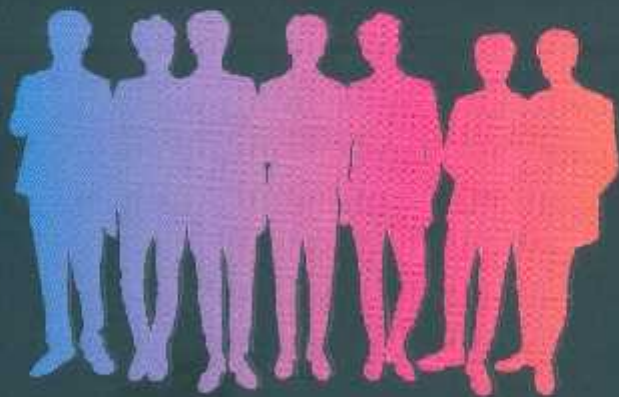


BTS 마케팅

BTS MARKETING ———

————— กลยุทธ์ครองตลาดโลก



การเดินทางจากอันเหนือชั้นที่ทำให้ BTS บอยแบนด์จากต้นสังกัดเล็ก ๆ ในเกาหลีใต้ กลายเป็นแบรนด์ของโลกที่ทรงอิทธิพลทั้งมิติเศรษฐกิจ วัฒนธรรม และจิตวิญญาณ

แพ็คซองจุน เขียน

ซีอีโอด้านกลยุทธ์การตลาดและผู้เชี่ยวชาญ Big Data ของเกาหลีใต้

ภาสิฐา สุขประมาณ แปล

สารบัญ

PART

01

ตำนานของ BTS

ต้นกำเนิดของ BTS ซินโครนอยู่ที่ต่างประเทศ | “Record Boys” ผู้ทำลายสถิติมากมาย | “ไอคอลลูมิโกะ” ได้คาบซ้อนเงินซ้อนทอง” ปาฏิหาริย์ของธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลาง | ทำไม BTS ถึงได้รับการยกย่องอย่างสูง | ความเข้าใจผิดและความจริงเกี่ยวกับตำนานของ BTS | BTS ผู้เปิดโลกสู่พลังแห่งความถูกต้องและการสื่อสาร

PART

02

สี่เสาหลักแห่งความสำเร็จของ BTS T.T.W.V.

CHAPTER 01

เวลาที่ดีที่สุดในการพิชิตโลกของ BTS
และ “หุบเหวของการตลาด” คืออะไร

ตลาดเคป๊อปทั่วโลกกำลังร้อนแรง | “วงจรวีวิตอุตสาหกรรม” เครื่องมือ
อ่านตลาดโลก | “นวัตกรรมที่ไร้ข้อกังขา” นั้นเป็นพิษ | หุบเหวในระยะ
บุกเบิกคืออะไร | หลักการเอาชนะหุบเหว ① รอให้ตลาดร้อนพอ |
หลักการเอาชนะหุบเหว ② จับกระท้ายเพียงตัวเดียว | หลักการเอาชนะ
หุบเหว ③ จดจำ “กฎ 3 จำนวน”

SUMMARY 1 ช่วงเวลาที่เหมาะสมกับการพิชิตโลก

38

CHAPTER 02

การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย : ไฟท์สที่ลูกค้า 1%

39

การทำการตลาดโดยไม่กำหนดกลุ่มเป้าหมายถือเป็นความผิดพลาด |
ล้มลุกค้ำให้เหมือนล้มโดมิโน | ไม่ว่าใครก็เป็น “ผู้ติดตาม” | การกำหนด
กลุ่มเป้าหมายเพียง 1% ของมิวบาแลนด์ ; พลังของเด็กมัธยมปลาย
ก็เหนือกว่าศิลปิน | ความนิยมเริ่มต้นจากกระแสหลัก | จะเกิดอะไรขึ้น
ถ้า BTS แบ่งกลุ่มลูกค้า | EXO เริ่มต้นจากเมืองหลวง BTS เริ่มต้นจาก
ต่างจังหวัด | การกำหนดกลุ่มเป้าหมายเพียง 1% ของคีสส์ ; เป็นพลัง
ระเบิด | การกำหนดกลุ่มเป้าหมายเพียง 1% ของเดอะบอร์กเฟส ; พิชิต
ตลาดแฟชั่นนอกกระแส | เคล็ดลับสู่การเป็นสินค้ายอดฮิตระดับประเทศ |
“โมนาลิซ่า” โด่งดังขึ้นมาได้อย่างไร | “สปีเซอร์” มักกระจายข่าวกับปรากฏ-
การณ์ฉีดยาเข็มปัก | BTS ผู้เปลี่ยนกฎของตลาดเคป๊อป | เติบโตอย่าง
รวดเร็วด้วยการกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่เป็นสปีเซอร์ | ความผิดพลาด
ของอาร์ลีย์-เดวิดสัน | ฟังดูง่าย แต่เป็นไปได้จริงหรือ

SUMMARY 2 วิธีกำหนดกลุ่มเป้าหมาย

78

CHAPTER 03

ผลิตภัณฑ์ที่สมบูรณ์ : ไม่จำเป็นต้องยอดเยี่ยมที่สุดเสมอไป 80

ถึงไม่ยอดเยี่ยมที่สุดก็ไม่เป็นไร । เหตุผลที่ PDA ล้มเหลว แต่สมาร์ทโฟนเติบโต । ปัจจัยพื้นฐานเพื่อความสำเร็จของผลิตภัณฑ์ที่สมบูรณ์ : ช่วงเวลาที่เหมาะสมและกลุ่มเป้าหมาย । จริงๆ แล้วลูกค้าต้องการอะไร । มุ่งเน้นที่พื้นฐานมากกว่าสร้างความแตกต่าง

SUMMARY 3 ผลิตภัณฑ์ที่สมบูรณ์ 92

CHAPTER 04

การตลาดแบบเครือข่ายในสังคมที่มีการเชื่อมต่อหลายมิติ : BTS ในฐานะแพลตฟอร์ม 93

ทำไม BTS ถึงมีสถานะเป็น "แพลตฟอร์ม" । ศิลปินและแฟนคลับมีความสัมพันธ์ที่เหนือหรือด้อยกว่ากันหรือไม่ । คู่แข่งเบอร์หนึ่งของโบกี้คือ นินเทนโด । แพลตฟอร์มเป็นของผู้บริโภค । "คอนเทนต์รื่อง" ตลาดที่นักการตลาดต้องใส่ใจ । ทำความรู้จักกับคอนเทนต์รีเอ็กชัน । ทำไรหรือแพลตฟอร์ม । การเล่าเรื่องกำหนดอนาคตของธุรกิจ । การเล่าเรื่องคือจุดเริ่มต้นและความสำเร็จของธุรกิจ । "ไรโซม" ต้นแบบของปรัชญาและเรื่องราวของ BTS । ข้อความจาก BTS ที่ทั้งโลกสัมผัสได้ । แฟนคลับรุ่นอัปเกรด : การเพิ่มความป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันและแสดงออกมา । แพลตฟอร์มคือประเทศเสมือนจริง । ดังนั้น BTS จึงเป็นแพลตฟอร์ม । การเอาชนะคู่แข่งของ BTS มีความหมายว่าอย่างไร

SUMMARY 4 การตลาดแบบเครือข่าย 129

PART

03

ประวัติการตลาดจากตัวอย่างของ BTS

CHAPTER 01

ยุคประวัติผู้บริโภคมารถึงแล้ว

134

การประวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 4 คือการประวัติผู้บริโภค | จะอยู่รอดในยุคประวัติผู้บริโภคมารอย่างไร | สงครามแพลตฟอร์มระดับโลกกำลังทวีความรุนแรงขึ้น | "Don't be Evil" | BTS ทำอย่างไร | แม้แต่ในแพลตฟอร์มเครือข่ายก็ยังมีเทรนด์

SUMMARY 1 การประวัติผู้บริโภค

152

CHAPTER 02

จับตามองกระแสตลาด เราจะสร้างตลาดให้ใหญ่ขึ้นได้อย่างไร

154

มีตลาดที่ประสบความสำเร็จอยู่เสมอ | ช่วงเวลาที่เหมาะสม : คุณควรกระโดดเข้าสู่ตลาดเมื่อใด | สิ่งที่แอปเปิลและ BTS มีเหมือนกัน : กลยุทธ์การกำหนดราคาในแต่ละระยะ

SUMMARY 2 กระแสตลาด

162

CHAPTER 03

วิธีเป็นนักการตลาดในยุคปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 4

163

เคล็ดลับสร้างกระแสในตลาดโลก | ก้าวเข้าไปพร้อมกับเป็นครั้งแรกของคุณ | ตั้ง "สมมติฐาน" เพื่อก้าวนำเทรนด์ | เหตุใดการสำรวจลูกค้าของโคคา-โคล่าจึงล้มเหลว | วิธีปรับตัวให้เข้ากับรสนิยมของลูกค้า

SUMMARY 3 การแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์

174

CHAPTER 04

การตลาดอย่าง BTS

175

ธุรกิจสตาร์ทอัปจะเอาชนะแอมะซอนได้จริงหรือ | เคล็ดลับ 1 กลยุทธ์ตลาด | เคล็ดลับ 2 ลงแข่งเงินในตลาดที่เติบโต | SWOT เป็นสิ่งจำเป็น | "อิสระ" พลั๊งที่ช่วยเน้นจุดแข็งของคุณ | สิ่งที่คุณต้องรู้และ BTS มีเหมือนกัน : มุ่งเน้นเป้าหมายอย่างอิสระ | กลยุทธ์สามโบว์ลิงสำหรับสตาร์ทอัป

SUMMARY 4 การตลาดของ BTS

193

บทส่งท้าย โลกเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ

และเคล็ดลับสู่ความสำเร็จก็อยู่ที่นั่นเสมอเช่นกัน

194

เกี่ยวกับผู้เขียน

199