

6 หลักจิตวิทยาการตลาด ที่ทำให้ Content ปังหรือพัง

การตลาดที่ดีไม่เคยขึ้นอยู่กับว่าแบรนด์ใช้ Instagram, TikTok, Facebook, AI หรือเครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูลได้เก่งแค่ไหน เพราะสุดท้ายแล้ว เครื่องมือเป็นเพียงตัวช่วย แต่สิ่งที่ทำให้การตลาดทำงานจริงคือความเข้าใจว่า “คนคิดอย่างไร” ก่อนจะตัดสินใจซื้อ เชื้อ หรือเลือกแบรนด์ใดแบรนด์หนึ่ง Content ที่ดีจึงไม่ได้มีหน้าที่เพียงสร้างยอดขาย แต่ต้องทำให้คนรู้สึกบางอย่าง จดจำบางอย่าง และมีเหตุผลเพียงพอที่จะก้าวต่อไป หลักจิตวิทยา 6 เรื่องต่อไปนี้ เป็นสิ่งที่อยู่เบื้องหลัง Content จำนวนมากที่สามารถดึงดูดความสนใจและเปลี่ยนความสนใจให้กลายเป็นการตัดสินใจได้

1. FOMO ทำให้คนรู้สึกที่ไม่อยากพลาด มนุษย์ไม่ต้องการเพียงสิ่งที่จำเป็น แต่ยังต้องการสิ่งที่รู้สึก “คนอื่นกำลังได้มันไป” ร้านอาหารที่มีคนต่อคิวจึงดูน่าสนใจกว่าร้านที่ไม่มีคน แม้ยังไม่เคยลองอาหารทั้งสองร้านก็ตาม ในทางการตลาด FOMO สามารถเกิดจากจำนวนสินค้าที่จำกัด โปรโมชันที่มีระยะเวลา หรือโอกาสที่ไม่ได้มีตลอดเวลา แต่สิ่งสำคัญคือความเร่งด่วนต้องมีอยู่จริง
2. Social Proof ทำให้คนกล้าตัดสินใจ เมื่อไม่แน่ใจ คนมักมองหาหลักฐานจากคนอื่นก่อนตัดสินใจ นี่คือเหตุผลที่รีวิว ลูกคำที่ใช้งานจริง Case Study หรือจำนวนผู้ใช้ มีพลังมากกว่าการบอกว่า “สินค้าของเราดี” แบรนด์ไม่จำเป็นต้องพูดว่าตัวเองน่าเชื่อถือ หากสามารถแสดงให้เห็นว่ามีคนอื่นเชื่อถืออยู่แล้ว รีวิวจากลูกค้า ภาพการใช้งานจริง หรือเรื่องราวของคนเลือกแบรนด์ล้วนทำหน้าที่ลดความเสี่ยงในใจของผู้ซื้อ
3. ความไม่สมบูรณ์แบบ ทำให้แบรนด์ดูเป็นมนุษย์มากขึ้น ยุคหนึ่งการตลาดเชื่อว่าทุกอย่างต้องสมบูรณ์แบบ ภาพต้องสวย วิดีโอต้องผลิตอย่างมืออาชีพ และทุกข้อความต้องผ่านการวางแผนอย่างละเอียด แต่พฤติกรรมบนโซเชียลมีเดียเปลี่ยนไปมากขึ้นเรื่อย ๆ วิดีโอจากโทรศัพท์

ภาพเบื้องหลัง หรือเนื้อหาที่ไม่ปรุงแต่งเกินไป กลับสามารถสร้างความรู้สึกใกล้ชิดได้มากกว่า ความไม่สมบูรณ์แบบไม่ได้หมายความว่าคุณภาพไม่สำคัญ

4. Contrast ทำให้คนมองเห็นคุณค่าชัดเจน คนไม่ได้ประเมินราคาและคุณค่าแบบแยกออกจากบริบท แต่จะเปรียบเทียบกับสิ่งที่อยู่รอบข้างเสมอ สินค้าราคา 3,000 บาทอาจดูแพงเมื่อวางอยู่เพียงชิ้นเดียว แต่เมื่อวางอยู่ระหว่างตัวเล็ก 1,000 บาทและ 7,000 บาท ตัวเล็ก 3,000 บาทอาจกลายเป็นทางเลือกที่ดูสมเหตุสมผลทันที

5. Aesthetic Bias ทำให้คนตัดสินใจก่อนอ่านรายละเอียด มนุษย์มักตัดสินสิ่งต่าง ๆ จากสิ่งที่มองเห็นก่อนที่จะวิเคราะห์รายละเอียด เว็บไซต์ที่ออกแบบดี ภาพสินค้าที่มีคุณภาพ หรือบรรจุภัณฑ์ที่มีความพิถีพิถัน สามารถทำให้แบรนด์ถูกมองว่าน่าเชื่อถือและมีมูลค่าสูงขึ้นได้ โดยเฉพาะแบรนด์ที่ขายสินค้าไลฟ์สไตล์ ความงาม แฟชั่น อาหาร หรือของแต่งบ้าน ภาพลักษณ์ไม่ได้เป็นเพียงของตกแต่ง แต่เป็นส่วนหนึ่งของสินค้า

6. Meaning ทำให้คนจดจำแบรนด์ได้นานกว่าข้อมูล ผู้บริโภคอาจจำรายละเอียดของโฆษณาไม่ได้ แต่กลับจำได้ว่าแบรนด์หนึ่ง “ทำให้รู้สึกอย่างไร” การบอกว่ากาแฟใช้เมล็ด Arabica 100% คือข้อมูล แต่การบอกว่าเป็นกาแฟสำหรับช่วงเวลาที่ยังไม่ตื่น คือการสร้าง ความหมาย และความหมายแบบหลังมีโอกาสดูแลเป็นความทรงจำมากกว่า

เมื่อทั้ง 6 หลักทำงานร่วมกัน คอนเทนต์จะไม่ใช่เพียง Post ที่สร้างยอดขาย แต่สามารถกลายเป็นระบบการตลาดขนาดเล็กได้ในตัวเอง ตั้งแต่การดึงดูดความสนใจ สร้างความน่าเชื่อถือ ทำให้เห็นคุณค่า ไปจนถึงการสร้างผลลัพธ์ให้คนลงมือทำ

(ที่มา : MarketingOops!)



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

