

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 ☐ แดกประเด็นเป็นคลิปลั่นหรือโพสต์ย่อย Content หนึ่งชิ้นจึงไม่ได้สร้างการมองเห็นครั้งเดียว แต่ทำงานต่อเนื่องในหลายพื้นที่

Visibility Loop แบบที่ 2: Social Media + Retargeting + Familiarity หลายคนคิดว่าการโพสต์โซเชียลคือการหา Reach แต่จริง ๆ แล้วคุณค่าที่สำคัญกว่าคือ “การสร้างความคุ้นเคย” เมื่อมีคนเห็นแบรนด์ซ้ำ ๆ สมองจะเริ่มจดจำ และเมื่อถึงวันที่ต้องการซื้อสินค้าในหมวดนั้น แบรนด์ที่คุ้นที่สุดมักถูกเลือกก่อน Loop นี้ทำงานง่ายมาก โพสต์ Content สลับบน Social Media ☐ พาคนกลับเข้าเว็บไซต์หรือ Newsletter ☐ ให้ระบบแพลตฟอร์มเรียนรู้ว่าคนไหนสนใจแบรนด์คุณ ☐ แบรนด์เริ่มถูกแนะนำซ้ำในหลายพื้นที่ นี่คือเหตุผลว่าทำไมบางแบรนด์ดูเหมือน “อยู่ทุกที่” ทั้งที่จริงอาจโพสต์ไม่เยอะ

Visibility Loop แบบที่ 3: Community + Mentions + Referral

Loop ที่ทรงพลังที่สุดในยุคนี้อาจไม่ใช่ Algorithm แต่คือ “การถูกพูดถึงโดยคนอื่น” เมื่อมีคนแนะนำแบรนด์คุณใน Community, Group Chat, Discord หรือวงสนทนาเฉพาะทาง ความน่าเชื่อถือจะสูงกว่าการยิงโฆษณาหลายเท่า เพราะคนเชื่อ “คำแนะนำจากคนจริง” ยิ่งเป็น Community เล็ก แต่มีคุณภาพสูง ผลลัพธ์ที่ยิ่งทรงพลัง ตัวอย่างเช่น มีคนถามหาผู้เชี่ยวชาญด้าน Branding ☐ สมาชิกในกลุ่มแนะนำชื่อคุณ ☐ คนใหม่กดเข้าไปอ่านบทความ ☐ สมัคร Newsletter ☐ แชร์ต่อให้คนอื่น นี่คือ Organic Visibility ที่เกิดจากความเชื่อใจ ไม่ใช่แค่ Reach

Visibility Loop แบบที่ 4: Research + Collaboration + Authority นี่คือ Loop ระดับสูงที่ใช้เวลามากที่สุด แต่สร้าง Brand Authority ได้มหาศาล แบรนด์ที่มีข้อมูลเฉพาะของตัวเองจะได้เปรียบมากในยุค AI เพราะสิ่งที่ AI สร้างไม่ได้ง่าย ๆ คือ “ข้อมูลต้นฉบับ”

(ที่มา : MarketingOops!)



ประกาศสำนักงานคณะกรรมการกำกับกิจการพลังงาน
เรื่อง การรวมกิจการระหว่าง บริษัท สลิตไฟฟ้า จำกัด (มหาชน)
กับ บริษัท เพทวอร์ โกลด์ส์ (ประเทศไทย) จำกัด

ด้วย บริษัท สลิตไฟฟ้า จำกัด (มหาชน) (บจ. สลิตไฟฟ้า) มีสำนักงานใหญ่อยู่เลขที่ ๒๒๒ อาคารเอ็กโก ชั้นที่ ๑๔, ๑๕ ถนนพหลโยธิน แขวงทุ่งสองห้อง เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร รหัสไปรษณีย์ ๑๐๒๒๐๐ ซึ่งเป็นผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการพลังงานตามพระราชบัญญัติการประกอบกิจการพลังงาน พ.ศ. ๒๕๕๐ และเป็นผู้มีอำนาจควบคุมผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการพลังงาน จำนวน ๑๖ บริษัท ขนาดกิจการผลิตพลังงาน ๕,๕๒๗.๕๔๕ เมกะวัตต์ รายละเอียดปรากฏตามเอกสารหมายเลข ๑ แนบท้ายประกาศนี้ ประกาศจะเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการถือหุ้นในผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการพลังงาน จำนวน ๒ ราย ได้แก่ บริษัท บ้านโป่ง พูทีลีส จำกัด (บจ. บ้านโป่ง) และบริษัท คลองหลวง พูทีลีส จำกัด (บจ. คลองหลวง) โดย บมจ. สลิตไฟฟ้า เป็นผู้ถือหุ้นโดยตรงใน บจ. บ้านโป่ง และ บจ. คลองหลวง ในอัตราส่วนร้อยละ ๑๐๐

บริษัท เพทวอร์ โกลด์ส์ (ประเทศไทย) จำกัด (บจ. เพทวอร์) มีสำนักงานใหญ่อยู่เลขที่ ๓๔๔ อาคารเอ็กเจเน ทาวเวอร์ ชั้น ๒๐ ห้องเลขที่ ๒๐๐๓ ถนนสุขุมวิท แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร รหัสไปรษณีย์ ๑๐๑๑๐ ซึ่งเป็นผู้มีอำนาจควบคุมผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการพลังงาน จำนวน ๑๐ บริษัท ขนาดกิจการผลิตพลังงานรวม ๕,๓๔๔.๕๒๒ เมกะวัตต์ รายละเอียดปรากฏตามเอกสารหมายเลข ๒ แนบท้ายประกาศนี้ มีความประสงค์จะเข้าถือหุ้นใน บจ. บ้านโป่ง และ บจ. คลองหลวง จาก บจ. สลิตไฟฟ้า ในอัตราส่วนร้อยละ ๔๔ ส่งผลให้ บจ. เพทวอร์ มีฐานะเป็นผู้มีอำนาจควบคุมผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการพลังงานเพิ่มขึ้นจำนวน ๒ บริษัท รวมทั้งหมด ๑๒ บริษัท ขนาดกิจการผลิตพลังงานรวม ๕,๖๐๗.๙๒๒ เมกะวัตต์

การเข้าถือหุ้นของ บจ. เพทวอร์ จึงเข้าเป็นกรรมกรกิจการตามความหมายของระเบียบ กพ. ว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการรวมกิจการและถือหุ้นในกิจการพลังงาน พ.ศ. ๒๕๖๕ โดยสำนักงานคณะกรรมการกำกับกิจการพลังงาน (สำนักงาน กพ.) ได้ตรวจสอบคุณสมบัติผู้ร่วมกิจการดังกล่าวแล้ว เห็นว่า เป็นผู้มีความเหมาะสมจะเข้าเป็นกรรมกรกิจการร่วมกิจการพลังงาน ว่าด้วยการจัดระเบียบอนุญาตและการอนุญาตประกอบกิจการพลังงาน พ.ศ. ๒๕๕๑ และที่แก้ไขเพิ่มเติม

ทั้งนี้ เพื่อให้เป็นไปตามระเบียบคณะกรรมการกำกับกิจการพลังงานว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการรวมกิจการและถือหุ้นในกิจการพลังงาน พ.ศ. ๒๕๖๕ สำนักงาน กพ. จึงขอประกาศให้ทราบโดยทั่วกัน โดยให้ประชาชนและผู้ที่เกี่ยวข้องได้รับผลกระทบ สามารถแสดงความคิดเห็นต่อคณะกรรมการด้านใบอนุญาต การประกอบกิจการพลังงานดังกล่าวได้ที่ใบอนุญาตการประกอบกิจการพลังงาน สำนักงาน กพ. เลขที่ ๑๑๔

/ อาท...

๒๒๒

- ๒ -

อาคารจัตุรัสจามจุรี ชั้น ๑๔ ถนนพหลโยธิน แขวงทุ่งนพวัน กรุงเทพมหานคร รหัสไปรษณีย์ ๑๐๓๓๐
หรือโทรศัพท์ ๐ ๒๖๐๗ ๓๘๐๖ หรือ www.erc.or.th ภายใน ๑๕ วัน นับแต่วันที่ยกประกาศเป็นต้นไป

ประกาศ ณ วันที่ ๙ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๖๙

นายสุเทพ วัฒนศิริสมบัติ (นายสุเทพ วัฒนศิริสมบัติ)

เลขาธิการสำนักงานคณะกรรมการกำกับกิจการพลังงาน

๒๒๒



เลขทะเบียน ๙๙๙ ๙๙๙ ๙๙๙๐



พนักงานเจ้าหน้าที่จัดแจ้งการพิมพ์สำหรับจังหวัด กรุงเทพมหานคร