

ในยุคที่ **รับทำ seeding** คนไทยส่วนใหญ่ ค้นหาข้อมูลก่อนตัดสินใจซื้อแทบทุกครั้ง แต่ข้อโฆษณาอาจไม่ทำให้แบรนด์น่าเชื่อถือขึ้น เพราะคนเชื่อประสบการณ์ของผู้ใช้ด้วยกันเองมากกว่า จึงไม่แปลกที่ธุรกิจยุคใหม่จะหันมาใช้ รับทำ seeding ควบคู่ไปกับช่องทางอื่น Seeding หมายถึงอะไร และทำไมถึงสำคัญ Seeding คือการหว่านเมล็ดพันธุ์ของข้อมูลลงในพื้นที่ออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นเว็บไซต์ กลุ่มเฟซบุ๊ก คอมเมนต์ใต้โพสต์ บล็อก หรือเว็บรีวิว โดยให้ข้อมูลที่ เป็นประโยชน์ก่อน แล้วค่อยพูดถึงแบรนด์ สิ่งที่ทำให้ seeding คมค่าในระยะยาวคือ ร่องรอยการพูดถึงจะสะสมเป็นสินทรัพย์ของแบรนด์ และช่วยให้ชื่อแบรนด์ปรากฏในหน้าค้นหามากขึ้น ธุรกิจแบบไหนเหมาะกับการทำ Seeding - ชื่อสินค้าไม่มีผลการค้นหาที่เป็นกลางเลย - มีรีวิวเชิงลบค้างอยู่หน้าแรกและอยากดันข้อมูลที่ถูกต้องขึ้นมา - กำลังจะเปิดตัวสินค้าใหม่และต้องการสร้างกระแสก่อนวางขาย - ค่าโฆษณาแพงขึ้นทุกปีจนอยากหาช่องทางที่ต้นทุนต่อคนถูกลง - อยู่ในธุรกิจที่การตัดสินใจซื้อใช้เวลาและอาศัยความไว้วางใจสูง ขอบเขตงานที่คุณจะได้รับ 1. การวางกลยุทธ์และวิจัยกลุ่มเป้าหมาย ก่อนเขียนแม้แต่ประโยคเดียว การทำความเข้าใจสินค้า คู่แข่ง และคำค้นที่ลูกค้าใช้จริง แล้วจึงร่างแผนสารที่อยากให้คนจำ 2. การผลิต Content Seeding เนื้อหาจะถูกเขียนให้หลากหลายน่าเสียดายครอบคลุมทั้ง seeding บทความ และการสนทนาแบบสั้น จุดสำคัญคือความเป็นธรรมชาติ ไม่คัดลอกซ้ำ 3. เลือกพื้นที่ให้ตรงกลุ่ม โพสต์ผิดที่คือการเผาเงินทิ้ง ธุรกิจ B2B อาจได้ผลดีกว่าบนบล็อกและ LinkedIn การปล่อยพร้อมกันทีเดียวมักดูผิดธรรมชาติ 4. เชื่อมกับงาน SEO เราจะสอดแทรกคีย์เวิร์ดอย่างเป็นธรรมชาติ ช่วยให้เว็บไซต์แม่ได้รับประโยชน์ไปด้วย ผลจึงกลายเป็นทั้งแบรนด์และทราฟฟิก 5. การติดตามผลและรายงาน รายงานที่ดีควรบอกมากกว่าจำนวนโพสต์ พร้อมข้อเสนอแนะสำหรับรอบถัดไป ทำเองได้ไหม หรือควรจ้าง หลายคนเริ่มต้นด้วยการทำเอง แต่สุดท้ายมักติดอยู่ที่ บัญชีถูกแบน กระทั่งถูกลบและไม่มีข้อมูลวัดผล ทีมงานมืออาชีพ มีกระบวนการที่ผ่านการลองผิดลองถูกมาแล้ว จึงลดความเสี่ยงและประหยัดเวลาได้มาก เลือกอย่างไรไม่ให้เสียเงินฟรี 1. ขอ portfolio ที่ตรวจสอบได้ 2. ถามว่าเนื้อหาเขียนใหม่ทั้งหมดหรือคัดลอกมา 3. ต้องมีการวัดผลเป็นตัวเลข 4. อย่าหลงเชื่อการรับประกันที่เกินจริง 5. คิดเป็นต้นทุนต่อผลลัพธ์ ไม่ใช่ต่อชิ้น ผลลัพธ์ที่ควรคาดหวังและกรอบเวลา จากประสบการณ์ที่พบบ่อย เดือนที่หนึ่งเน้นสร้างปริมาณการพูดถึง เดือนถัดมามักเห็นทราฟฟิกขยับ ยิ่งทำต่อเนื่อง ต้นทุนต่อผลลัพธ์ยิ่งลดลง สรุป การทำ seeding ไม่ใช่ทางลัด แต่เป็นการลงทุนระยะยาว เมื่อไรที่คุณอยากให้แบรนด์มีเสียงในตลาด เริ่มวันนี้ย่อมดีกว่ารอให้คู่แข่งพูดถึงตัวเองไปก่อน ทักหาเราเพื่อวางแผน seeding ที่เหมาะกับงบของคุณ วันนี้