

บทที่ 9

การนำเสนอแผนสื่อโฆษณาด้วยข้อเขียน

1. การนำเสนอแผนสื่อด้วยข้อเขียน (WRITTEN PRESENTATION)

แผนสื่อโฆษณานั้นจัดเป็นส่วนหนึ่งของแผนรณรงค์โฆษณา ซึ่งจัดทำขึ้นในรูปแบบของสมุดนำเสนอ ประกอบด้วยส่วนสำคัญ 3 ส่วน คือ

1. บทนำเกี่ยวกับแผนงานและบริษัทลูกค้า (INTRODUCTION)
2. วิเคราะห์สภาพการตลาด (MARKET SITUATION) จุดขายของสินค้าคู่แข่งและของบริษัท
3. แผนงานในการใช้สื่อ (MEDIA RECOMMENDATION) กลยุทธ์ด้านสื่อโฆษณา การเลือกสื่อ การซื้อสื่อ

แผนงานในด้านสื่อที่จัดทำขึ้นในสมุดนำเสนอ นั้น เป็นในลักษณะของคำแนะนำให้กับลูกค้า¹ (MEDIA RECOMMENDATION) เกี่ยวกับการเลือกใช้สื่อโฆษณาที่เหมาะสมกับสินค้าและกลุ่มเป้าหมายของสินค้า แผนงานด้านสื่อ นั้น ทางแผนกสื่อโฆษณาจะเป็นผู้จัดทำขึ้นแล้วนำไปมอบให้กับฝ่ายบริหารงานลูกค้า (A.E.) ที่รับผิดชอบสินค้าตัวนั้น เพื่อนำไปจัดทำเป็นสมุดนำเสนอต่อไป

รายละเอียดที่บรรจุในสมุดแผนงานสื่อโฆษณา

แผนสื่อโฆษณาที่บรรจุในสมุดนำเสนอ นั้น จะมีรายละเอียดเกี่ยวกับรายละเอียดการเลือกใช้สื่อ เช่น เหตุผลการเลือกใช้นิตยสาร ใช้นิตยสารอะไร ก็ฉบับ ความถี่ที่จะลงโฆษณา

¹ เพิ่งอ้าง .

เป็นต้น ซึ่งการนำเสนอด้วยวาจาอาจจะไม่สามารถกล่าวถึงรายละเอียดในส่วนนี้ได้หมด ดังนั้นเพื่อความเข้าใจและเป็นการทำให้แผนสื่อนี้มีความน่าเชื่อถือ รายละเอียดในส่วนนี้จึงต้องมีการกล่าวถึงอย่างละเอียดในสมุคนำเสนอ แต่รายละเอียดที่บรรจุไว้ในสมุคนำเสนอจะกล่าวถึงแต่เฉพาะข้อมูลที่สำคัญและเป็นสิ่งที่ลูกค้าควรจะทราบเท่านั้น โดยทั่วไปแล้ว รายละเอียดของแผนสื่อโฆษณาที่บรรจุไว้ในสมุคนำเสนอเพื่อนำเสนอต่อลูกค้านั้นจะประกอบไปด้วยส่วนสำคัญ 7 ส่วน คือ

1. **วิเคราะห์งานโฆษณา (COMPETITIVE ANALYSIS)** พฤติกรรมการใช้สื่อ ตลอดจนการใช้งานงบประมาณของบริษัทเปรียบเทียบกับของคู่แข่ง
2. **วัตถุประสงค์ในการวางแผนสื่อ (MEDIA OBJECTIVE)** เป็นการกำหนดเป้าหมายในการวางแผนสื่อ เช่น ระดับการเข้าถึง และระดับความถี่ในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเป็นจำนวนเท่าใด ภายในขอบเขตแค่ไหน ทั่วประเทศหรือเฉพาะบางเขต
3. **การกำหนดกลุ่มรับสารเป้าหมาย (TARGET AUDIENCE)** กำหนดกลุ่มผู้รับสารเป้าหมายว่าเป็นกลุ่มใด แบ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักและรอง บอกเหตุผลในการเลือก กลุ่มเป้าหมายในการรับสาร
4. **กลยุทธ์การใช้สื่อโฆษณา (MEDIA STRATEGY)** คือ การเลือกสื่อที่จะใช้ รวมทั้งรายละเอียดของสื่อที่เลือกด้วย
5. **ยุทธวิธีการใช้สื่อโฆษณา (MEDIA TACTICS)** รายละเอียดที่จะนำไปใช้ในการจัดซื้อสื่อโฆษณา
6. **การแจกแจงตารางการใช้สื่อแต่ละสื่อ (MEDIA SCHEDULES)** เป็นเหมือนปฏิทินการจัดซื้อสื่อโฆษณา จะมีรายละเอียด ดังนี้ สื่อที่ใช้ จำนวนสปอต ราคาของสื่อแต่ละสื่อ ซึ่งมีทั้งราคาโดยเฉลี่ย และราคาเฉพาะสื่อ งบรวมแต่ละเดือน และช่วงไตรมาส การใช้น้ำหนักการใช้สื่อโฆษณา ระบุค่าระดับการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย (REACH) ความถี่ในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย (FREQUENCY) เป็นต้น

7. **การสรุปงบประมาณ (BUDGET SUMMARY)** เป็นการสรุปงบประมาณ ผู้วางแผนสื่อต้องแสดงให้เห็นว่าแผนงานสื่อโฆษณาของเรา มีการกระจายการใช้งบประมาณอย่างไร เพื่อบรรลุเป้าหมายของแผนสื่อโฆษณาและมีความเหมาะสมสอดคล้องกับแผนงานอย่างไร

รายละเอียดที่บรรจุในแผนสื่อโฆษณาดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้น เป็นไปในลักษณะของแผนสื่อในระยะยาว (MEDIA MASTER PLAN) โดยจะมีรายละเอียดครบทุกหัวข้อในการนำเสนอ ซึ่งหลังจากแผนระยะยาวได้รับการยอมรับจากลูกค้าแล้ว ในแต่ละเดือนก็จะมีการจัดทำเป็นลักษณะ แผนสื่อประจำเดือน (MEDIA MONTHLY PLAN) นำเสนอเฉพาะตารางสื่อโฆษณา (MEDIA SCHEDULES) เพื่อให้ลูกค้าอนุมัติเป็นรายเดือนอีกครั้ง

เทคนิคในการนำเสนองานด้วยข้อเขียน

การที่จะทำให้ลูกค้าเชื่อถือ และยอมรับ แผนสื่อโฆษณาที่จัดทำขึ้นและนำเสนอลูกค้า โดยสมุคนำเสนอ นั้น ผู้เขียนแผนสื่อจะต้องมีเทคนิคต่างๆ เพื่อให้แผนงานที่จัดทำขึ้นสมบูรณ์แบบที่สุด ดังนั้นเมื่อพิจารณาในแง่องค์ประกอบของการสื่อสารแล้วก็จะสามารถแยกได้ดังนี้ คือ

1. **ผู้เขียนแผนสื่อโฆษณา (SENDER)** จะต้องมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับปัญหาของลูกค้า เพื่อแสดงถึงความสามารถของบริษัทในการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ เช่น พฤติกรรมการรับสื่อของผู้รับสารเป้าหมาย ข้อดีและข้อเสียของสื่อต่างๆ และจะต้องมีความคิดสร้างสรรค์ด้วย เพราะในบางครั้งความคิดสร้างสรรค์ของฝ่ายสร้างสรรค์อาจจะได้มาจากฝ่ายวางแผนสื่อ ในทางกลับกันฝ่ายวางแผนสื่อก็อาจจะได้ความคิดในการใช้สื่อจากฝ่ายสร้างสรรค์หรือฝ่ายบริหารงานลูกค้าก็ได้ เพราะฉะนั้นผู้เขียนแผนสื่อโฆษณาจะต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถ

2. **เนื้อหาสาระ (MESSAGE) และวิธีการเขียน (CHANNEL)** การนำเสนอแผนงานโดยวิธีนี้ จะต้องเป็นไปอย่างถูกต้องและสามารถเข้าใจได้อย่างชัดเจนกว่าการนำเสนอด้วยวาจา เนื่องจากการนำเสนอด้วยวิธีนี้ผู้เขียนแผนสื่อไม่สามารถมาให้คำอธิบายหรือชี้แจงข้อสงสัยได้ เหมือนกับการนำเสนอด้วยวาจา ดังนั้นเพื่อป้องกันการผิดพลาด การเขียนแผนงานผู้เขียนจะต้องมีหลักดังนี้

- เนื้อหาแผนงานควรเน้นแต่เฉพาะเรื่องที่สำคัญ
 - การเขียนควรจะเขียนให้สั้น กระชับ แต่ได้ใจความครบถ้วนสมบูรณ์
 - การใช้ภาษา หลีกเลี่ยงการใช้ประโยคยาว ๆ ไม่ควรใช้คำแสดง
 - การแสดงความคิดเห็นควรมีข้อมูลและข้อเท็จจริงมาประกอบ เพื่อความน่าเชื่อถือ
- ไม่ควรใช้อารมณ์หรือความชอบมาตัดสิน
- การจัดเรียงเรื่องราวควรมีความต่อเนื่อง เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดความสับสนเวลานำเสนอ
 - ควรมีการตรวจทานเพื่อป้องกันการผิดพลาด

3. ผู้ซึ่งเป็นผู้รับสาร (RECIEVER) ซึ่งก็คือลูกค้านั่นเอง ผู้เขียนจะต้องคำนึงถึงลูกค้าแต่ละรายเป็นสิ่งสำคัญว่าลูกค้ามีความสามารถและความเข้าใจแตกต่างกันอย่างไร การใช้ภาษาและรูปแบบการเขียนจะต้องมีลักษณะอย่างไรเพื่อทำให้ลูกค้ามีความเข้าใจมากที่สุด

การนำเสนองานด้วยวิธีการแบบนี้มีจุดเด่นตรงที่ผู้เขียนสามารถให้รายละเอียดได้ครบถ้วนและสมบูรณ์ แต่หากมองถึงจุดด้อยของการนำเสนอด้วยวิธีนี้ ก็คือ ผู้เขียนไม่ได้อยู่ในขณะที่ลูกค้าพิจารณาแผนงาน ไม่สามารถเห็นถึงปฏิกิริยาของลูกค้าที่มีต่อแผนงาน และนอกจากนี้ผู้เขียนยังไม่สามารถอธิบายให้ความกระจ่างแก่ลูกค้าในกรณีที่ลูกค้าเกิดข้อข้องใจหรือไม่เข้าใจแผนงานที่ผู้เขียนจัดทำขึ้น ดังนั้น จึงต้องมีการนำเสนอด้วยวาจาควบคู่กับการนำเสนอด้วยวิธีการเขียน เพื่อให้ลูกค้าเข้าใจแผนงานที่จัดทำขึ้นโดยละเอียด

ลักษณะของการจัดทำสนทนนำเสนอแผนสื่อที่ดี

1. เนื้อหาต้องมีความชัดเจน (CLEAR)

การเขียนแผนสื่อโฆษณา ผู้เขียนจะต้องมีความรู้เกี่ยวกับสินค้าของลูกค้าอย่างชัดเจน ปัญหาของลูกค้าอยู่ที่ไหน กลุ่มเป้าหมายในการรับสารเป็นใคร มีพฤติกรรมกรรับสารเป็นอย่างไร อัตราค่าสื่อโฆษณาประเภทต่างๆ เป็นอย่างไร เพื่อช่วยให้การวางแผนเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เนื้อหาของแผนสื่อโฆษณาจะเน้นเฉพาะเรื่องที่สำคัญเท่านั้น

2. การถ่ายทอดความคิดอย่างเป็นระบบ (SYSTEMATIC)

ความสามารถในการถ่ายทอดความคิดอย่างเป็นระบบ ถือเป็นคุณสมบัติที่สำคัญประการหนึ่งของผู้เขียนแผนสื่อโฆษณา การถ่ายทอดความคิดมาเป็นตัวหนังสือนั้นจะต้องทำอย่างเป็นขั้นตอนเพื่อความสะดวกในการอ่านและง่ายต่อการเข้าใจ และที่สำคัญควรหลีกเลี่ยงการเขียนที่เยิ่นเย้อ การใช้คำฟุ่มเฟือยและการใช้คำวิเศษณ์โดยไม่จำเป็น การเขียนควรจะสั้นแต่ต้องได้ใจความที่สมบูรณ์

3. รายละเอียดของเนื้อหาครบถ้วน (CONTENT)

รายละเอียดที่บรรจุในแผนสื่อโฆษณานั้นจะต้องมีความสมบูรณ์และครบถ้วนเพื่อลูกค้าจะได้เข้าใจแผนสื่อได้อย่างละเอียด

4. เนื้อหาที่เขียนไม่ควรแสดงความคิดเห็นโดยใช้อารมณ์หรือใช้การคาดเดา (OBJECTIVE)

การเขียนนั้นควรหลีกเลี่ยงการคาดเดา หรือการแสดงความคิดเห็นโดยใช้อารมณ์เป็นหลักในการตัดสินใจ ไม่ควรอาศัยความชอบส่วนตัวในการตัดสินใจ การเสนอแนะต่างๆ จะต้องมีเหตุผล (REASONS) และข้อเท็จจริง (FACT) ที่อ้างอิงแหล่งที่มาได้¹

ลักษณะที่สำคัญเหล่านี้จะเป็นการเสริมให้การนำเสนอแผนสื่อโฆษณาด้วยข้อเขียนนั้นมีความชัดเจน สมบูรณ์ ซึ่งจะช่วยให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ และยอมรับในแผนสื่อโฆษณาที่ทางบริษัทตัวแทนโฆษณาได้ทำการนำเสนอ

¹ เพิ่งอ้าง.