

บทที่ 2

การนำเสนอแผนสื่อโฆษณา

ความหมายและความสำคัญของการนำเสนอ

การนำเสนอ (PRESENTATION) คือ การนำเอาแผนงานโฆษณาที่ร่วมกันวางโดยฝ่ายบริหารงานลูกค้า ฝ่ายสร้างสรรค์งานโฆษณา ฝ่ายวางแผนสื่อโฆษณา ในบริษัทตัวแทนโฆษณาจนเป็นที่พอใจและได้รับการอนุมัติจากฝ่ายบริหารแล้วนำมาเสนอให้ลูกค้าได้รับทราบ เพื่อเปิดโอกาสให้ลูกค้าได้ซักถามหาความกระจ่างหรือแก้ไขสิ่งที่ยังไม่น่าพอใจ เสนอแนะข้อคิดเห็นต่าง ๆ ให้นำไปประกอบการดำเนินงานต่อไป

การเสนองานของบริษัทโฆษณา เป็นหน้าที่อย่างหนึ่งของบริษัทจะต้องกระทำให้ลูกค้าได้ทราบถึงแผนงานรณรงค์โฆษณา (ADVERTISING CAMPAIGN) การปฏิบัติจะต้องมีการศึกษาข้อมูลต่าง ๆ การเตรียมงาน วิธีการนำเสนองานโฆษณา

การนำเสนองานนั้นจะดำเนินไปตามขั้นตอนที่ประกอบไปด้วย แผนงาน 3 ประเภท เพื่อประกอบกันเข้าเป็นแผนการรณรงค์โฆษณา คือ

1. การวิเคราะห์ตลาดของสินค้า

การนำเสนอแผนงานส่วนนี้จะกระทำโดยฝ่ายบริหารงานลูกค้า (A.E.) ข้อมูลที่ฝ่ายบริหารงานลูกค้าจะต้องเสนอให้แก่ลูกค้าได้แก่

สถานการณ์ทางการตลาดของสินค้า คือ ความเป็นมาของสินค้านี้กล่าวว่าเริ่มจำหน่ายในท้องตลาดเมื่อไหร่ ใครเป็นผู้ผลิตรายแรก ส่วนแบ่งทางการตลาด ผู้นำในตลาดสินค้านี้กล่าวว่า

วิเคราะห์ตัวสินค้า คือ ลักษณะเด่นของสินค้าที่กำลังวางแผนให้ว่า มีคุณสมบัติทางกายภาพอย่างไร ประโยชน์หลักของตัวสินค้า (KEY BENEFIT) คู่แข่งทางตรงและทางอ้อม

ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายและพฤติกรรม การซื้อและบริโภคสินค้า วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของตัวสินค้า (SWOT ANALYSIS) ภาพพจน์ของสินค้า

เสนอจุดขายที่แตกต่าง (USP: UNIQUE SELLING POINT) ต้องย้ำให้ชัดเจนว่า จุดเด่นที่สินค้ามีอยู่หรือที่เราจะสร้างขึ้นให้สินค้าคืออะไร จะต้องระบุเหตุผลว่าทำไมจึงมั่นใจในจุดขายนี้ และสามารถแย่งตลาดจากคู่แข่งได้อย่างไร

2. การเสนอแนวความคิดสร้างสรรค์

การนำเสนอในงานในส่วนนี้มีความสำคัญมาก ถือได้ว่าเป็นส่วนที่ได้รับความสนใจมากที่สุด¹ เพราะหากแผนการตลาดเยี่ยม แผนสื่อโฆษณายอด แต่แผนการสร้างสรรค์ไม่ดี ก็จะทำให้ลูกค้าไม่สนใจแผนงานของบริษัทก็ได้ เพราะฉะนั้น ผู้นำเสนอจะต้องมีความคล่องแคล่วในการนำเสนอ สามารถถ่ายทอดอารมณ์ของงานได้ และการนำเสนอจะต้องใช้สไลด์ทัศนูปกรณ์อื่นประกอบในการนำเสนอด้วย เช่น สไลด์ (SLIDE) เครื่องฉายภาพข้ามศีรษะ (OVERHEAD) เครื่องเล่นเทป (VIDEO) เพื่อให้การนำเสนอที่น่าสนใจยิ่งขึ้น

การนำเสนอแนวความคิดสร้างสรรค์ คือ การนำแนวความคิดมาสร้างเป็นเรื่องโฆษณา (EXECUTION) ซึ่งอาจจะมีหลายเรื่องแต่จะยึดแนวความคิด (CONCEPT) เดียวกัน ส่วนใหญ่งานโฆษณานั้นจะออกมาหลาย ๆ สื่อ ทั้งสื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ หรือสื่อพิเศษอื่น ๆ แต่งานโฆษณานั้นจะต้องยึดแนวความคิดเดียวกันด้วย ฝ่ายสร้างสรรค์จะร่างแผนงานและต้นฉบับของงานต่าง ๆ มาเสนอลูกค้า ได้แก่ เครื่องหมายและชื่อสินค้า (LOGO) บรรจุภัณฑ์ (PACKAGE) ภาพร่างงานพิมพ์ของงานโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์ บทวิทยุพร้อมตัวอย่างสเปคโฆษณา ที่จัดทำขึ้นเหมือนจริงที่สุด บทภาพยนตร์พร้อมภาพแสดงเรื่องที่จะผลิตเป็นภาพยนตร์โฆษณา (STORY BOARD)

¹ สัมภาษณ์ คุณปรารถนา จิตต์โสภา, MEDIA PLANNER บริษัท เคนท์ส(ประเทศไทย) จำกัด, 12 กุมภาพันธ์ 2534.

3. การนำเสนอแผนสื่อโฆษณา

การนำเสนอในงานในส่วนนี้จะนำเสนอในส่วนของการวางแผนสื่อไม่ว่าจะเป็นสื่อโทรทัศน์ วิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อพิเศษอื่น ๆ การนำเสนอที่นำเสนอจะต้องหาเหตุผลมายืนยันการใช้สื่อซึ่งในกานำเสนอแผนสื่อที่นำเสนอจะกล่าวอย่างละเอียดต่อไป

การนำเสนอที่มีความสำคัญมาก และหากการนำเสนอล้มเหลวก็จะมีผลทำให้ลูกค้าหมดความเชื่อถือทำให้ทางบริษัทตัวแทนโฆษณาจะต้องสูญเสียลูกค้าไป ในทางกลับกันหากลูกค้ายอมรับในแผนงานโฆษณาที่ได้นำเสนอไป ก็หมายถึงความสำเร็จของบริษัทตัวแทนโฆษณา นั่นเป็นสิ่งยืนยันถึงความสำคัญของการนำเสนอ

ประเภทของการนำเสนอแผนสื่อโฆษณา

การนำเสนอที่นำเสนอโดยปกติทั่วไปนั้นจะประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

1. การนำเสนอแผนสื่อด้วยข้อเขียน (WRITTEN PRESENTATION)
2. การนำเสนอแผนสื่อด้วยวาจา (ORAL PRESENTATION)

1. การนำเสนอแผนสื่อด้วยข้อเขียน (WRITTEN PRESENTATION) หมายถึงการนำเสนอแผนสื่อโฆษณาออกมาในลักษณะของสมุดนำเสนอ (PRESENTATION BOOK) เพื่อมอบให้ลูกค้านำไปพิจารณาต่อไป

2. การนำเสนอแผนสื่อด้วยวาจา (ORAL PRESENTATION) หมายถึงการรวบรวมประเด็นที่สำคัญในแผนสื่อโฆษณาแล้วถ่ายทอดให้ลูกค้าได้รับทราบโดยใช้การพูดเป็นหลัก ซึ่งการนำเสนอประเภทนี้ ผู้นำเสนอมีความสำคัญเป็นอย่างมากผู้นำเสนอจะต้องมีเทคนิคในการนำเสนอเพื่อจูงใจให้ลูกค้าเชื่อถือ

ในการการนำเสนอโดยทั่วไปจะใช้วิธีการนำเสนอทั้ง 2 ประเภทประกอบกันเพื่อความเข้าใจที่ตรงกันระหว่างลูกค้าและบริษัทตัวแทนโฆษณา ในแผนงานโฆษณาที่จัดทำขึ้น เนื่องจากการนำเสนอทั้ง 2 ประเภทนั้นมีจุดเด่นที่ต่างกัน (ซึ่งรายละเอียดของการนำเสนอทั้ง 2 ประเภท จะกล่าวถึงในหัวข้อต่อไป) กล่าวคือ การนำเสนอด้วยการเขียนนั้นลูกค้าสามารถนำมา

ใช้ในการประกอบการพิจารณาในภายหลังได้ แต่การอ่านจากสมุดนำเสนอเพียงอย่างเดียวอาจทำให้ลูกค้าไม่เข้าใจหรือเข้าใจผิดจากวัตถุประสงค์ของแผนงานได้ เพราะฉะนั้นการนำเสนอด้วยวาจาจึงเปรียบเหมือนการตอบคำถามในส่วนที่ลูกค้าไม่เข้าใจ และยังทำให้ลูกค้าสามารถเห็นภาพของแผนงาน ได้ชัดเจนขึ้น



ชำนาญกหอสมุด