ครั้งที่ 2 — Insight & Persona Workshop









ครั้งที่แล้ว

วัตถุประสงค์ การวิเคราะห์ ข้อมูล



- เข้าใจสินค้า
- รู้จักผู้ซื้อ **Customer** ผ่าน **Persona** + **Insight**+ **Pain Point**
- เพื่อสื่อสารได้ตรงใจ



สินค้า=Product

ทดลอง เล่าเรื่องอะไรซักเรื่อง ต่อเนื่อง.....





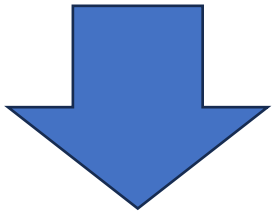


ทดลอง เล่าเรื่องอะไรซักเรื่อง ต่อเนื่อง...3ท่าน.....

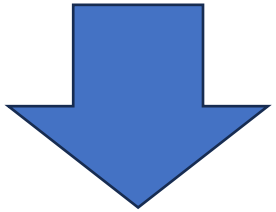


CTA
Persona

- **CTA** ย่อมาจาก **Call to Action**
  หมายถึง “ข้อความหรือสิ่งกระตุ้นให้ผู้ชมลงมือทำทันที” ในงานโฆษณา การตลาด หรือคอนเทนต์ดิจิทัล
- **มันคืออะไร**



- **Persona** คือ “ตัวแทนของกลุ่มเป้าหมาย” ที่ถูกสร้างขึ้นมาอย่างมีข้อมูลรองรับ เพื่อใช้ในการออกแบบสินค้า บริการ หรือสื่อโฆษณาให้ตรงใจผู้ใช้จริงมากที่สุด
- หาอย่างไรจากไหน



ทำไมต้องเข้าใจผู้ซื้อ Customer?

- เพื่อสื่อสารให้ “ตรงจุด”
- เพื่อขายได้และง่ายขึ้น
- เพื่อสร้างสื่อที่โดนใจ
- เพราะสินค้าเดียวกัน อาจต้องพูดคนละแบบกับคนละกลุ่ม



ทำไมต้องเข้าใจผู้ซื้อ?



— ตัวอย่าง Personaคน2กลุ่ม

- **Persona** คือ “ตัวแทนของกลุ่มเป้าหมาย” ที่ถูกสร้างขึ้นมาอย่างมีข้อมูลรองรับ เพื่อใช้ในการออกแบบสินค้า บริการ หรือสื่อโฆษณาให้ตรงใจผู้ใช้จริงมากที่สุด
- **Persona A: ผู้หญิงวัยทำงาน อายุ 28 ปี**
- ชอบความสะดวก
- เล่น **TikTok** ทุกวัน
- สนใจสินค้าเพื่อสุขภาพ
- **Persona B: ผู้สูงอายุอายุ 55 ปี**
- เน้นความปลอดภัย
- ชอบคำอธิบายชัดเจน
- ซื้อสินค้าเพราะคนแนะนำ





องค์ประกอบของ Persona

- ชื่อ
- อายุ
- อาชีพ
- ไลฟ์สไตล์
- **Pain Point**
- ความคาดหวัง
- แพลตฟอร์มที่ใช้บ่อย



หลักการนำ Persona มาใช้เพื่อกำหนดคุณลักษณ์ผู้บริโภค

- นำข้อมูลทุกกลุ่มารวมทั้งหมด มาเคราะห์ร่วมกัน เพื่อหาความเหมือนเชิงประมาณการ เพื่อห่คุณสมบัติกลุ่มเป้าหมาย
- ตัวอย่าง ตัวละครในวันพีช แต่ละคนมีพฤติกรรมอย่างไร



- (คำถามเพิ่มเขามีอะไรเหมือนกัน)

- **ส่วนประกอบการวิเคราะห์**
- **ชื่อ**
- **อายุ**
- **อาชีพ**
- **ไลฟ์สไตล์**
- **Pain Point**
- **ความคาดหวัง**
- **แพลตฟอร์มที่ใช้บ่อย**



Insight

Insight คืออะไร?



- ความจริงที่ซ่อนอยู่ในใจลูกค้า
- สิ่งที่พวกเขาคิด แต่ไม่พูดออกมา
- จุดเชื่อมระหว่าง “สินค้า” กับ
- “ความรู้สึก



Pain Point

- **Pain Point** คือ ปัญหาที่เกิดขึ้นกับลูกค้าและยังไม่ถูกแก้ไข ซึ่งสินค้าของเราจะเข้าไปแก้ไขปัญหาจากจุดนี้
- ส่งครามส่งด่วน



บาสบอม

https://www.tiktok.com/@yikuyuki/video/7554993164449238293

ตัวอย่าง Insight

- **Insight=Pain Point** ความกลัว ความอาย ความไม่กล้า เหตุที่ทำให้เขาไม่ทำไม่ใช้
- โอกาสทางการตลาดและการขาย



โปรตีนสูง

https://readthecloud.co/video/proten/



https://www.tiktok.com/@mclinicformen/video/7533963691146972434



https://www.tiktok.com/@nodtiez/video/7503507314062839048

กิจกรรม Workshop วันนี้



- วิเคราะห์สินค้า (**10** นาที)
- ทำ **Persona 1**แบบ
- (วิเคราะห์ตัวแทนผู้บริโภค)
- เขียน **Insight** ว่าเป็นอย่างไร
- **Pain Point** คืออะไร
- นำเสนอหน้าชั้นเรียน (ทีมละ **2** นาที)

ผลลัพธ์ที่จะมีหลังคาบนี้



- **Persona 2** แบบ
- **Insight 1** ประโยค
- **Pain Point** คืออะไร
- แผนพื้นฐานก่อนทำสคริปต์และคอนเทนต์

งานที่ต้องส่ง (Assignment #2)

- งานกลุ่มทำการออกแบบวิเคราะห์กลุ่มผูบริโภคสินค้า
- โดยศึกษากำหนดสินค้า ให้เขา เช่นอาหาร เครื่องดืม เสื้อผ้า ยา โดยกำหนดกลุ่มคนชัดเจน ชาย หญิงหรือ ช่วงอายุ เด็กวัยรุ่น วัยทำงาน พ่อแม่ ผู้สูงวัย
- **สิ่งที่ต้องทำ**
- ศึกษา **Persona 3**คนมีใครบ้าง ที่เหมาะสมกับสินค้าที่เลือก
- วิเคราะห์ว่าคน**3**คนเขามี**Insight 1**อย่างไร
- อะไรคือปัญหา**Pain Point** ที่เราต้องรู้จากเขาแต่ละคน
- สรุปรวม ว่า **Persona 3**คน มีอะไรที่เหมือนกัน **Insight**ของพวกเขาที่เหมือนกันคืออะไร และอะไรคือปัญหาของพวกเขา ที่พบ
- เสนอว่า คนกลุ่มเป้าหมายเราเป็นใคร อะไรคือคุณลักษณะพวกเขา และปัญหาคืออะไร ถ้าเราจะออกแบบสินค้าเสนอขายสินค้านั้นควรเป็นอย่างไร ในการทำให้เขาอยากซื้อ อยากใช้ เพื่อแก้ไขปัญหาเขาให้หมดไป
- หมายเหตุ ถ่ายคลิปตอนสัมภาษณ์ **Persona 3**คน ในการถามตอบและถ่ายภาพและคลิปตอนประชุมกลุ่มด้วย แนบส่งให้ผมดู

- สี่ที่ต้องส่งข้อมูล **Persona + Insight+ Pain Point** คน**3**คน
- **สรุปรวมข้อมูล Persona + Insight+ Pain Point** คน**3**คน เป็น**1**ชุด
- แผนแนวทางการแก้ไขปัญหา 1แนวทาง ผ่านผลิตภัณฑ์ ที่เรากำหนดรูปแบบคุณสมบัติหน้าตารูปร่าง
- คลิป/ภาพ สัมภาษณ์และประชุม
- กำหนดส่ง: ภายใน**22** ธค **68** ออนไลน์ บ่ายโมงเป็นกลุ่ม
- โดนส่งข้อมูล ผ่านกูเกิลคาสรูมของรายวิชา(ตัวแทนกลุ่ม)

ตัวอย่าง งานการบ้าน

สินค้าคืออะไร	การวิเคราะต้องมี	ผลรวมการวิเคราะห์ สรุปรวมเป็น1	อะไรคือปัญหาไอเดียที่นำมาแก้ไขปัญหา
 รองเท้ากิจกรรม ข้อมูลผู้ถูกสัมภาษณ์(หากลุ่มให้ตรงสินค้า) **1** คุณลักษณ์กลุ่ม/เพศอายุ อื่นๆ **2** ข้อมูลบุคคล อาชีพ อายุ การทำงาน **3** ทีมาในการคัดเลือก	ศึกษา **Persona** คนที่1 ข้อมูล..... **Insight** ..... อะไรคือปัญหา**Pain Point**..... ศึกษา **Persona** คนที่2 ข้อมูล..... **Insight** ..... อะไรคือปัญหา**Pain Point**..... ศึกษา **Persona** คนที่3 ข้อมูล..... **Insight** ..... อะไรคือปัญหา**Pain Point**.....	**1. Persona** คนที่1-3คน เหมือนกันคือข้อมูล..... **2.Insight**คนที่1-3คน ..... **3.**อะไรคือปัญหา**Pain**คนที่1-3คน **Point**.....	1 ปัญหา แบบเก่าม่สบาย ใช้งานไม่ตอบโจทย์ 2 แนวคิดออกแบบรองเท้าเฉพาะคนทำกิจกรรม เดินทะเล ปีนเขา เพื่อให้ทำกิจกรรมได้ดีขึ้น แก้ไขปัญหา 3 ผลที่ออกมาส่งผลต่อนักกิจกรรม

สรุปคาบเรียน

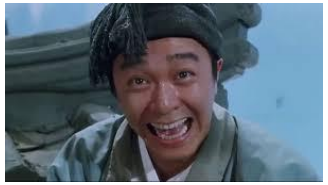


- เข้าใจสินค้า = ขายง่าย
- เข้าใจผู้ซื้อผ่าน **Persona + Insight+ Pain Point**
- = สื่อสารได้ตรงใจ

ทบทวนความสามารถ เรื่องการพูดและบุคคลิกภาพ ในวิชาการสื่อสารด้านนิเทศศาสตร์มา(เดี่ยว)ส่ง29 ธค68 คลาสรูม

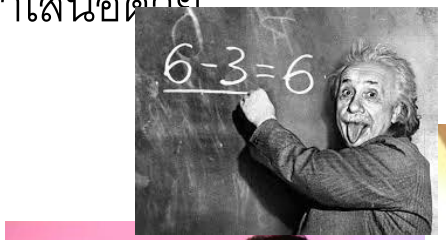
- 1 เคยเรียนอะไรมา
- 2เอาไปใช้อย่างไรมา
- 3 ช่วยออกแบบสคลิป(ก๊อปปี้คนอื่นมาได้นะ) นำมาใช้ในการนำเสนออย่างไรให้เข้าถึงผู้รับสาร45วินาที ถึง2นาที พร้อมอัดคลิป1ตัว
- โดยมี พื้นฐาน เสียง ท่าทางและเนื้อหา และเป้าหมายสื่อสารมาใช้ในการนำเสนอด้วย















- ตลก

นักขาย

นักสร้างสรรค์

นักวิชาการ+นักการเมือง