



รายงานการปฏิบัติสหกิจศึกษา

เรื่อง การคิดคอนเทนต์เพื่องานโฆษณาสำหรับทรัพยากรบุคคลสำนักงานให้เช่า

บริษัท ที ซินเนอร์จี กรุ๊ป จำกัด (สำนักงานใหญ่) พ.ศ. 2564

Content Creator for Advertising at T Synergy Group Co.Ltd. (Head Office) 2021

จัดทำโดย

นายวิวัฒน์ พึ่งแสงผล 5904600136

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาสหกิจศึกษา

ภาควิชาการโฆษณา

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม

ภาคการศึกษาที่ 3 ปีการศึกษา 2563

หัวข้อรายงาน การคิดคอนเทนต์เพื่องานโฆษณาอสังหาริมทรัพย์ประเภทออฟฟิศให้เช่า

บริษัท ที ซินเนอร์จี กรุ๊ป จำกัด (สำนักงานใหญ่) พ.ศ. 2564

รายชื่อผู้จัดทำ นาย วิทวัส พึ่งแสงผล

ภาควิชา การโฆษณา

อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์เอกสิทธิ์ อวยชัยวัฒน์

อนุมัติให้รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ภาควิชา การโฆษณา คณะ นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม ภาคการศึกษาที่ 3 ปีการศึกษา 2563

คณะกรรมการสอบโครงการ

 อาจารย์ที่ปรึกษา

(อาจารย์ เอกสิทธิ์ อวยชัยวัฒน์)

รัชนีรัตน์ บงกชรัตน์ พนักงานที่ปรึกษา

(นางสาว รัชนีรัตน์ บงกชรัตน์)

 ประธานกรรมการ

(อาจารย์ ฐานทัศน์ ชมภูพล)

 ผู้ช่วยอธิการบดี

และผู้อำนวยการสำนักสหกิจศึกษา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มารุจ ลิ้มปะวัฒนะ)

ชื่อโครงการ การคิดคอนเทนต์เพื่องานโฆษณา อสังหาริมทรัพย์ บริษัท ที ชินเนอร์จี กรุ๊ป จำกัด
(สำนักงานใหญ่) โดย บริษัท ที ชินเนอร์จีกรุ๊ป จำกัด (สำนักงานใหญ่) พศ 2564

ชื่อนักศึกษา นาย วิทวัส พึ่งแสงผล

อาจารย์ที่ปรึกษา เอกสิทธิ์ อวยชัยวัฒน์

ระดับการศึกษา ปริญญาตรี

ภาควิชา โฆษณา

คณะ นิเทศศาสตร์

ภาคการศึกษา/ปีการศึกษา 3/2563

บทคัดย่อ

รายงานการปฏิบัติสหกิจศึกษาเรื่องการคิดคอนเทนต์เพื่องานโฆษณาอสังหาริมทรัพย์ บริษัท ที ชินเนอร์จีกรุ๊ป จำกัด (สำนักงานใหญ่) โดย บริษัท ที ชินเนอร์จีกรุ๊ป จำกัด (สำนักงานใหญ่) พศ 2564 มีวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1) เพื่อศึกษากระบวนการทำงานของตำแหน่ง คอนเทนต์ครีเอเตอร์ 2) เพื่อศึกษากระบวนการออกแบบ Artwork เพื่อใช้ในการโฆษณา โดยใช้ โปรแกรม Adobe Photoshop และ canva ในการแก้ไขปรับปรุงชิ้นงาน

บริษัท ที ชินเนอร์จีกรุ๊ป จำกัดประกอบกิจการให้เช่าอสังหาริมทรัพย์ผู้จัดทำได้รับมอบหมายให้ปฏิบัติงานในตำแหน่ง คอนเทนต์ครีเอเตอร์ มีหน้าที่ผลิต artwork เพื่อมาใช้ในการโฆษณาของบริษัท รวมถึงคิดเนื้อหาที่จะใช้ในแคปชั่นเพื่อเผยแพร่ผ่านช่องทาง เพจFacebook โดยสร้างเนื้อหาคอนเทนต์เพื่อดึงดูด โปรโมท และการประชาสัมพันธ์ข่าวสารของบริษัท การนำเสนอโปร โมชั่นรวมถึงราคาผ่านภาพและเนื้อหาในแคปชั่นที่จะทำให้กลุ่มเป้าหมายรับรู้และกดติดตาม โดยแสดงเนื้อหาที่ไม่ซับซ้อน

ตลอดระยะเวลาการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา 16 สัปดาห์นี้นอกจากจะได้รับประสบการณ์ในการทำงานด้านวิชาชีพยังได้ความรู้เพิ่มเติมนอกจากสิ่งที่เรียนมาและพัฒนาทักษะการปฏิบัติงานตามสภาพจริงและยังได้ความรู้จากการทำงานในสถานประกอบการ ซึ่งเป็นการเตรียมความพร้อมก่อนก้าวเข้าสู่การทำงานอย่างมืออาชีพต่อไปในอนาคต

คำสำคัญ : การคิดคอนเทนต์/ สื่อโฆษณา

Project Title : Content Creator for Advertising at
T Synergy Group Co., Ltd. (Head Office) 2021

By : Mr. Vittawat Pungsawangphol

Advisor : Mr. Ekkasit Auychaiwat

Degree : Bachelor of Communication Arts

Major : Advertising

Faculty : Communication Arts

Semester / Academic year : 3/2020

Abstract

This study investigated the Artwork Design for Advertising at T Synergy Group Co., Ltd. with the objectives to study the functions of content creator and investigate the working process for advertising through use of Adobe Photoshop and Canva. The student was assigned to work as content creator assistant taking care of editing and producing media broadcasted on social media. Upon the completion of this project the student had more skill on artwork production and editing. All is very helpful for future career development.

Keywords: media, Design advertising

Approved by

.....

กิตติกรรมประกาศ

(Acknowledgement)

จากการที่คณะผู้จัดทำ ได้มาปฏิบัติงานในโครงการสหกิจศึกษา ณ บริษัท ที ชินเนอร์จี กรุ๊ป จำกัด ตั้งแต่วันที่ 17 พฤษภาคม 2564 – 28 สิงหาคม 2564 ทำให้ผู้จัดทำได้รับความรู้และประสบการณ์ที่มีคุณค่าอย่างมากสำหรับรายงานสหกิจศึกษานี้สำเร็จลงได้ด้วยดีจากคำปรึกษาแนะนำและสนับสนุนจากหลายฝ่ายดังนี้

อาจารย์เอกสิทธิ์ อวยชัยวัฒน์ อาจารย์ที่ปรึกษา

คุณธัญลักษณ์ บางเจริญทรัพย์ พนักงานที่ปรึกษา

และบุคคลากรท่านอื่น ๆ ที่ไม่ได้กล่าวนาม ทุกท่านที่ได้ให้คำแนะนำ และช่วยเหลือผู้จัดทำในการจัดทำรายงานฉบับนี้

คณะผู้จัดทำขอขอบพระคุณผู้ที่มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลและเป็นที่ปรึกษาในการทำรายงานฉบับนี้จนเสร็จสมบูรณ์ตลอดจนให้การดูแลและให้ประสบการณ์ในการทำงานจริง ซึ่งผู้จัดทำขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ไว้ ณ ที่นี้ด้วย

ผู้จัดทำ

(นายวิทวัส พึ่งแสงผล)

28 สิงหาคม 2564

สารบัญ

หน้า

จดหมายนำส่งรายงาน.....	ก
กิตติกรรมประกาศ.....	ข
บทคัดย่อ.....	ค
Abstract.....	ง
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ.....	1
1.3 ขอบเขตของโครงการ.....	2
1.4 ประโยชน์ที่ได้รับ.....	2
บทที่ 2 ทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	3
2.1 การโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์.....	3
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องการตลาดแบบเน้นเนื้อหา (Content Marketing).....	8
บทที่ 3 รายละเอียดการปฏิบัติงาน	13
3.1 ชื่อและสถานที่ตั้งประกอบการ.....	13
3.2 ลักษณะการประกอบการ.....	14
3.3 รูปแบบการจัดองค์กรการบริหารงานขององค์กร.....	15
3.4 ตำแหน่งงานที่ได้รับมอบหมาย.....	16
3.5 ชื่อสกุลตำแหน่งงานของพนักงานที่ปรึกษา.....	16
3.6 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน.....	16

สารบัญ

หน้า

3.7 ขั้นตอนและวิธีดำเนินงาน.....	17
3.8 อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้.....	18
บทที่ 4 ผลการปฏิบัติงาน	19
4.1 การคิดคอนเทนต์เพื่องานโฆษณาสำหรับทรัพยากรประเภทออฟฟิศให้เช่า.....	19
บทที่ 5 สรุปผลและข้อเสนอแนะ	24
5.1 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา.....	24
5.2 ข้อเสนอแนะการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา.....	24
บรรณานุกรม	
ประวัติผู้จัดทำ	



สารบัญรูปภาพ

หน้า

รูปที่ 3.1 ตราสัญลักษณ์บริษัท.....	13
รูปที่ 3.2 แผนที่ตั้งบริษัท.....	14
รูปที่ 3.3 สถานที่ตั้งของบริษัท.....	14
รูปที่ 3.4 ตัวอย่างภายในบริษัท.....	15
รูปที่ 3.5 แผนภูมิการจัดองค์กรและการบริหารงานของบริษัท.....	15
รูปที่ 4.1.1.1 ขั้นตอนการเข้าเพจ facebook บริษัท.....	19
รูปที่ 4.1.1.2 ขั้นตอนการโพสรูปภาพลงเพจ.....	20
รูปที่ 4.1.1.3 ภาพคอนเทนต์ที่ใช้โปรโมทธุรกิจในรูปแบบของartwork.....	21
รูปที่ 4.1.1.4 ภาพคอนเทนต์ที่ใช้โปรโมทธุรกิจในรูปแบบของวิดีโอ.....	22
รูปที่ 4.1.1.5 รูปภาพและแคปชั่นต่างๆที่โพสต์ลงเพจ.....	23

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 3.1 ขั้นตอนและวิธีดำเนินงานสำหรับรายงานการปฏิบัติสหกิจศึกษา.....	17
---	----



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

คอนเทนต์ ครีเอเตอร์ (Content Creator) คือผู้ที่มีหน้าที่คอยวางแผนผลิตคอนเทนต์ คิดคอนเทนต์ วิเคราะห์คอนเทนต์ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายของบริษัท และสื่อสารผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ Facebook, เว็บไซต์, YouTube, Line, Instagram, TikTok โดยแต่ละแพลตฟอร์มหรือช่องทางในการสื่อสารคอนเทนต์ต่างก็มีความเฉพาะตัว หรือ ธรรมชาติแตกต่างกันไป Content Creator นอกจากจะคิดเนื้อหาเก่งแล้วยังต้องเข้าใจในตัวแพลตฟอร์มเหล่านี้ด้วยคอนเทนต์ที่ปล่อยออกไปจึงเกิดประสิทธิภาพสูงสุด เช่นการทำคอนเทนต์บน Facebook มีรูปแบบมากมายเช่น แบบ Photo Album หรือ Video Content หรือรูปแบบอื่นๆ ย่อมดีกว่าการโพสต์เนื้อหา หรือ รูปธรรมดา ลงไปเฉยๆ

สกิลสำคัญ หรือที่ควรรู้ สำหรับสาย คอนเทนต์ ครีเอเตอร์ เช่น ทักษะ SEO , ทักษะทางภาษา , ความรู้ทางด้าน Digital Marketing , หลักการออกแบบ ดีไซน์ , Website , Analytics , Content Marketing

แม้ว่าการเป็น คอนเทนต์ครีเอเตอร์ (Content Creator) ควรมีทักษะเยอะๆ มีความสามารถหลากหลาย ใช้งานเครื่องมือออกแบบต่างๆ ได้อย่างคล่องแคล่วเชี่ยวชาญ แต่ในการทำงานจริงๆ เราก็พอข้อจำกัดมากมายที่ไม่เอื้อให้เราได้ใช้เครื่องมือเครื่องมือต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด หลายๆ ครั้งเราจำเป็นต้องใช้ทักษะเดิมๆ วิธีการเดิมๆ ในการสร้างงานให้สำเร็จให้ได้และต้องคิดด้วยอย่างไรก็ตามไม่ใช่เรื่องเลวร้ายถ้าเราจะใช้เครื่องมือเดิมๆ เพื่อออกแบบให้งานออกมาได้ทันกำหนดส่ง และมันก็เป็นงานที่ดีได้หากเราเพิ่มพูนความชำนาญในทักษะนั้นๆ ได้อย่างเชี่ยวชาญจริงๆ

1.2 วัตถุประสงค์

1.2.1 เพื่อศึกษากระบวนการทำงานของตำแหน่ง คอนเทนต์ ครีเอเตอร์ (Content Creator) ของ บริษัท ที่ ชินเนอร์จี กรุ๊ป จำกัด

1.2.2 เพื่อศึกษาการออกแบบสื่อเพื่อใช้ในการโฆษณาของ บริษัท ที่ ชินเนอร์จี กรุ๊ป จำกัด

1.3 ขอบเขตของรายงาน

การศึกษารายงานขั้นตอนการออกแบบสื่อ เพื่อใช้ในการโฆษณา โดยใช้โปรแกรมตัดต่อ Adobe Photoshop และ canva ของ บริษัท ที่ ชินเนอร์จี กรุ๊ป จำกัด โดยขอบเขตของการศึกษาอยู่ในช่วงระยะเวลา 4 เดือน ตั้งแต่วันที่ 17 พฤษภาคม 2564 – 28 สิงหาคม 2564

1.4 ประโยชน์ที่ได้รับ

1.4.1 ได้ทราบถึงขั้นตอนกระบวนการทำงานของตำแหน่ง คอนเทนต์ ครีเอเตอร์ (Content Creator) ของ บริษัท ที่ ชินเนอร์จี กรุ๊ป จำกัด

1.4.2 ได้เรียนรู้การออกแบบสื่อ เพื่อใช้ในการโฆษณา ของ บริษัท ที่ ชินเนอร์จี กรุ๊ป จำกัด

บทที่ 2

ทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

2.1 การโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์

การโฆษณาออนไลน์ คือ การสร้างความสนใจไม่ว่าวิธีใดก็ตาม เพื่อจูงใจหรือสนับสนุนให้เกิดความต้องการซื้อสินค้าหรือบริการโดยผ่านทางอินเทอร์เน็ต โฆษณาออนไลน์ แสดงอยู่บน อีเมลล์, เครื่องมือค้นหาออนไลน์ และสังคมออนไลน์ รูปแบบการโฆษณาที่เป็นที่นิยมที่สุดบนสื่อออนไลน์ คือการใช้แถบโฆษณา การโฆษณารูปแบบนี้มีให้เห็นอยู่ทั่วไปตามเว็บไซต์ต่างๆ และถ้าเจ้าของสินค้าต้องการเพิ่มความเด่นให้กับโฆษณาของตนเอง ก็อาจจะเลือกใช้สื่อโฆษณาแบบลอย และในบางกรณี เจ้าของสินค้าหรือบริการอาจจะไม่ยากตั้งใจขายสินค้าของตนเองอย่างจริงจัง ก็สามารถเลือกการโฆษณาแฝงตามสื่อออนไลน์ในรูปแบบอื่น (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี การโฆษณาออนไลน์ ,2562)

จุดมุ่งหมายหลักของการโฆษณา คือ การขายสินค้า แต่จุดมุ่งหมายที่ต้องการให้เกิดขึ้นแบบจับปัด คือ การติดต่อสื่อสาร (Immediate purpose is to communicate) โดยเป็นการสื่อไปยังกลุ่มเป้าหมายที่แอบแฝงด้วยการชักจูงใจกลุ่มเป้าหมาย หน้าที่ของการโฆษณาจะต้องหาจุดเด่น จุดขายของสินค้าและพยายามให้เขายอมรับว่าจุดเด่นนั้นเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นต่อการบริโภค เป็นการเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้า จะทำให้เกิดภาพพจน์ที่ดีแก่สินค้า ผู้บริโภคจะมีความเข้าใจในคุณภาพ สรุปว่า โฆษณาก็คือการขายนั่นเอง (อ้างถึงใน มทร.ตะวันออก วช. จักรพงษ์ภูวนารอด,2555)

การโฆษณาออนไลน์ (Online) สามารถทำได้ 2 วิธี คือ การจ้าง Influencer รีวิวสินค้า และการซื้อโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์

- การจ้าง Influencer เพื่อโฆษณาหรือรีวิวสินค้าบนช่องทางของ Influencer เช่น Facebook Twitter Youtube หรือ เว็บไซต์ของ Influencer เหล่านั้น
- การลงโฆษณออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ เช่น การซื้อ Banner ของเว็บไซต์ การซื้อโฆษณาผ่าน Facebook AdSense Taboola Twitter Youtube และ Instagram รวมไปถึงการซื้อโฆษณาของเว็บไซต์สื่อออนไลน์

การโฆษณาบนช่องทางของแบรนด์ (Owned Media) คือ ช่องทางสื่อสารของแบรนด์ ซึ่งการโฆษณาบนสื่อแบรนด์เป็นเจ้าของอยู่แล้ว ทำให้ Brand สามารถจัดการทุกอย่างได้เอง โดย Owned Media ที่ได้รับความนิยมในปัจจุบันก็คือ Social Media ต่างๆ เช่น Facebook Fanpage และ Twitter Official Account ทำให้แบรนด์ไม่มีค่าใช้จ่ายอย่างไรก็ตาม Social Media ยังไม่ใช่ Owned Media อย่างเต็มรูปแบบ เพราะ Brand ไม่ใช่เจ้าของ Social Media เหล่านั้น 100% นั่นหมายความว่า Social Media เหล่านี้อาจจะถูกลบเมื่อไหร่ก็ได้ หรืออย่างช่วงที่ผ่านมา จะเห็นว่า Facebook ลด Reach หรือการมองเห็นโพสต์ของ Page ลงอย่างต่อเนื่อง ซึ่ง Brand ก็ไม่สามารถทำอะไรได้ (เพราะไม่ใช่เจ้าของ) นอกจากนี้ยังมี Owned Media ที่ไม่ใช่ Social Media อย่าง Application ebsite และการทำ Email Marketing

ข้อดีของ Owned Media

- ไม่มีค่าใช้จ่าย หรือ มีค่าใช้จ่ายที่ต่ำกว่า Paid Media เพราะแบรนด์เป็นเจ้าของเองทำให้ไม่ต้องจ่ายเงิน
- สามารถจัดการได้อย่างเต็มที่ เนื่องจากเป็นเจ้าของ
- ผู้ที่ติดตามเป็นผู้ที่สนใจสินค้าจริงๆ

ข้อจำกัดของ Owned Media

- ต้องใช้เวลา จากการที่ต้องให้ Owned Media ของแบรนด์เป็นที่รู้จัก
- Owned Media บางอย่างแบรนด์ไม่ได้เป็นเจ้าของที่แท้จริง เช่น Facebook Page ทำให้แบรนด์ต้องปฏิบัติตามนโยบายของ Facebook

นอกจาก Owned Media แล้ว ประเภทของสื่อโฆษณาสำหรับโปรโมทแบรนด์ ยังมี 2 รูปแบบคือ

- Paid Media ที่เป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์ที่แบรนด์ได้มาจากการจ่ายเงิน ซื้อโฆษณา
- Earn Media ที่ได้มาจากการบอกต่อกันของลูกค้าที่ได้ใช้ (Greedisgoods การโฆษณา, 2019)

สื่อโฆษณาออนไลน์มีอะไรบ้าง

1. สื่อโฆษณาออนไลน์แบบ display ads คือสื่อโฆษณาที่น่าสนใจรูปแบบหนึ่ง เพราะมีทั้งรูปภาพ วิดีโอ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เหมาะกับการทำโฆษณาแบบ cpm เพราะกระตุ้นการคลิกได้ดีกว่าทางอื่น

2. **สื่อโฆษณาออนไลน์แบบ mobile ads** คือการทำการตลาดแนวนี้นี้มีแนวโน้มดีขึ้นเรื่อยๆ เพราะ smartphone คือสิ่งที่อยู่คู่กับเจ้าของตลอดเวลา ดังนั้นสินค้าของคุณก็จะปรากฏมากขึ้นผ่านมือถือ

3. **สื่อโฆษณาออนไลน์แบบ Google search** คือการค้นหาคือสิ่งหนึ่งที่มาพร้อมกับการเติบโตของเว็บไซต์ที่มากขึ้น ดังนั้นห้องสมุดออนไลน์ขนาดใหญ่จำเป็นต้องพึ่งเครื่องมือในการค้นหาอย่าง search engine เช่น google,yahoo,bing เป็นต้น และเป็นช่องทางในการทำการตลาดบนหน้าแรกของ Google ที่มีทั้งแบบ pay per click ที่เรียกว่า Google AdWords และบริการรับทำ SEO ที่ง่าย และถูกกว่าการลงโฆษณา AdWords ซึ่งสามารถเจาะกลุ่มเป้าหมายได้มากแต่ต้องมีการลงทุนนิดหน่อย

4. **สื่อโฆษณาออนไลน์แบบ direct mail** คืออีเมลคือสิ่งที่เราทุกคนต้องมีเพื่อรับส่งข้อมูลแบบออนไลน์ และการทำการตลาดด้วยนี้ช่วยประหยัดต้นทุนได้มากกว่าด้านอื่นๆ

5. **สื่อโฆษณาออนไลน์แบบ viral marketing** คือการทำการตลาดด้านนี้คือการสร้างกระแสด้านใดด้านหนึ่ง และมีการบอกต่อ อาจจะเป็นแบบปากต่อปาก หรือการแชร์ การ like ซึ่งสร้างความนิยมผ่าน viral marketing ได้รวดเร็วมาก

6. **สื่อโฆษณาออนไลน์แบบ social media** คือสื่อโฆษณาออนไลน์ที่ได้รับความนิยมมากอันดับหนึ่งคือ facebook และยังคงแรงต่อเนื่อง ดังนั้นจึงไม่ควรมองข้ามการทำการตลาดในด้านนี้ เด็ดขาด

7. **สื่อโฆษณาออนไลน์บน Youtube** คือการทำการตลาดออนไลน์ ที่สนใจอีกแบบหนึ่ง โดยโฆษณาบน Youtube (รายละเอียด)จัดกิจกรรมหรือสร้างเนื้อหาวิดีโอ เชิญชวนขึ้นมา โปรโมทสินค้า โปรโมทแบรนด์ ที่กำลังได้รับความนิยม

ในอนาคตอันใกล้ สื่อโฆษณาออนไลน์จะเข้าสู่ยุคเว็บ 4.0 คือเนื้อหาข้อมูลที่สามารถค้นหาได้อย่างไม่จำกัดและเชื่อมโยงสัมพันธ์ ต่อยอดมาจากการตลาดยุค 3.0 ซึ่งผู้บริโภคเป็นคนสร้างเนื้อหาขึ้นมาเองแต่ยังไม่มีการจัดระบบระเบียบ ดังนั้นในอนาคตสิ่งที่จะได้จากโลกออนไลน์จะทำให้การเสพติดข้อมูลข่าวสารเป็นไปอย่างไม่รู้ตัว (อาจารย์โก้ CEO Online โฆษณาออนไลน์,2018)

ขยายธุรกิจออนไลน์ด้วย Facebook

Facebook ได้กลายเป็นช่องทางที่ผู้คนส่วนใหญ่ใช้ในการทำธุรกิจออนไลน์มากขึ้น เพราะเป็นสังคมโซเชียลที่รวบรวมผู้คนจากทั่วประเทศ ทั่วโลกเข้าไปเป็นจำนวนมาก จึงสามารถที่จะสร้างโอกาสและเพิ่ม

ยอดขายได้เป็นอย่างดี ดังนั้นผู้ประกอบการส่วนใหญ่จึงหันมาใช้ Facebook ในการทำธุรกิจมากขึ้น ทั้งยังเป็นเทคนิคที่ครอบคลุมทุกกระบวนการอีกด้วย ไม่ว่าจะเป็นการสร้างแบรนด์ การให้ข้อมูลสินค้าจนกระทั่งการสั่งซื้อ โดยมีเทคนิคดังนี้

1. สร้าง Facebook Page ที่ดี เพราะ Facebook Page เป็นเหมือนหน้าร้านของธุรกิจ หากหน้าร้านมีความน่าสนใจ ดึงดูด ก็จะช่วยให้ลูกค้าเข้าร้านได้ดี ดังนั้นจึงควรสร้าง Facebook Page ให้ดูน่าสนใจด้วยการออกแบบหน้าเพจให้ดูสวยงาม สะดุดตา สื่อถึงสินค้าได้อย่างดีเยี่ยม และจะต้องมีที่ตั้งของร้าน เวลาทำการ ประวัติที่มา ข้อมูลการติดต่อ และสินค้าอย่างครบถ้วนด้วย นอกจากนี้หากมีหลักฐานการจดทะเบียนพาณิชย์ ก็จะช่วยสร้างความน่าเชื่อถือได้มากขึ้น

2. โปรโมทร่วมกับเว็บไซต์ การโปรโมทร่วมกับเว็บไซต์ จะช่วยเพิ่มผู้เข้าชมและเพิ่มโอกาสในการขายสินค้าและการทำกำไรได้เป็นอย่างดี เพราะเมื่อมีผู้เข้าชมเว็บไซต์ ก็จะต่อ ยอดมายังแฟนเพจต่อไปนั่นเอง โดยให้ทำการติดตั้ง Facebook like Box ขึ้นภายในเว็บไซต์ เท่านั้นก็เรียบร้อยแล้ว

3. สร้างเนื้อหาที่ดี การมีเนื้อหาที่ดี จะช่วยเรียกความสนใจจากกลุ่มลูกค้าได้อย่างดีเยี่ยม และเพิ่มโอกาสที่ลูกค้าจะสั่งซื้อสินค้ามากขึ้น โดยสำหรับการสร้างเนื้อหานั้นอาจจะเป็นบทความสั้นๆ คลิปวิดีโอ หรือจะเป็นภาพประกอบข้อความก็ได้ ขึ้นอยู่กับจะดีไซน์ออกแบบขึ้นมาอย่างไรนั่นเอง และที่สำคัญเนื้อหาจะต้องมีคุณภาพ เป็นประโยชน์ต่อผู้รับชมด้วย นอกจากนี้เมื่อมีเนื้อหาแล้ว ก็ให้ทำการโพสต์บ่อยๆ ในสัดส่วนที่เหมาะสม สลับไปกับการโพสต์ขายสินค้าและโปรโมชันต่างๆ ซึ่งหากเนื้อหาโดนใจ ก็จะมีลูกค้าเข้าชมเพะเยอะขึ้น

4. จิตใจที่พร้อมให้บริการ เป็นจุดสำคัญที่ผู้ดูแลหรือที่เรียกว่าแอดมินเพจควรให้ความสนใจ เพราะจะช่วยสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าได้ดี ไม่ว่าจะเป็นการตอบแชทอย่างรวดเร็ว การตอบคำถามได้โพสต์ที่มีผู้ถามเข้ามาอยู่เสมอ หรือการพูดคุยหน้าเพจเพื่อไม่ให้ดูเงียบเหงาจนเกินไป ซึ่งผู้ดูแลจะต้องพยายามใช้ภาษาในการพูดคุยที่สุภาพ จริงใจและไม่ดูแข็งทื่อจนไม่เป็นธรรมชาติ ที่สำคัญจะต้องมีเวลาพอสมควร เพื่อคอยตอบคำถามหรือตอบรับออเดอร์ของลูกค้าตลอดเวลาที่มีการติดต่อเข้ามา

5. นำไปสู่การขาย การโพสต์ขายสินค้าเพียงอย่างเดียวอาจทำให้ลูกค้าไม่ทราบว่าหากต้องการซื้อสินค้า จะต้องทำอย่างไรบ้าง ดังนั้นจึงต้องมีการนำไปสู่การขาย เช่นเขียนใส่ลงในได้โพสต์ขายสินค้าว่า สนใจคลิกซื้อสินค้าได้ที่เว็บไซต์, สามารถสั่งซื้อสินค้าที่ได้โพสต์ได้เลย หรือให้ติดต่อผ่านทางกล่องข้อความ ซึ่งหากมี

รายละเอียดหรือเงื่อนไขใดๆ ก็ให้ส่งไปด้วย เพื่อให้ลูกค้าจะได้ทำความเข้าใจได้ทันทีและไม่ต้องเสียเวลากับการสอบถาม

6. ใช้ Facebook Ads เป็นตัวช่วย Facebook Ads เป็นการสร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จักอย่างรวดเร็วและกว้างขวางยิ่งขึ้น เพราะจะทำให้ลูกค้า หรือกลุ่มเป้าหมายสามารถมองเห็นสินค้าของธุรกิจได้อย่างรวดเร็วและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เป็นจำนวนมาก ซึ่งแม้ว่าจะต้องมีค่าใช้จ่ายในการทำ แต่ก็ถือว่าคุ้มค่างกับผลลัพธ์ที่ได้มากทีเดียว แคมเปญยังสามารถจำกัดงบประมาณไม่ให้เกินงบได้

7. Retargeting ต้องน่าสนใจเป็นเทคนิคการทำการตลาด ที่จะพุ่งเป้าไปสู่กลุ่มลูกค้าที่รู้จักและมีความสนใจในสินค้าและบริการประเภทนี้อยู่แล้ว จึงทำให้โอกาสที่จะทำยอดขายเพิ่มสูงขึ้นมากกว่าปกติ โดยส่วนใหญ่การทำการตลาดในรูปแบบนี้ ก็จะพุ่งไปที่ลูกค้า หรือกลุ่มเป้าหมายจากฐานข้อมูลของธุรกิจ และลูกค้า หรือกลุ่มเป้าหมายที่เข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์เป็นหลัก

8. ทำโฆษณาให้ถูกกฎ การทำโฆษณาจะต้องทำให้ถูกกฎตามที่ Facebook กำหนด ไม่อย่างนั้นจะไม่สามารถทำโฆษณาได้ โดยกฎที่สำคัญยกตัวอย่างเช่น จะต้องมิดาวอักษรแค่ 20% ของพื้นที่โฆษณาทั้งหมด, ต้องไม่มีคำพูดถึงการรับประกันและการการันตีต่างๆ รวมถึงไม่มีรูปภาพที่ล่อแหลม เป็นต้น

9. Optimization อีกหนึ่งสิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการจะมองข้ามไม่ได้ ก็คือการพัฒนาให้โฆษณามีผลลัพธ์ที่ดียิ่งขึ้น โดยการปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงในบางจุดอยู่เสมอ ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้ก็คือ การได้ลูกค้า หรือกลุ่มเป้าหมายที่เพิ่มมากขึ้นในขณะที่ยังคงมีงบประมาณในการโฆษณาเท่าเดิมนั่นเอง ส่วนจะพัฒนาอย่างไรดี ก็ให้วัดดูจากผลลัพธ์เดิมของโฆษณาที่ทำขึ้นเป็นหลัก

เท่านี้การทำธุรกิจผ่านทาง Facebook Page ก็ไม่ใช่เรื่องยากอีกต่อไป และสามารถเพิ่มยอดขายได้มากขึ้นอีกด้วย เพียงแค่นำเทคนิคเหล่านี้ไปปรับใช้เท่านั้น โดยเฉพาะในการสร้างแฟนเพจให้มีความน่าสนใจและการทำโฆษณาให้มีคุณภาพ เพื่อโปรโมทธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพที่สุด (การตลาดออนไลน์ ธุรกิจออนไลน์ ,2560)

สรุป การทำธุรกิจออนไลน์ ไม่ใช่เรื่องยากและก็ไม่ใช่ว่าเรื่องง่าย แต่ถ้าหากมีความตั้งใจจริง และมีเวลาพอที่จะเอาใจใส่ลูกค้า และที่สำคัญก็คือเป็นธุรกิจที่ประหยัดค่าใช้จ่ายในการลงทุน บางทีอาจไม่ต้องสต็อกสินค้าแค่มียินเตอร์เน็ตก็ขายได้ทุกที่ทุกเวลา แล้วยังขายบนเว็บฟรี เช่น เฟสบุ๊ก ไลน์ หรือ การนำสินค้าไปโพสต์ไว้กับเว็บที่ให้บริการลงโฆษณาฟรี แต่ถ้าเราอยากโฆษณาแบบเสียเงินก็ได้ แต่เราจะต้องมีเนื้อหาที่ดีน่าสนใจก็

สามารถทำให้อัตราการขายเราสามารถเพิ่มขึ้นได้มาก เพราะฉะนั้นสำหรับการทำการโฆษณาออนไลน์ ถือเป็นการทำธุรกิจออนไลน์ที่เป็นตัวเลือกที่ดีและน่าสนใจอย่างมากในยุค 4.0

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องการตลาดแบบเน้นเนื้อหา (Content Marketing)

คำว่าคอนเทนต์ก็คือเนื้อหาซึ่งอาจจะอยู่ในรูปแบบของบทความ ภาพถ่ายถ่าย ภาพวาด หรือ

วิดีโอก็ได้ปัจจุบันคอนเทนต์มีอิทธิพลกับวิถีชีวิตของผู้คนเป็นอย่างมากโดยเฉพาะในทางการตลาดคอนเทนต์นับว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญในการดึงดูดให้กลุ่มเป้าหมายเข้ามาสนใจสินค้าและบริการเนื่องจากมีเครื่องมือและช่องทางการสื่อสารที่สะดวกและรวดเร็วอย่างสมาร์ตโฟนและอินเทอร์เน็ต

อีกทั้งเครื่องมือที่จะเป็นช่องทางเพื่อการตลาดก็มีให้เลือกหลากหลาย ทั้งเว็บไซต์ YouTubeหรือสื่อออนไลน์ต่างๆหลายๆ บริษัทไม่ประสบความสำเร็จในการทำการตลาดผ่านออนไลน์หรือสื่อออนไลน์สักเท่าไร เพราะไม่เข้าใจถึงวิธีการใช้เครื่องมืออย่างแท้จริง หรือคิดว่าการใช้สื่อออนไลน์ต่างๆ เช่น การสร้าง Facebook Fanpage สามารถใช้งานได้ฟรีและใครก็สามารถที่จะทำได้แน่นอนว่าใครก็สามารถที่จะทำได้แต่การที่จะทำแล้วให้ประสบความสำเร็จนั้น จำเป็นที่จะต้องเข้าใจถึงวิธีการที่ถูกต้องและมีแนวทางในการท ที่ชัดเจน ปัจจัยหนึ่งที่สำคัญในการทำการตลาดในโลกออนไลน์คือคอนเทนต์นั่นเอง ซึ่งคอนเทนต์ที่น่าสนใจจะช่วยให้ผู้คนสนใจเข้ามาอ่าน หรือชม แสดงความเห็น และมีการแชร์หรือบอกต่อ

ตัวอย่างแนวทางในการทำคอนเทนต์

- คอนเทนต์ที่สร้างแรงบันดาลใจจะเป็นรูปแบบของข้อความ ประโยค คำคม หรือรูปภาพ ก็ได้คอนเทนต์แนวนี้ผู้คนค่อนข้างที่จะสนใจ เนื่องจากเมื่อได้อ่านหรือดูแล้วจะมีพลังทำให้มีกำลังใจ ตัวอย่างของคอนเทนต์ในลักษณะนี้ที่เห็นชัดเจน เช่น โฆษณาของบริษัท ประกัน หรือ โทรศัพท์มือถือที่มีการสื่อถึงวิถีชีวิต และ การให้กำลังใจซึ่งกันและกัน การช่วยเหลือกันเมื่อผลันได้ดูแล้วรู้สึกประทับใจ ทำให้เกิดการจดจำ และมีการพูดถึงกัน ปากต่อปาก
- คอนเทนต์ที่ให้โอเคียคอนเทนต์ที่เกี่ยวกับโอเคียสามารถทำให้คนที่ไม่คิดว่าจะซื้อสินค้า สามารถที่จะตัดสินใจซื้อสินค้านำก่อนได้เลย เช่น มีการสร้างพื้นที่ หรือ ติดตั้งโคมไฟตัวอย่าง พร้อมถ่ายภาพออกมาให้ดูแล้วน่าสนใจ เป็นการนำเสนอโอเคียการตกแต่งบ้านหรือใช้งานโคมไฟให้กับลูกค้า หากถ่ายออกมาได้โดนใจลูกค้า แม้ว่า ลูกค้าจะไม่ได้ตั้งใจที่จะซื้อโคมไฟมาก่อน แต่เมื่อเห็นโอเคียแล้วอาจจะมีความคิดว่า จะนำไปประยุกต์ใช้กับคนอย่างไร หรือสนใจที่จะนำไปใช้บ้าง และตัดสินใจซื้อในที่สุด

- คอนเทนต์แนะนำการใช้งาน การแนะนำ หรือให้ข้อมูลการใช้งานอุปกรณ์ต่างๆ เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่ผู้คนสนใจ ซึ่งสินค้าที่ผู้คนสนใจจะศึกษาวิธีการใช้งานมีมากมายหลายอย่างหลายกลุ่มไม่ว่าจะเป็น รถยนต์ โทรศัพท์เครื่องใช้ไฟฟ้า ฯลฯ หากมีการให้ข้อมูลที่ดีย่อมที่จะมีผู้คนสนใจและเข้ามายังพื้นที่เว็บไซต์ หรือสื่อออนไลน์ที่สร้างขึ้น รวมถึงมีการแชร์เพื่อบอกต่อ
- คอนเทนต์แนะนำ การแก้ปัญหา ไม่เพียงคอนเทนต์ที่เกี่ยวกับการแนะนำการใช้งาน คอนเทนต์แนะนำการแก้ปัญหาก็ได้รับความสนใจเช่นกัน เพราะสิ่งของเครื่องใช้ต่างๆ ย่อมมีปัญหาเกิดขึ้น หากมีการแนะนำ และให้ข้อมูลที่ชัดเจนและถูกต้องย่อมมีคนสนใจ หากผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์เป็นผู้ให้ข้อมูลแนะนำการแก้ปัญหาด้วยตัวเองจะยิ่งทำให้ได้รับความน่าเชื่อถือในการที่จะตัดสินใจใช้บริการจากลูกค้า คอนเทนต์เกี่ยวกับการแก้ปัญหามิอาจไม่ใช่เรื่องเกี่ยวกับสิ่งของเครื่องใช้เสมอไปอาจเป็นเรื่องของการดำเนินชีวิตก็ได้
- คอนเทนต์ ที่สื่อถึงอารมณ์ส่วนใหญ่จะเป็นการนำเสนอในรูปแบบของรูปภาพ ที่ทำให้คนที่พบเห็นแล้วรู้สึกคล้อยตาม เกิดอารมณ์ร่วม หรือเกิดความต้องการที่จะซื้ออยากจะได้เช่น ภาพอาหาร หรือ ของกิน ภาพของอาหารที่ชวนรับประทานใครเห็นแล้วก็ต้องเกิดความรู้สึกที่อยากจะลองลิ้มชิมรส เป็นต้น

นอกจากคอนเทนต์ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการทำการตลาดแล้ว อีกสิ่งหนึ่งที่สำคัญ ไม่แพ้กันคือผู้ที่ทำหน้าที่ผลิต และ พัฒนาคอนเทนต์หลายบริษัทเลือกที่จะใช้พนักงานในองค์กรที่มีอยู่แล้วมาทำหน้าที่เสริมในส่วนนั้นซึ่งคอนเทนต์ที่มีประสิทธิภาพจำเป็นต้องทำโดยผู้ที่มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ที่ดี หรือเป็นมืออาชีพที่มีประสบการณ์ในการพัฒนาคอนเทนต์โดยตรง (โดยศรวิทย์ สมทรง และ เกริญ ไกร รัชตามุขยพันธ์: เรียงเรียง กิตติฐานิธิธนา)

แนวคิดเรื่องการตลาดแบบเน้นเนื้อหา (Content Marketing)

นักการตลาดได้มีการเสนอแนวคิดของการใช้การสื่อสารการตลาดบนอินเทอร์เน็ตให้สำเร็จ โดยจะต้องให้ความสำคัญในเรื่องของการตลาดเชิงเนื้อหา และนำเสนอแนวทางการสื่อสารการตลาดบนอินเทอร์เน็ตแบบการตลาดเชิงเนื้อหา (Content Marketing) ซึ่งการทำการตลาดในรูปแบบนี้จะนำเสนอตัวเนื้อหาได้อย่างตรงจุด และสร้างให้เนื้อหามีความโดดเด่นไม่ซ้ำกับคู่แข่ง อีกทั้งยังเพิ่มคุณค่า ความน่าสนใจต่อบริโภคนั้นๆ ได้อีกด้วย ส่งผลให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อสินค้าจนต่อเนื่องไป

ถึงการเกิดแรงจูงใจในการซื้อสินค้า 5 สำหรับการตลาดเชิงเนื้อหาถือว่าเป็นแนวคิดที่สอดคล้องกับการพัฒนาการตลาดแบบ 3.0 ของ Kotler (2010) โดยได้อธิบายว่าการตลาดถูกแบ่งออกเป็น 3 ยุค ได้แก่

1. การตลาดยุค 1.0 ที่ยึดตัว สินค้าเป็นหลัก (The Product Centric Era) ซึ่งในยุคนั้น โรงงานจะผลิตสินค้าออกมาเป็นจำนวนมาก และมีลักษณะหน้าตาที่เหมือนกัน เรียกว่า “ตลาดปริมาณมาก” (Mass Marketing)
2. การตลาดยุค 2.0 จะเข้าสู่ยุคของข้อมูลข่าวสาร (The Information Age) ในยุคนี้ผู้บริโภคจะเริ่มมีความได้เปรียบ บริษัทต่างๆจะต้องเริ่มเปลี่ยนแปลงตนเองมาให้ความสนใจเกี่ยวกับความต้องการของผู้บริโภคเป็นหลักแทน (Needs and Wants)
3. การตลาดยุค 3.0 เป็นการตลาดในยุคปัจจุบัน โดยยุคนี้ก็ยังมีความคล้ายกับยุคการตลาด 2.0 ที่ยังให้ความสำคัญในเรื่องของความต้องการของผู้บริโภคอยู่ แต่สิ่งที่เพิ่มเข้ามานั้นก็จะเป็นเรื่องของการสร้าง ประโยชน์ให้กับสังคมเข้าไปด้วย
4. การตลาดยุค 4.0 กลยุทธ์การตลาดบนพื้นฐานของของการวิจัยโดยศาสตราจารย์ฟิลิป คอตเลอร์ ซึ่งตามหลักการตลาด 4.0 นั้น การตลาดที่มีประสิทธิภาพต้องดำเนินการมากกว่าการสร้างคามผูกพันออนไลน์ระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขายเพียงอย่างเดียว เพราะการสร้างคามผูกพันออฟไลน์ก็มีความสำคัญเช่นเดียวกัน
5. การตลาดยุค 5.0 Technology for Humanity การใช้เทคโนโลยีเพื่อเข้าใจมนุษย์และพัฒนาสังคมให้ดีขึ้น เป็นการตลาดสามารถสร้างความยั่งยืนให้กับสังคม เป็นการรวมกันของ Marketing 3.0 และ Marketing 4.0

Tyler (2013 อ้างใน ภัสวดี นิติเกษตรสุนทร, 2549) ได้กล่าวว่า โดยเฉลี่ยผู้บริโภคร้อยละ 90 มีความชื่นชอบการทำการตลาดในรูปแบบเชิงเนื้อหา ด้วยเหตุผลที่ว่าเกิดประโยชน์มากกว่าการ นำเสนอในรูปแบบอื่นๆ และอีกร้อยละ 78 รู้สึกว่าสามารถช่วงสร้างความสัมพันธ์ที่ดีให้กับตราสินค้า และผู้บริโภคได้ อีกทั้งยังสามารถทำให้ผู้บริโภคมีความต้องการที่จะซื้อสินค้าจากบริษัทที่สร้าง การตลาดเชิงเนื้อหามากขึ้นอีกร้อยละ 61

Evans & Berman (1982 อ้างใน ภัสวดี นิติเกษตรสุนทร, 2549) ได้ให้นิยามของการตลาดรูปแบบเชิงเน้นเนื้อหา (Content Marketing) ไว้ว่าเป็นเทคนิคในการทำการตลาดรูปแบบหนึ่งที่ใช้วิธีการเผยแพร่ และส่งต่อเนื้อหาข้อมูลที่มีคุณค่าต่อกลุ่มผู้อ่าน ซึ่งเป็นลูกคำกลุ่มเป้าหมายโดย ประเภทสื่อที่ได้รับความนิยม ดังนี้

1) บทความ เนื้อหาเชิงข้อเขียนที่ได้ทำการบันทึกลงเว็บไซต์ หรือเฟซบุ๊ก ซึ่งเป็นได้ทั้ง เนื้อหาที่มีความยาว (Long Form) หรือแบบสั้น (Short Form) ก็ได้

2) กราฟิก คือ การนำบทความที่มีรายละเอียดจำนวนมากๆ หรือบทความที่ผู้บริโภค ส่วนใหญ่ ยากที่จะเข้าใจมาสร้างเป็นกราฟิกที่ดูน่าสนใจ เพื่อให้ง่ายต่อความเข้าใจมากขึ้น เช่น กราฟิก รูปแบบของ Infographic ซึ่งเป็นที่นิยมเป็นอย่างมาก

3) วิดีโอ เป็นเนื้อหาอีกรูปแบบหนึ่งที่กำลังได้รับความนิยมสูงขึ้นเรื่อยๆ โดยเฉพาะ ช่องทาง Facebook และ Youtube ซึ่งเป็นเนื้อหาที่สามารถสร้างรายได้ และชื่อเสียงเป็นอย่างดี

ณัฐพัชญ์ วงษ์เหรียญทอง (2557) ได้แนะนำวิธีการสร้างเนื้อหาที่มีคุณค่า (Valuable Content) ในรูปแบบที่สามารถสร้างความเข้าใจและทำตามได้ง่าย อีกทั้งยังสามารถนำไปพัฒนาต่อได้ ดังนี้

1) มีประโยชน์ (Useful) 6 โดยปกติแล้วมนุษย์จะมีความคิดว่าสิ่งใดมีคุณค่า ก็ต่อเมื่อสิ่งต่างๆ นั้นได้เอื้อประโยชน์ ทางใดสักทางหนึ่ง ทั้งนี้การสร้างเนื้อหาจึงต้องคำนึงถึงเวลาการเสนอไปแล้วจะเกิดประโยชน์กับ กลุ่มเป้าหมายได้หรือไม่ ตรงกับความคาดหวังของผู้บริโภคเนื้อหาหรือไม่ แทนที่จะคิดว่าจะมี ประโยชน์กับแบรนด์หรือไม่ และคำว่าคำนึงถึงประโยชน์ในที่นี้ไม่ได้หมายความว่าต้องเป็นเนื้อหา เชิงวิชาการ หรือสาระหนักๆ แต่ทั้งนี้หมายถึงการให้ความรู้การแนะนำหรือการให้ความบันเทิง ใดๆ ก็ตาม

2) การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย สิ่งสำคัญที่ควรนึกถึงเมื่อต้องการสร้างเนื้อหาที่ดีและมีประโยชน์ต่อกลุ่มเป้าหมายนั้นๆ คือ การพิจารณาถึงเนื้อหาที่มีการสื่อสารถึงวัตถุประสงค์ได้อย่างชัดเจน พร้อมทั้งจะสามารถให้คำตอบได้ว่า เนื้อหาที่สร้างขึ้นมานั้นมีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับกลุ่มเป้าหมายอย่างไรบ้าง เพราะ หากเราทำบทความให้ดีแค่ไหนก็ตาม หากไม่สามารถเชื่อมต่อกับกลุ่มเป้าหมายได้ เนื้อหาเหล่านั้นก็ไม่มีคามหมายทันที

3) มีความชัดเจนเข้าใจง่าย นอกเหนือจากการพิจารณาถึงการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายแล้วอีกหนึ่งปัจจัยที่ควรให้ ความสำคัญก็คือการสร้างเนื้อหาที่ผู้บริโภคทุกๆ เขาจะสามารถเข้าใจได้ง่ายว่าเราต้องการสื่อสารถึง เรื่องวัตถุประสงค์อะไร โดยที่จะต้องเอาบรรทัดฐานในการตัดสินใจส่วนตัวมาใช้กับเนื้อหามากเกินไป เพราะจะส่งผลให้เนื้อหาอ่านยาก ดูซับซ้อน

4) มีคุณค่าที่ดี หลังจากการสร้างเนื้อหาที่มีประโยชน์ และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายแล้วคุณภาพของเนื้อหา ก็เป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้เช่นกัน โดยเราไม่ควรคัดลอกเนื้อหามาเป็นของตนเอง รวมถึงความคมชัดของ

รูปภาพและวิดีโอด้วยที่เราควรต้องทำให้มีมาตรฐาน เนื่องสิ่งเหล่านี้ส่งผลต่อความประทับใจของผู้ที่อ่านจนอาจจะทำให้ผู้บริโภคเหล่านั้นเลิกสนใจเนื้อหาที่เราสร้างไปถาวร

5) มีความเป็นต้นฉบับในรูปแบบของตัวเอง ผู้สร้างเนื้อหาที่ดีควรรู้จักแสวงหาเอกลักษณ์หรือความเป็นต้นฉบับของตัวเอง เพื่อ สะท้อนผ่านองค์ประกอบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นสำนวนหรือวลีในการเขียน โครงสร้าง และการถ่ายภาพก็เช่นกัน ทั้งหมดนี้ก็เพื่อสร้างการจดจำให้กับผู้บริโภคเนื้อหา และมีความแตกต่างจากคู่แข่งอย่าง ชัดเจน

สรุปได้ว่า แนวคิดการตลาดแบบเน้นเนื้อหา (Content Marketing) ทำให้รับรู้ได้ว่าการ สร้างเนื้อหาเพื่อการสื่อสารควรให้ความสำคัญถึงเนื้อหาสาร โดยสร้างเนื้อหาที่เป็นประโยชน์กับ กลุ่มเป้าหมาย มีความสนใจ และทำให้ผู้บริโภคเนื้อหามีความต้องการที่จะติดตาม ทั้งนี้ต้องไม่บังคับโฆษณาหรือรบกวนการรับชมเนื้อหาของผู้ที่รับสารมากเกินไป ซึ่งผู้วิจัยได้นำแนวคิด Value content มาเป็นกรอบในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ตรงจุด

บทที่ 3
รายละเอียดการปฏิบัติงาน

3.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ

3.1.1 ชื่อสถานประกอบการ

บริษัท ที ซินเนอร์จี้กรุ๊ป จำกัด (สำนักงานใหญ่)
T Synergy Group Company Limited (Head Office)

3.1.2 ที่ตั้งสถานประกอบการ

2823/3 ถนนเจริญกรุง แขวงบางค้อแหลม เขตบางค้อแหลม
กรุงเทพฯ 10120



ภาพประกอบที่ 3.1 ตราสัญลักษณ์ (Logo) บริษัท ที ซินเนอร์จี้กรุ๊ป จำกัด (สำนักงานใหญ่)



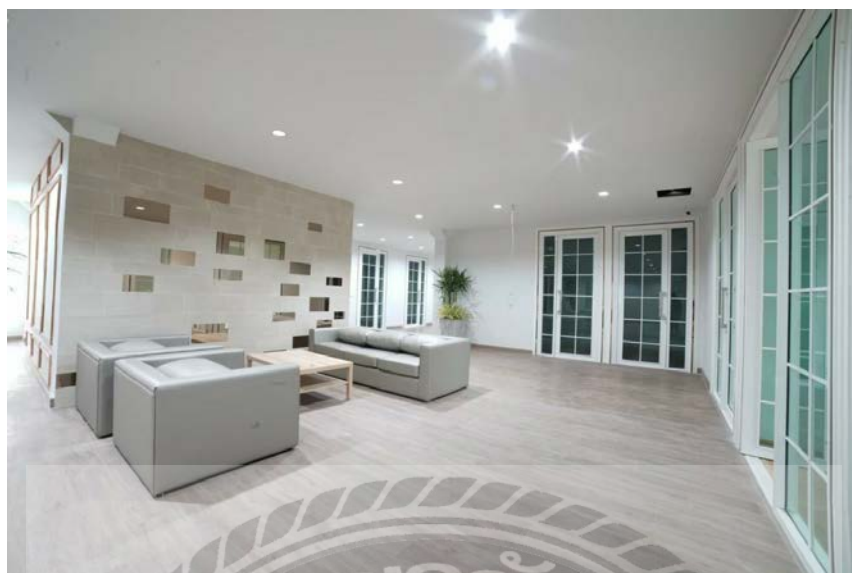
ภาพประกอบที่ 3.2 แผนที่บริษัท บริษัท ที ชินเนอร์จี้กรุ๊ป จำกัด (สำนักงานใหญ่)

3.2 ลักษณะการประกอบการผลิตภัณฑ์การให้บริการหลักขององค์กร

บริษัท ที ชินเนอร์จี้กรุ๊ป จำกัด (สำนักงานใหญ่) ประกอบกิจการซื้อขาย จัดสรรที่ดิน และสิ่งปลูกสร้างอาคารที่พักอาศัย เพื่อจำหน่ายหรือให้เช่า หรือเช่าซื้อ จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 11 ตุลาคม 2560 จนถึงปัจจุบัน

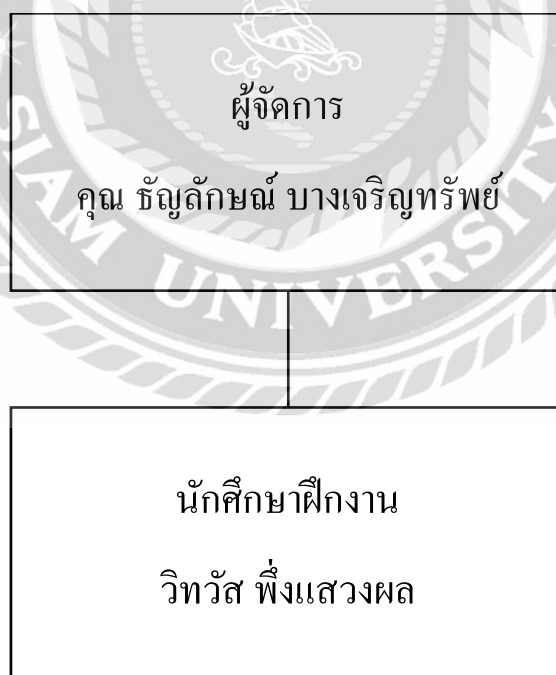


ภาพประกอบที่ 3.3 ภาพ สถานที่ตั้งของ บริษัท ที ชินเนอร์จี้กรุ๊ป จำกัด (สำนักงานใหญ่)



ภาพประกอบที่ 3.4 ตัวอย่างภายในของ บริษัท ที ชินเนอร์จี้กรุ๊ป จำกัด (สำนักงานใหญ่)

3.3 รูปแบบการจัดองค์กรและบริหารงานขององค์กร



ภาพประกอบที่ 3.5 แผนภูมิการจัดองค์กรและการบริหารงานบริษัท ที ชินเนอร์จี้กรุ๊ป จำกัด (สำนักงานใหญ่)

3.4 ตำแหน่งและลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย

3.4.1 ตำแหน่งที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย

- นาย วิวัฒน์ พึ่งแสงผล ตำแหน่ง Content Creator

3.4.2 ลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมายดำเนินโครงการได้รับมอบหมายงานนอกเหนือจากโครงการคือ

- ตัดต่อวิดีโอ
- ทำ Artwork

3.5 ชื่อและตำแหน่งงานของพนักงานที่ปรึกษา

3.5.1 คุณ รัชฎ์กษณ์ บางเจริญทรัพย์

3.5.2 ตำแหน่ง ผู้จัดการ

3.6 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

3.6.1 ระยะเวลาในการดำเนินงาน

ระยะเวลาในการดำเนินงาน วันที่ 17 พฤษภาคม 2564 – 28 สิงหาคม 2564
(รวม 16 สัปดาห์)

3.6.2 วันเวลาในการปฏิบัติสหกิจ

วันจันทร์ – วันศุกร์ เวลา 08:30 น. – 17:30 น.

3.7 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงานเพื่อนำเสนอการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาทั้ง 16 สัปดาห์ และรายงานพัฒนาการของนักศึกษา

ระยะเวลา	รายละเอียดการปฏิบัติงานสหกิจ
สัปดาห์ที่ 1	เรียนรู้งานขึ้นเบื้องต้น และรับมอบงานที่ต้องดูแล (เพจ facebook)
สัปดาห์ที่ 2	คิดและจัดทำ Content ออกแบบ Artwork Design
สัปดาห์ที่ 3	คิดและจัดทำ Content ออกแบบ Artwork Design
สัปดาห์ที่ 4	คิดและจัดทำ Content ออกแบบ Artwork Design
สัปดาห์ที่ 5	คิดและจัดทำ Content ออกแบบ Artwork Design
สัปดาห์ที่ 6	คิดและจัดทำ Content ออกแบบ Artwork Design , ออกแบบและตัดต่อวิดีโอ
สัปดาห์ที่ 7	คิดและจัดทำ Content ออกแบบ Artwork Design , ออกแบบและตัดต่อวิดีโอ
สัปดาห์ที่ 8	คิดและจัดทำ Content ออกแบบ Artwork Design , ออกแบบและตัดต่อวิดีโอ
สัปดาห์ที่ 9	คิดและจัดทำ Content ออกแบบ Artwork Design , ออกแบบและตัดต่อวิดีโอ
สัปดาห์ที่ 10	คิดและจัดทำ Content ออกแบบ Artwork Design , ออกแบบและตัดต่อวิดีโอ
สัปดาห์ที่ 11	คิดและจัดทำ Content ออกแบบ Artwork Design , ออกแบบและตัดต่อวิดีโอ
สัปดาห์ที่ 12	คิดและจัดทำ Content ออกแบบ Artwork Design , ออกแบบและตัดต่อวิดีโอ
สัปดาห์ที่ 13	คิดและจัดทำ Content ออกแบบ Artwork Design , ออกแบบและตัดต่อวิดีโอ
สัปดาห์ที่ 14	คิดและจัดทำ Content ออกแบบ Artwork Design , ออกแบบและตัดต่อวิดีโอ
สัปดาห์ที่ 15	คิดและจัดทำ Content ออกแบบ Artwork Design , ออกแบบและตัดต่อวิดีโอ
สัปดาห์ที่ 16	คิดและจัดทำ Content ออกแบบ Artwork Design , ออกแบบและตัดต่อวิดีโอ

ตารางที่ 3.1 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงานสำหรับรายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

3.8 อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้

3.8.1 อุปกรณ์ด้านฮาร์ดแวร์

1. คอมพิวเตอร์
2. แทปเลต

3.8.2 อุปกรณ์ด้านซอฟต์แวร์

1. โปรแกรม Adobe photoshop
2. โปรแกรม Microsoft word
3. โปรแกรม Adobe premier pro
- 4.เว็บไซต์ Canva



บทที่ 4

ผลการปฏิบัติงาน

จากการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาเริ่มวันที่ 17 พฤษภาคม 2564 ถึง วันที่ 28 สิงหาคม 2564 มีเนื้อหาการเรียนรู้อะไรและปฏิบัติหน้าที่ต่างๆในตำแหน่งคอนเทนต์ครีเอเตอร์ตามที่ได้รับมอบหมายจากผู้จัดการในการคิดและจัดทำคอนเทนต์โฆษณาอสังหาริมทรัพย์ให้กับบริษัทเพื่อใช้โปรโมทผ่านเพจ Facebook ในรูปแบบของ artwork และ วิดีโอ

4.1 การคิดคอนเทนต์เพื่องานโฆษณาอสังหาริมทรัพย์ บริษัท ทีชินเนอร์จี กรุ๊ป จำกัด

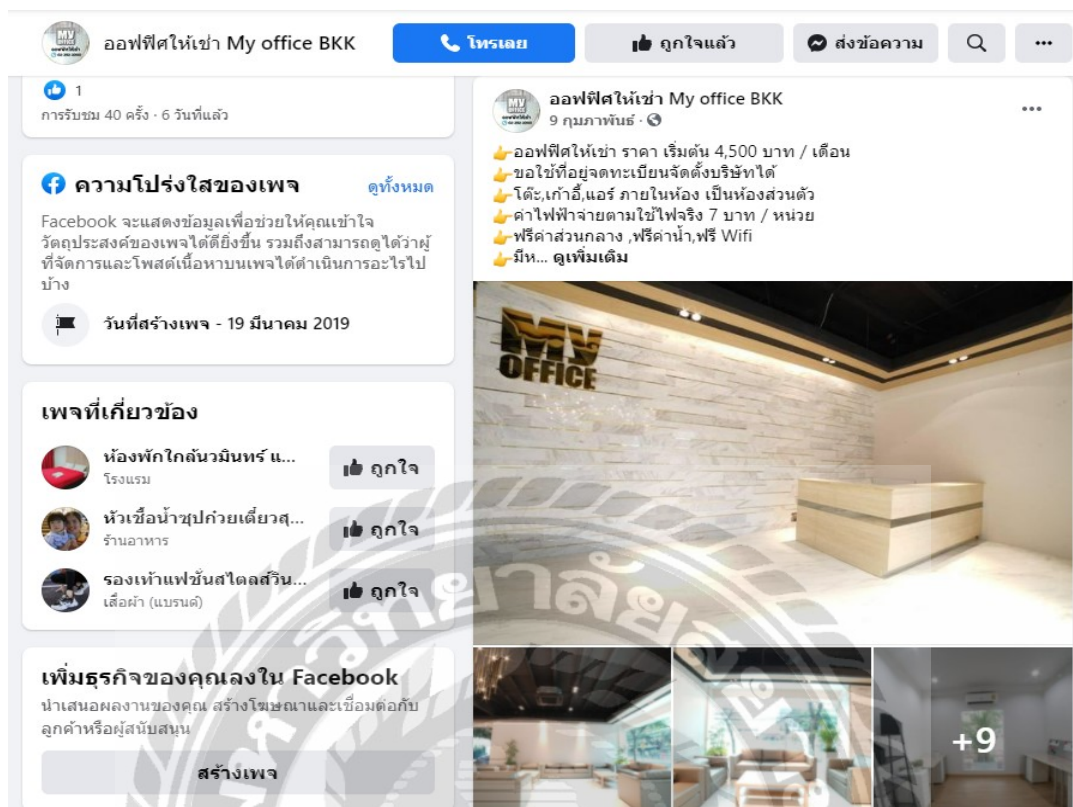
4.1.1 การสร้าง Facebook ของบริษัท ทีชินเนอร์จี กรุ๊ป จำกัด

ขั้นตอนในการสร้างเพจ Facebook (MY OFFICE) ของบริษัท มีขั้นตอนดังนี้

1. ลงรายละเอียดข้อมูลของออฟฟิศ และ สถานที่ตั้ง
2. รายละเอียดภายในออฟฟิศและการบริการต่างๆเพิ่มรูปภาพ
3. การสร้างคอนเทนต์ในการโพสต์รูปภาพ และแคปชั่น



รูปภาพที่ 4.1.1.1 ขั้นตอนที่ 1 เข้าเว็บไซต์ <https://www.facebook.com/myofficebkk> เพื่อเป็นสมาชิกทางเพจ



ออฟฟิศให้เช่า My office BKK

โทรเลย | ถูกใจแล้ว | ส่งข้อความ

1 | การรับชม 40 ครั้ง · 6 วันที่แล้ว

ความโปร่งใสของเพจ ดูทั้งหมด

Facebook จะแสดงข้อมูลเพื่อช่วยให้คุณเข้าใจวัตถุประสงค์ของเพจได้ดียิ่งขึ้น รวมถึงสามารถดูได้ว่าผู้ที่จัดการและโพสต์เนื้อหาบนเพจได้ดำเนินการอะไรไปบ้าง

วันที่สร้างเพจ - 19 มีนาคม 2019

เพจที่เกี่ยวข้อง

- ห้องพักใกล้นวนิรินทร์... โรงแรม | ถูกใจ
- หัวเขื่อน้ำพุกล้วยเดี่ยวสุ... ร้านอาหาร | ถูกใจ
- รองเท้าแฟชั่นสไตล์สวีเดน... เสื้อผ้า (แบรนด์) | ถูกใจ

เพิ่มธุรกิจของคุณลงใน Facebook

นำเสนอผลงานของคุณ สร้างโฆษณาและเชื่อมต่อกับลูกค้าหรือผู้สนับสนุน

สร้างเพจ

ออฟฟิศให้เช่า My office BKK
9 กุมภาพันธ์ ·

- ออฟฟิศให้เช่า ราคา เริ่มต้น 4,500 บาท / เดือน
- ขอใช้ที่อยู่จดทะเบียนจัดตั้งบริษัทได้
- โต๊ะ, เก้าอี้, แอร์ ภายในห้อง เป็นห้องส่วนตัว
- ค่าไฟฟ้าจ่ายตามใช้ไฟจริง 7 บาท / หน่วย
- ฟรีค่าส่วนกลาง, ฟรีค่าน้ำ, ฟรี Wifi
- มี... ดูเพิ่มเติม

Office interior photos showing modern furniture and decor.

4.1.1.2 ถ่ายรูป อัปโหลดหน้าเพจ เพื่อให้มีความเคลื่อนไหวในเพจ และ เพิ่มปุ่มข้อความ เพื่อความสะดวก รวดเร็วและง่ายต่อการติดต่อสอบถาม

4.1.1.3 การสร้างคอนเทนต์เพื่อโปรโมทสินค้า ในรูปแบบของรูปภาพ และ แคปชั่น รวมไปถึง วีดีโอ เพื่อดึงดูดลูกค้าเข้ามาติดตามและกดไลค์ และกดแชร์

ออฟฟิศให้เช่า My office BKK

โทรเลย

ถูกใจแล้ว

ส่งข้อความ

ค้นหา

...

คุณเห็นอะไร? เรามาพบกันที่นี่

"นัดเวลาเข้าไปดูได้ไหมครับ"

"มีอสังหาริมทรัพย์ใหม่บ้างไหม"

พิมพ์คำถาม

ถาม

ถาม

ถาม

เกี่ยวกับ ดูทั้งหมด

อยู่ติดถนนใหญ่ ถ.เจริญกรุง ซ.105-107 ใกล้เอเชียทีค กรุงเทพมหานคร 10120

ออฟฟิศให้เช่าราคา เริ่มต้น 4,500 บาท /เดือน

164 คน ถูกใจสิ่งนี้ซึ่งรวมถึง เพื่อนของคุณ 1 คน

172 คนติดตามเพจนี้

10 คนเช็คอินที่นี่

<http://www.myoffice-bkk.com/>

02-292-2000

ออฟฟิศให้เช่า My office BKK อสังหาริมทรัพย์

ส่งข้อความ

ออฟฟิศให้เช่า My office BKK

โทรเลย

ถูกใจแล้ว

ส่งข้อความ

ค้นหา

...

คุณเห็นอะไร? เรามาพบกันที่นี่

"คุณให้บริการในพื้นที่ใด"

"นัดเวลาเข้าไปดูได้ไหมครับ"

"มีอสังหาริมทรัพย์ใหม่บ้างไหม"

พิมพ์คำถาม

ถาม

ถาม

ถาม

เกี่ยวกับ ดูทั้งหมด

อยู่ติดถนนใหญ่ ถ.เจริญกรุง ซ.105-107 ใกล้เอเชียทีค กรุงเทพมหานคร 10120

ออฟฟิศให้เช่าราคา เริ่มต้น 4,500 บาท /เดือน

164 คน ถูกใจสิ่งนี้ซึ่งรวมถึง เพื่อนของคุณ 1 คน

172 คนติดตามเพจนี้

10 คนเช็คอินที่นี่

<http://www.myoffice-bkk.com/>

ออฟฟิศให้เช่า My office BKK

27 กรกฎาคม เวลา 14:53 น.

Save Package

ราคาสุดคุ้ม ! กับสำนักงานแบบส่วนตัว ในราคาเริ่มต้นแค่ 5,000.-/เดือน

แค่คุณถือใบขับขี่มา ก็พร้อมเข้าทำงานกับเราได้ทันที

แถมมีเฟอร์นิเจอร์สำนักงาน และการบริการให้ครบครัน

👉... ดูเพิ่มเติม

SERVICED OFFICE

สำนักงานส่วนตัวพร้อมเช่าอยู่

ทำเลติดถนนใหญ่

ใช้ที่อยู่ทะเบียนบริษัทได้

บริการเช่าห้องประชุม

ฟรี! ส่วนกลาง/WiFi

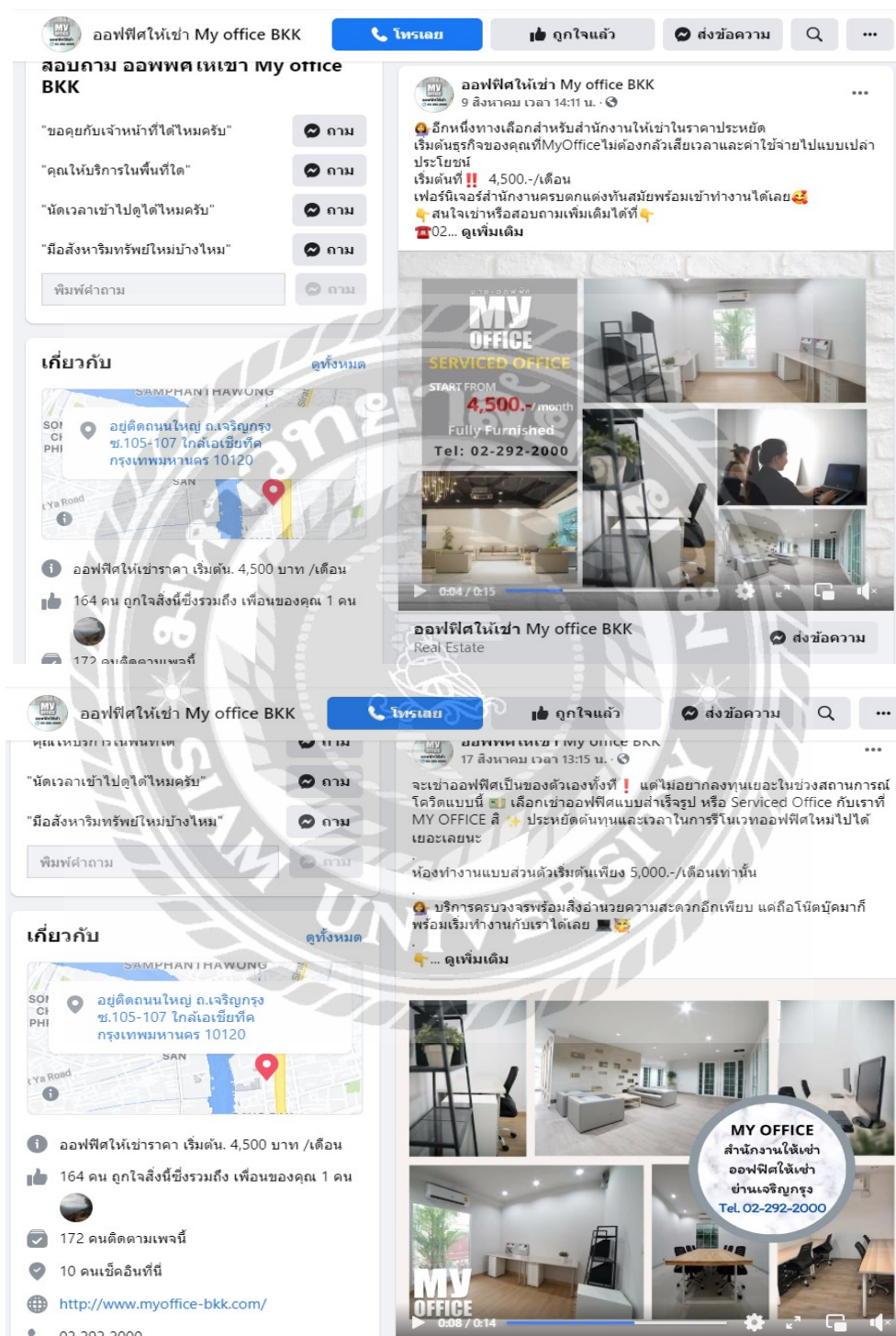
ปกติ 5,500.- /เดือน

เหลือ 5,000.-/เดือน

[/myoffice-bkk.com](http://myoffice-bkk.com)

066-104-4433

4.1.1.4 การสร้างคอนเทนต์เพื่อโปรโมทสินค้า ในรูปแบบของรูปภาพ และ แคปชั่น รวมไปถึง วิดีโอ เพื่อดึงดูดลูกค้าเข้ามาติดตามและกดไลค์ และกดแชร์



4.1.1.4 จากภาพเป็นการสร้างคอนเทนต์ในรูปแบบของวิดีโอ

👉 มีงบน้อยก็เช่าออฟฟิศกับเราได้ ที่ My office 👉
เริ่มต้นเพียง !! 4,500 บาท/เดือน ☀
อีกทางเลือกที่ช่วยคุณประหยัดงบประมาณในช่วงวิกฤตเศรษฐกิจแบบนี้
จะเช่าออฟฟิศทั้งที่ ! ต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้ได้อย่างครบครัน
แถมไม่ต้องเสียเวลามากตกแต่งออฟฟิศให้เหมือน
แต่... ดูเพิ่มเติม

มีงบน้อยก็เช่าออฟฟิศได้ 4,500 บาท/เดือน
ค่าบริการต่อที่นั่ง เริ่มต้นเดือนละ

☎ 02-292-2000

ทำเลติดถนนใหญ่ เดินทางสะดวก มีที่จอดรถ พื้นที่ส่วนกลาง สำหรับรับแขก จัดทะเบียน จัดตั้งบริษัท อินเทอร์เน็ต ความเร็วสูง

- 👉 serviced office
 - 👉 มาย - ออฟฟิศ เจริญกรุง
 - 👉 ตกแต่งทันสมัยเฟอร์นิเจอร์ครบพร้อมเข้าทำงานได้เลย
 - 👉 บริการครบวงจร ห้องทำงาน ห้องประชุม
 - 👉 สามารถใช้ที่อยู่จดทะเบียนจัดตั้งบริษัท / จัดภาษีมูลค่าเพิ่ม
- หรือ... ดูเพิ่มเติม

ออฟฟิศยุคใหม่ทันสมัย ย่านเจริญกรุง

02-292-2000

👉 บริการดีเยี่ยม 👉 ห้องประชุม
👉 ทำเลดีติดถนน 👉 Wi-Fi
👉 ตกแต่งใหม่ 👉 ส่วนกลาง

ออฟฟิศให้เช่า My office BKK
16 มิถุนายน · 🌐

👉 เพียง 4,500 บาท
ก็สามารถเริ่มต้นธุรกิจของคุณได้ง่ายๆ
กับ My office เราพร้อมช่วยสนับสนุนให้ธุรกิจของคุณ
เติบโตขึ้นอย่างแข็งแกร่ง ด้วยบริการที่หลากหลาย
ไม่ว่าจะเป็น พื้นที่สำนักงานให้เช่า ไปจนถึง... ดูเพิ่มเติม

ถ้าธุรกิจเล็กๆมีออฟฟิศได้
ในราคาเริ่มต้นแค่ **4500 บาท**

จะดีแค่ไหน ?

ออฟฟิศให้เช่า My office BKK
อสังหาริมทรัพย์

☎ 02-292-2000

📧 ส่งข้อความ

4.1.1.5 จากภาพเป็นการโพสตรูปรูปภาพพร้อมแคปชั่น และโปรโมชันรวมไปถึงการติดแฮชแท็กไว้ด้านล่าง
ข้อความเพื่อให้่ายต่อการค้นหา

บทที่ 5

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

การปฏิบัติงานที่ บริษัท ที ชินเนอร์จี กรุ๊ป จำกัดเป็นระยะเวลา 16 สัปดาห์ ตั้งแต่วันที่ 17 พฤษภาคม 2564 ถึง 28 สิงหาคม 2564 งานที่ได้รับมอบหมายในส่วนของการผลิตชิ้นงานโฆษณา คือ การออกแบบสื่อโฆษณา และ งาน Art work ต่างๆ ของบริษัท เช่น งานออกแบบ Art work Design และ คิดคอนเทนต์ ทำให้ได้ประสบการณ์ใหม่ๆในการทำงานมีความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับและได้รู้ระบบการทำงานขององค์กร ได้รู้จักการทำงานเป็นทีม โดยการทำงานเป็นทีมนี้ เราต้องรู้จักรับฟังความเห็นของคนในทีมแล้วนำมาปรับใช้และต้องหาความรู้ใหม่ๆมาสร้างสรรค์งานเพื่อให้งานออกมามีคุณภาพมากขึ้น

ในการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาได้ใช้ความรู้ในการออกแบบ ได้ฝึกทักษะการตัดต่อโดยใช้โปรแกรม Adobe Photoshop, Adobe Premier Pro, Canva ได้อย่างเต็มที่ โดยใช้ความรู้จากประสบการณ์ที่ได้ศึกษามานำมาใช้ปฏิบัติงานจริง ซึ่งในการปฏิบัติงานนั้นอาจจะมีบางครั้งที่การออกแบบงานไม่ตรงกับความต้องการ จึงทำให้เราต้องนำชิ้นงานมาแก้ไขและปรับปรุงเพื่อพัฒนาทักษะในการออกแบบต่อไป

5.2 ข้อเสนอแนะการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

5.2.1 ในการทำงานนั้นการพัฒนาทักษะและเทคนิคในการใช้โปรแกรม Adobe Photoshop, Adobe Premier Pro, Canva ซึ่งทำให้การทำงานของเรามีคุณภาพและรวดเร็วขึ้น

5.2.2 ในการทำงานนั้นมีอุปสรรคเรื่องการรับรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษคำศัพท์เฉพาะในตำแหน่งงานจึงทำให้การสื่อสารไม่ครบถ้วน

5.2.3 งานที่ได้รับมอบหมายถูกนำไปใช้จริง จึงต้องดำเนินงานอย่างละเอียดมีการวางแผน รวมไปถึงการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบชิ้นงาน

บรรณานุกรม

การตลาดออนไลน์ ธุรกิจออนไลน์. (2560). ขยายธุรกิจออนไลน์ด้วย Facebook. เข้าถึงได้จาก

<https://www.igitalgeek.com>

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตจักรพรรดิราช. (2555). จุดมุ่งหมายหลักของการ

โฆษณา. เข้าถึงได้จาก <https://stopmean.wordpress.com>

โยธิน ขุนวิเชียร. (2555). แนวคิดเรื่องการตลาดแบบเน้นเนื้อหา. (การค้นคว้าอิสระนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต).

กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสยาม.

วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. (2562). การโฆษณาออนไลน์. เข้าถึงได้จาก <https://th.wikipedia.org>

อาจารย์โก้. (2561). สื่อโฆษณาออนไลน์. เข้าถึงได้จาก <https://ceoonline.in.th>

Greedisgoods. (2562). การโฆษณาออนไลน์. เข้าถึงได้จาก <https://greedisgoods.com>



ประวัติผู้จัดทำ

รหัสนักศึกษา : 5904600136

ชื่อ-นามสกุล : นายวิวัส พึ่งแสงผล

คณะ : นิเทศศาสตร์

สาขาวิชา : การโฆษณา

Email : vtw17744@hotmail.com

ที่อยู่ปัจจุบัน : บ้านเลขที่ 22 หมู่ 4 แขวงบางไผ่ เขตบางแค กรุงเทพฯ 10160

ผลงาน : การคิดคอนเทนต์เพื่องานโฆษณาอสังหาริมทรัพย์ประเภทสำนักงานให้เช่า
ให้กับ บริษัท ที ชินเนอร์จี กรุ๊ป จำกัด

