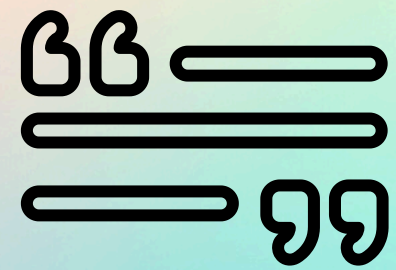


# Storytelling & Creative



Suppawan San



# Storytelling & Creative

Creative - ทำงานแบบ Make to Order ไม่มีอิสระ รับผิดชอบต่อลูกค้าโดยตรง และต้องปฏิบัติตามที่แบรนด์กำหนด

Creator - เปรียบเสมือน Omakase มีความเป็นตัวเองสูง และมีฐานผู้ติดตามอยู่แล้ว

# Storytelling & Creative

"Videos for Comercial ในยุคนี้วิดีโอสำคัญที่สุด  
เพราะถือเป็นโปรดักต์ที่มีผลประโยชน์ร่วมมากที่สุด  
จากการดูซ้ำเรื่อย ๆ จนนำไปสู่การสร้างรายได้เพิ่ม"

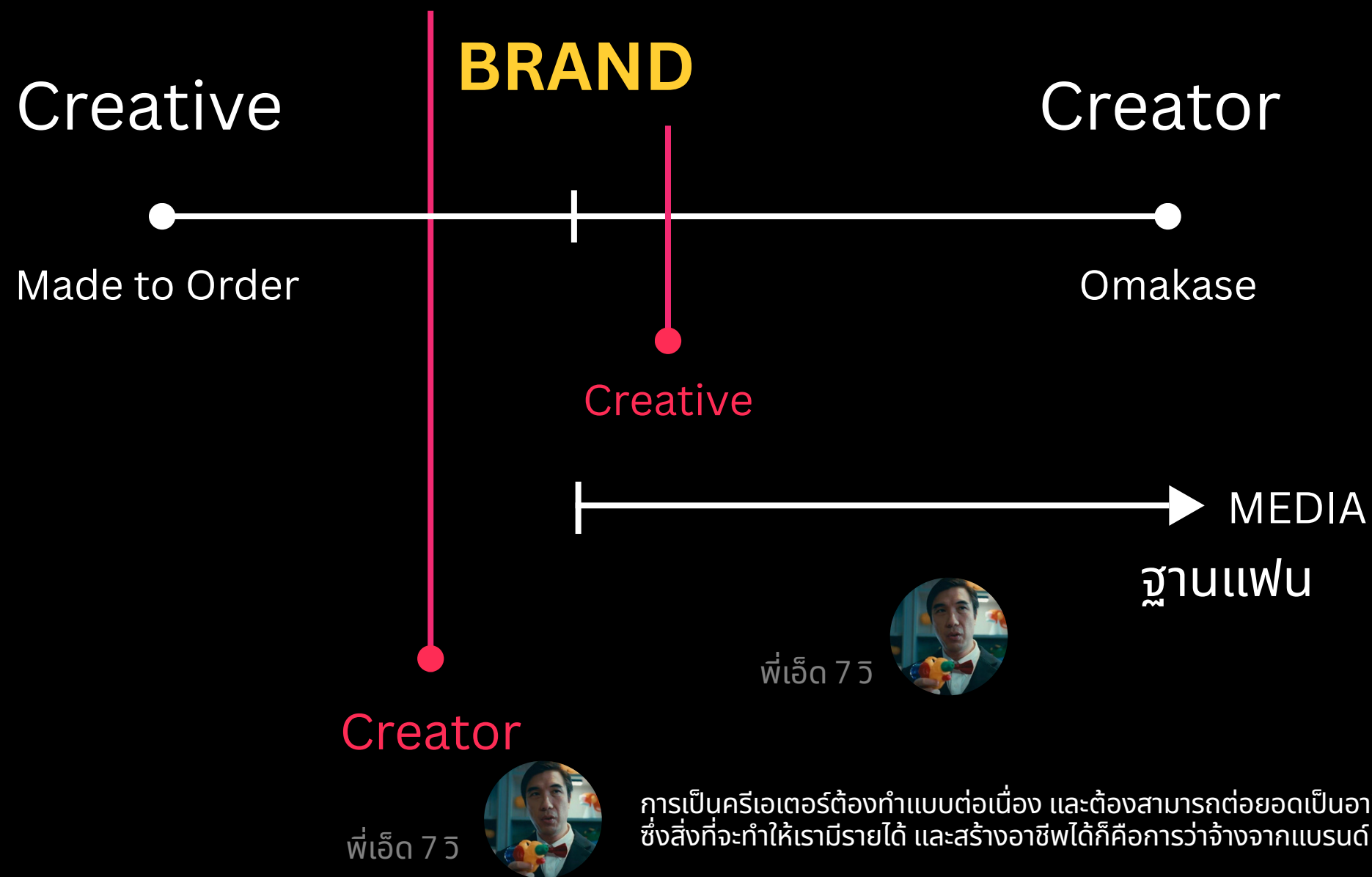
# Storytelling & Creative

...

Creative Solution for Creators เปลี่ยนวิธีคิดแบบคนครีเอทีฟ

Chapter 2

Storytelling & Creative



ต่อ พินอน่า  
ผู้กำกับรางวัล  
Cannes Lions

 Chapter 2

Storytelling &  
Creative

## VIDEOS FOR COMMERCIAL

Videos are shared 1200%  
more than text and links combined

กำหนดอารมณ์การฟังได้มาก ผลประโยชน์ร่วม  
แหล่งรายได้ เพราะฉะนั้นทำ Videos ให้ดี

Videos ช่วย แพลตฟอร์มชอบ เพราะต้องจ่ายเงิน

 Chapter 2

Storytelling &  
Creative

**COMMUNICATION**

PEOPLE | CONTENT | CONTEXT

 Chapter 2

Storytelling &  
Creative

## COMMUNICATION

PEOPLE



CONTENT



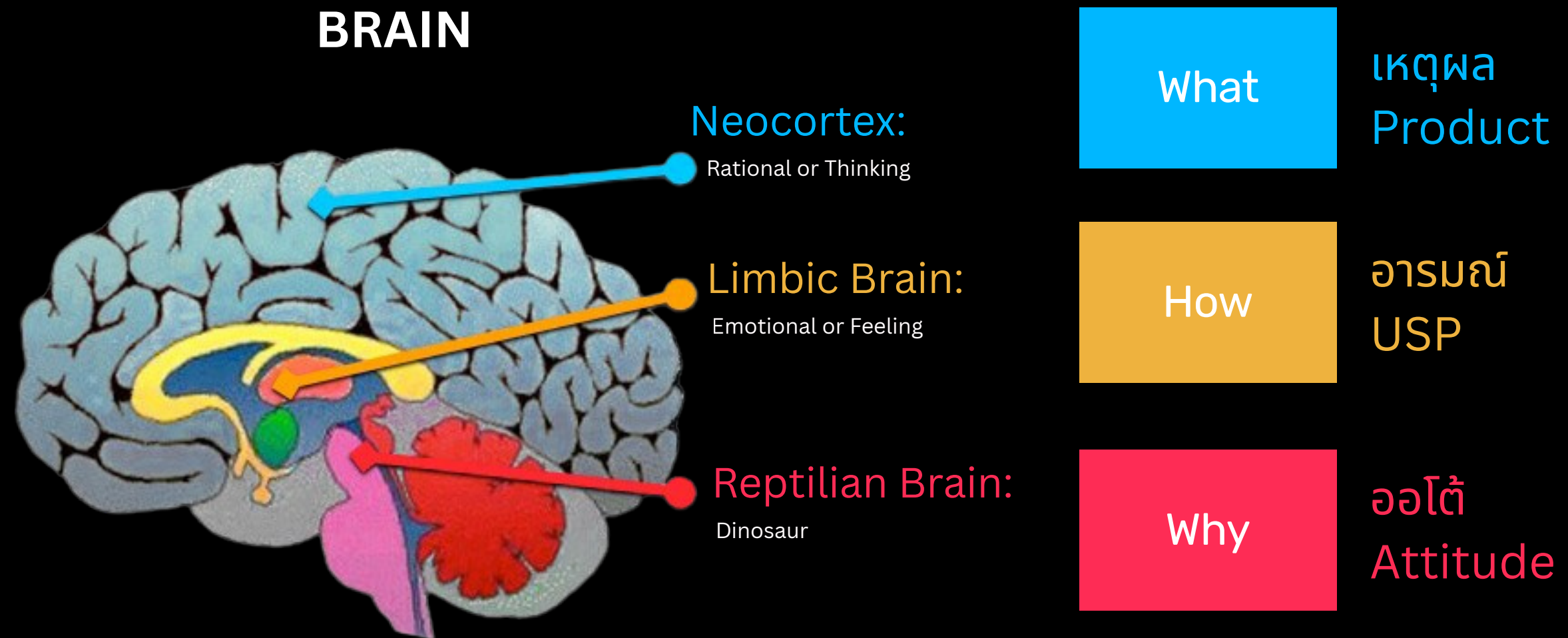
CONTEXT

คนที่เราคุยกับเรา  
ซ้ำแบบเดียวกับเรา  
Target

ปัจจัยที่ควบคุมได้  
และไม่ได้

Chapter 2

Storytelling & Creative

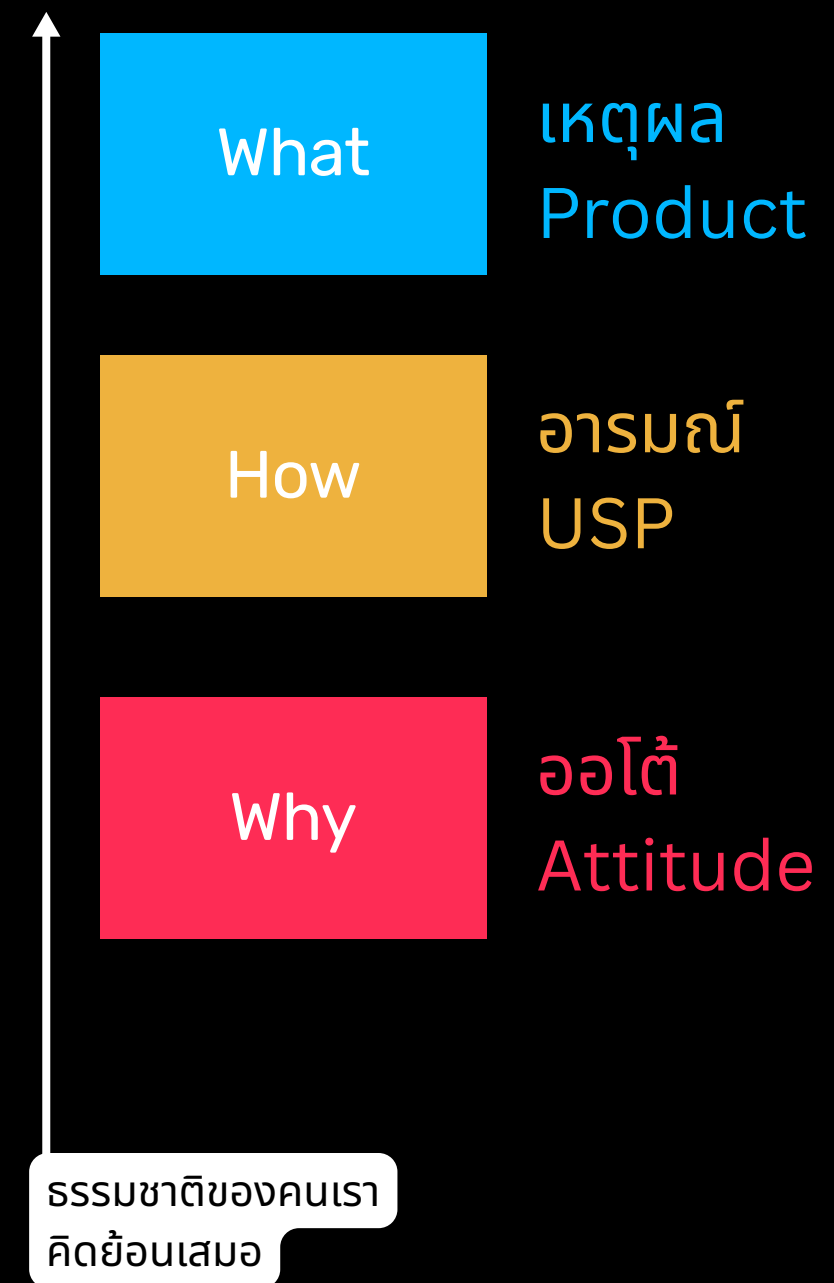


เบื้องหลังการคิดงานแบบครีเอทีฟ  
จากการทำความเข้าใจอารมณ์และสมองมนุษย์

Unique Selling Point (USP) คือเสนอการขายที่ไม่ซ้ำใคร ชัดได้เปรียบที่โดดเด่นทำให้ผลิตภัณฑ์ บริการ หรือแบรนด์แตกต่างจากคู่แข่งในสายตาของกลุ่มเป้าหมาย  
เหตุใดลูกค้าจึงควรเลือกผลิตภัณฑ์หรือบริการของคุณมากกว่าผู้อื่น PR มี Carector / USP เทียม ใส่มือ Lisa

 Chapter 2

Storytelling & Creative



เหตุผล  
Product



อารมณ์  
USP



อึดใจ  
Attitude



**Story:**

...

...

...

เหตุผล  
Product



อารมณ์  
USP



อโ้  
Attitude



Story:

เดินเข้ามา

...



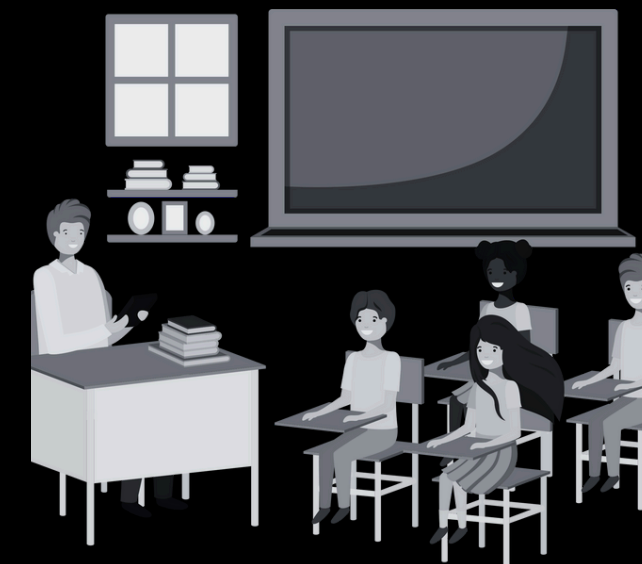
อย่างถ่อย

...



พ่อแม่ไม่สั่งสอน

...



Story :  
Board

การทำงานของสมองของมนุษย์  
เพื่อปรับใช้กับการสื่อสารผ่านคอนเทนต์

เหตุผล  
Product

**What**



อารมณ์  
USP

**How**



อโ้  
Attitude **Mood Empathy**

**Why**

**Story:**

เดินเข้ามา

...

อย่างถ่อย

...

พ่อแม่ไม่สั่งสอน

...



**Hack**

อ.บอกก่อน เค้่าหูหนวก

การทำงานของสมองของมนุษย์  
เพื่อปรับใช้กับการสื่อสารผ่านคอนเทนต์

# Storytelling & Creative

กระบวนการผลิตสื่อวิดีโอและภาพยนตร์ทั้ง 3 ขั้นตอน มีความสำคัญและเชื่อมโยงกัน การวางแผนที่ดีในขั้นตอน Pre Production จะช่วยให้การ Production ราบรื่น และส่งผลให้ขั้นตอน Post Production มีประสิทธิภาพ

## Pre-production

ประกอบด้วยขั้นตอนย่อยดังนี้

### การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย

- เพื่อให้สามารถออกแบบเนื้อหาและวิธีการนำเสนอได้เหมาะสม สอดคล้องกับความสนใจและพฤติกรรมของผู้ชม

### การกำหนดวัตถุประสงค์

- กำหนดเป้าหมายของการผลิตผลงานให้ชัดเจน ต้องการสื่อสารอะไร สร้างผลกระทบแบบใด ซึ่งจะเป็นตัวกำหนดทิศทางการทำงานในขั้นตอนต่อไป

### การเขียนบทเพื่อกำหนดลำดับการนำเสนอ

- การเขียนบทและจัดทำ Storyboard เป็นขั้นตอนสำคัญ ที่จะช่วยให้เห็นภาพรวมของผลงาน กำหนดลำดับการเล่าเรื่อง มุมกล้อง และองค์ประกอบต่างๆ อย่างเป็นระบบ

### เตรียมความพร้อมในการถ่าย

- การจัดเตรียมทีมงาน อุปกรณ์ สถานที่ถ่ายทำ และนักแสดง (ถ้ามี) รวมถึงการจัดทำตารางการถ่ายทำ เพื่อให้การทำงานในขั้นตอน Production เป็นไปอย่างราบรื่น

## Production

ขั้นตอนการถ่ายทำจริง เป็นการนำแผนงาน การเตรียมการทั้งหมดจากขั้นตอน Pre Production มาดำเนินการ โดยต้องควบคุมการถ่ายทำ ให้เป็นไปตาม Storyboard ที่วางไว้ ทั้งในด้านมุมกล้อง แสง เสียง และการแสดง ความสำเร็จของขั้นตอนนี้ขึ้นอยู่กับความพร้อมของการเตรียมงานในขั้นตอนก่อนหน้า

## Post Production

เป็นขั้นตอนหลังการถ่ายทำ ที่จะนำเอาชิ้นงานทั้งหมด มาประกอบเข้าด้วยกันเพื่อให้เกิดเป็นผลงานที่สมบูรณ์ ประกอบด้วย

### เตรียมไฟล์ทั้งหมด

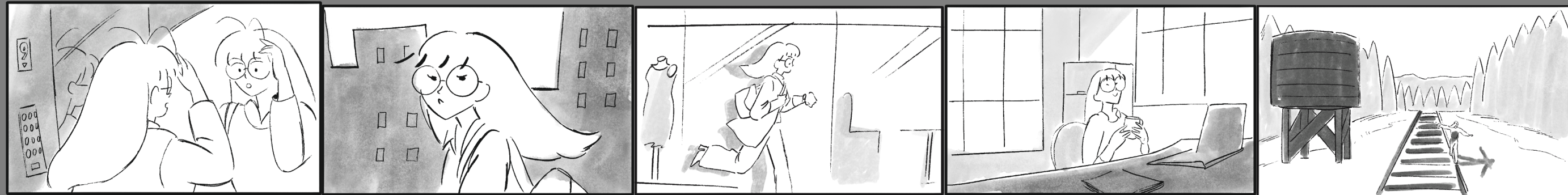
- การรวบรวมและจัดระเบียบไฟล์วิดีโอ เสียง และองค์ประกอบอื่นๆ ที่ถ่ายทำมาทั้งหมด เพื่อให้ง่ายต่อการนำมาตัดต่อ

### ตัดต่อและแปลงไฟล์

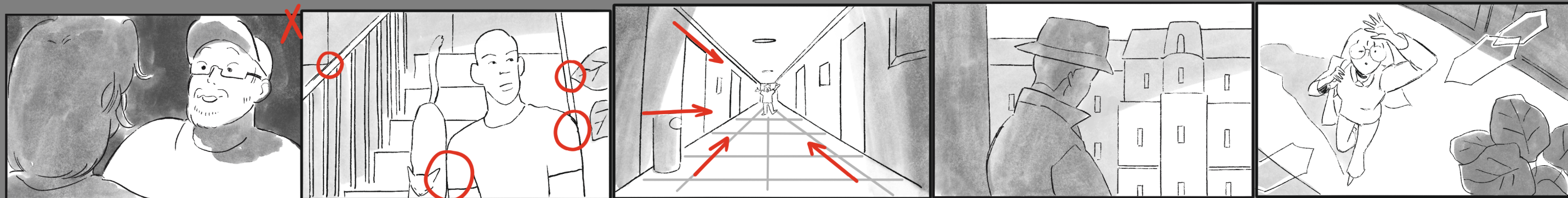
- การนำไฟล์ทั้งหมดมาตัดต่อ ใส่เอฟเฟกต์ ปรับแต่งสี เสียง และองค์ประกอบอื่นๆ ให้สมบูรณ์ ก่อนแปลงไฟล์เป็นฟอร์แมตที่เหมาะสมสำหรับการใช้งาน

# Storytelling & Creative

Storyboard: แผนภาพที่แสดงลำดับเหตุการณ์และฉากต่างๆ ในภาพยนตร์ วิดีโอ หรือแอนิเมชัน เพื่อให้ทีมงานเข้าใจเรื่องราว มุมกล้อง และรายละเอียดต่างๆ ได้อย่างชัดเจนก่อนเริ่มการผลิต



WIDE SHOT

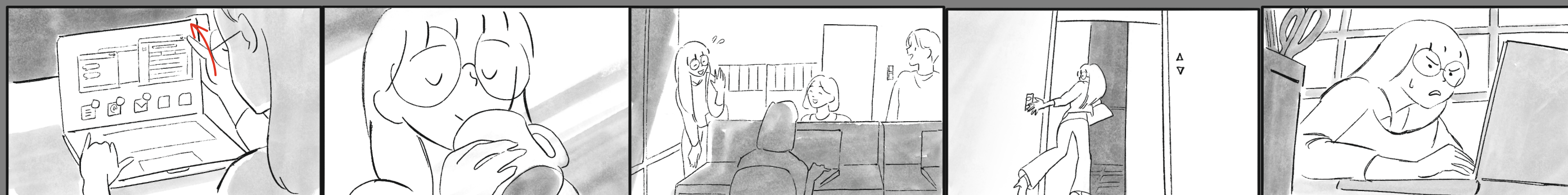


OVER THE SHOULDER

TANGENT

FOCAL POINT

MEDIUM SHOT



 Chapter 2

Storytelling &  
Creative

Consistency

ความต่อเนื่อง  
ความถี่ในการนำเสนอ

# Storytelling & Creative

## Consistency



2513

2547

2558

2563

2568

- ROAD -  
**RAMA 2**  
 2513

 Chapter 2

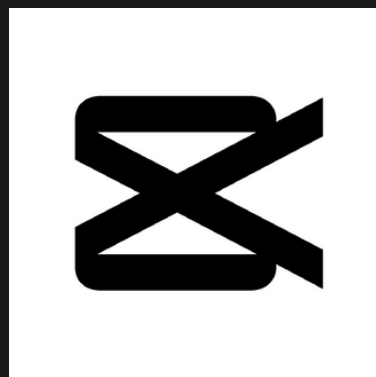
Storytelling &  
Creative

Product

จริงจัง Touch ความรู้สึก  
ห่อด้วยอารมณ์

# SEAMLESS EDITING TECHNIQUES

เครื่องมือช่วยสร้างคอนเทนต์ให้ง่ายและไวขึ้น



Capcut  
ตัดต่อ Videos



Chat GPT  
สร้าง Content  
Story แคปชั่น พร้อม  
#Hashtag



Voice  
เล่าเรื่อง ใส่เสียงเพลง  
Sound Effects