



LIVE RICH



influencer

สร้างตัวตนให้ทรงอิทธิพลในโลกโซเชียล



พิมพ์เขียวในการสร้างรายได้ สำหรับคอนเทนต์ครีเอเตอร์ทุกคน

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ห้องสมุดสาขาโชติเวช

ANY HENNESSY

แปลโดย สุกุลยา วีระเดชาพล



201021162

คำนำสำนักพิมพ์

เมื่อโซเชียลมีเดียและสังคมออนไลน์ได้กลายเป็นช่องทางอันดับต้น ๆ สำหรับการทำการตลาดในยุคปัจจุบัน เราจึงได้เห็นอาชีพเกิดใหม่อย่าง “อินฟลูเอนเซอร์” ขึ้นมามีบทบาทและได้รับความสนใจจนเป็นที่จับตามอง หลากหลายวิธีวัดบทความ คลิปวิดีโอ และเนื้อหาต่าง ๆ มากมาย ถูกเผยแพร่ลงบนโลกโซเชียลในแต่ละวันเพื่อสื่อสารกับผู้บริโภค และในขณะเดียวกันก็เข้าถึงแบรนด์และผู้ผลิตสินค้าต่าง ๆ ด้วย

แม้จะมีอินฟลูเอนเซอร์เกิดขึ้นแล้วมากมาย แต่ประตูแห่งโอกาสสำหรับเส้นทางอาชีพนี้ยังคงเปิดกว้าง พร้อมรับคนหน้าใหม่ที่ก้าวขึ้นมาเป็นมืออาชีพในสายงานดังกล่าวอีกมาก คำถามของบรรดามีใหม่หรือคนที่เริ่มสนใจในอาชีพอินฟลูเอนเซอร์คงจะหนีไม่พ้น “ฉันจะเริ่มจากตรงไหน?” “ต้องทำอะไร?” “ไปต่ออย่างไรและแบบไหนดี?” และแน่นอนว่าหนึ่งในสิ่งที่หลายคนอยากรู้คือ “ทำอะไรให้อาชีพนี้มั่นคงและเลี้ยงตัวเองได้?”

หนังสือ “Influencer สร้างตัวตนให้ทรงอิทธิพลในโลกโซเชียล” เล่มนี้ จะพาคุณท่องผ่านประสบการณ์ของบริตทานีย์ เฮนเนสซี ผู้เขียนซึ่งคร่ำหวอดอยู่ในวงการสื่อที่ต้องร่วมงานกับอินฟลูเอนเซอร์และบุคคลที่มีความ

เกี่ยวข้องกับสายอาชีพพวกเขาเหล่านั้นอยู่ตลอดเวลา ประสบการณ์ของเธอที่
 กลั่นกรองและบอกกล่าวอยู่ในหนังสือเล่มนี้ เป็นเสมือนคู่มือแนะแนวฉบับละเอียด
 จนเรียกได้ว่าแทบจะจับมือทำสำหรับผู้สนใจและอยากก้าวขึ้นมาอยู่บนเส้นทางของ
 การเป็นอินฟลูเอนเซอร์ ไล่เรียงไปที่ละขั้นตอนตั้งแต่การเริ่มสร้างช่องทางของตนเอง
 ดึงดูดผู้ติดตาม สร้างอัตลักษณ์และปั้นแบรนด์ของตัวเองให้โดดเด่นและแตกต่าง
 ไปจนถึงการทำเงินจากขนาดของชุมชนผู้ติดตามและอิทธิพลบนโลกโซเชียลที่คุณมี
 หรือแม้กระทั่งการวางตัวที่พึงปฏิบัติเมื่อต้องร่วมงานกับแบรนด์ผู้ว่าจ้างเพื่อ
 การโฆษณาต่าง ๆ

หากการสร้างเนื้อหาดี ๆ มีผู้คนคอยให้ความสนใจติดตาม และได้รับการ
 ยอมรับในฐานะที่เป็น “อินฟลูเอนเซอร์” เป็นอีกหนึ่งสิ่งที่คุณกำลังสนใจหรืออยาก
 ก้าวเข้ามาเป็นมืออาชีพ เราขอแนะนำให้คุณไว้วางใจในประสบการณ์ที่ถ่ายทอด
 อยู่ในหนังสือเล่มนี้ และค่อย ๆ เริ่มลงมือทำไปที่ละน้อย เพื่อบรรลุสู่เป้าหมาย
 แห่งการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดดังที่คุณตั้งใจ

สำนักพิมพ์ลีฟริช

ร่วมสร้างสรรค์สังคมนักอ่าน

ผู้มั่งคั่ง รวยทรัพย์ และรวยสุข

คำนำผู้แปล

ความคิดแรกที่ผุดขึ้นตอนที่ได้เห็นหนังสือเล่มนี้ คือ มีอาชีพแบบนี้ในโลกด้วยจริงหรือ? และผู้คนกลุ่มอาชีพนี้เขาทำอะไรกัน เป็นคำถามถัดมาที่ชวนให้คิดพอได้อ่านบทนำ ผู้เขียนยังล่ำทับอีกว่า อาชีพนี้สามารถสร้างรายได้อย่างมหาศาลอีกด้วย จึงเป็นที่มาให้ผู้แปลมีความสนใจที่จะแปลหนังสือดังกล่าวให้คนไทยได้เข้าใจถึงอาชีพอินฟลูเอนเซอร์ ซึ่งมีมานานมากแล้วในต่างประเทศ และปัจจุบันมีคนส่วนใหญ่ยึดอาชีพนี้ในการหล่อเลี้ยงชีวิตตนเองและครอบครัวได้อย่างแท้จริง

อินฟลูเอนเซอร์ หรือผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด เปรียบเสมือนผู้ที่มีแม่เหล็กดึงดูดความสนใจของผู้คน และมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคอย่างสูงในยุคแห่งโซเชียลมีเดีย ผู้แต่งหนังสือเล่มนี้มีความเชี่ยวชาญและชั่วโมงบินที่สูงผ่านประสบการณ์มากมายตั้งแต่การค้นหาอินฟลูเอนเซอร์ที่มีคุณสมบัติและบุคลิกที่ตรงและตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าที่ต้องการขายสินค้า บริการ โดยการนำเสนอสินค้าหรือบริการผ่านอินฟลูเอนเซอร์เหล่านี้ จนถึงขั้นตอนการทำสัญญา รวมถึงประสบการณ์ที่ผู้เขียนได้พบเจอจากอินฟลูเอนเซอร์ที่มีความหลากหลายและมีเทคนิคแพรวพราวมากมาย ซึ่งเป็นข้อควรระวังเพื่อให้เป็นความรู้สำหรับผู้สนใจอยากเป็นอินฟลูเอนเซอร์ในอนาคต

ขณะนี้ประเทศไทยมีอินฟลูเอนเซอร์อยู่พอสมควร จากแหล่งข้อมูลอ้างอิง
 แวดวงการตลาดเริ่มชี้ชัดว่า อินฟลูเอนเซอร์ กำลังเป็นตัวขับเคลื่อนและมีอิทธิพล
 อย่างสูงต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค บริษัทเอเจนซีและองค์กรมากมายได้ปรับ
 กลยุทธ์และหันมาใช้อินฟลูเอนเซอร์เพื่อขับเคลื่อนยอดขายอย่างมีนัยสำคัญ

หลาย ๆ คนอาจจะไม่รู้และไม่คิดมาก่อนว่าตนเองเป็นอินฟลูเอนเซอร์
 ยังไม่รู้วิธีบริหารจัดการฐานผู้ติดตามเพื่อสร้างรายได้เพิ่ม หนังสือเล่มนี้จะเป็น
 แสงสว่างที่จะชี้ทางให้คุณได้ประโยชน์จากผู้เขียนซึ่งมีประสบการณ์ในการดูแลเหล่า
 อินฟลูเอนเซอร์โดยตรง ขอบอกเลยว่า คุณจะวางมันไม่ลง เพราะผู้เขียนได้ถอดรหัส
 ความรู้และประสบการณ์จริงถ่ายทอดลงในหนังสือเล่มนี้ให้คุณได้เรียนรู้เรื่องราว
 ต่าง ๆ ในฐานะผู้แปล ขอส่งมอบผลงานหนังสือเล่มนี้เพื่อเปิดโลก และอยากให้
 ผู้อ่านลองเปิดใจไปกับเนื้อหาในหนังสือเล่มนี้ด้วยความละเอียดละไม เพื่อนำมา
 ปรับใช้ต่อยอดให้เกิดประโยชน์ในการทำงาน ในชีวิตของผู้อ่านอย่างเหมาะสม
 และขอให้สนุกกับการอ่านหนังสือเล่มนี้

สุกุลยา วีระเดชาพล

สารบัญ

อารัมภบท	10
บทนำ	15
ส่วนที่ 1 สร้างชุมชนของคุณ	
บทที่ 1 หน้าฟีด	24
คุณจะทำโทนและสร้างเนื้อหาที่ยอดเยี่ยมได้อย่างไร?	
บทที่ 2 ผู้ติดตาม	53
วิธีทำให้คนติดตามและมีส่วนร่วมกับคุณ	
ส่วนที่ 2 ปับแเบรนต์ของคุณ	
บทที่ 3 นำสมัย	75
คุณโตดเด่นจากฝูงชนอย่างไร?	
บทที่ 4 สื่อ	93
คุณจะทำให้เว็บไซต์และแเบรนต์ต่าง ๆ มองเห็นคุณได้อย่างไร?	

ส่วนที่ 3 การสร้างรายได้จากการเป็น

อินฟลูเอนเซอร์

บทที่ 5 เงิน 119

คุณมีค่าเท่าไรและคุณจะได้มันได้อย่างไร?

บทที่ 6 สัญญา 142

คุณจะถอดรหัสภาษากฎหมายอย่างไร?

บทที่ 7 ตัวแทน 165

คุณรู้ได้อย่างไรถึงเวลาที่คุณพร้อมแล้ว

และคุณจะหาตัวแทนสักคนได้จากที่ไหน?

ส่วนที่ 4 วางแผนอนาคตของคุณ

บทที่ 8 เป้าหมาย 184

คุณจะเตรียมตัวเพื่อก้าวสู่ขั้นต่อไปอย่างไร?

บทสรุป 199

อภิธานศัพท์ 206

คำขอบคุณ 218

บทนำ

มาเริ่มต้นกันด้วยคำถามที่สำคัญว่า แท้จริงแล้วอินฟลูเอนเซอร์คืออะไร และทำไมพวกเขาถึงสำคัญ โดยทั่วไปอินฟลูเอนเซอร์ก็คือใครบางคนที่มีอิทธิพล ฉันรู้ว่ามันไม่ได้ช่วยอะไรกับการแค่แปลความหมายของคำโดยใช้คำเดิม แต่บางครั้งสิ่งต่าง ๆ มันก็เรียบง่ายแบบนั้นจริง ๆ การตลาดแบบปากต่อปากไม่ใช่เรื่องใหม่ และมันอาจเป็นแรงผลักดันที่อยู่เบื้องหลังพฤติกรรมของการบริโภคของคุณ ไม่ว่าจะเป็นการซื้อสินค้า การดูรายการโชว์ หรือดาวน์โหลดแอปพลิเคชัน

แต่ในโลกดิจิทัลปัจจุบัน คำว่า “อินฟลูเอนเซอร์” โดยส่วนใหญ่ใช้อ้างอิงถึงใครบางคนที่มีอิทธิพลผ่านช่องทางดิจิทัลของตัวเอง หรือที่บางคนชอบเรียกว่า “เนื้อหาแห่งภาพลักษณ์ (Social Currency)” ไม่ว่าจะจะมีคนติดตามมากมาย หรือมีส่วนร่วมกับเธอในระดับสูง เมื่อเธอพูด พวกผู้ติดตามคล้อยตาม และพวกเขาซื้อสินค้า ซึ่งสำคัญต่อแบรนด์ที่สุด

สองสามปีที่ผ่านมา การตลาดแบบใช้อินฟลูเอนเซอร์เฟื่องฟูมาก และคำว่า “อินฟลูเอนเซอร์” หมายถึงทุก ๆ คน หรือบรรดาแม่ ๆ ที่มีบล็อก วิดีโอ หรือบัญชีผู้ใช้งานบนอินสตาแกรม มันถูกใช้เพื่ออธิบายทุกคน ทุกสิ่ง บ่อยเสียจนคำว่า “อินฟลูเอนเซอร์” นั้นเป็นคำที่มีมลทิน นั่นทำให้ฉันใจสลาย เพราะการตลาดแบบใช้อินฟลูเอนเซอร์ไม่ใช่เรื่องเลวร้าย มันเป็นเพียงความเข้าใจที่ผิด เป็นความเข้าใจผิดที่น่าเศร้าเหลือเกิน

นิตยสารนิวยอร์ก ไทมส์ ได้ตีพิมพ์บทความเกี่ยวกับอินฟลูเอนเซอร์ และได้ใช้คำนี้เป็นพัน ๆ ครั้งในการพูดถึงเคนดัล เจนเนอร์, เซลีน่า โกเมซ และกิกี้ ฮาดิด ผู้ซึ่งเป็นอินฟลูเอนเซอร์ในทางเทคนิคเนื่องจากมีคนติดตามเป็นล้าน ๆ คน แต่จริง ๆ แล้วพวกเขาเป็นเซเลบริตีที่โด่งดังมาก ซึ่งห่างไกลเหลือเกินจากวิถีที่เรามองผู้สร้างเนื้อหาสักคนที่มีผู้ติดตามจำนวนเดียวกัน หนึ่งในเหตุผลในมุมมองที่แตกต่างคือวิถีที่พวกเขาขึ้นมาเมื่ออิทธิพลทางความคิด ผู้สร้างเนื้อหาต้องถ่ายวิดีโอถ่ายภาพ และโพสต์สิ่งที่ทำให้ผู้คนอยากเชื่อถือและได้เห็นเนื้อหาเธอมากขึ้น เธอต้องใช้ชั้นเชิงด้านการตลาดเพื่อเพิ่มจำนวนของผู้ชมและทำให้ผู้ชมติดตาม เธอต้องปรับเนื้อหาสำหรับแต่ละแพลตฟอร์ม เพราะอะไรที่ใช้ได้กับยูทูบอาจไม่เหมาะกับอินสตาแกรม เซลเบรุ่มเก่าสร้างชื่อเสียงโดยการทำกิจกรรมต่าง ๆ แบบออฟไลน์ (นักร้อง/นักแสดง/นักกีฬา/นางแบบ) และอิทธิพลนั้นก็ติดตามพวกเขาไปยังช่องทางออนไลน์และทุกแพลตฟอร์มโดยที่ไม่ต้องทำอะไรมากไปกว่าคอยออกข่าวที่มีชื่อพวกเขาอยู่

ที่พูดนี้ไม่ได้จะเอาอะไรไปจากเหล่าเซเลบซึ่งความสามารถพิเศษและความเก่งในด้านธุรกิจทำให้พวกเขามีชื่อเสียง แต่นั่นรู้สึกเจ็บปวดทุกครั้งที่ใครบางคนเรียกเซเลบว่า “อินฟลูเอนเซอร์” เอาจริง ๆ มันแสดงถึงการมองข้ามสิ่งที่ทำให้ผู้สร้างเนื้อหาเป็นอินฟลูเอนเซอร์ ของจริงคือแก่นของเนื้อหาที่ผู้หญิงเหล่านี้สร้างขึ้นมา และผู้ชมมองหาคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญจากพวกเขา เซเลบได้เงินจากการโปรโมตเครื่องสำอางแต่เธอเองก็ไม่ได้ใช้ หรือโปรโมตรถยนต์แม้พวกเขาจะขับรถไม่เป็น อินฟลูเอนเซอร์ที่ดีซึ่งเป็นแบบที่คุณจะเป็นหลังอ่านหนังสือเล่มนี้ จะไม่ทำการโปรโมตอะไรที่เธอไม่แชร์ แม้ว่าแบรนด์จะจ่ายเงินให้ ฉันเคยเห็นผู้สร้างเนื้อหาปฏิเสธเงิน 25,000 ดอลลาร์ เพราะบางอย่าง “ไม่เชื่อมโยงกับแบรนด์” สำหรับพวกเขา ถ้าไม่ให้ผู้ชมอยู่เหนือตัวคุณเอง ฉันก็ไม่รู้ว่าจะเป็นอะไรได้อีก

ผู้สร้างเนื้อหาเกี่ยวกับคนอวดรูปแบบการใช้ชีวิต

อินฟลูเอนเซอร์นั้นแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ ผู้สร้างเนื้อหาและคนอวดรูปแบบการใช้ชีวิต ผู้สร้างเนื้อหาเป็นคนที่สร้างบล็อก วีล็อก และอินสตาแกรมจากที่ไม่มีอะไรเลย คนอวดรูปแบบการใช้ชีวิตเป็นคนที่แคมีชีวิตที่โอ้อ่า และคุณกำลังติดตามพวกเขาเพราะหน้าฟีดของพวกเขา นั้นมันสุดยอด

มีอินฟลูเอนเซอร์ทั้งหมด 10 ประเภท แต่ละประเภทอาจจะเป็นผู้สร้างเนื้อหาหรือคนอวดรูปแบบการใช้ชีวิต ซึ่งได้แก่

ผู้สร้างเนื้อหา

1. บล็อกเกอร์ - มีบล็อกของเธอเอง ซึ่งต้องปรับปรุงเนื้อหาอยู่เสมอ เธอโปรโมตบล็อกโดยโพสต์ผ่านทางเฟซบุ๊ก, ทวิตเตอร์, พินเทอเรสต์, และอินสตาแกรม ตัวอย่าง: @margoandme, @hapatime, @jeanwang

2. วีล็อกเกอร์ - มีช่องยูทูป ไม่ว่าเธอจะโพสต์วิดีโอของเธอเองหรือวิดีโอการสาธิตต่าง ๆ พวกมันจะได้รับความชื่นชอบเป็นพิเศษในช่องทางโซเชียลของเธอ ตัวอย่าง: @ellarie, @sunkissalba, @alexcentomof

3. ผู้เชี่ยวชาญ - คนที่มีความชำนาญและเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน เช่น การออกกำลังกาย ความสวยความงาม หรือการตกแต่งภายใน เธอมักจะเป็นบล็อกเกอร์หรือวีล็อกเกอร์ด้วย และเธอจะมีความน่าเชื่อถือและการผ่านการฝึกอบรมเป็นการยืนยัน บางครั้งผู้เชี่ยวชาญจะอยู่ในกลุ่มคนอวดรูปแบบการใช้ชีวิต แต่เนื่องจากโดยปกติพวกเขามุ่งเน้นไปที่เรื่องขององค์ประกอบความงามและรูปถ่ายคุณภาพสูง เราจึงจัดให้พวกเขาอยู่ในกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ตัวอย่างเช่น: @ohjoy, @justinablakely, @deepicam

4. สัตว์ต่าง ๆ เด็กทารก สิ่งของที่ไม่มีการเคลื่อนไหว และภาพล้อเลียน - ก่อนข้างชัดเจนในตัวเอง เรื่องราวเหล่านี้มีผู้ติดตามเป็นโขยงและสร้างเนื้อหา

ที่หลักแหลมได้โดยไม่ต้องมีอินเทอร์เน็ต แค่ใช้สมาร์ตโฟนหรือแคปพิมพ์ก็ได้แล้ว
ตัวอย่าง: @jiffpom, @honesttoddler, @omgliterallydead, @beigecardigan

คนอวดรูปแบบการใช้ชีวิต

5. ผู้ที่มีความสามารถพิเศษ - เซฟ นักเต้น นักแสดงตลก หรือคนที่ใช้เวลาฝึกฝนทักษะนั้น ๆ เธอโพสต์เกี่ยวกับงานฝีมือของเธอ ซึ่งคุณให้ความสนใจ เพราะเธอเป็นสุดยอดฝีมือและคุณสนใจที่จะลองทำตาม ตัวอย่างเช่น: @joythebaker, @ingridsilver, @dopequeenpheebs

6. ผู้ประกอบการ - เธอเริ่มจากทำธุรกิจหรือการบริการ และเผยให้คุณได้เห็นเบื้องหลัง

คุณอยากให้เธอประสบความสำเร็จ คุณจึงติดตามเธอผ่านการอัปเดตเปิดตัวสินค้า และการประชุมทางธุรกิจที่เธอแชร์บนช่องทางโซเชียลของเธอ
ตัวอย่าง: @jessicaherrin, @alexavontobel, @zimism

7. นางแบบชั้นสูง - เธอเป็นคนที่ทรงเสน่ห์และงดงามเสียจนคุณติดตามเธอ เพื่อให้รู้สึกตะลึงพรึงเพริดในแต่ละวัน ไม่เป็นไรเลยที่เธอจะดีแซชแท็กว่า #เพื่อผมสวย #เพื่อหุ่นดี #เพื่อสควอด และ #เพื่อชีวิตคู่ ตัวอย่าง: @marthahunt, @ashleygraham, @chaneliman

8. คนดัง - ไม่ว่าเธอจะเป็นนักดนตรี นักแสดง นักกีฬา หรือเป็นหลาย ๆ อย่างรวมกัน เธอเป็นคนที่มียอดเสียงระดับโลก และคุณติดตามเธอเพราะคุณชอบเธอ ตัวอย่าง: @issarae, @serenawilliams, @florence

9. คนที่น่าจับตามอง - เธอมักจะเป็นนักธุรกิจหญิง นักการเมือง หรือนักเคลื่อนไหวทางสังคม และคุณเกาะติดในทุกสถานการณ์ไปจนถึงชีวิตที่พลิกรูปแบบของเธอ ตัวอย่าง: @badassboz, @gretchencarlson, @michelleobama

10. คนจริง ๆ - คนผู้ซึ่งไม่ได้อยู่ในกลุ่มใดเลยจากทั้งหมด พวกเขาเพียงแค

โพสต์อะไรไปเรื่อยเพราะนั่นเป็นสิ่งที่คนชกทำกันในปี 2018 ตัวอย่าง: @yourmom, @yourhighschoolBFF, @yourbfriend!

หมายเหตุสั้น ๆ: ตามวัตถุประสงค์ของหนังสือเล่มนี้ โดยส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นไปที่ผู้สร้างเนื้อหา ถ้าบังเอิญคุณเป็นคนเอาวาระรูปแบบการใช้ชีวิตละก็ ยินดีต้อนรับค่ะ! มีอีกหลายอย่างที่คุณจะพบว่ามันเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง ฉันจะสมมติว่าคุณเป็นผู้หญิงด้วย ไม่ใช่เพราะไม่ค่อยมีอินฟลูเอนเซอร์ที่เป็นผู้ชาย (@iamgalla, @wallstreetpaper, @timmelideo เป็นตัวอย่างส่วนหนึ่ง) แต่เพราะว่า 95 เปอร์เซ็นต์ของอินฟลูเอนเซอร์ที่ฉันทำงานด้วยเป็นผู้หญิง ดังนั้นนั่นจึงเป็นคนที่ฉันคุยด้วย แต่คุณผู้ชาย ยินดีต้อนรับค่ะ ทุกสิ่งทุกอย่างที่คุณจะได้อ่านในนี้สามารถประยุกต์ใช้ได้กับคุณ!

ทำไมบางคนจึงกลายเป็นอินฟลูเอนเซอร์?

ตอนที่เราได้ให้ความหมายว่าอินฟลูเอนเซอร์เป็นใครและประเภทที่แตกต่างกันไปแล้ว เราจะลงไปวิเคราะห์ละเอียดที่ว่าทำไมผู้คนจึงกลายเป็นอินฟลูเอนเซอร์ในตอนแรก

เพิ่มคุณค่าให้กับการประกอบอาชีพของคุณ

ถ้าคุณเป็นผู้เชี่ยวชาญ ผู้มีความสามารถพิเศษ หรือเป็นคนที่น่าจับตามอง การมีผู้ติดตามจำนวนมากช่วยขยายงานทั้งหมดที่คุณกำลังทำในชีวิตจริง ตัวอย่างที่ยอดเยี่ยมคือ นักแสดงตลก นักแสดง หรือนางแบบ เธอจะใช้เวลาหลายชั่วโมงในแต่ละวันพัฒนาทักษะและเนื้อหาเปิดตัว แต่กลับถูกถามเกี่ยวกับจำนวนผู้ติดตามบนอินสตาแกรมของเธอ นี่เป็นเพราะว่าธุรกิจมักมองหาหนทางที่ง่ายกว่า ถูกกว่า และเร็วกว่าในการทำการตลาดสินค้าและบริการของพวกเขา นักแสดงตลกที่มีคนติดตามถึง 100,000 คน สามารถไปโรมตการแสดงที่กำลังจะ

เกิดขึ้นและเพิ่มความเป็นไปได้ที่คนจะซื้อตัวเพื่อมาดูแล นี่เป็นการลดค่าใช้จ่ายที่สโมสรนักแสดงตลกต้องจ่ายในการโปรโมตการแสดง และทำให้พวกเขามีแนวโน้มที่จะเลือกเธอมากกว่านักแสดงตลกคนอื่นด้วย แม้ว่านักแสดงตลกคนอื่นนั้นจะตลกกว่าก็ตาม หลักการเดียวกันนี้ใช้กับนักแสดงที่สามารถกระจายข่าวเกี่ยวกับละครเวทีหรือภาพยนตร์ที่เธอแสดงให้เข้าถึงกลุ่มคนที่ติดตามเธอได้อย่างรวดเร็ว นางแบบก็คล้าย ๆ กัน บรรดาผู้จัดหานางแบบนิยมจ้างนางแบบที่โพสต์รูปถ่ายจากการถ่ายแบบของพวกเขาไว้ในอินสตาแกรม คนจำนวนมากขึ้นจะเห็นเสื้อผ้าหรือสินค้าสวย ๆ งาม ๆ อีกทั้งลูกค้ายังเหมือนได้โฆษณาเพิ่มฟรีอีกด้วย

มีหลายคนหัวเสียที่ว่าดูเหมือนจำนวนผู้ติดตามจะสำคัญมากกว่าความสามารถ แต่จริง ๆ แล้วมันเป็นเรื่องของประสิทธิภาพ รูปแบบของการทำธุรกิจในปัจจุบัน บางส่วนของธุรกิจเกิดขึ้นบนอินเทอร์เน็ต คุณอาจจะไม่ชอบใจกับการให้ความสำคัญของจำนวนผู้ที่ติดตามมากกว่าความสามารถหรือทักษะของคุณ แต่คุณจำเป็นต้องปรับตัว เพราะคนที่ไม่ปรับตัวนั้นจะล้าหลังรั้งท้าย การทำงานบนโลกโซเชียลนั้นไม่ควรทำให้คุณรู้สึกราวกับคุณไม่มีของอะไรจะขาย มันควรทำให้คุณรู้สึกว่าคุณกำลังบอกเล่าเรื่องราวความเป็นมาของคุณบนโลกออนไลน์และสร้างชุมชนของคนที่พร้อมสนับสนุนคุณ และยิ่งดีเข้าไปใหญ่ถ้าหากคุณสามารถทำเงินได้จากการร่วมงานกับแบรนด์

โปรโมตบริษัทของคุณ

คุณมีความคิด แทนที่จะนั่งเฉย ๆ และโกรธเมื่อมีคนอื่นเริ่มทำก่อนคุณ คุณชิงลงมือก่อน ยินดีด้วยค่ะ คุณมีธุรกิจแล้ว! ไม่ว่ามันจะเป็นสินค้าหรือบริการ ไม่มีใครซื้อถ้าพวกเขาไม่รู้อะไรเกี่ยวกับมันเลย ดังนั้นคุณต้องรีบเข้าอินเทอร์เน็ตเพื่อหาลูกค้าสักคน

เมื่อคุณได้สร้างตัวตนของคุณบนโลกออนไลน์แล้ว คุณต้องใช้แพลตฟอร์ม

ของคุณเพื่อจัดแสดงสินค้าและบริการใหม่นั้น แสดงให้คนที่ติดตามคุณเห็นถึงชีวิตเบื้องหลังแบรนด์ใหม่ที่พวกเขาชื่นชอบ และแน่นอนว่าเพื่อการหาลูกค้าใหม่ มันจะเป็นประโยชน์ด้วยเมื่อคุณสามารถเข้าถึงกลุ่มของอินฟลูเอนเซอร์เพื่อทำงานร่วมกัน พวกเขาต้องการรู้จักคนที่ทำงานด้วยและมั่นใจว่าสุนทรียะของแบรนด์นั้นสอดคล้องกับแบรนด์ของพวกเขา สิ่งแรกที่คนทำเมื่อได้เห็นโฆษณาของบริษัทคุณคือ พวกเขาจะเข้าไปตรวจสอบโปรไฟล์ ดังนั้นการดูแลรักษาช่องทางโซเชียลนั้นควรจะเป็นส่วนสำคัญของแผนธุรกิจของคุณ

ในฐานะผู้ก่อตั้งธุรกิจ คุณสามารถกลายเป็นอินฟลูเอนเซอร์ได้ตามสิทธิ์ และหนังสือเล่มนี้สามารถเพิ่มภาระให้คุณเป็นสองเท่าได้ มันไม่เพียงแต่จะบอกคุณถึงการบริหารจัดการและการสร้างรายได้จากโปรไฟล์ของคุณ แต่คุณยังจะได้เข้าใจการพลิกหัวเมื่อคุณตัดสินใจว่าถึงเวลาที่ต้องทำให้อินฟลูเอนเซอร์เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดอีกด้วย

กำเงินให้มากขึ้น

สำหรับบางคน การสร้างเนื้อหาเป็นมากกว่างานอดิเรก มันเป็น “การหารายได้เสริม” ของพวกเขา พวกเขาทำงานระหว่างวัน แต่ทุกอย่างที่พวกเขาทำนั้นเพื่อโพสต์บนอินสตาแกรม หลายครั้งที่อินฟลูเอนเซอร์เหล่านี้เริ่มต้นจากหนึ่งด้าน เช่น ความสวยความงามหรือสไตล์ และเมื่อพวกเขาสร้างอิทธิพลและทำเงินได้มากขึ้น พวกเขาจะขยายออกไปเพื่อให้ครอบคลุมทุกสิ่งเกี่ยวกับไลฟ์สไตล์

ขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนที่คุณสามารถทดลองสิ่งใหม่ ๆ และลองผิดลองถูกได้ เมื่อคุณอยู่ในความสนใจของหลายแบรนด์มากขึ้นและมีผู้ติดตามเพิ่มขึ้น การเปลี่ยนแปลงใด ๆ ก็ตามของคุณจะถูกตรวจสอบและมีเสียงตอบรับที่ไม่ฟังประสงค์กลับมา ถ้าคุณโชคดี สิ่งที่คุณโพสต์จะใช้ได้นานเป็นปี ดังนั้นจงทดลองทำดูในขณะที่คุณสามารถทำได้

ลาออกจากงาน

ไม่ว่าคุณกำลังทำงานประจำโดยการเขียนบล็อก/ทำวีล็อก หรือกำลังสร้างธุรกิจเครื่องสำอางหรือเสื้อผ้า คุณได้มาถึงดินแดนแห่งความหวัง เมื่อคุณสามารถทำเงินได้เพียงพอจนคุณสามารถลาออกจากงานและยังคงมีเงินใช้จ่ายอย่างสบายเหมือนตอนที่คุณทำงานประจำ (รายได้ ประกันสุขภาพ และเงินออมที่มั่นคง)

แน่นอนว่ามันไม่ใช่เรื่องง่าย ราวตรีอันมีดมืดช่างยาวนาน และการออกดอกออกผลนั้นไม่มีหลักประกัน แต่เมื่อคุณได้อ่านหนังสือเล่มนี้ ความน่าจะเป็นในการประสบความสำเร็จของคุณจะเพิ่มมากขึ้นสิบเท่า เพราะคุณได้ติดอาวุธด้วยความรู้จากคนวงในที่สะสมความรู้มากกว่าสิบปี พร้อมรายการความผิดพลาดที่ต้องหลีกเลี่ยงราวกับเป็นโรคร้าย มาอ่านไปด้วยกันสิคะ!


สามารถยืมและติดตามหนังสือใหม่ได้ที่ ระบบห้องสมุดอัตโนมัติ Walai Autolib

<https://lib.rmutp.ac.th/catalog/BibItem.aspx?BibID=b00105810>



Influencer สร้างตัวตนให้ทรงอิทธิพลในโลกโซเชียล = Influencer : building your personal brand in the age of social media / บริตทานีย์ เฮนเนสซี ; สุกุลยา วีระเดชาพล, ผู้แปล.

Author เฮนเนสซี, บริตทานีย์
Published กรุงเทพฯ : สี่ฟ รีช พอร์เอฟเวอร, 2563
Edition พิมพ์ครั้งที่ 1
Detail 220 หน้า ; 21 ซม
Subject การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์(+)
การสร้างชื่อตราผลิตภัณฑ์(+)
ความสำเร็จทางธุรกิจ(+)
การตลาดอินเทอร์เน็ต(+)

Added Author สุกุลยา วีระเดชาพล, ผู้แปล
ISBN 9786168187203
ประเภทหนังสือที่มา  Book

" สำหรับเพื่อการศึกษาและอ้างอิงเท่านั้น "