



ข่าวเด่นประจำสัปดาห์จากเบอร์ลิน

(Weekly News from Berlin)

สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงเบอร์ลิน

2 - 5 สิงหาคม 2562

### ข่าวเศรษฐกิจ

#### การตลาดกับ Influencer

ผมยาวที่ย้อมสีอย่างฉูดฉาด เครื่องสำอางที่โดดเด่น และเครื่องแต่งกายหลากสีล้วน สิ่งเหล่านี้ปรากฏอยู่บนตัวของ Jeffree Star ผู้สร้างสินค้าเครื่องสำอางยี่ห้อเดียวกับชื่อของเขา โดย Jeffree Star ที่มีชื่ออย่างเป็นทางการว่า นาย Jeffrey Lynn Steininger ชาวสหรัฐอเมริกา เป็นผู้ก่อตั้งอาณาจักรยี่ห้อเครื่องสำอางผ่านตัวช่วยจาก



Social Media โดยสินค้าของ Jeffree Star Cosmetics นั้น มีตั้งแต่ที่เขียนขอบตา ยาทาเล็บ จนไปถึงเสื้อแจ็คเก็ตแบบสุดชิป เริ่มออกสู่ตลาดในปี 2014 ที่มีการจำหน่ายผ่านช่องทาง E-Commerce ในตลาด Online เท่านั้น โดย Jeffree Star นำเสนอผลงานที่สร้างสรรค์ขึ้นผ่าน Youtube และ Instagram รับหน้าที่เป็นผู้ให้คำแนะนำด้านการแต่งหน้าผ่านช่อง Youtube ของเขา ที่ปัจจุบันมีผู้ติดตามมากถึง 15 ล้านคน และผู้ติดตามใน Instagram มากถึง 13 ล้านคนเช่นกัน โดย Jeffree Star เป็นต้นแบบของ Influencer ด้านเสริมความงามยุคใหม่ โดยปัจจุบัน เขาได้หาทางนำสินค้าของเขามาจำหน่ายในประเทศเยอรมนี ซึ่งสามารถซื้อสินค้าของ Star แบบ Online และช่องทางปกติผ่านร้าน Douglas ได้เรียบร้อยแล้ว โดยการที่นาย Star ได้สื่อสารผ่านบัญชี Instagram นั้น แสดงให้เห็นว่า จุดประสงค์หลักของ Influencer จำนวนมากก็คือ ต้องการที่จะเป็นที่ยอมรับของบริษัทจำหน่ายเครื่องสำอางยักษ์ใหญ่ทั้งหลาย ซึ่ง Influencer จำนวนมากในอเมริกา สามารถก้าวเข้าถึงจุดนั้นแล้ว และเทรนด์ดังกล่าวในเยอรมนี ก็กำลังกระเตื้องตัวขึ้นเรื่อยๆ

ผู้บริหาร Douglas นาง Tina Müller กล่าวว่า “ในวันนี้การใช้ Influencer มาเป็นส่วนหนึ่งของแผนการตลาดนั้นไม่ใช่เรื่องใหม่แล้ว” อย่างไรก็ตามการร่วมงานกับ Influencer ก็สามารถคืนทุนได้ดีเลยทีเดียว โดยในกรณีของ Jeffree Star ทำให้บริษัท Douglas เป็นที่รู้จักในด้านดิจิทัลมากขึ้น และ

- นโยบายภาครัฐ  เศรษฐกิจการลงทุน  แนวโน้มตลาด  รายงานสินค้าและบริการ  อื่นๆ

หมายเหตุ - ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้ จากแหล่งข้อมูลหลากหลายที่มา และมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลแก่บุคคลที่สนใจเท่านั้น ทั้งนี้ สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงเบอร์ลิน จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่บุคคลนำ ข้อมูลไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด



สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้ากลุ่มใหม่อีกด้วย ซึ่งสิ่งนี้เป็นสิ่งสำคัญกับบริษัทรุ่นเก๋อย่าง Douglas โดยหลังจากที่นาง Müller ได้เข้ามาบริหารเมื่อครึ่งปีที่ผ่านมา ก็ได้ประกาศที่จะทำให้บริษัททันสมัยและตอบสนองลูกค้าวัยรุ่นมากขึ้น โดยตาม Hashtag #forwardbeauty แสดงให้เห็นว่า Douglas ต้องการที่จะบุกตลาดดิจิทัลตลาดขนาดใหญ่ โดย

นาง Müller ได้ในกล่าว Posting ที่เป็นกรณีตัวอย่างในครั้งนี้นาง Bella Hadid นางแบบมีชื่อได้มาเยี่ยมร้านสาขาในใจกลางเมืองแฟรงก์เฟิร์ตในครั้งนั้นว่า มีแผนๆ มารอรับอย่างท่วมท้น มารอเป็นชั่วโมงๆ เพื่อที่จะได้พบกับนางแบบในฝัน จนขนาดที่ต้องมีการปิดถนนกันเลยทีเดียว

ซึ่งการร่วมงานระหว่าง Douglas กับ Influencer นั้นเพื่อต้องการที่จะขยายกลุ่มลูกค้ากลุ่ม Millennials และ Gen Z ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าที่เข้าถึงยาก เมื่อใช้ช่องทางการจำหน่ายแบบเก่า อย่างไรก็ตาม การประกอบธุรกิจนั้นไม่สามารถที่จะมุ่งเน้นเฉพาะเจาะจงไปในทิศทางเดียวได้ โฆษกของบริษัท Douglas กล่าวว่า “เราต้องคอยมองเทรนด์ที่ Influencer ระดับประเทศกับแบบนานาชาติให้ความสนใจ เพราะพวกเขาเป็นส่วนสำคัญในการชักจูงใจให้มีการซื้อสินค้านั้นๆ” นาง Müller ยังให้ความสำคัญกับ Social Media ต่างๆ



อีกด้วย โดยชักจูงใจให้เจ้าหน้าที่ของ Douglas ร่วมกันเขียนประสบการณ์การใช้สินค้าใน Blogs หรือ Posting ลงใน Social Media ต่างๆ ทั้งแบบภาพถ่ายและข้อความ “เพราะพวกเขาเหล่านั้นนำเสนอความเป็นตัวตนที่แท้จริง (authenticity) มากกว่าที่แผนการตลาดของบริษัทจะสามารถทำได้” แม้แต่บริษัทคู่แข่งจากฝรั่งเศส Sephora ที่เข้ามาเริ่มบุกตลาดเยอรมันในช่วงปีที่ผ่านมา ก็ให้ความสำคัญกับ authenticity เช่นกัน โดยทางบริษัทก็ได้เริ่มโครงการ Influencer ขึ้นมา โดยมีสัญญารายปีเป็นรางวัลมาล่อใจพนักงาน ซึ่งแผนการดังกล่าวของ Sephora นี้ก็เพื่อที่จะลดความสำคัญของ Influencer รายใหญ่ เมื่อ Influencer คนนั้นมีความดังมาก ก็ยอมมีค่าบริหารจัดการที่สูงขึ้นเช่นกัน เพื่อลดค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น Influencer รายย่อยหลายราย จึงจัดว่ามีราคาถูกกว่ารายใหญ่รายเดียว แต่ความสำคัญของ Influencer ก็ไม่ได้มีอยู่ในแค่กลุ่มธุรกิจค้าปลีกเท่านั้น แม้แต่ผู้ผลิตเองก็ให้ความสำคัญกับ Influencer เช่นกัน

- นโยบายภาครัฐ  เศรษฐกิจการลงทุน  แนวโน้มตลาด  รายงานสินค้าและบริการ  อื่นๆ

หมายเหตุ - ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้ จากแหล่งข้อมูลหลากหลายที่มา และมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลแก่บุคคลที่สนใจเท่านั้น ทั้งนี้ สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงเบอร์ลิน จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำ ข้อมูลไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด

หัวหน้าการตลาดของ L'Oréal เยอรมัน นาย Philipp Markmann กล่าวว่า “ผู้บริโภคใช้เวลา มากมายมหาศาลกับ Social Media ซึ่งเราก็ต้องแสดงตัวตนในพื้นที่ดังกล่าวเช่นกัน โดย Influencer เป็นทางเลือกที่ดีที่จะสร้างจุดเชื่อมต่อให้บริษัทมีความผูกพันกับผู้บริโภคมากขึ้น และสามารถตอบสนอง กับ Feedback ได้รวดเร็วขึ้น” โดยเขาเป็นรายแรกๆ ที่เห็นว่า “การผสมผสานระหว่างดิจิทัลกับความ สวยงามนั้นเป็นอะไรที่เหมาะสมกันอย่างยิ่ง เพราะความสวยงามนั้นก็เป็นส่วนหนึ่งของการรับรู้ผ่านการ มองนั่นเอง โดยความสวยงามนั้นอยู่ได้ด้วยภาพที่ถูกนำไปกระจายต่อ และถูกนำไปวิจารณ์” และเขา ยังกล่าวต่อว่า “ในโลกดิจิทัล และโลก Social Media นั้น เป็นแหล่งข้อมูลมหาศาลสำหรับเรา เพื่อ ที่จะสามารถรับรู้ถึงความต้องการ และความปรารถนาของลูกค้า และเป็นแนวทางในการพัฒนาสินค้า อีกด้วย” เช่น บริษัทลูกของ L'Oréal ได้ร่วมงานกับ Influencer โดยใช้ข้อมูลขั้นพื้นฐานจาก Social Media มาพัฒนาสีที่เหมาะสมที่จะนำมาผลิตเครื่องสำอาง หรือการร่วมงานกับ Influencer เพื่อสร้าง สินค้าแบบ limited Edition ขึ้นมา ซึ่งได้รับความตอบรับที่ดีมาก นาย Markmann กล่าวว่า “โดย เนื้อหาของการร่วมงานในครั้งนั้น ได้ไหลเข้ามาผสมผสานกับการผลิต จนสามารถสร้างสินค้าที่เรา ต้องการได้แบบ 100% ตามที่เราต้องการ” โดยการพัฒนาด้านดังกล่าวขยายตัวขึ้นอย่างรวดเร็ว ล่าสุด บริษัท L'Oréal ได้ซื้อบริษัท Modiface ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญด้าน Augmented Reality (AR - เทคโนโลยี



ที่นำเอาภาพเสมือน 3 มิติจำลองเข้าสู่โลกจริงผ่าน กล้อง และมีการประมวลผลโดยการทำให้วัตถุ 3 มิติ (ภาพเสมือน) ทับซ้อนเข้ากับภาพจริงเป็น ภาพๆเดียว โดยสามารถมองผ่านกล้องได้โดยตรง) ซึ่งเปรียบเสมือนกับการได้ตัวต่อที่ขาดหายไป ใน ด้านการสร้างประสบการณ์ผ่าน Social Media ทั้งนี้ นาย Markmann กล่าวว่า “มี Plattform ใหม่ๆ ออกสู่ตลาดทุกวัน เราก็จับตามองอยู่ว่า อัน

ไหนสามารถนำมาใช้งานร่วมกับเราได้” สำหรับ Plattform ที่เป็นที่รู้จักในเยอรมนีที่ Influencer ใช้ เป็นตัวกลางในการกระจายความมีตัวตนออกไปได้ ก็คือ Facebook, Youtube หรือ Instagram แต่ก็ ยังมี Plattform ชื่อดังจากจีน อย่างเช่น Tik Tok ก็เป็นสนามแข่งที่สำคัญสำหรับ Influencer จาก เอเชีย ด้วยเช่นกัน

จาก Handelsblatt 2 สิงหาคม 2562

Office of Commercial Affairs - Royal Thai Embassy  
Petzowerstr. 1, 14109 Berlin, Germany  
email - thaicom.berlin@t-online.de

นโยบายภาครัฐ  เศรษฐกิจการลงทุน  แนวโน้มตลาด  รายงานสินค้าและบริการ  อื่นๆ

หมายเหตุ - ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้ จากแหล่งข้อมูลหลากหลายที่มา และมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลแก่บุคคลที่สนใจเท่านั้น ทั้งนี้ สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงเบอร์ลิน จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่บุคคลนำ ข้อมูลไปใช้ ไม่ว่าโดยทางใด