

Apisara Yuttharot

Content Matrix



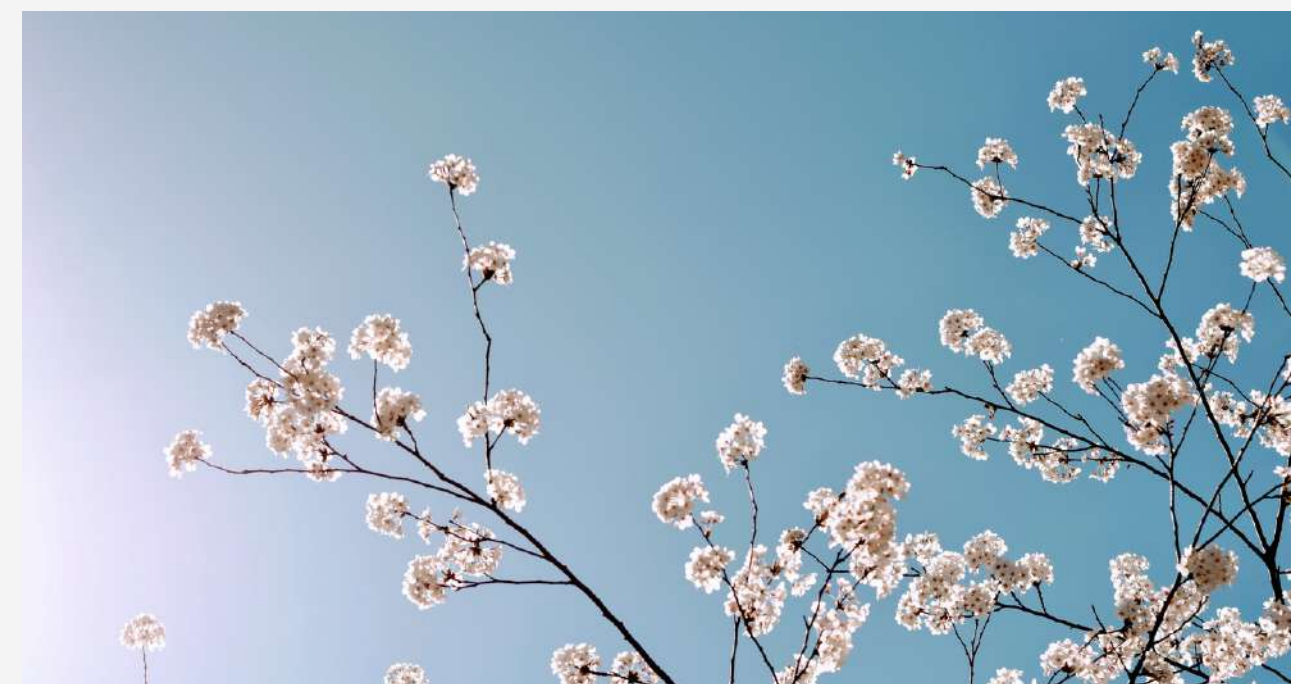


TABLE OF CONTENT

- **CONTENT PILLARS**
- **VIDEO CONTENT**
HERO, HUB AND
HELP



CONTENT PILLARS



Content Pillars

- Dave Chaffey ได้จำแนกเมตริกสำหรับการประเมินผลการตลาดด้วยเนื้อหา (Content Marketing Metrics) ออกเป็น 4 ด้านสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคในแต่ละขั้นตอน และสามารถใช้วัดประสิทธิภาพของเนื้อหาในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคตลอดเส้นทางการตัดสินใจซื้อ (Customer Journey) ได้อย่างเป็นระบบ



Content Pillars



1. Entertain
(การสร้างความบันเทิง)



2. Educate
(การให้ความรู้)



3. Inspire
(การสร้างแรงบันดาลใจ)



4. Convince
(การชักจูงและสร้างความเชื่อมั่น)

1. Entertain

- การสร้างความบันเทิง (Entertain) เป็นองค์ประกอบสำคัญที่เหมาะสมสำหรับช่วงเริ่มต้นของเส้นทางการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค หรือขั้นการรับรู้ (Awareness Stage)
- โดยมีเป้าหมายเพื่อดึงดูดความสนใจและสร้างอารมณ์ร่วมกับผู้บริโภคผ่านเนื้อหาที่มีความสนุกสนาน น่าสนใจ และสามารถจดจำได้ง่าย
- ตัวอย่างเนื้อหาที่อยู่ในกลุ่มนี้ ได้แก่ วิดีโอที่ผลิตโดยแบรนด์ เกม กิจกรรมการแข่งขัน กิจกรรมถาม-ตอบ (Q&A) ตลอดจนเนื้อหาในรูปแบบไวรัล (Viral Content) ที่สามารถกระจายการรับรู้ไปยังผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว

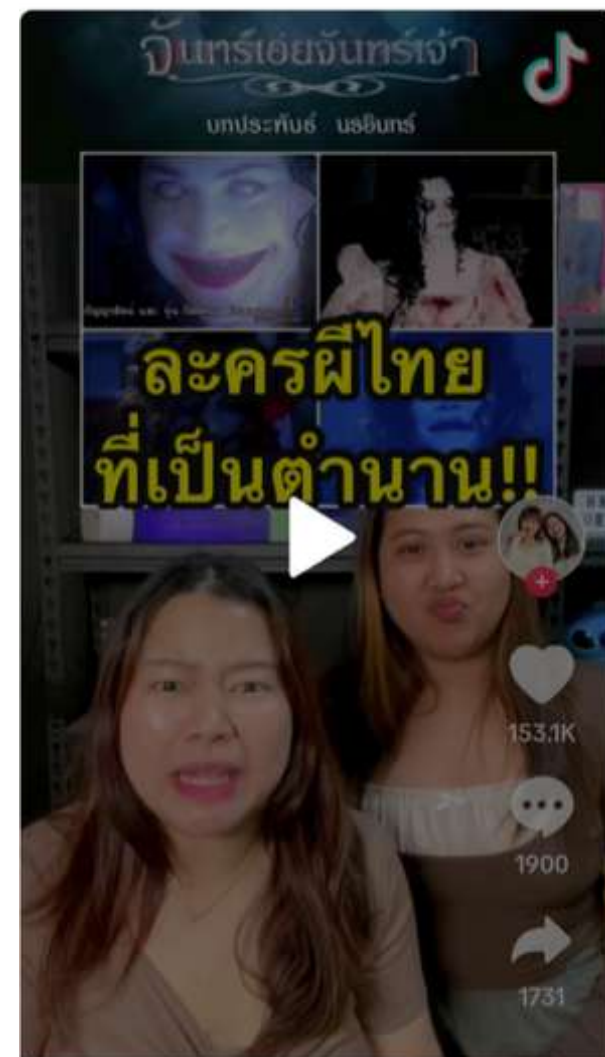
Content



on TikTok Watch now

@hnukriwa

ดูแล้วอยากห่มหัวคน!! #เรื่องนี้ต้องเล่า
#เรื่องนี้ต้องดู #บันเทิงtiktok #Ti ...See more
♪ เสียงต้นฉบับ - หนูกไรวะ? - หนูกไรวะ?



on TikTok Watch now

@hnukriwa

ละครผีไทยที่เป็นตำนาน!! #บ่วง #ผีอแพ
#จันทร์เอ๋ยจันทร์เจ้า #ผีกรรมนิย ...See more
♪ Sounds like a mystery music box -
Yohei



s on TikTok Watch now

@hnukriwa

มาจ้าา หนังที่แอบแม่ดู EP.2 #หนูกไรวะ
#Hnukriwa #เรื่องนี้ต้องดู #บันเทิ ...See more
♪ เสียงต้นฉบับ - หนูกไรวะ? - หนูกไรวะ?



citing videos on TikTok Watch now

@hnukriwa

EP.1 ตัวละครนำร่าคาญ ##หนูกไร
วะ##บันเทิงtiktok##เรื่องนี้ต้อง ...See more
♪ เสียงต้นฉบับ - หนูกไรวะ? - หนูกไรวะ?



2. Educate

- การให้ความรู้ (Educate) เป็นองค์ประกอบที่เหมาะสมสำหรับช่วงการรับรู้ (Awareness Stage) ในเส้นทางการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเช่นเดียวกัน แต่เน้นการใช้เหตุผล (Rational Appeal) ในการสื่อสาร
- เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับข้อมูล ความรู้ และความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับสินค้า บริการ หรือประเด็นที่เกี่ยวข้อง เนื้อหาในกลุ่มนี้ช่วยสนับสนุนการตัดสินใจของผู้บริโภคผ่านข้อมูลที่มีประโยชน์
- ตัวอย่างเนื้อหาที่เหมาะสม ได้แก่ อินโฟกราฟิก รายงานแนวโน้มตลาดและการขาย ข่าวสารออนไลน์ การแนะนำสินค้าและบริการ วิดีโอสาธิตการใช้งานสินค้า ตลอดจนหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book) และเอกสารให้ความรู้ในรูปแบบต่าง ๆ

SAMPLE CONTENT : EDUCATE



TikTok Watch more [Watch now](#)

@nawhatstory

โรงหนังแห่งแรกของไทย!! #ศาลาเฉลิมกรุง
#บันทึกTikTok #TikTokพาดู #ว่า ...See more

♪ Minimal for news / news
suspense(1169746) - Hiraoka Kotaro



ikTok Watch more [Watch now](#)

@nawhatstory

ประเทศไทยมีชนเผ่ากินคน👹 #Halabala #ป่า
จิตหลุด #บันทึกTikTok #TikTok ...See more

♪ Mysterious and sad BGM(1120058) - S
and N

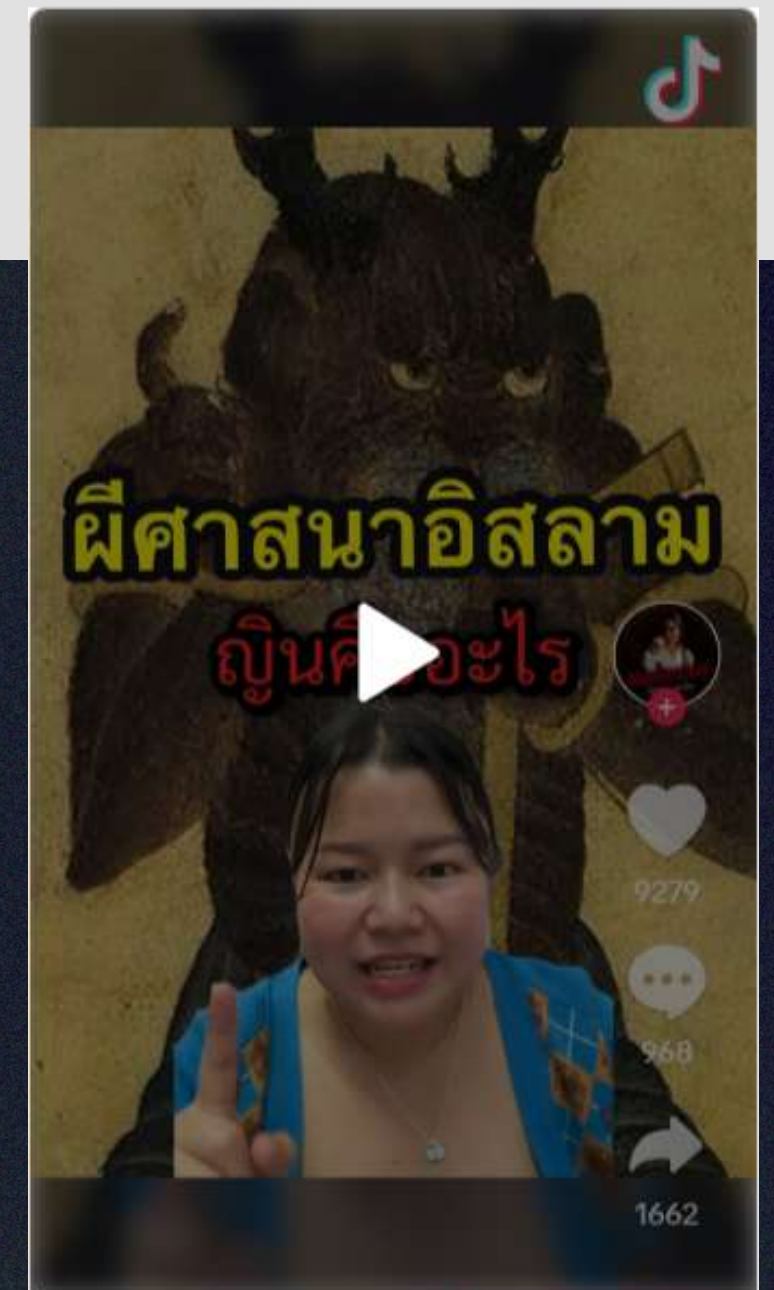


on TikTok Watch more [Watch now](#)

@nawhatstory

วัดแขกเก่าแก่มาก💖 #TikTokStorytime
#nawhatstory #เรื่องนี้ต้องดู #บ๊ ...See more

♪ Mysterious and sad BGM(1120058) - S
and N



on TikTok Watch more [Watch now](#)

@nawhatstory

ญินคืออะไร? #ญิน #บันทึกTikTok #TikTokพาดู
#เรื่องนี้ต้องดู #ว่ากันว่าน่ากลัว ...See more

♪ Mysterious and sad BGM(1120058) - S
and N

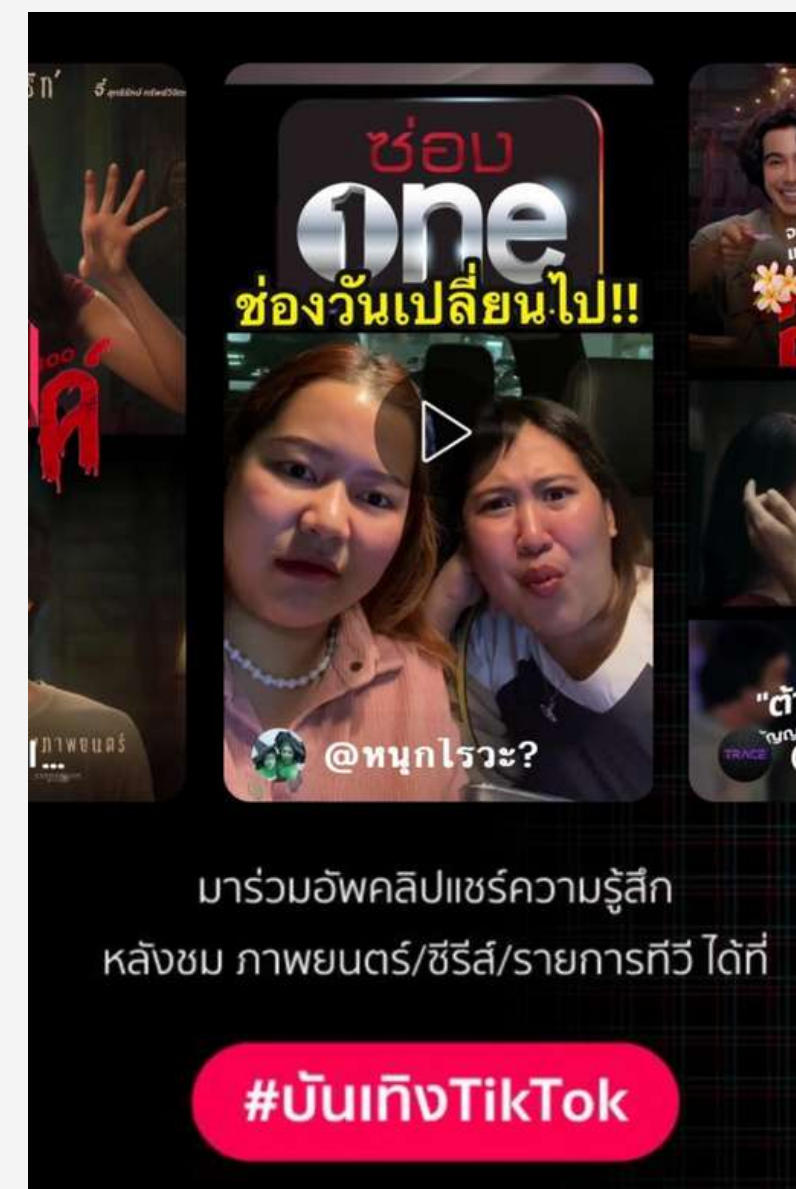
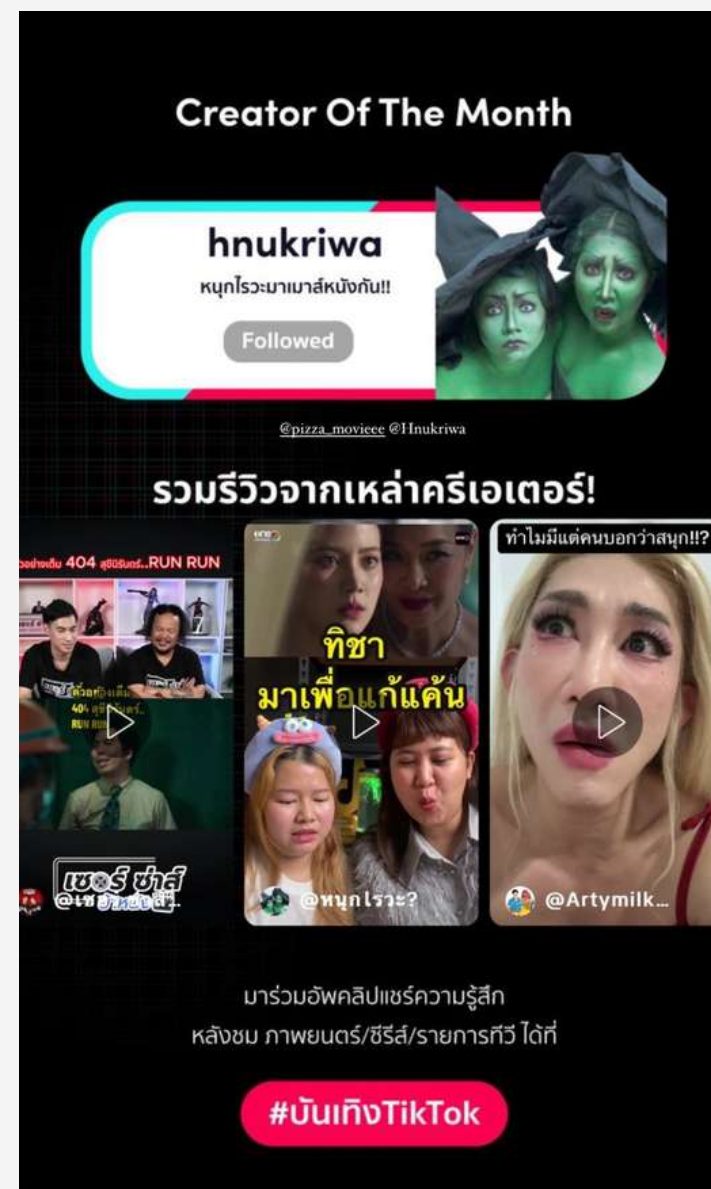
3. Inspire

- การสร้างแรงบันดาลใจ (Inspire) เป็นองค์ประกอบที่มุ่งเน้นการจูงใจผู้บริโภคผ่านอารมณ์ ความรู้สึก และคุณค่าที่รับรู้ได้ (Emotional Appeal)
- เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกเชื่อมโยง เห็นประโยชน์ และเกิดทัศนคติเชิงบวกต่อแบรนด์ จึงมีความเหมาะสมกับช่วงการพิจารณาและการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค
- เนื้อหาในกลุ่มนี้มักมุ่งสร้างแรงบันดาลใจ ความเชื่อมั่น และความผูกพันกับแบรนด์
- ตัวอย่างเนื้อหาที่เหมาะสม ได้แก่ การใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงหรือผู้ทรงอิทธิพล (Influencers) ในการรับรองผลิตภัณฑ์ การสร้างชุมชนออนไลน์ (Online Community) รวมถึงการนำเสนอเรื่องราวและข่าวสารออนไลน์ที่สามารถสร้างแรงบันดาลใจและกระตุ้นความรู้สึกร่วมของผู้บริโภคได้

TikTok Awards



TikTok Hub



4. Convince

- การชักจูง (Convince) เป็นองค์ประกอบที่เหมาะสมสำหรับช่วงการตัดสินใจซื้อ (Purchase Stage) ของผู้บริโภค โดยเน้นการใช้เหตุผล (Rational Appeal)
- เพื่อสร้างความเชื่อมั่น ลดความลังเล และสนับสนุนให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหรือบริการ
- เนื้อหาในกลุ่มนี้มุ่งนำเสนอข้อมูลที่มีความชัดเจน น่าเชื่อถือ และสามารถตอบข้อสงสัยของผู้บริโภคได้อย่างครบถ้วน
- ตัวอย่างเนื้อหาที่เหมาะสม ได้แก่ กรณีศึกษา (Case Study) การนำเสนอคุณลักษณะและคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ การสาธิตการใช้งานสินค้า ข้อมูลและคู่มือด้านราคา ตลอดจนวิดีโอสาธิตผลิตภัณฑ์ ซึ่งช่วยให้ผู้บริโภคเห็นคุณค่าและประโยชน์ของสินค้าได้อย่างเป็นรูปธรรม

Content Convince



ons on TikTok

Watch

Watch now

@hnukriwa

ว้าวมากกก #DisneyOnIceBKK2026 #ดิสนีย์
ออนไอซ์ #บันเทิงTikTok #หนุเกระ ...See more
♪ เสียงต้นฉบับ - หนุเกระ? - หนุเกระ?



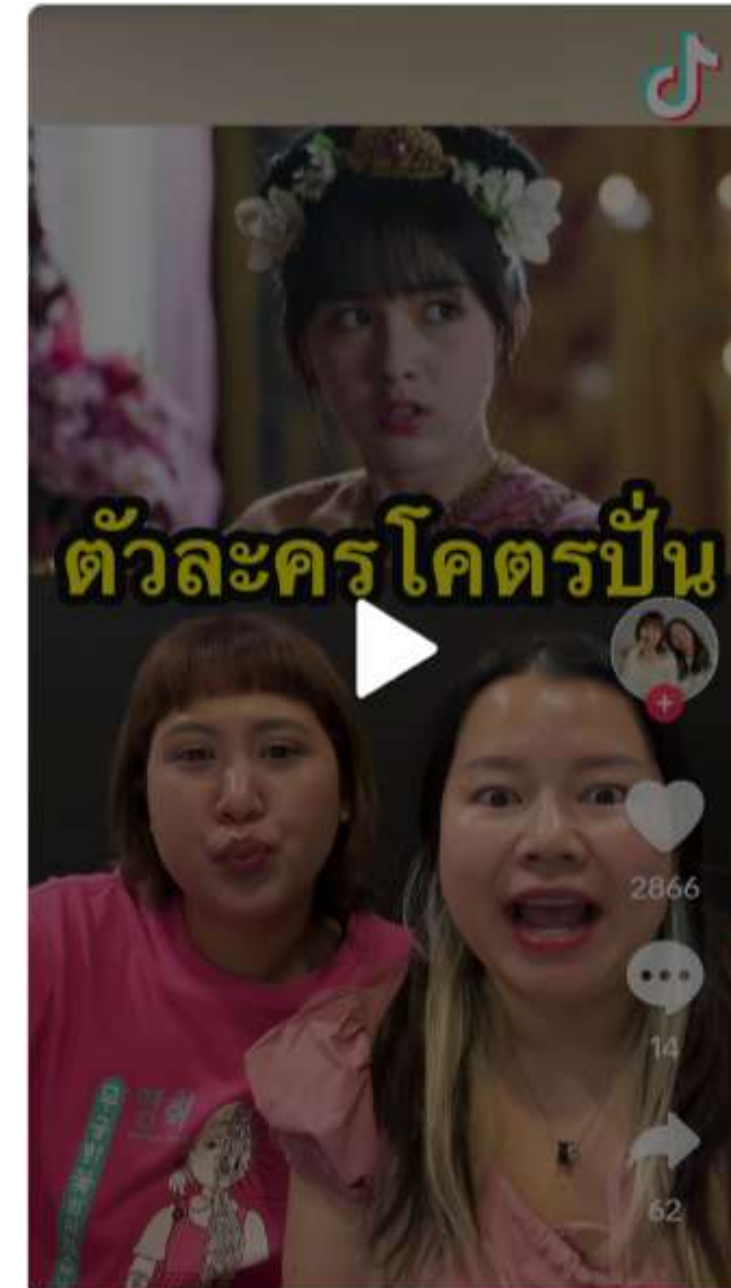
TikTok

Watch more

Watch now

@hnukriwa

Crybaby สุดคิ้วท์ที่ออกแบบเอง!! #Apple50
#หนุเกระ #บันเทิงtiktok #Hnu ...See more
♪ เสียงต้นฉบับ - หนุเกระ? - หนุเกระ?



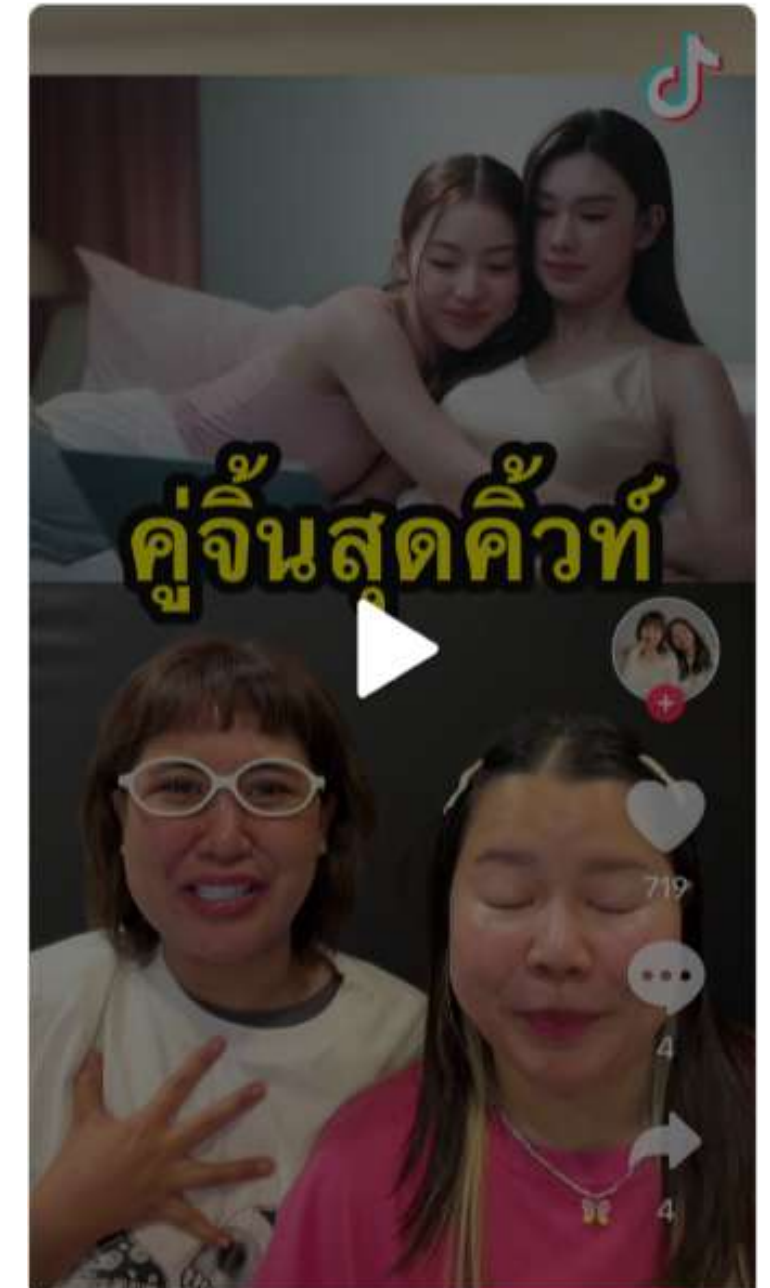
TikTok

Watch more

Watch now

@hnukriwa

ตัวละครโคตรป็น ต้องดูแล้วที่ TrueVisions
NOW ทุกวันพฤหัสบดี เวลา 19.0 ...See more
♪ เสียงต้นฉบับ - หนุเกระ? - หนุเกระ?



on TikTok

Watch m

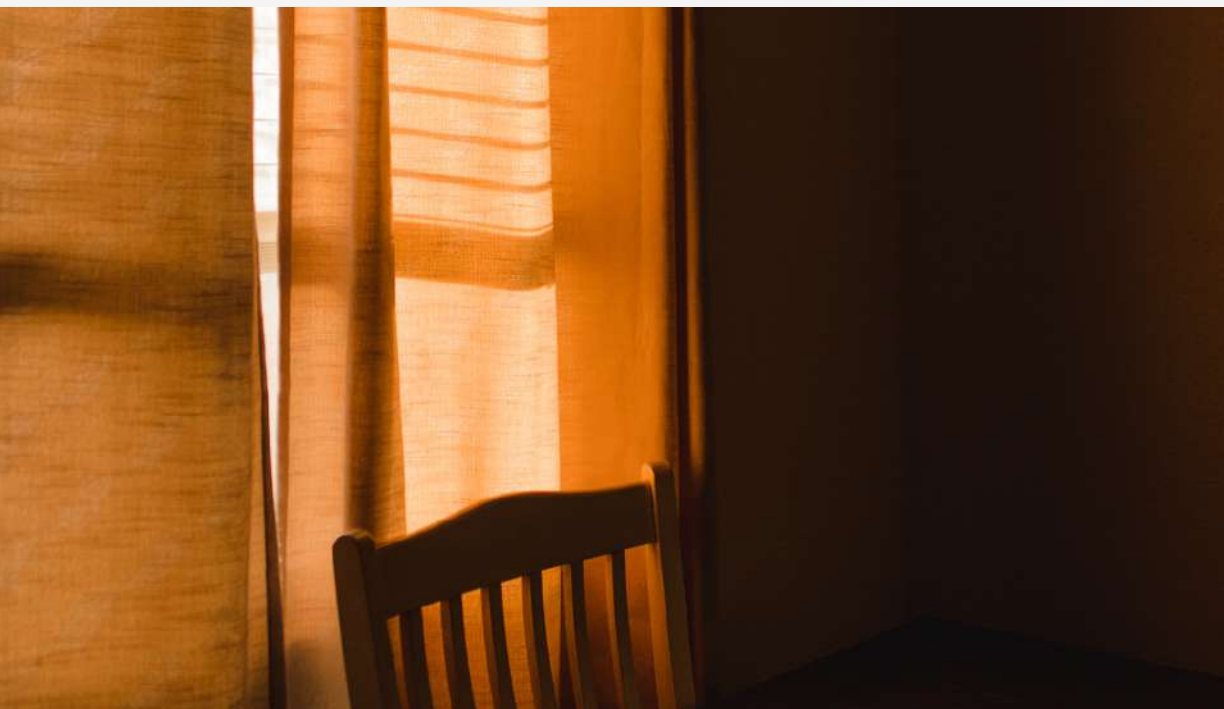
Watch now

@hnukriwa

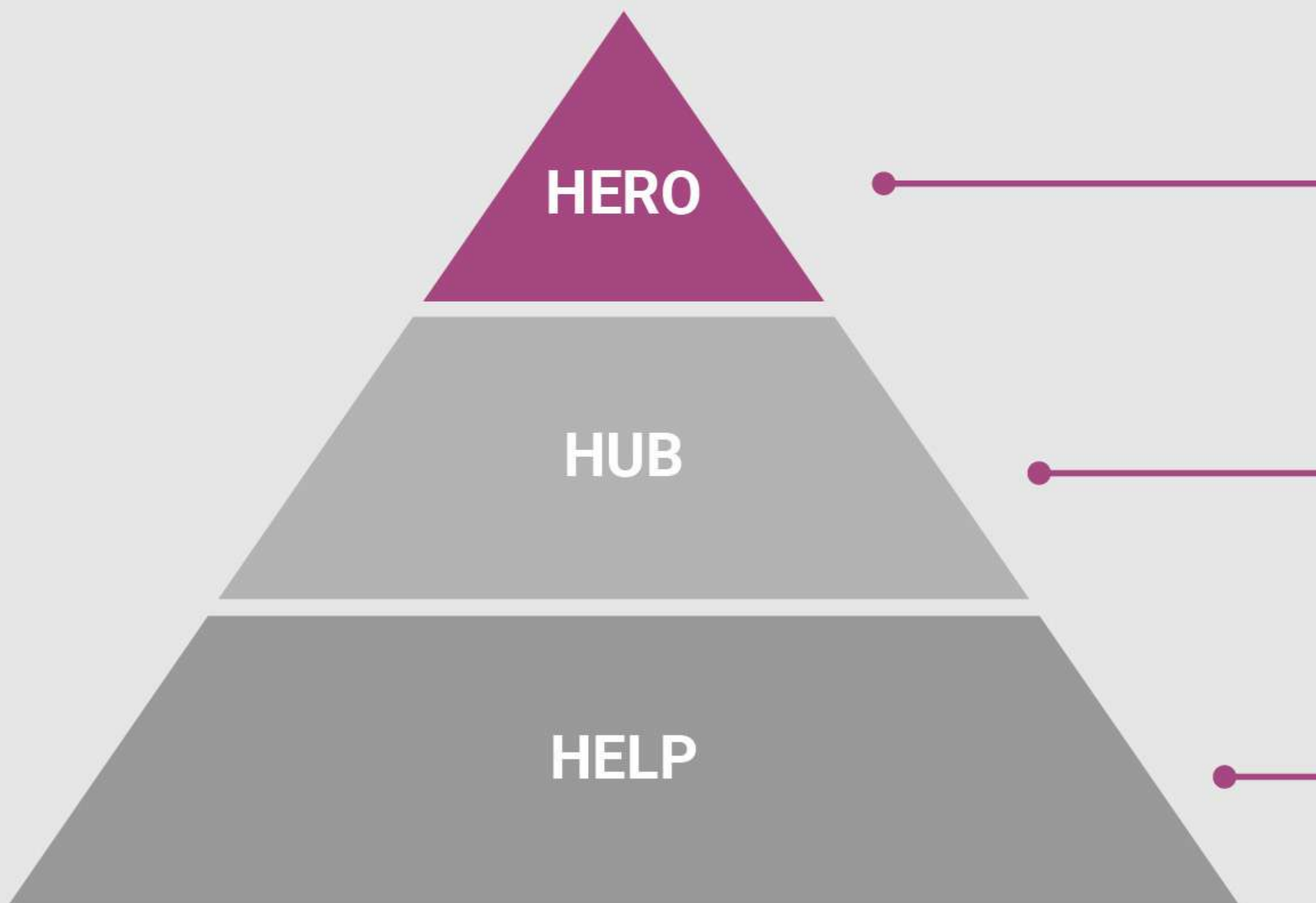
ใครอยากเจอสิน่าหมิวต้องรีบแล้ว!! ☑️ #5วันผิว
จ๋าเสียงโกล้งโกลว #वासलिनकु ...See more
♪ เสียงต้นฉบับ - หนุเกระ? - หนุเกระ?



VIDEO CONTENT HERO, HUB AND HELP



HERO-HUB-HELP CONTENT PYRAMID



HERO

High impact videos focused on building brand awareness.

- TV Advertisements
- Brand Films
- New Product Launches

HUB

Evergreen content encouraging interaction and engagement.

- Video series
- Behind the scenes
- News stories

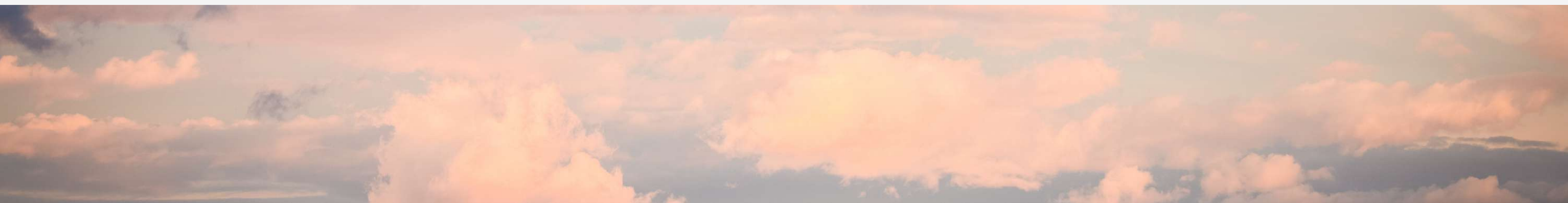
HELP

'Always on' content that is highly sharable and optimised for search

- How-to videos
- Case studies
- Product demonstrations

Hero Content

- เนื้อหาที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้คนในวงกว้างและสร้างการรับรู้ให้กับแบรนด์ (Brand Awareness)
- มักเป็นเนื้อหาขนาดใหญ่ที่มีการเล่าเรื่อง (Storytelling) อย่างทรงพลัง เต็มไปด้วยอารมณ์ ความรู้สึก และความติดสร้างสรรค์ เพื่อสร้างความประทับใจและกระตุ้นให้เกิดการแชร์ต่อในวงกว้าง
- เนื้อหาประเภทนี้มักมีลักษณะเฉพาะเจาะจง เน้นความบันเทิงและการสร้างประสบการณ์ร่วมทางอารมณ์ให้กับผู้ชม ส่งผลให้สามารถเข้าถึงผู้คนจำนวนมากได้ในระยะเวลาอันรวดเร็ว
- ต้องใช้งบประมาณและทรัพยากรในการผลิตค่อนข้างสูง และมักถูกใช้ในโอกาสสำคัญหรือแคมเปญขนาดใหญ่ของแบรนด์



Hub Content

- เนื้อหาที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อรักษาความสัมพันธ์และสร้างการมีส่วนร่วม (Engagement) กับกลุ่มเป้าหมายที่รู้จักแบรนด์แล้ว หลังจากผู้บริโภคได้รับรู้และเกิดความตระหนักต่อแบรนด์จาก Hero Content เนื้อหาในรูปแบบ Hub จะมุ่งนำเสนอเรื่องราวที่สอดคล้องกับความสนใจ ความต้องการ และพฤติกรรมของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง
- เนื้อหามีลักษณะเป็นการให้ข้อมูล ความรู้ หรือความบันเทิงในรูปแบบที่ผู้ชมสามารถติดตามได้เป็นประจำ เช่น การแนะนำสินค้า การให้ข้อมูลเกี่ยวกับราคา การแบ่งปันประสบการณ์ หรือการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับไลฟ์สไตล์ของกลุ่มเป้าหมาย จึงเหมาะกับช่วงการพิจารณาและประเมินทางเลือก (Consideration Stage) ในเส้นทางการตัดสินใจของผู้บริโภค
- การผลิต Hub Content จำเป็นต้องอาศัยการวิเคราะห์ความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อนำมาพัฒนาเป็นเนื้อหาที่สามารถนำเสนอได้อย่างต่อเนื่องในหลายตอนหรือหลายรูปแบบตามช่วงเวลาที่กำหนด ซึ่งช่วยสร้างความคุ้นเคย ความผูกพัน และการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคกับแบรนด์ในระยะยาว

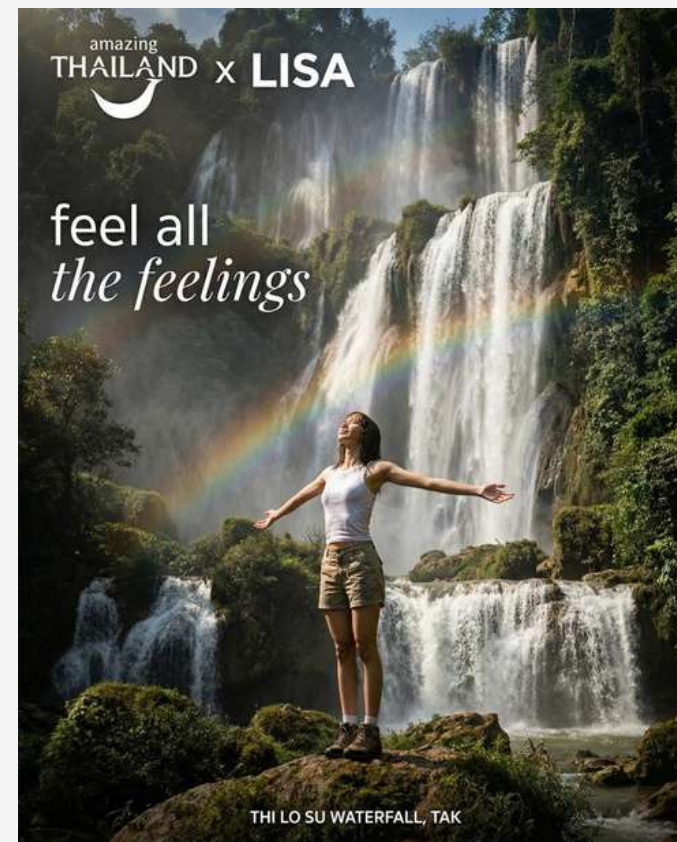
Help Content

- เนื้อหาที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อตอบคำถาม แก้ปัญหา หรือให้ข้อมูลที่ผู้บริโภคมำลังค้นหาโดยตรง โดยมีเป้าหมายเพื่อเติมเต็มความต้องการเฉพาะด้านของผู้บริโภคในช่วงเวลาที่ต้องการข้อมูลหรือคำแนะนำ เนื้อหาประเภทนี้อาจผลิตโดยแบรนด์เอง หรือร่วมมือกับผู้สร้างเนื้อหา (Content Creator/YouTuber) ในการผลิตและเผยแพร่
- จุดเด่นคือ ผู้บริโภคมักเป็นฝ่ายค้นหาเนื้อหาเหล่านี้ด้วยตนเองผ่านเครื่องมือค้นหา (Search Engine) หรือแพลตฟอร์มต่าง ๆ เมื่อเกิดข้อสงสัยหรือมีความต้องการเฉพาะด้าน ดังนั้น Help Content จึงช่วยให้แบรนด์สามารถสื่อสารกับผู้บริโภคในลักษณะที่เป็นธรรมชาติ ตอบสนองความต้องการได้ตรงจุด และสร้างความน่าเชื่อถือในฐานะแหล่งข้อมูลที่มีคุณค่า
- เนื้อหาประเภทนี้มักอยู่ในรูปแบบของการรีวิวสินค้า คลิปสอนใช้งาน (How-to) คู่มือการใช้งาน การให้บริการลูกค้า บทความในบล็อก (Blog) อินโฟกราฟิก (Infographic) พอดแคสต์ (Podcast) รวมถึงเนื้อหาที่ได้รับการออกแบบเพื่อรองรับการค้นหาผ่าน Search Engine Optimization (SEO)
- การสร้าง Help Content ที่มีประสิทธิภาพจำเป็นต้องอาศัยการศึกษาความต้องการ ปัญหา และพฤติกรรมการค้นหาของผู้บริโภค เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาพัฒนาเป็นเนื้อหาที่สามารถตอบคำถามและแก้ไขปัญหาได้อย่างตรงประเด็น

Hero Content



Hub Content



Help Content



12 แลนด์มาร์ค ตามรอย ลิซ่า Amazing Thailand
แคมเปญ feel all the feelings

Help Content

📍 ภาคเหนือ สัมผัสวิถีล้านนา และสายหมอก

1. วัดเจ็ทเฒ่าหลวง จ.เชียงใหม่



วัดเก่าแก่กลางเมืองล้านนาตั้งมาไม่กี่ปีกลับมาด้วยวิถีชีวิตของภาคเหนือ แลพบวัดที่ศรัทธาตั้งใจกลางเมืองเชียงใหม่ ที่ศิขิ ได้มาจุดเทียนทำบุญกลางบวรวิหาร "พระเจดีย์เมือง" หรือพระเจดีย์ดอกกระดังงาทางล้านนา หนึ่งในเทศกาลสำคัญของภาคเหนือ ซึ่งจัดขึ้นในเดือนพระจันทร์เต็มดวงในเดือนพฤศจิกายน เจดีย์โบราณที่มีประวัติมาไม่ด้วยพลังศรัทธาและความงดงามที่โดดเด่นเฉพาะตัวไว้ได้จริงๆ

2. วัดภูมินทร์ จ.น่าน



ไปดูภาพจิตรกรรมฝาผนังระดับโลก "น่านบ้านล้านนา" หรือภาพพระชินราชชินโลก เป็นที่ดึงดูดสายตาและความศรัทธา และเสน่ห์ของของวัฒนธรรมทางเหนือได้อย่างดีเยี่ยม

📍 ภาคตะวันออก & ภาคใต้ ความอิสระแห่งทะเลไทย

11. เกาะทะลุ จ.ระยอง



สวรรค์ของคนที่รักทะเลตะวันออก น้ำใสแจ๋ว มีช่องหินธรรมชาติที่ถ้ำอยู่ใต้น้ำ และยังเป็นจุดดำน้ำที่สวยและปลอดภัย

12. เสมิตบางชี จ.พังงา



จุดชมวิวมารพ่องาที่สวยงามและมหัศจรรย์ ชามพระอาทิตย์ขึ้นที่มีคือที่สุดของความประทับใจ โอบล้อมด้วยภูเขาที่ปกคลุมใหญ่ ดัดเส้นด้วยป่าโกงกางสีเขียวสด ในยามที่พระอาทิตย์ตกดิน ท้องแสงสีทองแรกขึ้นจากด้านหลังสะพานเขา

📍 ภาคเหนือตอนล่าง ความอลังการของธรรมชาติ และศรัทธา

7. น้ำตกทีลอซู จ.ตาก



น้ำตกทีลอซูที่ใหญ่ และสวยที่สุดในเมืองไทย สายน้ำที่ไหลลดหลั่นเป็นชั้นๆ ท่ามกลางป่าสนมรดก ฝีมือช่างของธรรมชาติใหญ่ที่ธรรมชาติมอบให้

8. วัดพระธาตุผาซ่อนแก้ว จ.เพชรบูรณ์



วัดสวยบนเขาเผือกที่โดดเด่นด้วยพระพุทธรูปเจ้า 5 องค์สีขาวสะอาดตา และเจดีย์ที่มีประดับด้วยเครื่องเบญจรงค์หลากสี ท่ามกลางขุนเขาสลับซับซ้อน ยิ่งถ้ามาช่วงเช้าที่มีทะเลหมอกปกคลุม จะเหมือนอยู่บนสวรรค์จริงๆ

📍 ภาคอีสาน มนต์เสน่ห์แห่งอีสาน

5. ทะเลบัวแดง จ.อุดรธานี



หนึ่งในจุดสุดไวรัล คือการส่องเรือชมพญาคบบัวสีชมพูที่บานสะพรั่งเต็มผืนน้ำท่ามกลางแสงเช้า เป็นความรู้สึกสงบที่หาพริ้วกับสิ่งมีชีวิตที่สุดของภาคอีสาน ดอกบัวตงขึ้นบานดอกบานสะพรั่งเต็มผืนน้ำ กลายเป็น ทะเลบัวแดงอันงดงาม รวากับถูกฉกด้วยพญาคบบัวใหญ่สุดลูกหูลูกตา

📍 ภาคกลาง ความงดงามเหนือกาลเวลา

10. วัดอรุณราชวรารามฯ กรุงเทพฯ



ภาพพระปรางค์วัดอรุณฯ วิถีแม่น้ำเจ้าพระยาที่เรืองรองในยามค่ำคืน คือภาพจำของประเทศไทยที่คนทั่วโลกหลงรัก และเป็นฉากหลังที่สวยงามยิ่งในยามค่ำคืนด้วย

WORKSHOP

Hero Content



WORKSHOP

- จาก Hero Content นี้ควรมี Hub และ Help Content อะไรบ้างที่สอดคล้องและสื่อถึงความเป็น Campaign เดียวกัน