



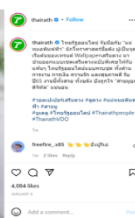
Muketing

เทรนด์การตลาดสายมู ที่เข้าถึงผู้บริโภคคนไทย



Sources: มูเตเวิร์ล mootae world/ <https://thejai.com>

พอเริ่มต้นปีใหม่ หลายๆ คนก็มักจะหาอะไรที่ช่วยเสริมดวงเสริมฮวงจุ้ย เพื่อความราบรื่นในชีวิตแบบทำไว้เพื่ออุ่นใจ บางคนชีวิตในปีที่ผ่านมากำลังใจรู้สึกกว่าชีวิตเสียบ งานไม่ปัง ความรักไม่สมหวังอย่างใครเขาสักที ดังนั้นเรื่องของ 'มูเตลู' หรือความเชื่อในเรื่องดวงชะตานั่นก็อยู่คู่กับคนไทยและคนเอเชียมาอย่างช้านาน และยังคงได้รับความสนใจอยู่เสมอ จึงทำให้ลึกลับๆ แล้วคนเราต้องการที่พึ่งทางจิตใจไว้เป็นที่ยึดเหนี่ยวเพื่อความสบายใจ เมื่อนำพฤติกรรมเหล่านี้มาศึกษาให้ลึกซึ้งจึงทำให้เกิดการตลาดสไตล์ไทยในรูปแบบสายมูและปรับเปลี่ยนให้เข้ากับยุคออนไลน์เพื่อมาเอาใจผู้บริโภคกันมากขึ้น นั่นทำให้ภาคธุรกิจหลายแห่งอาศัยความเชื่อนี้มาเป็นกลยุทธ์ในการทำตลาดเพื่อเข้าถึงบริโภค และเกิดเป็นแนวทางการตลาดแบบที่เรียกว่า **'การตลาดสายมู' (Muketing)** ที่แทรกซึมอยู่ในชีวิตเราทุกคนนั่นเอง

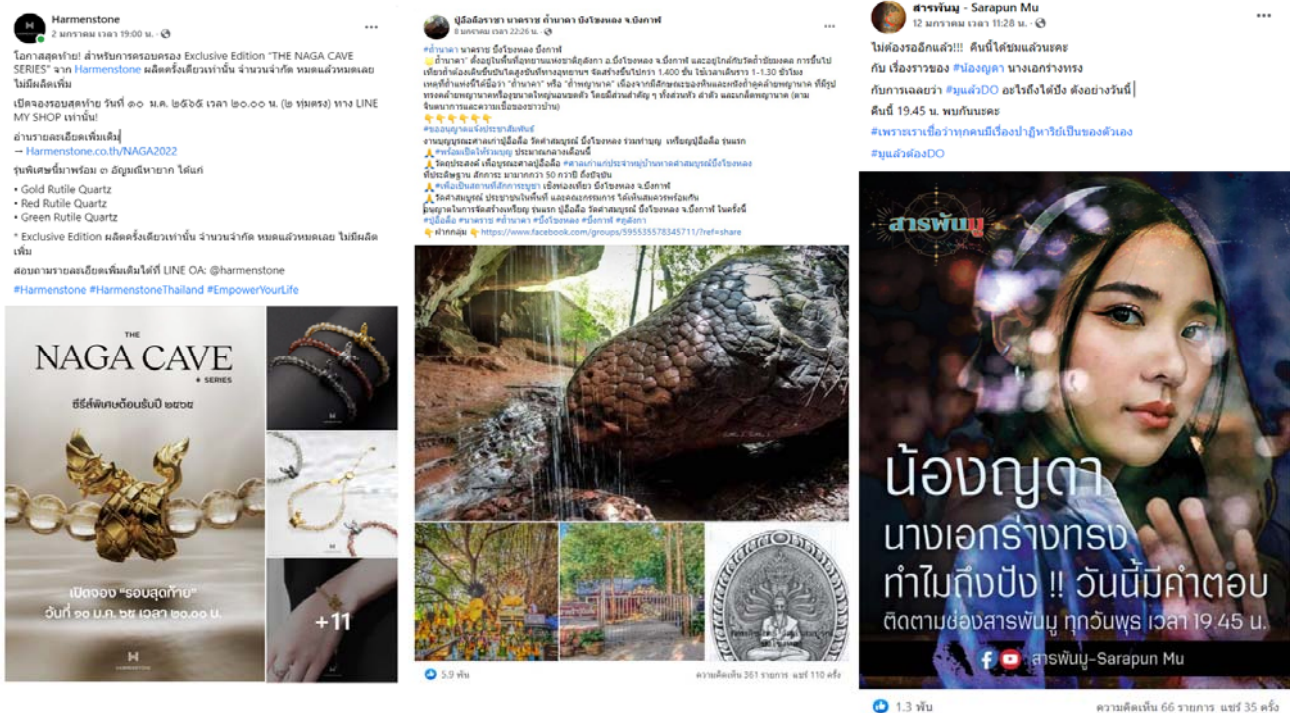


อย่างแบรนด์เฟอร์นิเจอร์ที่ทำแคมเปญเรื่องการเสริมดวงเสริมฮวงจุ้ย การออกสินค้าสี ผ้าปูที่นอนตามราศี รวมไปถึงแบรนด์ที่ออกมาแจกวอลเปเปอร์เสริมดวงให้กับลูกค้า แจกตารางสี มงคลหรือทำนายดวงราศีกันบนโซเชียลซึ่ง content แบบนี้มักจะได้รับความสนใจและมี Engagement ค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับ content ประเภทอื่นๆ ส่วนหนึ่งก็มาจากคนไทย ส่วนใหญ่ไม่ว่าจะเจนไหนๆ ก็มีความชอบและความเชื่อในเรื่องมูเตลูนั่นเอง อย่างช่วงปีใหม่หลาย แบรนด์ก็มีการเริ่มต้นเทรนด์ Wallpaper เสริมดวง อย่างเช่น **ไทยรัฐออนไลน์** จับมือกับ "แม่ หมอพิมพ์ฟ้า" / แจกวอลเปเปอร์เสริมดวงรับปี 2565 ให้รุ่งพุ่งปังให้ชาว The 1 / **ลาซาด้า** เอา ใจสายมู เปิดคำทำนายสุดปังทั้ง 12 ราศี พร้อมวอลเปเปอร์มงคล จากทาง Facebook



Sources: <https://www.true-shopping.com/product/Satin>

อีกตัวอย่างที่กลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวและกลายเป็นที่ที่คนอยากไปตามความเชื่อแบบ คนไทยสายมู เชื่อโชคลาง สิ่งศักดิ์สิทธิ์เพื่อต้องการที่พึ่งในการเพิ่มความมั่นใจ อย่างต้นปีที่ผ่านมา ไม่ว่าจะเปิดไปทางไหนก็เจอแต่คนไปเที่ยว **ถ้ำนาคา นาคราช** ที่ตั้งอยู่ในพื้นที่อุทยานแห่งชาติ ภูลังกา อ.บึงโขงหลง จ.บึงกาฬ นั่นเอง ซึ่งก็ไม่ได้ไปกันง่ายๆ เพราะทั้งต้องแยงคิวกันจองและ เดินทางขึ้นเขา หลายคนก็พร้อมอวดภาพที่ขึ้นไปกราบสักการะ **พ่อปู่ฮือฮือ** **ถ้ำนาคา** ลงบน โซเชียล จนพักหลังๆ เริ่มมีบางแบรนด์ที่เริ่มจับกระแสความเชื่อของคนสายพญานาคและหลวงปู่ ฮือฮือฮือ อย่างการออกแบบกำไรเพื่อความมงคล หรือ **เครื่องประดับสายมูเตลู** ที่จะต้องมีทั้งความ สวยและความขลังในเวลาเดียวกัน นอกจากนี้การทำ content สายทัวร่าพาไหว้เหล่าพ่อปู่ พญานาค อย่าง **Facebook เพจสารพันมู- Sarapun Mu** ที่เพิ่งจะเปิดตัวได้ไม่นานก็ทำให้ มีผู้ติดตามที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ใครชอบมูสายไทย สายจีน สายพญานาค หรือมูยังงี้ให้รวย ก็ ลองเข้าไปกดติดตามกันได้



ด้วยความที่เทรนด์สายมูมาแรงแถมยังเข้ากับไลฟ์สไตล์ของคนไทยก็ทำให้บริษัท การตลาดสายมูอย่าง Horosociety ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นได้ไปด้วย และล่าสุดประกาศก็ได้มี แผนธุรกิจเพื่อรับเทรนด์ดิจิทัลด้วยการลุยโลก NFT ‘อนัญญา โทแสงชัย’ ผู้ก่อตั้ง และผู้บริหาร บจ.โฮโรโซไซตี้ กล่าวถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคและการทำตลาดสายมูว่า **การตลาดสายมู (Muketing) เป็นรูปแบบการตลาดที่สามารถครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายได้ในทุกระดับ ฐานะ ทุกเพศทุกวัย ทุกสายอาชีพ** เมื่อเกิดการผสมผสานศิลปะ (Art) ข้อมูล (Data) ประสบการณ์ (Experience) กับศาสตร์ความเชื่อในยุคดิจิทัลทำให้การทำตลาดสายมู (Muketing) มีความแม่นยำ และมีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งในปีที่ผ่านมาโดยเฉพาะช่วงโควิด-19 Horosociety มีลูกค้าให้ความสนใจในเรื่องนี้ และใช้บริการกับบริษัทเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมาก

การทำตลาดสายมูก็ถือเป็นหนึ่งไอเดียที่น่าสนใจ เพราะนอกจากจะสร้างสีสันให้กับ แปรนต์ได้แล้ว ยังสามารถนำมาปรับเข้ากับสินค้าของเราให้แปลกใหม่ได้อีกด้วย และยังเป็น การเพิ่มกลุ่มผู้บริโภคที่ชื่นชอบเรื่องสายมูให้หันมามองสินค้าของแบรนด์ ทั้งยังสามารถเรียกความ สบายใจให้ลูกค้าเพิ่มขึ้นได้อีกทางหนึ่ง เพราะในปัจจุบันสภาพจิตใจอันเกิดจากสภาวะตึงเครียด จากสภาพเศรษฐกิจ สังคม โรคระบาด ทำให้ไม่สามารถคาดการณ์และวางแผนอนาคตได้ ดังนั้น การมีสิ่งที่สามารถใช้เป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจจึงถือเป็นตัวช่วยเล็กๆ น้อยๆ ในการดำเนินชีวิตได้อย่าง มั่นใจของใครหลายคน

Sources: <https://techsauce.co/pr-news/horoscope-nft-horosociety-muketing>