

มหัศจรรย์...สื่อกลางแจ้ง

สื่อที่ใช้ในการสื่อสารถึงผู้บริโภคในปัจจุบันมีมากมายหลากหลาย อยู่ที่ว่านักการตลาดท่านใดเลือกใช้ เราเห็นสื่ออยู่ทุกวิหูกวัน ไม่ว่าจะเป็นสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร โรงภาพยนตร์ สื่อกลางแจ้ง และอื่นๆ อีกมากมาย

สื่อที่นิยมใช้กันและเชื่อว่าน่าจะได้ผลดีที่สุดเพราะครอบคลุมพื้นที่ได้กว้างที่สุด ก็คือสื่อโทรทัศน์ เรียกว่าได้ทั้งภาพและเสียงพร้อมๆ กัน รองลงมาคือสื่อหนังสือพิมพ์ และสื่อสนับสนุนที่ดี ก็เป็นสื่อ นิตยสาร สื่อวิทยุ สื่อโรงภาพยนตร์ และสื่อกลางแจ้ง เวลาบริษัทโฆษณามานำเสนอแผนงานโฆษณาที่บริษัทที่ไร สามารถหลับตาเดาได้ว่า อันดับ 1-3 ของสื่อที่นำเสนอนั้นหนีไม่พ้น สื่อโทรทัศน์ สื่อหนังสือพิมพ์ และสื่อวิทยุ ทำไม่ถึงเป็นอย่างนั้นก็ไมรู้ ทายที่ไรเป็นถูกทุกที... ชื่อสลากกินแบ่งรัฐบาลไม่เห็นถูกอย่างไ้มังเลย

สื่อที่ทุกคนให้ความสำคัญน้อย หรือคิดใช้เป็นสื่อรองเสมอๆ ก็คือ สื่อกลางแจ้ง แท้ มันน่าน้อยใจแทนจริงๆ แต่ถ้าศึกษาดีๆ มันมีอะไรซ่อนอยู่และเป็นที่น่าสนใจอยู่ไม่เบาทีเดียวถ้ารู้จักวิธีใช้

สื่อกลางแจ้งในที่นี้ ไม่ใช่หมายความแค่เพียงป้ายโฆษณา หรือ Billboard ที่เห็นตั้งเด่นอยู่บริเวณสี่แยกไฟเขียวไฟแดง สี่แยกที่มีรถวิ่งผ่านไปมามากมาย หรือบริเวณทางด่วน เท่านั้น ยังหมายถึงป้ายไฟหน้าบ้าน ป้ายบริเวณป้ายรถประจำทาง ป้ายบนสถานีรถไฟ และป้ายโฆษณาที่อยู่ตามตรอกตามซอย และเสาไฟฟ้า ซึ่งมีขนาดเล็กใหญ่แล้วแต่พื้นที่ จะอำนวยความสะดวกได้ และบางจุดติดตั้งยากที่วิ่งผ่านไปจริงๆ ไม่สามารถเห็นรายละเอียดได้

โดยเฉพาะช่วงที่มีการเลือกตั้ง ตุลาคมไปหมดจนไม่สามารถจดจำเบอร์ได้ จำได้แต่เพียงว่าพรรคไหนลงสมัครบ้าง ส่วนเบอร์ที่จะเลือกเอาไปคู่อันนี้เลือกตั้งและช่วงเลือกตั้งนี้จะสร้างความตึกคักแก่ชาวบ้านในละแวกนั้นเป็นอย่างมาก เพราะทุกคนจะดีใจมาก ที่บ้านของเขาจะมีกำแพงใหม่ หลังคาที่สวยจะได้เบสิี่ยนใหม่สักที หรือบางบ้านจะมีกันสาดบังแดดสีสนสดใสใหม่ขึ้นแทนที่

หลังจากการเลือกตั้งได้สิ้นสุดลง กลยุทธ์นี้ยังคงสามารถสร้าง Brand Awareness ของพรรคการเมืองได้อย่างต่อเนื่อง ยอดจริงๆ...นี่แหละที่ไทยเรา การใช้ป้ายโฆษณากลางแจ้งมาเป็นกลยุทธ์ทางโฆษณานั้น เหมาะกับการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายในชุมชนหรือใน catchment area มากที่สุด เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายเหล่านั้นอาศัยหรือทำงานอยู่บริเวณนั้น ย่อมที่จะต้องเดินทางไปมาและสามารถเห็นป้ายโฆษณาของเราได้ง่ายและบ่อย ก็จะทำให้เขาจดจำ และถือเป็นการตอกย้ำแบรนด์ได้ดี ถ้าข้อความโฆษณาสามารถสะดุดตาและจำได้ง่าย ห้างสรรพสินค้าเป็นหนึ่งในธุรกิจที่นิยมใช้สื่อกลางแจ้งทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด โดยห้างถือว่ามีพื้นที่สำหรับติดป้ายโฆษณาอยู่บริเวณหน้าห้างอยู่แล้ว ไม่ต้องเสียค่าเช่า จึงมักใช้สื่อนี้ในการแจ้งข่าวสารต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นงานกิจกรรมหรือ Promotion ต่างๆ ให้คนที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียงได้รับทราบและกระตุ้นให้เกิดความสนใจและอยากมาเดินที่ห้างมากยิ่งขึ้น

นอกจากนั้นในบริเวณทางด่วน และถนนสายหลักของเมืองก็จะได้รับการจับจองและเช่าเป็นรายปี เพื่อใช้เป็นสื่อในการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายผู้ใช้รถใช้ถนนธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ถือเป็นธุรกิจที่ต้องอาศัยสื่อป้ายโฆษณาเป็นอย่างมาก ตั้งแต่ติดตั้งป้ายขนาดใหญ่หน้าโครงการ และป้ายบอกทางไปโครงการตลอดแนวถนนในรัศมี 5 กม. ก่อนถึงโครงการ เราจะเห็นป้ายติดตั้งเต็มไปตลอดทางทีเดียว สังเกตง่ายๆ ถ้าท่านเดินทางผ่านถนนรังสิต-นครนายก มีป้ายโฆษณาของโครงการหมู่บ้านเป็นสิบๆ โครงการให้ได้ชมตลอดทาง จนบางครั้งจะเห็นป้ายมากกว่าต้นไม้ที่ริมรั้ว

อย่างสินค้า Consumer Product บางตัวก็อาศัยสื่อกลางแจ้งในการเจาะตลาดเฉพาะกลุ่ม เช่น วันก่อนได้ขับรถผ่านซอยอุดมสุข สุขุมวิท 103 หวังมถนนมีป้าย Billboard ใหญ่ขึ้นโฆษณามีข้อความว่า "อุดมสุข...ทุกครั้งที่ดื่ม มาสเตอร์เบส" เป็นการโฆษณาระดับท้องถิ่น หรือชุมชน โดยนำเอาชื่อสถานที่มาสอดคล้องกับการโฆษณา

พออ่านแล้วรู้สึกแปลกและน่าสนใจ ดูสะดุดตาทีเดียว และเมื่อขับรถผ่านไปแถวพญา ก็จะมีป้ายโฆษณาของมาสเตอร์เบสอีกป้าย มีข้อความว่า "ดีดลม...เมื่อดื่มมาสเตอร์เบส" กำลังขับรถไปกินลมก็เลยต้องแวะไปหาซื้อมาสเตอร์เบสอีกขวดติดตัวไปด้วย แหม...ยอดจริงๆ

สินค้าประเภทที่ไม่สามารถเขียนโฆษณาอะไรได้มากมาย และอยู่ภายใต้การควบคุมของ อย. อย่างเครื่องดื่มชูกำลัง ก็ต้องมีเทคนิคที่แยบยล หรือใช้ก๊อบบีที่ช่วยส่งเสริมสังคมเข้ามาช่วย ก็จะทำให้มีภาพพจน์ดีด้วย และขายสินค้าได้ด้วย เหมือนกับเครื่องดื่มกระหิงแดง มีป้ายโฆษณาตั้งอยู่ในพื้นที่ต่างๆ ที่เป็นชุมชน และถนนสายหลักในต่างจังหวัด ข้อความโฆษณาเขียนไว้ว่า "เพื่อน้องนัก ก็หยุดพัก.....ด้วยความปรารถนาดีจากเครื่องดื่มกระหิงแดง" นี่แหละเขาเรียกว่านักการตลาดจริงๆ ทำอย่างไรก็หาวิธีโฆษณาได้ และแยบยลด้วย

การที่จะเลือกใช้สื่อโฆษณากลางแจ้งนั้นอยู่ที่ทำเลเป็นหลัก การลงทุนก็ไม่เบา ค่าเช่าบางป้ายในทำเลแจ้งๆ อาจสูงถึงเดือนละห้าแสนบาทก็มี และก็มีป้ายเดียวเท่านั้น ใครดีใครได้ ใครเงินถึงก็จ่ายต่อการจับจอง จอที่ก็ สามเดือน หกเดือน หรือหนึ่งปี แล้วแต่สะดวก

การใช้ป้ายโฆษณากลางแจ้งเป็นสื่อ นั้นสามารถใช้เป็นสื่อหลักก็ได้ อย่างห้างที่เปิดสาขาใหม่ก็ต้องประกาศให้ชาวโลกเลขวานนั้นว่าอีกไม่นานท่านต้องมาขอปึงที่เรานะจะบอกให้ หรือจะใช้เป็นสื่อสนับสนุนก็ดี เพียงแต่ถ้าก๊อบบีที่ใช้อย่างไ้หนักกับเหตุผลที่เกี่ยวข้องอ่าน หรือขับผ่านไปแล้วอ่านได้แค่บรรทัดเดียว โดยปกติเขียนข้อความให้อ่านจบภายใน 10-15 วินาที ขอรอด ที่วิ่งผ่านเป็นดีที่สุด และถ้าเป็นก๊อบบีที่โดนใจละก็รับรองเป็นได้ผล