

# AAM3307

รองศาสตราจารย์ ดร.ประกายกาวีล ศรีจินดา



## ADVERTISING

and Marketing Communication

## CAMPAIGN

การวางแผนรณรงค์โฆษณาและสื่อสารการตลาด

vinSha



การวางแผนรณรงค์โฆษณาและการสื่อสารการตลาด

Advertising and Marketing Communication

Campaign



radio



television



newspaper



billboard



internet



magazine



leaflet

advertising



การวางกลยุทธ์การสื่อสาร  
(Creative & Strategic Planning)



**คำไม่ที่คำ สามารถ เปลี่ยนทิศทาง แคมเปญได้ทั้งชุด**

# INOWO

1070-855

678Acts



▶ AISPLAY





# The Workshop

Timing: October 2021



**Concept** กิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อเสริมสร้างทักษะการแสดง ให้กับนักแสดงนำ เพื่อเตรียมความพร้อมก่อนการเปิดกล้อง

**วิทยากร** ทีมผู้สอนการแสดงมืออาชีพ และผู้กำกับซีรีส์

โดยความร่วมมือระหว่าง AIS Play และ 678 Acts



ณ วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา  
ประมาณ October 2021

# Pilot Teaser

Timing: November 2021



เพื่อนพ่อแล้วไง...

เป็นที่รักได้ก็แล้วกัน



Coming soon

**Concept** เพชฌๅพระตัวอย่าง เพื่อสร้างกระแส และเรียกน้ำย่อย กับกลุ่มสาววาย ใต้ฟ้ารอกอย ผ่านช่องทาง YouTube และ Social Media อื่นๆ

**Gimmick** ปั่นกระแสสาววาย ใน Pantip และ กลุ่มสาววาย ในสื่อ Social Media ต่าง ๆ

ประมาณ November 2021

# Music Video

Timing: Jan-Feb 2022



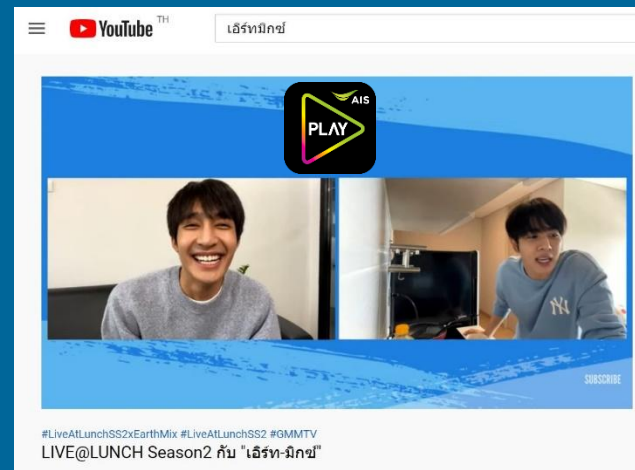
**Concept** มีวสิทวิดีโอเพลงประกอบซีรีส์ แบ่งออกเป็นเพลงเก่า(re-arrange) และเพลงใหม่ โดยอารมณ์เพลงจะอารมณ์เหงาปนคิดถึง

**Gimmick** ผ่านช่องทาง YouTube AIS Play และ Social Media ของซีรีส์ เจาะกลุ่มสาววัย



ประมาณ January - February 202

# Live



Timing: May-June 2022

**Concept** โลว์สตร สัมภาษณ์นักแสดงนำ  
ผ่านช่องทางสื่อ Social Media  
ก่อนการออกอากาศจริง 1 สัปดาห์

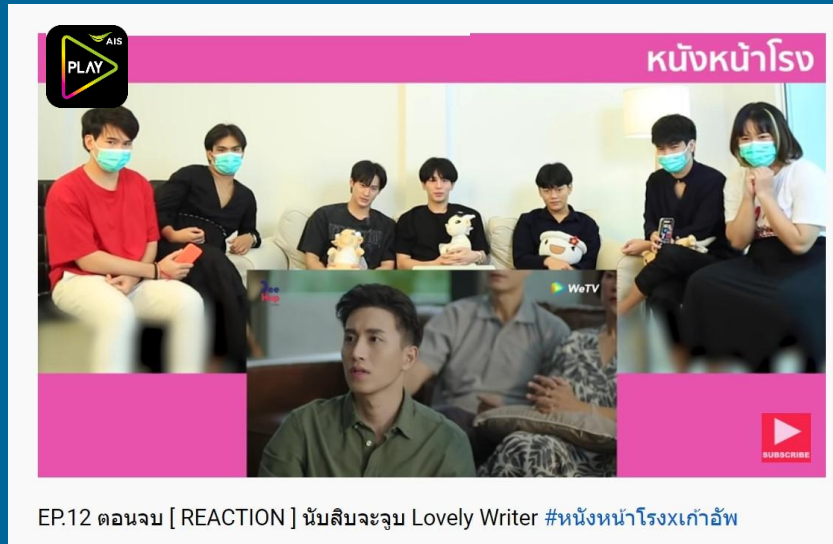
**Gimmick** ให้นักแสดง Live คู่กัน แบบสด ๆ  
ผ่าน Instagram ส่วนตัว ในระหว่างออกอากาศ

ออกอากาศช่วงประมาณ May - June 2022

# Reaction



Timing: May-June 2022



**Concept** สร้างกิจกรรม Reaction ของทีมนักแสดงในระหว่างที่ซีรีส์ออกอากาศ



**Gimmick** ผ่านรายการหนังกหน้าโรง และโดยทีมผู้ผลิตซีรีส์เอง

ออกอากาศช่วงประมาณ May - June 2022



# Fan meeting

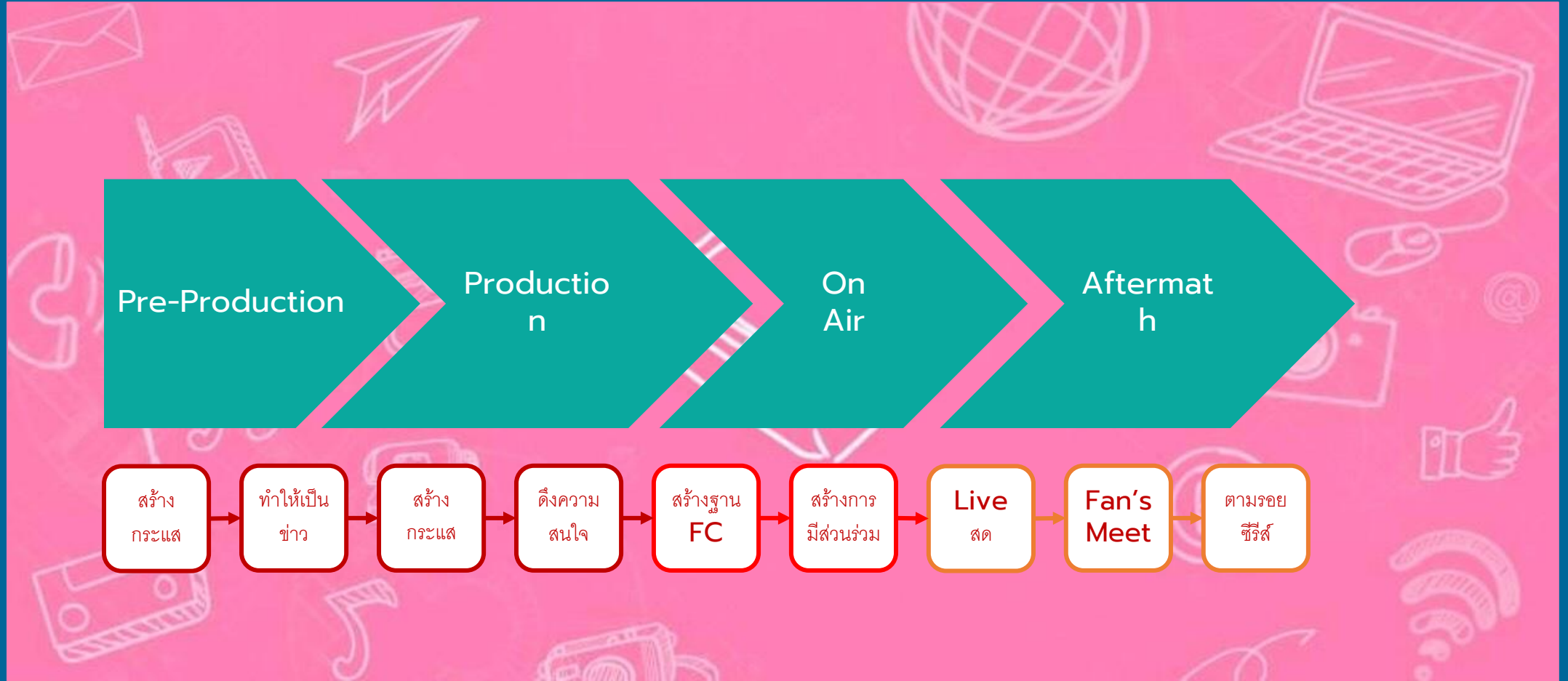
Timing: June-July 2022



**Concept** จัดกิจกรรม Fan Meeting ของกลุ่ม FC กับนักแสดงนำ ภายใต้งาน “เพื่อนพ่อ Fan Meet”

**Gimmick** สร้างการมีส่วนร่วมสาววายตั้งแต่ช่วงการออกอากาศของซีรีส์ เพื่อรับบัตร Fan Meet และอาจมีการขายบัตร ชมการแสดงสุด Exclusive **June-July 2022**

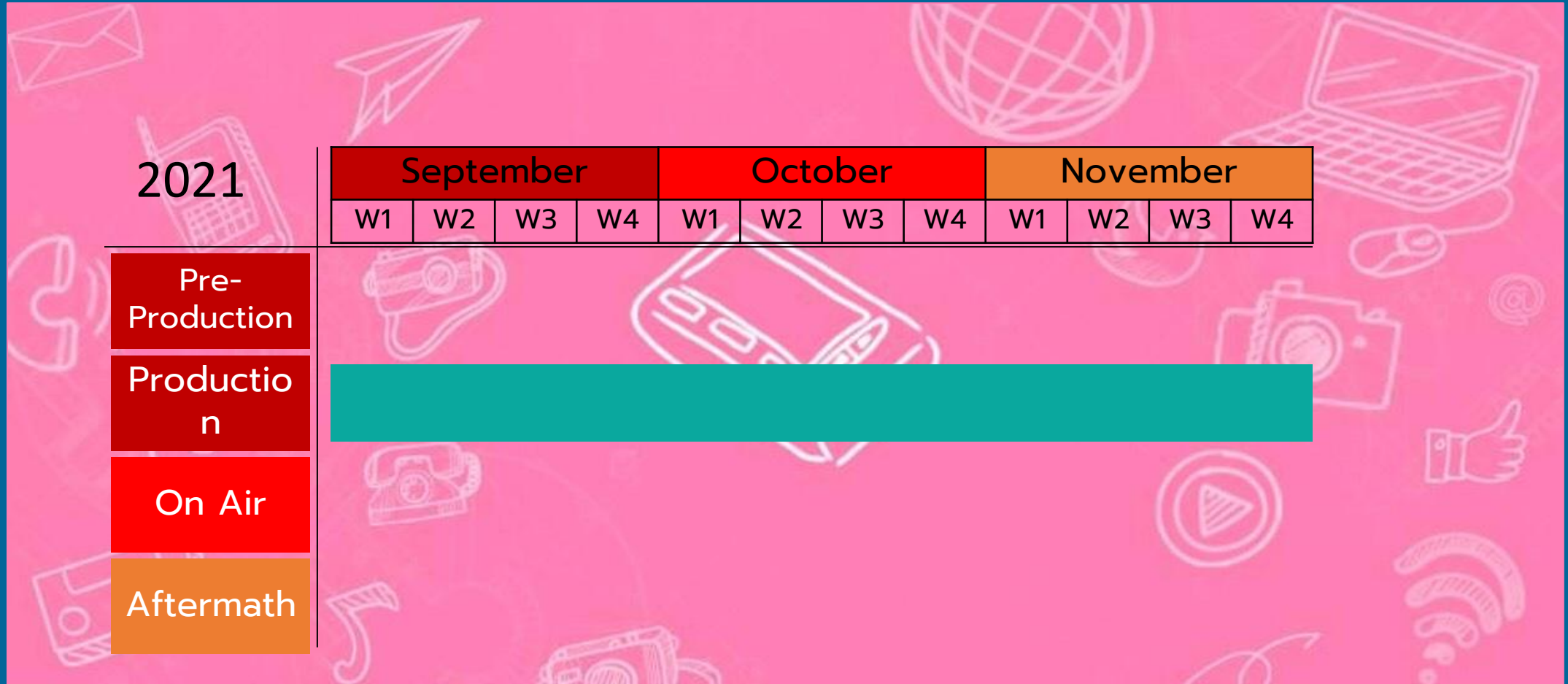
# Campaign overview



# Execution timeline

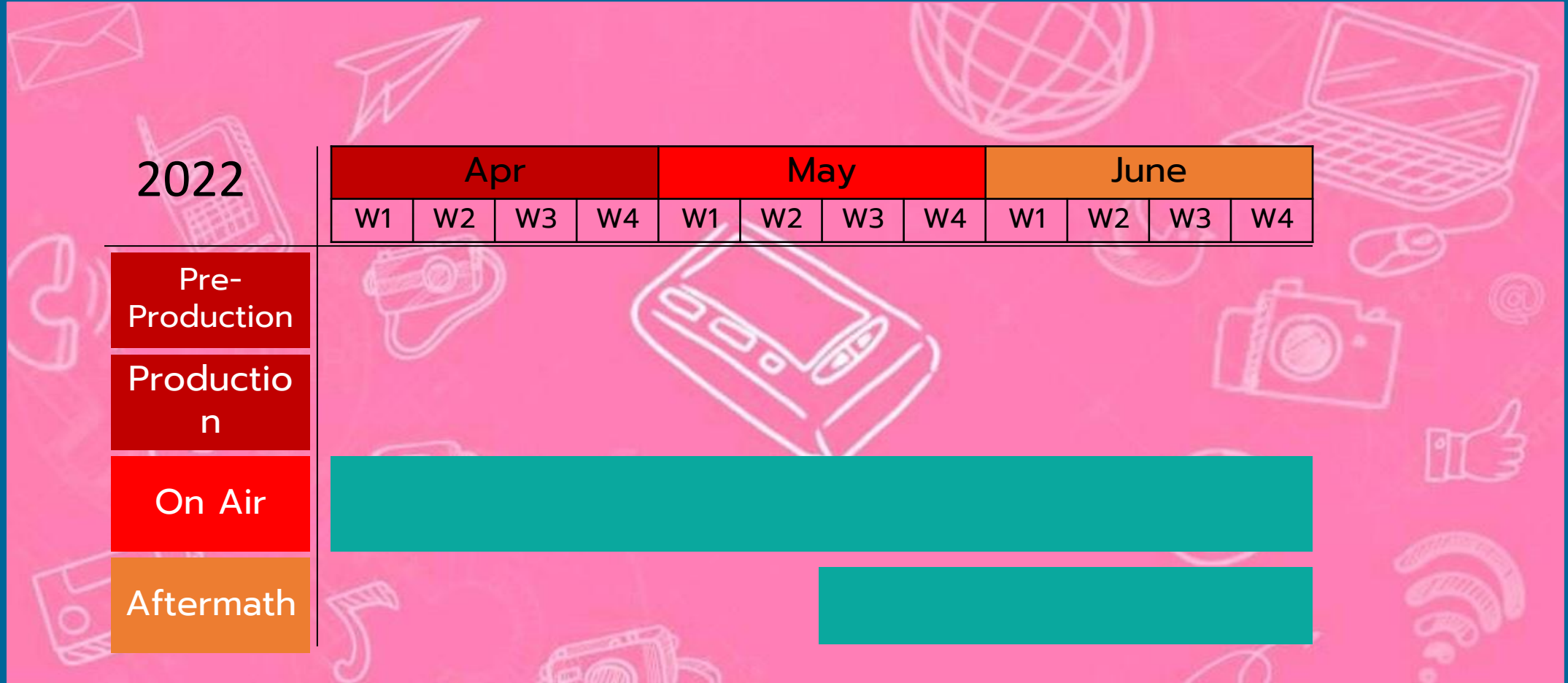


# Execution timeline

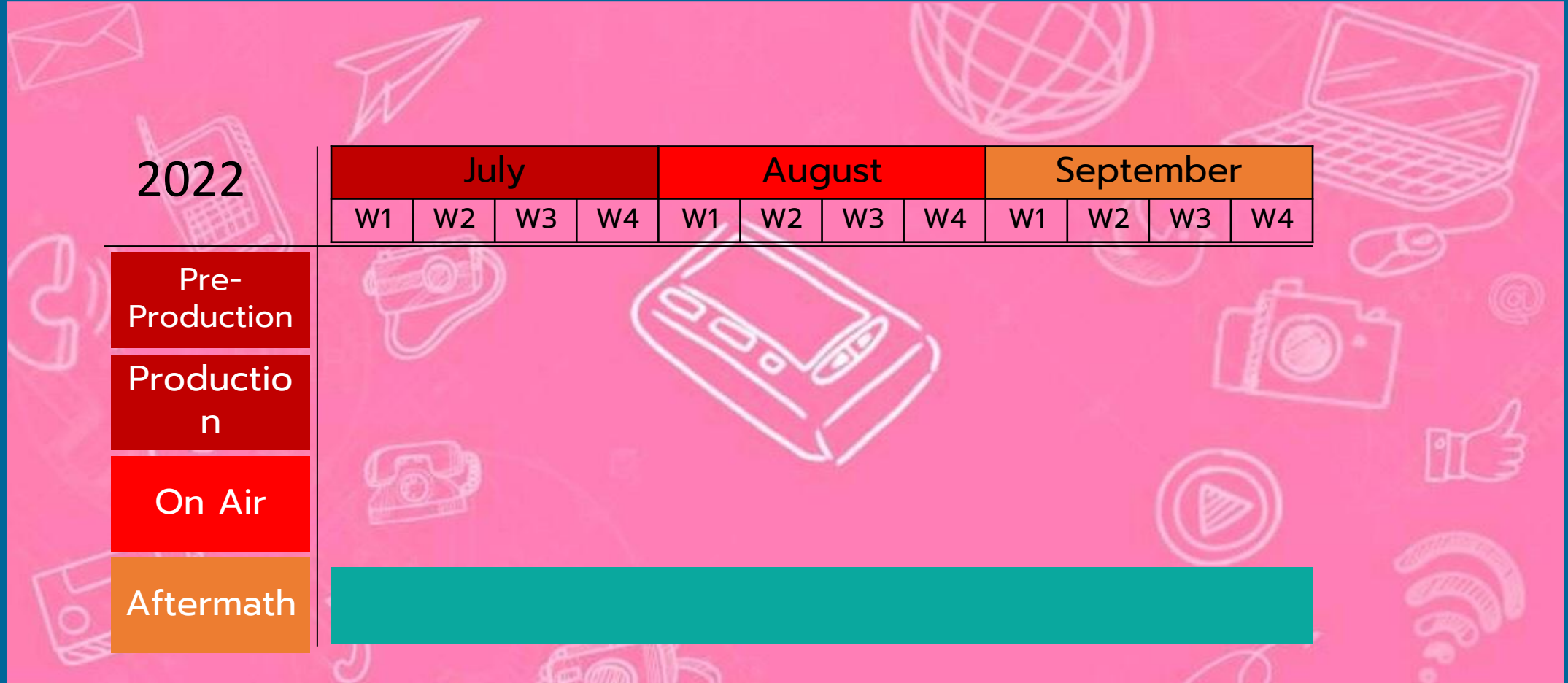




# Execution timeline



# Execution timeline



# Assignment

## รูปแบบงานงานกลุ่ม

เลือก 1 แบนด์ / 1 ประเด็น (อิสระ)

ให้วิเคราะห์ “สถานการณ์จริงของแบรนด์”

เพื่อพัฒนา Consumer Insight ที่นำไปสู่ Campaign Direction

## Assignment

### โครงสร้างรูปแบบงาน (6–8 หน้า)

- **Background & Situation**
- **SWOT** (เลือกเฉพาะที่ “ใช้จริง”)
- **Target Persona** (ไม่เกิน 1 หน้า)
- **Consumer Insight** (อธิบายเหตุผล)
- **Insight Validation** (อ้างอิงพฤติกรรม / เทรนด์ / ประสบการณ์)
- **Campaign Direction** (What to say / How to say)

**✘** ยังไม่ต้องคิดชื่อแคมเปญหรือชิ้นงาน

# AAM3307

รองศาสตราจารย์ ดร.ประกายกาวีล ศรีจินดา



# ADVERTISING

and Marketing Communication

# CAMPAIGN

การวางแผนรณรงค์โฆษณาและสื่อสารการตลาด

vinSha



การวางแผนรณรงค์โฆษณาและการสื่อสารการตลาด

Advertising and Marketing Communication

Campaign