

AAAM2301



การสร้างสรรค์เรื่องเล่า

เพื่อการสื่อสารแบรนด์

Creative Brand Storytelling

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประกายกาวีล ศรีจินตา

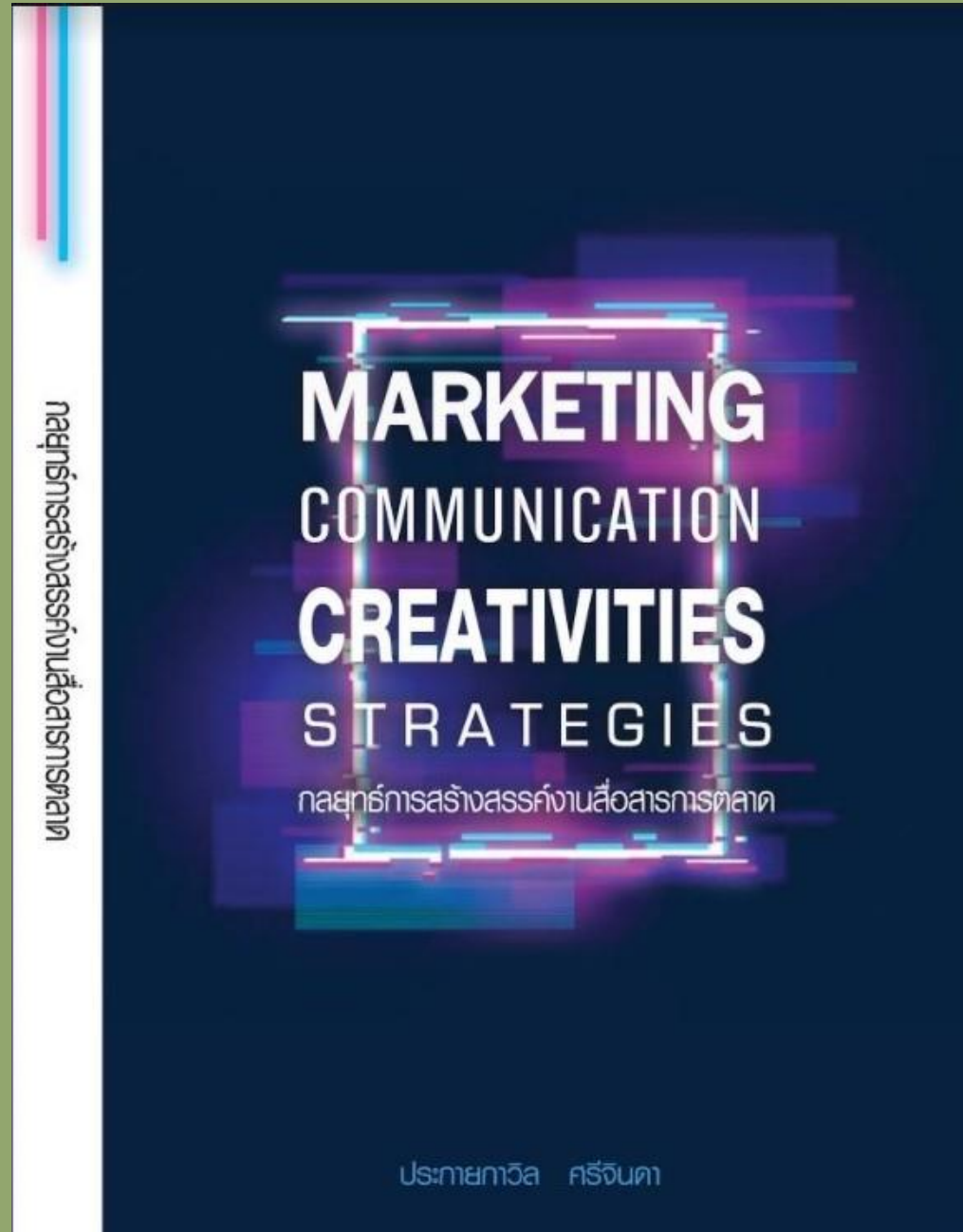
Class code : tezcgdu



Check in ថ្ងៃរៀន

ពេល 13:00-13:15 រ

หนังสือประกอบการเรียน



กลยุทธ์

การสร้างสรรค

ลักษณะของ

แนวคิดความคิด

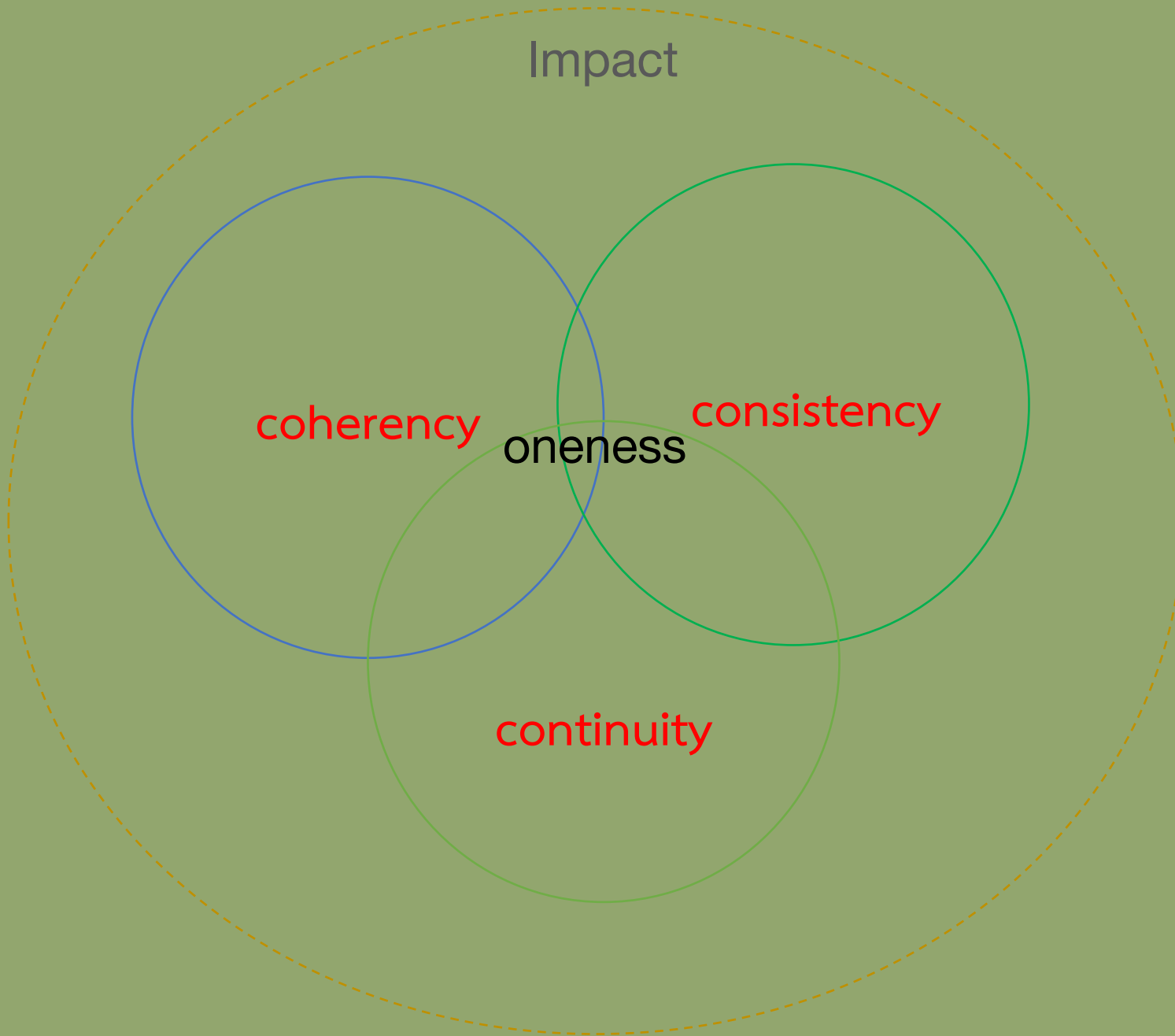
สร้างสรรค์

BIG

idea

เป้าหมายใหญ่ของ

งานสื่อสารการตลาด



coherency

มีความเกี่ยวข้องและเกี่ยวพันกัน

consistency

มีความสอดคล้อง

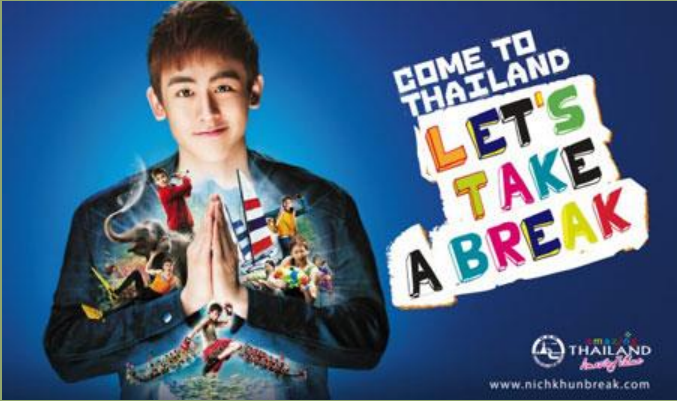
continuity

มีความต่อเนื่อง





<https://youtu.be/6g9Z5lxJleQ>



<https://youtu.be/dyH-8S65xsE>



#ขอบคุณที่เกี่ยวข้องเมืองไทย

<https://youtu.be/6rn93oE1CUA>



<https://youtu.be/54uzEouACYs>



<https://youtu.be/gpZ5SvsftiY>



<https://youtu.be/cqfoQRTJ0lo>

<https://youtu.be/vcTVJxnm3LQ>



ความคิด
ที่ยิ่งใหญ่
“Big Idea”



https://youtu.be/OCSk_xmum_E



<https://youtu.be/GSrd5O5ctTI>

All New ZOOMER-X UNBLOCKER, I AM

ปลดปล่อยความฝัน... แล้วคุณความฝันจะเป็นจริงหรือไม่
กับ All New Zoomer-X ใหม่ REAL NAKED A.T. เริ่มต้น
ด้วยดีไซน์ที่กล้าหาญ TOUGH FRAME
เปิดกว้างด้วย X-CITE FREE SPACE
ล้ำ... ในแบบที่พร้อม DIGITAL X-METER
แตกต่างด้วยนวัตกรรม... ใครจะขโมยใจได้บ้าง...
ปลดปล่อย UNBLOCKER!

smart X-CITE X-CITE LCD HEADLIGHT REAL NAKED A.T. X-CITE FREE SPACE

<https://youtu.be/0g0Inn7Z5RU>



<https://youtu.be/tT33onQE6Lg>

Honda Zoomer-X

URBOYTJ

ZOOMER.
UNBLOCKER
WE ARE

#ออกมามี

Esports

Marathon

Cover Dance

WHAT STOPS YOU?
อย่าปล่อยให้ใครมาหยุดคุณ

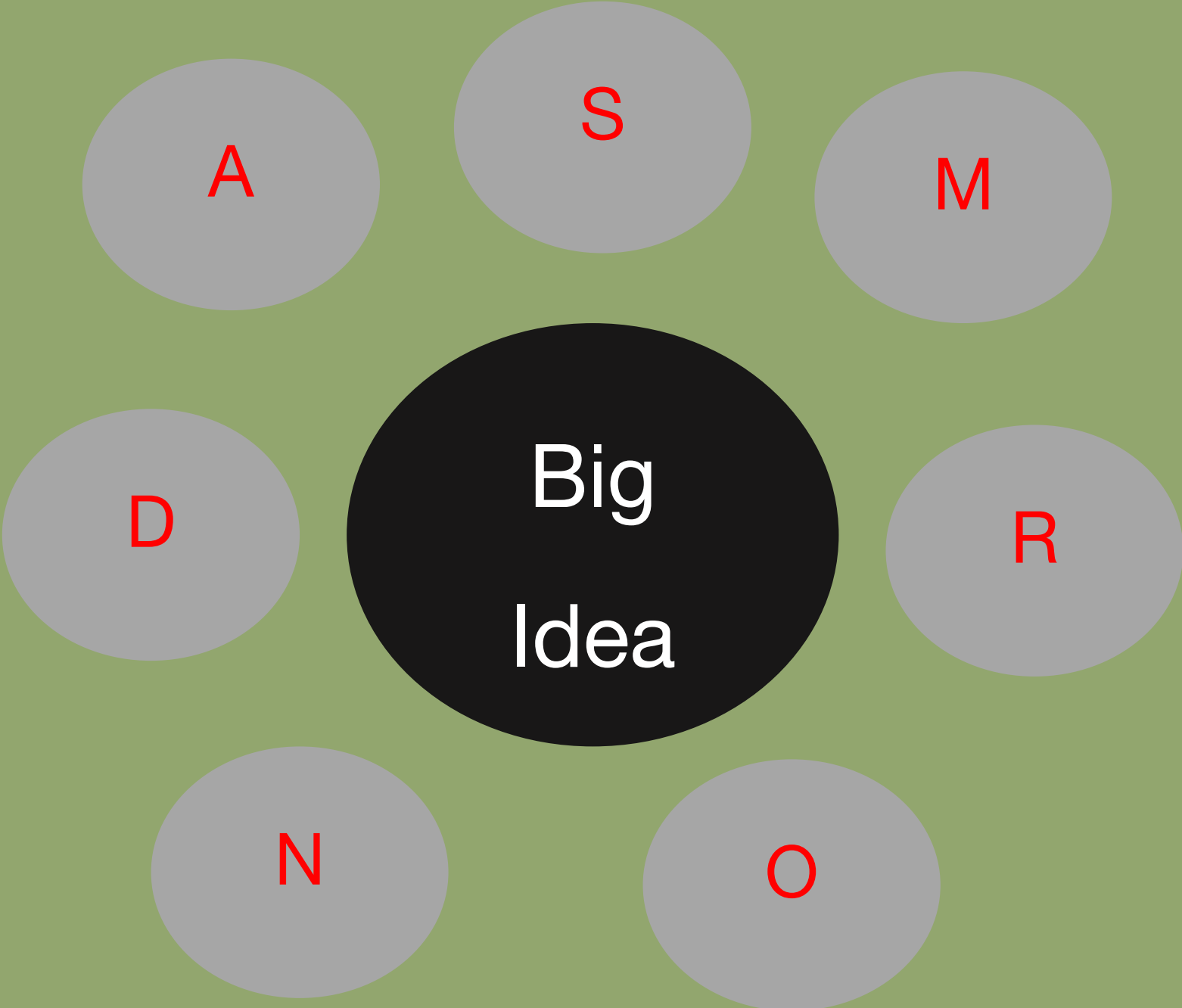
HONDA
The Power of Dreams

An advertisement for the Honda Zoomer-X scooter. The central focus is a red and black scooter parked on a grey surface. To the left, a man in a red hoodie and black pants stands with his hands raised, framed by a blue and red double-line effect. Behind him, a collage of images shows a person in a yellow hoodie (labeled 'Marathon'), a person in a blue shirt (labeled 'Esports'), and a person in a white shirt and cap (labeled 'Cover Dance'). The background is a textured wall with graffiti. Text elements include 'Honda Zoomer-X' at the top left, 'URBOYTJ' on the wall, 'ZOOMER. UNBLOCKER WE ARE' in large red and black letters, a large red 'X' graphic, and the Thai hashtag '#ออกมามี'. The slogan 'WHAT STOPS YOU?' is in the bottom right, with the Thai translation 'อย่าปล่อยให้ใครมาหยุดคุณ' below it. The Honda logo and 'The Power of Dreams' slogan are at the bottom left.

<https://youtu.be/wHqvDvXWxuM>

สร้างสรรค์

อย่างไร ถึงจะเข้าข่าย Big Idea



A

S

M

Big
Idea

D

R

N

O

adaptability : A

1

สามารถปรับให้เข้ากันได้หลายๆ สื่อ

durability : D

2

มีความยืดหยุ่นเหมาะกับทุกยุคทุกสมัย

newness : N

3

เป็นแนวความคิดที่ใหม่

oneness : 0

4

มีแนวคิดเป็นหนึ่งเดียว

relevance : R

5

มีความกลมกลืนสัมพันธ์และสอดคล้อง
กับประโยชน์หรือปัญหาของผู้บริโภคเป้าหมาย

memorability : M

6

สามารถสร้างความจดจำให้กับผู้บริโภคได้

simplicity : S

7

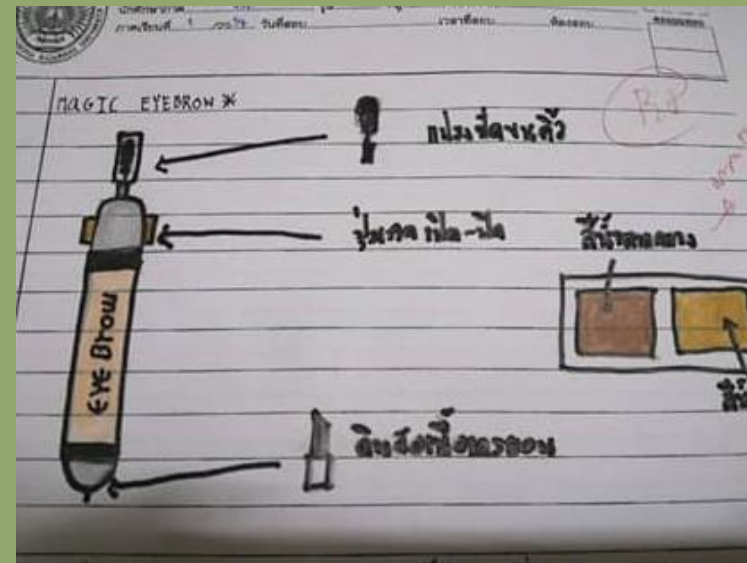
มีความง่าย มีเอกลักษณ์

แบบฝึกหัดที่ 2

สร้างสรรค์ สิ่งที่มีอยู่ ให้ดีขึ้น ตามสิ่งที่อยากให้เป็น

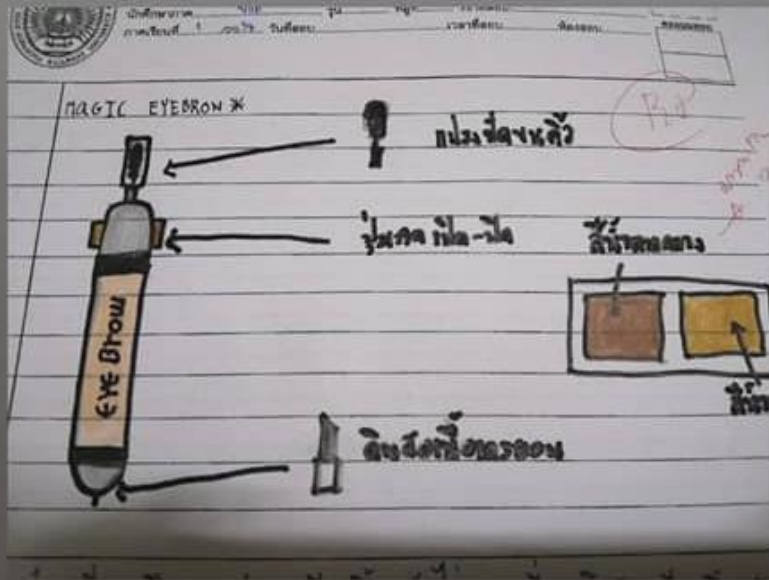
Idea.....

ภาพประกอบ.....



แบบฝึกหัดที่ 2

สิ่งที่เคยคิดอยากให้มี ตอนเรียน ปี 58



และแม่งเกิดขึ้นจริงแล้ว



AIM3201



กลยุทธ์การสร้างสรรค์ งานสื่อสารการตลาด

Marketing Communication
Creativities Strategies

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประกายภาวิลา ศรีจินตา

การสร้างสรรค

กับ

การประตษง

การคัดลอก

กับ

แรงบันดาลใจ

SORRY

<https://youtu.be/uWAftq1SGjE>



การพัฒนา

แนวคิดความคิด

ในการการสร้างสรรค์

การรวบรวมข้อมูล



การแยกแยะข้อมูล



การใช้ความคิด



สร้างความคิดให้กระฉ่าง



การสร้างให้เป็นจริง

เทคนิคการเตรียมข้อมูล

สร้างสรรค์

Reading

1

การอ่านข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับพลวัตภัณฑ์

ลูกค้า ตลาด การแข่งขัน

จากสื่อต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

Asking

2

การสอบถามบุคคลที่เกี่ยวข้อง
เพื่อค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

Listening

3

การฟังในสิ่งที่คนพูด

โดยเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องกับพลวัตทัศน์

Using

the product or service

4

การใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการ

เพื่อที่จะได้เกิดความคุ้นเคยและได้เกิดการเรียนรู้

Working & Learning

5

การทำงาน และการเรียนรู้
เกี่ยวกับธุรกิจและผลิตภัณฑ์

การคัดลอก

กับ

แรงบันดาลใจ

แบบฝึกหัดที่ 3

กิจกรรมในบทเรียน

ให้นักศึกษาชมภาพยนตร์สั้นเรื่อง “Sorry”

แล้วตอบคำถามต่อไปนี้

1. การคัดลอกต่างกับแรงบันดาลใจอย่างไร
2. แนวคิดยิ่งใหญ่หรือ Big Idea ของเรื่องนี้คืออะไร
โดยส่งในระบบ Classroom

AAAM2301



การสร้างสรรค์เรื่องเล่า

เพื่อการสื่อสารแบรนด์

Creative Brand Storytelling

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประกายกาวีล ศรีจินตา