

การโฆษณาผ่าน SMS

ผศ.สุพล พรหมมาพันธุ์

คณะวารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

ลงตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์ข่าวสด ราชวัน ฉบับที่ 6853 วันพฤหัสบดีที่ 3 กันยายน พ.ศ. 2552 หน้า 9

กลยุทธ์การทำตลาดในปัจจุบัน มีหลากหลายวิธี และกลยุทธ์หนึ่งที่มีความนิยมมากที่สุด คือ การโฆษณาผ่านการส่งข้อความขนาดสั้นผ่านโทรศัพท์มือถือ SMS (Short Message Service) เป็นลักษณะการให้บริการรับ-ส่งข้อความผ่านโทรศัพท์มือถือ ซึ่งเป็นข้อความขนาดสั้น ไม่เกิน 160 ตัวอักษร อาจจะเป็นการส่งจากโทรศัพท์มือถืออัจฉริยะ (Smart Phone) , คอมพิวเตอร์ช่วยงานส่วนบุคคล (Personal Digital Assistant : PDA), คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล (Personal Computer) ส่งไปยังโทรศัพท์มือถือด้วยตนเองหรือส่งไปยังคอมพิวเตอร์มือถือประเภทอื่นๆ เช่น Palmtop, Pocket PC เป็นต้น สำหรับการตลาดผ่านมือถือในปัจจุบัน ไม่ได้มีเฉพาะแต่การส่งข้อความเท่านั้น แต่ยังสามารถส่งได้ทั้ง เสียง รูปภาพกราฟิก วิดีโอคลิป ผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ไร้สายโดยใช้ WAP Protocol ที่เรียกว่า บริการส่งข้อความผ่านสื่อมัลติมีเดียหรือ MMS (Multimedia Message Service) ข้อดีของการใช้ SMS Marketing คือ (1).ส่งข้อความได้อย่างรวดเร็ว ใช้งานได้ทันที (2).ส่งข้อความถึงกันได้ทั่วโลก (3).ส่งข้อความได้อย่างง่าย สามารถส่งได้ด้วยตนเอง (4).ตรงกลุ่มเป้าหมายลูกค้าที่ต้องการ (5).ลดต้นทุนในการทำตลาด (6).มีบริการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า และให้คำปรึกษาได้ตลอด 24 ชั่วโมง (www.thaitelphone.com) จากการสำรวจค่ายบริษัทโทรศัพท์มือถือในทวีปยุโรปได้รายงานตัวเลขของการส่งข้อความแบบ SMS ที่ถูกส่งออกไปในช่วงคืนวันสิ้นปีจนถึงวันปีใหม่ ซึ่งปรากฏว่าของปี 2009 นี้ทำลายสถิติของปีที่ผ่านมาเป็นอย่างมาก คือ

- สหราชอาณาจักร: ผู้ใช้บริการมือถืออันดับหนึ่ง O2 เพียงเจ้าเดียว มี SMS วิ่งผ่านในเครือข่าย 166 ล้านข้อความในเวลา 24 ชั่วโมง เฉลี่ยตกวินาทีละ 1900 ข้อความ
- เนเธอร์แลนด์ (นับจาก 22.00 ของคืนวันที่ 31 ถึง 4.00 ของวันที่ 1): Vodafone 22.1 ล้าน, T-Mobile 19 ล้าน, KPN 24.5 ล้าน
- สวีเดน: Telia 44.3 ล้าน, Tele2 51.1 ล้าน สองเจ้านับเวลาไม่เท่ากันซะทีเดียว
- ไอร์แลนด์: Meteor 1.7 ล้านข้อความในหนึ่งชั่วโมงขณะเปลี่ยนปี, O2 นับ 24 ชม. รวม 21 ล้านข้อความ
- ฝรั่งเศส: Orange นับจากสามทุ่มถึงตีสอง 66 ล้านข้อความ (เพิ่มขึ้น 27%) และ Bouygues Telecom นับหนึ่งชั่วโมงเปลี่ยนปี 15 ล้านข้อความ (เพิ่มขึ้น 100%!)
- เบลเยียม: BASE นับ 24 ชั่วโมง 18.7 ล้านข้อความ เพิ่มขึ้น 44%
- บัลแกเรีย: สองเจ้าใหญ่สุดคือ Mtel และ Globul รวมกัน 14 ล้านข้อความ

สำหรับในประเทศไทย มีการใช้วิธีการโฆษณาผ่าน SMS Marketing ไม่น้อยหน้าไปกว่าแถบยุโรป เช่น ค่ายมือถืออย่างดีแทค ได้เผยสถิติการใช้บริการส่งข้อความอวยพรปี ใหม่ ระหว่าง 31 ธันวาคม 2550 ถึง 1 มกราคม 2551 แบ่งเป็น SMS 38 ล้านข้อความ และ MMS 6.8 แสนข้อความ นายปกรณ์ พรรณเชษฐ์

ผู้อำนวยการอาวุโสกลุ่ม VAS กล่าวว่ายอดผู้ใช้บริการส่งข้อความ SMS และ MMS ในเวลาปกติ ลูกค้าดีแทค และแอปที่มีอัตราการให้บริการ SMS เฉลี่ยวันละ 3.5 ล้านข้อความ และ MMS เฉลี่ยวันละ 6 หมื่นข้อความ สำหรับในช่วงเทศกาลต่างๆ โดยเฉพาะเทศกาลส่งความสุขปีใหม่มีการใช้บริการเพิ่มขึ้นอย่างมาก โดยพบว่าสถิติการส่ง SMS ปีนี้รวม 38 ล้านข้อความ เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมาร้อยละ 32 และ MMS รวม 6.8 แสนข้อความ เพิ่มขึ้นจากปีที่แล้วร้อยละ 36 หากนับสถิติเป็นรายชั่วโมงการส่งข้อความ SMS ถึงกันสูงสุดถึง 8.9 ล้านข้อความ/ชั่วโมง ในช่วงระหว่าง 00.00 น. – 01 .00 น. และมีการส่งข้อความ MMS ถึงกันสูงสุดถึง 5.7 หมื่นข้อความ/ชั่วโมง ในช่วงระหว่าง 00.00 น. – 01 .00 น. ของวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2551 – 1 มกราคม พ.ศ. 2552 นอกจากนี้ยังพบว่า MMS ยังมี อย่าง ต่อเนื่องถึง หมื่นข้อความ/ชั่วโมง ในช่วง 01.00-02.00 น. อีกด้วย



การส่ง
5.5
ระหว่าง

ส่วนค่ายแอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส (เอไอเอส) เปิดเผยว่า ปริมาณของ SMS และ MMS ที่ลูกค้าเอไอเอส ส่งถึงคนที่รักในช่วงระหว่างวันที่ 31 ธันวาคม 2551 – 1 มกราคม 2552 ว่า “ในโอกาสเทศกาลปีใหม่รับปี 2552 นี้ ลูกค้าเอไอเอส ส่งข้อความถึงกันเป็น เป็นข้อความสั้น (เอสเอ็มเอส) 50 ล้านข้อความ จากช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมามียอด 41 ล้านข้อความ เท่ากับเติบโตขึ้น 20% และเอ็มเอ็มเอส สรุป ณ วันที่ 2 ม.ค. 2552 ที่ 1 ล้านข้อความ จากช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา 7.5 แสนข้อความ หรือเติบโตขึ้น 30 % (www.blognone.com)

นอกจากจะส่งข้อความอวยพรถึงคนรักในช่วงเทศกาลปีใหม่แล้ว ยังสามารถนำไปช่วยทำการตลาดในด้านอื่นๆ ได้แก่ (1) สำหรับใช้งานส่วนตัว ส่งข้อความหาเพื่อน กลุ่มเพื่อน ตั้งเวลา Birthday Reminder ให้เพื่อนหรือคนสำคัญที่ตนเองรัก (2) ด้านการเงิน/การเช่า (Financial/Leasing) ตั้งเวลาแจ้งเตือนให้ลูกค้าทราบถึงวันเวลาที่กำหนดชำระค่างวดต่างๆ หรือรายการ Promotion (3) ด้านกีฬา (Sport) ตั้งเวลาส่งข้อมูลการแข่งขันกีฬาประเภทต่างๆ ไปยังโทรศัพท์มือถือ (4) หนังสือพิมพ์ วารสาร นิตยสาร และบันเทิง แจ้งข้อมูลข่าวสาร ข่าวด่วนให้สมาชิกได้ทราบผ่าน ทางโทรศัพท์มือถือ (5) ด้านการท่องเที่ยว โรงแรม รีสอร์ท ส่งข้อมูลการ Promotion Campaign ให้กับสมาชิก หรือลูกค้า มีการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ให้กับลูกค้าได้ทราบ (6) ธุรกิจขายตรง/ประกันภัย/ประกันชีวิต แจ้งข้อมูลข่าวสาร ข่าวด่วน Promotion แจ้งเตือนชำระเบี้ยประกัน ยอดค่าคอมมิชชั่น ให้กับตัวแทนผู้ขายประกัน (7) หน่วยงานราชการ แจ้งประกาศข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับหน่วยงาน แจ้งการประชุมเตือนผู้บริหาร หัวหน้างาน ให้ได้รับทราบข้อมูลต่างๆ อย่างทั่วถึง (8) สนามกอล์ฟ/ Sport Clubs แจ้งข้อมูลข่าวสาร เทคนิคใหม่ๆ หรือกิจกรรมต่างๆ ที่จัดขึ้น (9) บริษัทผลิตภัณฑ์/จำหน่ายรถยนต์ แจ้งข้อมูลการนำรถเข้าซ่อม การนำรถเข้าตรวจเช็คศูนย์ การส่งรถ การรับรถ การชำระค่างวด (10) โรงพยาบาล ส่งข้อความติดตามแพทย์ พยาบาล แจ้งข้อมูลข่าวสาร ข้อมูลสุขภาพให้กับผู้ป่วย หรือรายการ Promotion ต่างๆ (<http://www.net-com.co.th>)

จะเห็นได้ว่า การทำตลาดแบบการส่งข้อความสั้นผ่านโทรศัพท์มือถือ ได้รับความนิยมมาก เพราะ

สะดวกรวดเร็ว ลดต้นทุน ส่งได้ในทันทีทันใด เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ตรงเป้าหมาย และสามารถสร้างรายได้ให้กับเจ้าของธุรกิจเป็นเอกอนันต์ เหมาะสมกับยุควิกฤติเศรษฐกิจอย่างปัจจุบันเป็นอย่างยิ่ง เพราะเมื่อเปรียบเทียบกับสื่อโฆษณาประเภทอื่น อย่างเช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ แล้ว การโฆษณาผ่าน SMS Marketing ถูกกว่ามาก และยังมีแนวโน้มได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง .