

ปีที่ 29 ฉบับ 10154 วันจันทร์ที่ 11 กรกฎาคม พ.ศ. 2559 หน้า 29

## ส่องไอเดียเด่นคานส์ 'เทคโนโลยี' ผสาน 'ครีเอทีฟ'

ถ้าพูดถึงเทศกาลครีเอทีฟที่คานส์หรือ "Cannes Lions International Festival of Creativity" คนส่วนใหญ่มักจะตั้งตาคอยการประกาศผลรางวัลจากผลงานต่างๆ ทั่วโลกที่ส่งเข้ามาประกวดในหลากหลายสาขา ปีนี้มีผลงานถูกส่งเข้าร่วมประกวดถึง 43,101 ชิ้นงาน และเป็นที่น่าภาคภูมิใจที่ปีนี้คนไทยกวาดรางวัลไปไม่น้อยรวมไปถึงรางวัล Gold Lions ในหลายสาขา

"คานส์ โลอันส์" นับว่าเป็นเทศกาลที่รวมบุคคลสำคัญของวงการโฆษณาการสื่อสาร การตลาด สื่อและนักการตลาด อันเป็นแรงบันดาลใจให้กับวงการโฆษณาเพื่อผลิตผลงานดีๆ พร้อมทั้งให้ความรู้ อัปเดตข้อมูลและเทคโนโลยีต่างๆ เรียกได้ว่าเป็นเทศกาลที่กำหนดทิศทางของวงการโฆษณาและเปลี่ยนแปลงโลกการสื่อสาร

กลับมากถามตัวเองว่า "สิ่งที่เราคิดมีความสำคัญต่อผู้บริโภคของเราจริงๆ หรือเปล่า?" ทั้งในแง่ Content และ Context เพราะถ้าคำตอบคือ "ไม่" ไม่ว่าจะอะไรมันก็ขายไม่ได้

ตัวอย่างงานที่กวาดรางวัลไปไม่น้อยก็คือ Heineken-Brewtroleum ที่นอกจากจะแก้ปัญหาในด้านธุรกิจของสินค้าแล้ว แบนรดยังสื่อสารกับผู้บริโภคด้วยเหตุผลที่น่ากลัว แต่สิ่งที่ใหญ่กว่านั้นคือต้องยอมรับและใช้ชีวิตอยู่กับการเปลี่ยนแปลงให้ได้

Change to Better Future คือสิ่งที่นักโฆษณาและนักการตลาดสามารถสร้างโลกที่น่าอยู่ขึ้นได้ด้วยการเปลี่ยนวิธีการคิดหรือวิธีการที่เรามองโลก (Stereotypes) เห็นได้จาก

แคมเปญ และแบนด์ต่างๆ ที่ออกมาพูดถึงเรื่อง Brand Commitment และสนับสนุนสิทธิต่างๆ เพื่อสร้างความแตกต่างหรือมีผลต่อมวลมนุษยชาติ ตัวอย่างแคมเปญ 6 Pack Band ที่ชนะ Grand Prix ในหมวด Glass Lions จาก Unilever ที่พูดถึงเรื่อง Inequality of transgender ในอินเดีย



บิก ดาต้า  
ไม่ใช่เป็นแค่  
ผลลัพธ์  
แต่เป็น  
จุดเริ่มต้นของ  
Creativity

แก๊ง-เกริก สติรวงศ์วรรณ เริ่มสนใจด้านดิจิทัลมีเดียตั้งแต่เป็น Young Talent ของบริษัทเอ็มอินเตอร์แอคชั่น และเริ่มงานด้านดิจิทัลเต็มตัวกับเอ็มอินเตอร์แอคชั่น ตั้งแต่เรียนจบจากนิเทศศาสตร์ จุฬา

ปัจจุบันทำงานที่มายด์แชร์ และยังคงทำงานร่วมกับเอ็มอินเตอร์แอคชั่น ดูแลวางแผนกลยุทธ์การตลาดด้านดิจิทัลให้แบนด์ของยูนิลีเวอร์ทั้งหมด อยู่เบื้องหลังความสำเร็จของหลายแคมเปญ ครีเอทีฟรางวัลทั้งในประเทศและต่างประเทศมากมาย ผลงานโดดเด่นคือแคมเปญ Flavour of Home# อาหารคือหลักฐานของความรัก แบนด์ "คนอร์"

