

EVENT

ความหมายของการจัดกิจกรรมพิเศษ

กิจกรรมพิเศษ คือชื่อเรียกของคำที่ถูกเรียกกันจนเคยชินว่า อีเว้นท์
ซึ่งมาจากคำภาษาอังกฤษว่า Event นั่นเอง

อีเว้นท์ คืออะไร?

อีเว้นท์ เป็นคำที่ถูกเรียกด้วยการทับศัพท์จากคำภาษาอังกฤษซึ่งมาจาก คำ

เต็มว่า Special Event (ซึ่งแปลความหมายได้ว่ากิจกรรมพิเศษ)
อีเว้นท์ คือกิจกรรม หรือกลุ่มของเหตุการณ์ ที่มีคุณลักษณะสำคัญ นำ
จดจำ และถูกสร้างขึ้นอย่างเจาะจง เพื่อหวังผลเฉพาะอย่าง ทั้งในด้าน
เศรษฐกิจ วัฒนธรรม สังคม ฯลฯ โดยกิจกรรมที่จัดขึ้นมานั้นจะต้องผ่าน
กระบวนการคิดและวางแผนมาอย่างดี และมีขึ้นเพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์
ที่

แตกต่างกันออกไป แต่สิ่งหนึ่งที่กิจกรรมเหล่านี้มีร่วมกันก็คือความต้องการ
สร้างหรือมีอิทธิพล

ต่อประสบการณ์ของบุคคลแต่ละบุคคลและสร้างประสบการณ์ร่วมให้กับ
กลุ่มผู้ชมหรือผู้เข้าร่วมงาน

EVENT

ความหมายของการจัดกิจกรรมพิเศษ

“อีเว้นท์” เป็นคำที่คนไทยยังไม่ค่อยเข้าใจนัก และเรามักจะสับสน หรือเข้าใจไปว่าการจัดกิจกรรมต่างๆ ที่องค์กรจัด เช่น งานปีใหม่ งานกีฬา สีสี่ ก็ถือ

เป็นการจัดอีเว้นท์ด้วยเช่นกัน

คำว่า “อีเว้นท์” สำหรับคนไทยจึงตีความหมายออกมาได้ เป็น 4 รูปแบบ ของกิจกรรม ดังนี้

1. อีเว้นท์ที่มีลักษณะเป็นกิจกรรมพิเศษ คืออีเว้นท์ที่มีการใช้กิจกรรมต่างๆ

เพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะ โดยขึ้นอยู่กับผู้จัดการกิจกรรมนั้นๆ จะเป็นคนกำหนด โดยทั่วไปจะครอบคลุมไปถึงงานรื่นเริง งานสังสรรค์ งานชุมนุม และการแข่งขันต่างๆ

EVENT

ความหมายของการจัดกิจกรรมพิเศษ

2. อีเว้นท์ที่มีลักษณะเชิงการตลาด (Event Marketing) นั่นคือการใช้ กิจกรรมเป็นส่วนหนึ่งของการสื่อสารที่นำแบรนด์ไปสู่กลุ่มเป้าหมาย อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อที่จะสื่อสาร และเสริมสร้างความ เป็นอัตลักษณ์ของแบรนด์ อีกนัยหนึ่งก็คือเป็นการสื่อสาร การตลาด ผ่านกิจกรรม ด้วยการใช้อีเว้นท์พิเศษเพื่อวัตถุประสงค์ทางการตลาด ทำให้เกิดการรู้จัก โน้มน้าวใจให้นิยมชมชอบ หรือสร้างเอกลักษณ์และภาพลักษณ์ ที่ดีให้กับแบรนด์ เช่นการเปิดตัวผลิตภัณฑ์, การเปิดตัว Brand Ambassador เป็นต้น

EVENT

ความสำคัญและบทบาทของการจัดกิจกรรมพิเศษ

การจัดกิจกรรมพิเศษ หรือ อีเว้นท์ คือการทำให้กลุ่มคนมารวมตัวกัน แบ่งปันประสบการณ์ร่วมกัน และสร้างผลลัพธ์ที่สามารถวัดผลได้ มี นักวิชาการกล่าวว่า การจัดงานอีเว้นท์นั้น ผู้จัดการเปรียบได้กับผู้สร้าง งานฝีมือที่ต้องอาศัยความชำนาญ ความรอบคอบ ความประณีต และความ

ละเอียดในการสร้างสรรค์ ประดิษฐ์ และพัฒนากิจกรรมรูปแบบต่างๆ เพื่อนำมาใช้ในงาน อีเว้นท์ จะมีผลต่อผู้เข้าร่วมงาน ก็ต่อเมื่อผู้เข้าร่วมงานได้สัมผัสกับ ประสบการณ์ในแบบที่ผู้จัดการต้องการ และกลายเป็นส่วนหนึ่งของ ประสบการณ์นั้นๆ ด้วย

EVENT

ความสำคัญและบทบาทของการจัดกิจกรรมพิเศษ

อย่างไรก็ดี ในปัจจุบันที่สังคมออนไลน์กลายเป็นสื่อที่คนทั้งโลกให้

ความสำคัญ มีผลทำให้การจัดกิจกรรมพิเศษอยู่ในช่วงขาขึ้นและเฟื่องฟู บทบาทของการจัดกิจกรรมพิเศษหรือ อีเว้นท์ จึงเป็นที่สนใจ โดยเฉพาะ

อย่างยิ่งลักษณะของการจัดกิจกรรมพิเศษเชิงการตลาดที่มีผลต่อผลตอบรับ

ทางเศรษฐกิจ

แต่การที่อีเว้นท์นั้นๆ จะประสบผลสำเร็จได้นั้น มีสิ่งที่ต้องพิจารณา

ดังต่อไปนี้

1. วัตถุประสงค์ของอีเว้นท์
2. จำนวนคนที่มาเข้าร่วมกิจกรรม

EVENT

ความสำคัญและบทบาทของการจัดกิจกรรมพิเศษ

3. การครอบคลุมสื่อ โดยเฉพาะสื่อที่เกี่ยวข้องและเชื่อมโยงกันกับกิจกรรม พิเศษ หรือสินค้า หรือสิ่งที่เราต้องการนำเสนอ
4. การสื่อสาร ที่เป็นเรื่องสำคัญ ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารก่อน หรือหลังการจัดกิจกรรม โดยเฉพาะปัจจุบัน สื่อออนไลน์เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมและ แพร่หลายมากที่สุด การถูกพูดถึงในสื่อออนไลน์ถือเป็นสิ่งที่ทำให้การจัดอีเวนต์นั้นๆ ประสบความสำเร็จมากขึ้น

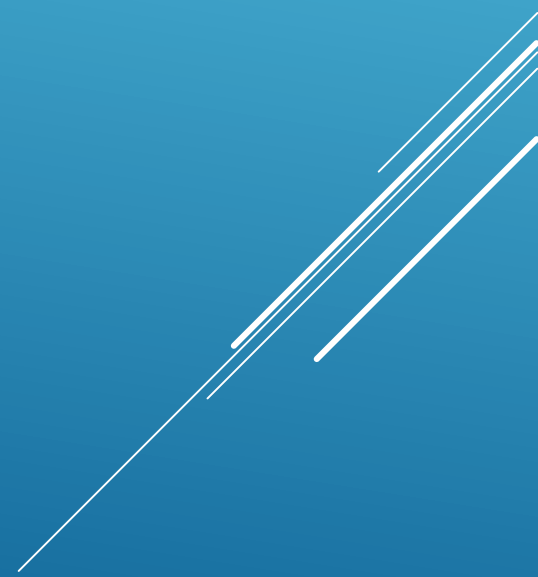
EVENT

ระบบของการจัดงานอีเว้นท์ทั่วไป


- ▶ มีการวางแผนการจัดงานที่แน่นอน
- ▶ มองกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน
- ▶ กำหนดงบประมาณที่จะต้องใช้
- ▶ เลือกวัน เวลา สถานที่ให้เหมาะสม
- ▶ จัดเตรียมอุปกรณ์พร้อมเซ็ตงานทุกอย่างให้ดี
- ▶ ตรวจสอบความเรียบร้อยตลอด

EVENT

ประเภทของงานอีเว้นท์

- ▶ ประเภทนำเสนอสินค้าหรือบริการ
 - ▶ การนำเสนอซึ่งความรู้ความเข้าใจ
 - ▶ ประเภทใช้เทคนิคพิเศษในการจัดงาน
 - ▶ ประเภทสร้างภาพลักษณ์ให้กับองค์กร
- 

รูปแบบของการจัดงานอีเว้นท์

- ▶ งานสัมมนา
 - ▶ งานแสดงสินค้า
 - ▶ งานประชุม
 - ▶ งานอีเว้นท์ประเภทอื่นๆ
- 

ขั้นตอนและกระบวนการในการจัดงานอีเวนต์

▶ *ขั้นวางแผนการก่อนการจัดงานอีเวนต์*

- ▶ 1. กำหนดหรือทำความเข้าใจในวัตถุประสงค์อย่างชัดเจน (Define Objective)
- ▶ 2. กำหนดเนื้อหา และวิธีการนำเสนอ (Content Analysis and Presentation Technique)
- ▶ 3. วางแผนกำหนดผู้รับผิดชอบ (Staff and crew)
- ▶ 4. กำหนดงบประมาณ (Budget)

▶ *ขั้นเตรียมการและดำเนินการจัดงานอีเวนต์*

- ▶ 2.1 ออกแบบสถานที่
- ▶ 2.2 เตรียมวัสดุ อุปกรณ์ และเครื่องมือ
- ▶ 2.3 จัดหา และผลิตสื่อประกอบการจัดนิทรรศการ
- ▶ 2.4 การบรรจุและเคลื่อนย้าย และติดตั้ง

▶ *ขั้นหลังการจัดงานอีเวนต์*

- ▶ 3.1 การวางแผนและเตรียมการเก็บข้อมูล
- ▶ 3.2 การประเมินผล

ประเภทการผลิตสื่อประกอบการจัดอีเว้นท์

- ▶ สื่อประเภทโสตทัศนวัสดุ (Audio Visual Materials)
 - ▶ 1.รูปภาพ (Flat picture) ได้แก่ ภาพเขียน ภาพถ่าย ภาพพิมพ์
 - ▶ 2.วัสดุลายเส้น (Graphic Material) ได้แก่ แผนภูมิ แผนสถิติ แผนภาพ ภาพโฆษณา การ์ตูน แผนที่ ลูกโลก
 - ▶ 3.วัสดุสามมิติ (3 Dimension Materials) ได้แก่ ของจริง หุ่นจำลอง ของตัวอย่าง ของล้อแบบ หุ่นมือ
 - ▶ 4.วัสดุประกอบแผ่นป้าย (Board) ได้แก่ ตัวแสดงที่ใช้กับแผ่นป้ายนิเทศ แผ่นป้ายผ้าสาหลิ แผ่นป้ายแม่เหล็ก แผ่นป้ายไฟฟ้า แผ่นป้ายกระเป่าผนัง
 - ▶ 5.วัสดุสิ่งพิมพ์ (Print Materials) ได้แก่ หนังสือ ตำรา และเอกสารประกอบการเรียนการสอน วัสดุประกอบการทดลอง (Experimental Materials)

ประเภทการผลิตสื่อประกอบการจัดอีเวนต์

- ▶ สื่อประเภทโสตทัศนอุปกรณ์ (Audio Visual Equipment)
 - ▶ 1. เครื่องฉาย (Visual Projector Equipment)
 - ▶ 2. เครื่องเสียง (Audio Equipment)
 - ▶ 3. สื่อเครื่องมือและอุปกรณ์ ประเภทอื่น ๆ ที่มีราคาค่อนข้างแพง

ประเภทการผลิตสื่อประกอบการจัดอีเว้นท์

- ▶ สื่อประเภทกิจกรรม (Activities)
 - ▶ การแสดง
 - ▶ การสาธิต
 - ▶ การบรรยาย การอบรม การสัมมนา
 - ▶ มหรสพประเภทต่าง ๆ
 - ▶ การจำหน่ายสินค้า
 - ▶ การทัศนศึกษา หรือการนำชมสถานที่
 - ▶ การประกวดแข่งขัน

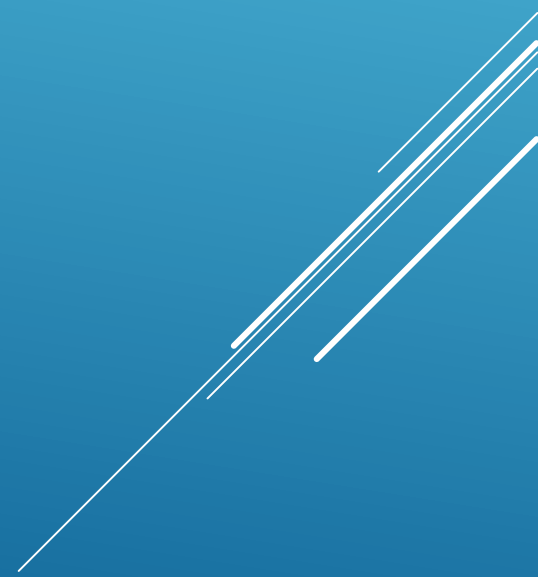
การตลาดเชิงกิจกรรม (EVENT MARKETING)

- ▶ 1. กิจกรรมที่เลือกจัด ต้องมีลักษณะสอดคล้องกับบุคลิกภาพของตราสินค้า
- ▶ 2. ชื่อของกิจกรรมที่จัด ต้องมีชื่อของตราสินค้านำร่วมอยู่ด้วย
- ▶ 3. เครื่องหมายและสัญลักษณ์ของกิจกรรม ต้องมีโลโก้ของตราสินค้านำร่วมอยู่ด้วย
- ▶ 4. ต้องมีป้ายหรือโลโก้ของตราสินค้าในบริเวณงานอย่างทั่วถึง
- ▶ 5. ควรมีสัญลักษณ์ประจำงาน (Mascot) เพื่อสร้างความสะดุดตา คึกคัก เป็นที่น่าสนใจ
- ▶ 6. ควรเชิญสื่อมวลชนมาร่วมงานมากๆ
- ▶ 7. ต้องมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ อย่างเพียงพอ ทั้งก่อนและหลังการจัดกิจกรรม
- ▶ 8. ควรเชิญผู้มีชื่อเสียงหรือผู้ที่สังคมส่วนใหญ่รู้จักมาร่วมกิจกรรมในงาน เช่น ดารา นักร้อง นักกีฬา ที่มีชื่อเสียง
- ▶ 9. ควรใช้ร่วมกับเครื่องมือการสื่อสารการตลาดอื่นๆ

องค์ประกอบการตลาดเชิงกิจกรรม

- ▶ 1. Brand experience คือ เครื่องมือที่ถ่ายทอดความเป็นตัวตนของตราสินค้า
- 2. Deliver any messages คือ การสื่อสารถ่ายทอดผ่านกิจกรรม
- 3. Gain more attention from niche targets คือ การเลือกกลุ่มเป้าหมายศึกษาลงไปในแนวลึก
- 4. Lead, support, amplification for any IMC tools คือ เครื่องมือผสมผสานเพิ่มแรงผลักดันสู่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ องค์ประกอบของการตลาดเชิงกิจกรรม

กลยุทธ์ของการจัดกิจกรรมเชิงการตลาด

- ▶ 1. ครั้งแรก (The First)
 - ▶ 2. แตกต่าง (Different)
 - ▶ 3. ที่สุด (The Most)
 - ▶ 4. ความตื่นเต้นเร้าใจ (Excitement)
 - ▶ 5. ความมีชื่อเสียง (Famous)
- 

สิ่งที่ควรพิจารณาในการจัดทำกิจกรรมพิเศษ

- ▶ 1. กิจกรรมที่เลือกจัด ต้องมีลักษณะสอดคล้องกับบุคลิกภาพของตราสินค้า
- ▶ 2. ชื่อของกิจกรรมที่จัด ต้องมีชื่อของตราสินค้านำร่วมอยู่ด้วย
- ▶ 3. เครื่องหมายและสัญลักษณ์ของกิจกรรม ต้องมีโลโก้ของตราสินค้านำร่วมอยู่ด้วย
- ▶ 4. ต้องมีป้ายหรือโลโก้ของตราสินค้าในบริเวณงานอย่างทั่วถึง
- ▶ 5. ควรมีสัญลักษณ์ประจำงาน (Mascot) เพื่อสร้างความสะดุดตา คึกคัก เป็นที่น่าสนใจ
- ▶ 6. ต้องมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ อย่างเพียงพอ ทั้งก่อนและหลังการจัดกิจกรรม
- ▶ 7. ควรเชิญผู้มีชื่อเสียงหรือผู้ที่สังคมส่วนใหญ่รู้จักมาร่วมกิจกรรมในงาน เช่น ดารา นักร้อง นักกีฬา ที่มีชื่อเสียง
- ▶ 8. ควรใช้ร่วมกับเครื่องมือการสื่อสารการตลาดอื่นๆ