

Visibility Loops กลยุทธ์ทำให้แบรนด์ “ถูกค้นพบ”

โดยไม่ต้องไล่ตาม Algorithm ตลอดเวลา

ทุกวันนี้การทำให้คน “มองเห็นแบรนด์” กลายเป็นเรื่องยากขึ้นกว่าเดิมมาก หลายธุรกิจโพสต์ Content ทุกวัน ยิ่งโฆษณาไม่หยุด และพยายามตาม Trend ตลอดเวลา แต่กลับรู้สึกเหมือนกำลังพูดอยู่คนเดียว ไม่มีคนเห็น ไม่มีคนจำ และไม่มีคนกลับมาอีก ปัญหาไม่ได้อยู่ที่ Content ไม่ได้เสนอไป หลายครั้งสินค้าดี บริการดี หรือบทความมีคุณภาพมาก แต่สิ่งที่ขาดคือ “ระบบการมองเห็น” หรือ Visibility System ที่ทำให้แบรนด์ถูกค้นพบซ้ำ ๆ ในหลายพื้นที่ จนคนเริ่มจำได้และรู้สึกคุ้นเคย ในยุคที่ Algorithm เปลี่ยนตลอด การฝากอนาคตของแบรนด์ไว้กับ Platform เดียวเป็นเรื่องเสี่ยงมาก ธุรกิจที่เติบโตได้ระยะยาวจึงไม่ได้คิดแค่ “จะโพสต์อะไรวันนี้” แต่คิดว่า “จะสร้างวงจรการมองเห็นอย่างไร” ให้แบรนด์ยังถูกพูดถึงแม้วันที่ไม่ได้โพสต์อะไรเลย สิ่งนี้เรียกว่า Visibility Loop Visibility Loop คือวงจรที่ทำให้คนเจอแบรนด์ของคุณซ้ำ ๆ ผ่านหลายช่องทาง จนเกิดการจดจำ ความน่าเชื่อถือ และสุดท้ายคือการตัดสินใจซื้อ ลองนึกภาพเวลาที่คุณดูคลิปของ Creator คนหนึ่งบน YouTube แล้วอีกไม่กี่ชั่วโมงกลับเห็นเขาบน Instagram ต่อด้วย LinkedIn หรือ TikTok จนรู้สึก “คนนี้อยู่ทุกที่เลย” ความจริงอาจไม่ได้โพสต์ทุกวัน แต่เขาสร้าง Loop ของการมองเห็นเอาไว้แล้ว

Visibility Loop แบบที่ 1: Newsletter + Search + การกระจาย Content Content ที่ไม่ควรถูกใช้แค่ครั้งเดียว หลายแบรนด์ทำบทความหรืออีเมลคุณภาพสูง แต่ปล่อยให้จบภายในวันเดียว ทั้งที่จริงสามารถนำไปต่อยอดได้อีกหลายช่องทาง ตัวอย่างของ Loop นี้คือ เขียน Newsletter หนึ่งชิ้น □ แปลงเป็นบทความบนเว็บไซต์ □ แชร์ลง LinkedIn □ นำไปลง Medium □ แยกประเด็นเป็นคลิปสั้นหรือโพสต์ย่อย Content หนึ่งชิ้นจึงไม่ได้สร้างการมองเห็นครั้งเดียว แต่ทำงานต่อเนื่องในหลายพื้นที่ ข้อดีสำคัญคือช่วยสร้าง

“สินทรัพย์ระยะยาว” ให้แบรนด์ โดยเฉพาะบนเว็บไซต์ เพราะทุกบทความที่สะสมไว้จะกลายเป็นคลังข้อมูลที่ถูกค้นหามาบน Google หรือ AI Search ในอนาคต แม้ปัจจุบันโลกกำลังเข้าสู่ยุค Zero-Click มากขึ้น ผู้คนอ่านสรุปจาก AI โดยไม่กดเข้าเว็บไซต์ แต่ Content ที่มีมุมมองเฉพาะ มีการวิเคราะห์ หรือมีข้อมูลต้นฉบับ ยังมีคุณค่าและถูกอ้างอิงเสมอ แบรนด์ที่มีคลังความรู้ของตัวเองจึงยังได้เปรียบในระยะยาว

Visibility Loop แบบที่ 2: Social Media + Retargeting + Familiarity หลายคนคิดว่าการโพสต์โซเชียลคือการหายอด Reach แต่จริง ๆ แล้วคุณค่าที่สำคัญกว่าคือ “การสร้างความคุ้นเคย” เมื่อมีคนเห็นแบรนด์ซ้ำ ๆ สมองจะเริ่มจดจำ และเมื่อถึงวันที่ต้องการซื้อสินค้าในหมวดนั้น แบรนด์ที่คุ้นที่สุดมักถูกเลือกก่อน Loop นี้ทำงานง่ายมาก โพสต์ Content สั้นบน Social Media □ พาคนกลับเข้าเว็บไซต์หรือ Newsletter □ ให้ระบบแพลตฟอร์มเรียนรู้ว่าคนไหนสนใจแบรนด์คุณ □ แบรนด์เริ่มถูกแนะนำซ้ำในหลายพื้นที่ นี่คือการเคล็ดลับทำไมบางแบรนด์ดูเหมือน “อยู่ทุกที่” ทั้งที่จริงอาจโพสต์ไม่เยอะ ความสำคัญไม่ได้อยู่ที่ปริมาณเสนอไป แต่อยู่ที่การเชื่อมแต่ละแพลตฟอร์มเข้าหากันอย่างมีกลยุทธ์ สิ่งสำคัญคือการ Re-purpose คอนเทนต์ให้เป็น เช่น บทความหนึ่งชิ้น □ แยกเป็น Quote □ ทำเป็น Carousel □ ทำเป็น Short Video □ กลับไปเชื่อมกับบทความเดิม วิธีนี้ช่วยลดภาระการผลิต Content ใหม่ตลอดเวลา และทำให้แบรนด์ยังคงปรากฏต่อสายตาคนดูอย่างต่อเนื่อง

(ที่มา : MarketingOops!)

ประกาศเลิกบริษัท

บริษัท บิ๊กแลนด์ โอวันท์ จำกัด
ทะเบียนเลขที่ 0835566027582

ขอประกาศให้ทราบโดยทั่วกันว่าที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 2/2569 ของ บริษัท บิ๊กแลนด์ โอวันท์ จำกัด ได้มีมติให้เลิกบริษัทฯ นี้ ตั้งแต่วันที่ 05 กรกฎาคม 2569 เป็นต้นไป

จึงประกาศให้บรรดาลูกหนี้และเจ้าหนี้ทั้งหลายของบริษัทฯ นี้ ได้โปรดติดต่อชำระหนี้หรือยื่นคำทวงหนี้ต่อข้าพเจ้า ณ สำนักงานของผู้ชำระบัญชีเลขที่ 321/144 ม.1 ซ.4 ต.เทพกระษัตรี อ.กลาง จ.ภูเก็ต 83110 ภายในกำหนด 7 วัน นับแต่วันประกาศเป็นต้นไป

ประกาศ ณ วันที่ 07 กรกฎาคม 2569

(นางสาว จินดารัตน์ ประทุม)
ผู้ชำระบัญชี

ประกาศเลิกบริษัท

บริษัท ซีสเคป เซลลิ่ง จำกัด
ทะเบียนเลขที่ 0835557000804

ขอประกาศให้ทราบโดยทั่วกันว่าที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2569 ของ บริษัท ซีสเคป เซลลิ่ง จำกัด ได้มีมติให้เลิกบริษัทฯ นี้ ตั้งแต่วันที่ 01 กรกฎาคม 2569 เป็นต้นไป

จึงประกาศให้บรรดาลูกหนี้และเจ้าหนี้ทั้งหลายของบริษัทฯ นี้ ได้โปรดติดต่อชำระหนี้หรือยื่นคำทวงหนี้ต่อข้าพเจ้า ณ สำนักงานของผู้ชำระบัญชีเลขที่ ณ บ้านเลขที่ 69/316 หมู่ที่ 1 ตำบลคลอง อำเภอเมืองภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต 83130 ภายในกำหนด 7 วัน นับแต่วันประกาศเป็นต้นไป

ประกาศ ณ วันที่ 07 กรกฎาคม 2569

(นางสาว เสาวภา ภูมิสมบัติ)
ผู้ชำระบัญชี



แบบ พ.๒

หนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียน
ตามพระราชบัญญัติจดทะเบียน พุทธศักราช ๒๕๕๐

เลขทะเบียน ๘๘๘๕๖๒๘๖๐

หนังสือสำคัญนี้ออกให้ไว้เพื่อแสดงว่า บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด โดย นางสาวพรรณ เดชานวัตร
เลขประจำตัวประชาชน ๓ ๑๐๐๘ ๐๐๖๖๔ ๔๓ 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 ภาษาไทย

ชนิดของหนังสือพิมพ์ที่ออก เป็นแผ่น

ระยะเวลาที่ออกหนังสือพิมพ์ รายวัน

ชื่อสำนักงานของหนังสือพิมพ์ บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด

ตั้งอยู่ ณ ที่ - เลขที่ ๔๖๗/๑ หมู่ที่ - ซอย -

ถนน บางแวก แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานคร

ชื่อสำนักงานของผู้โฆษณา บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด

ตั้งอยู่ ณ ที่ - เลขที่ ๔๖๗/๑ หมู่ที่ - ซอย -

ถนน บางแวก แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานคร

ชื่อโรงพิมพ์ที่พิมพ์ บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด

ตั้งอยู่ ณ ที่ - เลขที่ ๔๖๗/๑ หมู่ที่ - ซอย -

ถนน บางแวก แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานคร

หนังสือพิมพ์ฉบับนี้

นางสาวพรรณ เดชานวัตร

เป็นผู้พิมพ์

นางสาวพรรณ เดชานวัตร

เป็นผู้โฆษณา

นางสาวพรรณ เดชานวัตร

เป็นบรรณาธิการ

บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด

เป็นเจ้าของกิจการหนังสือพิมพ์

ออกให้ตั้งแต่ วันที่ ๑๒ เดือน พฤษภาคม พุทธศักราช ๒๕๖๐

(ลงชื่อ)

(นางสาวกนกอร ศักดาเดช)

ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดแห่งชาติ

พนักงานเจ้าหน้าที่จดทะเบียนสำหรับจังหวัด กรุงเทพมหานคร

