

AAM3307

รองศาสตราจารย์ ดร.ประกายกวีล ศรีจินดา



ADVERTISING
and Marketing Communication
CAMPAIGN
การวางแผนรณรงค์โฆษณาและสื่อสารการตลาด

vinSha 

การวางแผนรณรงค์โฆษณาและการสื่อสารการตลาด

Advertising and Marketing Communication

Campaign



radio



television



newspaper



billboard



internet



magazine



leaflet

advertising



การดำเนินงานและการควบคุมการรรณรงค

เวลา = **ทรัพย์สิน**

ทุกการเลื่อน มีต้นทุนซ่อนอยู่

งาน + เวลา = **กลยุทธ์**

“แคมเปญที่ดี ไม่ใช่ใช้เงินเก่ง

แต่คือรู้ว่าจะเงินและเวลาควรถูกใช้ตรงไหน”

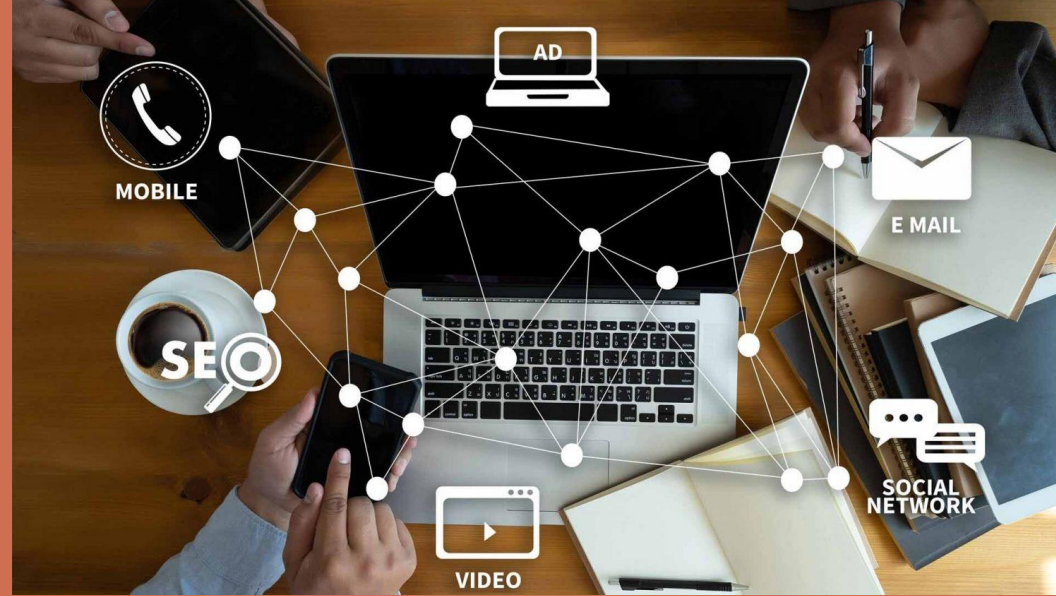


KFC พลิกเกม Muketing 2026!
เสิร์ฟ 'บั๊กเก็ตโชคดี' ผ่านพีธีบวงสรวงจริง
ยกระดับสู่ไอเท็มแบบอินไซด์สายมู

<https://youtu.be/dNaLf8dgwWM?si=ZPmLjVXcwke6mzOt>



“ทั้งหมดนี้ ถ้าไม่จัดเวลา = งานจะชน / งานจะเลื่อน / งานจะพัง”



Gantt Chart = ภาพรวมการ ‘ควบคุมชีวิตแคมเปญ’

Gantt Chart คืออะไร?

คือเครื่องมือบริหารโครงการแบบเห็นภาพ โดยจะแสดงงานย่อย (Tasks) แต่ละงาน
ควบคู่กับช่วงเวลา (Timeline) เป็นแผนภาพที่อ่านง่าย
เห็นความเชื่อมโยง และระยะเวลาชัดเจน ลดโอกาสการทำงานที่ซ้อนกัน

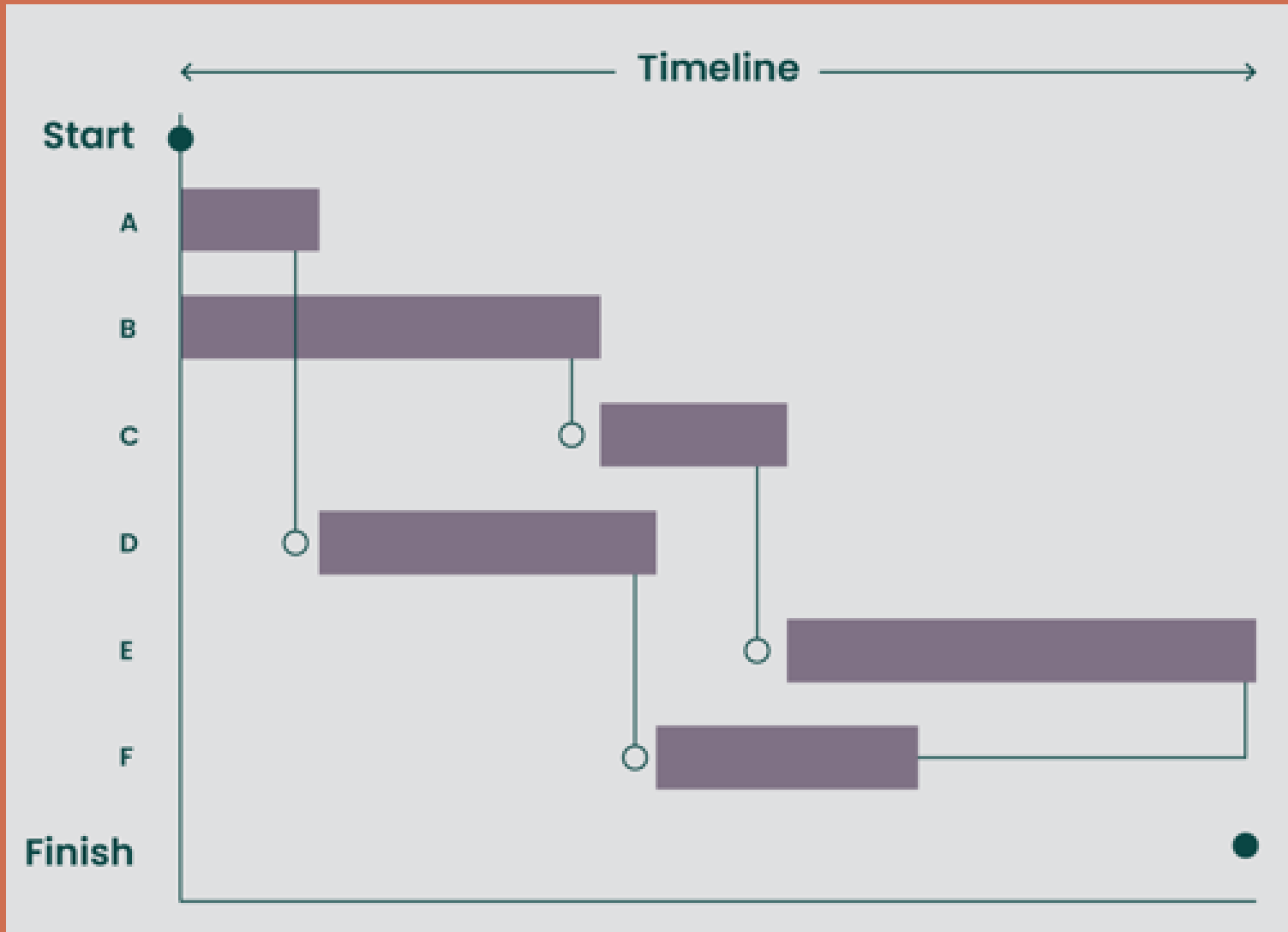
Gantt Chart คืออะไร?

Gantt Chart ไม่ใช่แค่ตาราง แต่คือ

- ใครทำอะไร
- ทำเมื่อไร
- งานไหนต้องเสร็จก่อน/หลัง

องค์ประกอบของ Gantt Chart แคมเปญ

- Phase (Pre / During / Post Campaign)
- Task /Activity (กิจกรรม)
- Duration (ระยะเวลา)
- Responsibility (ใครรับผิดชอบ)
- Milestone (จุดสำคัญ)
- Control Point (จุดตรวจ)



วิธีเริ่มต้นใช้ **Gantt Chart** ในทีม

1. แยกงานหลักออกเป็นงานย่อย (Tasks)
2. กำหนดเวลาเริ่มต้น – สิ้นสุดของแต่ละงาน
3. ระบุคนรับผิดชอบ
4. วางแผนงานทั้งหมดลงในตาราง Gantt
5. รีวิวร่วมกันเป็นระยะ และอัปเดตสถานะให้ทัน

The Next Big Thing

Summary Board List Calendar **Timeline** Forms Pages Issues Reports Shortcuts Apps Project settings

Search



October 2022 < > Today Share Filter More

Task	AUG	SEP	OCT
<input type="checkbox"/> > <input checked="" type="checkbox"/> TBT-32 Build start date			
<input type="checkbox"/> > <input checked="" type="checkbox"/> TBT-10 Register domain			
<input type="checkbox"/> > <input checked="" type="checkbox"/> TBT-35 Plan website layout...			
<input type="checkbox"/> > <input checked="" type="checkbox"/> TBT-11 Create main page vi...			
<input type="checkbox"/> ▾ <input checked="" type="checkbox"/> TBT-12 Organize webhosting			
<input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> TBT-35 Contact vendor			
<input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> TBT-14 Trip delivery			
<input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> TBT-33 Trip planning			
<input type="checkbox"/> > <input checked="" type="checkbox"/> TBT-14 As a user I can shar...			
<input type="checkbox"/> ▾ <input checked="" type="checkbox"/> TBT-13 License renewal for...			
+ Create			

ตัวอย่าง Task ของแคมเปญ

- **Research & Insight**
- **Creative Development**
- **Production**
- **Media & Content Deployment**
- **Monitoring & Evaluation**

ข้อผิดพลาดที่นักศึกษาชอบทำใน Gantt Chart

- ใส่กิจกรรมกว้างเกินไป
- ไม่เป็นเวลาแก้ไข
- ทุกอย่างเริ่มพร้อมกันหมด



“แตกแคมเปญ → เรียงเวลา → ทำ Gantt Chart”

แตกแคมเปญ → เรียงเวลา → ทำ Gantt Chart

เลือก 1 โจทย์

- แคมเปญรณรงค์ลดใช้พลาสติกในมหาวิทยาลัย
- แคมเปญเปิดตัวสินค้าใหม่ (Gen Z)
- แคมเปญอีเวนต์ CSR ระยะเวลา 2 เดือน

แตกแคมเปญ → เรียงเวลา → ทำ Gantt Chart

กำหนดเงื่อนไข

- ระยะเวลาแคมเปญ: 6–8 สัปดาห์
- ต้องมีอย่างน้อย 12–15 Tasks

แตกแผนผัง → เรียงเวลา → ทำ Gantt Chart

Worksheet หน้า 1: Task List

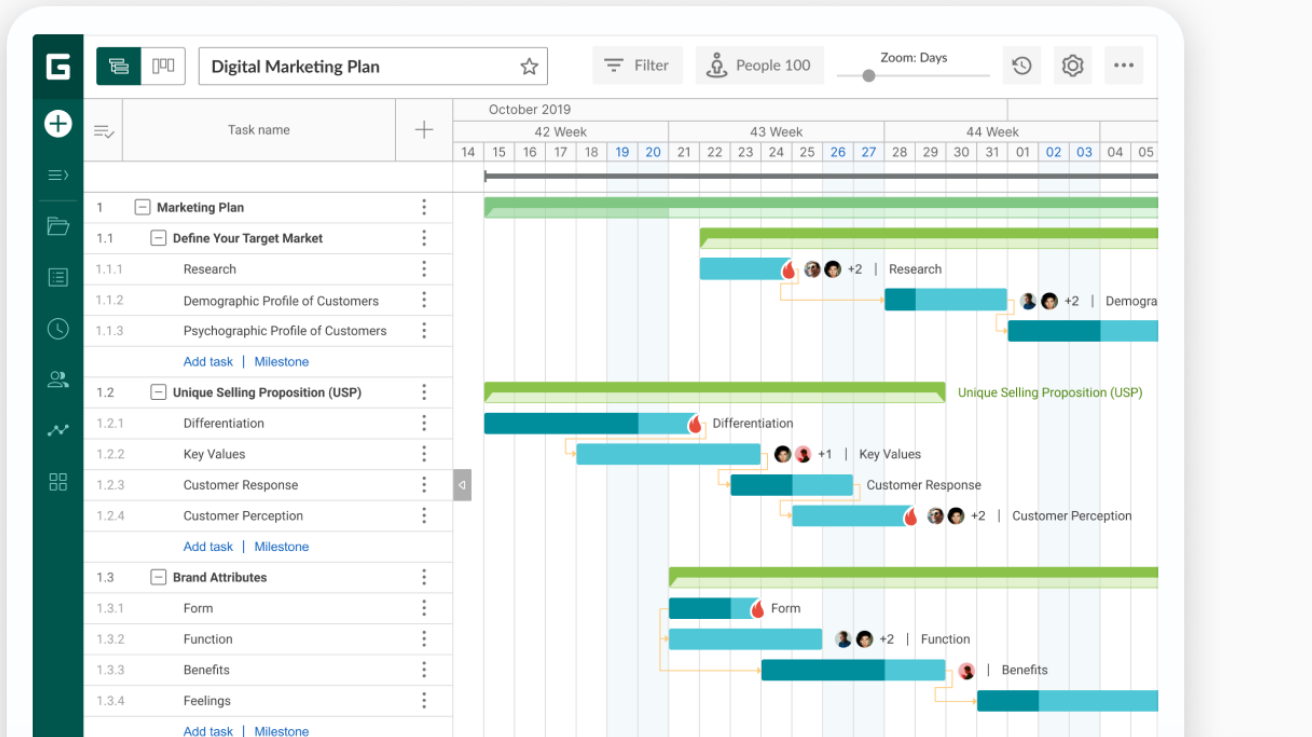
Phase	Task	ระยะเวลา	ผู้รับผิดชอบ

ให้ตอบ 3 คำถาม

- จุดที่ยากที่สุดในการวางแผนเวลา
- จุดเสี่ยงของแผน
- สิ่งที่ไม่เคยคิดมาก่อนก่อนทำ Gantt Chart

แตกแผนกลยุทธ์ → เรียงเวลา → ทำ Gantt Chart

GANTTPRO | GANTT CHARTS FOR MARKETING



“Gantt Chart ไม่ได้บอกว่าจะมีปัญหาแค่ไหน
แต่บอกว่าจะงไหนต้องตัดสินใจ
และ งไหนห้ามพลาด”

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O
1	Client :														
2	Campaign:														
3	Timing:														
4															
5	Phase 1: Pre-Campaign (Week 1–2)														
6	Task	W1	W2	W3	W4	W5	W6	W7	W8						
7	Situation Analysis & Insight														
8	Define Objective & KPI														
9	Creative Brief														
10	Media Strategy Planning														
11															
12	Phase 2: Creative & Production (Week 3–4)														
13	Task	W1	W2	W3	W4	W5	W6	W7	W8						
14	Creative Concept Development														
15	Content Script / Key Visual														
16	Production (Video / Artwork)														
17	Content Revision & Approval														
18															
19	Phase 3: Campaign Launch & Execution (Week 5–7)														
20	Task	W1	W2	W3	W4	W5	W6	W7	W8						
21	Media Buying & Scheduling														
22	Online Content Deployment														
23	Influencer / KOL Activation														
24	Event / On-ground Activity														
25															
26	Phase 4: Monitoring & Evaluation (Week 5–8)														
27	Task	W1	W2	W3	W4	W5	W6	W7	W8						
28	Campaign Monitoring														
29	Optimization & Adjustment														
30	Data Collection														
31	Campaign Evaluation Report														
32															

🔍 Control Point:

Insight ต้องชัดเจนขึ้น Creative

KPI ต้องนิยามก่อนคิด Media

🔍 Control Point:

งาน Production เริ่มได้ แต่ต้อง “เพื่อเวลาแก่”

Approval คือจุดเสี่ยงอันดับ 1 ของแคมเปญ

🔍 Milestone สำคัญ:

Launch Day

Peak Engagement Period

🔍 Control Point:

Monitoring ไม่ใช่ดูตอนจบ แต่ต้อง “ดูระหว่างทาง”

Optimization คือหัวใจของการควบคุมแคมเปญ

“Gantt Chart นี้

“จุดไหนเสี่ยงที่สุด?”

“Gantt Chart นี้

“ถ้า Approval ใช้งาน 1 สัปดาห์

จะเกิดอะไรขึ้น?”



Share & Reflect

เข้าใจอะไรไหม

เกี่ยวกับการวางแผนแคมเปญมากขึ้น

Marketing Campaign Timeline infographic



01

Research & Analysis

Identify market trends, target audience, and competitor strategies.

Strategy Planning

Define campaign goals, messaging, budget, and channels.

02



03

Content Creation

Design visuals, write copy, and prepare promotional materials.

Campaign Launch

Execute ads, social media posts, and outreach activities.

04



05

Monitoring & Optimization

Track performance, adjust strategies, and improve engagement.

Reporting & Evaluation

Measure results, calculate ROI, and gather insights for future campaigns.

06



INOWO

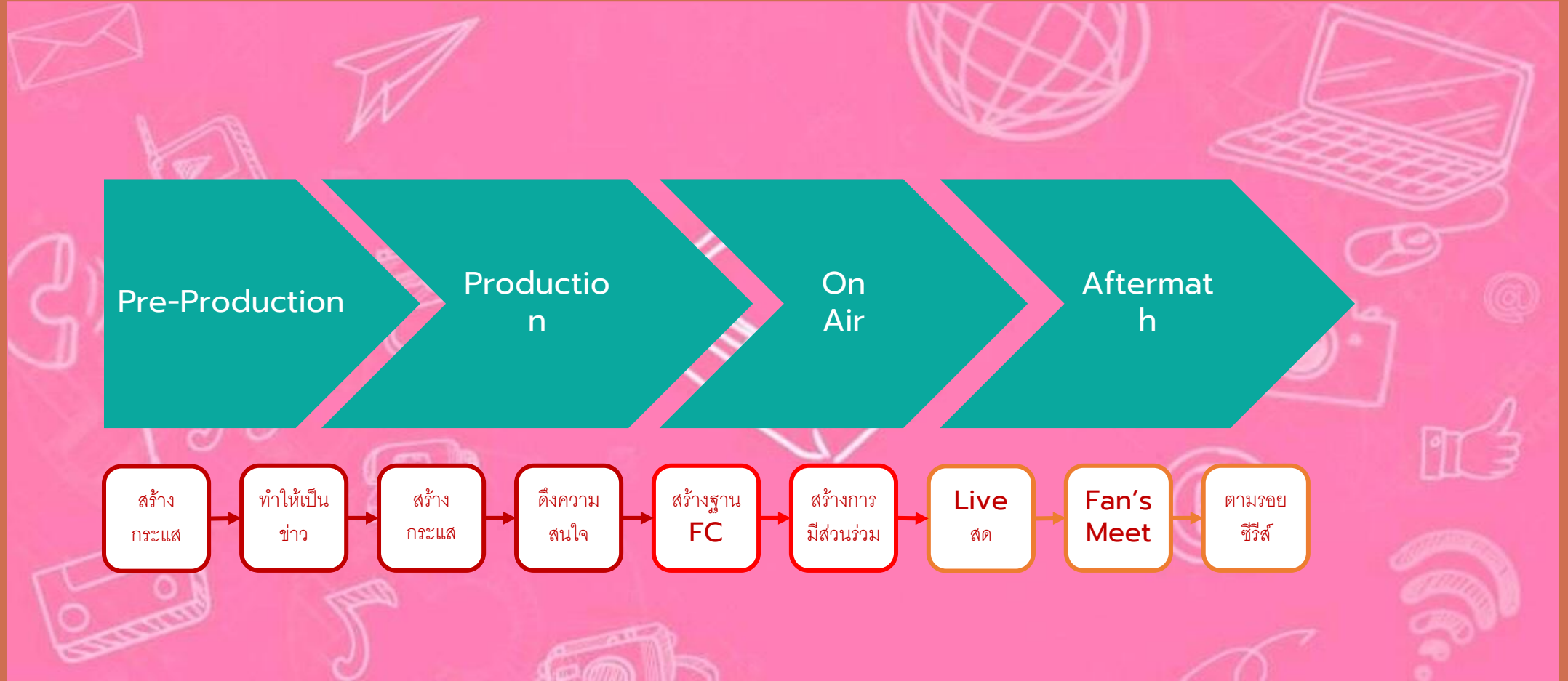
1070-855

678Acts

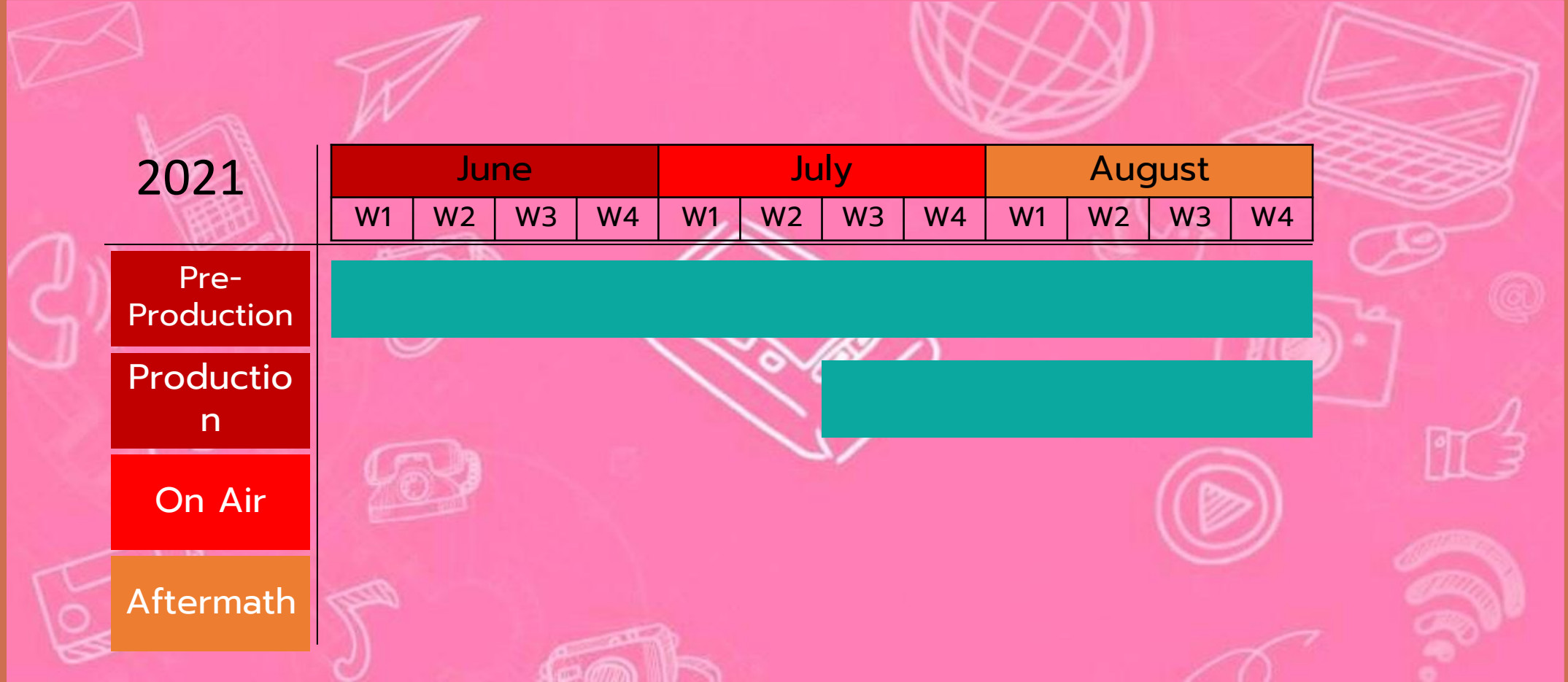


▶ AISPLAY

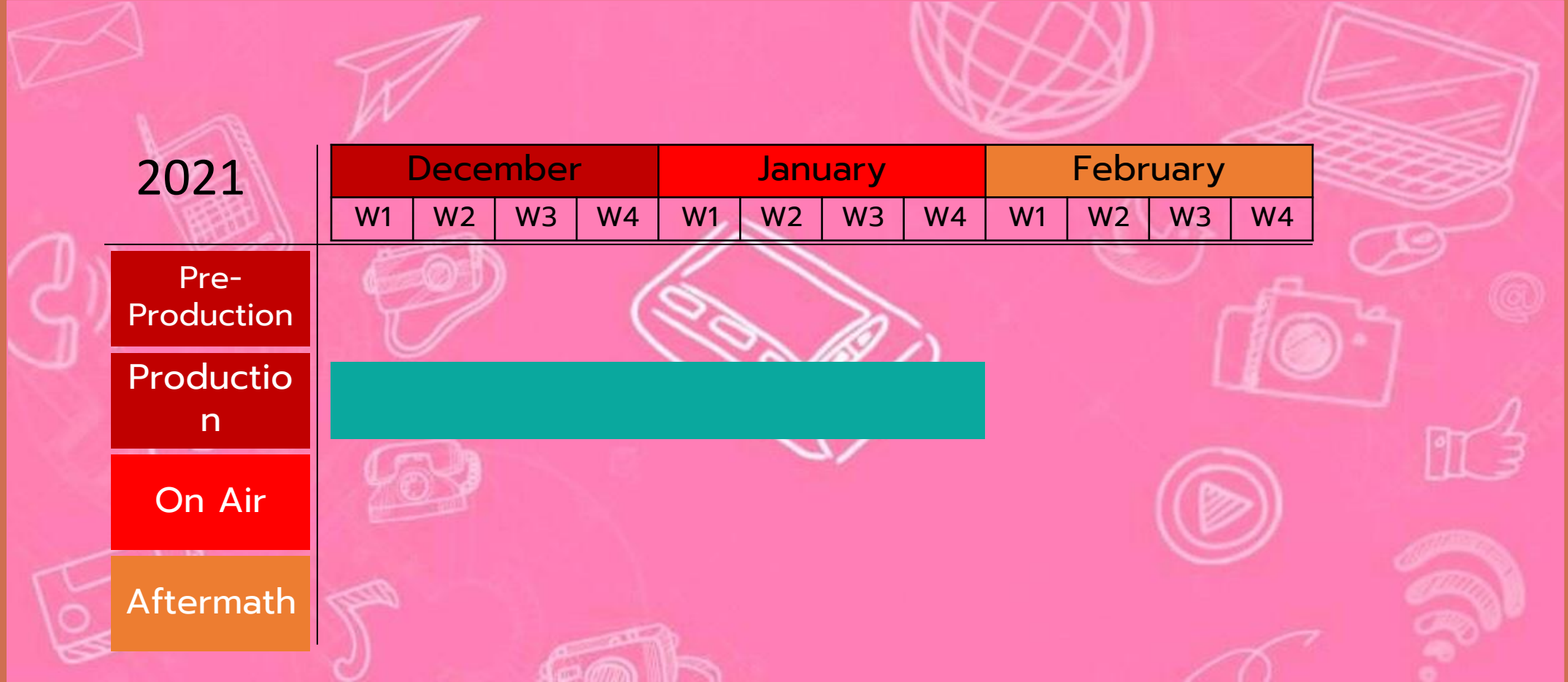
Campaign overview



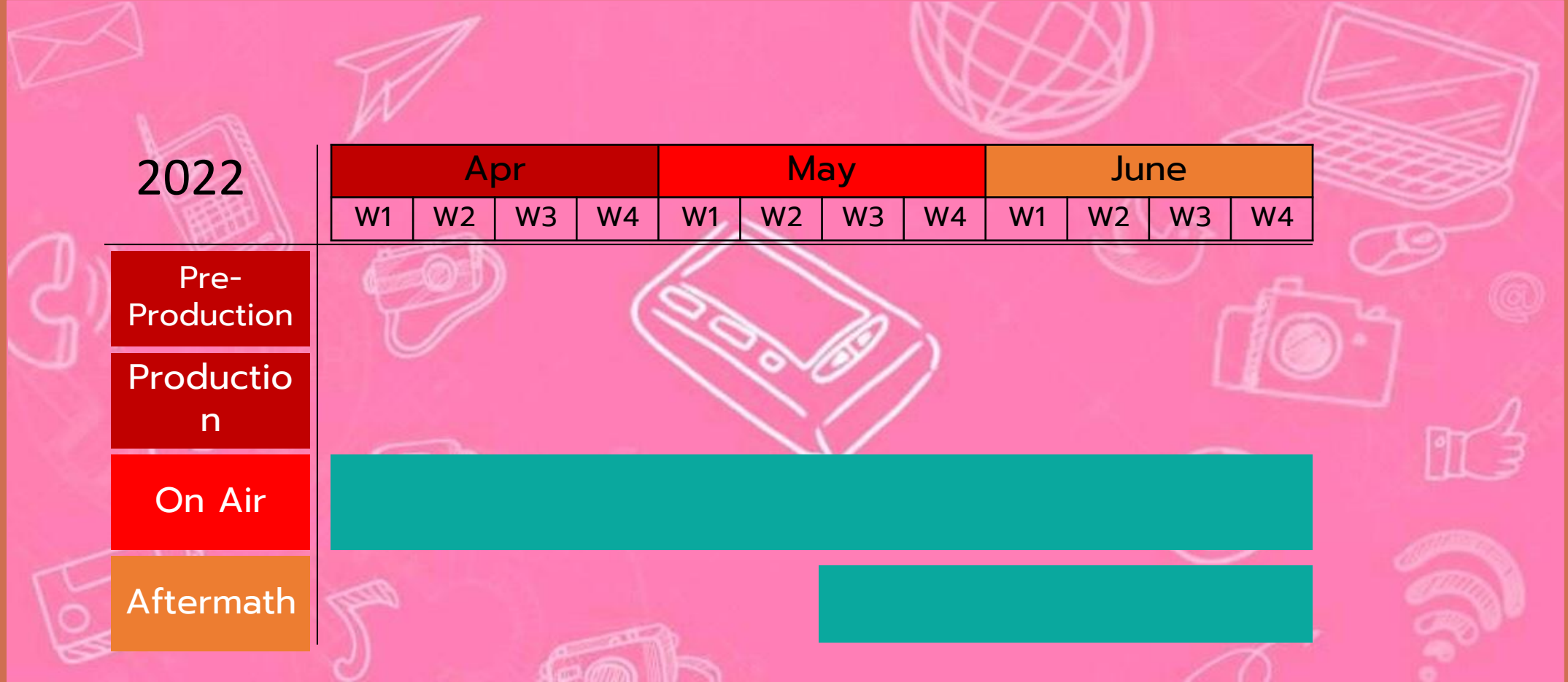
Execution timeline



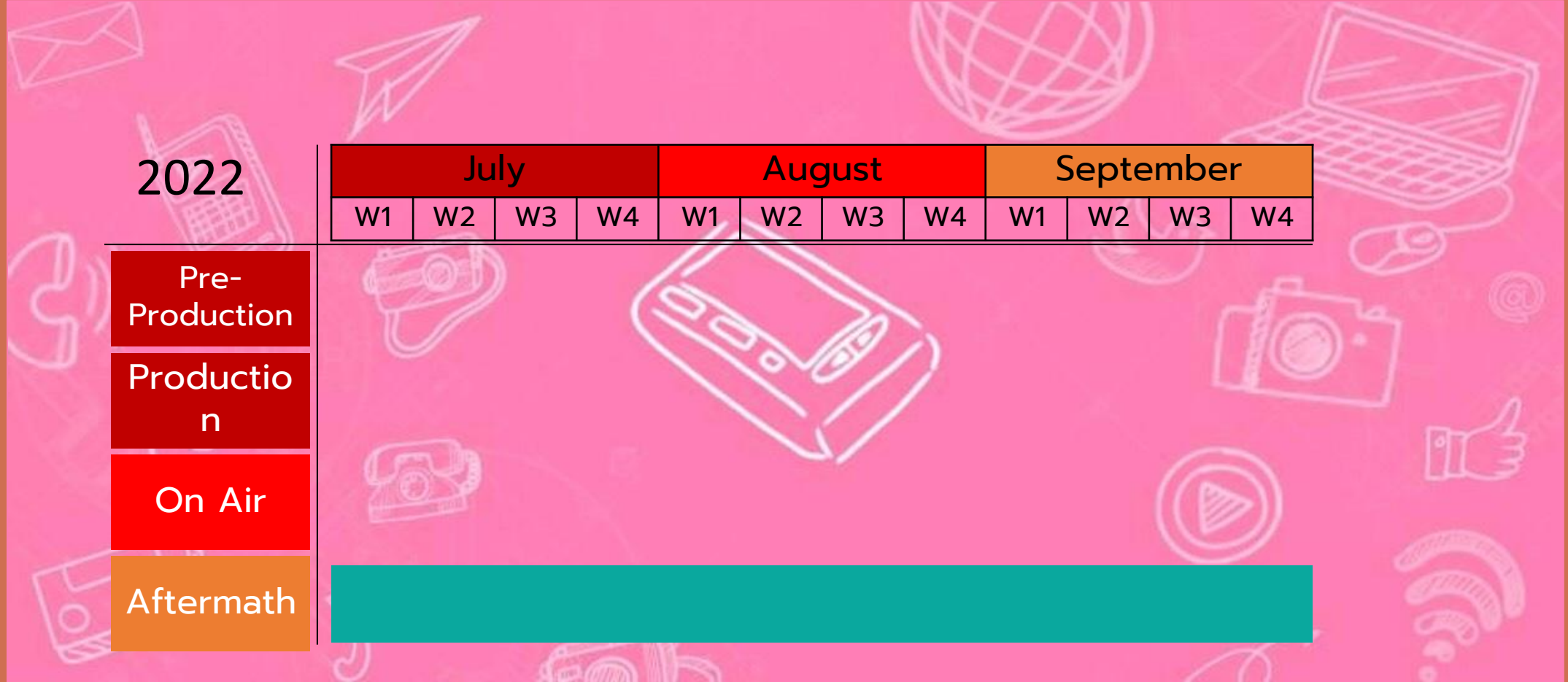
Execution timeline



Execution timeline



Execution timeline



AAM3307

รองศาสตราจารย์ ดร.ประกายกวีล ศรีจินดา



การวางแผนรณรงค์โฆษณาและการสื่อสารการตลาด

Advertising and Marketing Communication

Campaign