



“คูลินซีเอ็ม” งดกลยุทธ์ 360 องศา Engagement รักษาแชมป์หน้าปัดวิทยุต้นยอดทะเล 690 ล้าน

“ผู้บริหารคูลินซีเอ็ม” วิทยุยังเป็นสื่อที่เข้าถึงคนทำงานได้ดีที่สุด เผยใช้กลยุทธ์ 360 องศา Engagement บุกเต็มสูบ ใจป่าทุ่มงบลงทุน 20 ล้านบาทรองรับยุคดิจิทัล ขณะที่อัดฉีดงบทำการตลาดกว่า 100 ล้านบาทลุยกิจกรรมทั้งปี พร้อมเล็งผนึกพันธมิตรธุรกิจเพลงจัดกิจกรรม COOLISM Camp ดึงกำไรสู่สังคมเขี้ยววงการหน้าปัดวิทยุ มั่นใจรักษาแชมป์คลื่นเพลงเพราะต่อเนื่อง 12 ปีซ้อน คาดสิ้นปีนี้กำไรรายได้ 690 ล้านบาท เติบโต 20% จากปีก่อน

คุณสุธี ฉัตรรัตนกุล กรรมการผู้จัดการ บริษัท คูลินซีเอ็ม จำกัด ผู้บริหารคลื่นคู่ ฟาเรนไฮต์ 93 และคู่ เซลเซียส 91.5 กล่าวว่า แม้การเกิดขึ้นของสื่อใหม่ๆ จะส่งผลกระทบต่อการใช้ของสื่อดั้งเดิมแต่ก็ไม่ได้เป็นอุปสรรคต่อสื่อวิทยุ เนื่องจากการเกิดขึ้นของอินเทอร์เน็ตกลับเพิ่มประสิทธิภาพให้วิทยุยังเป็นเพียงสื่อเดียวในขณะนี้ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มคนทำงานในช่วงเวลาทำงานได้ดีที่สุด จากพฤติกรรมการรับฟังเดิมที่สามารถรับฟังจากวิทยุเท่านั้น ส่วนปัจจุบันสามารถเลือกรับฟังผ่านช่องทางใหม่ๆ ได้หลากหลายมากขึ้น อาทิเช่น ทางสมาร์ตโฟนผ่านแอปพลิเคชัน ทางคอมพิวเตอร์ผ่านเว็บไซต์ เป็นต้น ดังนั้น ทิศทางการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ หลังจากประสบความสำเร็จเป็นอย่างดีจากการรีแบรนด์เป็นคูลินซีเอ็มในปีที่ผ่านมา คือ จะยังคงปรับตัวให้สอดคล้องกับภาวะตลาดข้างต้นตลอดเวลาเช่นเดียวกับปีก่อนๆ ซึ่งถือเป็นแนวทางที่ชานรับกับบริษัทฯ แม้ คือ บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) ที่เพิ่งประกาศก้าวสู่ Media Revolutionist 2014 ผู้ปฏิวัติวงการสื่อ

โดยบริษัทฯ เตรียมใช้งบทำการตลาดประมาณกว่า 100 ล้านบาท เพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างแบรนด์คูลินซีเอ็มกับฐานผู้ฟังกลุ่มเดิมให้แน่นแฟ้นมากยิ่งขึ้น ขณะเดียวกันก็เพื่อขยายฐานไปยังผู้ฟังกลุ่มใหม่ให้เข้ามาเป็นสาวกของแบรนด์คูลินซีเอ็ม ภายใต้กลยุทธ์ 360 องศา Engagement ซึ่งบริษัทฯ เตรียมใช้งบลงทุนประมาณ 20 ล้านบาท สำหรับพัฒนาเทคโนโลยีการกระจายเสียงระบบออนไลน์ต่อเนื่องจากปีก่อน โดยเฉพาะช่องทางรับฟังสมาร์ตโฟนผ่านแอปพลิเคชันและคอมพิวเตอร์ผ่านเว็บไซต์ที่ได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อยๆ รวมถึงสำหรับสร้างสตูดิโอออกอากาศใหม่ เพื่อรองรับการเข้าสู่ยุคดิจิทัลเต็มตัวเนื่องจากปีนี้จะมีการออกอากาศทีวี่ดิจิทัลเป็นครั้งแรกในเมืองไทย

สำหรับกลยุทธ์การทำตลาดของคลื่นคู่ ฟาเรนไฮต์ 93 จะใช้กลยุทธ์ CRM เพื่อรักษาความสัมพันธ์กับผู้ฟังและเป็นผู้นำตลาดคลื่นเพลงเพราะอันดับ 1 ต่อเนื่องเป็นปีที่ 12 โดยยังคงใช้กิจกรรมทางการตลาดที่เป็นสัญลักษณ์



โดดเด่นของคลื่นเป็นตัวขับเคลื่อน อาทิเช่น การจัดกิจกรรมคุณ เข้าที่ติ่ง ที่ยกพลชาวออฟฟิศไปวิ่งร่ากับสถานที่สุดฮิปกับคุณเจคนโปรด, กิจกรรมอึ้งค์ อีท ออล อะรवादที่ได้นักชิมลิ้นทองคำอย่างอึ้งค์ ม.ล.ภาสันต์ สวัสดิวัตน์ อาสาพาทะเลลอนทัวร์ไปชิมความอร่อยกับอาหารหลากหลาย, กิจกรรมคุณ พีริวิเลจ ที่มอบส่วนลดพิเศษจากพันธมิตรทางธุรกิจชั้นนำมากมาย เพื่อความสุขมูลค่าเพิ่มให้กับผู้ฟัง เป็นต้น

ส่วนกลยุทธ์การทำตลาดของคลื่นคุณ เซลเซียส 91.5 เนื่องจากยังเป็นคลื่นน้องใหม่จึงเลือกใช้กลยุทธ์การสร้าง Brand Awareness ผ่านแบรนด์สีส้มซึ่งเป็นสีประจำคลื่น เพื่อมุ่งสร้างการรู้จักและทำให้เกิดการจดจำในวงกว้างมากยิ่งขึ้น โดยเตรียมจัดกิจกรรม COOL Celsius Day เดินสายโรดโชว์ไปยังอาคารสำนักงานต่างๆ ทั่วกรุงเทพฯ ทุกวันพฤหัสบดี เพื่อปลุกพลังให้แก่คนทำงานที่อาจจะเริ่มเหนื่อยล้าหลังจากที่ทำงานติดต่อกันมาถึง 4 วันก่อนจะถึงวันศุกร์วันสุดท้ายของสัปดาห์ รวมถึงในช่วงปลายปีเตรียมจัดอีเวนต์ใหญ่ชื่อ COOL Celsius Christmas Fest ภายใต้ธีมคริสต์มาสสีส้มครั้งแรกของโลก

ทั้งนี้ ตั้งเป้าสิ้นปีนี้มีรายได้อยู่ที่ 690 ล้านบาท คิดเป็นอัตราเติบโต 20% เมื่อเทียบกับปีก่อนที่มีรายได้ตามเป้าที่วางไว้ 500 ล้านบาท โดยมีปัจจัยเติบโตมาจากความแข็งแกร่งของแบรนด์คุณ ฟาเรนไฮต์ 93 ที่สามารถครองความเป็นผู้นำตลาดคลื่นเพลงเพราะอันดับ 1 ต่อเนื่องเป็นปีที่ 12 ทำให้ปีนี้มีกำไรปรับอัตราค่าโฆษณาเพิ่มขึ้นอีก 20% จากปีก่อน ขณะที่แบรนด์คุณ เซลเซียส 91.5 เป็นที่รู้จักและจดจำในวงกว้างมากขึ้นจึงน่าจะเห็นผลเติบโตของการขายโฆษณาในปีนี้นั่นเอง

นอกจากนี้ บริษัทฯ เตรียมจับมือกับค่ายเพลงซึ่งเป็นพันธมิตรร่วมในกลุ่มธุรกิจด้านเสียงทั้งค่ายเพลงไทยและเพลงสากล เพื่อจัดกิจกรรม COOLISM Camp ในรูปแบบเวิร์คช็อปผสมความบันเทิง โดยมุ่งถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ในการบริหารธุรกิจสื่อวิทยุให้ประสบความสำเร็จในยุคดิจิทัล ให้แก่นิสิตนักศึกษาคณะนิเทศศาสตร์ คณะวารสารศาสตร์ รวมถึงคณะมนุษยศาสตร์ สาขาวิชาสื่อสารมวลชน ตามมหาวิทยาลัยต่างๆ ได้เรียนรู้และสัมผัสประสบการณ์โดยตรง ในลักษณะเวิร์คช็อปจากเหล่าบุคลากรมืออาชีพที่ไม่มีสอนในห้องเรียน ถือเป็นกิจกรรมที่นอกจากเพื่อคืนกำไรสู่สังคมแล้ว ยังสามารถช่วยขยายฐานไปยังผู้ฟังกลุ่มใหม่ที่เป็นนิสิตนักศึกษา จากปัจจุบันบริษัทฯ มีฐานผู้ฟังที่แข็งแกร่งในกลุ่มคนทำงานอยู่แล้ว