

แผนบริหารการสอนประจำบทที่ 3

หัวข้อเนื้อหาประจำบท

1. การออกแบบโฆษณาสื่อดิจิทัลกับแบรนด์สินค้า
2. การออกแบบโฆษณาสื่อดิจิทัลให้บรรลุเป้าหมาย
3. ตัวอย่างการออกแบบโฆษณาสื่อดิจิทัล

วัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรม

การจัดการเรียนการสอนบทที่ 3 มีวัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรมที่ต้องการให้เกิดแก่ผู้เรียนดังต่อไปนี้

1. มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการออกแบบโฆษณาสื่อดิจิทัล
2. สามารถนำหลักการ การออกแบบโฆษณาสื่อดิจิทัลมา
3. อธิบายหลักการโฆษณาสื่อดิจิทัลมา

วิธีสอนและกิจกรรมการเรียนการสอน

1. วิธีสอน

1. ใช้วิธีสอนแบบบรรยาย
2. ใช้วิธีสอนแบบสาธิต
3. ใช้วิธีสอนแบบถามตอบ
4. รวมอภิปรายเนื้อหา
5. ผู้สอนสรุปเนื้อหาเพิ่มเติม

2. กิจกรรมการเรียนการสอน

1. กิจกรรมก่อนเรียน

ผู้สอนแจกและแนะนำแผนบริหารการสอนประจำวิชาการออกแบบโฆษณาสื่อดิจิทัล แผนบริหารการสอนประจำบทที่ 3 แนะนำความรู้พื้นฐานที่จำเป็น ผู้เรียนศึกษาและทบทวนเนื้อหาก่อนการเรียนการสอน

2. กิจกรรมในชั้นเรียน

- ผู้สอนบรรยายเนื้อหา บทนำซึ่งจะกล่าวถึงความสำคัญของวิชาการ
ออกแบบโฆษณาสื่อดิจิทัล โดยรวม

- ให้ผู้เรียนสอบถามเนื้อหาที่ยังไม่เข้าใจ และสอบถามความรู้พื้นฐานต่างๆ
ที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาได้

- ผู้สอนและผู้เรียนร่วมกันสรุปเนื้อหาที่ได้เรียนมาแล้ว

3. กิจกรรมหลังเรียน

ให้ผู้เรียนสรุปใจความสำคัญ ผูกปฏิบัติ ทำแบบฝึกหัดท้ายบทเป็นการบ้าน

สื่อการเรียนการสอน

1. เอกสารประกอบการสอนวิชาการออกแบบโฆษณาสื่อดิจิทัล
2. พาวเวอร์พอยท์แนะนำการเรียนและรายละเอียดบทเรียน
3. หนังสือ ตำรา และเอกสารที่เกี่ยวข้อง

การวัดผลและการประเมินผล

1. สังเกตการตอบคำถามทบทวนเพื่อนำเข้าสู่เนื้อหาในบทเรียน
2. สังเกตการตั้งคำถามและการตอบคำถามของผู้เรียน หรือการทำงานปฏิบัติในชั้นเรียน
3. วัดเจตคติจากพฤติกรรมการเรียน การเข้าร่วมกิจกรรมการเรียนการสอน และความกระตือรือร้นในการทำกิจกรรม
4. ความเข้าใจและความถูกต้องตอบคำถามในรายวิชา

ทำไมแบรนด์ต้องพึ่งพาการโฆษณาออนไลน์ (Digital Advertising)

เมื่อคุณเข้าใจการซื้อโฆษณาออนไลน์และความแตกต่างระหว่างการซื้อโฆษณาออนไลน์และออฟไลน์มากยิ่งขึ้นแล้ว มาดูเหตุผลว่าทำไมคุณถึงควรจะต้องซื้อโฆษณาออนไลน์ต่อกัน

1. ผู้ใช้งานบนโลกออนไลน์เพิ่มมากขึ้นในทุกปี

อ้างอิงจาก Digital 2021: Global Overview Report ที่รวบรวมโดย We Are Social และ Hootsuite จะเห็นได้ชัดว่าในจำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตและโซเชียลมีเดียเพิ่มขึ้นสูงเรื่อยๆ ในทุกปี โดยเฉพาะในปี 2021 ที่มีผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตมากขึ้น 316 ล้านคนและผู้ใช้งานโซเชียลมีเดียมากขึ้น 490 ล้านคน



รูปภาพจาก datareportal.com

จำนวนเหล่านี้สามารถบอกอะไรได้บ้าง?

ตัวเลขเหล่านี้บอกได้ว่าโลกออนไลน์กำลังขยายตัวใหญ่มากขึ้น เปิดรับผู้คนมากมายเข้ามามากยิ่งขึ้น ก็ยังมีโอกาสที่กลุ่มลูกค้าที่แบรนด์มุ่งหวังหรือกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเข้าไปร่วมใช้งานโลกออนไลน์มากขึ้น และการที่แบรนด์ต้อง ‘จ่ายเงิน’ เพื่อโฆษณาสินค้าและบริการแล้วโฆษณานี้ก็ควรจะไปแสดง

ในพื้นที่ที่คนกลุ่มนั้นใช้หรือผ่านหูผ่านตาอยู่บ่อยครั้ง ย่อมเป็นผลดีต่อแบรนด์

2. โฆษณาออนไลน์ช่วยให้แบรนด์ได้บรรลุเป้าหมาย (Goals) ของตัวเอง

อีกหนึ่งข้อสำคัญที่ธุรกิจในยุคสมัยปัจจุบันจำเป็นต้องพึงพาโฆษณาออนไลน์ก็เพราะว่าแบรนด์แต่ละแบรนด์นั้นมีเป้าหมายในแต่ละช่วงเวลาที่แตกต่างกันออกไป บางแบรนด์ก็จำเป็นต้องสร้างฐานลูกค้าก่อนทำการขายอย่างเต็มที่ หรือบางแบรนด์ก็มีเป้าหมายในการขายสินค้าและบริการให้ได้ และโฆษณาออนไลน์ก็มีวัตถุประสงค์ในการตอบโจทย์ความต้องการเหล่านี้ของแบรนด์ เช่นเดียวกัน โดยแบ่งออกเป็น 3 อย่างคือ Inform, Remind, และ Persuade

- **Inform** หรือแปลตรงตัวก็คือ การบอกให้รับรู้โดยที่มีเป้าหมายในการสร้าง Awareness หรือการรับรู้เกี่ยวกับการมีอยู่ของแบรนด์โดยที่โฆษณาออนไลน์ในช่วงนี้ไม่จำเป็นต้องมีการขายสินค้าหรือบริการแบบ 100% เพราะเวลานี้คือช่วงเวลาที่ผู้ฟังของคุณซึ่งในที่นี้คือ ผู้เยี่ยมชมหรือ Visitors ต้องการ ‘คำตอบ’ หรือ ‘ความรู้’ จากหัวข้อที่เฉพาะเจาะจงและหน้าที่

ของคุณในช่วงเวลานี้คือ ‘การให้’ ในสิ่งที่เขากำลังตามหา ถ้าคุณสามารถให้คำตอบในสิ่งที่พวกเขา กำลังต้องการได้ แบรนด์ของคุณไม่ว่าจะเล็กหรือใหญ่แน่นอนว่าได้รับการจดจำ

ตัวอย่าง Harvard Business School Online ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาและต้องการที่จะดึงดูด Visitors ที่มีความสนใจในเรื่องนี้เข้ามารู้จักแบรนด์โฆษณาออนไลน์ของ Harvard เลยเผยแพร่ ออกมาในรูปแบบการเชิญชวนให้กลุ่มเป้าหมายเข้ามารู้จักผลิตภัณฑ์บนหน้าเว็บไซต์ โดยที่โฆษณานี้มี Call-To-action ที่ช่วยให้กลุ่มเป้าหมายตัดสินใจกดเข้ามา เช่น Learn More หรือ เรียนรู้เพิ่มเติม เป็นต้น

หรือถ้าอยากนำเสนอความเชี่ยวชาญที่แบรนด์มีเพิ่มเติมอาจจะช่วยให้ปรึกษาด้านการเรียนในเบื้องต้น ผ่านการใช้ Call-to-action อย่างเช่น Contact Us หรือ Get Free Consultant

หรืออาจจะทำเป็นโฆษณาออนไลน์ที่สามารถสร้างภาพจำให้สินค้าและบริการเองได้ อาจจะผลิตเพลงง่ายๆ หรือวิดีโอสั้นๆ สักตัว

ถามว่าแล้วการทำโฆษณาออนไลน์ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อ Inform นั้นมีความจำเป็นมากน้อยเพียงใด ไม่สามารถมาถึงแล้วสร้าง Ads ขายของได้เลยหรือ? จริงๆ แล้วการทำโฆษณาออนไลน์เพื่อ Inform นั้นเหมือนกับการปูพรมให้กับสินค้าและบริการที่แบรนด์กำลังวางแผนเพื่อจำหน่าย หรือผลิตออกมาในตลาดและจำเป็นอย่างมากกับแบรนด์ที่เพิ่งเข้ามาสร้างฐานลูกค้าออนไลน์ หรือตั้งใจจะดึงดูด Visitor ให้ไปรู้จักกับสินค้าและบริการมากยิ่งขึ้น

แน่นอนว่า ทุกคนย่อมเป็นลูกค้ากันมาก่อนทั้งนั้น การที่คนได้รู้จักความเป็นมาของแบรนด์นั้นๆ ก่อนการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการอะไร ย่อมมีความเป็นไปได้สูงที่จะซื้อมากกว่าแบรนด์ที่ไม่เคยเห็นผ่านตาเลย

- **Remind** สำหรับวัตถุประสงค์สุดท้ายของการทำโฆษณาออนไลน์ก็คือ เพื่อเน้นย้ำถึงสินค้าและบริการที่แบรนด์ของคุณให้กลุ่มเป้าหมายและลูกค้า มาถึงตรงนี้อาจจะสงสัยว่าทำไมต้องเน้นย้ำ? คุณจะเสียเวลาทำสิ่งนั้นไปเพื่ออะไรกัน? คำตอบง่ายๆ ก็คือทำไปเพื่อให้แบรนด์เกิดเป็นภาพจำแรกๆ ที่ลูกค้าจะนึกถึง อย่าลืมว่าธุรกิจของคุณไม่ได้มีเพียงเจ้าเดียวในตลาด สินค้าและบริการที่อยู่ใน Category เดียวกับคุณอาจจะมีเป็นสิบ เป็นร้อยหรือเป็นพันในตลาด ทั้งธุรกิจขนาดเล็ก กลางไปจนถึงใหญ่ วิธีการเอาชนะใจลูกค้าให้นึกถึงสินค้าและบริการของคุณเป็นสิ่งแรกนั้นก็คือการเน้นย้ำ (Remind) พวกเขาว่าสินค้าและบริการของคุณอยู่ตรงนี้เพื่อลูกค้าเสมอและใช้การสื่อสารผ่านโฆษณาออนไลน์ว่าสินค้าและบริการของคุณตอบโจทย์ความต้องการ (Needs) ในเรื่องอะไร