฤษฎีมิวสิคทีวี ก็จะมีทีม เรดิโอก็จะมีทีมในส่วนของคอนเวอร์เจนท์จะเป็นพาร์ทหนึ่ง สัดส่วนจะเป็นพาร์ทหนึ่งของแต่ละคน อย่างทีวีจะมีสามสลดคือ เซาเย็น ดิก นอกนั้นก็คือต่างคนต่างขายของตัวเอง อย่างตัวที่กำหนดว่าเป็นคอนเวอร์เจนท์เนี่ย มันก็แบ่งสัดส่วนอัตราตามรายรับรายจ่ายรายได้คอสค่าผลิต คือจริง ๆ ก็แบ่งเป็นตามสื่อ แต่ก็มีแบ่งเป็นคอนเวอร์เจนท์ด้วย ส่วนงบประมาณยอดการวัดผล แยกกันวัด kpi ก็ต่างคนต่างยูนิตยูนิต เรดิโอ ทีวี อินเทอร์เน็ต แล้วก็มีบันเดิลแพ็ค คือสามารถชินเนอयीได้หมด มีแบบเราสามารถครอสไปทีมะจ้ง ไปที่เอเอฟ คือ พีโอทีอีเอ็มใหญ่ ที่เป็นอัมเบลล่าหนึ่ง ในนั้น แล้วพีก็อาจจะหีบขาเอเอฟมาเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ เพราะยังงี้ก็เป็นบ้านใหญ่เดียวกัน ลิ้งค์ก็มาแบ่งว่าของใครก็บาทๆ แล้วก็ถือแพ็คใหญ่ ๆ ไปขายลูกค้า

ลักษณะการรีพอร์ท

มันเป็นเหมือนเวิร์คโฟลว์ ที่แต่ละคนขึ้นอยู่กับใคร แล้วก็รีพอร์ทคนนั้น และสูงสุดก็คือพีโอ ตัวออชาร์ท ไม่ได้ใหญ่มาก ตัวทฤษฎีมิวสิคกับเอเอฟ จะมีคนน้อยมาก ขั้นตอนการทำงาน โดยปกติ ก็ วางแผนงาน หรืออย่างว่า จะมีกิจกรรม ดีเจวีเจเชิร์ท เพราะฉะนั้นลูกค้าหรือโปรดัคส์ ก็จะเป็นลูกค้าที่มีกลุ่มเป้าหมายนักเรียนนักศึกษา หรือกลุ่มมะจ้ง ที่เป็นเรโทร ก็จะเป็นผู้ใหญ่นึง โดยส่วนใหญ่ภาพรวมก็จะเป็นวัยรุ่นอยู่แล้ว แล้วแต่ว่าจะเป็นวัยรุ่นที่เจาะเซกเม้นท์ลงไปหรือไม่ เราก็จะวิ่งไปหาลูกค้าที่มีกลุ่มเป้าหมายเหล่านี้เพื่อจะทำยอดขายให้ได้

การวางผังรายการ

บางทีดูจากไลฟ์สไตล์การดูเอ็มวี ฟังเพลง ดูทีวี อย่างช่องเรามันระบุอายุได้อยู่แล้ว อย่างพีทีวีคนดูได้ทุกเพศวัย อย่างเราก็ระบุ วัยที่นั้งตั้งแต่ 15-35 ปีและโดมิเนตไปทางวัยรุ่น เวลาวางผังไหนคือ เราจะวางช่วงที่วัยรุ่นมีโอกาสกลับมาดูได้มากที่สุด ไพรม์ของวัยรุ่นก็หลังเลิกเรียน อย่างรายการเอ็กคิวทีวเอนตี้ก็ช่วง ห้าโมงถึงทุ่มนึง มีวิถีแบบเทลิก็ไต์หมด สามทุ่มก็เอ็กเป็คกว่าทุกคนอยู่ที่บ้านหมด ช่วงหกโมงเช้าก็ก่อนออกไปโรงเรียน ถ้าฟังไม่จบก็ฟังต่อบนรถ เป็นคอนเวอร์เจนท์

รายการอินเทอร์เอกทิฟ

คือเป็นรายการที่ให้คนดูมีส่วนร่วมอย่างเช่นส่งเอสเอ็มเอส คุย โหวต แชนทคือการแสดงความคิดเห็น รักใครเกลียดใครชอบใคร หรือแชทในประเด็นต่าง ๆ ส่วนช่วงการโหวตเนี่ย ถ้าแบ่งเป็นรายการคือ คอนเวอร์เจนท์สามรายการ ตอนดูรายการท้อปทิด คอนเสิร์ตมันก็คือ เป็นรายการที่คุณสามารถมาอัปเดตเรื่องราวข่าวสารทางดนตรีได้ ในขณะที่เดียวกันเราก็จะมีท้อปทิดให้คุณแสดงความคิดเห็นว่าคุณรู้สึกอย่างไรกับประเด็นนั้น คนฟังคนดูก็สามารถอินเทอร์เอกทิฟได้ โดยส่งข้อความมาแสดงความคิดเห็นว่าคิดอย่างไร ผลโหวตได้เรื่องของประเด็น เช่นคุณคิดว่าหมอกฤษ์ฟ้องกลับคนนี้ นักร้องคนนี้เล็กกับคนนี้ คุณคิดว่าใครผิด มันจะเป็นแบบ ใช่ไม่ใช่ ชอบไม่ชอบ เชื่อไม่เชื่อ แล้วก็สรุปมาเป็นความคิดเห็นต่าง ๆ คนที่รู้ก็จะส่งความคิดเห็นมา แบบ รักชอบ

วิธีการคอนเวอร์เจนท์มีอะไรบ้าง

คือ อินเทอร์เนตเป็นการรวม feed คือได้ภาพจากทีวีเป็นหลัก เหมือนการดูทีวีบนอินเทอร์เนตหรือฟังวิทยุบนอินเทอร์เนต ล้วน ๆ เลย ๆ ก็ได้

แบบนี้เรียกว่าเมนหลักคือทีวีหรือเปล่าคะ

อืม แต่ละสื่อก็จะมีความสำคัญแตกต่างกันไป เพียงแต่ว่ามันจะมีบางช่วงที่เป็นคอนเวอร์เจนท์ ที่ทำให้คนที่ติดตามเราสามสื่อ สามารถรู้ว่า เรามีสามสื่อนะ เช่นคุณไม่ได้เล่นเน็ต คุณฟังรายการสดในเน็ตไม่ได้ คนขับรถอยู่ก็ฟังวิทยุได้นะ หรืออยากเห็นภาพก็ดูทีวี แต่ละสื่อก็ทำหน้าที่ของมันไป แต่ช่วงที่เป็นรายการคอนเวอร์เจนท์ ก็จะเห็นว่า เรามีการเชื่อมต่อกันสามสื่อมาเชื่อม ถ้าพูดถึงโคเวเวอร์เรจ คือทั่วโลก เอาสามอันมาเชื่อมกันตให้คนติดตามได้ทุกสื่อ

ส่วนที่แตกต่าง

ช่องอื่นไม่มีแบบนี้ ที่แตกต่างจากรายการเพลงอื่น เราคิดจาก ดูว่า ทาเกตใคร อายุเท่าไร ทำเพื่อใคร ส่วนใหญ่คนที่ดูรายการ คือวัยรุ่น วัยรุ่นไทยชอบแบบไหน แน่นนอนคือเพลงไทย คำก็อยากดู เพลงไทย ศิลปินไทย ตอนนี่ก็แบบ เพลงไทย เอเชียน ดั้งนั้นสัดส่วนก็ค่อนข้างชัดเจน

และแน่นอนคือ แฟนเพลงของเอเอฟ ถ้าสังเกตคือ จะมีเพลงไทยเป็นหลัก แล้วก็มีเอเชียน รวมถึงมีเพลงร้อง ๆ เอเอฟด้วย

ช่วงการแบ่งฝั่ง ที่ช่วงแบ่งตามไลฟ์สไตล์

จริง ๆ เราก็ไม่ได้แบ่งเป็นฝั่งช่วง ส่วนใหญ่เราทำเพื่อเซฟ ทาเกต วิทยุรุ่น เช่น เข้า เย็น รายการเราก็จะแนะนำศิลปินให้คนรู้จักมากขึ้น จาก คุณ คนดู และเค้าก็จะตอบคุณ ยังไม่พอ คุณคิดว่า คุณพอใจคำตอบเค้ามั๊ย ถ้าพอใจพิมพืหนึ่ง ไม่พอใจ วิสอง ส่งเข้ามา สุดท้ายก็ดูว่าเค้าพอใจคำตอบรีเปล่า ถ้าไม่พอใจ ก็ศิลปินจะโดนแก้ง รายการคอนเวอร์เจ้นท์สามรายการก็จะแตกต่างกัน อย่างตอนเช้าอัปเดตข่าวไวหวตประเด็น ตอนเย็น คุณสามารถถามคำถามศิลปิน แค่งเอสเอ็มเอสมา มิวสิคแบทเทิล คราวนี้เราให้คุณโหวตเพลงที่คุณชอบ วิเจ นำเสนอหนึ่งเพลง ดีเจหนึ่งเพลงให้คนฟัง คนดู โหวต ว่าใครจะชนะ ในขณะเดียวกัน ก็สามารถเซทกันหน้าจอได้ด้วย เช่น มีแบบ วันนี้เรียนมาไม่สนุกเลย หรือ แบบคิดถึงพี่ตี้จัง

การคิดรายการ มีการรับนโยบายมาอย่างไร

เราต้องมองหลายส่วน ส่วนแรกคือ จุดเด่นของช่องคืออินเทอร์แอกทีฟ เราก็ต้องมองคนที่ฟัง ดูรายการเราด้วย รวมถึงไต่เรดชั่น ผมว่า เราดูหลายส่วนและเอามาประกอบกันในที่สุด ให้ออกมาได้ดีที่สุด

ในส่วนของการบริหารส่วนอื่น

ถ้าเป็นทุกรายการเราจะมีโปรดิวเซอร์ดูแล โดยจะมีบริษัทเราเอง รวมทั้งมี เอ๊าท์ซอสด้วย ส่วนรายการที่เป็นแฟลกชิพโปรแกรมก็จะใช้โปรดิวเซอร์ของเรา แล้วก็มีจ้างเอ๊าท์ซอสบ้าง

วิธีการวัดความนิยม

ทงุมิวสิคก็มีการวัดเหมือนกับฟรีทีวี คือ ใช้เอซีเนลสัน เหมือนกัน เป็นวิธีธรรมดาใช้จานตั้ง เซททอปบ็อก

การวางแผนรายการ

เราจะแบ่งฝั่งรายการตามความนิยมของวิทยุรุ่น เพราะช่องรายการเราจะมีกลุ่มคนดูคือวิทยุรุ่น เพราะฉะนั้นเวลาการวางแผนรายการก็จะแบ่งแบบ วันธรรมดากับวันเสาร์อาทิตย์ แล้วก็เลือกรายการต่าง ๆ มาลงตามเวลาตามลักษณะนิสัยการดูมากกว่า เช่น ตอนเย็นที่วิทยุรุ่นกลับบ้านก็จะมีรายการที่เรียกว่ารายการคอนเวอร์เจ้นท์ มาให้วิทยุรุ่นได้มารู้จักศิลปินต่าง ๆ แล้วก็อินเทอร์แอกทีฟ ที่ให้เค้าได้มีส่วนร่วมในรายการด้วย ส่งเอสเอ็มเอสมา

รายการอินเทอร์เน็ตเอกทึฟคือ

ต้องบอกว่า อินเทอร์เน็ตที่เฟื่องจะแบ่งออกเป็น คือ หนึ่ง คนดูสามารถอินเทอร์เน็ตเอกทึฟ โดยส่งเอสเอ็มเอสมาแชทได้ หรือสองมีการโหวตเรื่องของประเด็น หรือมีการพูดคุยกันผ่านหน้าจอได้

แนวคิดนโยบายที่ได้รับมาเพื่อผลิตรายการ

คือแรกเริ่มต้องบอกว่า คือ การคอนเวอร์จันท์ นั่นคือ การคิดรายการเรามาก่อนว่าเราจะทำอย่างไร ซึ่งเป็นเรื่องง่ายสำหรับเราอยู่แล้ว เพราะว่าเรามีสื่ออยู่ในมืออยู่แล้ว สามสื่อ ทั้งอินเทอร์เน็ต วิทยุ ทีวี เพียงแค่นำมาเชื่อมต่อกัน แล้วก็หาวิธีการที่จำทำให้คนที่ดูเราทราบว่ามีสามสื่อ คุณสามารถดูเราได้สามสื่อเลยนะ ทั้งวิทยุ ทีวี อินเทอร์เน็ต

กลยุทธ์ในการวางผังรายการ

ต้องบอกว่า เราวางตามความชอบของวัยรุ่น ความนิยมในกระแสนั้น ๆ เช่นตอนนี้เอเชียนมาแรง เราก็จะหารายการคิดรายการที่จุดตอบสนองของความชอบของวัยรุ่นไทย และที่สำคัญคือ เพลงไทย สัดส่วนที่เราจะวางในรายการก็จะชัดเจนที่จะตอบสนองเด็กวัยรุ่น ส่วนช่วงเวลาก็นำรายการตามนิสัยการฟังเพลงเค้า เช่นตอนดึก ๆ เราก็จะมีเพลงอย่างเดียว เพราะกลางคืน คนก็สามารถเปิดฟังดูเอ็มวีได้เรื่อย ๆ ไม่มีวีเจ เค้าก็จะดูเพลิน ๆ ก่อนนอน ตอนเช้า ตื่นเข้ามาก็ได้ อัปเดตเพลง ข่าวสารวงการเพลง ก่อนออกจากบ้าน ถ้ายังไม่จบ ก็ฟังต่อบนรถได้อีก ตอนเย็นกลับมาจะมีรายการให้เค้ารู้จักศิลปินใหม่ ๆ มากขึ้น แล้วก็มีการเล่นกันคุยกันผ่อนคลายกับเอ็กคิวทเวนต์ รายการพวกนี้ จะเรียกว่ารายการคอนเวอร์จันท์ ซึ่งก็จะมีคอนเซ็ปรายการแตกต่างกันไป

สิ่งที่แตกต่างจากรายการอื่น

จุดแข็งคือ ทรูมิวสิคมีเทคโนโลยีที่พร้อม จึงสามารถทำรายการที่เป็นอินเทอร์เน็ตเอกทึฟได้ที่ไม่ได้ใครทำได้แน่นอน มีการส่งข้อความ หรือพูดคุย ซึ่งตอนนี้ไม่มีแน่ ๆ เหมือนกับการเป็นการสร้างคอมมูนิตี เพลงให้กับกลุ่มวัยรุ่นไม่แบ่งค่าย และให้คนดู คนฟัง สามารถกำหนดได้เองด้วย

1. การบริหารจัดการทางการตลาดว่าเป็นอย่างไร แบ่งส่วนย่อยในแผนกอย่างไร

ในส่วนของการตลาดทรูมิวสิค ถึงแม้ว่าจะแบ่งออกเป็น ทรูมิวสิคเรดิโอ ทรูมิวสิคเทเลวิชั่นส์ หรือบนออนไลน์ แต่การตลาดก็จะแบบ ทำหมด โดยในแผนกตอนนี้กำลังมีการปรับเปลี่ยนก็จะเหลือ พี่คนเดียว ที่ต้องดูหมด ทุกส่วน ทั้งการวางแผนการตลาด คิด แล้วก็ประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ อย่างการตลาดที่นี่ ก็จะดูเรื่องการตลาดล้วน ๆ แต่ถ้าเป็นส่วนของการสื่อสารการตลาด ก็จะมีแผนกของการสื่อสารการตลาดกลางของทรูฯ แม้ ที่จะเป็นคนช่วยดูแลให้แล้วก็จะมีการคุยกันแล้วก็ประสานงาน แล้วค่อยให้ทางผู้ใหญ่ ทางผู้บริหารเคาะอีกที

2. การแบ่งบุคลากรในหน้าที่ต่าง ๆ อย่างไร มีการเลือกอย่างไร

อย่างที่บอกว่า เหลือแค่คนเดียว ซึ่งแต่ก่อนก็มีสองคน ในส่วนของการตลาดก็คือช่วยกันดู เพราะมันแยกย่อยออกเป็นหลายสื่อ แต่ถ้าพูดถึงการคิดแผน หรืออื่น ๆ มันก็ต้องไปด้วยกันทุกส่วน ถ้าทีวีไป วิทยุก็ต้องตาม อินเทอร์เน็ตก็ต้องตามมาอีก เหมือนทำเป็นแพ็ค

3. วิธีการตลาดที่ใช้กลยุทธ์ทางการตลาดที่ใช้เป็นอย่างไร

จริง ๆ ก็เริ่มตั้งแต่กลุ่มเป้าหมาย ที่กลุ่มเป้าหมายของทิวมิวสิค จะเน้นกลุ่มวัยรุ่น อยู่แล้ว ทั้งสามสื่อ จะมีวิทยุที่จะมีผู้ใหญ่หรือ first jobber เข้ามาด้วย เพราะเด็กวัยรุ่นเดี๋ยวนี้ไม่ค่อยฟังวิทยุกัน จะเน้นทีวี กับอินเทอร์เน็ตมากกว่า เหมือนแบบเค้าจะทำหลาย ๆ อย่าง แต่ไอ้หลาย ๆ อย่างเนี่ยก็รวมอยู่บนอินเทอร์เน็ตหมดแล้ว แผน หรือกลยุทธ์ที่ใช้ก็ จริง ๆ ได้รับนโยบายมา ซึ่งก็คือ คอนเวอร์เจนซ์แพลตฟอร์ม แล้วเราก็มารับ ให้เข้ากับกลุ่มเป้าหมายของเรา

4. การจัดสรรงบประมาณเป็นไปโดยวิธีใด

เรื่องของงบประมาณนั้นก็ เป็น by project อย่างที่บอก จริง ๆ แล้วเราคือ คอนเวอร์เจนซ์แพลตฟอร์ม ที่ต้องไปเป็นแพ็ค แล้วแต่ว่า อันไหน lead เท่านั้นแต่งบประมาณก็มาเป็นก้อนเดียว

5. มีการวัดผลการประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ได้อย่างไร

ผลสำเร็จในส่วนของตลาดก็คงวัดเหมือนปกติ ที่มีการตั้งค่า KPI เอาไว้ แล้วก็ดูว่าเราทำได้ตามเป้าหรือไม่ แผนที่เราใช้มันทำให้ถึงยอดมั้ย แต่ก็ต้องประกอบกับส่วนอื่น ๆ เช่นกัน ทั้งผ่านเซลล์ด้วย แล้วก็การสื่อสารด้วย คือต้องมองภาพรวมทั้งหมด แล้วก็แยกย่อยออกมาเป็นสื่อต่าง ๆ ดูว่า ตัวนี้มันถึงรีเปลา หรือว่าเป็นเพราะอะไร แล้วก็นำมาคุยกัน มารับ แล้วก็คุยกับทางผู้ใหญ่อีกครั้งหนึ่ง

6. ปัญหาและอุปสรรคในการทำงาน

ก็ปัญหาหลักคือ เหลือคนเดียวที่ต้องทำทุกอย่าง รวมทุกสื่อ แต่จริง ๆ มันก็ต้องใช้เวลา แล้วก็ต้องคุยกับส่วนอื่น ๆ ให้มากขึ้น มีการประชุมกันบ่อยขึ้น จะได้ทำงานง่ายขึ้น ค่อย ๆ ปรับ

เข้ามาทำดีได้อย่างไร

ตอนเซทแรก คือให้ส่งเดโมมาตามปกติ พอหลังจากผ่านรอบแรกแล้วเค้าก็จะเรียกเข้ามาทำเดโมใหม่ คือมาทำเครื่องมือกลางที่ทุกคนจะได้เพื่อให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน จากนั้นก็เข้าสัมภาษณ์กับพีวีเนตเรย คือ สัมภาษณ์แล้วก็ประกาศผลเลย

จัดมาตั้งแต่เมื่อไร

สองปีกว่า ตัวแต่หนึ่งมีนา ห้าศูนย์

มีอะไรที่เฉพาะสำหรับทรมิวสิค

พอพูดถึงทรมิวสิค แน่นนอนว่าคือ คอนเวอร์เจ้นท์ การนำเสนอความเป็นคอนเวอร์เจ้นท์ จะมากและชัดเจนยิ่งขึ้นคือ ฟังดูโหดตโหด แซท คือมันเป็นสังคม คอมมิวนิตี้ที่กว้างขึ้น ไม่ว่าจะคุณอยู่ในไหนก็ตามคุณสามารถฟังเราได้ ชมเราได้ ทั้งหมดทุกทาง คือ เวลาคุณอยู่บ้าน คุณก็ดูทาง ทิวทัศน์ หรือคุณอยู่บนรถคุณสามารถฟังเรได้จากวิทยุ หรือ จะฟังวิทยุก็ได้ในหมวดของช่องฟังเพลง หรือ คุณอยู่ต่างประเทศคุณก็สามารถติดตามเราได้จาก www.truemusic.com แล้วมันก็จะมีการในสามช่วงเวลาที่เคื่จะคอนเวอร์เจ้นท์ทั้งสาม คือทีวีวิทยุ เว็บไซต์ คือตัวเราก็ต้องคอนเวอร์เจ้นท์ด้วย

ทั้งทีวีและวิทยุแตกต่างกันหรือเปล่า

คาแรกเตอร์ไม่ต่างคะ แต่คนดูจะรู้สึกต่างกันตามสื่ออยู่แล้วคะ

การทำงาน

วิธีการทำงานของที่นี่จะอยู่กับแบบครอบครัวคือมีอะไรเราแชร์กัน แต่บางครั้งความเป็นครอบครัวก็จะดูยืดหยุ่นไป คือ อยากเลือกที่จะอยู่ที่นี่มากกว่า ทุกคืนแสบปี ถ้าจะให้ให้น้ำอุ่นเลือกอยู่ ที่ไหน น้ำอุ่นก็จะเลือกอยู่ที่นี่ เพราะการบริหารงานแบบครอบครัวมันให้ลัษิต แล้วก็คุยกันรู้เรื่องมากกว่า

วิธีการทำงาน

ที่นี่ค่อนข้างเปิดโอกาสให้เราได้คิดได้นำเสนอเนื้อหา ก็มีพีเอ็มเนเจอร์สแตชั่นที่คอยดูแลเราอีกที มิวสิคไคเรคเตอร์ดูว่าเนื้อหาโอเคมั๊ย เนื้อหาอยู่ในกลุ่มรีเปล่าเกี่ยวกับเรื่องดนตรีมั๊ย แล้วก็อีกอย่างคือข้อมูลในเองดนตรีเป็นพื้นฐานที่ดีเจอวิเจจะต้องมี คือ ข้อมูลแค่นำปกซีดีคนฟังก็รู้ คือ เราต้องเจาะข้อมูลเอง อย่างบางที ความหมายเพลงนี้ หรือ คือ เราต้องรู้ให้มากกว่าคนฟัง

มีความต่างอย่างไรอีก

เพลงที่เปิดของเราคือ จะเน้นไปทาง ไทยสากลที่ติดตลาด แล้วก็เอเชียน ซึ่งอยู่ในสเปเชียลไทม์ แล้วก็ช่วงทอล์ค ซึ่งถือเป็นจุดเด่นที่ทรมิวสิคมีคาแรกเตอร์ การจัดรายการที่ค่อนข้างจะแตกต่าง คือ หลาย ๆ คลื่น เค้าจะมีแบบวัยรุ่นน้า เมาส์อย่างเดียว แต่ทรมิวสิคก็จะแตกต่างมีหลากหลาย

เจริญ แสงจุ

ทำดีเจมานานมากประมาณเกือบสิบปี วิเจ ถ้าเต็มตัวก็ประมาณสองปี ตั้งแต่เริ่มมี
ทรมิวสิค

วิธีการเข้ามา

เหมือนกับคนอื่น ๆ คือ ผ่านการส่งเดโม สัมภาษณ์ คุยกันก่อนว่าสามารถทำงานเป็น
ทีมได้รึเปล่า ไม่ใช่ว่าคุณเป็นดีเจชื่อดัง แต่ไม่สามารถมาทำงานร่วมกับพี่ ๆ น้อง ๆ ในเครือทรมิวสิค
เพราะที่นี่ทำงานเป็นทีม ครอบครั

Theme รายการทั้งหมด

ที่นี่ให้เราเป็นตัวเอง เราไม่ต้องเก่งเหมือนใคร ให้เป็นตัวเองแต่อยู่ในขอบเขตที่เป็น
แบบอย่างให้กับน้อง ๆ รุ่นใหม่ที่ดีเจที่ดีต้องเป็นแบบนี้ไม่เกิดขอบเขต สังคมไม่ยอมรับ ต้อง
ยอมรับว่าทรมิวสิคคือสื่อใหญ่ที่คลุมทั่วประเทศ ถ้าเกิดใครทำเกินขอบเขตก็จะมีโอเค

จัดรายการคอนเวอร์เจนซ์ที่มีความแตกต่างกันระหว่าง ดีเจ วิเจที่นี้อย่างไร

ด้วยความที่พี่เป็นดีเจก่อน ก็พูดกับตัวเองมานานมาก พอมาเป็นวิเจเลยง่าย เรื่อง
บทสคริปรายการเราจะเป็นคนทำเอง รายการที่เป็นคอนเวอร์เจนซ์ เราที่พี่ทำคือ XQ20 ที่ให้โหวต
คือ คนดูโหวตมาแก๊งศิลปิน เช่น พี่ไญ่ อาร์มแชร์มาเต้นฮิปฮอป ช่วงนี้ก็จะให้คนดูมีส่วนร่วมกับ
เรา ก็ไม่ค่อยต่าง

ในส่วนรายการมิวสิคแบทเทิลเนี่ยที่ดีเจ วิเจ คุยกันเนี่ย ทำงานไม่ต่างกันเลย แค่เรา
ได้ยินเสียงดีเจ แล้วดีเจก็ได้ยินเสียงเรา เหมือนกัน ส่วนสคริปก็ไม่มีอะไร เหมือนกับเราคุยกับ
อีกคนหนึ่งแค่นั้นเอง แล้วคนรับชมก็ รับชมรับฟังได้หมดทุกช่องทางเหมือนกัน ทั้งทีวีวิทยุ
อินเทอร์เน็ต สคริปทีใหม่ ๆ จะมีบ้างที่เป็นแพทเทิร์นให้ดูว่า ช่วงนี้จะโยนไปให้ดีเจนะ อะไรแบบนี้
แต่หลัง ๆ ไม่มีแล้ว คือมาถึงก็บอกมาบอกกันว่า วันนี้จะเอาอะไร แล้วเราก็คุยไป ส่วนบางครั้งที่ดี
เจจะมีเบรค ยังไม่เข้าช่วง เราก็คุยของเราไปจะมีคนบอก ส่งสัญญาณมา