

CELEB MARKETING



'Drama'



Marketing

กลายเป็นประเด็นดราม่าในโลกโซเชียลเน็ตเวิร์ค เมื่อนักแสดงสาวอเมมี บรกด ได้โพสต์รูปบัตรคอนเสิร์ต Maroon 5 ทั้งหมด 25 ใบที่มันติดกันด้วยความภาคภูมิใจว่า ที่สามีของเธอเป็นคนจองให้ แต่ตามกฎหมายการจองตั๋วผ่านไทยทิคเก็ตเมเจอร์ การจองบัตรของ Maroon 5 ได้เพียงคนละ 6 ใบต่อ 1 ครั้ง และถ้าอยากได้เพิ่มต้องไปเข้าหน้าเว็บไซต์ใหม่เพื่อซื้ออีกสิทธิ์ต่อไป ไม่สามารถซื้อมากกว่า 6 ใบได้ และที่สำคัญบัตรคอนเสิร์ตขายหมดภายใน 5 นาที!





ปณิตดา วงศ์ผู้ดี

นางสาวไทย กุศลวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวไทย ปี 2543
นางแบบ นักแสดง พิธีกร ผู้ประกาศข่าว นักเขียน และนักแต่งเนื้อร้อง
ศิษย์ปริญญาตรี บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ
และปริญญาโท บริหารธุรกิจระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัยวลลิงทอน
ประเทศออสเตรเลีย ปัจจุบันกำลังศึกษา
ต่อระดับปริญญาเอก สาขาวิชาด้านบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต

จากจุดนี้กลายเป็นประเด็นดราม่า จนเอมี กลิ่นประทุมเพื่อนสาวของเอมี มรกต ต้องออกโรง มาโพสต์ข้อความปกป้องเพื่อน แต่ผลที่ออกมากลับ ตรงกันข้าม แฟนคลับของ Maroon 5 ออกมา ประณามถึงการใช้สิทธิ์ของดาราที่ข้ามหัวประชาชน รวมถึงการโกหกว่าเป็นการจองผ่านหน้าเว็บไซต์ ยัง ไม่จบเพียงเท่านั้น ไม่เกินข้ามวัน ซี ดีวีดีของ เอมี กลิ่นประทุมได้โพสต์วิดีโอความเห็นของตัวเองลง YouTube! ทำนองว่า มันเป็นเรื่องที่ไปไม่ได้ที่ดาราเองจะได้สิทธิ์พิเศษตรงนี้ โดยบอกว่า พวกตนซื้อบัตรมาในราคาพิเศษไม่ได้ผ่านเว็บไซต์ การลงวิดีโอครั้งนี้กลายเป็นประเด็นใหญ่ในสังคม จนเจ้าตัวต้องจัดแถลงข่าวขอโทษประชาชน โดยบอกว่าที่พูดไปนั้นเป็นเพราะมีคนมาด่าบุพการี ก็เลยมีความใจร้อนแบบไม่ได้คิดเลยโพสต์วิดีโอ ความรู้สึกตอนนั้นออกไป เรื่องนี้ทำให้ภาพลักษณ์ของดาราทั้ง 3 ท่านเสียไปมากพอสมควร! เอมี มรกตถึงกับเจ็บหายไปในกลีบเมฆ!

ทั้งๆ ที่เป็นคนเริ่มเรื่องด้วยซ้ำ! โดยคำถามที่ตามมาก็คือ ดารามีอภิสิทธิ์มากกว่าประชาชนทั่วไปจริงหรือไม่?

ในทางการตลาด ดาราหรือคนมีชื่อเสียงมีอิทธิพลต่อความรู้สึกและความสนใจของมวลชนอย่างมาก การจัดคอนเสิร์ตระดับโลกในประเทศไทยที่ผ่านมาในความจริงแล้วจะมีบริษัททำออกเอนซ์ จัดงาน รวมทั้งพิธีการตลอดจนการจัดหาสปอนเซอร์คอนเสิร์ตนั้นๆ สปอนเซอร์แต่ละรายจะได้ตัวพิเศษจากการเป็นสปอนเซอร์ จากนั้นก็จะแจกจ่ายให้ผู้บริหารหรือดาราที่รู้จักมาร่วมงาน อาจจะให้ฟรีหรือจำหน่ายในราคาพิเศษ โดยที่ดาราหรือผู้บริหารที่ได้รับบัตรไปก็จะมา ยืนตามบุรตาม Backdrop ที่อยู่หน้างานคอนเสิร์ตนั้นๆ เจ้าของบูธก็จะมิช่างภาพประจำบูธเพื่อถ่ายภาพดาราและผู้บริหารเพื่อไปทำข่าว พิธีการต่อไปว่า ศิลปิน ดาราต่างๆ มาร่วมงานคอนเสิร์ตมากมายโดยมีโลโก้สินค้าของตัวเองอยู่ด้านหลังดาราต่างๆ เหล่านั้น มันคือการทำการตลาดหลังอีเวนต์! เพื่อเป็นการโฆษณาตราสินค้าของตัวเอง และประกาศถึงศักยภาพของบริษัทว่ามีคนดังมาในนามของตัวเอง และการทำการตลาดแบบนี้ก็เป็นเรื่องปกติที่ทำงานทั่วโลก ส่วนดาราเองก็ได้สิทธิ์พิเศษและได้บัตรฟรีไปดูคอนเสิร์ตต่างๆ ถ้าพูดกันตามความจริงแล้ว ราคาบัตรคอนเสิร์ตนั้นน้อยกว่าค่าโชว์ตัวของดาราที่ ออกงานเสียด้วยซ้ำ! แต่ดาราที่ถือว่ามีตัวมาดูฟรีและไม่ต้องหาซื้อเองให้ยุ่งยากก็เจ๊ๆ กันไป แต่ไม่ควรนำออกมาโชว์แบบนี้

โดยปกติบัตรคอนเสิร์ตที่นั่งดีๆ เจ้าของงานเบื้องหลังก็จะได้ที่นั่งดีๆ ไปหมดแล้วแต่ก่อนเปิดจอง ซึ่งก็เป็นสิทธิ์ของเจ้าของบัตรเองว่าจะไปแจกจ่ายให้ใคร แต่ครั้งนี้ที่มันกลายเป็นประเด็นดราม่า เป็นเพราะว่า นางงามคนสวยเธอเอามาอวดประชาชนมากเกินไป คนที่เข้าไม่ได้รับสิทธิ์แบบนี้ก็มี ดังนั้น จึงไม่แปลกที่จะต้องถูกด่า ในอนาคตดาราน่าจะได้บัตรกันลำบากมากขึ้นหรือไม่ก็ได้มาแล้ว ก็ต้องปิดให้เงียบ เรื่องจะได้ไม่วุ่นเหมือนอย่างครั้งนี้ จริงอยู่ในโลกอุดมคติทุกคนควรมีสิทธิ์เท่าเทียมกัน แต่เมื่ออยู่ในโลกของธุรกิจ ในรูปของการตลาดสิ่งเหล่านั้นเป็นเพียงแค่ความฝัน เพราะในเมื่อคุณยังนิยมที่จะเฝ้ามองคนดัง คอยติดตามพฤติกรรมและข่าวสารของคนดัง ก็เป็นเรื่องที่ไม่แปลกที่จะให้คนดังเหล่านั้นได้สิทธิ์พิเศษจากการทำการตลาดของธุรกิจต่างๆ ดังนั้น ในครั้งหน้าดาราที่ได้รับบัตรแบบนี้ มาควรปิดปากเงียบเสีย จะได้ไม่กลายเป็นประเด็นแบบนี้อีกนะค่ะ