

ในยุคที่ **รับทำ seeding** คนไทยส่วนใหญ่ เชื่อรีวิวจากคนจริงมากกว่าโฆษณาตรง ๆ แต่ข้อโฆษณาอาจไม่ทำให้แบรนด์น่าเชื่อถือขึ้น เพราะสิ่งที่ทำให้คนตัดสินใจจริง ๆ คือ “เสียงจากคนอื่น” ด้วยเหตุนี้ หลายแบรนด์จึงเลือกใช้บริการ รับทำ seeding ควบคู่ไปกับช่องทางอื่น Seeding คืออะไร และทำไมถึงสำคัญ Seeding คือการกระจายข้อความของแบรนด์ไปยังจุดที่คนสนทนากันอยู่แล้ว เช่น Pantip กลุ่ม Facebook ช่องคอมเมนต์ TikTok บล็อก และเว็บไซต์ โดยให้ข้อมูลที่ประโยชน์ก่อนแล้วค่อยพูดถึงแบรนด์ จุดแข็งของวิธีนี้คือ กระ투และบทความจะยังถูกค้นเจอได้อีกหลายปี และช่วยให้ชื่อแบรนด์ปรากฏในหน้าค้นหาเพิ่มขึ้น แบบไหนที่ควรใช้บริการรับทำ Seeding - ค้นชื่อแบรนด์ใน Google แล้วแทบไม่เจอใครพูดถึง - ต้องการบริหารภาพลักษณ์ในหน้าค้นหา - เตรียมเปิดสาขาหรือแคมเปญใหญ่ - ค่าโฆษณาแพงขึ้นทุกปีจนอยากหาช่องทางที่ต้นทุนต่อคนถูกลง - ขายของราคาสูงที่ลูกค้าเทียบหลายเจ้า รูปแบบงาน Seeding ที่นิยมใช้ 1. วางแผนก่อนลงมือ ก่อนเขียนแม้แต่ประโยคเดียว การทำความเข้าใจสินค้า คู่แข่ง และคำค้นที่ลูกค้าใช้จริง แล้วจึงร่างแกนสารที่อยากให้คนจำ 2. เขียนเนื้อหาให้เหมือนคนจริง เนื้อหาจะถูกเขียนให้หลากหลายน้ำเสียง ครอบคลุมทั้ง seeding บทความ และการสนทนาแบบสั้น จุดสำคัญคือความเป็นธรรมชาติ ไม่คัดลอกซ้ำ 3. การกระจายลงช่องทางที่ใช้ ไม่ใช่ทุกช่องทางจะเหมาะกับทุกธุรกิจ บริการเฉพาะทางอาจต้องอาศัยกลุ่มเฉพาะกลุ่ม ทีมงานจะจัดตารางกระจายแบบค่อยเป็นค่อยไป 4. ต่อยอดสู่การค้นหา เนื้อหาที่วางไว้จะถูกออกแบบให้ติดคำค้น ช่วยให้เว็บไซต์แม่ได้รับประโยชน์ไปด้วย คุ่มค่ากว่าการทำอย่างใดอย่างหนึ่งเดียว ๆ 5. การติดตามผลและรายงานอย่าจ้างเจ้าที่ตอบไม่ได้ว่าวัดผลอย่างไร พร้อมข้อเสนอแนะสำหรับรอบถัดไป ทำเองได้ไหม หรือควรจ้าง การทำเองไม่ใช่เรื่องผิด แต่สุดท้ายมักติดอยู่ที่ น้ำเสียงเหมือนกันหมดจนคนอ่านจับได้ เอเจนซีที่ทำงานด้านนี้โดยตรง มีกระบวนการที่ผ่านการลองผิดลองถูกมาแล้ว คุณจึงเอาเวลาไปโฟกัสกับการขายได้เต็มที่ วิธีเลือกผู้ให้บริการที่ไวใจได้ 1. ดูงานเก่าว่าเนื้อหาอ่านลื่นหรือไม่ 2. ตรวจสอบว่ามีการสปีนเนื้อหาอย่างมีคุณภาพหรือไม่ 3. ต้องมีการวัดผลเป็นตัวเลข 4. อย่าหลงเชื่อการรับประกันที่เกินจริง 5. คิดเป็นต้นทุนต่อผลลัพธ์ ไม่ใช่ต่อชิ้น ผลลัพธ์ที่ควรคาดหวังและกรอบเวลา ในกรณีส่วนใหญ่ ช่วง 30 วันแรกคือการปูพื้นเดือนถัดมามักเห็นกราฟฟิคขยับ ยิ่งทำต่อเนื่อง ต้นทุนต่อผลลัพธ์ยิ่งลดลง บทสรุป การทำ seeding ไม่ใช่ทางลัด แต่เป็นการลงทุนระยะยาว เมื่อไรที่คุณอยากให้แบรนด์มีเสียงในตลาด เริ่มวันนี้ย่อมดีกว่ารอให้คู่แข่งพูดถึงตัวเองไปก่อน ติดต่อเราเพื่อรับคำปรึกษาและใบเสนอราคาฟรี ได้ทันที