

ONE
MILLION
FOLLOWERS



พิชิตล้านผู้ติดตาม
เสริมสร้างธุรกิจ

เคล็ดลับการปั้นผู้ติดตาม

1,000,000

ภายใน 30 วัน

เรื่องราวจากประสบการณ์ตรงของผู้เขียน

Brendan Kane ผู้เขียน เมย์ ยางประยงค์ ผู้แปล

One Million Followers

พืชรล้านผู้ติดตาม เสริมสร้างธุรกิจ

เขียน: Brendan Kane

ผู้แปล : เมษ์ ยางประยงค์

บรรณาธิการ : สุวนัสร์ ปันขาว

ที่ปรึกษา : จักรพงษ์ เมษพันธุ์, พงษ์พันธ์ วงศ์หนองเตย

พิสูจน์อักษร : ณัฐดนัย เลิศชัยฤทธิ์

ศิลปกรรม : Manatsawe Pinkaew

Original English language edition published by BenBella. Copyright © 2018 by *Brendan Kane*. Thai-language edition copyright © 2022 by Live Rich Forever Co., Ltd. All rights reserved.

ข้อมูลบรรณานุกรมของสำนักงานหอสมุดแห่งชาติ

เคน, เบรินแดน.

พืชรล้านผู้ติดตาม เสริมสร้างธุรกิจ. -- กรุงเทพฯ : ลิฟ ริช ฟอว์เอฟเวอร์, 2565.

280 หน้า

1.การจัดการธุรกิจ I.เมษ์ ยางประยงค์,ผู้แปล. II. ชื่อเรื่อง.

658

ISBN 978-616-8187-46-3

ราคา 295 บาท

พิมพ์ครั้งแรก : กรกฎาคม 2565

จัดพิมพ์โดย : บริษัท ลิฟ ริช ฟอว์เอฟเวอร์ จำกัด

17 ซ. รามอินทรา 23 แขวง 8 ถ. รามอินทรา

แขวงอนุสาวรีย์ เขตบางเขน กทม. 10220

โทรศัพท์ : 063-219-3994

E-mail : cs@liverich.co.th

www.facebook.com/LiveRichSociety

จัดจำหน่ายโดย

บริษัท ซีอีดี ยูเคชั่น จำกัด (มหาชน)

1858/87-90 ถนนเพชรรัตน แขวงบางนาใต้

เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260

โทรศัพท์ 0-2826-8000

พิมพ์ที่ : บริษัท กู๊ดเฮด พรินท์ติ้ง แอนด์

แพคเกจจิ้ง กรุ๊ป จำกัด

6/1 นิคมอุตสาหกรรมบางชัน ซอยเสรีไทย 58

แขวงมีนบุรี เขตมีนบุรี กรุงเทพฯ 10510

โทรศัพท์ 0-2136-7042

กรณีต้องการสั่งซื้อหนังสือจำนวนมากเพื่อการฝึกอบรม พัฒนาองค์กร ขาย หรือเป็นของขวัญ

กรุณาติดต่อขอรับส่วนลดพิเศษได้ที่ บริษัท ลิฟ ริช ฟอว์เอฟเวอร์ จำกัด

โทร 063-219-3994 หรืออีเมล cs@liverich.co.th

สารบัญ

“เสียงที่มีผู้รับฟัง” โดย พรินซ์ อี 12

บทนำ ผลจากการมีผู้ติดตาม 1 ล้านคนจากทุกมุมโลก 16

บทที่ 1 ทำอย่างไรให้มีผู้ติดตาม 1 ล้านคน 34

บทที่ 2 เจาะจงผู้ชมกลุ่มเป้าหมายของคุณ 61

บทที่ 3 เลือกข้อความสำหรับมหาชน 84

บทที่ 4 ปรับเปลี่ยนผ่านการทดสอบบนโลกออนไลน์ 108

บทที่ 5 สร้างคอนเทนต์ที่คนอยากแชร์ในเฟซบุ๊ก 126

บทที่ 6 พันธมิตรเชิงกลยุทธ์ 153

บทที่ 7 (โอกาส) ก้าวสู่ระดับโลก 174

บทที่ 8 สร้างอิทธิพลในอินสตาแกรม 192

บทที่ 9 ปัจจัยผลักดันการเติบโตในยูทูบ 213

บทที่ 10 ความจริงเกี่ยวกับสแนปแช็ต 231

บทที่ 11 การเติบโตธุรกิจอย่างยั่งยืนด้วยลิงก์อิน 243

บทที่ 12 อำนาจเพื่อการคงอยู่ต่อไป 260

คำขอบคุณ 274

เกี่ยวกับผู้เขียน 280

One Million Followers

พิชิตล้านผู้ติดตาม เสริมสร้างธุรกิจ

วิธีการสร้างผู้ติดตามในโลกโซเชียลจำนวนมหาศาลใน 30 วัน
เทคนิคสร้างการเติบโตอย่างก้าวกระโดด สำหรับธุรกิจ การสื่อสาร
และแบรนด์ของคุณจากอ้อมวรัยะของโลก

- เบรนดัน เคน -

||เสียงที่มีผู้รับฟัง

เธอถูกสร้างมาเพื่อดำเนินชีวิตตามความฝันภายในจิตใจ
ทุกคนบนโลกนี้มีพรสวรรค์
ความฝัน คือ สิ่งนำทาง

เธอมีความกล้าที่จะทำตามความฝันของเธอหรือไม่
ฉันรู้ว่าเธอมี
ฉันเห็นว่าเธอพร้อมที่จะเปล่งประกาย
เธอเพียงแค่ต้องการแผน ที่จะสร้างผลกระทบทางบวก
ยั่งยืน และมีความหมายต่อโลกใบนี้

ใช้โซเชี่ยลมีเดียให้เกิดประโยชน์กับเธอ
มันถึงเวลาแล้วที่เธอต้องแบ่งปันข้อความ
หรือผลิตผลงานทรงคุณค่า
จงอย่ามีข้ออ้างอีกเลย

เธอสามารถเปลี่ยนแปลงโลกได้อย่างแท้จริงด้วยข้อความ
และคอนเทนต์ของเธอมันไม่ไกลเกินกว่าที่เธอจะความา
หนังสือของ เบรندن เคน เพื่อนของจีนจะปลดปล่อยและสอนเธอ

ไม่ว่าคุณจะอยู่ที่ไหนบนโลก
สหรัฐอเมริกา เม็กซิโก บราซิล ออสเตรเลีย อินเดีย อังกฤษ
หรือที่ใดก็ตาม ความหลักแหลมเปี่ยมด้วยอำนาจในหนังสือเล่มนี้
จะมอบเครื่องมือตั้งไม้กายสิทธิ์

นี่คือความจริง
ฉันสัญญา
รับแรงบันดาลใจและทำตามความฝันของเธอ
ไม่มีอะไรไกลเกินที่เธอจะไขว่คว้า
แม้ว่าบางสิ่งอาจดูเป็นเช่นนั้น
เชื่อฉันสิ

คำแนะนำจากอัจฉริยะด้านการตลาดของโลกอยู่ในหนังสือเล่มนี้
เขาเหล่านั้นจะช่วยเธอสร้างกลยุทธ์ พันธมิตรทางธุรกิจ
และโอกาสที่เธอต้องการจะคว้า เธอจะได้ในสิ่งที่ปรารถนา
และจำเป็นต้องมีเพื่อเป็นผู้ประกอบการและประสบความสำเร็จ

ผู้เชี่ยวชาญเหล่านี้รู้วิธีทำให้ข้อความของเธอถูกเผยแพร่สู่โลก
และพวกเขาแบ่งปันความรู้ของพวกเขา与她
หลังจากอ่านหนังสือเล่มนี้ เธอจะมีกลยุทธ์ดิจิทัลที่ได้ผล
รวมถึงเทคนิคการสร้างฐานผู้ชม
เพื่อให้ข้อความของเธอออกสู่โลก และเข้าใกล้การเปลี่ยนแปลงไปอีกระดับ

ไม่ว่าความฝันของเธอคืออะไร

... การเป็นนักพูด นักทอล์ก ผู้ที่เป็นแบบอย่าง อินฟลูเอนเซอร์ นักแสดง

สตาร์กอัพ บริษัทเทคโนโลยี ผู้ค้าปลีก นักแสดงตลก

หรืออะไรก็ตาม เธอสามารถเป็นได้

หนังสือเล่มนี้จะทำให้เธอเชื่อในความฝันนั้น

เธอมีความคิดสร้างสรรค์ เป็นตัวของตัวเอง

สามารถสร้างสรรค์นวัตกรรม และมีความสามารถที่จะสื่อสารกับผู้อื่น

เธอแค่ต้องการความรู้ที่จะช่วยให้เธอมีความน่าเชื่อถือและได้รับความไว้วางใจ

อันเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งในสังคมยุคปัจจุบัน

ให้พรสวรรค์ของเธอแปรเปลี่ยนเป็นความฝัน

ความรู้อยู่ตรงนี้แล้ว

เพราะฉะนั้นจงเข้าใจให้ถ่องแท้

ฉันมีศรัทธาในตัวเธอ

อ่านหนังสือเล่มนี้

ตามแสงสว่างจากมัน และเฝ้ามองความฝันของเธอเป็นจริง

มันจำเป็น มีคุณค่า และช่วยเธอได้จริง ๆ

ถ้าเธอเชื่อในความฝันของเธอ
สิ่งที่เธอจะทำได้สำเร็จนั้นไม่มีขีดจำกัด
ถ้าเธอต้องการคำแนะนำจากฉัน
เริ่มอ่านหนังสือเล่มนี้เดี๋ยวนี้
และซึมซับความรู้ให้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้

ดำดิ่งกับมันและเพิ่มพูนปัญญา
ใช้พรสวรรค์ของเธอเรียนรู้ที่จะทำให้มันออกเงย
โดยการใช้โซเซียมมีเดียเพื่อเปลี่ยนแปลงโลก

ไม่มีใครเหมือนเธอ
ไม่มีใครแทนที่เธอได้
ดังนั้นออกมาจากที่ซ่อน และให้ตัวเธอเป็นที่รู้จัก

- พรินซ์ อี -

0

บทนำ

0

ผลจากการมีผู้ติดตาม 1 ล้านคน
จากทุกมุมโลก

0

ถ้าคุณมีบางสิ่งที่จะมอบให้กับผู้อื่น ไม่ว่าพรสวรรค์ของคุณจะเกี่ยวข้องกับดนตรี ศิลปะ การแสดง กีฬา หรือแม้แต่การสร้างแบรนด์หรือสตาร์ทอัพ และคุณรู้วิธีใช้ประโยชน์จากดิจิทัลหรือโซเชียลแพลตฟอร์ม คุณสามารถเข้าถึงคนเป็นล้านคนทั่วโลกในชั่วพริบตา ถ้าไม่ใช่เป็นร้อยล้านคน นั่นคือวิธีที่อินฟลูเอนเซอร์ในโลกโซเชียลถือกำเนิดขึ้น จนบางครั้งมีชื่อเสียงยิ่งกว่าเซเลบริตี้กระแสหลักภายในเวลาเพียงไม่กี่ปี พวกเขาเริ่มต้นเปิดกล้องและพูดกับกล้องที่บ้าน แשרสิ่งที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว แทนจะทุกคนสามารถสร้างฐานผู้ชมทั่วโลกได้ด้วยกลยุทธ์ที่ถูกต้อง

จัสติน บีเบอร์ เป็นตัวอย่างของคนที่มีสัญชาตญาณในการใช้พลังของสื่อดิจิทัลที่สมบูรณ์แบบ เขาเริ่มต้นจากการลงวิดีโอของตัวเองบนยูทูบ โดยนำเพลงที่ได้รับความนิยมอยู่แล้วในขณะนั้นมาร้องคัฟเวอร์ และวันหนึ่งเขาคือดาราที่มีชื่อเสียงมากที่สุดคนหนึ่งของโลก เขาไม่ต้องสร้างนวัตกรรมอะไรใหม่เป็นพิเศษ เขาเห็นโอกาสที่จะใช้ประโยชน์จากสิ่งที่มีอยู่แล้ว และลงมือทำ ความมหัศจรรย์ของจัสตินคือส่วนผสมของพรสวรรค์ในการร้องเพลงที่สามารถเข้าถึงอารมณ์ของผู้ฟัง และความสามารถที่นำตัวเองไปเชื่อมโยงกับเพลงที่ผู้ฟังกำลังค้นหาในแพลตฟอร์ม ส่งผลให้เขาเข้าถึงผู้ฟังได้

เขาสื่อสารด้วยข้อความที่เข้าถึงอารมณ์ผู้คนในเวลาที่เหมาะสมจะทำให้ผู้ชมอยากจะแชร์ เป็นเพราะว่าคนต่างช่วยเขาแชร์ข้อความ เขาจึงได้รับความสนใจจากผู้สร้าง ค่ายเพลง และผู้จัดการที่ช่วยผลักดันให้เขามีชื่อเสียง มีครั้งหนึ่งที่ทั้ง จัสติน ทิมเบอร์เลก และอัสเซอร์เสนอราคาแข่งกันเพื่อให้ได้เซ็นสัญญากับเขา ทั้งหมดนี้เกิดขึ้นเพราะเขามีตัวตนบนโซเชียลมีเดีย และความสามารถของเขา ในการดึงดูดผู้คนนับล้านจากทั่วโลกให้เข้ามาชม รู้สึกมีส่วนร่วม และแชร์วิดีโอของเขา ตอนแรกเขาเป็นเพียงคนมีพรสวรรค์ที่ไม่มีใครรู้จัก ซึ่งไม่ได้ต่างกับผู้อ่านหนังสือเล่มนี้หลาย ๆ คน

เราทุกคนต่างมีสิ่งที่ทำให้เราโดดเด่นและมีคุณค่าพอเพื่อสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้อื่น และผมคิดว่า การที่คุณกำลังอ่านหนังสือเล่มนี้ มันเป็นไปได้ว่าคุณคือคนหนึ่ง ที่เชื่อว่า คุณมีบางอย่างจะหยิบยื่นให้ผู้อื่น และต้องการจะสร้างการเปลี่ยนแปลง แต่ปัญหาคือตอนนี้คือแทบจะทุกคนต้องการสร้างการเปลี่ยนแปลง และเพราะแบบนี้เอง การจะทำให้ผู้คนจะได้ยินเสียงของคุณในยุคที่สังคมเชื่อมต่อกันถึงทำได้ยากขึ้นมาก บนแพลตฟอร์มมีสื่ออย่างเดียวยังมีการแชร์ข้อความมากกว่า 60,000 ล้านข้อความต่อวัน แล้วคุณจะมีปัญญาดึงดูดความสนใจและทำให้ผู้คนต้องการจะฟังคุณได้อย่างไร

หลายคนคิดว่าการโพสต์หรือการโฆษณาโพสต์นั้นเพื่อให้คนเห็นมากขึ้น ข้อความบนเฟซบุ๊ก อินสตาแกรม หรือสแนปแชตก็น่าจะเพียงพอ แต่มันไม่พอ คุณต้องเข้าใจว่าอะไรทำให้คนอยากจะแชร์ข้อความของคุณ เมื่อมีคนแชร์ข้อความของคุณหนึ่งคน การขยายตัวให้เป็นที่ปรากฏและขอบเขตจะเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด จนกระทั่งมันสามารถเข้าถึงเพื่อนของเพื่อนนับร้อยคน อัตราความเร็วที่คุณสามารถทำให้คนแชร์คอนเทนต์ของคุณเป็นตัวกำหนดการเติบโตแบบบอร์แกนิก¹ ซึ่งนั่นหมายความว่ายิ่งคนแชร์มากเท่าไร คุณก็จะกลายเป็นที่รู้จักเร็วขึ้นเท่านั้น

¹ การเติบโตอย่างช้า ๆ และเป็นธรรมชาติมากกว่ากะทันหัน

คุณต้องเรียนรู้ที่จะใช้พลังของมหาชนให้ได้ผลลัพธ์สูงสุดเพื่อส่งเสริมแบรนด์หรือสินค้า และนี่คือสิ่งที่ผมรวบรวมไว้เป็นขั้นเป็นตอนในหนังสือเล่มนี้ โดยมีเคล็ดลับและตัวอย่าง ด้วยประสบการณ์มากกว่า 10 ปีในฐานะนักกลยุทธ์ทางธุรกิจ และดิจิทัลที่ทำงานให้กับผู้มีชื่อเสียง แบรนด์ต่าง ๆ และบริษัทฟอร์จูน 500 ผมใช้เครือข่ายทั่วโลก รวมถึงความเชี่ยวชาญในการช่วยลูกค้าเพิ่มจำนวนขยาย และเร่งสร้างการเข้าถึงผู้ชม ผมต้องการช่วยให้คุณเป็นผู้เชี่ยวชาญที่สามารถทำให้ผู้คนสนใจในสิ่งที่คุณพูดบางคนเรียกผมว่า ผู้สร้างการเติบโตอย่างก้าวกระโดด (Growth hacker) ซึ่งผมยืมคำพูดนี้มาจาก ฌอน แอลลิส แต่ผมมองตัวเองว่าเป็นนักกลยุทธ์ด้านดิจิทัลและธุรกิจ ภารกิจของผมก็คือช่วยคุณให้ไปถึงเป้าหมายทั้งในเรื่องธุรกิจและเรื่องส่วนตัวได้อย่างเร็วที่สุดเท่าที่มนุษย์คนหนึ่งจะทำได้ ซึ่งแทบจะทุกครั้งก็เกิดจากการที่ผมช่วยลูกค้าเพิ่มศักยภาพของคอนเทนต์ที่มีอยู่แล้วให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยทำให้ผู้คนแชร์คอนเทนต์นั้นเพื่อช่วยสร้างแบรนด์ให้กับลูกค้า โดยเฉพาะการแชร์แบบปากต่อปาก

แต่คนเรามีเป้าหมายที่ต่างกัน และนั่นคือสาเหตุว่าทำไมในการค้นคว้าและเตรียมการสำหรับหนังสือเล่มนี้ผมถึงติดต่อเพื่อน ๆ ของผมในธุรกิจ และผู้ที่มีความก้าวหน้า เพื่อย่อยกลยุทธ์ของพวกเขาออกเป็นข้อ ๆ ด้วยเช่นกัน ผมต้องการจะให้ข้อมูลและเทคนิคที่ดีที่สุดกับคุณ เพื่อให้คุณไปถึงเป้าหมายของคุณ หนังสือเล่มนี้เปิดโอกาสให้คุณเข้าถึงผู้มีความรู้และผู้เชี่ยวชาญในแต่ละหัวข้อที่เกี่ยวกับการเติบโตของดิจิทัลและโซเชียล เมื่อไหร่ก็ตามที่คุณต้องการจะเพิ่มยอดผู้ติดตาม 1 ล้านคนบน เฟซบุ๊ก ยูทูบ อินสตาแกรม หรือสร้างยอดขายสินค้าออนไลน์หลายล้านดอลลาร์ สิ่งที่คุณต้องรู้อยู่ตรงนี้แล้ว และกำลังรอให้คุณได้ใช้ประโยชน์จากมัน ถ้าคุณต้องการจะศึกษาให้ลึกขึ้น ต้องการเครื่องมือหรือคำปรึกษาที่นอกเหนือจากหนังสือเล่มนี้คุณสามารถไปที่ www.onemillionfollowers.com/beyond หรือส่งอีเมลหาผมโดยตรงได้ที่ bkane@brendanjane.com

สิ่งที่ผมเรียนรู้จากการทำงานกับเทย์เลอร์ สวิฟต์

ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา ผมใช้เวลาอย่างมากในการทดสอบคอนเทนต์ และหาแนวทางทำให้คอนเทนต์ให้ผลลัพธ์ที่ดีที่สุด รวมถึงการวิเคราะห์ ข้อมูล และการซื้อสื่อเพื่อช่วยผู้มีชื่อเสียง, นักกีฬา และบริษัทสื่อโฆษณาขยายการเข้าถึงผู้ชมอย่างรวดเร็ว ผมใช้เวลาเป็นปีในการทดสอบและสังเกตเพื่อให้ได้ผลลัพธ์อย่างเป็นอยู่ในขณะนี้ แต่ผมคิดว่าที่สุดแล้ว ทุกอย่างที่ผมเรียนรู้มันเริ่มต้นตั้งแต่ตอนที่ผมได้ทำงานกับเทย์เลอร์ สวิฟต์ ซึ่งช่วงเวลาที่ทำงานกับเธอทำให้ผมเข้าใจเรื่องพลังของดิจิทัลและโซเชียลแพลตฟอร์ม รวมถึงการนำมาใช้

สิ่งที่น่าสนใจเกี่ยวกับเทย์เลอร์ คือ เธอสร้างแบรนด์ดนตรี จากชื่อเสียงด้วยตัวเธอเอง เธอเริ่มต้นจากเพจมายสเปซ (Myspacepage) ซึ่งเป็นการสร้างแพลตฟอร์มที่สนับสนุนการสื่อสารในรูปแบบตัวต่อตัวกับแฟนเพลง ด้วยสัญญาอนุญาต เธอเข้าใจว่านี่คือสิ่งที่จะทำให้แบรนด์ของเธอสามารถเข้าถึงผู้คนอย่างก้าวกระโดด เธอตอบคอมเมนต์ทุกคอมเมนต์ที่ได้รับด้วยตัวเองในแพลตฟอร์มนี้ เธอจะให้ลายเซ็นหรือรูปถ่ายทุกครั้งเมื่อมีแฟนเพลงมาขอ

มีครั้งหนึ่งที่เทย์เลอร์จัดงานมีทแอนด์กริฟ (กิจกรรมที่ศิลปินจะได้พบปะกับแฟน ๆ) ซึ่งเดิมจะใช้เวลา 13 ชั่วโมง แต่สุดท้ายกลายเป็น 17 ชั่วโมง เธอแจกลายเซ็นและถ่ายรูปเซลฟี่กับแฟนเพลง 3,000 คน เธอรู้ว่าแฟนเพลงทุกคนที่มาเยือนเข้าแถวรอเพื่อที่จะได้รับลายเซ็นหรือรูปจะเป็นแฟนเพลงและผู้สนับสนุนแบรนด์ของเธอไปตลอดชีวิต ผู้สนับสนุนแบรนด์เหล่านี้จะช่วยเผยแพร่แชร์ดนตรีและข้อความของเธอกับเพื่อนของพวกเขา แม้ว่าสุดท้ายแล้ว เทย์เลอร์ได้พบแฟนเพลงด้วยตัวเองเพียง 3,000 คน แต่จำนวนคนที่เธอเข้าถึงในวันนั้นอาจมีมากถึง 100,000 คน การสื่อสารของเธอไม่ได้เกิดขึ้นเพียงแค่ช่วงเวลานั้น แฟนเพลงของเธอไม่ได้แค่เล่าให้เพื่อนของพวกเขาฟังเท่านั้น แต่ยังโพสต์รูป ลายเซ็น และวิดีโอที่พวกเขาถ่าย

ทำงานลงบนช่องทางโซเชียลของพวกเขาด้วย โดยเฉลี่ยผู้ใช้เฟซบุ๊กมีเพื่อน 338 คน เพราะฉะนั้นถ้าแฟนเพลงของเธอทุกคนแชร์รูปเหล่านั้น เธอสามารถเข้าถึงผู้คนได้ถึง 1,014,000 คน แฟน ๆ เป็นผู้ออกไปกระจายข่าวให้เธอ พวกเขาจะบอกกับเพื่อนและคนรู้จักในโลกโซเชียลว่า “ฉันรักเทย์เลอร์ สวิฟท์!” หรือ “ฉันได้รูปหรือลายเซ็นที่เจ๋งสุด ๆ ”

เธอยังคงแบ่งเวลาเพื่องานเหล่านี้ไปงานฉลองวันเกิด งานแต่งงาน หรืองานฉลองว่าที่เจ้าสาวของแฟนเพลง ในปี 2014 เธอไปที่บ้านของแฟนเพลงเพื่อมอบของขวัญวันคริสต์มาส มีผู้ชมวิดีโอการไปมอบของขวัญของเธอมากกว่า 18 ล้านคน ในปี 2017 เธอเชิญกลุ่มแฟนเพลงที่เธอเลือกให้มาที่บ้านของเธอในลอนดอน ลอสแอนเจลิส แชนซิลล์ โรดไอแลนด์ เพื่อมาร่วมปาร์ตี้ฟังเพลงในอัลบั้ม เรฟิวเทชั่น (Reputation) ซึ่งเป็นอัลบั้มที่ 6 ของเธอ งานแบบนี้คือสิ่งที่เธอทำเพื่อเป็นการตอบแทนแฟนเพลง ในขณะที่เดียวกันก็เป็นการสร้างความสนใจและกลายเป็นจุดดึงดูดอย่างมาก

สิ่งเหล่านี้ได้ผลเพราะเธอจริงใจ เธอไม่ได้ทำเพื่อหวังผลในทางลบ นอกจากเธอจะเป็นคนฉลาดแล้ว เธอยังมีพรสวรรค์และเห็นคุณค่าที่แฟนเพลงสละเวลาให้กับเธอ เธอเป็นคนจิตใจดี และการมีจิตใจดีนี่เองเป็นปัจจัยสนับสนุนให้เกิดความภักดีต่อแบรนด์ ซึ่งแพร่ขยายราวกับไฟลามทุ่ง

แต่เทย์เลอร์ก็ไม่สามารถไปอยู่ในหลายที่ได้ในเวลาเดียวกัน เธออาศัยอยู่ที่แอตแลนต้าในช่วงต้นของอาชีพ ถึงแม้ว่าเธอจะสามารถแจกลายเซ็น และสื่อสารกับแฟนเพลงที่นั่นราว 3,000 คน แต่เธอก็ไม่สามารถหาเวลาให้กับแฟนเพลงที่อยู่ในส่วนอื่นของโลก แฟนเพลงของเธอในนิวยอร์ก, ลอนดอน, จีน, ฮองกง, อินเดีย และญี่ปุ่นไม่สามารถติดต่อกับเธอได้ การให้ความสำคัญกับการปรากฏตัวออนไลน์ทำให้เธอสามารถสื่อสารกับผู้คนทั่วโลกได้และรวดเร็ว

ก่อนที่จะเธอจะมาพบกับทีมงานผม เธอยังใช้เงินประมาณ 70,000 ถึง 150,000 ดอลลาร์ไปกับเว็บไซต์ที่มีการเคลื่อนไหวของรูปภาพ มันต้องใช้เวลาประมาณ 2 วันที่จะปรับปรุงถ้าเธอต้องการจะเปลี่ยน เมื่อผมดูผลวิเคราะห์ก็พบว่า ผู้คนใช้เวลาน้อยกว่า 30 วินาทีบนเว็บไซต์ และประมาณ 90 เปอร์เซ็นต์ของคนที่ไม่เข้ามาออกจากโฮมเพจทันที ผมต้องการให้เธอยังใช้เว็บไซต์ให้ได้เต็มศักยภาพที่สุด โดยกลับไปที่แนวความคิดพื้นฐานภายใต้แบรนด์ของเธอ นั่นคือการสื่อสารแบบตัวต่อตัว เธอสามารถสร้างประโยชน์จากเว็บไซต์เพื่อทำให้การสื่อสารกับแฟนเพลงแข็งแกร่งขึ้นด้วยกลยุทธ์ที่ถูกต้อง

สิ่งที่ผมนำเสนอคือ เราสามารถสร้างเว็บไซต์ใหม่ที่เราต้องการได้ภายใน 6 ชั่วโมง โดยใช้เทคโนโลยีแพลตฟอร์มที่ทีมงานผมพัฒนาขึ้น ผมแสดงให้เห็นในที่ประชุมว่าเราสามารถเปลี่ยนองค์ประกอบของเว็บไซต์ได้มากมาย และในทันที เธอสามารถเปลี่ยนพื้นหลัง เปลี่ยนหรือเอาระบบนำทางของเว็บไซต์ออก และควบคุมองค์ประกอบทุกอย่างของเว็บไซต์ ส่งผลให้เธอมีอำนาจและความคิดสร้างสรรค์ที่จะพัฒนาเว็บไซต์ตามที่เธออยากจะถ่ายทอดตัวตนของเธอให้แฟนเพลงรับรู้ ตัวอย่างเช่น ทุกครั้งที่เธอออกอัลบั้มใหม่ เธอสามารถดีไซน์เว็บไซต์ใหม่ทั้งหมดภายในเวลาเพียงไม่กี่นาที เพื่อให้เข้ากับรูปลักษณ์ที่สวยงามของอัลบั้มใหม่

การเปลี่ยนแปลงเว็บไซต์ได้อย่างรวดเร็วทำให้เธอสามารถสร้างการสื่อสารกับแฟนเพลงที่ทรงพลังยิ่งขึ้น เพราะเธอสามารถถ่ายทอดความรู้สึกที่ต้องการในเวลาที่ต้องการ เหมือนที่เธอทำบนมายสเปซในช่วงแรกของอาชีพ ภายในระยะเวลา 2 ปี ที่ได้ใช้แพลตฟอร์มที่ทีมงานผมพัฒนาขึ้น และเทคโนโลยีแพลตฟอร์มสำหรับสร้างสังคมออนไลน์ที่เราเป็นพันธมิตรด้วย เราสามารถเพิ่มเวลาที่แฟนเพลงใช้บนเว็บไซต์จาก 30 วินาทีเป็น 20 นาที เราเพิ่มระยะเวลาบนเว็บไซต์ได้อย่างไร ก็โดยหาสิ่งที่ดึงดูดพวกเขา เราเชื่อมโยงการสื่อสารระหว่างแฟนเพลง เพราะเรารู้ดีว่าตัวเธอยังเองสามารถคุยกับแฟนเพลงได้จำนวนจำกัดในแต่ละครั้ง เพราะฉะนั้น

เราเลยสร้างสังคมที่แฟนเพลงสามารถสื่อสารกันเองเกี่ยวกับความรัก
ที่มีให้กับเทย์เลอร์และดนตรีของเธอ

เรายังสร้างระบบที่แฟนเพลงสามารถเปลี่ยนโพรไฟล์บนเฟซบุ๊กให้เป็นแฟน
เพจของเทย์เลอร์ภายในเวลา 60 วินาที มันสามารถเก็บข้อมูลชื่อและรูป รวมไปถึงรูป
ของเทย์เลอร์และหน้าปกอัลบั้มโดยอัตโนมัติ ซึ่งทำให้แฟนเพลงสามารถมีแฟนไชต์
เป็นของตัวเอง แฟนไชต์นี้ถูกสร้างขึ้นด้วยเทคโนโลยีแพลตฟอร์มเดียวกันกับที่
เราใช้สร้างเว็บไซต์ของเทย์เลอร์ เพราะฉะนั้นแฟนเพลงสามารถสร้างองค์ประกอบ
ทุกอย่างในแฟนไชต์ตามใจของตัวเอง หรือสร้างให้มีลักษณะเฉพาะตัว แฟนเพลงจึง
รู้สึกเชื่อมโยงกับเทย์เลอร์ราวกับว่าพวกเขาเป็นส่วนหนึ่งในทีมของเธอ แฟนเพลง
สามารถใช้แพลตฟอร์มเดียวกันกับที่เธอใช้ และสามารถนำเอาส่วนใดส่วนหนึ่ง
มาสร้างขึ้นใหม่ มีการสร้างแฟนไชต์มากกว่า 35,000 แฟนไชต์โดยใช้แพลตฟอร์ม
นี้ภายในระยะเวลาไม่กี่เดือน ผมไม่มีตัวเลขที่แน่นอน แต่ผมมั่นใจว่ามันทำสถิติ
จำนวนแฟนไชต์ที่สูงที่สุดที่เคยสร้างมาสำหรับศิลปินคนหนึ่ง และภายในระยะ
เวลาหนึ่ง

สิ่งที่ฝังเข้าไปในหัวผมคือ การได้เห็นด้วยตาของตัวเองว่า การสร้างการ
สื่อสารที่เชื่อมโยงกับแฟนเพลงอย่างเหนียวแน่น ทำให้แบรนด์ของเทย์เลอร์ประสบ
ความสำเร็จได้อย่างไร ผมเรียนรู้ว่าถ้าแฟนเพลงมีความรู้สึกเชื่อมโยง พวกเขาจะ
เต็มใจแชร์คอนเทนต์ ข้อความ และสินค้ากับทุกคนที่พวกเขารู้จัก เมื่อผมเข้าใจถึง
พลังของสิ่งนี้ มันกลายเป็นจุดสำคัญในแนวทางการทำงานของผมทั้งหมด ผมรู้
ว่าคุณไม่จำเป็นต้องใช้เงินสำหรับการตลาดเป็นล้านดอลลาร์เพื่อจะเข้าถึงมหาชน
คุณแค่ต้องทำให้ผู้คนแชร์ข้อความของคุณแทนคุณ

ไม่ใช่ทุกคนสามารถเป็นเทย์เลอร์ สวิฟท์ และนั่นไม่ใช่ปัญหา

เท่าที่ผมจำได้ ผมมีความปรารถนาที่จะได้รู้จักกับเซเลบริตี้, ผู้บริหาร, นักกีฬา หรือผู้ประกอบการที่เป็นที่รู้จัก ผมเริ่มต้นจากการเรียนด้านภาพยนตร์ ผมรักหนังและอยากรู้วิธีการสร้างหนัง รวมถึงเรียนรู้ด้านธุรกิจของอุตสาหกรรมบันเทิง

ไม่นานผมก็พบว่าเขาไม่ได้สอนอะไรเกี่ยวกับธุรกิจเลยในโรงเรียนภาพยนตร์ เพราะฉะนั้นผมคิดว่าวิธีที่ดีที่สุดที่จะเรียนรู้เกี่ยวกับธุรกิจก็คือ ทำธุรกิจของตัวเอง วิธีลงทุนที่คุ้มค่าที่สุดเวลานั้นก็คือ การเริ่มต้นธุรกิจออนไลน์ซึ่งมันก็ยังจริงอยู่แม้ในปัจจุบัน ดังนั้นผมจึงเริ่มต้นทำบริษัทอินเทอร์เน็ต 2-3 แห่งในระหว่างที่ผมเรียนไปด้วยเพื่อที่จะเรียนรู้และทดลอง เมื่อผมย้ายออกจากกลอสแอนเจลิสในปี 2005 เพื่อเสาะหาโอกาสในเส้นทางอาชีพด้านภาพยนตร์ อุตสาหกรรมบันเทิงได้เกิดใหม่ภายใต้รูปแบบดิจิทัลหลังจากวิกฤติดอทคอม ผมใช้ประโยชน์จากความรู้ที่ก่อกองบริษัทเหล่านั้นเพื่อหาโอกาส และสร้างคอนเนกชันรวมถึงทำโครงการต่าง ๆ ด้วยความมานะอุตสาหะ สุดท้ายผมได้ทำหน้าที่บริหารหน่วยงานดิจิทัลให้กับสตูดิโอภาพยนตร์ 2 แห่ง ในการทำงานผมทำทุกอย่างตั้งแต่คิดแคมเปญการตลาดดิจิทัลและหาหนทางทำรายได้จากหนังที่มีอยู่ไปจนถึงทำงานโดยตรงกับดาราและผู้กำกับเพื่อจะทำให้แบรนด์ของพวกเขาเป็นที่รู้จักออนไลน์

ในที่สุดผมอยากแยกตัวออกมาเป็นผู้ประกอบการเอง ผมได้ลองทำด้านเทคโนโลยี สร้างดิจิทัลแพลตฟอร์ม และให้อนุญาตบริษัท เช่น เอ็มทีวี หรือไวอาคอม, ยาฮู, ไลออนส์เกต, นิตยสารไวซ์ และเอ็มจีเอ็ม จากนั้นผมก็เข้าสู่ในโลกของสื่อโฆษณาประเภทที่ต้องจ่ายเงิน และมีส่วนช่วยสร้างบริษัทที่เน้นการใช้ประโยชน์สูงสุดจากสื่อออนไลน์ที่ใหญ่ที่สุดในโลก ผมบริหารคำสื่อกับบริษัทฟอร์จูน 500 ปีละเกือบ 70 ล้านดอลลาร์

ประสบการณ์ที่หลากหลายทำให้ผมมีโอกาสทำโครงการให้ผู้ที่มีความเสี่ยงระดับโลก ไม่ว่าจะเป็น เทย์เลอร์ สวิฟท์, เจสัน สเตธัม, ริฮานน่า, เครี คริก และบริษัทที่ผมพูดถึง การได้ทำงานกับยักษ์ใหญ่เหล่านี้จุดประกายความอยากรู้อยากเห็น และแรงขับเคลื่อนในตัวผม ว่าอะไรคือสิ่งที่ทำให้ประสบความสำเร็จ และกลายเป็นดาวหรือเป็นชื่อที่ทุกคนรู้จัก

10 ปีหลังจากที่ผมช่วยขยายฐานผู้ชมให้กับเซเลบริตี้ แบรนต์ และบริษัท ผมเริ่มสงสัยว่าแนวความคิดและเทคนิคของผมจะสามารถนำไปใช้กับคนที่เริ่มต้นจากศูนย์ได้หรือไม่ ผมจึงเริ่มต้นการทดลองเพื่อจะพิสูจน์ว่าคนที่ไม่เคยออกรายการโทรทัศน์ เล่นหนัง หรือปรากฏตัวบนสื่อสิ่งพิมพ์มาก่อนสามารถสร้างผู้ติดตามมากมายจากทั่วโลก สมมติฐานคือ ถ้าผมสามารถทำสำเร็จ แม้กับคนที่ไม่มีชื่อเสียง ผมจะสามารถช่วยใครก็ตามที่มีบางสิ่งบางอย่างจะนำเสนอให้มีผู้ติดตามล้นหลาม และได้รับพื้นที่สื่อ ผมสามารถจะช่วยเหลือคนที่จะทำคุณประโยชน์ที่ได้รับการยอมรับ และมีความน่าเชื่อถือ ทำให้พวกเขาเข้าใจถึงความฝันไปอีกหนึ่งขั้น

ในขณะที่ผมกำลังคิดว่าจะเลือกใครดีสำหรับภารกิจนี้ ผมก็ตระหนักว่าที่จริงแล้วผมคือตัวเลือกที่เหมาะสม ผมไม่ได้มีชื่อเสียง ไม่เคยออกรายการโทรทัศน์ ไม่เคยแสดงหนัง หรือปรากฏตัวบนสื่อสิ่งพิมพ์ ผม(ยัง)ไม่ได้ทำอะไรที่สังคมมองว่าเท่ ผมก็แค่คนธรรมดาที่คิดว่าการเชื่อมต่อกับผู้คนบนโลกเป็นเรื่องน่าสนุก ดังนั้นในเดือนมิถุนายนปี 2017 ผมเริ่มทำการทดลองเล็กๆ ของผม ผมใช้ทุกอย่างที่ผมเรียนรู้จากประสบการณ์ด้านดิจิทัลและโซเชียลมีเดียที่มีมากกว่า 10 ปี เพื่อดูว่าผมจะสามารถทำให้ผู้คนจากทั่วโลกมาติดตามเพจเฟซบุ๊กของผมได้รวดเร็วแค่ไหน

และผมก็ต้องประหลาดใจ เพราะภายในเดือนกรกฎาคม ซึ่งน้อยกว่า 1 เดือน ผมมีผู้ติดตามมากกว่า 1 ล้านคนที่มาจากประเทศต่าง ๆ มากกว่า 100 ประเทศ ผมไม่รู้จักคนเหล่านี้ และแน่นอนว่าพวกเขาก็ไม่รู้จักผมก่อนหน้านี้จะมีการทดลองนี้ เมื่อผมเห็นว่ามีคนโลกโซเชียลมีเดียของพวกผม ผมไม่อยากจะ

จะเชื่อเลยว่ามันเกิดอะไรขึ้น ไม่ใช่ว่าผมไม่รู้ว่ามันเป็นไปได้ ผมสร้างความสนใจมากมายระดับนี้ให้กับลูกค้าของผมซึ่งเป็นเหล่าคนมีชื่อเสียง และบริษัทชั้นนำในสังคม สิ่งที่ทำให้ผมแปลกใจก็คือ ผมเบรندن เคน นักกลยุทธ์ด้านดิจิทัลผู้อยู่เบื้องหลังฉาก (หรือหน้าจอคอมพิวเตอร์) ผู้ซึ่งไม่มีแพลตฟอร์มจะสามารถกลายเป็นบุคคลสาธารณะระดับโลก อยู่ ๆ ผมก็สามารถสร้างผลกระทบที่ยิ่งใหญ่ได้ในเวลาอันรวดเร็ว

ความจริงที่ว่าผมไม่ได้เป็นร็อกสตาร์ ดารา หรือผู้มีชื่อเสียงไม่ว่าจะด้านใดก็ตาม และยังสามารถที่จะมีผู้ติดตามเป็นล้านคนจากทั่วโลกมันเป็นเรื่องน่าเหลือเชื่อ มันแปลกและทรงพลัง มันเป็นเรื่องใหม่ที่น่าสนใจในชีวิตผม และทำให้ผมรู้สึกถึงความรับผิดชอบ ผมได้รับทุกอย่างไม่ว่าจะเป็นข้อความที่บอกรักผม หรือผมสร้างแรงบันดาลใจในชีวิตพวกเขา ไปจนถึงข้อความขู่ฆ่าและอีเมลที่แสดงความเกลียดชัง เมื่อผมแชร์เนื้อหาด้านการเมืองที่ไม่สอดคล้องกับโลกทัศน์ของผู้ชม

แต่ผมยังไม่ได้มองว่าตัวเองเป็นเซเลบริตี้ หรือแม้แต่เป็นอินฟลูเอนเซอร์ ผมสร้างผู้ติดตามเหล่านี้ภายใน 30 วัน ซึ่งมันแตกต่างกันมากกับการใช้เวลาเป็นปี ผมไม่ได้ทำเพื่อชื่อเสียง แต่มันเป็นการทดลองทางสังคมเพื่อดูว่าสิ่งนี้สามารถเป็นไปได้และเพื่อให้เข้าใจถึงผลกระทบที่มี ที่จริงแล้วผมทำเพื่อจะแชร์ประสบการณ์และความรู้ของผมกับคุณทุกคน ถ้าผมต้องการมีชื่อเสียงจริง ๆ ผมจะต้องทุ่มเททำงานที่ตามมาอย่างหนักเพื่อผลักดันและสร้างแบรนด์ของผม รวมไปถึงการสื่อสารกับผู้ติดตามหน้าใหม่ผมอยากจะทำให้เห็นว่า การสร้างฐานผู้ชมจำนวนมาก และบ่มเพาะแฟน ๆ ที่มีความรู้สึกผูกพันเป็นงานที่หนักซึ่งต้องใช้เวลา และพลังงานอย่างมหาศาล

ทุกอย่างนำมาสู่บทสรุปที่ว่า ถ้าผมทำได้คุณก็สามารถทำได้ หนังสือเล่มนี้จะสอนคุณว่าต้องทำอะไร คุณสามารถทำความเข้าใจของคุณให้เข้าใจถึงความจริงไปอีกขั้นด้วยตัวของคุณเอง โดยใช้เครื่องมือเหล่านี้

คุณจะไปถึงเป้าหมายในอาชีพได้เร็วที่สุดได้อย่างไร

เมื่อไม่นานมานี้ผมได้ทำงานกับนักแสดงคนหนึ่งในลอสแอนเจลิส เธอมีความทะเยอทะยานและเธอก็มีพรสวรรค์อย่างยิ่ง เพียงแต่เธอยังไม่เป็นที่รู้จัก อีกทั้งยังไม่ค่อยได้รับความไว้วางใจ ผมถามเธอว่าการคัดตัวเป็นอย่างไรบ้าง เธอเล่าให้ฟังว่าเธอมีประชุมกับผู้กำกับระดับแถวหน้าที่ทำหน้าที่คัดเลือกนักแสดงในฮอลลีวูด พวกเขาบอกเธอว่าวิดีโอโพรไฟล์ผลงานที่ผ่านมาของเธอนั้นยอดเยี่ยม และเธอคือนักแสดงที่มีความสามารถ แต่มันจะช่วยเธอและผู้คัดเลือกนักแสดงอย่างมาก ถ้าเธอมีผู้ติดตามในทวิตเตอร์เป็นหมื่นคน แม้ว่ายอดติดตามในทวิตเตอร์จะไม่เกี่ยวข้องกับการเป็นนักแสดงที่ดี แต่มันเป็นแต้มต่อเมื่อผู้สร้างภาพยนตร์ต้องตัดสินใจว่าจะจ้างใคร

การมีผู้ติดตามมากไม่ได้มีประโยชน์เฉพาะคนที่ยังไม่เป็นที่รู้จัก มันยังมีประโยชน์กับคนที่ชื่อเสียงเช่นกัน โซฟี เทอร์เนอร์ จากเรื่อง*มหาศึกชิงบัลลังก์ (Game of Thrones)* เล่าว่า เธอได้รับเลือกให้เล่นบทนี้แทนที่นักแสดงที่มีความสามารถมากกว่าเธอ เธอได้รับเลือกก็เพราะว่ามีผู้ติดตามมากกว่า เธออธิบายในการให้สัมภาษณ์กับนิตยสารฟอร์ตเนอร์ว่า “มีงานหนึ่งที่ฉันไปคัดตัว แล้วมันเหลือฉันกับผู้หญิงอีกคน ซึ่งเธอเป็นนักแสดงที่ดีกว่าฉันมาก แบบว่ามากจริง ๆ แต่ฉันมีผู้ติดตาม ฉันก็เลยได้งาน มันไม่ถูกต้องแต่มันเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในตอนนั้น”¹

และตัวเลขในโซเชียลมีเดียไม่ได้มีความสำคัญต่อบุคคลเท่านั้น แต่มันมีผลกับแบรนด์ด้วยเช่นกัน จากการศึกษาของโรงเรียนธุรกิจจอร์ตัน ความนิยมในโซเชียลมีเดียสามารถบ่งชี้ความสามารถของสตาร์ทอัพในการสร้างแบรนด์รวบรวม

¹ นาโอมิ กอร์ดอน, “โซฟี เทอร์เนอร์ กล่าวว่าเธอได้รับบทแทนที่ ‘นักแสดงที่ดีกว่าเธอมาก’ เพราะเธอมีจำนวนผู้ติดตามในโซเชียลมีเดียสูงกว่า,” นิตยสารเอสไควร์, 8 เมษายน 2017, <http://www.esquire.com/uk/culture/news/a16489/sophie-turner-role-better-actress-social-media>

ความเห็นจากลูกค้า และดึงดูดกลุ่มลูกค้าที่เจาะจง ด้วยเหตุนี้นักลงทุนบางคนได้นำปัจจัยนี้มาพิจารณาเมื่อต้องตัดสินใจว่าจะลงทุนในอะไร²

ผมค้นพบว่า การมีผู้ที่ชื่นชอบเราจำนวนมากนั้น สร้างความแตกต่างในชีวิตผมเอง ในเรื่องของการเป็นที่ยอมรับ ผมสามารถใช้ประโยชน์จากอิทธิพลนั้นในธุรกิจของผม เมื่อจำนวนผู้ติดตามเพิ่มขึ้น ผมสามารถหาลูกค้าและพันธมิตรทางธุรกิจได้มากขึ้น ผมบินไปพูดและจัดเวิร์กช็อปที่สำนักงานใหญ่ของบริษัทที่เกี่ยวข้องในสวีเดน ผมได้รับโอกาสให้ไปพูดในงานต่าง ๆ เช่น เว็บซัมมิทที่โปรตุเกส ซึ่งเป็นการประชุมด้านเทคโนโลยีที่ใหญ่ที่สุดในโลก โดยมีผู้เข้าร่วมกว่า 70,000 คน และมีผู้ที่ได้รับเชิญไปพูด เช่น อัล กอร์, อีลอน มัสก์, โบโน, เวอร์เนอร์ไวเกลส์ (ประธานเจ้าหน้าที่สายการเทคโนโลยีและรองประธานกรรมการของแอมะซอน) และ ดัสติน มอสโควิทซ์ (ผู้ร่วมก่อตั้งเฟซบุ๊ก)

ตัวเลขที่เกี่ยวข้องกับโซเชียลมีเดียกำลังมีความสำคัญมากยิ่งขึ้น และส่งผลต่อความสามารถของคุณในการหาโอกาสและสร้างพันธมิตรทางธุรกิจที่สำคัญ ชาวดีก็คือคุณไม่ต้องเป็นดาราดังก็ประสบความสำเร็จได้ ลองดูผมเป็นตัวอย่าง ผมไม่ได้แสดงเรื่อง *Game of Thrones* หรือเป็นนักร้องที่มีพรสวรรค์ ตอนแรกผมมีจำนวนผู้ติดตามในโซเชียลน้อยมากจนเรียกได้ว่าแทบจะไม่มีเลย และนี่คือเหตุผลว่าทำไมผมถึงรู้สึกว่าคุณจำเป็นต้องเขียนหนังสือเล่มนี้ ผมอยากให้คุณสามารถเข้าถึงกลยุทธ์การเติบโตที่ดีที่สุด ไม่ว่าในตอนนี้นั้นคุณจะมีอิทธิพลแค่ไหนก็ตาม (หรือไม่มีเลย) ลองอ่านหนังสือเล่มนี้ให้จบ ผมรับประกันว่าคุณจะมีความเข้าใจที่ชัดเจนว่าคุณต้องทำอะไรเพื่อจะไปถึงเป้าหมายในอาชีพของคุณได้อย่างรวดเร็ว

² พูจี จิน, แอนดี้ วู, และโลริน ฮิต, “โซเชียลคือการเงินรูปแบบใหม่: กิจกรรมด้านโซเชียลมีเดียของสตาร์ทอัพมีอิทธิพลอย่างไรต่อผลการลงทุน” (รายงานข้อมูล, โรงเรียนธุรกิจวอร์ตัน, มหาวิทยาลัยเพนซิลเวเนีย, 7 กุมภาพันธ์ 2017), https://mackinstitute.wharton.upenn.edu/wp-content/uploads/2017/03/FP0331_WP_Feb2017.pdf

แนวทางทั่วไป

ก่อนที่จะพัฒนาระบบของตัวเอง บางคน (กระทั่งบุคคลที่โดดเด่นกว่าคนอื่น เช่น จัสติน บีเบอร์) รู้วิธีสร้างอิทธิพล มันคือเรื่องดี แต่ปัญหาคือคนส่วนใหญ่ไม่มีกลยุทธ์ที่อยู่ภายใต้วิธีการ และผู้ที่มีกลยุทธ์ก็มักจะเก็บมันไว้เป็นความลับ คนที่ไม่มีกลยุทธ์ได้แต่พยายามโพสต์คอนเทนต์โดยหวังว่ามันจะเป็นที่นิยมและกลายเป็นไวรัล บางคนก็โชคดี แต่มันเกิดขึ้นได้ยากมาก สำหรับคนส่วนใหญ่มันมักไม่ได้ผล ถ้าไม่มีกลยุทธ์คุณจะเหลือแค่เพียงความหวัง ซึ่งความบังเอิญจะเป็นสิ่งนำพาคุณไปข้างหน้า แม้ว่าโชคชะตาของคุณจะดี การโพสต์แบบออร์แกนิกอย่างเดียวต้องใช้เวลอย่างน้อย 2-3 ปีในการสร้างผู้ติดตาม ให้พูดตามตรงก็คือพวกเราส่วนใหญ่ไม่มีเวลามากขนาดนั้น โลกเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและเราต้องก้าวตามมันให้ทัน เพื่อให้เราสามารถใช้ความสามารถของเราได้อย่างเต็มศักยภาพที่สุด และให้เกิดขึ้นโดยเร็วที่สุด

เพราะความรวดเร็วที่ยุ่งเหยิงของโลกยุคใหม่ ทุกคนต้องการผลลัพธ์ที่รวดเร็ว ส่งผลให้หลายคนใช้สื่อโฆษณาประเภทที่ต้องซื้อ พวกเขาคิดว่าเขาสามารถซื้อความสนใจของแฟน ๆ และลูกค้าได้โดยง่าย พวกเขาพยายามจะบูสต์โพสต์ หรือใช้ประโยชน์จากเครื่องมือจัดการโฆษณาบนเฟซบุ๊ก และการจัดวางโฆษณาบนอินสตาแกรม อย่าทำผิดพลาด กลเม็ดเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งในกลยุทธ์ของผม แต่คนที่ใช้มันโดยที่ไม่มีแผนรองรับจะไม่ได้ผลลัพธ์ตามที่พวกเขาหวังไว้ หายที่สุดก็ไม่สามารถหลีกเลี่ยงการเสียเงินแพงและเรื่องหงุดหงิดไปได้พัน พวกเขาพบทางตันเพราะให้ความสำคัญกับสิ่งที่พวกเขาคิดว่าน่าดึงดูดแทนที่จะเป็นสิ่งที่สร้างการสื่อสารที่ก่อให้เกิดความรู้สึกร่วม

สเก็ตเซอร์ส เป็นหนึ่งในแบรนด์ที่ผมทำงานด้วย พวกเขาซึ่งใช้เงินเป็นแสนดอลลาร์ในการทำรูปถ่ายและวิดีโอคอนเทนต์ที่เหมาะสมกับสื่อสิ่งพิมพ์และ

โทรทัศน์ แล้วพยายามจะนำมันมาใช้เพื่อตอบโจทย์สำหรับโซเชียลและดิจิทัลแพลตฟอร์ม โชคดีที่มันไม่ได้ง่ายขนาดนั้น แค่ 2 อาทิตย์ที่ทำงานกับสเกิตเซอร์ส ผมช่วยพวกเขาให้ได้ผลลัพธ์ที่ดีกว่าวิดีโอเพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์ในโซเชียลทุกวิดีโอ ที่ถูกรวบรวมมาจากเฟซบุ๊กของสเกิตเซอร์สตลอด 13 ปีที่ผ่านมา ลองนึกดูว่าถ้ามันยากแม้กระทั่งกับเบรนาร์ดขนาดใหญ่ที่มีทีมงานวิจัยคอยช่วยเหลือ แล้วใครที่ไหนจะเข้าใจเรื่องพวกนี้ได้ด้วยตัวเอง

อาจจะด้วยความผิดหวังเช่นนี้ ทำให้คนหันไปพึ่งพากลเม็ดการค้าซื้อผู้ติดตามปลอม นี่คือวิธีที่ผมไม่แนะนำเพราะว่ามันคลุมเครือ และเป็นสิ่งที่ไม่ถูกต้อง เราอาจจะเห็นว่ามันสามารถสร้างการยอมรับได้ในระยะสั้น แต่มันไม่ยั่งยืน ถ้าโดนจับได้ คุณจะดูเป็นคนที่ไม่น่าไว้วางใจ แน่นอนว่าคนจะรู้ ในปัจจุบันมันมีหลายวิธีที่จะสืบหาความจริง มันไม่คุ้มกับความเสี่ยงที่จะทำให้คุณเสียชื่อเสียง นอกจากนี้คุณจะไม่ได้เรียนรู้อะไรเลยเกี่ยวกับคอนเทนต์และความของคุณ หรือคุณจะไม่ได้รับข้อมูลสำคัญที่จะช่วยให้คุณสร้างความนิยมที่ยั่งยืนและมีอำนาจที่จะอยู่คงต่อไป

ข้อสุดท้ายแต่เป็นข้อที่สำคัญไม่น้อยก็คือ คนที่ผมอยากช่วยเหลือ คือคนหลายคนเสียเงินเป็นร้อยหรืออาจจะพันดอลลาร์เพื่อเรียนคอร์สออนไลน์ที่สอนโดย “ผู้เชี่ยวชาญ” ด้านโซเชียลมีเดีย นำเสียดายที่คอร์สพวกนี้มีแต่คำแนะนำที่ไร้สาระ เช่น “คุณต้องจริงจัง” หรือ “ทำตัวให้น่าสนใจ” แม้ว่าคำแนะนำที่ซ้ำซากจำเจพวกนี้จะจริง แต่มันไม่ได้บอกว่าคุณต้องทำอะไร คุณยังคงต้องการระบบที่พร้อมด้วยเครื่องมือให้คุณค้นหาด้วยตัวเองว่าคุณจะต้องเป็นอะไร และทำอย่างไร ซึ่งนี่คือสิ่งที่ผมจะแชร์กับคุณในหนังสือเล่มนี้ อย่างแน่นอน

ระบบที่ผมพัฒนาขึ้น

นอกจากการสื่อสารแบบตัวต่อตัวเพื่อเพิ่มแฟน ๆ และส่งข้อความที่เข้าถึงความรู้สึกของผู้ชม สิ่งสำคัญพื้นฐานอีกอย่างหนึ่งในวิธีการของผมก็คือ การทดสอบ คุณจะได้เรียนรู้วิธีทดสอบ เพื่อหากลยุทธ์ที่ดีที่สุดที่จะทำให้คนแชร์ข้อความของคุณ จากหนังสือเล่มนี้ นี่จะทำให้คุณจะมีผู้ติดตามภายในระยะเวลาเป็นเดือนแทนที่จะเป็นปี

การใช้วิธีการทดสอบในแบบฉบับของผม โดยการใช้ประโยชน์จากการซื้อสื่ออย่างฉลาด คุณจะเพิ่มจำนวนและสร้างการยอมรับที่แท้จริงได้อย่างรวดเร็ว คุณจะมียุทธวิธีที่จะช่วยให้คุณเรียนรู้ว่าอะไรได้ผลและไม่ได้ผล สิ่งที่คุณจะได้กลับไปคือข้อมูลสำคัญที่เป็นประโยชน์กับธุรกิจและการพัฒนาแบรนด์ของคุณ

แต่ก่อนที่คุณจะเริ่มอ่าน ผมอยากจะเตือนคุณก่อนว่านี่คือระบบที่คุณจะต้องลงแรง และมันไม่ใช่การทำงานเพื่อสร้างผู้ติดตามเท่านั้น แต่สิ่งที่สำคัญกว่านั้นคือคุณจะทำให้อย่างไรให้ผู้คนมีปฏิสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง เป็นแฟนและผู้สนับสนุนแบรนด์ไปตลอดชีวิต คุณต้องพร้อมที่จะลองผิดลองถูก เปลี่ยนแปลง และที่สำคัญเลยคือ ล้มเหลว ผมไม่เคยทดสอบคอนเทนต์รูปแบบเดียวเลย ผมทดสอบเป็นร้อยหรือแม้กระทั่งเป็นพันรูปแบบ ผมจะใช้เวลาทดสอบรูปแบบเนื้อหาให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ เพื่อหาว่าอะไรได้ผล และคุณต้องพร้อมที่จะทำอย่างเดียวกันถ้าคุณอยากประสบความสำเร็จ

เหนือสิ่งอื่นใด นี่คือการสร้างสิ่งที่ยิ่งใหญ่ เหตุผลที่เฟซบุ๊กประสบความสำเร็จอย่างสูงก็เพราะแนวทางนี้ (และเป็นแนวทางทั่วไปของซิลิคอนแวลลีย์) ซึ่งมาจากหลักคิดที่ว่า “ล้มแรงและเร็ว” บางคนถึงกับพูดว่า “ล้มเร็วขึ้น” เพราะนั่นคือหนทางเดียวที่คุณจะได้เรียนรู้ ในที่สุดคุณจะได้ประสบความสำเร็จจากการทดสอบ เรียนรู้ ล้มเหลวและทำได้ต่ำกว่ามาตรฐาน

หลายคนใช้เวลาและเงินมากเกินไปกับคอนเทนต์เพียง 1 คอนเทนต์ พวกเขาทุ่มทรัพยากรทุกอย่างไปกับรูป 1 รูปหรือวิดีโอ 1 เรื่อง แชร์ออนไลน์เพียงครั้งเดียว และคาดหวังว่ามันจะให้ผลราวกับมีเวทมนตร์ โชคดีที่มันมักไม่เป็นเช่นนั้น และข้อความบนโซเชียลเปลี่ยนแปลงเร็วมาก คุณไม่มีเวลาจะเสียมากมายขนาดนั้น ผมทำงานกับบริษัทที่ใช้เงินเป็นล้านดอลลาร์ เพื่อโปรโมตคอนเทนต์ 1 คอนเทนต์ มันจบลงแบบไม่เป็นท่า และไม่สามารถสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้ชมหลักได้ นี่คือสาเหตุสำคัญที่ผมสร้างระบบนี้ขึ้นมา คุณต้องทดสอบคอนเทนต์หลากหลายรูปแบบเท่าที่จะทำได้กับผู้ชมหลักของคุณ และเต็มใจจะดัดแปลงแก้ไขรูปแบบเหล่านั้น เมื่อการตอบรับไม่ดีอย่างที่คาด มันคือความจริงที่ยากจะยอมรับ เหตุผลเดียวที่คุณไม่จำเป็นต้องทำสิ่งเหล่านั้นคือ คุณคืออัจฉริยะทางความคิดสร้างสรรค์ เช่นเดียวกับพริ้นซ์ อี เพื่อนของผม เขาือนักดนตรี, นักกวี, นักกิจกรรม, นักพูด, ผู้กำกับ, และผู้สร้างคอนเทนต์ที่มีผู้ชมถึง 2,000 ล้านวิว ใน 2 ปีที่ผ่านมา เขาสามารถปรับเปลี่ยนคอนเทนต์ได้อย่างรวดเร็วและง่ายดาย แต่สำหรับเราที่เหลืออีก 99.9% ของประชากรบนโลก เราต้องใช้เวลากับมันและต้องทดสอบ

ผมจะอธิบายอย่างละเอียดถึงขั้นตอนการสร้างสมมติฐานของคอนเทนต์, การทดสอบ A หรือ B, คอนเทนต์ในรูปแบบต่าง ๆ, หัวข้อที่สามารถดึงดูดความสนใจ, กลุ่มเป้าหมาย, ความแตกต่างของกลุ่มเป้าหมาย, ผลการทดสอบ และกลยุทธ์ที่ให้คอนเทนต์ได้รับการแชร์ มีคำอธิบายเชิงลึกที่จะบอกคุณทุกขั้นตอนในบทต่อไป คุณจะได้รับการถ่ายทอดความรู้ที่สั่งสมจากกรณีศึกษาของลูกค้าในอดีต และจากผู้เชี่ยวชาญด้านการเติบโตที่เก่งที่สุดในโลก

สิ่งที่ผู้อ่านแต่ละคนทำแล้วได้ผลนั้นอาจจะแตกต่างกันออกไป ผมไม่เชื่อว่าจะมีแนวทางกลยุทธ์ด้านดิจิทัล หรือการเติบโตเพียงแบบเดียวที่สามารถใช้กับทุกคนได้ นี่คือนเหตุผลว่าทำไมผมถึงออกไปเจอและสัมภาษณ์ผู้มีความรู้ในโลก ผมไม่เพียงต้องการให้คุณได้รู้กลยุทธ์ด้านการเติบโตของผม แต่อยากให้ทางเลือกอื่น

เพื่อคุณจะได้เลือกสิ่งที่ได้ผลดีที่สุดสำหรับคุณ ดังนั้นเมื่อคุณเข้าใจกลยุทธ์ที่ผมสรุปและพูดถึงในบทถัดไป คุณจะสามารสร้างแนวทางของคุณเองที่ให้ผลลัพธ์ที่ยั่งยืน เมื่อคุณอ่านหนังสือเล่มนี้จบ คุณจะเข้าใจวิธีสร้างประโยชน์จากตัวตนหรือสิ่งคุณเป็นได้อย่างดีที่สุด เพื่อสร้างผลกระทบและทำให้คุณไปถึงเป้าหมายของคุณเร็วที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้

หนังสือเล่มนี้จะทำให้คุณพบกลยุทธ์ที่สุดยอดและความเข้าใจอย่างลึกซึ้งที่จะเปลี่ยนมุมมองที่คุณมีต่อแนวทางที่บุคคล แรอนด์ และบริษัทสื่อสารกับแฟน ๆ สุดท้ายคุณจะมีระบบที่ทำให้คุณมีพลังบรรลุเป้าหมายและความฝันในอาชีพการงาน คุณสามารถไปที่ www.onemillionfollowers.com/beyond หรือส่งอีเมลมาหาผมโดยตรงได้ที่ bkane@brendanjane.com เพื่อเรียนรู้อย่างต่อเนื่องที่นอกเหนือจากหนังสือเล่มนี้

กระบวนการนี้เริ่มต้นจากความเข้าใจการทดสอบคอนเทนต์อย่างถ่องแท้ เมื่อคุณเริ่มชำนาญ คุณจะเข้าใจการมีผู้ติดตามจำนวนเพิ่มขึ้นไปอีก 10 ชั้น และคอนเทนต์ของคุณจะปรากฏบ่อยขึ้นเมื่อเทียบกับคนอื่น เพราะฉะนั้นเราเริ่มกันเลยจากขั้นตอนพื้นฐานสำหรับการเรียนรู้ที่จะเพิ่มศักยภาพของคอนเทนต์ให้มากที่สุดและสร้างผู้ติดตามอย่างรวดเร็ว

เกี่ยวกับผู้เขียน

เบรนตัน เคน คือ นักกลยุทธ์ด้านธุรกิจและดิจิทัลที่ร่วมงานกับบริษัทฟอร์จูน 500 รวมถึงหลายแบรนด์และผู้มีชื่อเสียง เขาประสบความสำเร็จในการช่วยเหลือลูกค้าของเขาหาและสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้ชมรายใหม่อย่างเป็นระบบ ซึ่งให้ความสนใจและการใช้จ่ายของพวกเขาเป็นรางวัลแก่นื่องานที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็น สินค้า และบริการ จุดแข็งที่โดดเด่นที่สุดของเบรนตัน คือ การเปิดเผยคุณค่าเขาเปลี่ยนความซับซ้อนให้เข้าใจง่ายด้วยเครื่องมือและวิธีการที่ขยายการเติบโตทำให้การปฏิบัติเกิดขึ้นได้

เขาเริ่มอาชีพของเขาที่เลคซอร์เอ็นเตอร์เทนเมนต์ เขาดูแลกลยุทธ์ทุกด้านของสื่อประสมที่สามารถโต้ตอบกับผู้ใช้งานได้ เขาทำงานให้ภาพยนตร์ 16 เรื่องซึ่งสร้างรายได้รวม 685 ล้านดอลลาร์ และบุกเบิกแคมเปญอินฟลูเอนเซอร์อันแรกเพื่อโปรโมตภาพยนตร์ของเลคซอร์อย่างมีประสิทธิภาพ

เบรนตันเดินหน้าสร้างแอปพลิเคชันและแพลตฟอร์มให้ลูกค้าผู้มีชื่อเสียง เช่น เทย์เลอร์ สวิฟต์, ริฮานน่า, เอ็กซ์ซิปีท, ชาร์ล บาร์คลีย์, ไมเคิล สเตรเฮน, นางแบบระดับแนวหน้า อาดริยานา ลิมา และนักสเก็ตบอร์ดอาชีพ ไรอัน เซ็กเลอร์ และเขายังเป็นรองประธานด้านดิจิทัลที่ฟาราแมดท์ฟักเจอร์ส และช่วยขยายบริษัทด้านการสร้างมูลค่าสูงสุดจากสื่อที่ใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่งในโลก ซึ่งทำงานให้กับ ดิสนีย์, ฟอกซ์, เอ็นบีซี, เน็ตฟลิกซ์, เอ็กซ์บ็อกซ์, ลิงก์อิน, และบริษัทฟอร์จูน 100 ที่เป็นที่รู้จักหลายแห่ง

ติดต่อเบรนตันได้ที่ bkane@brendanjane.com

“

เบรนตันได้ทำในสิ่งที่คนส่วนใหญ่ได้แค่ฝันถึง เราโชคดีมากที่เขามา
แบ่งปันความลับของเขา หนังสือเล่มนี้คือหนังสือที่ต้องอ่าน

จูลี มอร์ริส

อดีตพิธีกรร่วมรายการ Entertainment Tonight

”

เบรนตัน เคน ผู้เขียนหนังสือเล่มนี้ เปี่ยมไปด้วยรอยกลเม็ดเคล็ดลับ
เขาใช้ตัวเองเป็นหมุกทดลองด้วยความเชื่อที่ว่า “หากตัวเขาไม่ใช่บุคคลที่มีชื่อเสียง
เขาจะสามารถผลักดันตัวเองให้มีผู้ติดตามอย่างมหาศาลในเวลาอันแสนสั้นได้หรือไม่”
ภายใต้การทดลองที่คิดค้นขึ้นเองนี้ ทำให้เขาสามารถไปถึงเป้าหมาย
ด้วยการมี 1 ล้าน ผู้ติดตาม ภายในระยะเวลาเพียง 30 วัน

หลังจากประสบความสำเร็จ เบรนตัน เคน ตัดสินใจนำเสนอเทคนิค
และประสบการณ์ส่วนตัวของเขาควบคู่ไปกับกรณีศึกษาของผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อโซเชียล อย่างเช่น
การทำคอนเทนต์ให้ดึงดูดใจผู้คน นอกเหนือจากนั้นเขายังหยิบยกเอาแรงบันดาลใจที่พบเจอ
นำมากระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ ไม่ใช่แค่เพื่อตัวบุคคลเท่านั้นแต่ยังรวมไปถึงการสร้างชื่อเสียงให้กับธุรกิจ
ซึ่งทุกอย่างที่คุณจำเป็นต้องรู้ได้ถูกบันทึกลงในหนังสือเล่มนี้

และเมื่อคุณอ่านหนังสือเล่มนี้จบจะค้นพบว่า หลักการของเขา
อาจไม่ได้ช่วยเสกผู้ติดตามของคุณภายในชั่วข้ามคืน แต่ขอให้คุณรู้ไว้เถิดว่า
หากคุณได้นำข้อคิดหรือวิธีการไปประยุกต์ใช้ ด้วยแนวทางใดก็ตาม
คอนเทนต์ที่คุณสร้าง จำนวนตัวเลขผู้ติดตามที่คุณมี
กำลังเกิดการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่คุณปรารถนาอย่างแน่นอน

สำหรับหนังสือ One Million Followers นั้นไม่ใช่สูตรสำเร็จที่สามารถค้นพบได้ทั่วไป
กว่าเป็นเครื่องมือที่จะทำให้รู้ว่าคุณควรเคลื่อนไหวอย่างไร เพื่อให้ได้มาซึ่งผู้ติดตาม

มาร่วมพิสูจน์ว่าตัวคุณเองก็เป็นได้นะ

“คนธรรมดาที่มี 1 ล้านผู้ติดตาม” เรื่องมหัศจรรย์ที่ทำได้จริง

ติดตามข่าวสารของสำนักพิมพ์ลิฟวิคได้ที่



LiveRichSociety

www.liverich.co.th

Line@liverich

สแกนเพื่อดู

ตัวอย่างหนังสือ



หมวดบริหารธุรกิจ

ISBN 978-616-8187-46-3



9 786168 187463

ราคา 295 บาท