

ทำไม Coach ถึงกลับมาทำคลิปยาวใน YouTube มากขึ้น แล้วคลิปสั้นยังจำเป็นอยู่ไหม?

ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา แปรนด์แพชชั่นและไลฟ์สไตล์จำนวนมากรวมบและพลังการผลิตไปที่ Short-form Video ทั้ง TikTok, Instagram Reels และ YouTube Shorts เพราะนี่คือคอนเทนต์ที่ตอบโจทย์ยุคไอทีได้เร็ว เห็นเร็ว และมีโอกาสไวรัลได้ง่าย แต่เมื่อทุกแบรนด์เริ่มทำคลิปสั้นเหมือนกันหมด คำถามใหม่จึงเกิดขึ้นในฝั่งนักการตลาดว่า คลิปสั้นช่วยให้คนเห็นแบรนด์ได้จริง แล้วมันช่วยให้คน “เชื่อ” แปรนด์ได้มากพอหรือยัง? คำถามนี้กำลังทำให้ Long-form Video กลับมาเป็นพื้นที่สำคัญอีกครั้ง โดยเฉพาะบน YouTube ซึ่งกำลังถูกมองว่าเป็นมากกว่าแพลตฟอร์มวิดีโอ แต่เป็นพื้นที่ที่รวมความเป็น Search Engine, Creator Platform, Community และ TV แบบใหม่เข้าด้วยกัน หนึ่งในเคสที่น่าสนใจที่สุดคือ Coach แปรนด์แพชชั่นที่เริ่มลงทุนกับ Long-form Creator Content มากขึ้น และใช้ YouTube เป็นส่วนสำคัญของการสร้าง Brand World, Storytelling และความสัมพันธ์กับ Gen Z ด้วย

ทำไม Coach ถึงกลับมาสนใจ Long-form? Vogue Business รายงานว่า Coach เป็นหนึ่งในแบรนด์ที่ทดลองใช้ Long-form Creator Content อย่างจริงจัง โดยมีตัวอย่างก็คือ “Story Sessions” คอนเทนต์รูปแบบ episodic ที่ขยายโลกของแบรนด์ออกไปมากกว่าแคมเปญตามฤดูกาล แทนที่จะใช้วิดีโอเพื่อขายสินค้าแบบตรง ๆ Coach ใช้รูปแบบบทสนทนาและสัมภาษณ์เพื่อพาแบรนด์เข้าไปอยู่ในเรื่องราวของคนรุ่นใหม่ เช่น การทำคอนเทนต์ร่วมกับ Sunisa Lee นักยิมนาสติกโอลิมปิก และ Tara Davis-Woodhall นักกรีฑา สิ่งที่ Coach ทำสะท้อนแนวคิดสำคัญของการตลาดยุคใหม่ คือ แปรนด์ไม่ได้แข่งกันแค่ทำให้คนเห็นโลโก้หรือสินค้า แต่แข่งกันสร้างพื้นที่ทางอารมณ์และความหมายในใจผู้บริโภคมากกว่า คลิปที่ยาวขึ้นทำให้แบรนด์สามารถเล่าเรื่องได้ดีกว่าเดิม

ตั้งแต่ตัวตน ความฝัน ความกลัว ความมั่นใจ ไปจนถึงความสัมพันธ์ระหว่างแบรนด์กับไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคได้

จับมือ Haley Pham ใช้ Creator เพื่อสร้างความสัมพันธ์ หนึ่งในกรณีศึกษาที่ชัดที่สุดคือแคมเปญของ Coach กับ Haley Pham ครีเอเตอร์สายหนังสือบน YouTube ซึ่ง Vogue Business ระบุว่าเป็นหนึ่งในแคมเปญ Creator Integration ขนาดใหญ่ช่วงแรก ๆ บน YouTube และมีการพัฒนาดีลนี้มานานกว่า 2 ปี Coach ทำ channel takeover บนช่องของ Haley ทำให้แบรนด์มี share of voice สูงในโฆษณาก่อนและระหว่างวิดีโอของเธอในช่วงเวลาหนึ่ง ที่น่าสนใจกว่านั้นคือ YouTube สามารถช่วยค้นพบวิดีโอเก่าที่ Haley เคยเล่าความทรงจำเกี่ยวกับการไปซื้อกระเป๋า Coach กับแม่ของเธอ ทำให้แคมเปญนี้ไม่ได้เริ่มจากการจับคู่ครีเอเตอร์ตามยอดผู้ติดตามเท่านั้น แต่เริ่มจาก emotional connection ที่มีอยู่จริง นี่คือเหตุผลที่ Long-form Creator Content มีพลังมาก เพราะมันทำให้แบรนด์เข้าไปอยู่ในเรื่องเล่าของครีเอเตอร์ได้อย่างเป็นธรรมชาติกว่า และผู้ชมรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งของเรื่องราวที่เขากำลังสนับสนุนครีเอเตอร์ที่เขาติดตามอยู่จริง

หลายแบรนด์ก็เริ่มกลับมาหา Long-form ไม่ใช่แค่ Coach ทำนั่นที่กลับมาทำคลิป Long-form เพราะ Vogue Business ยังยกตัวอย่างแบรนด์ระดับโลกอีกหลายรายที่เริ่มใช้ Long-form Video เพื่อสร้าง storytelling ที่ลึกซึ้ง Chanel หันมาใช้คอนเทนต์เบื้องหลังแบบ documentary-style มากขึ้น เช่น BTS จากแคมเปญกระเป๋าและงานแฟชั่นโชว์ เพื่อให้ผู้ชมเห็นกระบวนการทำงาน ความประณีต และโลกของแบรนด์ที่คลิปสั้นอาจเล่าได้ไม่ครบ

(ที่มา : MarketingOops!)

ประกาศเลิกบริษัท

บริษัท ไท่ จง ชุ่น 889 จำกัด
ทะเบียนเลขที่ 0845567018391

ขอประกาศให้ทราบโดยทั่วกันว่าที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2569 ของ บริษัท ไท่ จง ชุ่น 889
จำกัด ได้มีมติให้เลิกบริษัทฯ นี้ ตั้งแต่วันที่ 25 พฤษภาคม 2569 เป็นต้นไป

จึงประกาศให้บรรดาลูกหนี้และเจ้าหนี้ทั้งหลายของบริษัทฯ นี้ ได้โปรดติดต่อชำระหนี้หรือ
ยื่นคำทวงหนี้ต่อข้าพเจ้า ณ สำนักงานของผู้ชำระบัญชีเลขที่ 63/8 หมู่ที่ 2 ตำบลตะกรบ อำเภอไชยา
จังหวัดสุราษฎร์ธานี 84110 ภายในกำหนด 7 วัน นับแต่วันประกาศเป็นต้นไป

ประกาศ ณ วันที่ 27 พฤษภาคม 2569

(นาย รณกฤต โสภณอำนาจกิจ)
ผู้ชำระบัญชี



แบบ พ.๒

หนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียน
ตามพระราชบัญญัติจดทะเบียนการพิมพ์ พุทธศักราช ๒๕๕๐

เลขทะเบียน ๙๙๙ ๕๕๕ ๒๘๖๐

หนังสือสำคัญนี้ออกให้ไว้เพื่อแสดงว่า บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด โดย นางสาวพรพรรณ เตชานุวัตร์
เลขประจำตัวประชาชน ๓ ๑๐๐๘ ๐๐๖๖๕ ๙๓ ๖ เชื้อชาติ ไทย สัญชาติ ไทย อายุ ๓๕ ปี อาชีพ นักธุรกิจ
ถิ่นที่อยู่บ้านเลขที่ ๔๖๗/๔ หมู่ที่ - ซอย - ถนน บางแวก
แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานคร
เป็น เจ้าของ หนังสือพิมพ์ชื่อ Prakard365 ประกาศ365

มีวัตถุประสงค์ เพื่อเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับ ด้านเศรษฐกิจ ธุรกิจ บัญชี สังคม และลงประกาศ

ภาษาที่หนังสือพิมพ์จะออก ภาษาไทยชนิดของหนังสือพิมพ์ที่ออก เป็นแผ่นระยะเวลาที่ออกหนังสือพิมพ์ รายวันชื่อสำนักงานของหนังสือพิมพ์ บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัดตั้งอยู่ ณ ที่ - เลขที่ ๔๖๗/๑ หมู่ที่ - ซอย -
ถนน บางแวก แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานครชื่อสำนักงานของผู้โฆษณา บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัดตั้งอยู่ ณ ที่ - เลขที่ ๔๖๗/๑ หมู่ที่ - ซอย -
ถนน บางแวก แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานครชื่อโรงพิมพ์ที่พิมพ์ บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัดตั้งอยู่ ณ ที่ - เลขที่ ๔๖๗/๑ หมู่ที่ - ซอย -
ถนน บางแวก แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานคร

หนังสือพิมพ์ฉบับนี้ นางสาวพรพรรณ เตชานุวัตร์ เป็นผู้พิมพ์
นางสาวพรพรรณ เตชานุวัตร์ เป็นผู้โฆษณา
นางสาวพรพรรณ เตชานุวัตร์ เป็นบรรณาธิการ
บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด เป็นเจ้าของกิจการหนังสือพิมพ์

ออกให้ตั้งแต่วันที่ ๑๗ เดือน พฤษภาคม พุทธศักราช ๒๕๖๐

(ลงชื่อ)

นางสาวกนกอร ศักดาเดช

ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดแห่งชาติ

พนักงานเจ้าหน้าที่จดทะเบียนการพิมพ์สำหรับจังหวัด กรุงเทพมหานคร