

ATM เออร์ค..เออเร่ VTR งานเลี้ยงฉลอง

gth2004 285,182



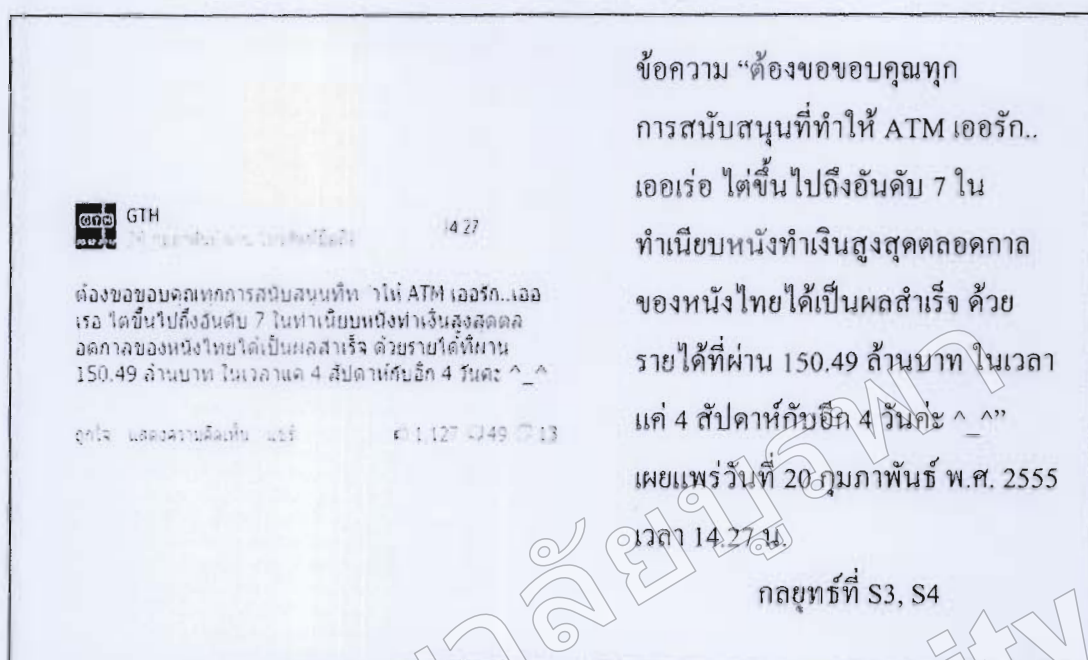
คลิป “ ATM เออร์ค..เออเร่ VTR งานเลี้ยงฉลอง” เยาวรวม 3.54 นาที
 คลิปตัวอย่างจากสื่อยูทูป
 (www.youtube.com/gth2004) ที่ทาง
 บริษัท จีเอ็มเอ็ม ไท หับ จำกัด
 (จีทีเอช) จัดทำขึ้นเมื่อวันที่ 26
 มกราคม พ.ศ.2555
 กลยุทธ์ที่ S3, S4, S5, S7, S8, S9

ภาพที่ 4-34 ตัวอย่างกลยุทธ์ความน่าเชื่อถือที่ปรากฏบนยูทูป

2.3 หลังภาพยนตร์เข้าฉาย

สื่อประเภทเฟชบุ๊กเพจ

ในสื่อประเภทเฟชบุ๊กเพจของบริษัทที่เผยแพร่ในวันที่ 20 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2555 เวลา 14.27 น ได้มีข้อความถูกโพสต์ว่า “ต้องขอขอบคุณทุกการสนับสนุนที่ทำให้ ATM เออร์ค..เออเร่ ได้ขึ้นไปถึงอันดับ 7 ในทำเนียบหนังทำเงินสูงสุดตลอดกาลของหนังไทยได้เป็นผลสำเร็จด้วยรายได้ที่ผ่าน 150.49 ล้านบาท ในเวลาแค่ 4 สัปดาห์กับอีก 4 วันละ ^_^” เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือว่าภาพยนตร์ดังกล่าวได้รับความนิยมจากผู้ชมมากเพียงใด จึงทำให้มีรายได้สูงถึง 150 ล้านบาท ภายในเวลา 1 เดือน และยังสูงเป็นอันดับ 7 ในทำเนียบภาพยนตร์ทำเงินสูงสุดตลอดกาลในประเทศไทย



ภาพที่ 4-35 ตัวอย่างกลยุทธ์ความน่าเชื่อถือที่ปรากฏบนเฟซบุ๊กเพจ

สื่อประเภททวีตเตอร์และสื่อประเภทยูทูบ

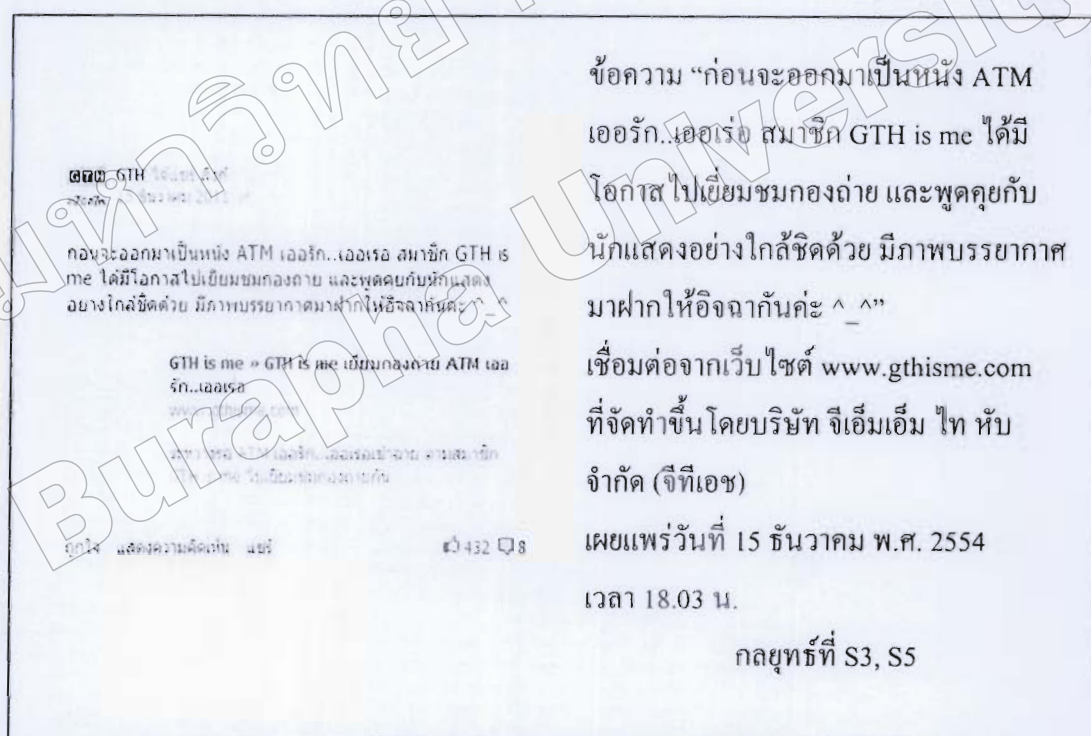
ในช่วงหลังภาพยนตร์เข้าฉาย ไม่พบการเผยแพร่ในสื่อทั้งสองประเภทนี้

3. กลยุทธ์ความรู้สึกละ (S5): กลยุทธ์นี้เน้นการเชื่อมต่อด้านอารมณ์กับลูกค้าและกลุ่มเป้าหมายและกระตุ้นความรู้สึก เช่น ความกลัว ความรักและความสนุกสนาน เป็นต้น ผลการวิเคราะห์สื่อสังคมออนไลน์ของภาพยนตร์เรื่อง ATM เออร์โก..เออเรอ นั้นพบว่ามีการใช้กลยุทธ์นี้เป็นอันดับสี่จากกลยุทธ์ทั้งหมด โดยก่อนภาพยนตร์เข้าฉายกลยุทธ์นี้ถูกใช้ในสื่อสังคมออนไลน์ประเภทสื่อเฟซบุ๊กเพจ จำนวน 28 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 21.3 สื่อทวีตเตอร์ จำนวน 15 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 10.20 และสื่อยูทูบ จำนวน 7 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 100 ระหว่างภาพยนตร์เข้าฉาย กลยุทธ์นี้ถูกใช้ในสื่อสังคมออนไลน์ประเภทสื่อเฟซบุ๊กเพจ จำนวน 7 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 23.33 สื่อทวีตเตอร์ จำนวน 16 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 16 และสื่อยูทูบ จำนวน 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 33.33 และหลังภาพยนตร์เข้าฉายกลยุทธ์นี้ถูกใช้ในสื่อสังคมออนไลน์ประเภทสื่อเฟซบุ๊กเพจ จำนวน 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 9.75 และไม่พบการเผยแพร่ในสื่อทวีตเตอร์และสื่อ ยูทูบ ผู้วิจัยได้นำเสนอตัวอย่างแต่ละสื่อสังคมออนไลน์เป็นระยะเวลา 3 ช่วง ได้แก่ ก่อนภาพยนตร์เข้าฉาย ระหว่างภาพยนตร์เข้าฉายและหลังภาพยนตร์เข้าฉาย สามารถสรุปได้ดังนี้

3.1 ก่อนภาพยนตร์เข้าฉาย

สื่อประเภทเฟชบุ๊กเพจ

ในสื่อประเภทเฟชบุ๊กเพจของบริษัทที่เผยแพร่ในวันที่ 15 ธันวาคม พ.ศ. 2554 เวลา 18.03 น. ได้มีข้อความถูกโพสต์ว่า “ก่อนจะออกมาเป็นหนัง ATM เออร์รัก..เออเร่อ สมาชิก GTH is me ได้มีโอกาสไปเยี่ยมชมกองถ่าย และพูดคุยกับนักแสดงอย่างใกล้ชิดด้วย มีภาพบรรยากาศมาฝากให้อิจฉากันค่ะ ^_^” พร้อมทั้งนำเสนอข้อความข่าวเชื่อมต่อจากเว็บไซต์ www.gthisme.com เกี่ยวกับการไปเยี่ยมชมกองถ่ายภาพยนตร์ของสมาชิก GTH is me ที่จัดทำขึ้นโดยบริษัท จีเอ็มเอ็ม ไท หับ จำกัด (จีทีเอช) โดยระหว่างรอภาพยนตร์เข้าฉายสมาชิก GTH is me ไปเยี่ยมชมกองถ่าย ATM เออร์รัก..เออเร่อ เพื่อสร้างความรู้สึกร่วมกันเองและใกล้ชิดกับนักแสดงกับผู้บริหาร เป็นการกระตุ้นให้ผู้บริโภคไปชมภาพยนตร์เรื่อง ATM เออร์รัก..เออเร่อ ด้วย



ภาพที่ 4-36 ตัวอย่างกลยุทธ์ความรู้สึกที่ปรากฏบนเฟชบุ๊กเพจ

ในสื่อประเภทเฟชบุ๊กเพจของบริษัทที่เผยแพร่ในวันที่ 5 มกราคม พ.ศ. 2555 เวลา 11.33 น. ได้มีข้อความถูกโพสต์ว่า “มาชอมฮากับเบื้องหลังหนัง ATM เออร์รัก..เออเร่อ กัน ก่อนจะไปหาจริงในโรง 19 มกรานี้ ^_^” พร้อมทั้งนำเสนอคลิป ATM เออร์รัก..เออเร่อ เต๋อ-ไอซ์ ที่บริษัท

จีเอ็มเอ็ม ไท หับ จำกัด (จีทีเอช) ได้นำไปเผยแพร่ในสื่อยูทูป (www.youtube.com/gth2004) เมื่อวันที่ 28 ธันวาคม พ.ศ. 2555 เนื้อหากล่าวถึงเบื้องหลังการถ่ายทำและแนะนำพระเอก-นางเอก และตัวแสดงอื่น ๆ ของภาพยนตร์เรื่อง ATM เออร์ริก..เออเร่อ เพื่อเป็นการสร้างความรู้สึกรักสนุกสนานให้กับผู้บริโภครับชม ทำให้ผู้บริโภครู้สึกว่าชมภาพยนตร์บางส่วนยังสนุกขนาดนี้และอาจทำให้เกิดความรู้สึกอยากไปชมภาพยนตร์ทั้งเรื่อง



มาชมฮากับเบื้องหลังหนัง ATM เออร์ริก..เออเร่อ กัน ก่อนจะไปชมจริงในโรง 19 มกรา นี้ ^_^

พร้อมเชื่อมต่อจากสื่อยูทูป (www.youtube.com/gth2004)

ที่บริษัทจีเอ็มเอ็ม ไท หับ จำกัด (จีทีเอช) เมื่อวันที่ 28 ธันวาคม พ.ศ. 2555

เผยแพร่วันที่ 5 มกราคม พ.ศ. 2555 เวลา 11.33 น.

กลยุทธ์ที่ S3, S5, S9

ข้อความ “มาชมฮากับเบื้องหลังหนัง ATM เออร์ริก..เออเร่อ กัน ก่อนจะไปชมจริงในโรง 19 มกรา นี้ ^_^” พร้อมเชื่อมต่อจากสื่อยูทูป (www.youtube.com/gth2004)

ที่บริษัทจีเอ็มเอ็ม ไท หับ จำกัด (จีทีเอช) เมื่อวันที่ 28 ธันวาคม พ.ศ. 2555

เผยแพร่วันที่ 5 มกราคม พ.ศ. 2555 เวลา 11.33 น.

กลยุทธ์ที่ S3, S5, S9

ภาพที่ 4-37 ตัวอย่างกลยุทธ์ความรู้สึกที่ปรากฏบนเฟซบุ๊กเพจ

สื่อประเภททวีตเตอร์

ในสื่อประเภททวีตเตอร์ของบริษัทที่เผยแพร่ในวันที่ 20 ธันวาคม พ.ศ. 2554 เวลา 1.16 น. ได้มีข้อความถูกโพสต์ว่า “ขอแบบหน้า Error นิดนึงน่ารักเนอะ อันนี้งานล้วน ๆ ไม่มีส่วนตัว #ATM ^^ pic.twitter.com/dmdA28ag” พร้อมทั้งนำเสนอภาพ เต๋อและไอซ์ถ่ายภาพคู่กันที่หน้าตู้ ATM ของธนาคาร JNBC ที่อยู่ในภาพยนตร์ โดยที่ไอซ์ทำหน้าบึ้งตึง เพื่อเป็นการสร้างความรู้สึกตลกและเอ็นดูนักแสดงให้กับผู้บริโภคว่า ไอซ์ ที่เป็นนางเอกของภาพยนตร์เรื่อง ATM เออร์ริก..เออเร่อ บึ้งเล็กน้อย โดยใช้คำว่าหน้า Error มาเล่นเป็นมุขให้เข้ากับชื่อของภาพยนตร์ ซึ่งอาจส่งผลให้ผู้บริโภครู้สึกชอบในตัวของนักแสดง และอยากไปชมภาพยนตร์



ภาพที่ 4-38 ตัวอย่างกลยุทธ์ความรู้สึกที่ปรากฏบนทวิตเตอร์

ในสื่อประเภททวิตเตอร์ของบริษัทที่เผยแพร่ในวันที่ 11 มกราคม พ.ศ. 255 เวลา 12.32 น. ได้มีข้อความถูกโพสต์ว่า “นาอิชนา @terchantwist จริง ๆ เจอนางเอกแต่ละคนคนล่าสุดก็ ไอซ์ ถ้าที่ออฟฟิศมีหัวหน้าสาวหน้าตาแบบนี้จะทำยังไงกันดี bit.ly/xzUfkW #ATM :D” พร้อมทั้งนำเสนอภาพคลิป ตัวอย่าง ATM เออร์ค..เออเร่อ (Official trailer 2) ที่ทางบริษัท จีเอ็มเอ็ม ไท หับ จำกัด (จีทีเอช) ได้นำไปเผยแพร่ในสื่อยูทูป (www.youtube.com/gth2004) เมื่อวันที่ 10 มกราคม พ.ศ. 2555 ซึ่งมีเนื้อหาเกี่ยวกับชีวิตในที่ทำงาน กฎของบริษัท และความรัก และเป็นการทำให้ผู้บริโภครู้สึกคล้อยตามว่า ถ้าเป็นตนเองที่มีหัวหน้าหน้าตาแบบนี้ (สวย/หล่อ) ซึ่งที่ทำงานก็มีกฎหมายห้ามเป็นแฟนกัน และยังมีปัญหาเรื่องงานเข้ามาเกี่ยวข้องด้วยความสัมพันธ์ ผู้บริโภคจะทำอย่างไร และอาศัยความน่ารักและความชื่นชอบในตัวนักแสดง ทำให้เกิดความรู้สึกอยากไปชมภาพยนตร์ด้วย

GTH
นำอิงจา : terchantwist ซึ่งเจอนางเอกแต่ละคนล่าสุดที่ ไอซ์ ถ้าที่ออฟฟิศมี
หัวหน้าสาวหน้าตาแบบนี้จะทำงานกันดี bit.ly/xzUfkW #ATM :D
Hide video Reply Retweet Favorite

ตัวอย่าง ATM เออร์รัก..เออเร่อ (Official trailer 2)



7 3 7:28 23

ข้อความ “นำอิงจา @terchantwist จริง ๆ
เจอนางเอกแต่ละคนคนล่าสุดก็ ไอซ์ ถ้าที่
ออฟฟิศมีหัวหน้าสาวหน้าตาแบบนี้จะ
ทำงานกันดี bit.ly/xzUfkW #ATM :D”
คลิปตัวอย่างจากสื่อยูทูป
(www.youtube.com/gth2004) ที่จัดทำขึ้น
โดยบริษัท จีเอ็มเอ็ม โท หับ จำกัด
(จีทีเอช)
เมื่อวันที่ 10 มกราคม พ.ศ. 2555
เผยแพร่วันที่ 11 มกราคม พ.ศ. 2555
เวลา 12.32 น.
กลยุทธ์ที่ S3, S5, S9, S1

ภาพที่ 4-39 ตัวอย่างกลยุทธ์ความรู้สึกรักที่ปรากฏบนทวิตเตอร์

สื่อประเภทยูทูป

ในสื่อประเภทยูทูปของบริษัทที่เผยแพร่ใน วันที่ 26 ธันวาคม พ.ศ. 2554 ได้มีการโพสต์คลิป “MV มองได้แต่อย่าชอบ (Official mv OST. ATM)” เป็น Music Video เพลง “มองได้แต่อย่าชอบ” โดย ดุลา featuring เต๋อ-ฉันทวิชช์, โจ๊ก so cool และป๊อปป calories blah blah (เป็นเพลงที่นำมาคัฟเวอร์ใหม่จากเพลง “ในวันที่เราต้องไกลห่าง” ของ ดุลา) เวลารวม 3.38 นาที ที่ทางบริษัท จีเอ็มเอ็ม โท หับ จำกัด (จีทีเอช) ได้นำไปเผยแพร่ในสื่อยูทูป (www.youtube.com/gth2004) เมื่อวันที่ 21 ธันวาคม พ.ศ. 2554 เพื่อสร้างความรู้สึกรักและเพลิดเพลินให้กับผู้บริโภค โดยมี เต๋อ-ฉันทวิชช์, โจ๊ก so cool และป๊อปป calories blah blah มาร่วมแสดงใน มิวสิควิดีโอเพลงประกอบภาพยนตร์เรื่อง ATM เออร์รัก..เออเร่อ และยังมีการตัดต่อตัวอย่างของภาพยนตร์เข้ามาอยู่ในมิวสิควิดีโอเพื่อเพิ่มความสุขมากยิ่งขึ้น

MV มองได้แต่อย่าชอบ (Official mv OST. ATM)



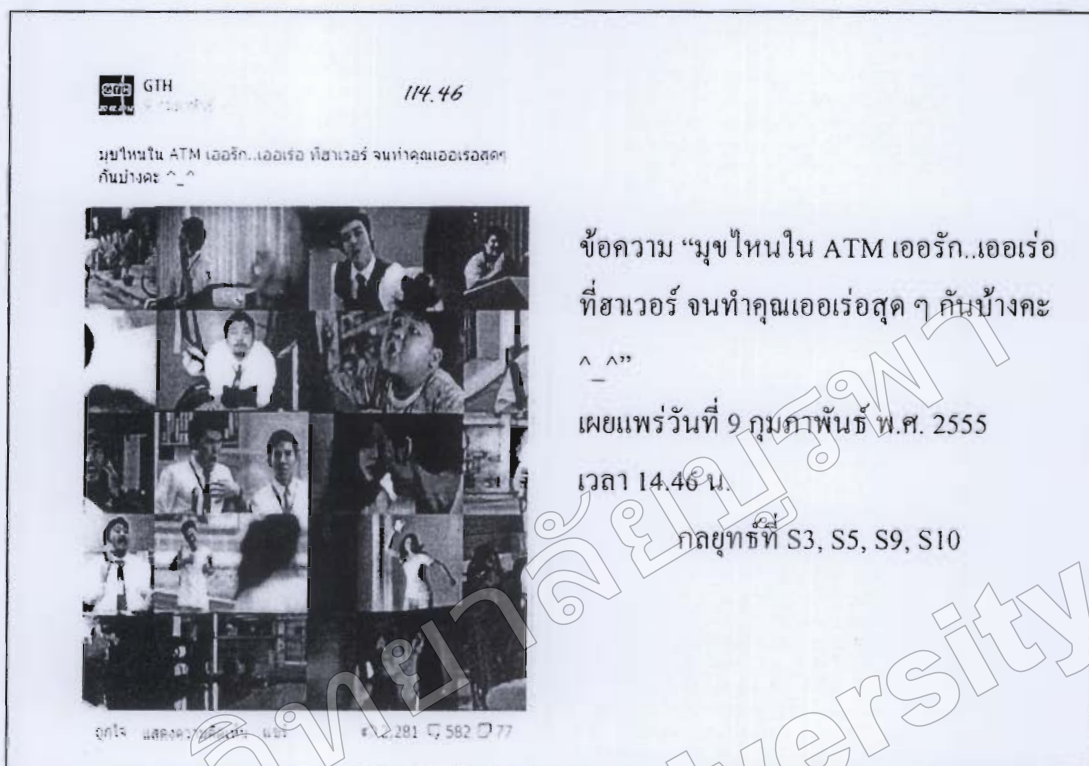
คลิป “MV มองได้แต่อย่าชอบ
(Official mv OST. ATM)”
เวลารวม 3.38 นาที
คลิปตัวอย่างจากสื่อยูทูป
(www.youtube.com/gth2004) ที่
ทางบริษัท จีเอ็มเอ็ม ไท หับ จำกัด
(จีทีเอช) จัดทำขึ้นเมื่อวันที่ 21
ธันวาคม พ.ศ. 2554
เผยแพร่วันที่ วันที่ 26 ธันวาคม
พ.ศ. 2554
กลยุทธ์ที่ S3, S5

ภาพที่ 4-40 ตัวอย่างกลยุทธ์ความรู้สึกที่ปรากฏบนยูทูป

3.1 ระหว่างภาพยนตร์เข้าฉาย

สื่อประเภทเฟชบุ๊กเพจ

ในสื่อประเภทเฟชบุ๊กเพจของบริษัทที่เผยแพร่ในวันที่ 9 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2555 เวลา 14.46 น. ได้มีข้อความถูกโพสต์ว่า “मुखไหนใน ATM เออริก..เออเรอ ที่ฮาเวอ์ จนทำคุณเออเรอ สุด ๆ กันบ้างคะ ^_^” พร้อมทั้งนำเสนอภาพ มุขตลกต่าง ๆ ที่อยู่ในภาพยนตร์เรื่องนี้ เช่น ฉากซื้อปิ่น ฉากบอกรักในห้องประชุม ฉากพระเอกกับนางเอกต่อสู้กันด้วยอุปกรณ์สำนักงาน เป็นต้น เพื่อเป็นการสร้างความรู้สึกสนุกสนานให้กับผู้บริโภคเมื่อได้รับชมภาพยนตร์ตัวอย่าง



ภาพที่ 4-41 ตัวอย่างกลยุทธ์ความรู้สึกที่ปรากฏบนเฟซบุ๊กเพจ

ในสื่อประเภทเฟซบุ๊กเพจของบริษัทที่เผยแพร่ในวันที่ 5 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2555 เวลา 17.09 น. ได้มีข้อความถูกโพสต์ว่า “ไม่ว่าจะคุณนี้กั๊กกันกี่รอบ ก็ยังฮาเวอร์ หัวเราะจนเออเร่ทุกครั้ง ใครเป็นอย่างนี้บ้าง 555” พร้อมทั้งนำเสนอภาพจากฉากในภาพยนตร์เป็นฉากที่พระเอกโทรศัพท์หานางเอกแต่ยืนอยู่ระเบียงห้องพักที่อยู่บนตึกสูงจากพื้นหลายชั้น โดยการปีนระเบียงจากห้องข้าง ๆ ที่ระเบียงห่างกัน โดยที่นางเอกยังไม่เห็นพระเอกที่กระโจนซึ่งเป็นมุขที่ช่วยสร้างความรู้สึกสนุกสนานให้กับผู้บริโภคเมื่อได้รับชมภาพยนตร์ตัวอย่าง

GTH

17.09

ไม่ว่าจะดูกันกี่รอบ ก็ยังจำเวอร์ หัวเราะจนเออเร่อทุกครั้ง ใครเป็นอย่างนี้บ้าง ๖๐^/



ลูกใจ แสดงความดีใจแทน ๑๖7,126 ๑ 198 ๑34

ข้อความ “ไม่ว่าจะดูกันกี่รอบ ก็ยังจำเวอร์ หัวเราะจนเออเร่อทุกครั้ง ใครเป็นอย่างนี้บ้าง ๖๐^/”

เผยแพร่วันที่ 5 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2555

เวลา 17.09 น.

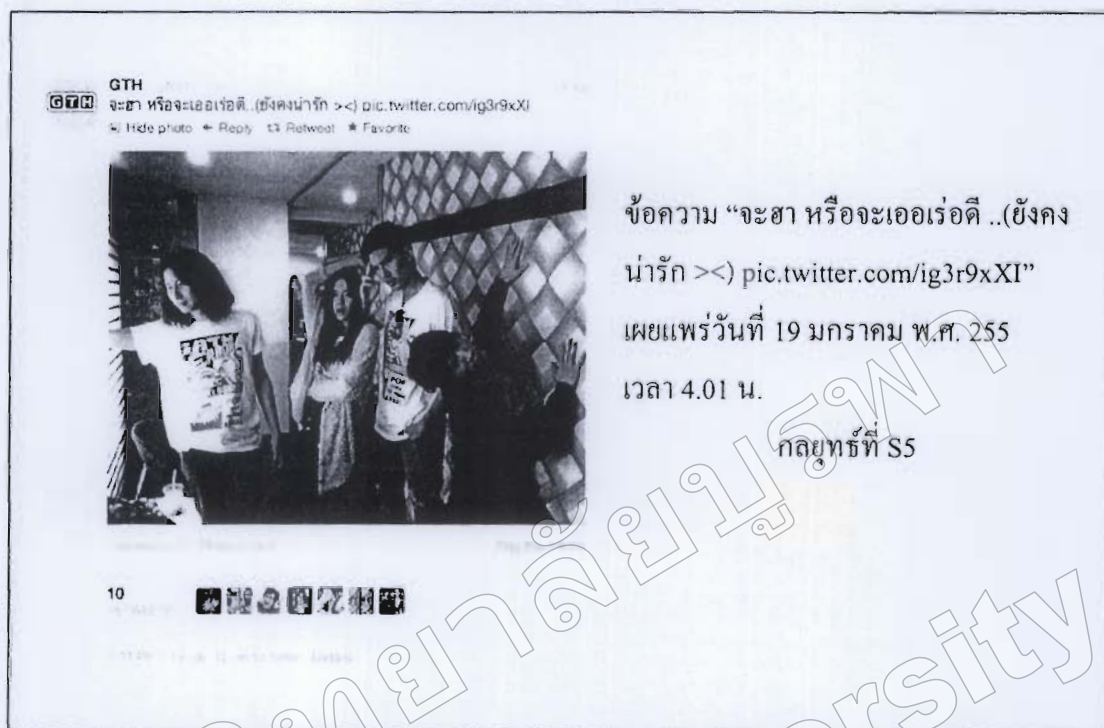
กลยุทธ์ที่ S3, S5, S9

ภาพที่ 4-42 ตัวอย่างกลยุทธ์ความรู้สึกที่ปรากฏบนเฟซบุ๊กเพจ

สื่อประเภททวีตเตอร์

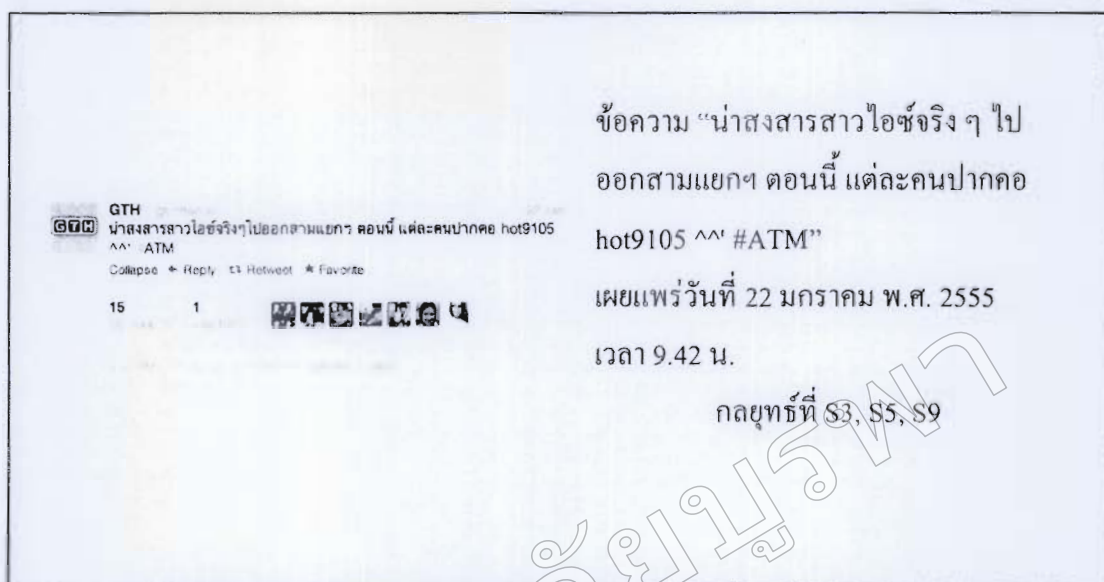
ในสื่อประเภททวีตเตอร์ของบริษัทที่เผยแพร่ในวันที่ 19 มกราคม พ.ศ. 2555 เวลา 4.01 น. ได้มีข้อความถูกโพสต์ว่า “จะฮา หรือจะเออเร่อดี ..(ยังคงน่ารัก ><)

pic.twitter.com/ig3r9xXI” พร้อมทั้งนำเสนอภาพ เต๋อ-ไอซ์-เมฆ พระเอก นางเอก และผู้กำกับ ของภาพยนตร์เรื่อง ATM เออร์รัก..เออเร่อ กำลังออกท่าทางในการถ่ายภาพที่แต่ละคนออกท่าทางที่เป็นตนเองอย่างเต็มที่ เพื่อเป็นการสร้างความรู้สึกรื่นเริงสนุกสนานให้กับผู้บริโภคมื่อได้รับชมภาพยนตร์ตัวอย่าง



ภาพที่ 4-43 ตัวอย่างกลยุทธ์ความรู้สึกที่ปรากฏบนทวิตเตอร์

ในสื่อประเภททวิตเตอร์ของบริษัทที่เผยแพร่ในวันที่ 22 มกราคม พ.ศ. 2555 เวลา 9.42 น. ได้มีข้อความถูกโพสต์ว่า “นำส่งสารสาวไอซ์จริง ๆ ไปออกสามแยกฯ ตอนนี้ แต่ละคนปากคอ hot9105 ^^ #ATM” เพื่อเป็นการสร้างความรู้สึกสนุกสนานให้กับผู้บริโภคว่า ไอซ์ นางเอกของภาพยนตร์เรื่อง ATM เออร์รัก..เออเร่ ที่ต้องไปประชาสัมพันธ์ภาพยนตร์ที่คลื่นวิทยุ Hot 91.5 FM ที่เป็นของค่ายเอไอเอ็มมีเดีย ช่วงสามแยกปากหวานเพราะดีใจแต่ละคนมีปากเป็นอาวุธ พุดเก่ง รวมทั้งการพุดแซวที่สามารถทำให้ผู้ร่วมรายการอายได้ โดยที่เด๋อก็พุดเก่งมีลูกเล่นในการพุดคุยเช่นกันทำให้ผู้ชมรู้สึกสนุกสนานตาม



ภาพที่ 4-44 ตัวอย่างกลยุทธ์ความรู้สึกที่ปรากฏบนทวิตเตอร์

สื่อประเภทยูทูบ

ในสื่อประเภทยูทูบของบริษัทที่เผยแพร่ในวันที่ วันที่ 26 มกราคม พ.ศ. 2555 ได้มีการโพสต์คลิป “ATM เออร์ค..เออเร่อ VTR งานเลี้ยงฉลอง” เวลารวม 3.54 นาที โดยเนื้อหาของคลิปแสดงภาพที่ผู้ชมนั่งหัวเราะขณะนั่งชมภาพยนตร์ และมีการสัมภาษณ์ผู้ชมหลังจากได้รับชมภาพยนตร์ เบื้องหลังการถ่ายทำในฉากต่าง ๆ และฉากอื่น ๆ ในภาพยนตร์ที่นักแสดงนำได้สร้างความสนุกสนานให้กับผู้ชมพร้อมกับบอกรายได้ที่ได้รับทั้งหมดสะท้อนให้เห็นว่า คนที่เข้ามาดูภาพยนตร์ได้รับความสนุกสนานขนาดไหน นักแสดงและทีมงานทุ่มเทในการถ่ายทำภาพยนตร์เรื่องนี้มากพร้อมทั้งบอกรายได้ที่ภาพยนตร์ทำได้ ทำให้ผู้บริโภคที่ชมรู้สึกสนุกและเป็นการกระตุ้นให้ผู้บริโภครู้สึกอยากไปชมภาพยนตร์เรื่องนี้

ATM เออร์ค..เออเร่อ VTR งานเลี้ยงฉลอง



คลิป “ ATM เออร์ค..เออเร่อ VTR งานเลี้ยงฉลอง” เวลารวม 3.54 นาที

คลิปตัวอย่างจากสื่อยูทูบ

(www.youtube.com/gth2004) ที่ทางบริษัท จีเอ็มเอ็ม ไท หับ จำกัด (จีทีเอช) จัดทำขึ้นเมื่อวันที่ 26 มกราคม พ.ศ. 2555 เผยแพร่ วันที่ 26 มกราคม พ.ศ. 2555

กลยุทธ์ที่ S3, S4, S5, S7, S8, S9

ภาพที่ 4-45 ตัวอย่างกลยุทธ์ความรู้สึที่ปรากฏบนยูทูบ

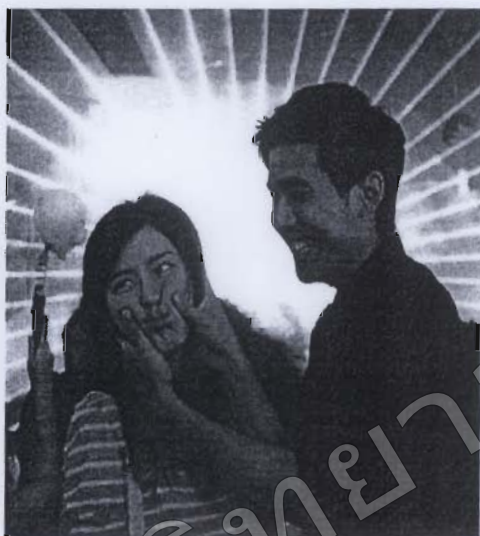
3.3 หลังภาพยนตร์เข้าฉาย

สื่อประเภทเฟซบุ๊กเพจ

ในสื่อประเภทเฟซบุ๊กเพจของบริษัทที่เผยแพร่ในวันที่ 24 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2555 เวลา 14.03 น. ได้มีข้อความถูกโพสต์ว่า “เพราะคุณนี้กดดันแรง แกล้งกันจนเออเร่อ เลยทำให้ดูแล้วยังฮาโอเวอร์ ใครเห็นด้วยช่วยกด Like บอกกันหน่อยค่ะ ^_^” พร้อมทั้งนำเสนอภาพในภาพยนตร์ที่พระเอกกำลังยิ้มและขยับหน้าพร้อมกับบีบแก้มนางเอกในงานเลี้ยง เพื่อเป็นการสร้างความรู้สึกละอายใจและน่าอับอายให้กับตัวละครที่แสดงและยังมีข้อความกระตุ้นให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วมด้วยการกดไลค์



เพราะคุณนี่ก็ดกกันแรง แกล้งกันจน
เออเรอ เลยทำให้ดูแล้วยังฮาโอเวอร์
ใครเห็นด้วยช่วยกด Like บอกกันหน่อยค่ะ
^_^



ข้อความ “เพราะคุณนี่ก็ดกกันแรง แกล้งกันจน
เออเรอ เลยทำให้ดูแล้วยังฮาโอเวอร์
ใครเห็นด้วยช่วยกด Like บอกกันหน่อยค่ะ
^_^”
เผยแพร่วันที่ 24 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2555
เวลา 14.03 น.
กลยุทธ์ที่ S3, S5, S9, S10

ภาพที่ 4-46 ตัวอย่างกลยุทธ์ความรู้สึกที่ปรากฏบนเฟสบุ๊กเพจ

ในสื่อประเภทเฟสบุ๊กเพจของบริษัทที่เผยแพร่ในวันที่ 3 มีนาคม พ.ศ. 2555 เวลา 14.00 น. ได้มีข้อความถูกโพสต์ว่า “เด้อ-ไอซ์ ATM ฮาเออเรอ..สุขโอเวอร์ เด้อ-ไอซ์เดินกับพนักงาน ณ MK Central center พัทยาเหนือ ^_^” พร้อมทั้งนำเสนอภาพคลิป ขณะที่ได้ถือไอซ์เดินเพลง MK กับพนักงาน MK Central center พัทยาเหนือ เพื่อเป็นการสร้างความรู้สึกสนุกสนานให้กับผู้บริโภคเมื่อได้เห็นคลิปลดังกล่าว



ภาพที่ 4-47 ตัวอย่างกลยุทธ์ความรู้สึกที่ปรากฏบนเฟซบุ๊กเพจ

4. กลยุทธ์การรวมกลุ่ม (S6): กลยุทธ์นี้เน้นการเชื่อมต่อทางจิตวิทยาระหว่างแบรนด์ในด้านคุณสมบัติหรือลักษณะของภาพ (Attributes or Image Characteristics) ตัวอย่างการนำคนดังหรือผู้ที่มีชื่อเสียง มาเกี่ยวข้องกับแบรนด์เพราะเสน่ห์ของพวกเขาสามารถถ่ายทอดไปยังบุคลิกภาพของผลิตภัณฑ์และดังต่อไปถึงผู้บริโภค ผลการวิเคราะห์สื่อสังคมออนไลน์ของภาพยนตร์เรื่อง ATM เออร์..เออเรอ นั้นพบว่ามีการใช้กลยุทธ์นี้เป็นอันดับแปดจากกลยุทธ์ทั้งหมด โดยก่อนภาพยนตร์เข้าฉายกลยุทธ์นี้ถูกใช้ในสื่อสังคมออนไลน์ประเภทสื่อยูทูบ จำนวน 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 42.85 และไม่พบการเผยแพร่ในสื่อเฟซบุ๊กเพจและสื่อทวิตเตอร์ ระหว่างภาพยนตร์เข้าฉายกลยุทธ์นี้ถูกใช้ในสื่อสังคมออนไลน์ประเภทสื่อเฟซบุ๊กเพจ จำนวน 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.94 และไม่พบการเผยแพร่ในสื่อทวิตเตอร์และสื่อยูทูบ และหลังภาพยนตร์เข้าฉายไม่พบการเผยแพร่ในสื่อเฟซบุ๊กเพจ สื่อทวิตเตอร์และสื่อยูทูบเช่นกันผู้วิจัยได้นำเสนอตัวอย่างของสื่อดังกล่าวโดยแบ่งเป็นระยะเวลา 3 ช่วง ได้แก่ ก่อนภาพยนตร์เข้าฉาย ระหว่างภาพยนตร์เข้าฉาย และหลังภาพยนตร์เข้าฉาย สามารถสรุปได้ดังนี้

4.1 ก่อนภาพยนตร์เข้าฉาย

สื่อประเภทยูทูบ

ในสื่อประเภทยูทูบของบริษัทที่เผยแพร่ในวันที่ 28 ธันวาคม พ.ศ. 2554 ได้มีการโพสต์คลิป “ATM เออร์ก..เออเร่อ เต๋อ-ไอซ์” เวลารวม 2.29 นาที ที่ทางบริษัท จีเอ็มเอ็ม ไท หับ จำกัด (จีทีเอช) ที่นำไปเผยแพร่ในสื่อยูทูบ (www.youtube.com/gth2004) เมื่อวันที่ 28 ธันวาคม พ.ศ. 2554 เป็นคลิปแนะนำพระเอกนางเอก ผลงานของพวกเขาที่ผ่านมาและเบื้องหลังการถ่ายทำของภาพยนตร์เรื่อง ATM เออร์ก..เออเร่อ ซึ่งพระเอกรับบทโดย เต๋อ ลั่นทวิทย์ และนางเอกรับบทโดย ไอซ์ ปรีชญา จัดเป็นกลยุทธ์การรวมกลุ่มโดยใช้ชื่อเสียงของนักแสดงและผลงานที่ผ่านมาของเขามารองรับว่าผลงานภาพยนตร์เรื่องใหม่ (ภาพยนตร์เรื่อง ATM เออร์ก..เออเร่อ) จะสนุกและมีคุณภาพเหมือนผลงานที่ผ่านมา ถ้าใครที่เคยดูผลงานที่ผ่านมาของเต๋อ และชอบในบทบาทการแสดง อาทิ โปรแกรมหน้าวิญญานอาฆาต, ปิดเทอมใหญ่ หัวใจว้าวุ่น กวนมึนโธ เป็นต้น



คลิป “ATM เออร์ก..เออเร่อ เต๋อ-ไอซ์” เวลารวม 2.29 นาที

คลิปตัวอย่างจากสื่อยูทูบ

(www.youtube.com/gth2004)

ที่ทางบริษัท จีเอ็มเอ็ม ไท หับ จำกัด (จีทีเอช) จัดทำขึ้นเมื่อวันที่ 28 ธันวาคม พ.ศ. 2554

เผยแพร่วันที่ วันที่ 28 ธันวาคม พ.ศ. 2554

กลยุทธ์ที่ S3, S5, S6, S9

ภาพที่ 4-48 ตัวอย่างกลยุทธ์การรวมกลุ่มที่ปรากฏบนยูทูบ

สื่อประเภทเฟซบุ๊ก และสื่อประเภททวิตเตอร์

ในช่วงก่อนภาพยนตร์เข้าฉาย ไม่พบการเผยแพร่ในสื่อทั้งสองประเภทนี้

4.2 ระหว่างภาพยนตร์เข้าฉาย

สื่อประเภทเฟซบุ๊กเพจ

ในสื่อประเภทเฟซบุ๊กเพจของบริษัทที่เผยแพร่ในวันที่ 1 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2555 เวลา 18.02 น. ได้มีข้อความถูกโพสต์ว่า “ครีเอททำควัก Heart แบบ โดนๆ ของตัวเองกันรึยังคะ ได้ทำเด็ดๆ แล้ว อย่าลืมส่งคลิปมาร่วมสนุก เพื่อลุ้นเสื้อ ATM เออร์ค..เออเร่อ ได้ที่นี้นะคะ www.myplaychannel.com ^_~” พร้อมทั้งนำเสนอภาพคลิปทำควักหัวใจในแบบของอาไทหนึ่ง ในนักแสดงเรื่อง ATM เออร์ค..เออเร่อ ที่ทางบริษัท จีเอ็มเอ็ม ไท หับ จำกัด (จีทีเอช) ได้นำไปเผยแพร่ที่เว็บไซต์ www.youtube.com/PlayChannelth เมื่อวันที่ 30 มกราคม พ.ศ. 2555 จัดเป็นกลยุทธ์การรวมกลุ่มโดยใช้ชื่อเสียงของนักแสดงและผลงานที่ผ่านมาของเขามารองรับว่า การแสดงความรักในทำควักหัวใจของภาพยนตร์เรื่องนี้กำลังเป็นที่นิยมและผู้บริโภคสามารถร่วมสนุกกับกิจกรรมนี้ได้

18.02

ข้อความ “ครีเอททำควัก Heart แบบ โดนๆ ของตัวเองกันรึยังคะ ได้ทำเด็ดๆ แล้ว อย่าลืมส่งคลิปมาร่วมสนุก เพื่อลุ้นเสื้อ ATM เออร์ค..เออเร่อ ได้ที่นี้นะคะ www.myplaychannel.com ^_~”

คลิปตัวอย่าง จากเว็บไซต์ www.youtube.com/PlayChannelth เมื่อวันที่ 30 มกราคม พ.ศ. 2555

เผยแพร่วันที่ 1 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2555 เวลา 18.02 น.

กลยุทธ์ที่ S6, S10

ภาพที่ 4-49 ตัวอย่างกลยุทธ์การรวมกลุ่มที่ปรากฏบนเฟซบุ๊กเพจ

สื่อประเภทวิดีโอ และสื่อประเภทยูทูบ

ในช่วงระหว่างภาพยนตร์เข้าฉาย ไม่พบการเผยแพร่ในสื่อทั้งสองประเภทนี้

4.3 หลังภาพยนตร์เข้าฉาย

สื่อประเภทเฟซบุ๊กเพจ และสื่อประเภททวิตเตอร์ และสื่อยูทูบ

ในช่วงหลังภาพยนตร์เข้าฉาย ไม่พบการเผยแพร่ในสื่อทั้งสามประเภทนี้

5. กลยุทธ์วิธีการดำเนินชีวิต (S7) กลยุทธ์เป็นประเภทของการสมาคม โดยนำ

สถานการณ์และสัญลักษณ์ต่าง ๆ ในวิธีการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคสามารถระบุได้ เหมาะสำหรับการผลิตภัณฑ์ที่มีการแข่งขันกันสูงแต่มีความแตกต่างเล็กน้อย เช่น เครื่องนุ่งห่ม ผลการวิเคราะห์สื่อสังคมออนไลน์ของภาพยนตร์เรื่อง ATM เออร์รัก..เออเร่อ นั้นพบว่ามีการใช้กลยุทธ์นี้มากเป็นอันดับหกจากกลยุทธ์ทั้งหมด โดยก่อนภาพยนตร์เข้าฉายกลยุทธ์นี้ถูกใช้ในสื่อสังคมออนไลน์ประเภทสื่อเฟซบุ๊กเพจ จำนวน 25 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 21.37 สื่อทวิตเตอร์ จำนวน 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 2.72 และสื่อยูทูบ จำนวน 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 42.85 ระหว่างภาพยนตร์เข้าฉายกลยุทธ์นี้ถูกใช้ในสื่อสังคมออนไลน์ประเภทสื่อเฟซบุ๊กเพจ จำนวน 6 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 5.66 สื่อทวิตเตอร์ จำนวน 8 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 8 และไม่พบการเผยแพร่ในสื่อยูทูบและหลังภาพยนตร์เข้าฉายกลยุทธ์นี้ถูกใช้ในสื่อสังคมออนไลน์ประเภทสื่อเฟซบุ๊กเพจ จำนวน 6 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 14.63 ไม่พบการเผยแพร่ในสื่อทวิตเตอร์และสื่อยูทูบ ผู้วิจัยได้นำเสนอตัวอย่างของสื่อดังกล่าวโดยแบ่งเป็นระยะเวลา 3 ช่วง ได้แก่ ก่อนภาพยนตร์เข้าฉาย ระหว่างภาพยนตร์เข้าฉายและหลังภาพยนตร์เข้าฉาย สามารถสรุปได้ดังนี้

5.1 ก่อนภาพยนตร์เข้าฉาย

สื่อประเภทเฟซบุ๊กเพจ

ในสื่อประเภทเฟซบุ๊กเพจของบริษัทที่เผยแพร่ในวันที่ 20 ธันวาคม พ.ศ. 2554 เวลา 15.30 น. ได้มีข้อความถูกโพสต์ว่า “หาอะไรทำแก้ง่วงกันมัย” บ่ายๆ แบบนี้ก่อนที่จะหลับคาโต๊ะ แต่ละคนมีวิธีแก้ง่วงยังงัยกันบ้างคะ ลองแชร์กันหน่อย ^_^” ผู้ดูแลระบบสื่อสังคมออนไลน์ของบริษัท จีเอ็มเอ็ม โท หับ จำกัด (จีทีเอช) ได้นำชีวิตของคนทำงานที่จะมีอาการง่วงนอนในช่วงบ่าย ๆ มาเปรียบเทียบกับตัวละครที่ในภาพยนตร์ที่เป็นคนทำงานและมีอาการแบบเดียวกัน ให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วมด้วยการเขียนส่งวิธีการไม่ให้ง่วงนอนมา

๑๑๓ GTH
 ๑๑/๑๓/๒๕๕๔

"หาอะไรทำแก้่วงกันมัย" บ่ายๆ แบบนี้ก่อนที่จะหลับคาโต๊ะ
 แต่ละคนมีวิธีแก้่วงยังงัยกันบ้างคะ ลองแชร์กันหน่อย ^_ ^"

ถูกใจ แสดงความดีใจเป็น แชร์ ๑460 130 1

ข้อความ "หาอะไรทำแก้่วงกันมัย"
 บ่ายๆ แบบนี้ก่อนที่จะหลับคาโต๊ะ
 แต่ละคนมีวิธีแก้่วงยังงัยกันบ้างคะ
 ลองแชร์กันหน่อย ^_ ^"

เผยแพร่วันที่ 20 ธันวาคม พ.ศ. 2554
 เวลา 15.30 น.
 กลยุทธ์ที่ S7, S10

ภาพที่ 4-50 ตัวอย่างกลยุทธ์วิธีการดำเนินชีวิตที่ปรากฏบนเฟซบุ๊กเพจ

ในสื่อประเภทเฟซบุ๊กเพจของบริษัทที่เผยแพร่ในวันที่ 22 ธันวาคม พ.ศ. 2554 เวลา 16.02 น. ได้มีข้อความถูกโพสต์ว่า "ถ้านั่งประชุมอยู่แล้วเจเจ้านายทำหน้าเครียดแบบนี้ใส่ ทำยังงัยกันดีคะ ^_ ^" พร้อมทั้งนำเสนอภาพ นางเอกของเรื่อง นั่งทำหน้าตึงเครียดอยู่ในห้องประชุม ซึ่งเป็นสถานการณ์ในที่ทำงานที่คนทำงานทั่วไปมักพบ จึงทำให้ผู้บริโภครู้สึกเชื่อมโยงกับตัวละครได้เป็นอย่างดี

๑๑๓๓ GTH
 ๑๑/๑๓/๒๕๕๔

ถ้านั่งประชุมอยู่แล้วเจเจ้านายทำหน้าเครียดแบบนี้ใส่ ทำยังงัยกันดีคะ ^_ ^"



ถูกใจ แสดงความดีใจเป็น แชร์ 1,487 215 52

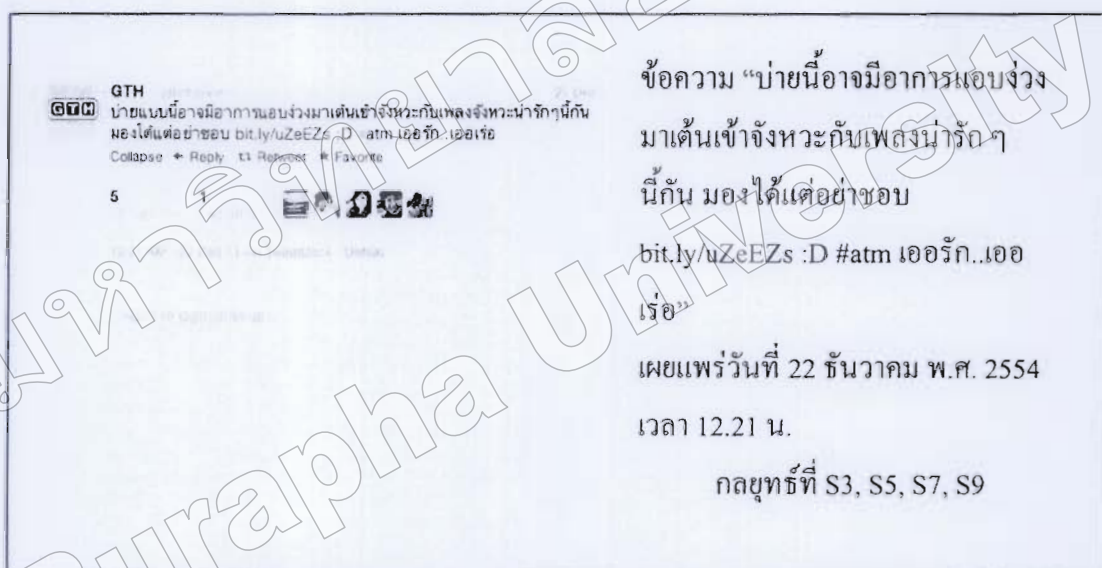
ข้อความ "ถ้านั่งประชุมอยู่แล้วเจ
 เจ้านายทำหน้าเครียดแบบนี้ใส่ ทำยังงัย
 กันดีคะ ^_ ^"

เผยแพร่วันที่ 22 ธันวาคม พ.ศ. 2554
 เวลา 16.02 น.
 กลยุทธ์ที่ S7

ภาพที่ 4-51 ตัวอย่างกลยุทธ์วิธีการดำเนินชีวิตที่ปรากฏบนเฟซบุ๊กเพจ

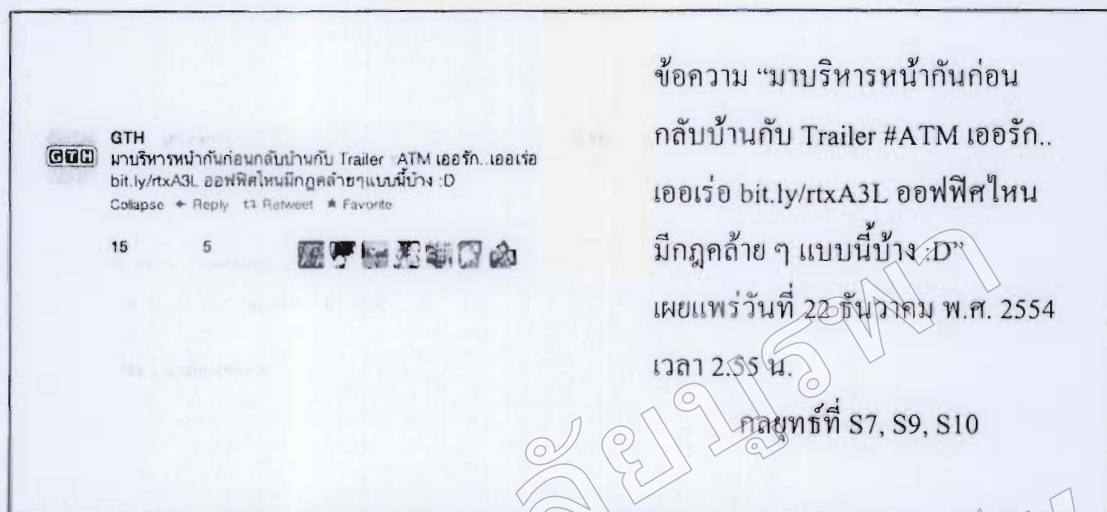
สื่อประเภททวีตเตอร์

ในสื่อประเภททวีตเตอร์ของบริษัทที่เผยแพร่ในวันที่ 22 ธันวาคม พ.ศ. 2554 เวลา 12.21 น. ได้มีข้อความถูกโพสต์ว่า “บายนี้อาจมีอาการแอบง่วนมาเดินเข้าจ้งหะกับเพลงน่ารัก ๆ นี้นี้กัน มองได้แต่อย่าชอบ bit.ly/uZeEZs :D #atm เออร์รัก..เออเร่อ” ผู้ดูแลระบบสื่อสังคมออนไลน์ของบริษัท จีเอ็มเอ็ม ไท หับ จำกัด (จีทีเอช) ใช้วิถีชีวิตของคนที่ทำงานที่จะมีอาการง่วนนอนในช่วงบ่าย ๆ มาผูกกับตัวละครที่เป็นภาพยนตร์ที่เป็นคนทำงานเช่นเดียวกัน แล้วจึงชวนผู้บริโภคมาร่วมเดินเข้าจ้งหะกับเพลงมองได้แต่อย่าชอบที่ประกอบภาพยนตร์เรื่อง ATM เออร์รัก..เออเร่อ เพื่อให้ร่างกายได้ขยับจะได้หายง่วนนอน การทำเช่นนี้ช่วยทำให้ผู้บริโภครู้สึกผูกพันเป็นส่วนหนึ่งกับภาพยนตร์และตัวละครได้เป็นอย่างดี



ภาพที่ 4-52 ตัวอย่างกลยุทธ์วิธีการดำเนินชีวิตที่ปรากฏบนทวีตเตอร์

ในสื่อประเภททวีตเตอร์ของบริษัทที่เผยแพร่ในวันที่ 22 ธันวาคม พ.ศ. 2554 เวลา 2.55 น. ได้มีข้อความถูกโพสต์ว่า “มาบริหารหน้ากันก่อนกลับบ้านกับ Trailer #ATM เออร์รัก..เออเร่อ bit.ly/rtxA3L ออฟฟิศไหนมีกุ๊กลาย ๆ แบบนี้บ้าง :D” ซึ่งเป็นสถานการณ์ที่คนทำงานทั่วไปมักพบ เพราะการทำงานอย่างต่อเนื่องหลายชั่วโมงอาจทำให้เกิดความตึงเครียด การบริหารใบหน้าช่วยผ่อนคลายความตึงเครียดได้อีกทางหนึ่ง เชื่อมโยงกับวิธีการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค สามารถดูคลิป ATM เออร์รัก..เออเร่อ (Trailer) เพื่อเพิ่มความสุขสนุกสนานในการบริหารใบหน้าได้เป็นอย่างดี



ภาพที่ 4-53 ตัวอย่างกลยุทธ์วิธีการดำเนินชีวิตที่ปรากฏบนทวิตเตอร์

สื่อประเภทยูทูป

ในสื่อประเภทยูทูปของบริษัทที่เผยแพร่ในวันที่ 21 ธันวาคม พ.ศ. 2554 ได้มีการโพสต์คลิป “ตัวอย่าง ATM-เออร์ค.เออเรอ (ATM Official Trailer)” เวลารวม 2.55 นาที เป็นคลิปภาพยนตร์ซึ่งเป็นตัวอย่างภาพยนตร์เรื่อง ATM เออร์ค.เออเรอ ที่ทางบริษัท จีเอ็มเอ็ม ไท หับ จำกัด (จีทีเอช) ทำขึ้นเมื่อวันที่ 21 ธันวาคม พ.ศ. 2554 เพื่อเป็นการบอกข้อมูลข่าวสารให้กับผู้บริโภค เนื้อเรื่องของภาพยนตร์เกี่ยวกับการที่เครื่อง ATM ของธนาคารแห่งหนึ่งทำงานผิดปกติ และทำให้มีการจ่ายเงินเกินเป็น 2 เท่าของจำนวนที่กดเบิกและธนาคารดังกล่าวมีกฎหมายห้ามพนักงานคบหาเป็นแฟนกัน โดยมีบทลงโทษการฝ่าฝืนคือการให้ออกจากงาน ซึ่งพระเอกและนางเอกทำงานในธนาคารดังกล่าวและได้เป็นแฟนกัน เมื่อเหตุการณ์ผิดปกติของเครื่อง ATM จึงทำให้ทั้งคู่เข้ามาเป็นเงื่อนไขว่าใครสามารถตามเงินกลับคืนมาได้จะต้องลาออกจากธนาคาร นอกจากนี้ในคลิปยังแจ้งว่าภาพยนตร์เรื่องนี้จะเข้าฉายในโรงภาพยนตร์ในวันที่ 19 มกราคม พ.ศ. 2555 ซึ่งเป็นสถานการณ์ที่ทำให้ผู้บริโภครู้สึกเชื่อมโยงกับตัวละครในภาพยนตร์ว่าถ้าเป็นตนเองจะอย่างไรกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น



คลิป “ตัวอย่าง ATM เออร์รัก..เออเร่อ (ATM Official Trailer)” เวลารวม 2.55 นาที”

คลิปตัวอย่างจากสื่อยูทูป (www.youtube.com/gth2004) ที่จัดทำขึ้นโดยบริษัท จีเอ็มเอ็ม ไท หับ จำกัด (จีทีเอช) เมื่อวันที่ 21 ธันวาคม พ.ศ. 2554

เผยแพร่วันที่ 21 ธันวาคม พ.ศ. 2554

เวลารวม 2.55 นาที

กลยุทธ์ที่ S3, S5, S7, S9

ภาพที่ 4-54 ตัวอย่างกลยุทธ์วิธีการดำเนินชีวิตที่ปรากฏบนยูทูป

5.3 ระหว่างภาพยนตร์เข้าฉาย

สื่อประเภทเฟซบุ๊กเพจ

ในสื่อประเภทเฟซบุ๊กเพจของบริษัทที่เผยแพร่ในวันที่ 13 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2555 เวลา 14.39 น. ได้มีข้อความถูกโพสต์ว่า “เพราะเธอเป็นคนเดียวที่เราอยากอมแพ้” เตรียมประโยคเออร์รักแบบโดน ๆ ไว้บอกคนพิเศษในวันวาเลนไทน์นี้กันรึยังคะ ^_^” พร้อมทั้งนำเสนอภาพที่พระเอกและนางเอกของเรื่องกำลังเป่าเทียนคู่กัน พระเอกเป่าเทียนคู่กับนางเอกที่เป่าเทียนคู่กับใคร ซึ่งผู้บริโภครู้สึกเชื่อมโยงกับตัวละครได้เป็นอย่างดี เนื่องจากสอดคล้องกับเทศกาลวาเลนไทน์ที่มีกระแสเกี่ยวกับการบอกรักในรูปแบบต่าง ๆ ในสังคม



ดูใจ แสดงความคิดเห็น แชร์ 2,391 582 77

ข้อความ “วิธีบอกรักแบบฉบับ ATM เออ
รัก..เออเร่อ วาเลนไทน์นี้ใครจะใช้วิธีไหน
เลือกได้ตามสะดวกเลย ไม่สงวนสิทธิ์นะ
คะ ^_”

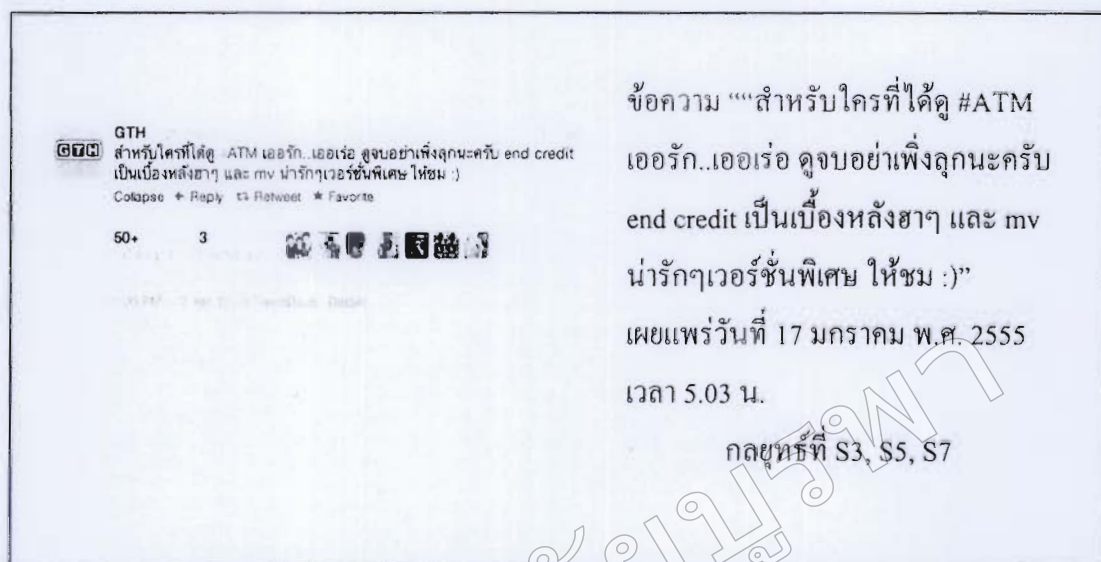
เผยแพร่วันที่ 13 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2555
เวลา 13.43 น.

กลยุทธ์ที่ S3, S5, S7, S9

ภาพที่ 4-56 ตัวอย่างกลยุทธ์วิธีการดำเนินชีวิตที่ปรากฏบนเฟซบุ๊กเพจ

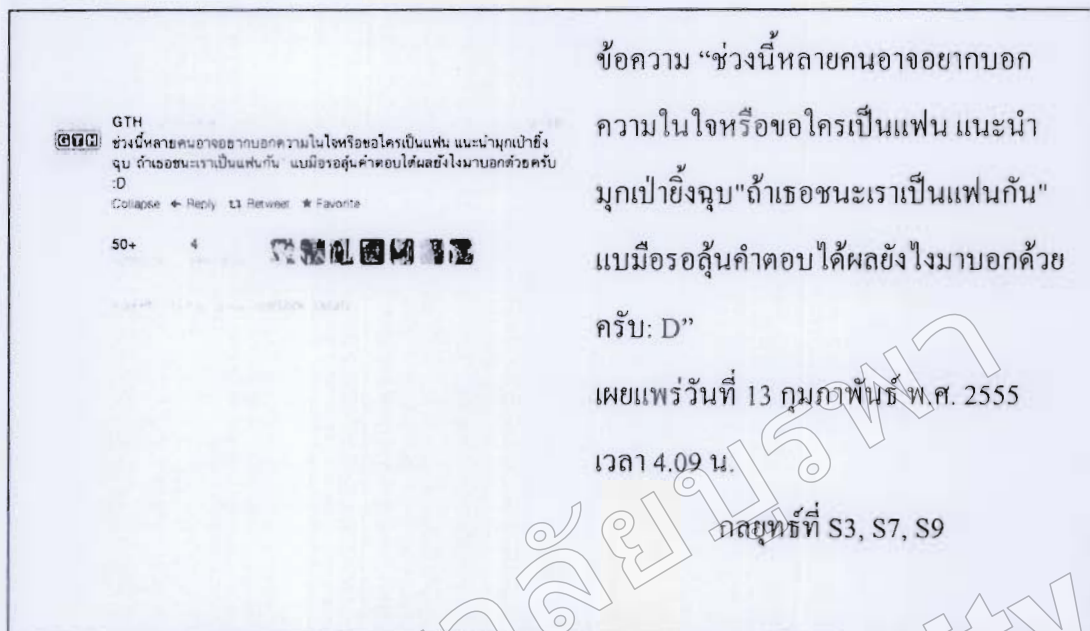
สื่อประเภททวิตเตอร์

ในสื่อประเภททวิตเตอร์ของบริษัทที่เผยแพร่ในวันที่ 17 มกราคม พ.ศ. 2555 เวลา 5.03 น. ได้มีข้อความถูกโพสต์ว่า “สำหรับใครที่ได้ดู #ATM เออรัก..เออเร่อ ดูจบอย่าเพิ่งลืมนะครับ End Credit เป็นเบื้องหลังฮา ๆ และ mv น่ารักๆเวอร์ชันพิเศษ ให้ชม:)” ซึ่งข้อความที่เผยแพร่ขึ้นนั้น โดนใจผู้บริโภค เพราะเคยกระทำเวลาไปชมภาพยนตร์แล้วมักจะออกจากโรงภาพยนตร์เมื่อ ภาพยนตร์จบทันทีไม่ดู End Credit ดังนั้น บริษัทจึงต้องการแจ้งว่าเมื่อภาพยนตร์จบแล้ว อย่าเพิ่ง ลุกขึ้นจากที่นั่งเพราะจะมีเวอร์ชันพิเศษในช่วงท้ายของภาพยนตร์ให้ชมกัน



ภาพที่ 4-57 ตัวอย่างกลยุทธ์วิธีการดำเนินชีวิตที่ปรากฏบนทวิตเตอร์

ในสื่อประเภททวิตเตอร์ของบริษัทที่เผยแพร่ในวันที่ 13 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2555 เวลา 4.09 น. ได้มีข้อความถูกโพสต์ว่า “ช่วงนี้หลายคนอาจอยากบอกความในใจหรือขอใครเป็นแฟน แนะนำมุกเป่าขี้จูบ” ถ้าเธอชนะเราเป็นแฟนกัน” แบบมีอรอลุ้นคำตอบได้ผลยังไงมาบอกด้วยครับ: D” เป็นการนำเสนอกลยุทธ์โดยใช้สถานการณ์ในช่วงของวันวาเลนไทน์ ผู้บริโภคบางคนอาจอยากบอกความในใจกับใครบางคนหรือขอใครเป็นแฟน ซึ่งผู้ดูแลระบบสื่อออนไลน์ของบริษัทจีเอ็มเอ็ม ไท หับ จำกัด (จีทีเอช) จึงแนะนำมุกเป่าขี้จูบที่พระเอกใช้ขอนางเอกเป็นแฟนในภาพยนตร์เรื่อง ATM เออร์รัก..เออเร่อ เข้ามาให้สอดคล้องกับเทศกาลวาเลนไทน์ของผู้บริโภค



ภาพที่ 4-58 ตัวอย่างกลยุทธ์วิธีการดำเนินชีวิตที่ปรากฏบนทวิตเตอร์

สื่อประเภทยูทูบ

ในช่วงระหว่างภาพยนตร์เข้าฉาย ไม่พบการเผยแพร่ในสื่อประเภทนี้

5.3 หลังภาพยนตร์เข้าฉาย

สื่อประเภทเฟซบุ๊กเพจ

ในสื่อประเภทเฟซบุ๊กเพจของบริษัทที่เผยแพร่ในวันที่ 17 มีนาคม พ.ศ. 2555 เวลา 12.52 น. ได้มีข้อความถูกโพสต์ว่า “ดันไม่ให้หนังดาหย่อนรีเปล่านายเค้อ ^_^ ทรูปเออร์รัก เออเร่อ in Singapore มือแรกที่ Boon Tong Kee” พร้อมทั้งนำเสนอภาพ เต๋อกำมือและดันหนังดาขึ้น โดยที่มีไอช่นั่งยิ้มอยู่ข้าง ๆ ผู้ดูแลระบบสื่อสังคมออนไลน์ของบริษัท จีเอ็มเอ็ม ไท หับ จำกัด (จีทีเอช) ได้นำวิถีชีวิตของคนทั่วไปที่เมื่อรับประทานอิม ๆ แล้วจะรู้สึกง่วง จึงทำให้ผู้บริโภครู้สึกเชื่อมโยงกับพฤติกรรมที่นักแสดงทำเป็นอย่างดี

GTH
27 ธ.ค. 2012

12.52

ต้นไม้นิ่งตาคาหย่อนรีเปลา นายเต๋อ ^_^ ทริปเออร์ริค เออ
เรอ in singapore มือแรกที่ Boon tong kee



ดูใจ แลดูความดีเห็น ใจดี 4:2,689 7,36 3

ข้อความ “ต้นไม้นิ่งตาคาหย่อนรีเปลา
นายเต๋อ ^_^ ทริปเออร์ริค เออเรอ in
Singapore มือแรกที่ Boon Tong Kee”
เผยแพร่วันที่ 17 มีนาคม พ.ศ. 2555
เวลา 12.52 น.
กลยุทธ์ที่ S3, S7, S9

ภาพที่ 4-59 ตัวอย่างกลยุทธ์วิธีการดำเนินชีวิตที่ปรากฏบนเฟซบุ๊กเพจ

สื่อประเภทวิดีโอและสื่อประเภทยูทูป

ในช่วงหลังภาพยนตร์เข้าฉาย ไม่พบการเผยแพร่ในสื่อทั้งสองประเภทนี้

6. กลยุทธ์สิ่งจูงใจ (S8) เป็นกลยุทธ์ในการขาย ที่สร้างความรู้สึกรักของความเร่งด่วน และการตอบสนองทันทีทันใดของลูกค้า ส่วนใหญ่มักจะเป็นการแจกสินค้าตัวอย่าง และการส่งเสริมการขาย ผลการวิเคราะห์สื่อสังคมออนไลน์ของภาพยนตร์เรื่อง ATM เออร์ริค..เออเรอ นั้นพบว่ามีการใช้กลยุทธ์นี้มากเป็นอันดับห้าจากกลยุทธ์ทั้งหมด โดยก่อนภาพยนตร์เข้าฉาย กลยุทธ์นี้ถูกใช้ในสื่อสังคมออนไลน์ประเภทสื่อเฟซบุ๊กเพจ จำนวน 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 3.05 สื่อทวิตเตอร์ จำนวน 7 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 4.76 และไม่พบการเผยแพร่ในสื่อยูทูป ระหว่าง ภาพยนตร์เข้าฉายกลยุทธ์นี้ถูกใช้ในสื่อสังคมออนไลน์ประเภทสื่อเฟซบุ๊กเพจ จำนวน 17 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 16.03 สื่อทวิตเตอร์ จำนวน 10 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 10 และสื่อยูทูปจำนวน 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 100 และหลังภาพยนตร์เข้าฉายกลยุทธ์นี้ถูกใช้ในสื่อสังคมออนไลน์ประเภทสื่อ

เฟซบุ๊กเพจ จำนวน 15 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 36.58 สื่อบทวิเคราะห์ จำนวน 10 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 71.42 และไม่พบการเผยแพร่ในสื่ออื่นๆ ผู้วิจัยได้นำเสนอตัวอย่างของสื่อดังกล่าวโดยแบ่งเป็นระยะเวลา 3 ช่วง ได้แก่ ก่อนภาพยนตร์เข้าฉาย ระหว่างภาพยนตร์เข้าฉายและหลัง ภาพยนตร์เข้าฉาย สามารถสรุปได้ดังนี้

6.1 ก่อนภาพยนตร์เข้าฉาย

สื่อประเภทเฟซบุ๊กเพจ

ในสื่อประเภทเฟซบุ๊กเพจของบริษัทที่เผยแพร่ในวันที่ 9 มกราคม พ.ศ. 2555 เวลา 16.53 น. ได้มีข้อความถูกโพสต์ว่า “สมาชิก GTH is me คนไหนอยากดู ATM เออร์ก..เออเร่รอบพิเศษก่อนใคร ยกมือขึ้น! ^_~” พร้อมเชื่อมต่อจากเว็บไซต์ www.gthisme.com ที่จัดทำขึ้นโดยบริษัท จีเอ็มเอ็ม ไท หับ จำกัด (จีทีเอช) เพื่อกระตุ้นผู้บริโภคที่เป็นสมาชิก GTH is me เข้าร่วมกิจกรรมเพื่อชิงรางวัลบัตรภาพยนตร์รอบพิเศษ ดูภาพยนตร์เรื่อง ATM เออร์ก..เออเร่ ก่อนเข้าฉายในโรงภาพยนตร์



GTH is me

สมาชิก GTH is me คนไหนอยากดู ATM เออร์ก..เออเร่ รอบพิเศษก่อนใคร ยกมือขึ้น! ^_~

GTH is me » ชวนสมาชิกบัตรเดบิตอาร์มเด้ GTH is me มาชมภาพยนตร์ “ATM เออร์ก..เออเร่”

www.gthisme.com

ชวนสมาชิกบัตรเดบิตอาร์มเด้ GTH is me มาชม

ถูกใจ แสดงความคิดเห็น แชร์

ข้อความ “สมาชิก GTH is me คนไหนอยากดู ATM เออร์ก..เออเร่ รอบพิเศษก่อนใคร ยกมือขึ้น! ^_~” พร้อมเชื่อมต่อจากเว็บไซต์ www.gthisme.com ที่จัดทำขึ้นโดยบริษัท จีเอ็มเอ็ม ไท หับ จำกัด (จีทีเอช) เผยแพร่วันที่ 9 มกราคม พ.ศ. 2555 เวลา 16.53 น.

กลยุทธ์ที่ S8, S10

👍 583 🗨 35 🔄 2

ภาพที่ 4-60 ตัวอย่างกลยุทธ์สิ่งจูงใจที่ปรากฏบนเฟซบุ๊กเพจ

ในสื่อประเภทเฟซบุ๊กเพจของบริษัทที่เผยแพร่ในวันที่ 10 มกราคม พ.ศ. 2555 เวลา 17.32 น. ได้มีข้อความถูกโพสต์ว่า “เย็นนี้ใครเดินทางกลับบ้านด้วย BTS แคชชัวร์/ เดิมเงิน/ เดิมเที่ยวเดินทางในบัตรสมาร์ตพาส จะได้รับคูปองส่วนลดสำหรับซื้อตั๋ว ATM เออร์ร่า..เออเร่อ กันด้วยนะคะ ^_^” พร้อมเชื่อมต่อจากเว็บไซต์ www.atm-errak-error.com ที่จัดทำขึ้นโดยบริษัท จีเอ็มเอ็ม ไท หับ จำกัด (จีทีเอช) เพื่อกระตุ้นผู้บริโภคที่เดินทางด้วยรถไฟฟ้า (BTS) เข้าร่วมกิจกรรม โดย ถ้าซื้อ/ เดิมเงิน/ เดิมเที่ยวเดินทาง ในบัตรสมาร์ตพาส มูลค่า 100 บาทขึ้นไปจะได้รับคูปอง ส่วนลดสำหรับซื้อบัตรชมภาพยนตร์เรื่อง ATM เออร์ร่า..เออเร่อ



GTG ได้โพสต์ สิ่งนี้
เวลา 17:32

เย็นนี้ใครเดินทางกลับบ้านด้วย BTS แคชชัวร์/ เดิมเงิน/ เดิมเที่ยวเดินทางในบัตรสมาร์ตพาส จะได้รับคูปองส่วนลดสำหรับซื้อตั๋ว ATM เออร์ร่า..เออเร่อ กันด้วยนะคะ ^_^

มีทีเอส ร่วมกับ จีทีเอช และเมเจอร์ ซีนีเพล็กซ์ กรุ๊ป มอบคูปองส่วนลด
www.atm-errak-error.com

ดูรายละเอียด/ เดิมเงิน/ เดิมเที่ยวเดินทางในบัตรสมาร์ตพาส มูลค่า 100 บาทขึ้นไป
มีทีเอส สมาร์ตพาส มูลค่า 100 บาทขึ้นไป (10 มกราคม 2555)

ดูใจ แสดงความคิดเห็น ๒๕๕ ๓๖308 ๘7 126

ข้อความ “เย็นนี้ใครเดินทางกลับบ้านด้วย BTS แคชชัวร์/ เดิมเงิน/ เดิมเที่ยวเดินทาง ในบัตรสมาร์ตพาส จะได้รับคูปองส่วนลดสำหรับซื้อตั๋ว ATM เออร์ร่า..เออเร่อ กันด้วยนะคะ ^_^” พร้อมเชื่อมต่อจากเว็บไซต์ www.atm-errak-error.com ที่จัดทำขึ้นโดยบริษัท จีเอ็มเอ็ม ไท หับ จำกัด (จีทีเอช)

เผยแพร่วันที่ 10 มกราคม พ.ศ. 2555

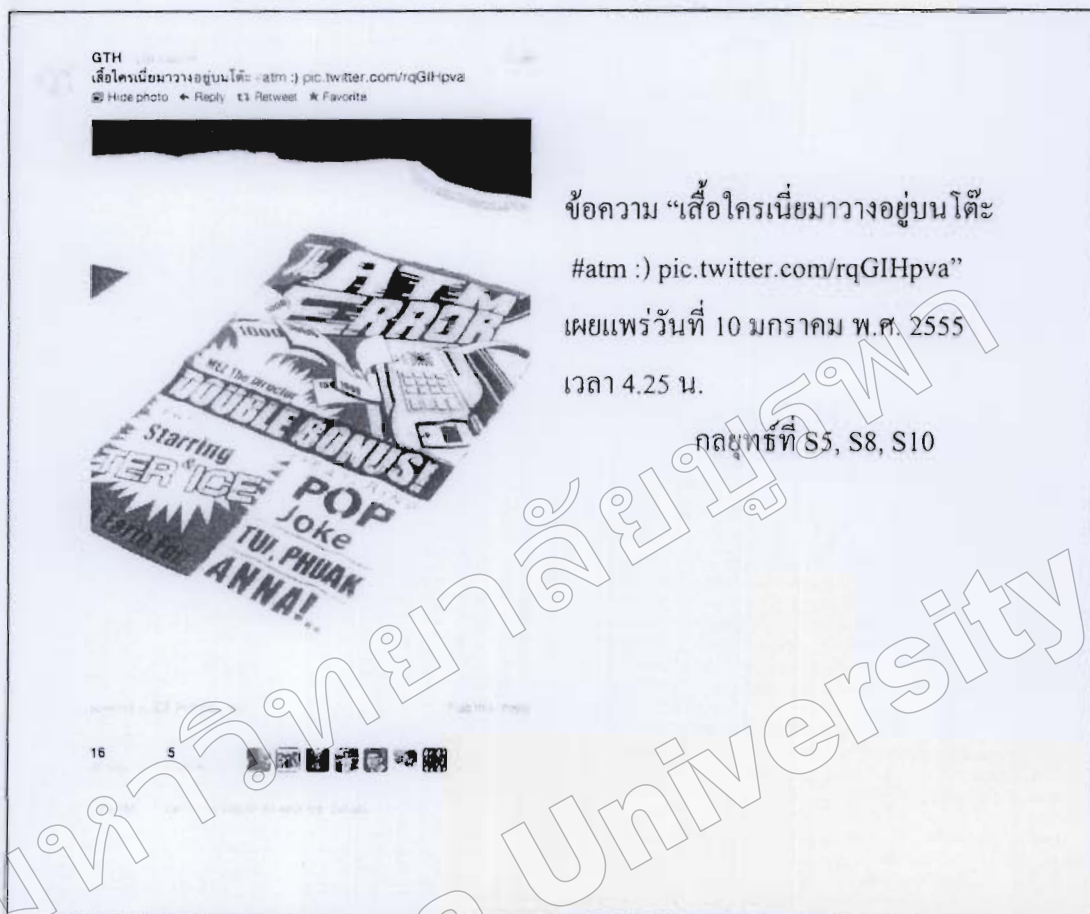
เวลา 17.32 น.

กลยุทธ์ที่ S3, S7, S8, S10

ภาพที่ 4-61 ตัวอย่างกลยุทธ์สิ่งจูงใจที่ปรากฏบนเฟซบุ๊กเพจ

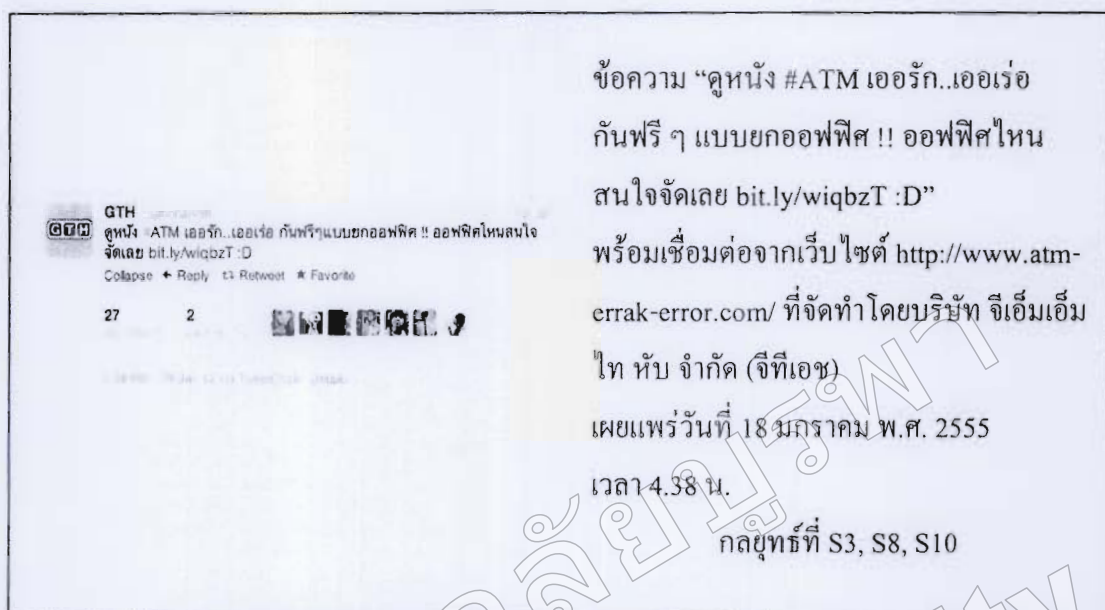
สื่อประเภททวีตเตอร์

ในสื่อประเภททวีตเตอร์ของบริษัทที่เผยแพร่ในวันที่ 10 มกราคม พ.ศ. 2555 เวลา 4.25 น. ได้มีข้อความถูกโพสต์ว่า “เสื่อใครเหนียวมาวางอยู่บนโต๊ะ #atm :) pic.twitter.com/rqGIHpva” พร้อมทั้งนำเสนอภาพ เสื่อพื้นลายเป็นสีฟ้า จะได้จากการเข้าร่วมกิจกรรมจากทางภาพยนตร์เรื่อง ATM เออร์ร่า..เออเร่อ เพื่อกระตุ้นผู้บริโภคเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อชิงรางวัลคือเสื่อ โดยการเข้าร่วมกิจกรรมจากทางภาพยนตร์เรื่อง ATM เออร์ร่า..เออเร่อ ที่ทางบริษัทจัดขึ้นในรูปแบบต่าง ๆ



ภาพที่ 4-62 ตัวอย่างกลยุทธ์สิ่งจูงใจที่ปรากฏบนทวีตเตอร์

ในสื่อประเภททวีตเตอร์ของบริษัทที่เผยแพร่ในวันที่ 18 มกราคม พ.ศ. 2555 เวลา 4.38 น. ได้มีข้อความถูกโพสต์ว่า “ดูหนัง #ATM เออร์รัก..เออเร่อ กันฟรีๆแบบยกออฟฟิศ !! ออฟฟิศไหนสนใจจัดเลย bit.ly/wiqbzT :D” พร้อมเชื่อมต่อจากเว็บไซต์ <http://www.atm-errak-error.com/> ที่จัดทำโดยบริษัท จีเอ็มเอ็ม ไท หับ จำกัด (จีทีเอช) เพื่อกระตุ้นผู้บริโภคที่เป็นคนทำงานออฟฟิศ เข้าร่วมกิจกรรมเพื่อชิงรางวัล ไปชมภาพยนตร์ทั้งออฟฟิศแบบไม่ต้องเสียเงินให้เข้าร่วมกิจกรรม รักโอเวอร์ ฮาเออเร่อยกออฟฟิศ กับภาพยนตร์เรื่อง ATM เออร์รัก..เออเร่อ



ภาพที่ 4-63 ตัวอย่างกลยุทธ์ดึงดูดใจที่ปรากฏบนทวีตเตอร์

สื่อประเภทยูทูบ

ในช่วงก่อนภาพยนตร์เข้าฉาย ไม่พบการเผยแพร่ในสื่อประเภทนี้

6.2 ระหว่างภาพยนตร์เข้าฉาย

สื่อประเภทเฟซบุ๊กเพจ

ในสื่อประเภทเฟซบุ๊กเพจของบริษัทที่เผยแพร่ในวันที่ 29 มกราคม พ.ศ. 2555 เวลา 9.10 น. ได้มีข้อความถูกโพสต์ว่า “ใครกำลังหา notebook ใหม่ sponsor ใจดีของเรา Toshiba มีกิจกรรมร่วมสนุกกับ ATM เออร์รัก..เออเร่อ แจกส่วนลดซื้อเครื่องใหม่สนใจร่วมสนุกคลิกเลยละ http://www.facebook.com/ToshibaNotebookThailand?sk=app_208195102528120 ^_^” พร้อมทั้งนำเสนอภาพ โปรโมชันจากโตชิบ้า มีรูปพระเอกและนางเอกจากโปสเตอร์ของภาพยนตร์เรื่อง ATM เออร์รัก..เออเร่อ ในภาพของโน้ตบุ๊กจากโตชิบ้า เพื่อกระตุ้นผู้บริโภคว่า โตชิบ้า แจกส่วนลดในการซื้อโน้ตบุ๊กเครื่องใหม่จากโตชิบ้าให้กด ตามลิงค์เฟซบุ๊กเพจของโตชิบ้า http://www.facebook.com/ToshibaNotebookThailand?sk=app_208195102528120

GTH 9.10

ใครกำลังหา notebook ใหม่ sponsor ใจดีของเรา Toshiba มีกิจกรรมร่วมสนุกกับ ATM เออร์รัก..เออเร่อ แจกส่วนลดซื้อเครื่องใหม่สนใจร่วมสนุกคลิกเลยคะ
http://www.facebook.com/ToshibaNotebookThailand?sk=app_208195102528120^_^

TOSHIBA
leading innovation >>

ดูใจ... แล... 9.10

ข้อความ “ใครกำลังหา Notebook ใหม่ Sponsor ใจดีของเรา Toshiba มีกิจกรรมร่วมสนุกกับ ATM เออร์รัก..เออเร่อ แจกส่วนลดซื้อเครื่องใหม่สนใจร่วมสนุกคลิกเลยคะ

http://www.facebook.com/ToshibaNotebookThailand?sk=app_208195102528120^_^

พร้อมเชื่อมต่อจากเฟชบุ๊กเพจ

<http://www.facebook.com/ToshibaNotebookThailand> ที่จัดทำขึ้นโดยบริษัท โตชิบาไทยแลนด์

เผยแพร่วันที่ 29 มกราคม พ.ศ. 2555 เวลา 9.10 น.

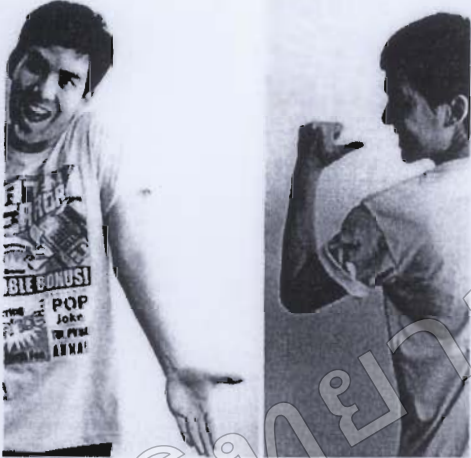
กลยุทธ์ที่ S3, S8, S10

ภาพที่ 4-64 ตัวอย่างกลยุทธ์สิ่งจูงใจที่ปรากฏบนเฟชบุ๊กเพจ

ในสื่อประเภทเฟชบุ๊กเพจของบริษัทที่เผยแพร่ในวันที่ 9 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2555 เวลา 12.01 น. ได้มีข้อความถูกโพสต์ว่า “อยากได้กันมั๊ย...? เสือยัด ATM เงินทะลัก รูน “เออซื้อ” จากภาพยนตร์ ATM เออร์รัก..เออเร่อ ในคอลเลกชันใหม่ สีฟ้าสดใส ให้เป็นเจ้าของได้ในราคา 300 บาท ที่บูธ GTH ในงานแฟดเฟส ไดรภาค เสาร์-อาทิตย์นี้ (11-12 ก.พ.) ริมทะเลสาบเมืองทองธานี รับรองว่าใครใส่แล้วสวยเออเร่อ..หล่อโอเวอร์แน่นอน!! ^_^” พร้อมทั้งนำเสนอภาพ เต๋อ-ฉันทวิชช์ ใส่เสื้อสีฟ้า ของภาพยนตร์เรื่อง ATM เออร์รัก..เออเร่อ เพื่อเป็นการกระตุ้นผู้บริโภคว่ามีเสื้อของภาพยนตร์เรื่อง ATM เออร์รัก..เออเร่อ ออกวางจำหน่ายแล้ว ในราคา 300 บาท ซื้อได้ที่บูธของบริษัท จีเอ็มเอ็ม ไท หับ จำกัด (จีทีเอช) ที่เปิดในงานแฟดเฟส วันที่ 11-12 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2555 ที่ริมทะเลสาบเมืองทองธานี

GTH
12.01

อยากได้กันมั๊ย...? เสือยัด ATM เงินทะลัก รุ่น "เออซ้อ" จากภาพยนตร์ ATM เออร์รัก..เออเร่อ ในคอลเลกชันใหม่ สีฟ้าสดใส ให้เป็นเจ้าของได้ในราคา 300 บาท ที่บูธ GTH ในงานแฟดเฟส ไตรภาค เสาร์-อาทิตย์นี้ (11-12 ก.พ.) รับทะเลสาบเมืองทองธานี รับรองว่าใครได้แล้วสวยเออเร่อ..หล่อโอเวอร์แน่นอน!! ^_^



ดูใจ แสดงความพอใจ

ข้อความ “อยากได้กันมั๊ย...? เสือยัด ATM เงินทะลัก รุ่น “เออซ้อ” จากภาพยนตร์ ATM เออร์รัก..เออเร่อ ในคอลเลกชันใหม่ สีฟ้าสดใส ให้เป็นเจ้าของได้ในราคา 300 บาท ที่บูธ GTH ในงานแฟดเฟส ไตรภาค เสาร์-อาทิตย์นี้ (11-12 ก.พ.) รับทะเลสาบเมืองทองธานี รับรองว่าใครได้แล้วสวยเออเร่อ..หล่อโอเวอร์แน่นอน!! ^_^”

เผยแพร่วันที่ 9 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2555

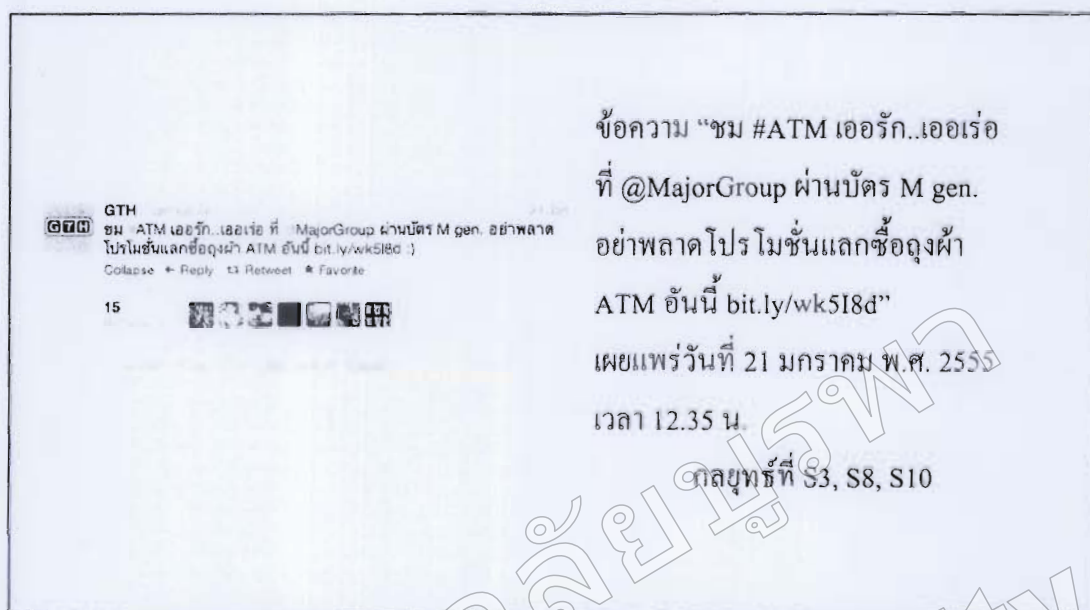
เวลา 12.01 น.

กลยุทธ์ที่ S3, S8, S10

ภาพที่ 4-65 ตัวอย่างกลยุทธ์สิ่งจูงใจที่ปรากฏบนเฟซบุ๊กเพจ

สื่อประเภทวิดีโอ

ในสื่อประเภทวิดีโอของบริษัทที่เผยแพร่ในวันที่ 21 มกราคม พ.ศ. 2555 เวลา 12.35 น. ได้มีข้อความถูกโพสต์ว่า “ชม #ATM เออร์รัก..เออเร่อ ที่ @MajorGroup ผ่านบัตร M gen. อย่าพลาดไป โฉนดแลกซื้อถุงผ้า ATM อันนี้ bit.ly/wk5I8d” เพื่อกระตุ้นผู้บริโภคเข้าร่วม โพรโมชันแลกซื้อถุงผ้าของภาพยนตร์เรื่อง ATM เออร์รัก..เออเร่อ สามารถแลกซื้อได้ที่ โรงภาพยนตร์ในเครือ Major โดยใช้ผ่านบัตร M gen. เมื่อชมภาพยนตร์



ภาพที่ 4-66 ตัวอย่างกลยุทธ์สิ่งจูงใจที่ปรากฏบนทวีตเตอร์

ในสื่อประเภททวีตเตอร์ของบริษัทที่เผยแพร่ในวันที่ 21 มกราคม พ.ศ. 2555 เวลา 3.40 น. ได้มีข้อความถูกโพสต์ว่า “บัตร GTH is me ด่าย #ATM มาแล้วสมัครได้ที่ www.gthisme.com หรือเคาน์เตอร์ @KBank_Live ที่มีป้ายตามในรูป:) pic.twitter.com/5GF3hxpV” พร้อมทั้งนำเสนอภาพ ป้ายตั้งประชาสัมพันธ์การสมัครบัตร GTH is me ลายภาพยนตร์เรื่อง ATM เออร์ค..เออเร่อ ที่ตั้งในธนาคาร เพื่อดึงดูดผู้บริโภค ให้เข้าร่วมสมัครบัตร GTH is me ลายของ ภาพยนตร์เรื่อง ATM เออร์ค..เออเร่อ โดยสามารถสมัครได้ที่ www.gthisme.com หรือเคาน์เตอร์ @KBank_Live



ภาพที่ 4-67 ตัวอย่างกลยุทธ์สิ่งจูงใจที่ปรากฏบนทวิตเตอร์

สื่อประเภทยูทูบ

ในสื่อประเภทยูทูบของบริษัทที่เผยแพร่ใน วันที่ 26 มกราคม พ.ศ. 2555 ได้มีการโพสต์คลิป “ATM เออร์ค..เออเร่อ Promotion MK” เวลารวม 0.34 นาที ที่ทางบริษัท จีเอ็มเอ็ม ไท หับจำกัด (จีทีเอช) ได้นำไปเผยแพร่ในสื่อยูทูบ (www.youtube.com/gth2004) เมื่อวันที่ 28 ธันวาคม พ.ศ. 2554 โดยในคลิปมีเนื้อหาว่า บัตรชมภาพยนตร์เรื่อง ATM เออร์ค..เออเร่อ ทุก 2 ที่นั่งที่ SF รับทันทีบัตร ATMK การ์ด แลกซื้อไอศกรีมกะทิทรงเครื่อง 1 แกรม 1 ที่ MK หรือทาน MK ทุก 500 บาท รับสิทธิ์ซื้อป๊อปคอร์นและน้ำอัดลมแถมฟรีน้ำ 1 แก้วทันที ที่โรงภาพยนตร์ในเครือ SF พร้อมลุ้นร่วมทริป “ฮาเออเร่อ สุขโอเวอร์” กับนักแสดงนำและรางวัลกว่า 6 แสนบาท ที่ MK และ SF ทุกสาขา เพื่อกระตุ้นให้กับผู้บริโภค เข้าร่วม โปรโมชันที่จัดขึ้นของภาพยนตร์เรื่อง ATM เออร์ค..เออเร่อ



ATM เออร์รัก..เออเร่อ Promotion MK

GTH2004 200 141 views

รับสิทธิ์ชื่อ

0:15 / 2:34

คลิป " ATM เออร์รัก..เออเร่อ Promotion MK" เวลารวม 2.31 นาที

คลิปตัวอย่างจากสื่อยูทูป

(www.youtube.com/gth2004)

ที่จัดทำขึ้น โดยบริษัท จีเอ็มเอ็ม ไท หับ จำกัด (จีทีเอช)

เมื่อวันที่ 28 ธันวาคม พ.ศ. 2554

เผยแพร่วันที่ 28 ธันวาคม พ.ศ. 2554

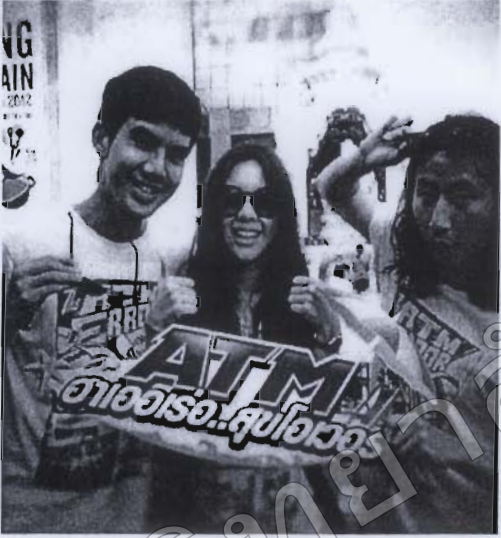
กลยุทธ์ที่ S3, S8, S9, S10

ภาพที่ 4-68 ตัวอย่างกลยุทธ์สิ่งจูงใจที่ปรากฏบนยูทูป

6.3 หลังภาพยนตร์เข้าฉาย

สื่อประเภทเฟซบุ๊กเพจ

ในสื่อประเภทเฟซบุ๊กเพจของบริษัทที่เผยแพร่ในวันที่ 3 มีนาคม พ.ศ. 2555 เวลา 9.34 น. ได้มีข้อความถูกโพสต์ว่า “พร้อมออกเดินทางทริป ATM ฮาเออเร่อ..สุขโอเวอร์ กับผู้ร่วมสนุกจาก SF และ MK” พร้อมทั้งนำเสนอภาพ เต๋อ-ไอซ์-เมฆ พระเอก นางเอกและผู้กำกับใส่เสื้อของภาพยนตร์และถ่ายภาพร่วมกับป้าย ATM ฮาเออเร่อ..สุขโอเวอร์ เพื่อจูงใจให้กับผู้บริโภคถ้าเข้าร่วมกิจกรรมกับภาพยนตร์เรื่อง ATM เออร์รัก..เออเร่อ จะได้เข้าร่วมกิจกรรมที่สนุกสนาน พร้อมความประทับใจแบบนี้ ที่ชั้นเซท พาร์ค รีสอร์ทแอนด์สปา พัทยา



ถูกใจ แสดงความเห็น 1.206 11 2

ข้อความ “พร้อมออกเดินทางทริป
ATM ฮาเออเรอ..สุขโอเวอร์ กับผู้ร่วม
สนุกจาก SF และ MK”
เผยแพร่วันที่ 3 มีนาคม พ.ศ. 2555
เวลา 9:34 น.
กลยุทธ์ที่ S3, S8, S10

ภาพที่ 4-69 ตัวอย่างกลยุทธ์สิ่งจูงใจที่ปรากฏบนเฟซบุ๊กเพจ

ในสื่อประเภทเฟซบุ๊กเพจของบริษัทที่เผยแพร่ในวันที่ 3 มีนาคม พ.ศ. 2555 เวลา 9.34 น. ได้มีข้อความถูกโพสต์ว่า “ใครรอเก็บ ATM อยู่บ้าง 27 เมษายนนี้วางขายแล้ว คนที่ซื้อของจริงถูกต้องยังมีลุ้นอีกด้วย ^_^ “เตรียมลุ้นรับ New iPad ฟรี จากคาร์สัน เมื่อซื้อ DVD, VCD ก.ATM เออร์ค..เออเรอ 27 เม.ย.นี้” หรือลุ้นรับ New iPad 57 เครื่อง ดูรายละเอียดที่ www.facebook.com/carsonthailand” พร้อมเชื่อมต่อจากเว็บไซต์ www.facebook.com/carsonthailand ที่จัดทำขึ้น โดยบริษัท สหไทยพัฒนภัณฑ์ จำกัด พร้อมทั้งนำเสนอภาพ โปรโมทชั่นจากคาร์สัน โดยมีภาพเต๋อ-ไอซ์จากภาพโปสเตอร์ภาพยนตร์เรื่อง ATM เออร์ค..เออเรอ เมื่อซื้อ DVD, VCD ลุ้นรับ New iPad เพื่อกระตุ้นผู้บริโภคให้เข้าร่วมกิจกรรม ลุ้นรับ New iPad จากคาร์สัน เมื่อซื้อ DVD, VCD ของแท้ ที่จะวางขายตามร้านค้าทั่วไปในวันที่ 27 เมษายน



ใครรอเก็บ ATM อยู่บ้าง 27 เมษายนนี้วางขายแล้ว คนที่ซื้อของจริงถูกต้องยังมีลุ้นอีกด้วย ^_^ “เตรียมลุ้นรับ New iPad ฟรี จากการ์ตูน เออรัก..เออเรื่อ DVD , VCD ๙.ATM เออรัก..เออเรื่อ 27 เม.ย.นี้”
หรือลุ้นรับ New iPad 57 เครื่อง ดูรายละเอียดที่ www.facebook.com/carsonthailand

ข้อความ “ใครรอเก็บ ATM อยู่บ้าง 27 เมษายนนี้วางขายแล้ว คนที่ซื้อของจริงถูกต้องยังมีลุ้นอีกด้วย ^_^ “เตรียมลุ้นรับ New iPad ฟรี จากการ์ตูน เออรัก..เออเรื่อ DVD , VCD ๙.ATM เออรัก..เออเรื่อ 27 เม.ย.นี้” หรือลุ้นรับ New iPad 57 เครื่อง ดูรายละเอียดที่ www.facebook.com/carsonthailand” พร้อมเชื่อมต่อจากเว็บไซต์ www.facebook.com/carsonthailand ที่จัดทำขึ้นโดยบริษัท สหไทยพัฒนภัณฑ์ จำกัด เผยแพร่วันที่ 20 เมษายน พ.ศ. 2555 เวลา 17.17 น.

กลยุทธ์ที่ S3, S8, S10

ภาพที่ 4-70 ตัวอย่างกลยุทธ์สิ่งจูงใจที่ปรากฏบนเฟชบุ๊กเพจ

สื่อประเภททวีตเตอร์

ในสื่อประเภททวีตเตอร์ของบริษัทที่เผยแพร่ในวันที่ 21 มกราคม พ.ศ. 2555 เวลา 3.40 น. ได้มีข้อความถูกโพสต์ว่า “ได้เวลาขายของ :P #ATM Boxset limited Edition (Run No.) 3500 ชุดราคา 899.-วางจำหน่าย 27 เมษานี้ไปดูกันว่ามียะไรบ้าง <http://on.fb.me/GXkILq> :)”

เพื่อกระตุ้นผู้บริโภคให้รีบมาซื้อภาพยนตร์เรื่อง ATM เออรัก..เออเรื่อ มี Boxset limited Edition แบบเรียงหมายเลข (Run No.) ในราคา 899 บาท จำนวน 3500 ชุด วางจำหน่าย 27 เมษายน ตามร้านค้าทั่วไป ภายในกล่องมียะไรบ้าง เช่น บัตร ATM ของลายภาพยนตร์, การ์ดเชิญงานแต่งงานของพระเอก-นางเอก และบัตรสะสมแต้มของร้านซักรีด เป็นต้น

ข้อความ “ได้เวลาขายของ :P #ATM Boxset limited Edition (Run No.) 3500 ชุดราคา 899.- วางจำหน่าย 27 เมษานี้ไปดูกันว่า มีอะไรบ้าง <http://on.fb.me/GXklLq> :)”

เผยแพร่วันที่ 21 มกราคม พ.ศ. 2555 เวลา 3.40 น.

กลยุทธ์ที่ S3, S8, S10

GTH ได้เวลาขายของ :P #ATM Boxset limited Edition (Run No.) 3500 ชุดราคา 899.- วางจำหน่าย 27 เมษานี้ไปดูกันว่า มีอะไรบ้าง on.fb.me/GXklLq :) Collapse Reply Retweet Favorite

42 3

3:53 PM - 30 Mar '12 via TweetDeck - Details

ภาพที่ 4-71 ตัวอย่างกลยุทธ์สิ่งจูงใจที่ปรากฏบนทวีตเตอร์

ในสื่อประเภททวีตเตอร์ของบริษัทที่เผยแพร่ในวันที่ 28 เมษายน พ.ศ. 2555 เวลา 7.57 น. ได้มีข้อความถูกโพสต์ว่า “ขายของวางแผงแล้ววันนี้ #ATM เออร์รัก..เออเร่อ ทั้ง วีซีดี ดีวีดี และ ดีวีดี boxset <https://www.facebook.com/media/set/?set=a.10150691969857278.410622.44495517277...> ทุกกล่องมีสิทธิ์ลุ้น New iPad ด้วย :D” เพื่อกระตุ้นผู้บริโภคว่า วีซีดี ดีวีดีและ ดีวีดี boxset ของภาพยนตร์เรื่อง ATM เออร์รัก..เออเร่อ มีวางจำหน่ายแล้วตามร้านค้าทั่วไป และทุกกล่องที่ผู้บริโภคซื้อ ไปมีสิทธิ์ลุ้นรับ New iPad

ข้อความ “ขายของวางแผงแล้ว วันนี้ #ATM เออร์รัก..เออเร่อ ทั้ง VCD,DVD และ DVD boxset <https://www.facebook.com/media/set/?set=a.10150691969857278.410622.44495517277...> ทุกกล่องมีสิทธิ์ลุ้น New iPad ด้วย :D”

เผยแพร่วันที่ 28 เมษายน พ.ศ. 2555 เวลา 7.57 น.

กลยุทธ์ที่ S3, S8, S9, S10

GTH ขายของวางแผงแล้ววันนี้ #ATM เออร์รัก..เออเร่อ ทั้ง VCD,DVD และ DVD box set [facebook.com/media/set/?set=a.10150691969857278.410622.44495517277...](https://www.facebook.com/media/set/?set=a.10150691969857278.410622.44495517277...) ทุกกล่องมีสิทธิ์ลุ้น New iPad ด้วย :D Collapse Reply Retweet Favorite

46 4

8:22 PM - 28 Apr '12 via TweetDeck - Details

ภาพที่ 4-72 ตัวอย่างกลยุทธ์สิ่งจูงใจที่ปรากฏบนทวีตเตอร์

สื่อประเภทยูทูป

ในช่วงหลังภาพยนตร์เข้าฉาย ไม่พบการเผยแพร่ในสื่อประเภทนี้

7. กลยุทธ์สิ่งช่วยเตือนความจำ (S9) กลยุทธ์นี้ช่วยเตือนความจำ ทำให้เป็นแบรนด์อันดับหนึ่งในใจของกลุ่มเป้าหมาย จะใช้กับแบรนด์ที่อยู่ในตลาดมานาน และมีการสร้างเอกลักษณ์ของแบรนด์ขึ้นมา เพื่อเตือนความจำของลูกค้า โดยบริษัท จีเอ็มเอ็ม ไท หับ จำกัด (จีทีเอช) ไม่ได้เน้นคุณสมบัติของสินค้าแต่เน้นการรักษาให้เป็นแบรนด์อันดับหนึ่งในใจของผู้บริโภค ผลการวิเคราะห์สื่อสังคมออนไลน์ของภาพยนตร์เรื่อง ATM เออร์ริก..เออเร่อ นั้นพบว่าใช้กลยุทธ์ถูกใช้ในการเตือนความจำให้กับผู้บริโภคเกี่ยวกับเนื้อหาที่เคยมีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ก่อนหน้านี้สูงมากเป็นอันดับสองจากกลยุทธ์ทั้งหมด โดยก่อนภาพยนตร์เข้าฉาย กลยุทธ์นี้ถูกใช้ในสื่อสังคมออนไลน์ประเภทสื่อเฟซบุ๊กเพจ จำนวน 42 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 32.06 สื่อทวิตเตอร์ จำนวน 106 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 72.10 และสื่อยูทูป จำนวน 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 57.14 ระหว่างภาพยนตร์เข้าฉายกลยุทธ์นี้ถูกใช้ในสื่อสังคมออนไลน์ประเภทสื่อเฟซบุ๊กเพจ จำนวน 20 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 18.86 สื่อทวิตเตอร์ จำนวน 54 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 54 และสื่อยูทูป จำนวน 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 66.66 และหลังภาพยนตร์เข้าฉายกลยุทธ์นี้ถูกใช้ในสื่อสังคมออนไลน์ประเภทสื่อเฟซบุ๊กเพจ จำนวน 27 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 65.85 สื่อทวิตเตอร์ จำนวน 12 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 85.71 และไม่พบการเผยแพร่ในสื่อยูทูปผู้วิจัยได้นำเสนอตัวอย่างของสื่อดังกล่าวโดยแบ่งเป็นระยะเวลา 3 ช่วง ได้แก่ ก่อนภาพยนตร์เข้าฉาย ระหว่างภาพยนตร์เข้าฉายและหลัง ภาพยนตร์เข้าฉาย สามารถสรุปได้ดังนี้

7.1 ก่อนภาพยนตร์เข้าฉาย

สื่อประเภทเฟซบุ๊กเพจ

ในสื่อประเภทเฟซบุ๊กเพจของบริษัทที่เผยแพร่ในวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2555 เวลา 18.15 น. ได้มีข้อความถูกโพสต์ว่า “Happy New Year 2012 ter-ice และส่งท้ายด้วยคุณนี่ นายเต๋อ-ฉันทวิรัช และสาวไอซ์-ปรีชญา พบความน่ารัก ๆ ของทั้งคู่เต็ม ๆ ใน ATM เออร์ริก..เออเร่อ 19 มกราคมนี้ในโรงภาพยนตร์ค่ะ ^_^” พร้อมทั้งนำเสนอภาพคลิป เต๋อและไอซ์ พระเอกนางเอกของเรื่องอวยพรปีใหม่ให้กับแฟน ๆ ภาพยนตร์ เพื่อเป็นการช่วยเตือนความจำให้กับผู้บริโภคว่า ภาพยนตร์เรื่อง ATM เออร์ริก..เออเร่อ จะเข้าฉายในโรงภาพยนตร์วันที่ 19 มกราคม พ.ศ. 2555 นำแสดงโดย เต๋อ-ฉันทวิรัช และ ไอซ์-ปรีชญา หลังจากที่เคยประชาสัมพันธ์ไปก่อนหน้านี้

GTH

18.15 น.

Happy New Year 2012 ter-ice
และลงท้ายด้วยคุณ นายเต๋อ-ฉินทวิชช์ และสาวไอซ์-ปรีชญา พบความน่ารักของทั้งคู่เล่นๆใน ATM เออร์ค..เออเรอ 19 มกราคมนี้ในโรงภาพยนตร์ค่ะ ^ _ ^



ถูกใจ แสดงความคิดเห็น แชร์

18.15 น.

ข้อความ “Happy New Year 2012 ter-ice และส่งท้ายด้วยคุณ นายเต๋อ-ฉินทวิชช์ และสาวไอซ์-ปรีชญา พบความน่ารักของทั้งคู่เล่นๆใน ATM เออร์ค..เออเรอ 19 มกราคมนี้ในโรงภาพยนตร์ค่ะ ^ _ ^”

เผยแพร่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2555

เวลา 18.15 น.

กลยุทธ์ที่ S3, S7, S9

ภาพที่ 4-73 ตัวอย่างกลยุทธ์ซึ่งช่วยเตือนความจำที่ปรากฏบนเฟซบุ๊กเพจ

ในสื่อประเภทเฟซบุ๊กเพจของบริษัทที่เผยแพร่ในวันที่ 4 มกราคม พ.ศ. 2555 เวลา 16.37 น. ได้มีข้อความถูกโพสต์ว่า “อีกแค่ 2 อาทิตย์ ATM เออร์ค..เออเรอ เข้าฉายแล้ว(19 มกราคม) มาดูว่ามีใครมาสร้างความฮาในเรื่องกันบ้าง... แต่ละคนจัดเต็มจริงๆ ^ _ ^” พร้อมทั้งนำเสนอภาพคลิป ATM เออร์ค..เออเรอ นักแสดง ที่ทางบริษัท จีเอ็มเอ็ม ไท หับ จำกัด (จีทีเอช) ได้นำไปเผยแพร่ในสื่อยูทูป (www.youtube.com/gth2004) เมื่อวันที่ 28 ธันวาคม พ.ศ. 2554 เป็นคลิปแนะนำนักแสดงสมทบ เพื่อเป็นการช่วยเตือนความจำให้กับผู้บริโภคว่า ภาพยนตร์เรื่อง ATM เออร์ค..เออเรอ จะเข้าฉายใน โรงภาพยนตร์วันที่ 19 มกราคม พ.ศ. 2555 และมีใครบ้างที่เล่นภาพยนตร์เรื่องนี้ พร้อมกับผลงานที่ผ่านมาของแต่ละคนด้วย หลังจากที่เคยประชาสัมพันธ์ไปก่อนหน้านี้



อีกแค่ 2 อาทิตย์ ATM เออร์ค..เออเรอ เข้าฉายแล้ว(19 มกรา) มาดูว่ามีใครมาสร้างความเฮฮาในเรื่องกันบ้าง... แต่ละคนจัดเต็มจริง ๆ ^_~

ATM เออร์ค..เออเรอ ปักแสดง
www.youtube.com

เพลงรักและตลกขบขันเพื่อ ความ สนุกสนานใน ATM เออร์ค..เออเรอ แล้ว 19 มกราคม มาดูเออเรออีกทีนะ

อุกโจ แสดงความคิดเห็น แชร์

2,135 67 196

ข้อความ “อีกแค่ 2 อาทิตย์ ATM เออร์ค..เออเรอ เข้าฉายแล้ว(19 มกรา) มาดูว่ามีใครมาสร้างความเฮฮาในเรื่องกันบ้าง... แต่ละคนจัดเต็มจริง ๆ ^_~”

คลิปตัวอย่างจากสื่อยูทูป
(www.youtube.com/gth2004) ที่จัดทำขึ้น
โดยบริษัท จีเอ็มเอ็ม ไท หับ จำกัด
(จีทีเอช)
เมื่อวันที่ 28 ธันวาคม พ.ศ. 2554
เผยแพร่วันที่ 4 มกราคม พ.ศ. 2555
เวลา 16.37 น.
กลยุทธ์ที่ S3, S5, S9

ภาพที่ 4-74 ตัวอย่างกลยุทธ์สิ่งช่วยเตือนความจำที่ปรากฏบนเฟซบุ๊กเพจ

สื่อประเภททวีตเตอร์

ในสื่อประเภททวีตเตอร์ของบริษัทที่เผยแพร่ในวันที่ 19 ธันวาคม พ.ศ. 2554 เวลา 12.10 น. ได้มีข้อความถูกโพสต์ว่า “เร็ว ๆ นี้ได้เจอกันตามโรงภาพยนตร์ แล้ว 19 มกราคมรักเออเรอกับคุณ :) #ATM yfrog.com/mgwopbbj” พร้อมทั้งนำเสนอภาพที่ตั้งประชาสัมพันธ์ภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์ เพื่อเป็นการช่วยเตือนความจำให้กับผู้บริโภคว่า ภาพยนตร์เรื่อง ATM เออร์ค..เออเรอ กำลังจะเข้าฉายในโรงภาพยนตร์ในวันที่ 19 มกราคม พ.ศ. 2555 นำแสดงโดย เต๋อ-ฉันทวิชช์ และไอซ์-ปริญญ์ หลังจากที่เคยประชาสัมพันธ์ไปก่อนหน้านี้

GTH
 เร็วๆนี้ได้เจอกันตามโรงภาพยนตร์แล้ว 19 มกราคมรักเออเรอ กับคุณนี้ :)
 ATM yfrog.com/mgwopbbj
 Hide photo Reply 13 Retweet Favorite



ข้อความ “เร็ว ๆ นี้ได้เจอกันตาม
 โรงภาพยนตร์ แล้ว 19 มกราคมรักเออเรอ
 กับคุณนี้ :) #ATM yfrog.com/mgwopbbj”
 เผยแพร่วันที่ 19 ธันวาคม พ.ศ. 2554
 เวลา 12.10 น.
 กลยุทธ์ที่ S3, S9

ภาพที่ 4-75 ตัวอย่างกลยุทธ์สิ่งช่วยเตือนความจำที่ปรากฏบนทวีตเตอร์

ในสื่อประเภททวีตเตอร์ของบริษัทที่เผยแพร่ในวันที่ 4 มกราคม พ.ศ. 2555 เวลา 5.05 น. ได้มีข้อความถูกโพสต์ว่า “อีกแค่ 2 อาทิตย์ #ATM เออริค..เออเรอจะเข้าฉายแล้ว เมื่อมีหนัง GTH เข้าก็มีกิจกรรมตัวขาวเตรียมไว้ คราวนี้จัดให้ทั่วถึงคอยติดตาม :)” เพื่อเป็นการช่วยเตือนความจำให้กับผู้บริโภคว่า บริษัท จีเอ็มเอ็ม ไท หับ จำกัด (จีทีเอช) จะมีกิจกรรมตัวขาวที่ให้ผู้ชมร่วมสนุกเป็นประจำเมื่อมีภาพยนตร์เข้าฉาย และกำลังจะมีภาพยนตร์เรื่อง ATM เออริค..เออเรอ เข้าฉาย ในอีก 2 อาทิตย์ข้างหน้าหลังจากที่เคยประชาสัมพันธ์ไปก่อนหน้านี้

GTH
อีกแค่ 2 อาทิตย์ ATM เออร์รัก..เออเร่อจะเข้าฉายแล้ว เมื่อมีหนัง GTH เข้าก็มี
กิจกรรมตัวยาว เตรียมไว้ คราวนี้จัดให้ทั่วถึงคอยติดตาม ;)
Collapse Reply Retweet Favorite

36 2 

ข้อความ “อีกแค่ 2 อาทิตย์ #ATM เออ
รัก..เออเร่อจะเข้าฉายแล้ว เมื่อมีหนัง
GTH เข้าก็มีกิจกรรมตัวยาว เตรียมไว้
คราวนี้จัดให้ทั่วถึงคอยติดตาม;)”
เผยแพร่วันที่ 4 มกราคม พ.ศ. 2555
เวลา 5.05 น.
กลยุทธ์ที่ S3, S9

ภาพที่ 4-76 ตัวอย่างกลยุทธ์สิ่งช่วยเตือนความจำที่ปรากฏบนทวีเตอร์

สื่อประเภทยูทูบ

ในสื่อประเภทยูทูบของบริษัทที่เผยแพร่ในวันที่ 26 มกราคม พ.ศ. 2555 ได้มีการโพสต์คลิป “ATM Official International Trailer” เวลารวม 2.53 นาที ที่ทางบริษัท จีเอ็มเอ็มไอที หับ จำกัด (จีทีเอช) ได้นำไปเผยแพร่ใน www.youtube.com/gth2004 เมื่อวันที่ 6 มกราคม พ.ศ. 2555 โดยเนื้อหาใช้ตัวอย่าง ATM เออร์รัก..เออเร่อ (ATM Official Trailer) แต่มีบทบรรยายเป็นภาษาอังกฤษและมี Sub-title เป็นภาษาอังกฤษ แต่ได้มีการตัดในส่วนท้ายที่มีการบอกวันที่ออกฉายและไฮไลต์ของคู่สนับสนุนออก เพื่อเป็นการช่วยเตือนความจำให้กับผู้บริโภคว่า ภาพยนตร์เรื่อง ATM เออร์รัก..เออเร่อ จะมีการเข้าฉายที่ต่างประเทศและมีกลุ่มคนที่ติดตามภาพยนตร์ของบริษัทในต่างประเทศ เหมือนภาพยนตร์เรื่องอื่นๆ ของบริษัท หลังจากที่เคยประชาสัมพันธ์ไปก่อนหน้านี้

ATM Official International Trailer



คลิป “ ATM Official International Trailer” เวลารวม 2.53 นาที

คลิปตัวอย่างจากเว็บไซต์ www.youtube.com/gth2004 ที่จัดทำขึ้นโดยบริษัท จีเอ็มเอ็ม ไท หับ จำกัด (จีทีเอช)

เมื่อวันที่ 6 มกราคม พ.ศ. 2555

เผยแพร่วันที่ วันที่ 6 มกราคม พ.ศ. 2555

กลยุทธ์ที่ S3, S5, S7, S9

ภาพที่ 4-77 ตัวอย่างกลยุทธ์สิ่งช่วยเตือนความจำที่ปรากฏบนยูทูป

7.2 ระหว่างภาพยนตร์เข้าฉาย

สื่อประเภทเฟชบุ๊กเพจ

ในสื่อประเภทเฟชบุ๊กเพจของบริษัทที่เผยแพร่ในวันที่ 20 มกราคม พ.ศ. 2555 เวลา 10.41น. ได้มีข้อความถูกโพสต์ว่า “วันนี้ใน โรงภาพยนตร์ ATM เออร์ค..เออเร่อ ^_^” พร้อมทั้งนำเสนอภาพนักแสดงและผู้กำกับของภาพยนตร์เรื่อง ATM เออร์ค..เออเร่อ เพื่อเป็นการช่วยเตือนความจำให้กับผู้บริโภคว่า ภาพยนตร์เรื่อง ATM เออร์ค..เออเร่อ เข้าฉายในโรงภาพยนตร์แล้ว



ภาพที่ 4-78 ตัวอย่างกลยุทธ์สิ่งช่วยเตือนความจำที่ปรากฏบนเฟสบุ๊กเพจ

ในสื่อประเภทเฟสบุ๊กเพจของบริษัทที่เผยแพร่ในวันที่ 1 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2555 เวลา 14.52 น. ได้มีข้อความถูกโพสต์ว่า “วันนี้วันสุดท้ายแล้ว สำหรับการหั่นเค้กป๊าวเวอร์ 4 ภูมิภาค รอบที่ 2 ใครอยากเป็นส่วนหนึ่งของสถิติตัวยาว รีบชวนเพื่อน ไปดู ATM เออร์รัก..เออเร่อ กันให้เยอะที่สุด เพื่อนำตัวยาวมาร่วมสนุกลุ้นเสียด ATM ที่รับรองใส่แล้วเท่เวอร์แน่นอน (หมดเขตร่วมสนุก 4 ทุ่มคืนนี้!!) ^_^” พร้อมทั้งเชื่อมต่อจากเว็บไซต์ www.atm-errak-error.com ที่จัดทำขึ้นโดยบริษัท จีเอ็มเอ็ม ไท หับ จำกัด (จีทีเอช) เพื่อเป็นการช่วยเตือนความจำให้กับผู้บริโภคว่ามีกิจกรรมตัวยาวให้เข้าร่วมสนุก ได้รับสื่อจากภาพยนตร์เรื่อง ATM เออร์รัก..เออเร่อ โดยจะหมดเขตร่วมสนุกในเวลา 4 ทุ่ม



GTH ได้แะร่ล่งค์
1 กุมภาพันธ์ 2012

วันนี้วันสุดท้ายแล้ว สำหรับการหาแชมป์ด้วยยาวโอเวอร์ 4 ภูมิภาค รอบที่ 2 ใครอยากเป็นส่วนหนึ่งของสถิติด้วยยาว รีบชวนเพื่อนไปดู ATM เออร์ค..เออเร่อ กันให้เยอะที่สุด เพื่อนำด้วยยาวมารวมสนุกลุ้นเสียด ATM ที่รับรองใส่แล้วเทห์เวอร์แน่นอน (หมดเขตร่วมสนุก 4 ทุ่มคืนนี้!!) ^_^

ด้วยยาวโอเวอร์ 4 ภูมิภาค (รอบ 2)
www.atm-errak-error.com

กิจกรรมการประลองความยาวรองตัว เพื่อบ่งชี้ถึง
วัด ATM เออร์ค..เออเร่อ สด COOL

ถูกใจ แสดงความคิดเห็น แชร์

ข้อความ “วันนี้วันสุดท้ายแล้ว สำหรับการหาแชมป์ด้วยยาวโอเวอร์ 4 ภูมิภาค รอบที่ 2 ใครอยากเป็นส่วนหนึ่งของสถิติด้วยยาว รีบชวนเพื่อนไปดู ATM เออร์ค..เออเร่อ กันให้เยอะที่สุด เพื่อนำด้วยยาวมารวมสนุกลุ้นเสียด ATM ที่รับรองใส่แล้วเทห์เวอร์แน่นอน (หมดเขตร่วมสนุก 4 ทุ่มคืนนี้!!) ^_^”

เชื่อมต่อจากเว็บไซต์ www.atm-errak-error.com ที่จัดทำขึ้น โดยบริษัท จีเอ็มเอ็ม ไท หับ จำกัด (จีทีเอช)

เผยแพร่วันที่ 1 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2555
เวลา 14.52 น.

กลยุทธ์ที่ S3, S4

ภาพที่ 4-79 ตัวอย่างกลยุทธ์ส่งเสริมความจำที่ปรากฏบนเฟซบุ๊กเพจ

สื่อประเภททวีตเตอร์

ในสื่อประเภททวีตเตอร์ของบริษัทที่เผยแพร่ในวันที่ 21 มกราคม พ.ศ. 2555 เวลา 3.28 น. ได้มีข้อความถูกโพสต์ว่า “นายเสือกับผู้จัดการมาเอง :) RT @terchantwist: ATM เออร์คเออเร่อ พวกเรอาดูกันยัง <http://instagr.am/p/jG-GF/>” พร้อมทั้งนำเสนอภาพ ที่ถ่ายภาพคู่กับป๊อปป Calories Blah Blah เพื่อเป็นการช่วยเตือนความจำให้กับผู้บริโภคว่า เตอร์รับบทเป็นเสือ และป๊อปปรับบทเป็นผู้จัดการธนาคารในภาพยนตร์เรื่อง ATM เออร์ค..เออเร่อ

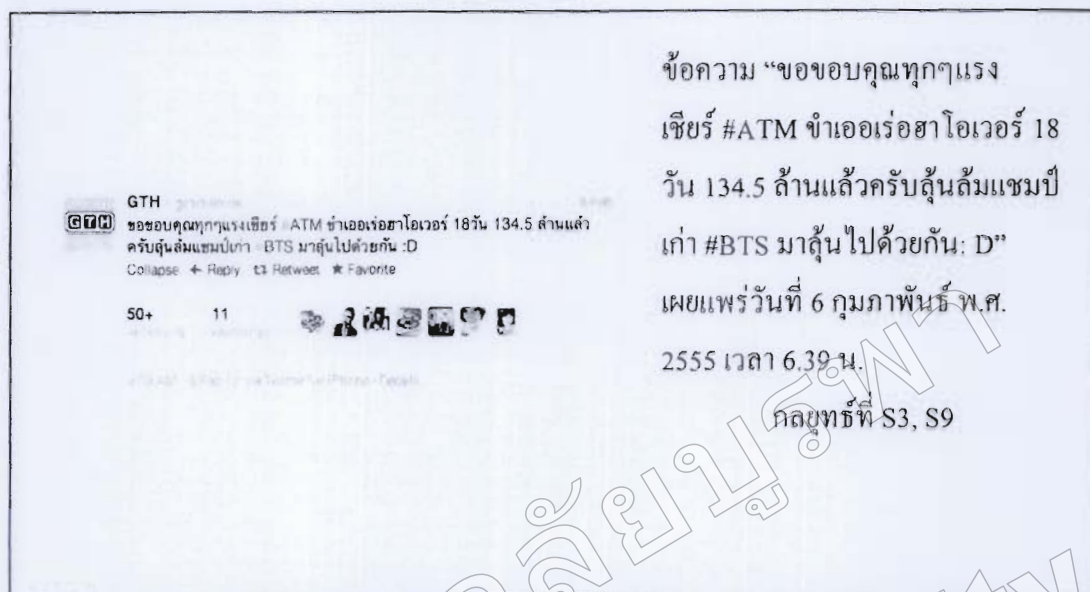
QTH
 นายเลือกกับผู้จัดการมาเอง :) RT @terchantwist: ATM เออริกเออเรีย พวกเธอๆดูกันยัง instagram.com/p/jG-GF/
 Hide photo Reply Retweet Favorite



ข้อความ “นายเลือกกับผู้จัดการมาเอง
 :) RT @terchantwist: ATM เออริก
 เออเรีย พวกเธอๆ ดูกันยัง
<http://instagram.com/p/jG-GF/>
 เผยแพร่วันที่ 21 มกราคม พ.ศ. 2555
 เวลา 3.28 น.
 กลยุทธ์ที่ S3, S9

ภาพที่ 4-80 ตัวอย่างกลยุทธ์ส่งเสริมความจำที่ปรากฏบนทวีตเตอร์

ในสื่อประเภททวีตเตอร์ของบริษัทที่เผยแพร่ในวันที่ 6 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2555 เวลา 6.39 น. ได้มีข้อความถูกโพสต์ว่า “ขอขอบคุณทุกๆแรงเชียร์ #ATM จำเออเรียฮาโอเวอร์ 18 วัน 134.5 ล้านแล้วครับสู้กันแบบปีเก่า #BTS มาลุ้นไปด้วยกัน :D” เพื่อเป็นการช่วยเตือนความจำให้กับผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ของภาพยนตร์เรื่อง ATM เออริก..เออเรีย เข้าฉายในโรงภาพยนตร์เพียง 18 วัน แต่ได้รายได้ถึง 130 ล้าน และกำลังเพิ่มขึ้นอีก



ภาพที่ 4-81 ตัวอย่างกลยุทธ์ดึงช่วยเตือนความจำที่ปรากฏบนทวิตเตอร์

สื่อประเภทยูทูบ

ในสื่อประเภทยูทูบของบริษัทที่เผยแพร่ในวันที่ 26 มกราคม พ.ศ. 2555

ได้มีการโพสต์คลิป ATM เออร์ค..เออเรือ VTR งานเลี้ยงฉลอง VTR เปิดในงาน ATM เออร์ค..เออเรือ เออ..เรือ (ล้าน) เมื่อค่ำวันที่ 25 มกราคม พ.ศ. 2555 ที่ทางบริษัท จีเอ็มเอ็ม ไท หับ จำกัด (จีทีเอช) ได้นำไปโพสต์ใน www.youtube.com/gth2004 โดยเนื้อหาของคลิปคือ มีภาพที่ผู้ชมภาพยนตร์นั่งหัวเราะขณะนั่งชมภาพยนตร์ และมีการนำผู้ชมพูดถึงความรู้สึกที่สนุกสนานเมื่อได้ชมภาพยนตร์แล้ว เบื้องหลังการถ่ายทำในที่นี้มีความสนุกสนานให้กับผู้ชมพร้อมกับบอกรายได้ของภาพยนตร์ ทำให้ช่วยเตือนความจำให้กับผู้บริโภคเกี่ยวกับภาพยนตร์ว่า ภาพยนตร์เรื่อง ATM เออร์ค..เออเรือ เข้าฉายอยู่ในขณะนี้มีความสนุกสนานและประสบความสำเร็จมากมาย

ATM เออร์ค..เออเร่อ VTR งานเลี้ยงฉลอง



คลิป “ ATM เออร์ค..เออเร่อ VTR
งานเลี้ยงฉลอง” เวลารวม 3.54 นาที
คลิปตัวอย่างจากเว็บไซต์

www.youtube.com/gth2004 ที่
ทางบริษัท จีเอ็มเอ็ม ไท หับ จำกัด
(จีทีเอช)
จัดทำขึ้นเมื่อวันที่ 26 มกราคม
พ.ศ.2555

กลยุทธ์ที่ S3, S4, S5, S7, S8, S9

ภาพที่ 4-82 ตัวอย่างกลยุทธ์สิ่งช่วยเตือนความจำที่ปรากฏบนยูทูป

7.3 หลังภาพยนตร์เข้าฉาย

สื่อประเภทเฟชบุ๊กเพจ

ในสื่อประเภทเฟชบุ๊กเพจของบริษัทที่เผยแพร่ในวันที่ 27 เมษายน พ.ศ. 2555 เวลา 11.17 น. ได้มีข้อความโพสต์ว่า “ใครที่ยังอยากฮาโอเวอร์ คู่ที่เก๋เออร์กจนเออเร่อตลอด วิชีดี ดีวีดี และ Boxset Limited Edition ออกวางจำหน่ายแล้ววันนี้ หาเก็บเป็นเจ้าของได้แล้วที่ร้าน วิชีดี ดีวีดี ทั่วประเทศนะคะ ^_^” พร้อมทั้งนำเสนอภาพ วิชีดี ดีวีดี และ Boxset Limited Edition ภาพยนตร์เรื่อง ATM เออร์ค..เออเร่อ เพื่อเป็นการช่วยเตือนความจำให้กับผู้บริโภคว่า วิชีดี ดีวีดีและ Boxset Limited Edition ของภาพยนตร์เรื่อง ATM เออร์ค..เออเร่อ ออกวางจำหน่ายแล้ว สามารถหาซื้อได้ตามร้านค้าทั่วประเทศ

GTH 11.17

ใครที่ยังอยากหาไอเวอร์ ดูก็เก๋เอิร์กจนเออเร่ดลอค VCD, DVD และ Boxset Limited Edition ออกวางจำหน่ายแล้ววันนี้ หากเป็นเจ้าของได้แล้วที่ร้าน VCD, DVD ทั่วประเทศนะคะ ^_^



ภาพนี้ แสดงความตั้งใจ เผยแพร่ 1,418 131 53

ข้อความ “ใครที่ยังอยากหาไอเวอร์ ดูก็เก๋เอิร์กจนเออเร่ดลอค VCD, DVD และ Boxset Limited Edition ออกวางจำหน่ายแล้ววันนี้ หากเป็นเจ้าของได้แล้วที่ร้าน VCD, DVD ทั่วประเทศนะคะ ^_^”

เผยแพร่วันที่ 27 เมษายน พ.ศ. 2555 เวลา 11.17 น.

กลยุทธ์ที่ S3, S8, S9, S10

ภาพที่ 4-83 ตัวอย่างกลยุทธ์สิ่งช่วยเตือนความจำที่ปรากฏบนเฟชบุ๊กเพจ

ในสื่อประเภทเฟชบุ๊กเพจของบริษัทที่เผยแพร่ในวันที่ 3 มีนาคม พ.ศ. 2555 เวลา 12.51 น. ได้มีข้อความถูกโพสต์ว่า “มาช่วยดอนเต็ย แวะพักทานกลางวัน โดยผู้สนับสนุนใจดี MK นั่นเอง ทริป ATM ฮาเออเรอ..สุขโอเวอร์ ^_^” พร้อมทั้งนำเสนอภาพ อาหารของ MK ที่อยู่บนโต๊ะอาหาร พร้อมทั้งระบุประทาน เพื่อเป็นการช่วยเตือนความจำให้กับผู้บริโภคว่า MK เป็นผู้สนับสนุนให้กับภาพยนตร์เรื่อง ATM เอิร์ก..เออเร่ พร้อมทั้งร่วมจัดกิจกรรมทริป ATM ฮาเออเรอ..สุขโอเวอร์

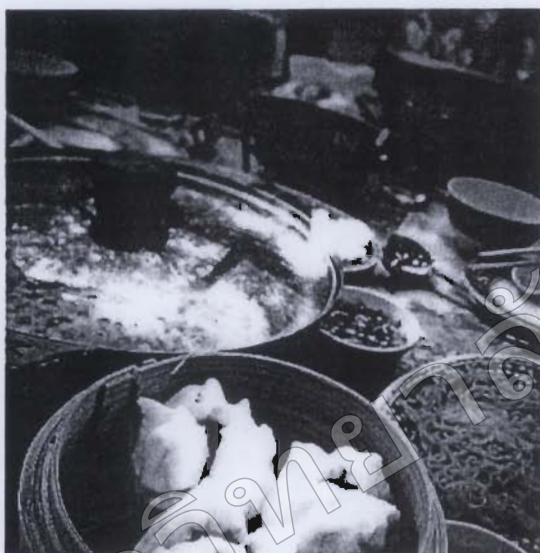


GTH

1 มีนาคม 2555

12.51

มายั่วตอนเที่ยง แวะพักทานกลางวัน โดยผู้สนับสนุนใจดี MK
นั่นเอง ทริป ATM ฮาเออเรอ...สุขโอเวอร์ ^_~



ลูกใจ แฉดวงความดีใจใน นัย

๕909 23 1

ข้อความ “มายั่วตอนเที่ยง แวะพักทาน
กลางวัน โดยผู้สนับสนุนใจดี MK
นั่นเอง ทริป ATM ฮาเออเรอ...สุขโอ
เวอร์ ^_~”
เผยแพร่วันที่ 3 มีนาคม พ.ศ. 2555
เวลา 12.51 น.
กลยุทธ์ที่ S3, S8, S9, S10

ภาพที่ 4-84 ตัวอย่างกลยุทธ์ที่ช่วยเตือนความจำที่ปรากฏบนเฟซบุ๊กเพจ

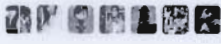
สื่อประเภททวีตเตอร์

ในสื่อประเภททวีตเตอร์ของบริษัทที่เผยแพร่ในวันที่ 22 มีนาคม พ.ศ. 2555 เวลา 8.54 น. ได้มีข้อความถูกโพสต์ว่า “ภาพบรรยากาศ meet & greet ทีม ATM กับผู้โชคดีจาก *123 และ truemove มาฝากครับ <http://on.fb.me/GKumLw> ใครอยากไปแบบนี้อย่าพลาดร่วมสนุกกับเรา :D” เพื่อเป็นการช่วยเตือนความจำให้กับผู้บริโภคว่า ถ้าต้องการเข้าร่วมสนุกกับกิจกรรมจากภาพยนตร์ของบริษัท จีเอ็มเอ็ม ไท หับ จำกัด (จีทีเอช) หลังจากที่ได้เคยประชาสัมพันธ์ไปแล้ว จะได้รับโอกาสดี ๆ ได้ไปเที่ยวสิงคโปร์กับนักแสดงนำและผู้กำกับ ภาพยนตร์เรื่อง ATM เออร์เค..เออเรอ

GTH 22 Mar

มีภาพบรรยากาศ meet & greet ทีม ATM กับผู้โชคดีจาก *123 และ truemove มาฝากกัน on.fb.me/GKumLw ใครอยากไปแบบนี่ยาพลาคร่วมสนุกกับเรา:D

Collapse Reply Retweet Favorite

11 

ข้อความ “ภาพบรรยากาศ meet & greet ทีม ATM กับผู้โชคดีจาก *123 และ truemove มาฝากกัน

<http://on.fb.me/GKumLw> ใครอยากไปแบบนี่ยาพลาคร่วมสนุกกับเรา:D”

เผยแพร่วันที่ 22 มีนาคม พ.ศ. 2555

เวลา 8.54 น.

กลยุทธ์ที่ S3, S8, S9, S10

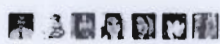
ภาพที่ 4-85 ตัวอย่างกลยุทธ์สิ่งช่วยเตือนความจำที่ปรากฏบนทวีตเตอร์

ในสื่อประเภททวีตเตอร์ของบริษัทที่เผยแพร่ในวันที่ 29 พฤษภาคม พ.ศ. 2555 เวลา 2.29 น. ได้มีข้อความถูกโพสต์ว่า “Follow @StarCinema @S23channel @mark_salamat @abidici to know how to get free invites to the #ATMmovie Red Carpet Premiere on June 3” เพื่อเป็นการช่วยเตือนความจำให้กับผู้บริโภคว่า ภาพยนตร์เรื่อง ATM เออร์รัก..เออเร่อ จะมีรอบปฐมทัศน์ในประเทศฟิลิปปินส์ วันที่ 3 มิถุนายน พ.ศ. 2555

GTH 29 May

Follow @StarCinema @S23channel @mark_salamat @abidici to know how to get free invites to the #ATMmovie Red Carpet Premiere on June 3

Collapse Reply Retweet Favorite

7 4 

ข้อความ “Follow @StarCinema @S23channel @mark_salamat @abidici to know how to get free invites to the #ATMmovie Red Carpet Premiere on June 3”

เผยแพร่วันที่ 29 พฤษภาคม พ.ศ. 2555

เวลา 2.29 น.

กลยุทธ์ที่ S3, S8, S9, S10

ภาพที่ 4-86 ตัวอย่างกลยุทธ์สิ่งช่วยเตือนความจำที่ปรากฏบนทวีตเตอร์

สื่อประเภทยูทูป

ในช่วงหลังภาพยนตร์เข้าฉาย ไม่พบการเผยแพร่ในสื่อประเภทนี้

8. กลยุทธ์การโต้ตอบ (S10) กลยุทธ์นี้เป็นการกระตุ้นให้เกิดการสื่อสารแบบสองทางระหว่างเจ้าของผลิตภัณฑ์กับผู้บริโภคและจะเป็นการเปิดโอกาสให้บริษัทได้เก็บข้อเสนอแนะต่าง ๆ ของผู้บริโภคได้ของพวกเขา ผลการวิเคราะห์สื่อสังคมออนไลน์ของภาพยนตร์เรื่อง ATM เออร์เกอ. เออเร็อ นั้นพบว่ามีการใช้กลยุทธ์นี้สูงมากเป็นอันดับสามจากกลยุทธ์ทั้งหมด โดยก่อนภาพยนตร์เข้าฉายกลยุทธ์นี้ถูกใช้ในสื่อสังคมออนไลน์ประเภทสื่อเฟซบุ๊กเพจ จำนวน 37 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 28.24 สื่อทวิตเตอร์ จำนวน 39 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 26.53 และไม่พบการเผยแพร่ในสื่อยูทูป ระหว่างภาพยนตร์เข้าฉายกลยุทธ์นี้ถูกใช้ในสื่อสังคมออนไลน์ประเภทสื่อ เฟซบุ๊กเพจ จำนวน 22 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 20.75 สื่อทวิตเตอร์ จำนวน 20 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 20 และสื่อยูทูป จำนวน 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 66.66 และหลังภาพยนตร์เข้าฉายกลยุทธ์นี้ถูกใช้ในสื่อสังคมออนไลน์ประเภทสื่อเฟซบุ๊กเพจ จำนวน 19 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 46.34 สื่อทวิตเตอร์ จำนวน 11 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 78.57 และไม่พบการเผยแพร่ในสื่อยูทูป ผู้วิจัยได้นำเสนอตัวอย่างของสื่อดังกล่าวโดยแบ่งเป็นระยะเวลา 3 ช่วง ได้แก่ ก่อนภาพยนตร์เข้าฉาย ระหว่างภาพยนตร์เข้าฉายและหลังภาพยนตร์เข้าฉาย สามารถสรุปได้ดังนี้

8.1 ก่อนภาพยนตร์เข้าฉาย

สื่อประเภทเฟซบุ๊กเพจ

ในสื่อประเภทเฟซบุ๊กเพจของบริษัทที่เผยแพร่ในวันที่ 19 ธันวาคม พ.ศ. 2555 เวลา 16.31 น. ได้มีข้อความถูกโพสต์ว่า “ใครมีเรื่องจำๆ ในที่ทำงาน ที่ฟังแล้วฮาโอเวอร์ มาช่วยแชร์แก้เครียดให้ฟังกันหน่อยเร็ว ^_^” เพื่อเป็นการกระตุ้นให้ผู้บริโภค มีปฏิสัมพันธ์กับข้อความที่ถูกนำเสนอ (Post) ขึ้นมาด้วยการมาเล่าเรื่องจำๆ สนุกสนานในที่ทำงานเพื่อคลายเครียด

 GTH ๑๗๐๙๖ 19 ธันวาคม 2011	ข้อความ "ใครมีเรื่องจำๆ ในที่ทำงาน ที่ฟังแล้วฮาโอเวอร์ มาช่วยแชร์แก้ เครียดให้ฟังกันหน่อยเร็ว ^_^"
ใครมีเรื่องจำๆ ในที่ทำงาน ที่ฟังแล้วฮาโอเวอร์ มาช่วยแชร์แก้ เครียดให้ฟังกันหน่อยเร็ว ^_^	เผยแพร่วันที่ 19 ธันวาคม พ.ศ. 2555
ถูกใจ แสดงความคิดเห็น แชร์	๕510 40 1
เวลา 16.31 น.	
กลยุทธ์ที่ S7, S10	

ภาพที่ 4-87 ตัวอย่างกลยุทธ์การโต้ตอบที่ปรากฏบนเฟซบุ๊กเพจ

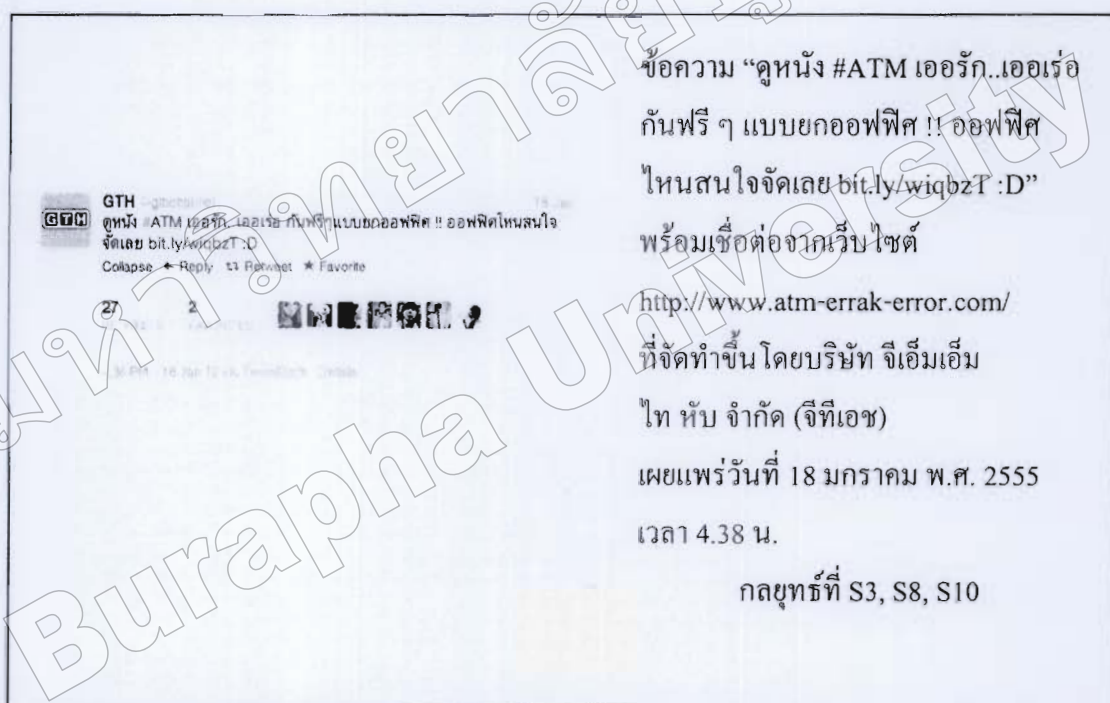
ในสื่อประเภทเฟซบุ๊กเพจของบริษัทที่เผยแพร่ในวันที่ 9 มกราคม พ.ศ. 2555 เวลา 10.32 น. ได้มีข้อความถูกโพสต์ว่า "จริงหรือไม่..เวลา "มีความรัก" มักจะ "เออเร่อ" มาแชร์เรื่องรักๆ ที่ทำเอาใจเออเร่อกันล่ะ ^_^" เพื่อเป็นการกระตุ้นให้ผู้บริโภคมีปฏิสัมพันธ์กับข้อความที่ถูกนำเสนอ (Post) มอนแบงป็นประสบการณ์ตลกๆ เวลาที่มีความรัก

 GTH ๑๗๐๙๖ 9 มกราคม	10.32	ข้อความ "จริงหรือไม่..เวลา "มีความ รัก" มักจะ "เออเร่อ" มาแชร์เรื่องรักๆ ที่ทำเอาใจเออเร่อกันล่ะ ^_^"
จริงหรือไม่..เวลา "มีความรัก" มักจะ "เออเร่อ" มาแชร์เรื่อง รักๆ ที่ทำเอาใจเออเร่อกันล่ะ ^_^		เผยแพร่วันที่ 9 มกราคม พ.ศ. 2555
ถูกใจ แสดงความคิดเห็น แชร์	๕ 1,318 94 11	เวลา 10.32 น.
กลยุทธ์ที่ S3, S10		

ภาพที่ 4-88 ตัวอย่างกลยุทธ์การโต้ตอบที่ปรากฏบนเฟซบุ๊กเพจ

สื่อประเภททวีตเตอร์

ในสื่อประเภททวีตเตอร์ของบริษัทที่เผยแพร่ใน วันที่ 18 มกราคม พ.ศ. 2555 เวลา 4.38 น. ได้มีข้อความถูกโพสต์ว่า ““#ATM เออร์รัก..เออเร่อ กันฟรีๆแบบยกออฟฟิศ !! ออฟฟิศไหนสนใจจัดเลย bit.ly/wiqbzT :D” พร้อมเชื่อมต่อจากเว็บไซต์ <http://www.atm-errak-error.com/> ที่จัดทำขึ้นโดยบริษัท จีเอ็มเอ็ม ไท หับ จำกัด (จีทีเอช) เพื่อเป็นการกระตุ้นให้ผู้บริโภคมีปฏิสัมพันธ์กับข้อความที่ถูกนำเสนอ (Post) โดยเป็นการกระตุ้นให้เข้าร่วมกิจกรรมที่ชมภาพยนตร์แบบฟรีทั้งออฟฟิศ สามารถเข้าร่วมกิจกรรมได้ตามลิงค์ bit.ly/wiqbzT ของภาพยนตร์เรื่อง ATM เออร์รัก..เออเร่อ

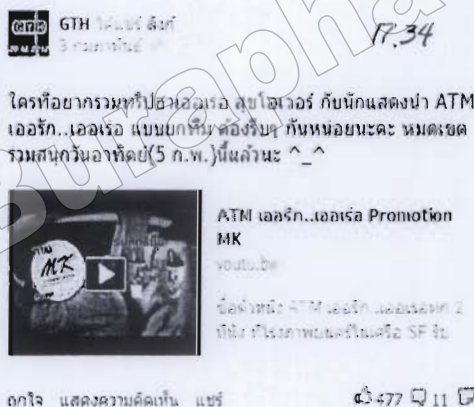


ภาพที่ 4-89 ตัวอย่างกลยุทธ์การโต้ตอบที่ปรากฏบนทวีตเตอร์

8.2 ระหว่างภาพยนตร์เข้าฉาย

สื่อประเภทเฟชบุ๊กเพจ

ในสื่อประเภทเฟชบุ๊กเพจของบริษัทที่เผยแพร่ในวันที่ 3 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2555 เวลา 17.34 น. ได้มีข้อความถูกโพสต์ว่า “ใครที่อยากร่วมทริปฮาเออเร่ สุขโอเวอร์ กับนักแสดงนำ ATM เออร์รัก..เออเร่ แบบขกทิม ต้องรีบ ๆ กันหน่อยนะคะ หมดเขตร์ร่วมสนุกวันอาทิตย์ (5 ก.พ.) นี้แล้วนะ ^_^” พร้อมทั้งนำเสนอภาพคลิป ATM เออร์รัก..เออเร่ Promotion MK ที่ทางบริษัท จีเอ็มเอ็ม ไท หับ จำกัด (จีทีเอช) โดยเนื้อหาของคลิปกล่าวถึง บัตรชมภาพยนตร์เรื่อง ATM เออร์รัก..เออเร่ ทุก 2 ที่นั่งที่ SF รับทันทีบัตร ATMK การ์ด แลกซื้อไอศกรีมกะทิทรงเครื่อง 1 แกรม 1 ที่ MK หรือทาน MK ทุก 500 บาท รับสิทธิ์ซื้อ ป๊อปคอร์นและน้ำอัดลมแถมฟรีน้ำ 1 แก้วทันที ที่โรงภาพยนตร์ในเครือ SF พร้อมลุ้นร่วมทริป "ฮาเออเร่ สุขโอเวอร์" กับนักแสดงนำและรางวัลกว่า 6 แสนบาท ที่ MK และ SF ทุกสาขา เพื่อเป็นการกระตุ้นให้ผู้บริโภคมีปฏิสัมพันธ์กับข้อความที่น่าสนใจ (Post) โดยกระตุ้นให้ผู้บริโภคร่วมกิจกรรมกับ ทริปฮาเออเร่ สุขโอเวอร์ ที่จะหมดเขตในวันที่ 5 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2555 นี้ร่วมทริปกับนักแสดงนำและผู้กำกับภาพยนตร์เรื่อง ATM เออร์รัก..เออเร่



17.34

ใครที่อยากร่วมทริปฮาเออเร่ สุขโอเวอร์ กับนักแสดงนำ ATM เออร์รัก..เออเร่ แบบขกทิม ต้องรีบ ๆ กันหน่อยนะคะ หมดเขตร์ร่วมสนุกวันอาทิตย์(5 ก.พ.)นี้แล้วนะ ^_^

ATM เออร์รัก..เออเร่ Promotion MK
youtu.be

ชื่อหนัง: ATM เออร์รัก..เออเร่ ทุก 2 ที่นั่ง ที่โรงภาพยนตร์ในเครือ SF

ถูกใจ แสดงความคิดเห็น แชร์ 477 1

ข้อความ “ใครที่อยากร่วม ทริปฮาเออเร่ สุขโอเวอร์ กับนักแสดงนำ ATM เออร์รัก..เออเร่ แบบขกทิม ต้องรีบ ๆ กันหน่อยนะคะ หมดเขตร์ร่วมสนุกวันอาทิตย์ (5 ก.พ.) นี้แล้วนะ ^_^”

คลิปตัวอย่างจากเว็บไซต์

www.youtube.com/gth2004 ที่จัดทำขึ้น

โดยบริษัท จีเอ็มเอ็ม ไท หับ จำกัด (จีทีเอช) เมื่อวันที่ 26 มกราคม พ.ศ. 2555

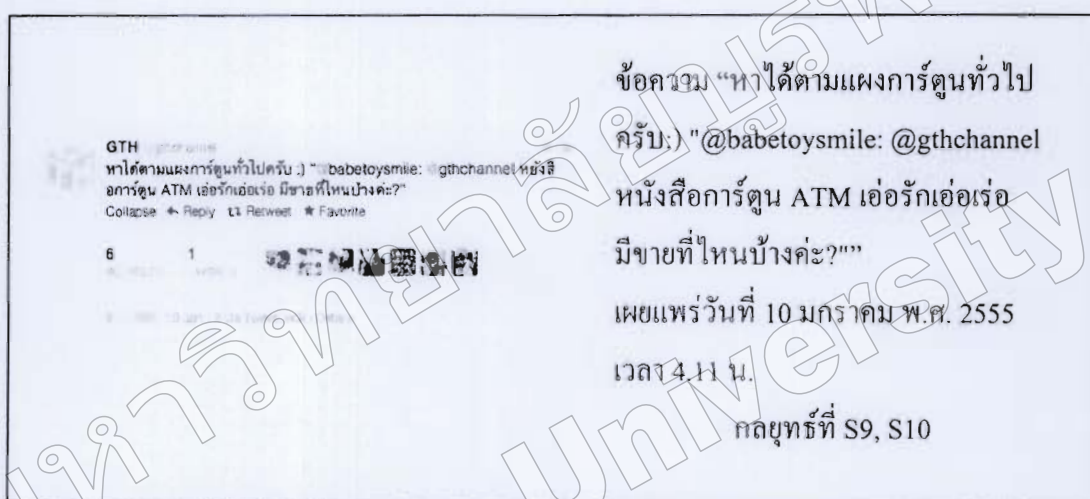
เผยแพร่วันที่ 3 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2555

เวลา 17.34 น.

กลยุทธ์ที่ S3, S8, S9, S10

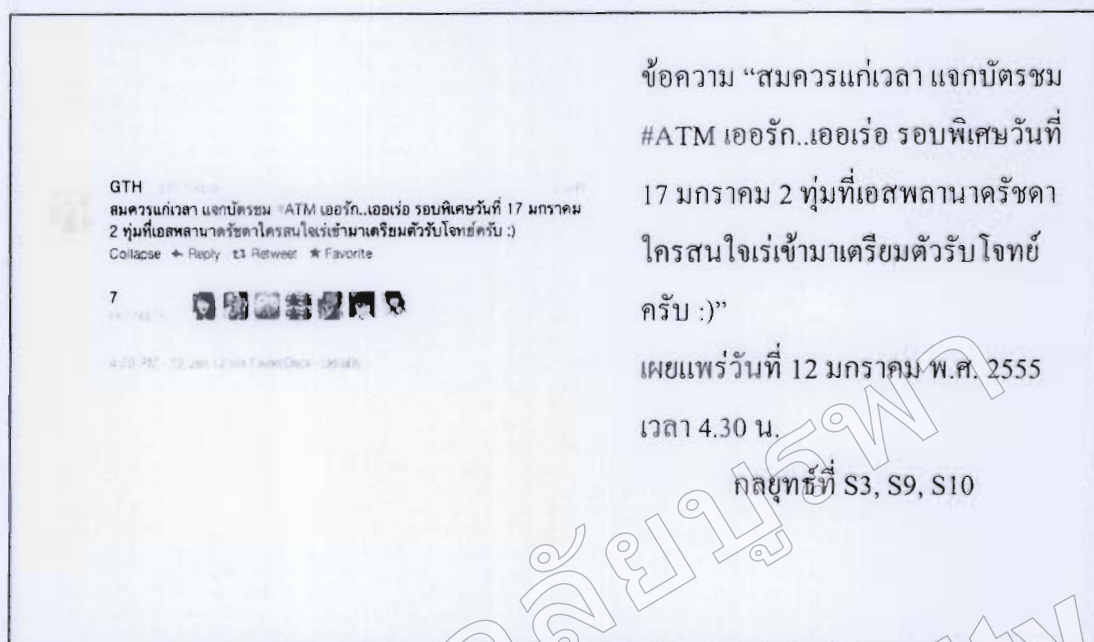
สื่อประเภททวีตเตอร์

ในสื่อประเภททวีตเตอร์ของบริษัทที่เผยแพร่ในวันที่ 10 มกราคม พ.ศ. 2555 เวลา 4.11 น. ได้มีข้อความถูกโพสต์ว่า “หาได้ตามแผงการ์ตูนทั่วไปครับ:)” @babetoysmile: @gthchannel หนังสือการ์ตูน ATM เออร์รักเออเร่อ มีขายที่ไหนบ้างคะ?” เพื่อเป็นการกระตุ้นให้ผู้บริโภคมีปฏิสัมพันธ์กับข้อความที่นำเสนอ (Post) ว่าหนังสือการ์ตูนเรื่อง ATM เออร์รัก..เออเร่อ สามารถหาซื้อได้ตามแผงขายการ์ตูนหรือร้านหนังสือทั่วไปแล้ว



ภาพที่ 4-91 ตัวอย่างกลยุทธ์การโต้ตอบที่ปรากฏบนทวีตเตอร์

ในสื่อประเภททวีตเตอร์ของบริษัทที่เผยแพร่ในวันที่ 12 มกราคม พ.ศ. 2555 เวลา 4.30 น. ได้มีข้อความถูกโพสต์ว่า “สมควรแก่เวลา แจกบัตรชม #ATM เออร์รัก..เออเร่อ รอบพิเศษ วันที่ 17 มกราคม 2 ที่เอสพลานาดรัชดาใครสนใจรีบเข้ามาเตรียมตัวรับโชคครับ :)” เพื่อเป็นการกระตุ้นให้ผู้บริโภคมีปฏิสัมพันธ์กับข้อความที่นำเสนอ (Post) โดยการเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อชิงรางวัล บัตรชมภาพยนตร์รอบพิเศษวันที่ 17 มกราคม พ.ศ. 2555 เวลา 2 ที่เอสพลานาดรัชดา



ภาพที่ 4-92 ตัวอย่างกลยุทธ์การโต้ตอบที่ปรากฏบนทวิตเตอร์

สื่อประเภทยูทูบ

ในสื่อประเภทยูทูบของบริษัทที่เผยแพร่ในวันที่ 26 มกราคม พ.ศ. 2555 ได้มีการโพสต์คลิป “ATM เออร์รัก..เออเร่อ Promotion Truemove” เวลารวม 0.31 นาที ที่ทางบริษัท จีเอ็มเอ็ม โท หับ จำกัด (จีทีเอช) ได้นำไปเผยแพร่ใน www.youtube.com/gth2004 เมื่อวันที่ 26 มกราคม พ.ศ. 2555 เนื้อหาในคลิปคือ ใช้ทรูมูฟและดาว์นโหลดเพลงรอสายของ GTH หรือเพลง ฮิตแกรมมี โทร *12378 ได้เที่ยวสิงคโปร์ ไปยูนิเวอร์แซล กับเต๋อ-ไอซ์ นักแสดงนำภาพยนตร์เรื่อง ATM เออร์รัก..เออเร่อ เพื่อเป็นการกระตุ้นให้ผู้บริโภคมีปฏิสัมพันธ์กับภาพที่เคลื่อนไหวที่น่าสนใจ (Post) โดยการเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อชิงรางวัล



คลิป “ATM เออร์รัก..เออเร่อ Promotion Truemove” เวลารวม 2.53 นาที

คลิปตัวอย่างจากเว็บไซต์ www.youtube.com/2004 ที่จัดทำขึ้น

โดยบริษัท จีเอ็มเอ็ม ไท หับ จำกัด (จีทีเอช)

เมื่อวันที่ 26 มกราคม พ.ศ. 2555

เผยแพร่วันที่ วันที่ 26 มกราคม พ.ศ. 2555

กลยุทธ์ที่ S3, S4, S8, S9, S10

ภาพที่ 4-93 ตัวอย่างกลยุทธ์การโต้ตอบที่ปรากฏบนยูทูป

8.3 หลังภาพยนตร์เข้าฉาย

สื่อประเภทเฟซบุ๊กเพจ

ในสื่อประเภทเฟซบุ๊กเพจของบริษัทที่เผยแพร่ในวันที่ 3 มีนาคม พ.ศ. 2555 เวลา 10.14 น. ได้มีข้อความถูกโพสต์ว่า “ผู้กำกับทักทายผู้ร่วมทริป ATM ฮานอเออร์..สุขโอเวอร์ ^_^” พร้อมนำเสนอภาพที่ เมฆ ธาราธร ผู้กำกับภาพยนตร์เรื่อง ATM เออร์รัก..เออเร่อ ทักทาย ผู้เข้าร่วมกิจกรรมบนรถ เพื่อเป็นการกระตุ้นให้ผู้บริโภคมีปฏิสัมพันธ์กับข้อความที่น่าสนใจ (Post) ในการร่วมกิจกรรมกับภาพยนตร์เรื่อง ATM เออร์รัก..เออเร่อ จะได้เข้าร่วมกิจกรรมที่สนุกสนาน พร้อมความประทับใจแบบนี้



GTH
3 มิถุนายน 2555

ผู้กำกับทักทายผู้ร่วมทริป ATM ฮาเอเรอร์..สจโฮเวอร์ ☺

ลูกใจ แสดงความคิดเห็น แชร์

751 12/12

ข้อความ “ผู้กำกับทักทายผู้ร่วมทริป
ATM ฮาเอเรอร์..สจโฮเวอร์ ^_”
เผยแพร่วันที่ 3 มีนาคม พ.ศ. 2555
เวลา 10.14 น.
กลยุทธ์ที่ S3, S8, S9, S10

ภาพที่ 4-94 ตัวอย่างกลยุทธ์การโต้ตอบที่ปรากฏบนเฟซบุ๊กเพจ

ในสื่อประเภทเฟซบุ๊กเพจของบริษัทที่เผยแพร่ในวันที่ 14 มีนาคม พ.ศ. 2555 เวลา 17.12 น. ได้มีข้อความถูกโพสต์ว่า “พุงนี้วันสุดท้ายแล้ว!! ใครอยากลุ้นเป็นเจ้าของ Flash drive ATM เออร์ค..เออเร่ ธิบ ๆ หน่อยนะจ๊ะ ^_” พร้อมเชื่อมต่อจากเว็บไซต์ www.gthisme.com ที่จัดทำขึ้นโดยบริษัท จีเอ็มเอ็ม ไท หับ จำกัด (จีทีเอช) เพื่อเป็นการกระตุ้นให้ผู้บริโภคมีปฏิสัมพันธ์กับข้อความที่น่าสนใจ (Post) ในการสมัครบัตร GTH is me คอลเลคชั่น ATM เออร์ค..เออเร่ แล้วรับ Flash Drive เออร์ค..เออเร่ ที่มีแค่ 200 ชิ้นเท่านั้น



GTH ได้เซอร์กิต
14 มีนาคม 2012

พรุ่งนี้วันสุดท้ายแล้ว!! ใครอยากลุ้นเป็นเจ้าของ Flash drive
ATM เออร์ค..เออเร่อ รีบๆ หน่อยนะจ๊ะ ^_~

GTH is me » สมัครบัตร GTH is me วันนี้ รับ Flash drive
ATM เออร์ค..เออเร่อ
www.gthisme.com

GTH is me เอาใจแฟนๆ พร้อม ATM เออร์ค..เออเร่อ ด้วยการสมัคร
บัตร GTH is me คอลเลคชั่น ATM เออร์ค..เออเร่อ แล้วรับฟรี!!

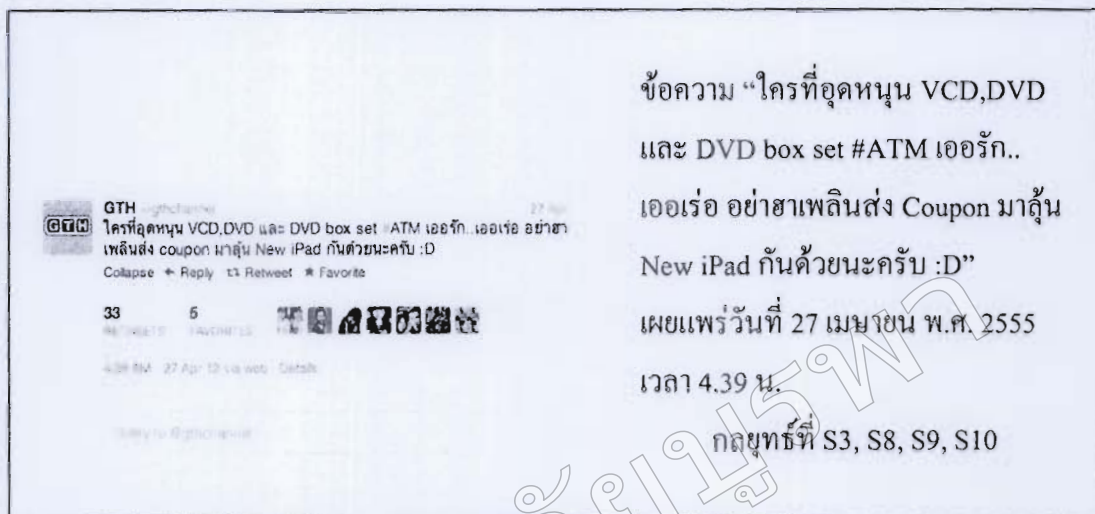
ถูกใจ แสดงความคิดเห็น แชร์ 506 17

ข้อความ “พรุ่งนี้วันสุดท้ายแล้ว!! ใครอยาก
ลุ้นเป็นเจ้าของ Flash drive ATM เออร์ค..
เออเร่อ รีบ ๆ หน่อยนะจ๊ะ ^_~”
พร้อมเชื่อมต่อจากเว็บไซต์
www.gthisme.com ที่จัดทำขึ้นโดยบริษัท
จีเอ็มเอ็ม ไท หับ จำกัด (จีทีเอช)
เผยแพร่วันที่ 14 มีนาคม พ.ศ. 2555
เวลา 17.12 น.
กลยุทธ์ที่ S3, S8, S9, S10

ภาพที่ 4-95 ตัวอย่างกลยุทธ์การโต้ตอบที่ปรากฏบนเฟซบุ๊กเพจ

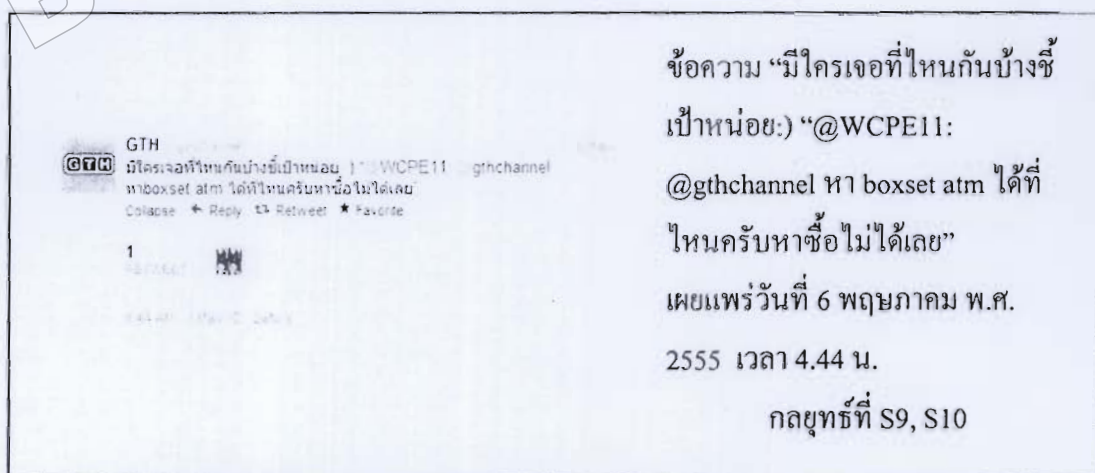
สื่อประเภทวิดีโอ

ในสื่อประเภทวิดีโอของบริษัทที่เผยแพร่ในวันที่ 27 เมษายน พ.ศ. 2555
เวลา 4.39 น. ได้มีข้อความถูกโพสต์ว่า “ใครที่อุดหนุน วิซิดี ดีวีดีและ ดีวีดี box set #ATM
เออร์ค..เออเร่อ อย่าพลาดสิ่ง Coupon มาลุ้น New iPad กันด้วยนะครับ: D” เพื่อเป็นการกระตุ้น
ให้ผู้บริโภคมีปฏิสัมพันธ์กับข้อความที่น่าสนใจ (Post) โดยให้คนที่ซื้อ วิซิดี ดีวีดีและ Boxset
Limited Edition ของภาพยนตร์เรื่อง ATM เออร์ค..เออเร่อ สามารถส่งคูโปงมาลุ้น New iPad



ภาพที่ 4-96 ตัวอย่างกลยุทธ์การโต้ตอบที่ปรากฏบนทวีตเตอร์

ในสื่อประเภททวีตเตอร์ของบริษัทที่เผยแพร่ในวันที่ 6 พฤษภาคม พ.ศ. 2555 เวลา 4.44 น. ได้มีข้อความถูกโพสต์ว่า "มีใครเจที่ไหนกันบ้างซีเป้าหน่อย:) "@WCPE11: @gthchannel หาboxset atm ได้ที่ไหนครับหาซื้อไม่ได้เลย" เพื่อเป็นการกระตุ้นให้ผู้บริโภคมีปฏิสัมพันธ์กับข้อความที่น่าสนใจ (Post) โดยเป็นการตอบคำถาม โดยให้คนที่ซื้อ วิซดี ดีวีดี และ Boxset Limited Edition ของภาพยนตร์เรื่อง ATM เออร์โก..เออเร่อ แล้ว มาตอบว่าสามารถหาซื้อได้ที่ไหนบ้าง



ภาพที่ 4-97 ตัวอย่างกลยุทธ์การโต้ตอบที่ปรากฏบนทวีตเตอร์

สื่อประเภทยูทูป

ในช่วงหลังภาพยนตร์เข้าฉาย ไม่พบการเผยแพร่ในสื่อประเภทนี้

นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังไม่พบกลยุทธ์แบบทั่วไป (S1) กลยุทธ์นี้เน้นลักษณะพื้นฐานหรือคุณประโยชน์ของสินค้า ไม่ได้ระบุแบรนด์เฉพาะเจาะจง และกลยุทธ์การกล่าวอ้างก่อนคนอื่น (S2) ซึ่งเป็นกลยุทธ์นี้มุ่งเน้นไปที่คุณลักษณะหรือผลประโยชน์ ที่ผลิตภัณฑ์อื่น ๆ อยู่ในหมวดหมู่สามารถอ้างสิทธิได้ ก่อนแบรนด์ใด ๆ มากกล่าวอ้าง

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University