

AAAM2304

Event & Marketing

การสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม



การสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม

Event Marketing Communication

รองศาสตราจารย์ ดร.ประกายกาวิล ศรีจินตา



AAM2304-58742

การสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม

0.0 ☆☆☆☆☆ (0)

แนวคิด ความหมาย ความสำคัญ ความเป็นมา รูปแบบ องค์ประกอบ และกระบวนการสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม ฝึกปฏิบัติการสร้างสรรค์ผลงานสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม

รายละเอียด

โครงสร้าง

ปีการศึกษา
2568/2

กลุ่มการเรียนรู้
กลุ่มเรียน201นักศึกษาภาคปกตวิทย์าลัย
นิเทศศาสตร์

วันเปิดคลาสเรียน
1 ธ.ค. 2568

วันปิดคลาสเรียน
10 เม.ย. 2569

อาจารย์ผู้สอน
รศ.ดร.ประกายภาวิลา ศรีจินดา



หัวข้อเรียน: **บทนำ แนวคิดและความสำคัญของการสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม** (3 ส.ค. 2568, 14:00)

เข้าเรียน

ผลการเรียน

ประกอบด้วย

📄 17 หัวข้อ

STRATEGIC Event Planning

การวางกลยุทธ์ในการวางแผน
การทำการสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม
เป็นหัวใจหลักของการทำ Event

เป็นกรอบความคิดให้ฝ่ายสร้างสรรค์ หรือ Creative
ได้พุ่งแบบมีทิศทาง

Strategic Event Planning

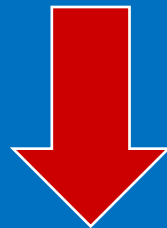
= การจัดการคน + ความคิด + ความจริง

What to Say

“จะพูดอะไร?”

จะพูด...

อะไร?



“แนวคิดหลัก”

(Concept)

What to Say Lab

“ถ้า Event ยุติได้ มันจะยุติประโยชน์อะไร?”

How to Say

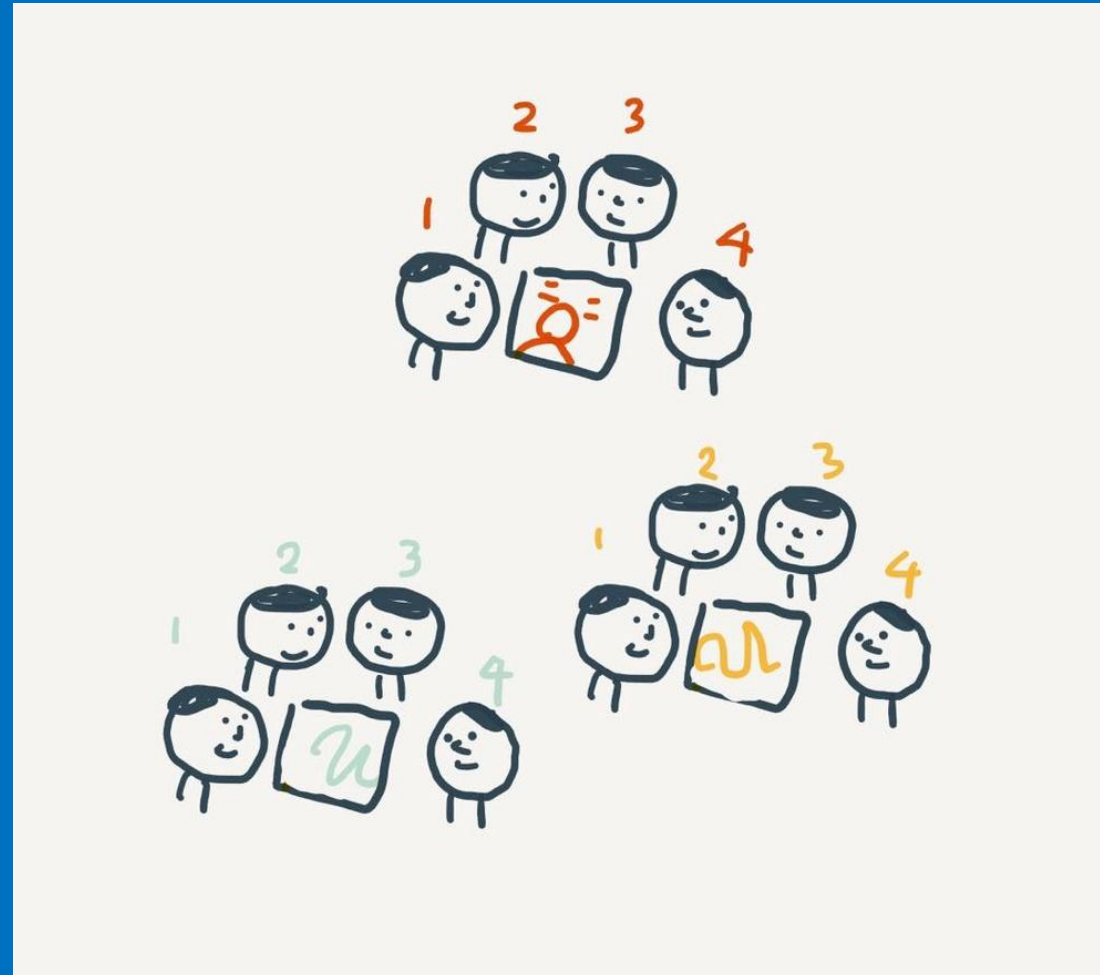
“จะพูดอย่างไร?”

How to Say Remix

“พูดเรื่องเดียวกัน แต่พูดได้ก็แบบ?”



กิจกรรม How to Say Remix



“Message เดียวกัน

รูปแบบงานไม่จำเป็นต้องเหมือนกัน”

How to say = กลยุทธ์

ไม่ใช่แค่ไอเดียสวย

จะพูด...

อย่างไร?



“กลยุทธ์วิธีการนำเสนอ”

(Execution)

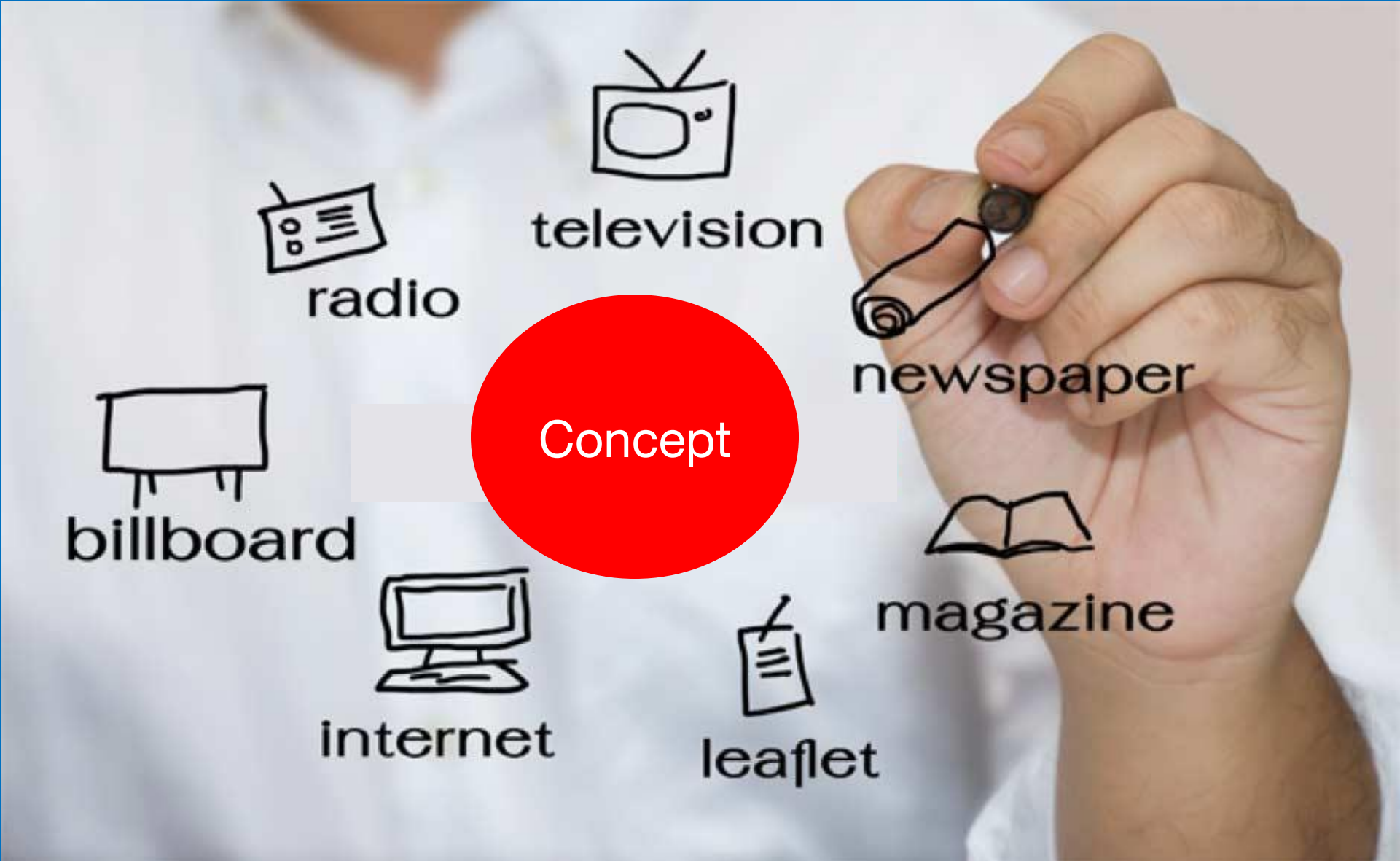
จะพูด...

กับใคร?



“กลุ่มเป้าหมาย”

(Target Group)



Concept



radio



television



newspaper



billboard



magazine



internet



leaflet

จะพูดอะไร?

จะพูดอย่างไร?

จะพูดกับใคร?

กระบวนการ

สื่อสารการตลาด

ผ่าน **กิจกรรม**



สิ่งที่ต้องพิจารณา

ในการออกแบบงาน

สื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม

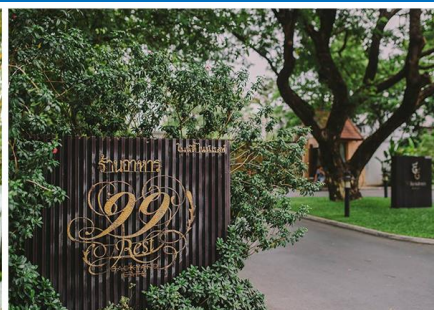
Event

Marketing

จัดงาน
ที่ไหนดี



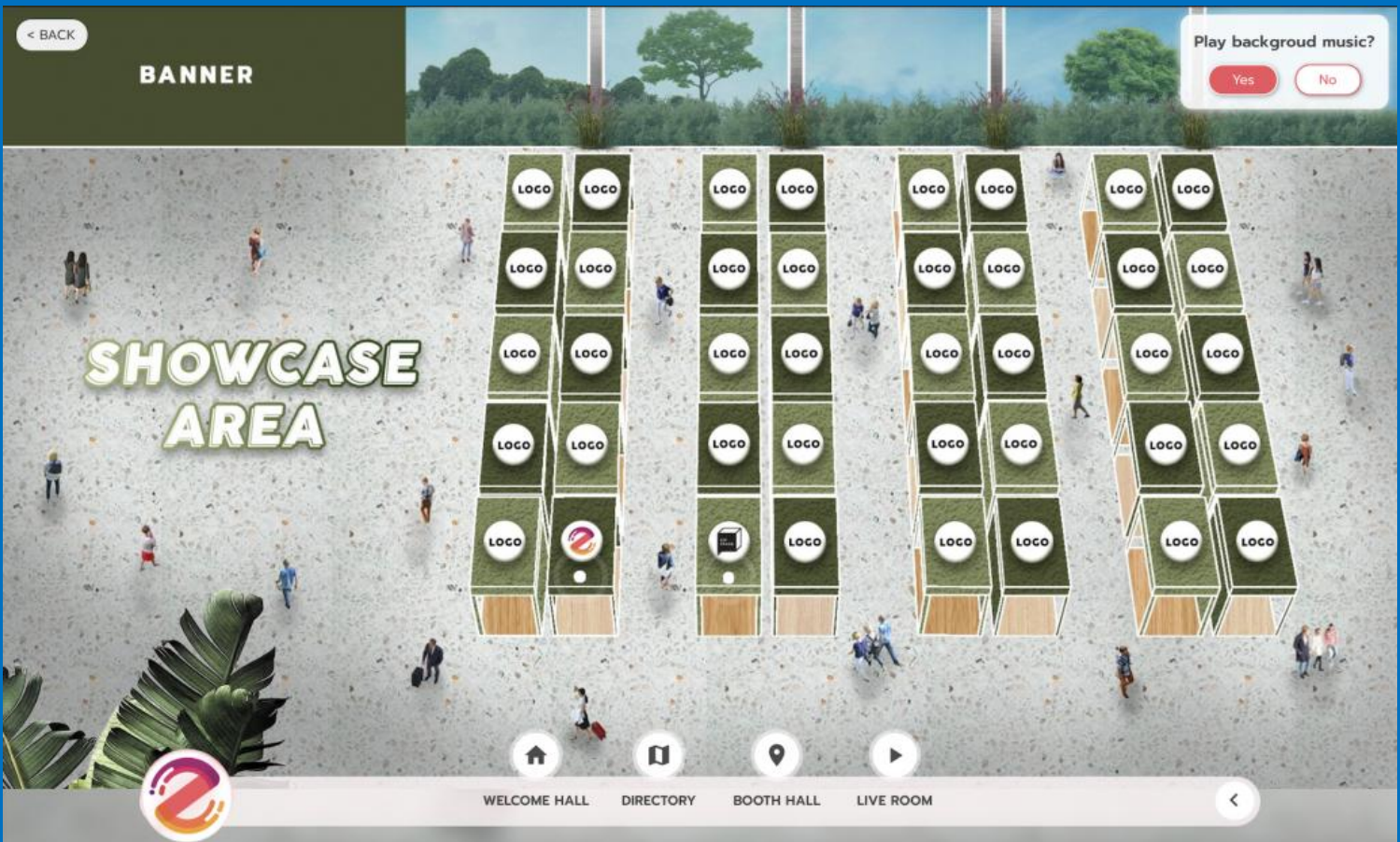
กำหนด
สถานที่



พื้นที่งาน
แบ่งเป็น
กี่ส่วน



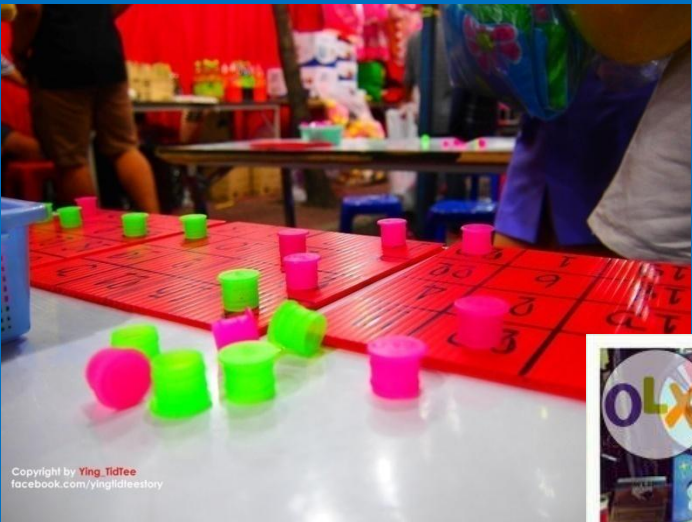
แบ่งพื้นที่
จัดงาน



รูปแบบ
ของบูธเป็น
ยังไง



วางรูปแบบ
บูธกิจกรรม



Copyright by Ying IdTea
facebook.com/yingidteastory



จะมีเกมส์
อะไรบ้าง

จะมีกิจกรรม
ทั้งหมด
ที่รอบ





www.easyinteractive.co.th
Tel.0944959510 , 0824859152

มือโรที่
เป็นไฮไลท์
ของงานบ้าง



I am Sorry !!!!!

จะมีพรีตี้
หรือพรีกร
โหึม





**A PHENOMENAL GLOBAL THAI-CONIC
ENTERTAINMENT SHOWCASE**

Event Flow Puzzle

“เรียงประสบการณ์คนดู ไม่ใช่เรียงพิธีการ”

Event Flow Puzzle

แนวคิดหลัก

เราไม่ถามว่า **พิธีอะไรต้องมาก่อน**

แต่ถามว่า **คนดูควรรู้สึกอะไร ก่อน-หลัง**



กิจกรรม

1. แต่ละกลุ่มรับการ์ดเหตุการณ์ (Event Moment Cards) กลุ่มละ 1 ชุด (8 ใบ)

การ์ดพื้นฐาน

1. เดินเข้างาน (First Impression)
2. จุดถ่ายรูป / Check-in
3. กิจกรรมหลัก
4. Moment พีค (Peak Experience)
5. Moment เจ็บ / ซึมซับ
6. Moment ที่อยากแชร์ / อยากโพสต์
7. Moment ก่อนกลับ
8. After-event feeling (ความรู้สึกที่ติดไป)



กิจกรรม

2. แต่ละกลุ่ม สุ่ม รับการ์ด “ความรู้สึกเป้าหมาย” (Emotion Cards)

กลุ่มละ 2 ใบ

การ์ดอารมณ์

1. ตื่นเต้น
2. อบอุน
3. ภูมิใจ
4. สนุกแบบไม่รู้ตัว
5. รู้สึกมีส่วนร่วม
6. อยากเล่าให้คนอื่นฟัง
7. รู้สึกว่า “งานนี้เป็นของเรา”

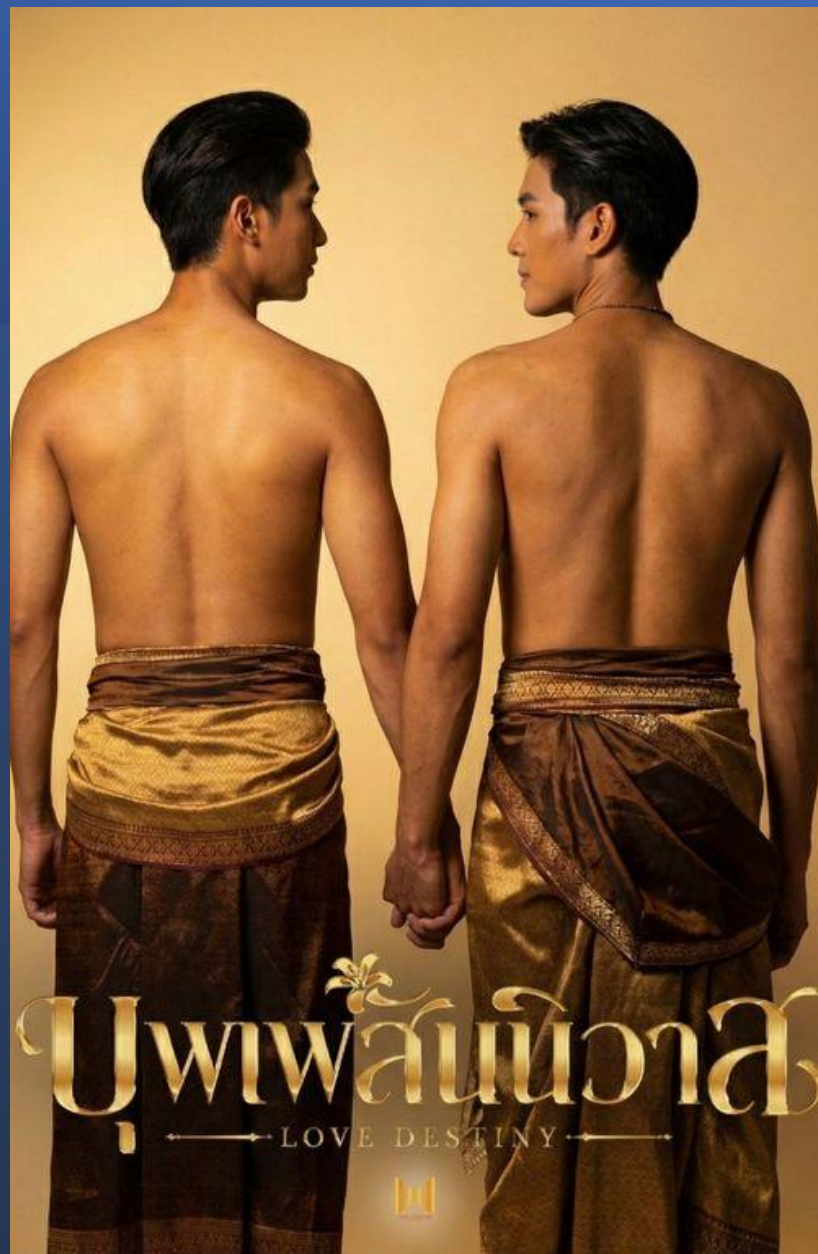
“วันนี้เราไม่ได้ออกแบบงาน

แต่เรากำลังออกแบบ **ความรู้สึก**ของคนดู

งานที่ดี ไม่ใช่งานที่พีธีปะ:

แต่คือ งานที่ทำให้คน **‘รู้สึก’** ตามที่เราตั้งใจ”

Fan Meeting



Step 1

ให้แต่ละกลุ่มเปิดการ์ด Emotion
ของตัวเองแล้วตอบคำถามก่อนเรียงการ์ด

Step 2

ให้แต่ละกลุ่มเรียงการ์ดแบบ “คนดูรู้สึก”

กติกา

- ❌ ห้ามเรียงตามพีธีจริง
- ❌ ห้ามใช้คำว่า “ปกติมันต้องเป็นแบบนี้”
- ✅ เรียงตามคำถามเดียว:

“ถ้าอยากให้คุณรู้สึกแบบนี้ ควรเริ่มจากอะไร?”

Step 3

ให้ใส่เหตุผลให้แต่ละช่วง

กติกา

- ❌ ห้ามเรียงตามพีธีจริง
- ❌ ห้ามใช้คำว่า “ปกติมันต้องเป็นแบบนี้”
- ✅ เรียงตามคำถามเดียว:

“ถ้าอยากให้คุณรู้สึกแบบนี้ ควรเริ่มจากอะไร?”

Step 4

แลกเปลี่ยนเรียนรู้

ให้แต่ละกลุ่มเลือก 1 เหตุผลที่กลุ่มชอบที่สุด

มาเล่า กลุ่มละไม่เกิน 2 นาที



กิจกรรม

ออกแบบโอเอทีกิจกรรม

Fan Meeting

กำหนด
สถานที่

แบ่งพื้นที่
จัดงาน

วางรูปแบบ
บูธกิจกรรม

เกมส์และ
กิจกรรม

กำหนด
ไฮไลต์
ของงาน

จะพูดอะไร?

จะพูดอย่างไร?

จะพูดกับใคร?

AAAM2304

Event & Marketing

การสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม



การสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม

Event Marketing Communication

รองศาสตราจารย์ ดร.ประกายกาวิล ศรีจินตา