

ยุคที่โฆษณาเต็มโลก ทำไมแบรนด์ถึงต้องสร้าง “ประสบการณ์”

มากกว่าการขายสินค้า

ลองถามตัวเองดูว่า มีโฆษณาสักกี่ชิ้นที่เราจำได้ คำตอบของคนส่วนใหญ่คือ “น้อยมาก” ไม่ใช่เพราะโฆษณาเหล่านั้นทำไม่ดี แต่เพราะโลกทุกวันนี้เต็มไปด้วย Content จนผู้บริโภคเลือกที่จะมองข้ามโดยอัตโนมัติ สิ่งที่เคยเป็นจุดแข็งของการตลาดอย่างการซื้อสื่อจำนวนมาก จึงไม่ใช่คำตอบเหมือนเมื่อก่อนอีกแล้ว ในวันที่ทุกแบรนด์ต่างพูดเสียงดังพอ ๆ กัน สิ่งที่ทำให้ผู้บริโภคหยุดฟัง กลับไม่ใช่ข้อความโฆษณา แต่คือ “ประสบการณ์” ที่แบรนด์สร้างขึ้น นี่คือการที่ Experiential Marketing กลายเป็นหนึ่งในกลยุทธ์ที่หลายแบรนด์ระดับโลกลงทุนอย่างจริงจัง เพราะเป้าหมายไม่ได้อยู่ที่การสร้างยอดขาย แต่คือการสร้างความทรงจำ เวลาพูดถึงแบรนด์ที่ชอบ หลายคนอาจไม่ได้เริ่มจากการอธิบายสเปกสินค้า แต่กลับเล่าถึงความรู้สึกที่เคยได้รับ อาจเป็นร้านที่เดินเข้าไปแล้วรู้สึกอบอุ่น กิจกรรมที่ทำให้รู้สึกสนุก หรือเวิร์กช็อปที่ทำให้เรียนรู้อะไรใหม่ ๆ นั่นเพราะสมองของมนุษย์จดจำ “อารมณ์” ได้ดีกว่าข้อมูล Experiential Marketing จึงไม่ได้พยายามบอกว่าสินค้าดีแค่ไหน แต่ทำให้ผู้บริโภคได้สัมผัสแบรนด์ด้วยตัวเอง ผ่านการมองเห็น การฟัง การสัมผัส และการมีส่วนร่วม เมื่อเกิดความรู้สึกขึ้น ความทรงจำก็เกิดขึ้นตามมา และเมื่อความทรงจำเกิดขึ้น แบรนด์ก็มีพื้นที่อยู่ในใจของผู้บริโภค ความแตกต่างสำคัญของ Experiential Marketing คือการเปลี่ยนบทบาทของลูกค้า จากเดิมที่เป็นเพียงผู้ชมโฆษณา กลายเป็นคนที่ได้ลงมือทำจริง ไม่ว่าจะเป็นการทดลองสินค้า เข้าร่วมเวิร์กช็อป เล่นกิจกรรม หรือเดินสำรวจพื้นที่ที่แบรนด์ออกแบบไว้ ทุกอย่างล้วนทำให้ผู้บริโภครู้สึกว่า ตัวเองไม่ได้ถูกขายของ แต่กำลังมีส่วนร่วมกับแบรนด์ ความรู้สึกแบบนี้มีคุณค่ามากกว่าการเห็นโฆษณาซ้ำหลายครั้ง เพราะยิ่งลูกค้ามีส่วนร่วมมากเท่าไร ความผูกพันกับแบรนด์ก็ยิ่งเพิ่มขึ้นเท่านั้น

อีกเหตุผลที่ Experiential Marketing ได้รับความนิยมคือผู้คนพร้อมแชร์ประสบการณ์ดี ๆ โดยไม่ต้องร้องขอ ในยุคของ Instagram, TikTok และ Facebook หากแบรนด์สามารถสร้างพื้นที่หรือกิจกรรมที่น่าสนใจ ผู้บริโภคจะกลายเป็นสื่อให้แบรนด์ทันที ภาพถ่าย วีดิโอหรือวิดีโอที่เกิดจากผู้ใช้งานจริง มักสร้างความน่าเชื่อถือมากกว่าโฆษณาที่แบรนด์ผลิตเอง หลายครั้งงบประมาณที่ใช้สร้างประสบการณ์เพียงครั้งเดียว สามารถสร้างการพูดถึงบนโลกออนไลน์ได้ต่อเนื่องอีกหลายสัปดาห์ นี่คือพลังของ Word of Mouth ที่เกิดขึ้นจากประสบการณ์จริง Apple เป็นตัวอย่างที่สะท้อนแนวคิดนี้ได้อย่างชัดเจน ภายใน Apple Store มีการจัดเวิร์กช็อปสำหรับผู้สูงอายุ เพื่อสอนการใช้งาน iPhone, iPad และอุปกรณ์ต่าง ๆ แบบลงมือทำจริง แม้กิจกรรมเหล่านี้จะไม่ได้เน้นการปิดการขาย แต่กลับช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ใช้งาน เมื่อผู้บริโภครู้สึกว่าการแบรนด์พร้อมช่วยเหลือและเข้าใจพวกเขา ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นก็แข็งแกร่งกว่าการสื่อสารผ่านโฆษณาเพียงอย่างเดียว Apple จึงไม่ได้สร้างแค่ลูกค้า แต่กำลังสร้างแฟนของแบรนด์ อีกตัวอย่างที่น่าสนใจคือ Adidas Flagship Store ในกรุงปารีส แบรนด์ออกแบบหน้าร้านให้มีลักษณะเหมือนกล่องรองเท้ายักษ์ จนกลายเป็นจุดถ่ายรูปของนักท่องเที่ยว ผู้คนจำนวนไม่น้อยเดินเข้าไปเพราะความแปลกใหม่ ก่อนจะใช้เวลาสำรวจร้าน ถ่ายภาพ และแชร์ลงโซเชียลมีเดีย สุดท้าย ร้านค้าไม่ได้ทำหน้าที่แค่ขายสินค้า แต่กลายเป็นพื้นที่สร้างประสบการณ์ที่ช่วยขยายการรับรู้ของแบรนด์ออกไปโดยแทบไม่ต้องซื้อสื่อเพิ่ม

(ที่มา : MarketingOops!)

บริษัท เกษมพาพาณิชย์ วันที่ 14 กันยายน 2569 เรื่อง ขอเชิญประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2569 เรียน ท่านผู้ถือหุ้นของบริษัท ด้วยคณะกรรมการของบริษัทได้มีมติให้เรียกประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2569 ในวันที่ 22 กันยายน 2569 เวลา 9:00 น. ณ สำนักงานของบริษัทฯ เพื่อพิจารณาเรื่องต่างๆ ตามระเบียบวาระดังต่อไปนี้ 1. รับรองรายงานการประชุมครั้งที่ผ่านมา 2. พิจารณาการอนุมัติการจ่ายเงินปันผลของบริษัท 3. พิจารณาเรื่องอื่นๆ (ถ้ามี) ดังนั้น จึงขอเชิญเชิญท่านผู้ถือหุ้นไปประชุมตามวันเวลา และสถานที่ดังกล่าวข้างต้น โดยพร้อมเพรียงกันด้วย จักขอบพระคุณยิ่ง ขอแสดงความนับถือ (นาย นายสุวัฒน์ สุวรรณดี) กรรมการผู้มีอำนาจลงนาม	ประกาศเลิกบริษัท ครอบครัว ทะเบียนเลขที่ 0115567015347 ขอประกาศให้ทราบโดยทั่วกันว่าที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2569 ของ ครอบครัว ได้มีมติให้เลิกบริษัทฯ นี้ ตั้งแต่วันที่ 04 กันยายน 2569 เป็นต้นไป จึงประกาศให้บรรดาลูกหนี้และเจ้าหนี้ทั้งหลายของบริษัทฯ นี้ ได้โปรดติดต่อชำระหนี้หรือยื่นคำทวงหนี้ต่อข้าพเจ้า ณ สำนักงานของผู้ชำระบัญชีเลขที่ 20/137 ต.บึงยี่โถ อ.ธัญบุรี จ.ปทุมธานี 12130 ภายในกำหนด 7 วัน นับแต่วันประกาศเป็นต้นไป ประกาศ ณ วันที่ 14 กันยายน 2569 (นางสาว กัญชลี วงษ์ทองดี) ผู้ชำระบัญชี



บริษัท บริหารสินทรัพย์ไทยเคปิตอล จำกัด (ThaCapitalRich Asset Management Co.,Ltd.)
 ที่อยู่ 14/31-34 ซอยรามอินทรา 65 แขวงท่าแร้ง เขตบางเขน กรุงเทพมหานคร 10230 โทร. 02-0931667
 Address 1431-34 SOI RAMINTRA 65 RAMINTRA RD. THA RAENG, BANGKHEU, BANGKOK 10230 TEL. 02-0931667

ที่ TCR A001/2569
ทำที่ บริษัท บริหารสินทรัพย์ไทยเคปิตอล จำกัด

วันที่ 14 กันยายน 2569

เรื่อง แจ่มโอบนิธิเรียวร้อง

เรียน นางสาว สิริกัตตะกุล ในฐานะผู้กำกับโรงเรียน บริษัท อีเจ็ท สลิส จำกัด
 วันที่ 10483 ณ บิโธแวงสถานীয় เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร ๑๐๑๐๐
 อ้างถึง คณิตศาสตร์ ฉบับนี้ ๒๕ สิงหาคม ๒๕๖๖

[illegible]

หรือ 1 พันเชือกต่อการขว้างขึ้น 1 กิโลเมตร ซึ่งคิดเป็นค่าเฉลี่ยที่ใกล้เคียงกับค่าเฉลี่ยที่ปรากฏ ในงานเขียนกล่าวถึงเป็นไปในด้านทั่วไป โดยเฉพาะได้ลงไว้ให้ท่านเป็นข้อสังเกต นอกจากนี้ เมื่อท่านจะนำเรื่องเกี่ยวกับการขว้างขึ้นมาบอกหรือเขียนเกี่ยวกับเรื่องเหล่านี้ในทางสากล ให้ท่านเขียนด้วยภาษาที่เข้าใจง่าย ๆ (เปรียบเทียบกับเรื่องที่เราได้กล่าวถึงมา) เพื่อให้ท่านสามารถเขียนได้อย่างชัดเจน

ได้ รวมทั้ง ลักษณะของพื้นที่ที่ขว้างขึ้นด้วยก็ได้ และเรื่องอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องก็เขียนเพิ่มเติมลงไปในข้อมูลที่ได้เขียนไว้

ขงข้อมูลที่มีคุณภาพขึ้นคือข้อมูลประเภทแผนที่ และแผนที่ทางอากาศ ภาพถ่ายทางอากาศ ภาพถ่ายดาวเทียม ภาพถ่ายทางอากาศเป็นประเภทและประเภทของข้อมูลประเภทนี้ โปรดจำไว้ว่า การที่จะนำข้อมูลจากแผนที่มาเขียนลงในข้อมูลดังกล่าวได้ จะต้องนำเรื่องดังกล่าวเป็น

แผนที่ที่ชัดเจนชัดแจ้ง

หนังสือฉบับนี้ ขอแจ้งให้ทราบว่ามี บริษัท บริหารสินทรัพย์ ไทยเคปิตัลวิซ จำกัด ได้รับโอนสิทธิเรียกร้องเงินคง
 ภายใต้อายุหนึ่งทศวรรษ ตามกติกาที่ยังไม่ถึงกำหนดการส่งออกและนำเข้าประเทศไทย ซึ่งเป็นไปตามพระราชกำหนด
 บริษัท บริหารสินทรัพย์ พ.ศ.๒๕๕๑

จึงเรียนมาเพื่อทราบ



AND/OR

ขอแสดงความนับถืออย่างสูง

(นายจันทร อินทรบุญสม)

ทนายความผู้รับมอบอำนาจ

ศูนย์ทนายความสิทธิประชากรได้ช่วยเหลือผู้ถูกข่มขืนและการบังคับค้าประเวณี โทร 097 219 5499 หรือเบอร์ถาษา 02 093 1667



แบบ พ.๒

หนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียน
ตามพระราชบัญญัติจดทะเบียน พุทธศักราช ๒๕๕๐

เลขทะเบียน ๘๘๘๕๖๒๘๖๐

หนังสือสำคัญนี้ออกให้ไว้เพื่อแสดงว่า บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด โดย นางสาววรรณ เดชานุวัตร
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 นางสาววรรณ เดชานุวัตร เป็นผู้พิมพ์
นางสาววรรณ เดชานุวัตร เป็นผู้โฆษณา
นางสาววรรณ เดชานุวัตร เป็นบรรณาธิการ
บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด เป็นเจ้าของกิจการหนังสือพิมพ์

ออกให้ตั้งแต่ วันที่ ๑๒ เดือน พฤษภาคม พุทธศักราช ๒๕๖๐
(ลงชื่อ)

(นางสาวกนกกร ศักดาเดช)

ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดแห่งชาติ

พนักงานเจ้าหน้าที่จดทะเบียนสำหรับจังหวัด กรุงเทพมหานคร