

การใช้การตลาดเชิงเนื้อหาเพื่อสร้างการรับรู้ตราสินค้าผ่านเฟสบุ๊กแฟนเพจ: กรณีศึกษา บีวันเซล

BUILDING BRAND AWARENESS THROUGH CONTENT MARKETING ON A FACEBOOK FAN PAGE: A CASE STUDY BE1SALE

พิสิษฐ์ เมธาธรรม 5636636 EGIT/M

วท.ม. (การจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ)

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : สุภาภรณ์ เกียรติสิน, Ph.D., ทวีศักดิ์ สมานชื่น, Ph.D.,

บทคัดย่อ

สารนิพนธ์ฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทราบประเภทและรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาการตลาดในการสร้างการรับรู้ตราสินค้าที่פקและการท่องเที่ยวผ่านเฟสบุ๊กแฟนเพจ เพิ่มโอกาสในการผลักดันตราสินค้าของผู้ประกอบการใหม่เข้าสู่ตลาดที่มีการแข่งขันกันสูง โดยงานวิจัยนี้ใช้เนื้อหาที่ให้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับที่พักและสถานที่ท่องเที่ยวในการสร้างทัศนคติความน่าเชื่อถือและภาพลักษณ์ที่ดี ผ่านรูปแบบการนำเสนอที่หลากหลาย โดยแยกเป็น 4 รูปแบบ ใช้ภาพประกอบกับลิงค์ของสถานที่ท่องเที่ยว, ใช้ภาพประกอบกับข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว, ใช้ภาพตัดปะพร้อมข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว และใช้ภาพหลายภาพประกอบกับข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว ประชาสัมพันธ์ถึงกลุ่มประชากรผู้ชื่นชอบแฟนเพจที่พักและการท่องเที่ยวใหม่แห่งหนึ่ง จำนวน 14,757 คน ซึ่งจะวัดผลการตอบรับด้วยสัดส่วนของผู้ชื่นชอบเนื้อหา (%LIKE) ทั้งนี้เนื้อหาของสถานที่เดียวกันจะถูกประชาสัมพันธ์ด้วยรูปแบบที่ต่างกันในวันถัดไป เพื่อหลีกเลี่ยงความไม่หลากหลายของเนื้อหา โดยข้อมูลของแต่ละสัปดาห์จะถูกรวบรวมและสรุปผลในวันอาทิตย์ ทั้งนี้ผลวิจัยพบว่า การนำเสนอเนื้อหาข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ด้วยภาพตัดปะประกอบกับข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวนั้นได้รับผลตอบรับดีมากที่สุด ซึ่งหากผู้ประกอบการที่พักและการท่องเที่ยวรายใหม่ใช้รูปแบบการนำเสนอข้างต้นเป็นแนวทางจะสามารถสร้างการรับรู้ตราสินค้าในตลาดได้ดียิ่งขึ้น