

A person is sitting on a dark-colored chair with a cane backrest. They are wearing a dark long-sleeved shirt, light-colored trousers, and white sneakers with tan soles. They are holding a dark tablet with both hands, and a white pen is resting on top of it. The background is a simple, light-colored wall. The text 'Personal Branding' is overlaid in the center in a large, white, sans-serif font.

Personal Branding

Apisara Yuttharot

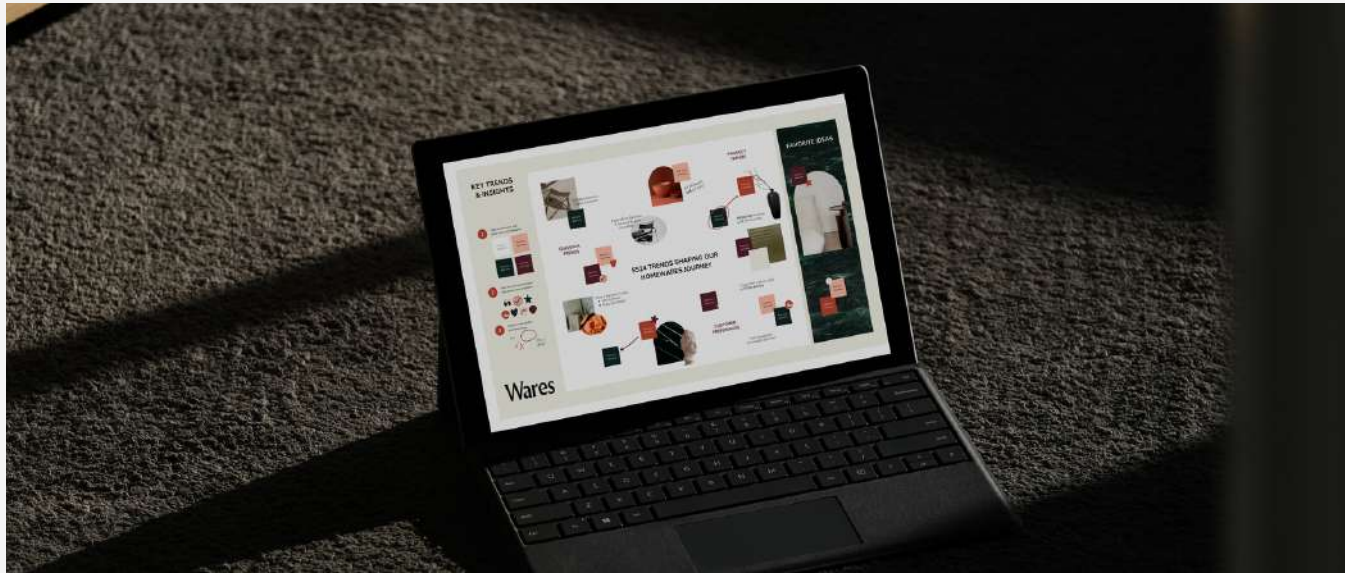
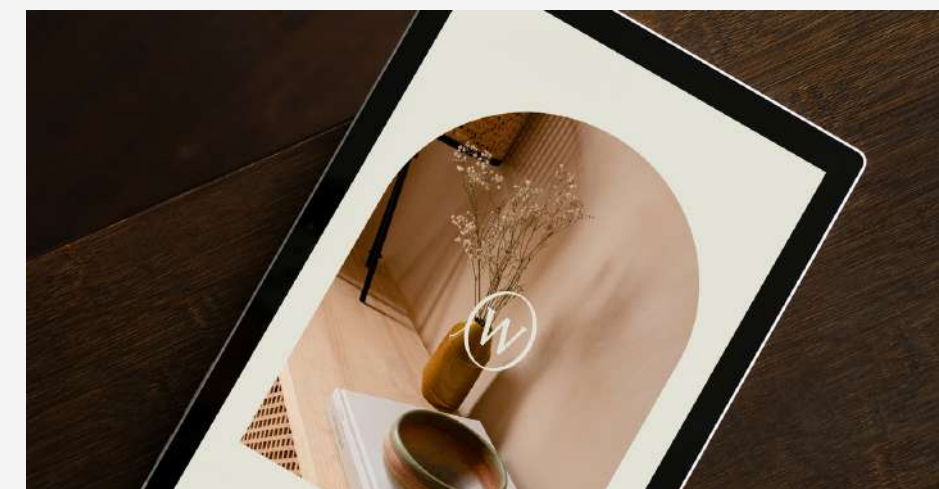


TABLE OF CONTENT

- **DEFINITION OF PERSONAL BRANDING**
- **TYPE OF PERSONAL BRANDS**



DEFINITION OF PERSONAL BRANDING





Personal Branding

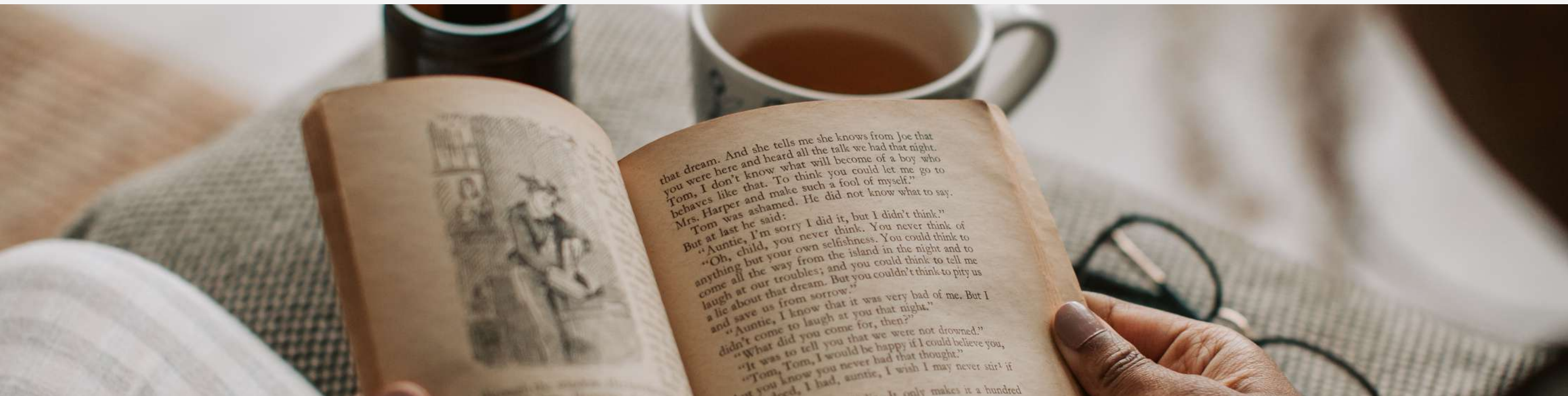
แนวคิดการสร้างตัวตน

Personal Branding คือ กระบวนการที่บุคคลสร้างภาพลักษณ์ ทัศนลักษณ์ และคุณค่าของตนเองให้เป็นที่จดจำในสายตาของกลุ่มเป้าหมาย ผ่านการสื่อสารอย่างสม่ำเสมอทั้งในโลกออนไลน์และออฟไลน์ โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ ความแตกต่าง และโอกาสทางอาชีพ

Personal Branding

- นักวิชาการ Gorbatov et al. (2018) อธิบายว่า Personal Branding เป็นการนำคุณลักษณะ ดำเนิน ความเชี่ยวชาญ และเรื่องราวของบุคคล มาสร้างเป็นภาพจำ (Brand Image) ที่แตกต่างจากผู้อื่น เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในสายอาชีพหรือสังคมดิจิทัล
- ในปัจจุบัน Influencer ถือเป็นรูปแบบหนึ่งของการสร้าง Personal Brand เพราะใช้ตัวบุคคลเป็น "แบรนด์" ในการสื่อสาร สร้างความน่าเชื่อถือ และสร้างอิทธิพลต่อผู้ติดตาม โดยเฉพาะบนแพลตฟอร์มอย่าง TikTok, Instagram, YouTube และ Facebook





ดังนั้นการสร้าง Personal Branding ไม่ได้หมายถึง
การมีผู้ติดตามจำนวนมากเท่านั้น แต่เป็นการทำให้ผู้คนจดจำว่า
"เราเป็นใคร" และ "เราเชี่ยวชาญเรื่องอะไร"

Personal Branding

TYPE OF PERSONAL BRANDS



1.Types of Personal Brands by Audience Size

ประเภท	จำนวนผู้ติดตาม
Nano Influencer	1,000 - 10,000
Micro Influencer	10,000 - 100,000
Macro Influencer	100,000 - 1,000,000
Mega Influencer	มากกว่า 1,000,000

NANO INFLUENCERS



- Followers: 1,000-10,000 คน
- Rate ค่าจ้างไม่สูง
- เหมาะสำหรับธุรกิจขนาดเล็ก (Small Brands / Small Businesses)
- เข้าถึงผู้ติดตามได้ง่ายและมีความเป็นกันเอง
- มีอัตลักษณ์หรือความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน
- สามารถรีวิวและสื่อสารเกี่ยวกับแบรนด์ได้อย่างน่าเชื่อถือ
- มีความใกล้ชิดกับผู้ติดตาม ส่งผลให้อัตราการมีส่วนร่วม (Engagement Rate) ด່อนข้างสูง

MICRO INFLUENCER



- Followers: 10,000-100,000 คน
- Rate ค่าจ้างระดับปานกลาง
- เหมาะสำหรับธุรกิจและแบรนด์ขนาดกลาง
- เข้าถึงผู้ติดตามได้ง่ายและมีปฏิสัมพันธ์สูง
- มีฐานผู้ติดตามจากเนื้อหาที่ตนเองสร้างอย่างสม่ำเสมอ
- ช่วยให้แบรนด์เข้าถึงผู้บริโภคได้กว้างกว่า Nano Influencer
- มีความน่าเชื่อถือและสามารถโน้มน้าวการตัดสินใจของผู้ติดตามได้ดี
- รู้จักตัวเองดีว่าทำคอนเทนต์สายไหนให้น่าเชื่อถือ มีอาชีพ

MACRO INFLUENCER



- Followers: 100,000-1,000,000 คน
- Rate ค่าจ้างระดับปานกลางถึงสูง
- เหมาะสำหรับแบรนด์และธุรกิจขนาดกลางถึงขนาดใหญ่
- มีชื่อเสียงและฐานผู้ติดตามจำนวนมาก
- มีความเป็นมืออาชีพในการผลิตเนื้อหา
- ปฏิสัมพันธ์กับผู้ติดตามน้อยกว่า Nano และ Micro Influencer
- เหมาะสำหรับการสร้างการรับรู้แบรนด์ในวงกว้าง (Brand Awareness)

MEGA INFLUENCER



- Followers: มากกว่า 1,000,000 คน
- Rate ค่าจ้างสูง
- เหมาะสำหรับแบรนด์และธุรกิจขนาดใหญ่
- เป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง เช่น นักร้อง นักแสดง นักกีฬา หรือ เซเลบริตี้
- มีฐานแฟนคลับจำนวนมากและเหนียวแน่น
- สามารถสร้างการรับรู้แบรนด์ได้อย่างรวดเร็วในวงกว้าง
- เหมาะสำหรับการประชาสัมพันธ์และแคมเปญระดับประเทศ หรือระดับสากล

2.Influencer สายไหน?



สายกิน

Food Influencer

- พาไปรีวิวหรือพาชิมสถานที่
- สาธิตการทำอาหาร
- แนะนำเมนูอาหารและเครื่องดื่ม

กลุ่มลูกค้า

- แรนดอมอาหาร
- คาเฟ่
- ร้านอาหาร
- ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม
- อุปกรณ์ประกอบอาหาร
- วัตถุดิบอาหารและเครื่องดื่มต่าง ๆ



Beauty Influencer

- สอนแต่งหน้า
- รีวิวครีมและผลิตภัณฑ์ความงามทั่วไป
- รีวิวครีมในมุมมองของแพทย์หรือผู้เชี่ยวชาญ
- รีวิวผลิตภัณฑ์โดยวิเคราะห์ส่วนผสม (Ingredients Review)
- แนะนำการดูแลผิวพรรณและความงาม
- ดาราและไอดอลสายความงาม

กลุ่มลูกค้า

- Skincare
- เครื่องสำอาง
- ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร
- บริการเสริมความงาม
- คลินิกความงาม
- ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม
- แบรินด์น้ำหอม
- อุปกรณ์เสริมความงาม

สาย BEAUTY



Fashion Influencer

- รีวิวแบรนด์เสื้อผ้า
- รีวิวเครื่องประดับ
- แนะนำการแต่งกายและการมีกซ์แอนด์แมตช์
- อัปเดตเทรนด์แฟชั่น
- แนะนำสินค้าแฟชั่นและไลฟ์สไตล์

กลุ่มลูกค้า

- แบรนด์เสื้อผ้า
- แบรนด์เครื่องประดับ
- แบรนด์รองเท้า
- แบรนด์กระเป๋า
- แบรนด์นาฬิกา
- แบรนด์แฟชั่นและไลฟ์สไตล์

สายแฟชั่น



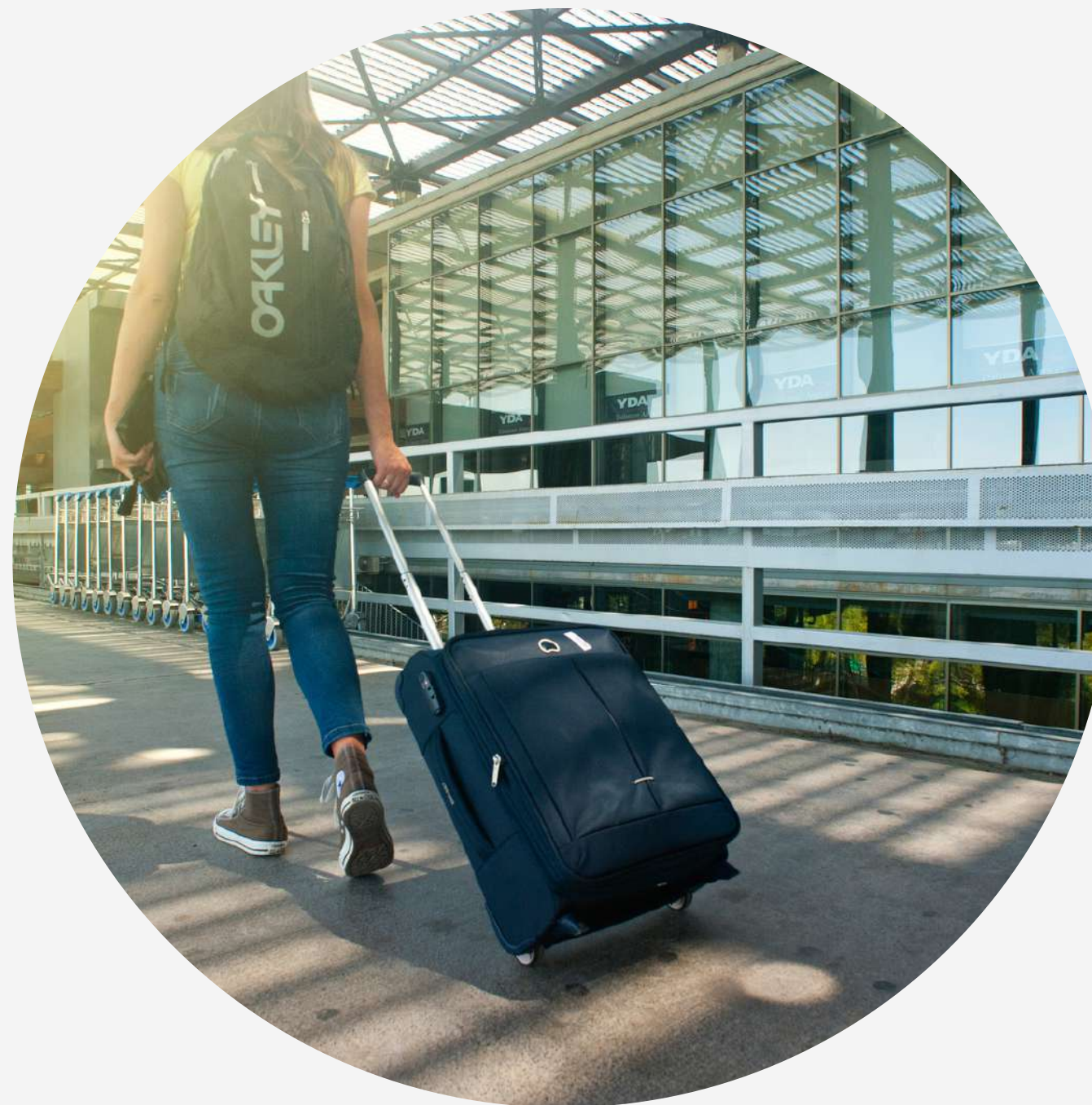
สายเที่ยว

Travel Influencer

- รีวิวสถานที่ท่องเที่ยว
- รีวิวที่พักและโรงแรม
- แนะนำร้านอาหารและกิจกรรมท่องเที่ยว
- สาย Luxury Travel (ท่องเที่ยวหรู)
- สาย Down-to-Earth Travel (ท่องเที่ยวแบบเรียบง่าย เข้าถึงได้)
- สายท่องเที่ยวเชิงพญกัยและไลฟ์สไตล์

กลุ่มลูกค้า

- โรงแรม
- รีสอร์ท
- สายการบิน
- บริษัททัวร์
- หน่วยงานส่งเสริมการท่องเที่ยว
- โทรศัพท์มือถือ
- กล้องถ่ายภาพ
- อุปกรณ์เดินทาง
- แบนด์กระเป๋าเดินทาง



Gaming Influencer

- แดสต์เกม (Game Casting)
- รีวิวเกม
- แนะนำเทคนิคการเล่นเกม
- สอนการเล่นเกม
- ถ่ายทอดสด (Live Streaming)
- การแข่งขันเกมและอีสปอร์ต (Esports)
- วิเคราะห์เกมและอัปเดตข่าวสารในวงการเกม

กลุ่มลูกค้า

- บริษัทเกม
- ผู้พัฒนาเกม (Game Developers)
- ผู้จัดการแข่งขันอีสปอร์ต
- เก้าอี้คอมพิวเตอร์สำหรับเกมเมอร์
- Gadget และอุปกรณ์ไอที
- ดิย์บอร์ด เมาส์ และอุปกรณ์เกมมิง
- โทรศัพท์มือถือและคอมพิวเตอร์
- แบรนต์เสื้อผ้า
- ขนมและเครื่องดื่ม
- อุปกรณ์เสริมมิง

สายเกม



Health & Fitness Influencer

- ออกกำลังกาย
- ฟิตเนส
- โภชนาการ
- การลดน้ำหนัก
- การควบคุมอาหาร
- การดูแลสุขภาพ
- การสร้างกล้ามเนื้อและพัฒนาสมรรถภาพร่างกาย
- การดูแลสุขภาพกายและใจ

กลุ่มลูกค้า

- อุปกรณ์กีฬา
- แบรินด์เสื้อผ้ากีฬา
- รองเท้ากีฬา
- ฟิตเนสและสถานออกกำลังกาย
- อาหารเพื่อสุขภาพ
- ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร
- เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ
- เครื่องดื่มให้พลังงาน
- อุปกรณ์ออกกำลังกายภายในบ้าน
- แอปพลิเคชันด้านสุขภาพและฟิตเนส

สายสุขภาพ



สายกีฬา

Sports Influencer

- เข้าชมและรีวิวการแข่งขันกีฬา
- Live เล่าเรื่องกีฬา
- วิเคราะห์การแข่งขันกีฬา
- รายงานข่าวสารและอัปเดตวงการกีฬา
- พูดคุยเกี่ยวกับนักกีฬา ทีมกีฬา และลีกการแข่งขัน
- สร้างคอนเทนต์เกี่ยวกับกีฬาและการออกกำลังกาย

กลุ่มลูกค้า

- แบนด์กีฬา
- เสื้อผ้าและอุปกรณ์กีฬา
- รองเท้ากีฬา
- เครื่องดื่มเกลือแร่และเครื่องดื่มสำหรับนักกีฬา
- ผลิตภัณฑ์สำหรับผู้ชาย
- อุปกรณ์ออกกำลังกาย
- ฟิตเนสและศูนย์กีฬา



Home & Living Influencer

- รีวิวบ้านและที่อยู่อาศัย
- การจัดไฟภายในบ้าน
- การตกแต่งบ้าน
- การจัดระเบียบพื้นที่ใช้สอย
- รีวิวเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน
- แนะนำไอเดียการแต่งบ้านและการปรับปรุงที่อยู่อาศัย

กลุ่มลูกค้า

- อุปกรณ์ก่อสร้าง
- วัสดุตกแต่งบ้าน
- เครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน
- เฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน
- เครื่องครัวและอุปกรณ์ภายในบ้าน
- บริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์
- โครงการบ้านและคอนโดมิเนียม
- แบนด์เฟอร์นิเจอร์

สายบ้าน



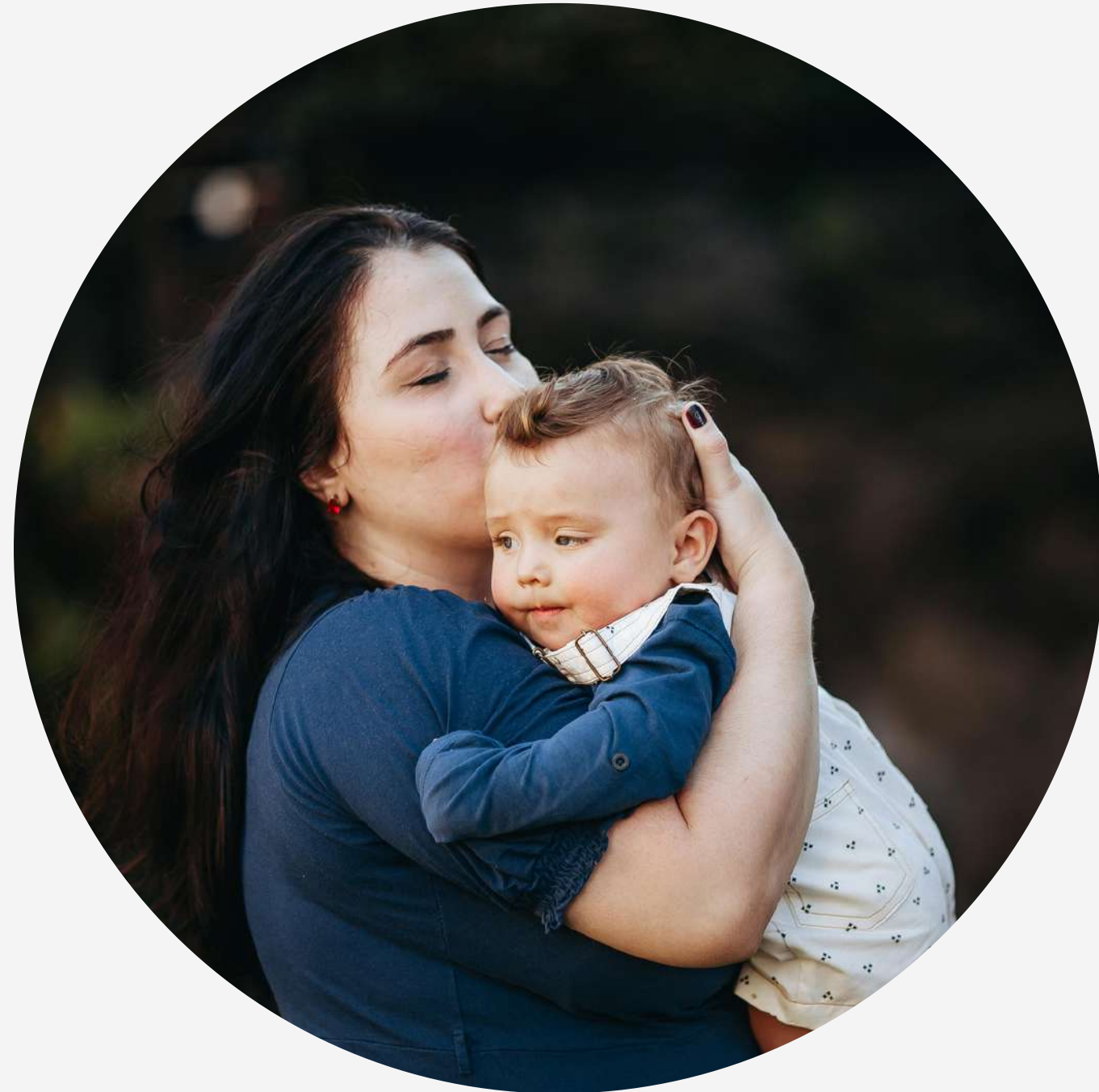
Mom & Kids Influencer หรือ Parenting Influencer)

- การเลี้ยงลูกและพัฒนาการเด็ก
- แชร์ประสบการณ์การเป็นคุณพ่อคุณแม่
- รีวิวสินค้าแม่และเด็ก
- การดูแลสุขภาพเด็ก
- โฆษณาสำหรับเด็ก
- การศึกษาและการเรียนรู้สำหรับเด็ก
- กิจกรรมเสริมพัฒนาการ
- ไลฟ์สไตล์ครอบครัว

กลุ่มลูกค้า

- ผลิตภัณฑ์แม่และเด็ก
- นมผงและอาหารสำหรับเด็ก
- ผ้าอ้อมสำเร็จรูป
- รถเข็นเด็ก
- ดาร์ชชิ่ง
- ของเล่นเสริมพัฒนาการ
- เสื้อผ้าเด็ก
- โรงพยาบาลและคลินิกเด็ก
- โรงเรียนและสถาบันการศึกษา
- ประกันสุขภาพเด็ก
- ผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพสำหรับคุณแม่

สายแม่และเด็ก



Lifestyle Influencer

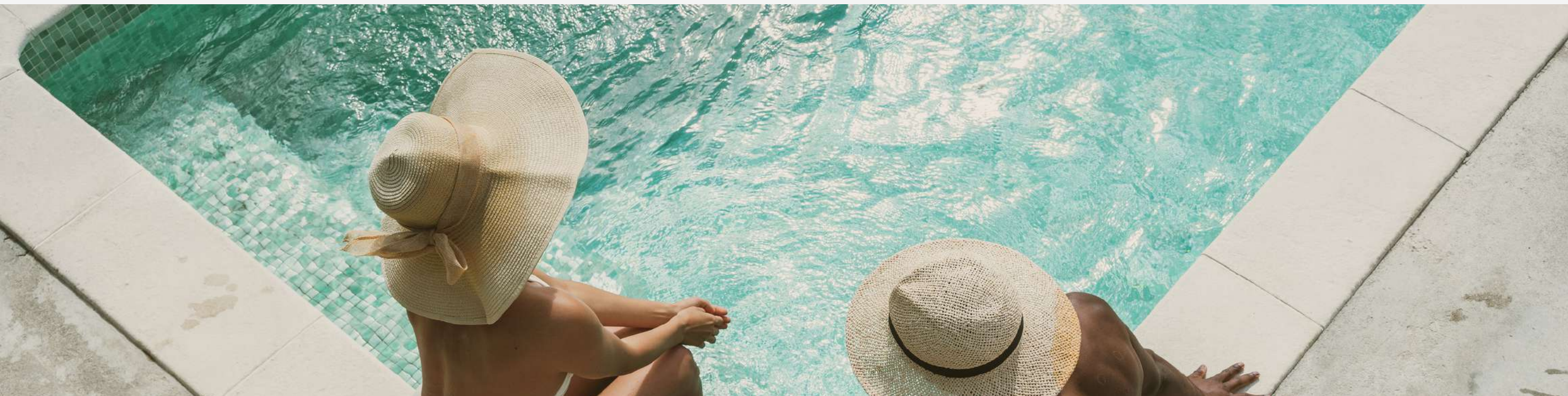
- แชนัลไลฟ์สไตล์และกิจกรรมประจำวัน (Daily Life)
- Vlog ชีวิตประจำวัน
- กิน เที่ยว ช้อปปิ้ง
- รีวิวสินค้าและบริการทั่วไป
- แฟชั่น ความงาม อาหาร และการท่องเที่ยว
- การทำงาน การเรียน และการพัฒนาตนเอง
- แชร์ประสบการณ์และมุมมองการใช้ชีวิต

กลุ่มลูกค้า

- แบรนด์สินค้าอุปโภคบริโภค (FMCG)
- ร้านอาหารและคาเฟ่
- โรงแรมและสถานที่ท่องเที่ยว
- เสื้อผ้าและแฟชั่น
- เครื่องสำอางและสกินแคร์
- โทรศัพท์มือถือและ Gadget
- แอปพลิเคชันและบริการออนไลน์
- รถยนต์และมอเตอร์ไซด์
- ธนาคารและบริการทางการเงิน
- ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ

สายไลฟ์สไตล์





- Influencer คลายคนเริ่มจาก Niche Influencer (เฉพาะทาง) ก่อน เช่น สายอาหาร สายเกม สายความงาม
- แต่เมื่อมีชื่อเสียงมากขึ้น มักจะพัฒนาไปเป็น Lifestyle Influencer เพราะผู้ติดตามเริ่มสนใจ "ตัวตน" มากกว่า "เนื้อหาเฉพาะทาง"
- Lifestyle Influencer คือ Influencer ที่ใช้ตัวตนและวิถีชีวิตเป็นจุดขายหลัก สามารถเชื่อมโยงและรีวิวสินค้าได้หลากหลายประเภทตามบริบทของการใช้ชีวิตประจำวัน
- ดังนั้น Lifestyle Influencer เป็นจุดสูงสุดของ Personal Branding



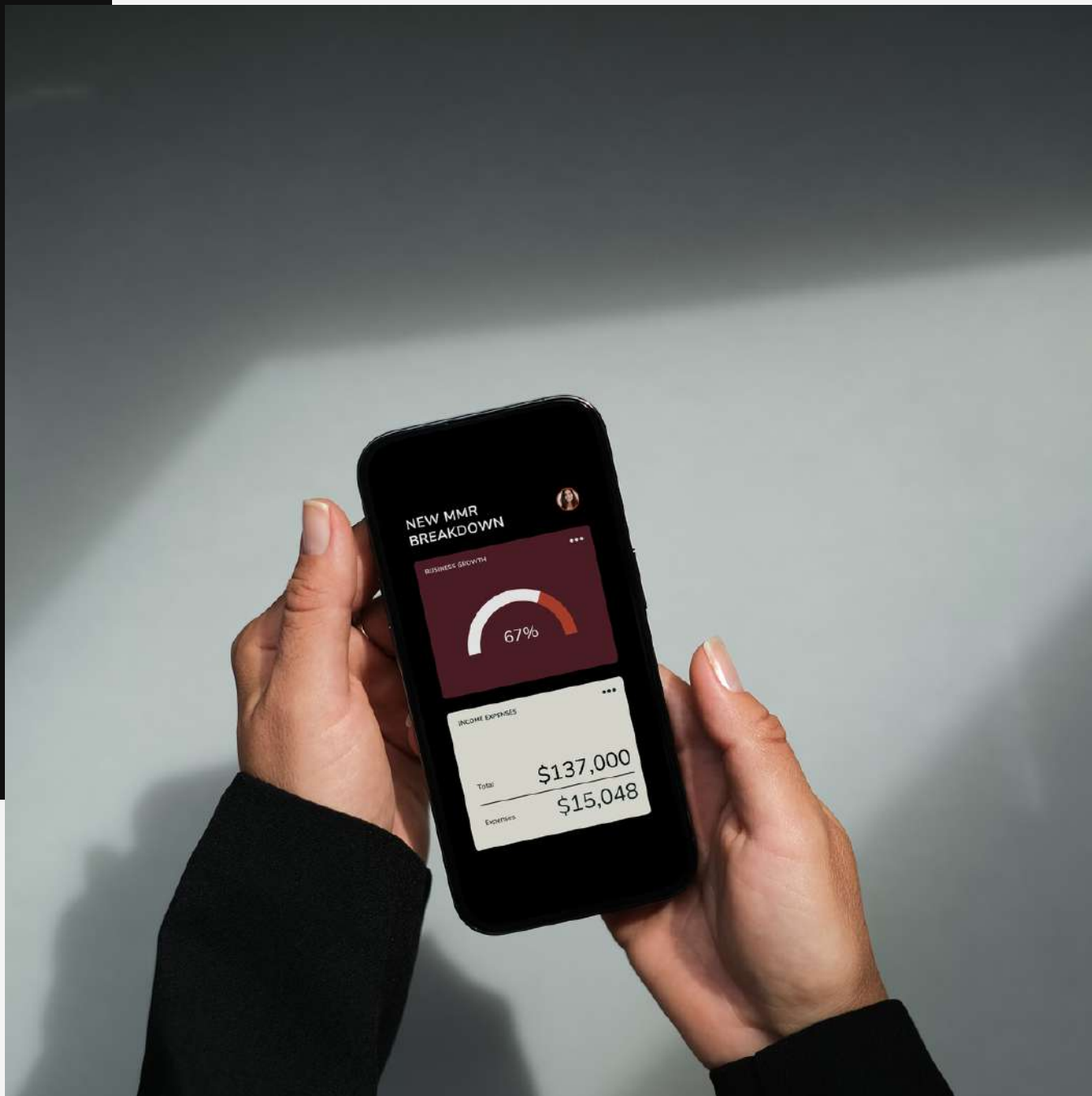
วิธีการทำงานของ Influencer

- รีวิวสินค้าและบริการ
- กด Like หรือ Share เพื่อเพิ่มการเข้าถึง
- ลงรูปภาพ
- ลงคลิปวิดีโอ
- โฆษณาสินค้าและบริการ
- ร่วมทำ Campaign กับแบรนด์
- ร่วมงาน Event หรือกิจกรรมของแบรนด์
- Live Streaming เพื่อโปรโมตสินค้า
- สร้างคอนเทนต์ร่วมกับแบรนด์ (Branded Content)



Influencer Marketing

- Influencer Marketing คือ กลยุทธ์การตลาดบนสื่อสังคมออนไลน์ที่แบรนด์ใช้บุคคลที่มีอิทธิพลในการเข้าถึงกลุ่มผู้ติดตาม โดย Influencer จะได้รับค่าตอบแทนเพื่อแนะนำ สนับสนุน หรือโปรโมตสินค้าและบริการให้กับผู้ชมของตน



Influencer Marketing

- การตลาดแบบ Influencer ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตลอดหลายปีที่ผ่านมา และยังคงเป็นหนึ่งในแนวโน้มการตลาดที่สำคัญ โดยตั้งแต่ปี 2022 นักการตลาดเกือบสามในสี่ หรือร้อยละ 72.5 ใช้ Influencer Marketing เป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์การตลาด
- แบรนด์ใช้กลุ่มผู้ติดตามของ Influencer เพื่อสร้างการรับรู้ (Awareness) และกระตุ้นยอดขาย (Sales)



Influencer Marketing

- ความไว้วางใจ (Trust) ถือเป็นปัจจัยสำคัญของการตลาดยุคใหม่ โดยผลการศึกษาของ Nielsen พบว่า ผู้บริโภคเชื่อถือ Earned Media เช่น รีวิว คำแนะนำ และการบอกต่อจากบุคคลอื่น มากกว่าการโฆษณารูปแบบอื่น ๆ
- ดังนั้น Influencer Marketing จึงตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการข้อมูลจากแหล่งที่น่าเชื่อถือ และได้รับคำแนะนำจากบุคคลที่ตนติดตาม

WORKSHOP

- หา Influencer ที่ใช้ตัวเองทำ Personal Branding 1 คน
- อธิบายว่าเป็น Influencer ประเภทไหน และสายไหน
- ทำแบรนด์อะไร
- ใช้วิธีไหนโปรโมทแบรนด์

A person is sitting on a dark-colored chair with a cane backrest. They are wearing a dark long-sleeved shirt, light-colored trousers, and white sneakers with tan soles. They are holding a dark tablet with both hands, and a white stylus is resting on top of it. The background is a simple, light-colored wall. The text "End Part 1" is overlaid in the center in a large, white, sans-serif font.

End Part 1