

# AAM3307

รองศาสตราจารย์ ดร.ประกายกวีล ศรีจินดา



การวางแผนรณรงค์โฆษณาและการสื่อสารการตลาด

Advertising and Marketing Communication

Campaign



radio



television



newspaper



billboard



internet



magazine



leaflet

**advertising**



การวางกลยุทธ์การสื่อสาร  
(Creative & Strategic Planning)



**คำไม่ก็คำ สามารถ เปลี่ยนทิศทาง แคมเปญได้ทั้งชุด**



การเลือกช่องทางสื่อและการวางแผนสื่อ  
(Media Strategy)





# Strategic Dissection

แกะโครงสร้างความคิดแคมเปญ

# Strategic Dissection – แกะโครงสร้างความคิดแคมเปญ

## Strategic Dissection Brief

- **Objective** ของแคมเปญคืออะไร
- **Insight** หลักของกลุ่มเป้าหมาย
- **Big Idea** สรุปเป็น 1 ประโยค
- **Key Message** พูดอะไรกับใคร
- **Emotional / Rational Appeal** ที่ใช้



# From Idea to Channel

คิดไอเดีย แล้วเลือกช่องทาง

## From Idea to Channel – คิดไอเดีย แล้วเลือกช่องทาง

วัตถุประสงค์

เชื่อม Creative Strategy → Channel Strategy

## From Idea to Channel – คิดไอเดียแล้วเลือกช่องทาง

### Creative Frame

- **Who are** we talking to?
- **What** tension / pain / desire?
- **Big Idea** (ต้องเล่าเป็นเรื่องได้)
- **Mood & Tone**

## From Idea to Channel – คิดไอเดียแล้วเลือกช่องทาง

### Channel Card

- TV
- TikTok / IG / YouTube
- OOH / Event / Activation
- Influencer / Community
- PR / Earned Media

## From Idea to Channel – คิดไอเดียแล้วเลือกช่องทาง

### กติกาสำคัญ



ห้ามเลือกช่องทางเพราะ “มันฮิต”



ต้องอธิบายว่า “คนจะเจอเราในจังหวะไหนของชีวิต”

From Idea to Channel – คิดไอเดียแล้วเลือกช่องทาง

“ถ้าเปลี่ยนช่องทาง แต่ Big Idea ยังเหมือนเดิม  
แคมเปญนี้จะยังเหมือนเดิมหรือเปล่า?”



# Media Touchpoint Mapping

เส้นทางประสบการณ์ผู้รับสาร

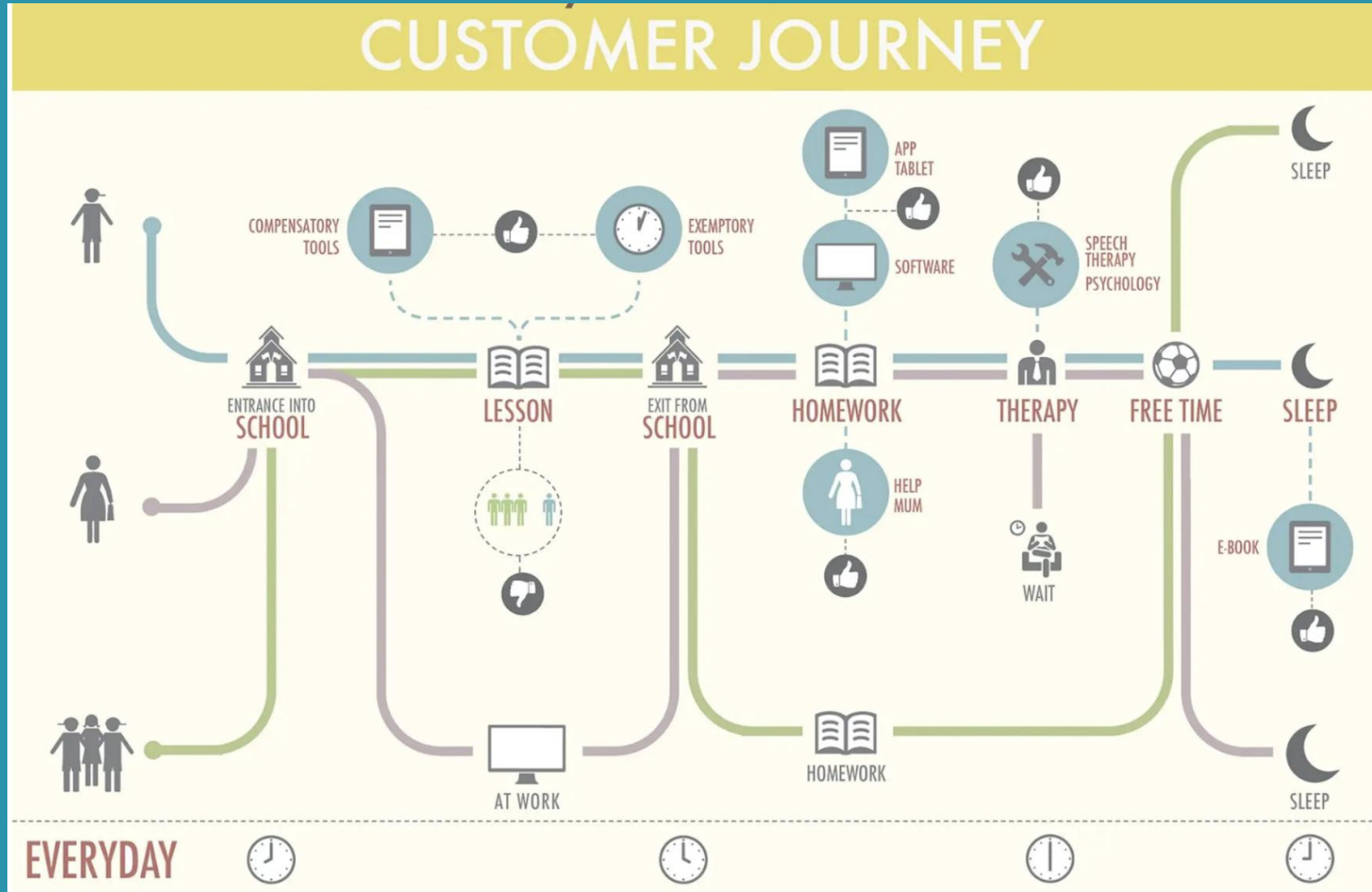
## Media Touchpoint Mapping – เส้นทางประสบการณ์ผู้รับสาร

แต่ละกลุ่มเขียน **Communication Journey** แบบง่าย ๆ

### Touchpoint Map

- **Awareness:** คนเจอเราครั้งแรกที่ไหน
- **Engagement:** เขามีส่วนร่วมอย่างไร
- **Action:** เราอยากให้เขาทำอะไร
- **Share / Sustain:** ทำอย่างไรให้เรื่องนี้ถูกเล่าต่อ

# Media Touchpoint Mapping – เส้นทางประสบการณ์ผู้รับสาร



Next Station



กลยุทธ์การวางแผนสื่อ  
(Media Planing Strategy)

“ไอเดียนั้นดี ไม่ใช่ไอเดียที่ดี

แต่คือไอเดียที่ ‘ไปถึงคน’

ผ่าน ช่องทางที่ใช้ ใน เวลาที่ถูกต้อง”

# Project Assignment

Project:

Campaign Strategy → Creative → Media Logic

# AAM3307

รองศาสตราจารย์ ดร.ประกายภาวิลา ศรีจินดา



การวางแผนรณรงค์โฆษณาและการสื่อสารการตลาด

Advertising and Marketing Communication

Campaign