

บทคัดย่อ

ชื่อวิชาการค้นคว้าอิสระ	การสื่อสารการตลาดออนไลน์เพื่อดึงดูดใจ และปฏิริยาตอบรับของผู้รับสารของเน็ตฟลิกซ์ไทยแลนด์
ชื่อผู้เขียน	จุฑามาศ ชมนนา
ชื่อปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์และนวัตกรรม)
ปีการศึกษา	2562

การศึกษาเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์ คือ 1) วิธีการสื่อสารการตลาดดิจิทัลบนสื่อสังคมออนไลน์ของเน็ตฟลิกซ์ไทยแลนด์ 2) เพื่อศึกษารูปแบบที่ใช้นำเสนอเนื้อหา 3) เพื่อศึกษาความน่าดึงดูดใจของลักษณะเนื้อหาของเน็ตฟลิกซ์ไทยแลนด์ 4) ศึกษาปฏิริยาตอบรับที่ได้รับจากการสื่อสารเพื่อการโปรโมทจากช่องทางบนสื่อสังคมออนไลน์ของเน็ตฟลิกซ์ไทยแลนด์ โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยทำการเก็บข้อมูลด้วยการศึกษาเอกสาร (Documentary Research) และทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ผ่านตารางลงรหัสข้อมูล (Coding Sheet) ในการเก็บตัวอย่างเฉพาะบนสื่อสังคมออนไลน์ของเน็ตฟลิกซ์ไทยแลนด์ 4 ช่องทาง ได้แก่ เฟซบุ๊ก ยูทูป ทวิตเตอร์ และอินสตาแกรม รวมทั้งสิ้น 217 โพสต์ ระยะเวลาตั้งแต่วันที่ 1 - 31 มกราคม พ.ศ.2563

ผลการวิจัยพบว่า ในขอบเขตของงานวิจัยครั้งนี้เน็ตฟลิกซ์ไทยแลนด์ได้มีการใช้เครื่องมือทางการตลาดออนไลน์ คือ การตลาดดิจิทัล เป็นการสื่อสารการตลาดทางตรง (Direct marketing) บนสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) 4 ช่องทาง โดยตลาดดิจิทัลเป็นการนำเสนอเนื้อหาผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเน็ตฟลิกซ์ไทยแลนด์ เป็นการนำเสนอสารเพื่อโปรโมทภาพยนตร์ เป็นเครื่องมือสื่อสารทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพมาก เนื่องจากผู้บริโภคสามารถรับสาร ร่วมสนุก รวมถึงการมีปฏิสัมพันธ์ที่ทุกเวลาผ่านสื่อสังคมออนไลน์ทั้ง 4 ช่องทางได้ในขณะนั้น

(4)

โดยส่วนของผลการวิจัยการนำเสนอรูปแบบและเนื้อหาผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับ ปฏิกริยาตอบรับ (Engagement) จากผู้รับสาร สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านประเภท รูปแบบ 2) ด้านลักษณะเนื้อหา พบว่ารูปแบบที่มีการนำเสนอและปฏิกริยาตอบรับเฉลี่ยสูงสุด คือ ประเภทวิดีโอ เนื่องจากแสดงผลเป็นภาพเคลื่อนไหว เข้าใจง่าย สร้างความน่าสนใจของเนื้อหาได้ หลากหลายผ่านรูปแบบวิดีโอ และด้านลักษณะเนื้อหา พบว่าเนื้อหาที่มีการนำเสนอและปฏิกริยาตอบรับเฉลี่ยสูงสุด คือ ภาพยนตร์ตัวอย่าง โดยมีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์ หรือซีรีส์เป็นหลัก โดยการนำเสนอผ่านรูปแบบวิดีโอเป็นส่วนใหญ่ เป็นการให้ข้อมูล รายละเอียด เพื่อดึงดูดผู้รับสาร ให้สนใจ ติดตามชม และใช้บริการบนแพลตฟอร์มของเน็ตฟลิกซ์ต่อไป

ABSTRACT

Title Independent Study	Digital marketing communication to Attractive and Engagement of the NETFLIX THAILAND's audiences
Author	Jutamas Yommana
Degree	Master of Arts (Communication Arts and Innovation)
Year	2019

The objectives of this research are: 1) to study the Digital marketing communication method of Netflix Thailand 2) to study the presentation pattern for media content promotion 3) to examine the type of communication through each social media platform 4) to study the engagement of the contents published in each channel of Netflix Thailand. The study methodology was qualitative research and data collected by conducting documentary research and coding sheet as a tool for contents analysis for four specific cases on Netflix Thailand's social media platforms including Facebook page, YouTube, Twitter, and Instagram with total of 217 posts during January 1st-30th, 2020.

The results from scope of study illustrated that the most effective Digital marketing communication practices that Netflix Thailand used is Direct marketing. Which Direct marketing is the tool to promote online content and communicate to users on Netflix Thailand's social media account. Moreover, it is the most effective marketing communication tool because the receivers can interact and enjoy the campaign together at anytime and anywhere.

As a result, this research found that the formats and contents for promoting on social media official account that received user engagement has two perspectives: 1) the type of formats 2) the

(6)

type of content. Focused on platform aspect, the highest interaction platform is video promotion because it presents in motion which is easy to understand and can create interesting content for consumers. For content aspect, the results from the research is that the three highest interaction and user engagement are Trailer of movie. Most of the contents related to movies or series which engage to video formats. This platform also promoted and attracted more users by providing detailed and information about contents and program available on Netflix and pursue the new receiver to use the Netflix's platform.