

AIM2202

Icons made by Kiranshastry



การเขียนบทโฆษณา

Advertising Copy Writing

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประกายกาวีล ศรีจินดา

กระบวนการ

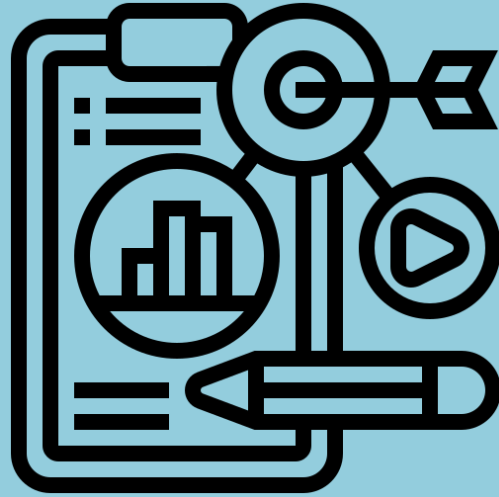
การสร้างสรรค

การโฆษณา

Copywriter



Arts Director



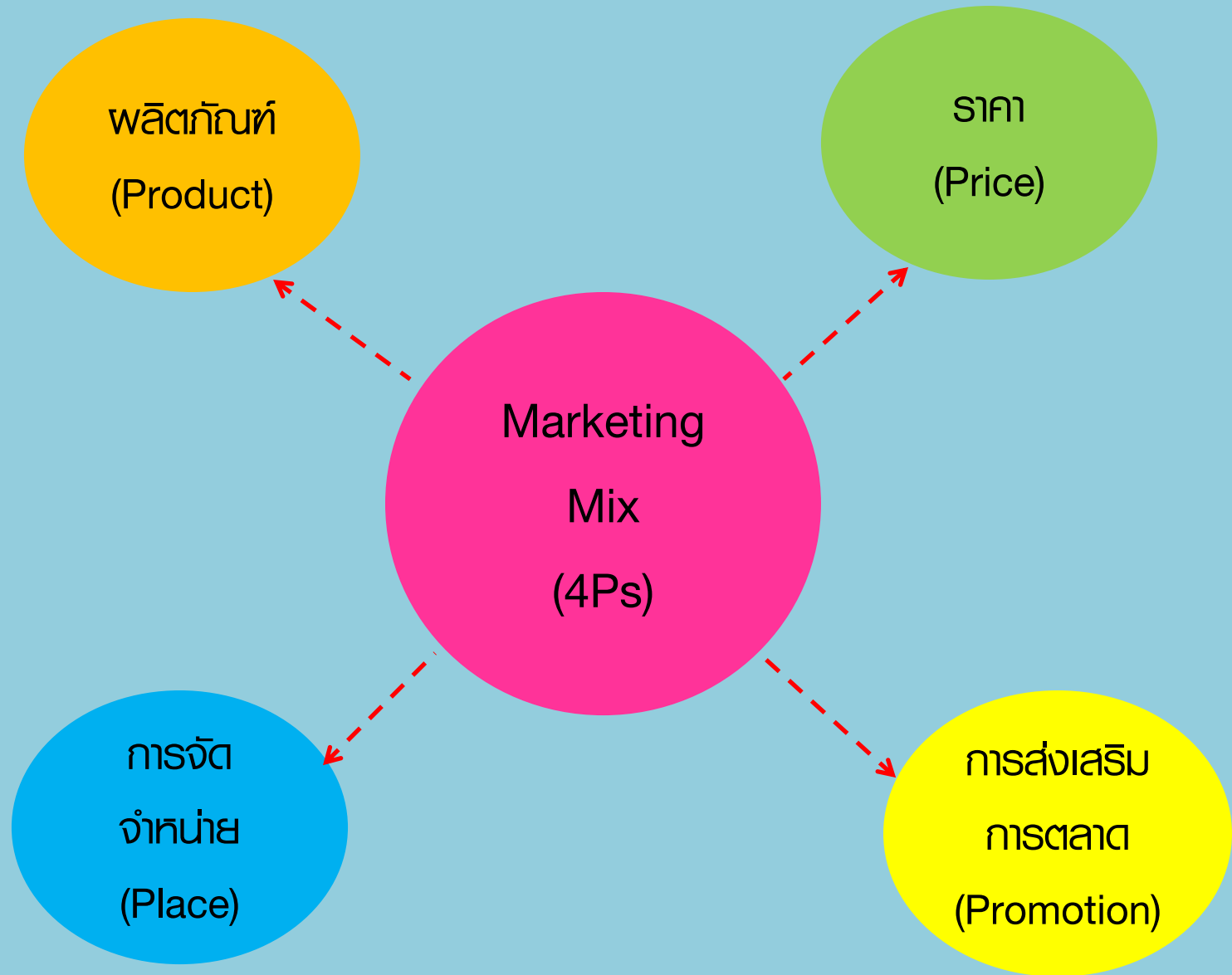
การตลาด

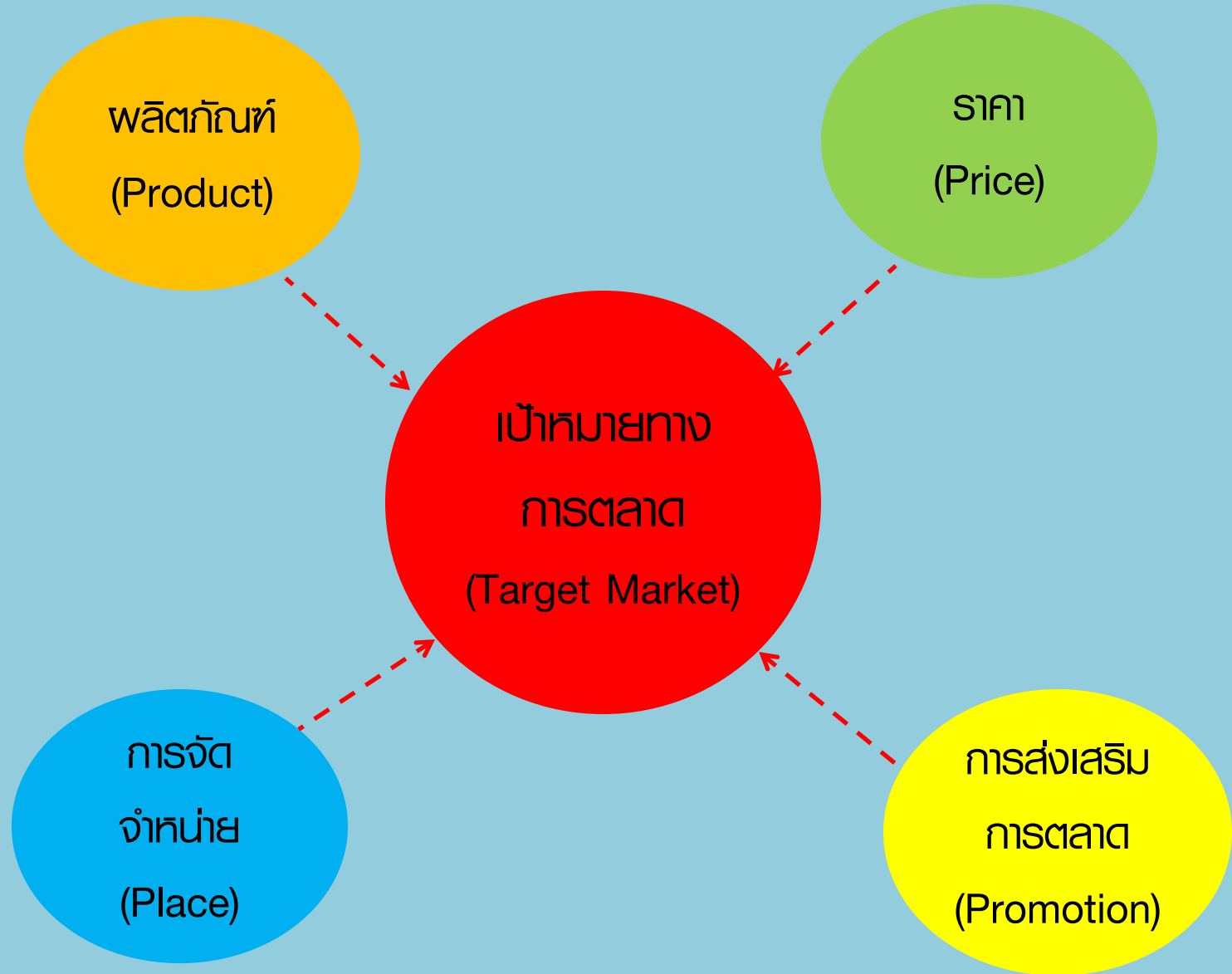
“คือ กระบวนการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริการ
ความคิด ให้ตอบสนองความพึงพอใจ อันนำไปสู่การ
แลกเปลี่ยนกันระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย ”

ส่วนประสม

ทาง **การตลาด**
(Marketing Mix)

“คือ องค์ประกอบที่ช่วยขับเคลื่อนการตลาด
ให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้”







 iPhone 8



ผลิตภัณฑ์ (Product)



ราคานร้านค้าออนไลน์

Tops super	Big C	TESCO Lotus
69	72	69
165	165	165
99	159	159
325	325	325
305	321	310
49	56	56
195	189	173
42	45	45
39	49	49
สินค้าราคาถูกสุด	4	-
สินค้าราคาแพงสุด	-	3

ราคาที่ซูเปอร์มาร์เก็ต

Tops super	Big C	TESCO Lotus
69	72	73
129	165	165
159	99	167
370	355	309
321	305	310
56	54	56
195	229	239
42	44.50	47
49	49	49
4	3	1
2	-	4

สำรวจราคาที่ร้านซูเปอร์มาร์เก็ต ณ วันที่ 23 มิถุนายน 2558 Priceza.com



ราคา (Price)



การจัดจำหน่าย (Place)

TESCO Lotus
เราใส่ใจคุณ

ราคาพิเศษกว่า **2,000 รายการ** มากมาย
มากมายเดือน

โปรโมชันพิเศษ

www.tescolotus.com

47 35 20 35 70-49 1850 47 15 42

กว่า 5,000 รายการรวมกัน

27 149 35 99 34 48 28 36 36 23 85 319 489

ดื่มอลต์ 3ใน1 อร่อยทุกเช้า

ชโคลีน

ดื่มอลต์ 3ใน1

New

วิตามิน บี12

ชโคลีน

ส่วนช่วยในการทำงานของระบบประสาทและสมอง

10 ชนิด

วิตามิน บี12

ชโคลีน

ส่วนช่วยในการทำงานของระบบประสาทและสมอง

วิตามิน บี12

ชโคลีน

ส่วนช่วยในการทำงานของระบบประสาทและสมอง

ร่วมช่วยกาชาด **30 ล้าน** กับบางจาก

เพียงเติมน้ำมันบางจาก หรือซื้อน้ำมันหล่อลื่นบางจาก

คุณก็มีส่วนร่วมบริจาคกับบางจากในโครงการ "เราคนไทย ใช้น้ำมันจาก ช่วยกาชาด 30 ล้าน"

วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2558

มีจุดเติมน้ำมันที่ปั๊มน้ำมันทุกปั๊มของบางจาก

1. งดเติมน้ำมันหล่อลื่นบางจาก

2. งดเติมน้ำมันหล่อลื่นบางจาก

ฟรี!

2 ชิ้น ทุกออเดอร์

เมื่อสั่งอาหารผ่าน www.kfc.co.th

ไม่มีราคาขั้นต่ำในการสั่งซื้อ

จำกัดฟรี 2 ชิ้น/ออเดอร์

เฉพาะบริการสั่งผ่านออนไลน์และโทร 1150

สั่งซื้อ

ญาติๆชวนแลกแอสแตมบี 7-Eleven

สุดคุ้มกับ **ทรูมูฟ เอช**

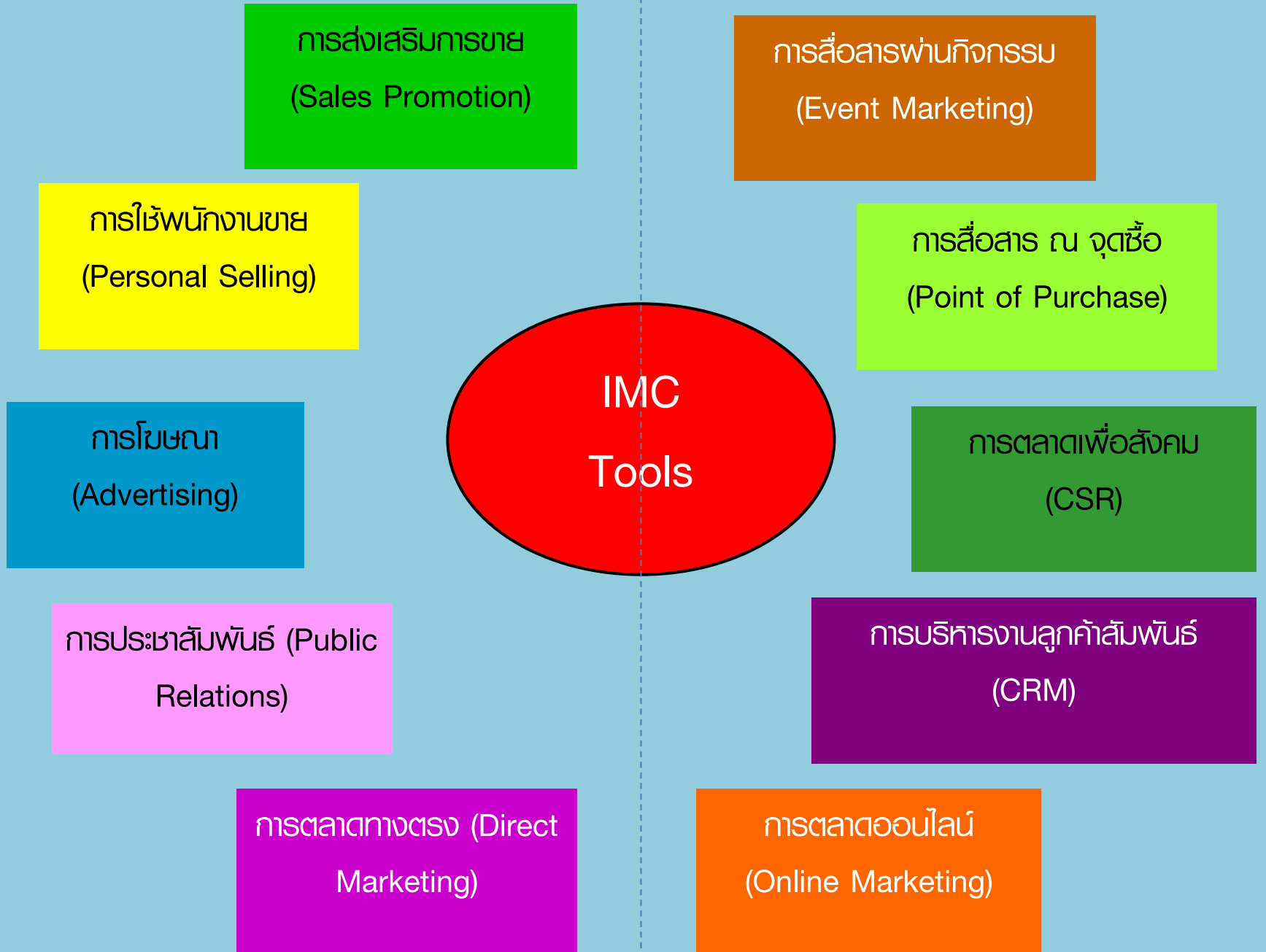
แอสแตมบี 1 บาท แลก

แอสแตมบี 44 บาท แลก

ทรูมูฟ เอช

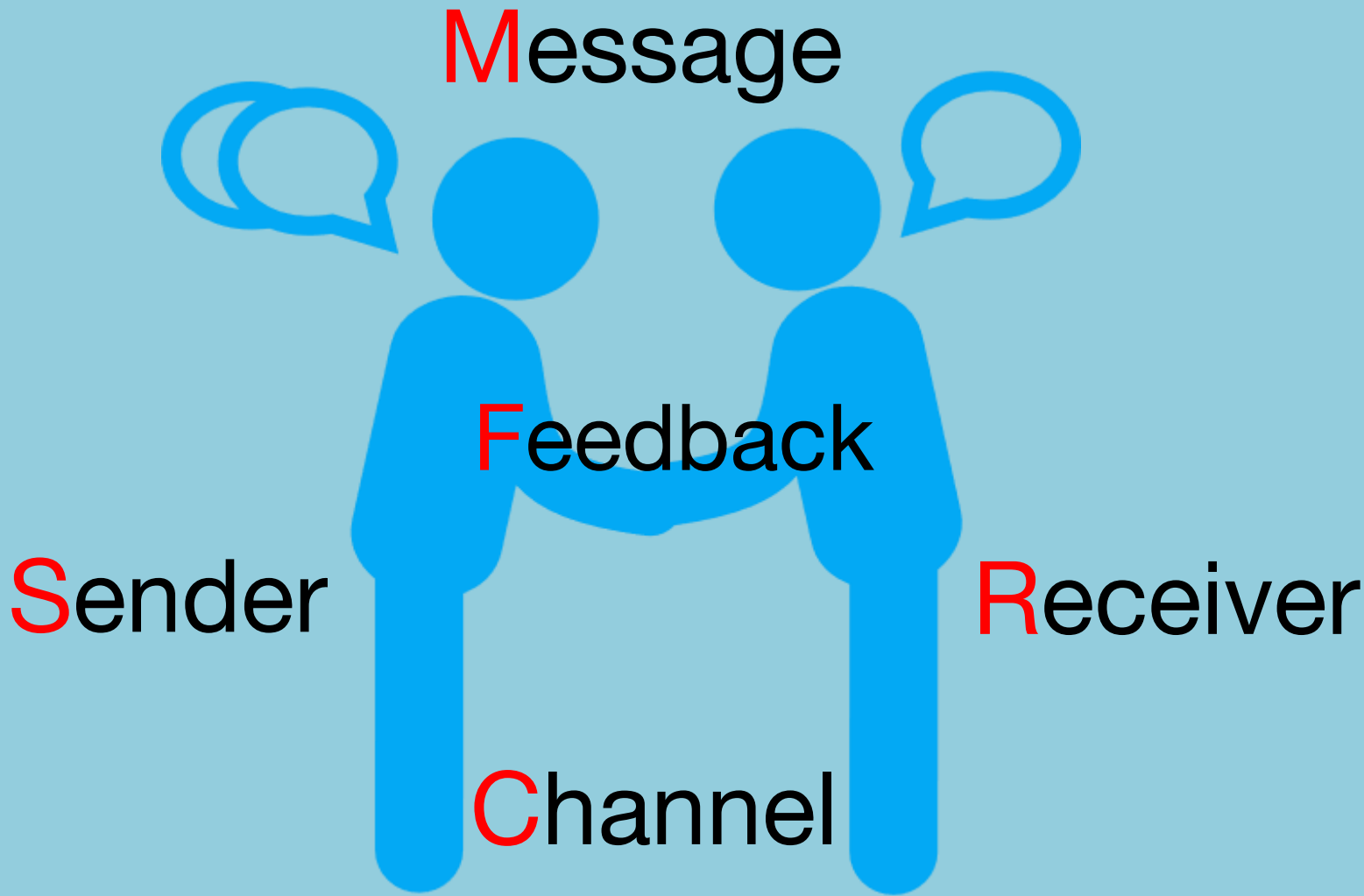
true move H

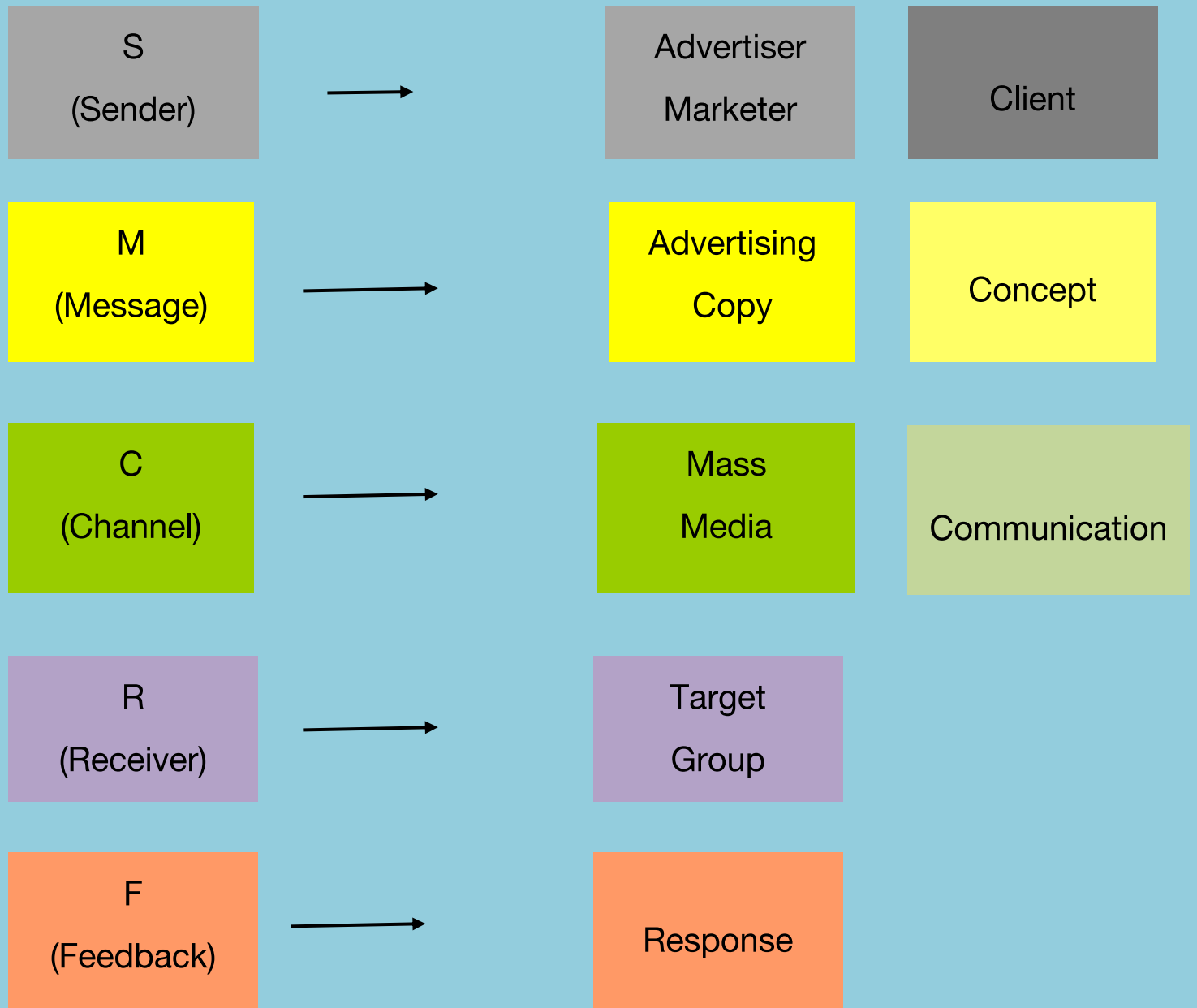
การส่งเสริมการตลาด (Promotion)



การสื่อสาร

ทาง การโฆษณา





S

(Sender)



Advertiser
Marketer



Client



M
(Message)



Advertising
Copy



Concept



C
(Channel)



Mass
Media

Communication



N1



ยืนดีกับคนไทยทุกคน

ที่ประเทศไทยก้าวสู่อันดับ 1 ของโลก
รางวัลแบรนด์โทรคมนาคมที่แข็งแกร่งที่สุดในโลก
จาก BrandFinance 2019*



อันดับ 1 ของโลก การวัดผลโดยอิงจากดัชนี Brand Strength Index (BSI) ซึ่งวัดถึงประสิทธิภาพในการแข่งขันของแบรนด์จาก 6 ด้าน คือ ความน่าเชื่อถือ ความแข็งแกร่งทางการเงิน การเติบโตของรายได้ การเติบโตของกำไร การเติบโตของยอดขาย และการเติบโตของพนักงาน



เครือข่ายความเร็ว เข้าใจทุกการเชื่อมต่อ

ของทุกเจเนอเรชัน



รวม 4G และ SUPER WiFi



Or for consumers...content on demand



The growth of digital video options across TV, desktop & mobile now provide viable alternatives, and consumers are switching.



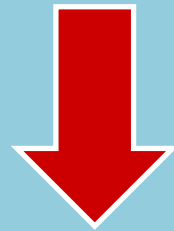
R

(Receiver)



Target
Group

Customer Today



ลูกค้าวันนี้

ผู้บริโภค
(Consumer)

ลูกค้า
(Customer)

กลุ่มเป้าหมาย
(Target Group)



Consumer Insight

Hormones : 1996-2009



Gen Z

Gen X

1961-1980

Maturist

Builder Generation

1930

Gen Alpha

After 20120

Baby Boomer

Millennium

1981-1995

Gen Y

1945-1960

Generations : Gen me

IWFศ

วัย

การศึกษา

รายได้

พื้นที่อาศัย

ศาสนา



พฤติกรรมการใช้ชีวิต

(Life Style)



สื่อที่ใช้

ช่องทางการสื่อสารที่เข้าถึง

ใครคือกลุ่มเป้าหมาย

F

(Feedback)



Response



แบบฝึกหัดที่ 2

จงอธิบายกระบวนการสื่อสารทางการโฆษณา
ลงใน Classroom ภายในกำหนด



แอร์เอเชียก้าวไกล ใส่ใจทุกคอมเมนต์ - AirAsia

<https://youtu.be/62JtVJ0-K7I>



ความรักของคุณคืออะไร? - Cornetto

<https://youtu.be/nBvZRtQ6kOI>

กลุ่มเรียน

01

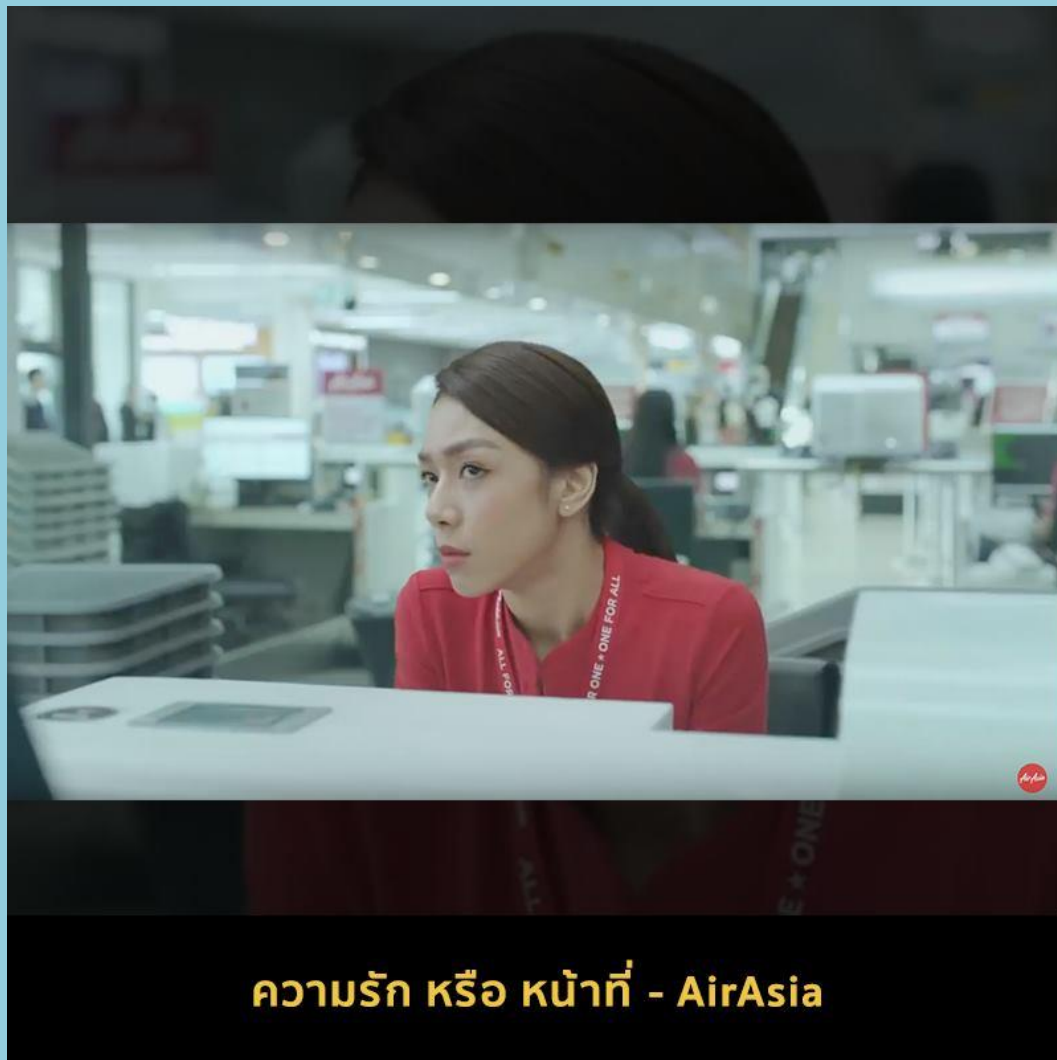
Client

Concept

Communication...

Target Group.....

Response.....



ความรัก หรือ หน้าที - AirAsia

<https://youtu.be/G8ZGcw2W-G8>

เราขอหยุดโฆษณาชั่วคราว...

โคคา-โคล่า เข้าใจดีว่าสถานการณ์ในปัจจุบัน เป็นเรื่องที่ยากลำบากสำหรับทุกคน เราจึงตั้งใจและพยายามทำทุกอย่าง เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการร่วมผ่านพ้นปัญหานี้ไปด้วยกัน

ขณะนี้เราได้หยุดโฆษณาผลิตภัณฑ์ทุกแบรนด์ของ โคคา-โคล่า ในประเทศไทย เป็นการชั่วคราว* เพื่อนำงบประมาณไปใช้ในการร่วมแก้ไขปัญหาการระบาดของไวรัสโควิด-19

โดยเราจะร่วมมือกับองค์กรพันธมิตรในการสนับสนุนการทำงานของบุคลากรทางการแพทย์ และเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง ที่เสียสละทำงานอย่างหนัก เพื่อต่อสู้กับการระบาดของไวรัสโควิด-19

**โคคา-โคล่า ขอเป็นส่วนหนึ่งในการร่วมแรงร่วมใจ
ให้ทุกคนก้าวผ่านช่วงเวลานี้ไปด้วยกัน**



*สื่อโทรทัศน์และดิจิทัล

Client

Concept

Communication...

Target Group.....

Response.....

Client

Concept

Communication...

Target Group.....

Response.....



เจอ
กัน
จน
ได้
นะ
คับ

HONDA
The Power of Dreams

<https://youtu.be/wUKxdAbrkQE>

กลุ่มเรียน

02

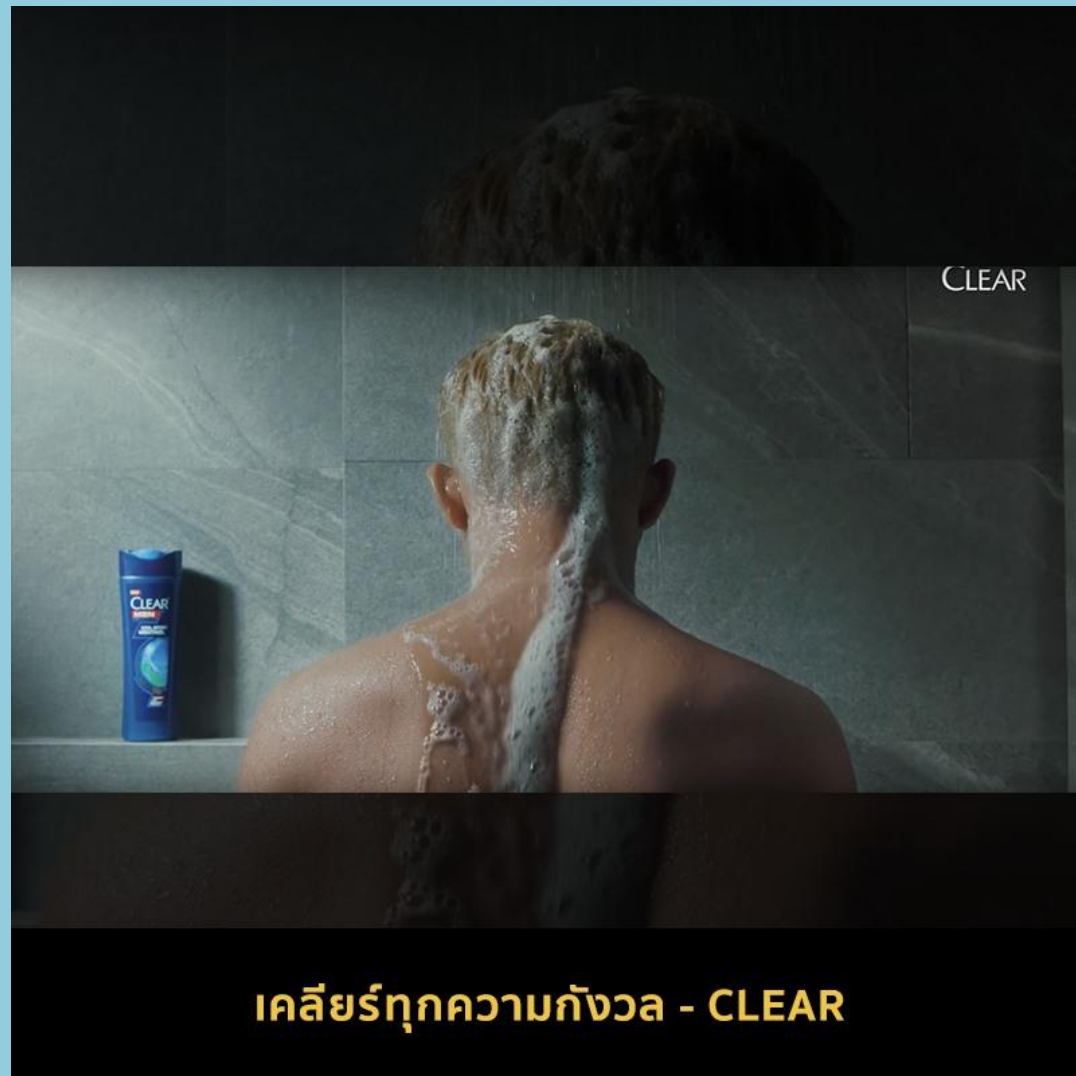
Client

Concept

Communication...

Target Group.....

Response.....



เคลียร์ทุกความกังวล - CLEAR

<https://youtu.be/K5KD5hqVtic>

Client

Concept

Communication...

Target Group.....

Response.....



<https://www.youtube.com/watch?v=DUMgvHmpxtg>

เราขอหยุดโฆษณาชั่วคราว...

โคคา-โคล่า เข้าใจดีว่าสถานการณ์ในปัจจุบัน เป็นเรื่องที่ยากลำบากสำหรับทุกคน เราจึงตั้งใจและพยายามทำทุกอย่าง เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการร่วมผ่านพ้นปัญหานี้ไปด้วยกัน

ขณะนี้เราได้หยุดโฆษณาผลิตภัณฑ์ทุกแบรนด์ของ โคคา-โคล่า ในประเทศไทย เป็นการชั่วคราว* เพื่อนำงบประมาณไปใช้ในการร่วมแก้ไขปัญหาการระบาดของไวรัสโควิด-19

โดยเราจะร่วมมือกับองค์กรพันธมิตรในการสนับสนุนการทำงานของบุคลากรทางการแพทย์ และเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง ที่เสียสละทำงานอย่างหนัก เพื่อต่อสู้กับการระบาดของไวรัสโควิด-19

**โคคา-โคล่า ขอเป็นส่วนหนึ่งในการร่วมแรงร่วมใจ
ให้ทุกคนก้าวผ่านช่วงเวลานี้ไปด้วยกัน**



*สื่อโทรทัศน์และดิจิทัล

Client

Concept

Communication...

Target Group.....

Response.....

AIM2202

Icons made by Kiranshastry



การเขียนบทโฆษณา

Advertising Copy Writing

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประกายกาวีล ศรีจินดา