

# AAAM2301



## การสร้างสรรค์เรื่องเล่า เพื่อการสื่อสารแบรนด์ Creative Brand Storytelling

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประกายกาวีล ศรีจินตา

การเล่าเรื่อง

เพื่อการ **สร้างสรรค์**

งานสื่อสารแบรนด์ทางการตลาด

Storytelling

สิ่งที่อยากบอก

สิ่งที่คนอยากฟัง

# การเล่าเรื่อง

“Storytelling”

“Narration”

# “Storytelling”

นิยมใช้โดยทั่วๆ ไปเมื่อกล่าวถึงเรื่องเล่าหรือการเล่าเรื่อง  
ในศาสตร์ต่างๆ เช่น นิทาน

# “Narration”

ใช้ในศาสตร์ทางภาษาศาสตร์ ทางงานวรรณกรรม  
รวมถึงงานทางนิเทศศาสตร์บางสาขา  
เช่น ละครและภาพยนตร์

องค์ประกอบ

ของ

การเล่าเรื่อง

ช่วงเวลา  
(Time)

เค้าโครงเรื่อง  
(Plot)

แก่นเรื่อง  
(Themes)

ฉาก  
(Location)

ตัวรอง  
(Second  
Character)

ตัวเอกฝ่าย  
ชาย / พระเอก  
(Hero)

ตัวเอกฝ่าย  
หญิง / นางเอก  
(Heroine)

ผู้ร้าย  
(Villain)



Power

of

Storytelling



จำ

เชื่อ

ผูกพัน

ร่วมมือ

เล่า อย่างไร

ให้เป็น เรื่อง



# “Themes”

สาระสำคัญ หรือข้อความสำคัญของเรื่อง

เราใช้ Theme ในเรื่องเล่า เพื่อคุณไม่ให้สาระสำคัญหล่นหาย หรือเบี่ยงเบนไป

ตัวละคร

ฉาก

เป้าหมาย

Theme

ผู้ช่วย

อารมณ์

พล็อต

เสน่ห์ของ

“Storytelling”

คือ เล่าเรื่องโดยทำให้คนติดตาม คล้อยตาม

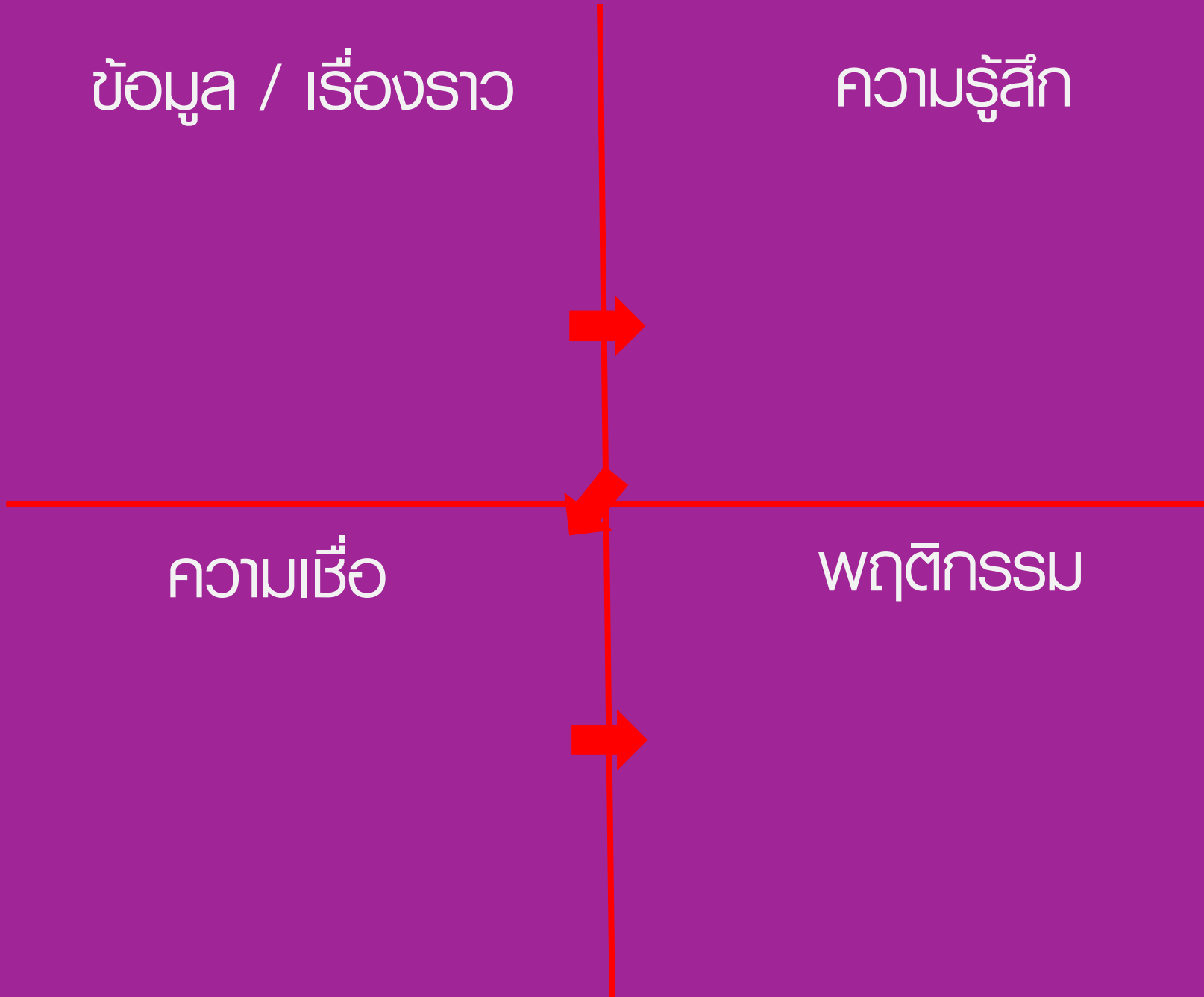
และ เข้าใจในสิ่งที่พูดมากขึ้น

ข้อมูล / เรื่องราว

ความรู้สึก

ความเชื่อ

พฤติกรรม



การประยุกต์ใช้

# การเล่าเรื่อง

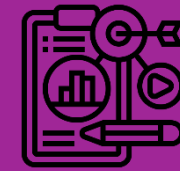
ในงานสื่อสารการตลาด





1. กำหนดกลุ่มเป้าหมาย

2. กำหนดเป้าหมายของเนื้อหาเรื่องเล่า



3. กำหนดเนื้อหาหลัก

4. การผลิตเนื้อหาของเรื่องเล่า



5. กำหนดช่องทางการเผยแพร่เนื้อหา  
ของเรื่องเล่า

6. การวัดผลเพื่อพัฒนาแนวทางของเนื้อหา



ใคร?

ต้องการ  
อะไร?

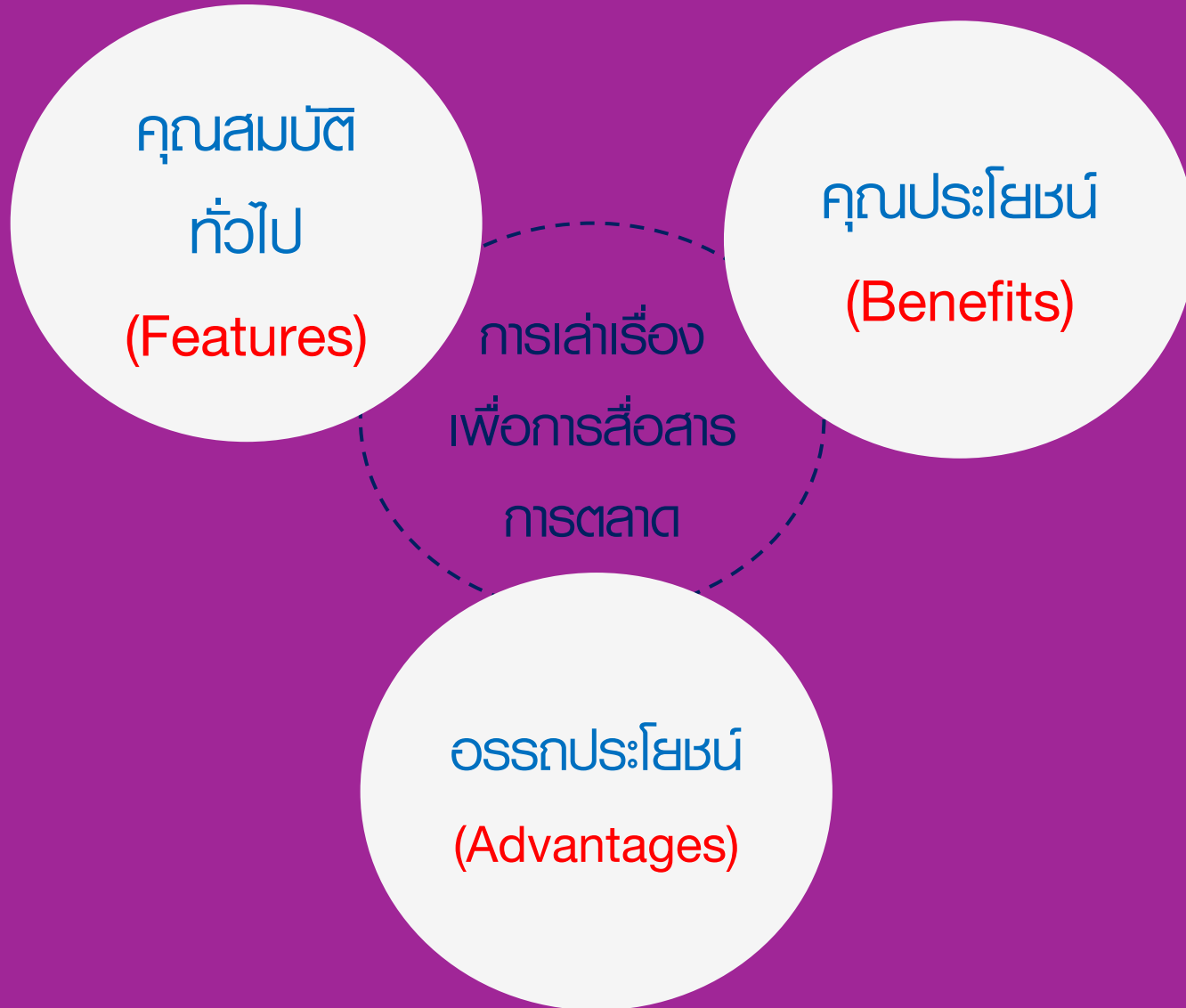
มีปัญหา  
อะไร?

องค์ประกอบ

ของ

การเล่าเรื่อง

เพื่อการสื่อสารการตลาด



เดวิด โอทิลวี (Devid Ogilvy)

จุดที่ 1  
(Act one / Setup)



จุดที่ 2  
Act Two /  
Confrontation)



จุดที่ 3  
Act Three /  
Resolution

การกำหนดปัญหา  
(Problem)

สิ่งกวนใจ  
(Agitate)

การเสนอวิธีการ  
แก้ปัญหา (Solve)

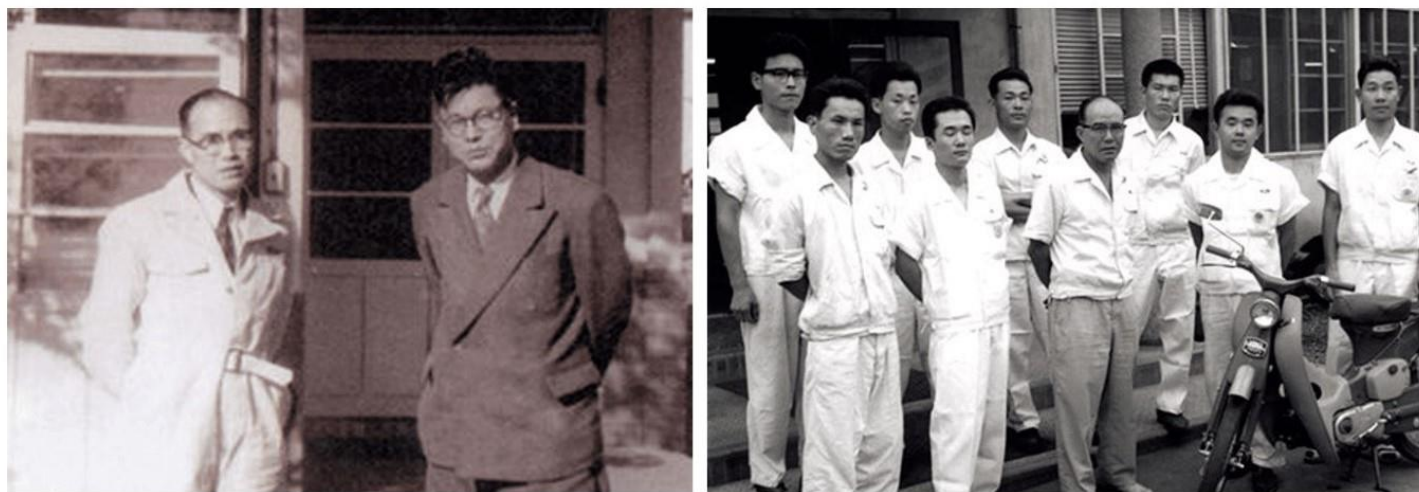
# เจาะลึกตำนาน

*Honda Super Cub Forever Retro*



1. หัวเรื่อง

หากจะให้อภัยถึงรถมอเตอร์ไซค์สายคลาสสิกสักคัน เชื่อว่าชื่อของ Honda Super Cub คือหนึ่งในรายชื่อเหล่านั้น เพราะเอกลักษณ์ความเป็น Japanese Retro ที่โดดเด่นมากกว่า 60 ปี และดีไซน์ความคลาสสิกอันทรงเสน่ห์นี้ทำให้ Honda Super Cub ได้รับความนิยมมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน และวันนี้เราจะพาคุณย้อนกลับไปดูเรื่องราวอันเป็นจุดเริ่มต้น ที่ทำให้เจ้ารถรุ่นนี้กลายตำนานแห่งรถมอเตอร์ไซค์สายสไตร์คลาสสิกกันครับ



## 2. บทนำ



### ถ้าวางมาเป็น Honda Super Cub

รถมอเตอร์ไซด์ตระกูล Super Cub มีที่มารีมาจาก มร. โทชิจิโร ฮอนดะ ประธานบริษัทฮอนด้ามอเตอร์ และ มร.ทาคะโอะ ฟูจิซาวา กรรมการบริหารอาวุโส ได้เดินทางไปศึกษางานที่ยุโรป ทำให้ได้อิทธิพลในการพัฒนารถมอเตอร์ไซด์คันใหม่ ซึ่งมีแนวคิดว่าการขับขี่ต้องควบคุมง่าย และมีดีดลึที่เป็นเอกลักษณ์บ่งบอกความเป็นญี่ปุ่น โดยแนวทางการพัฒนารถมอเตอร์ไซด์คันใหม่ที่ผู้บริหารทั้งสองได้มอบให้ทีมงานผู้ผลิตก็คือ “พัฒนารถมอเตอร์ไซด์ที่เหมาะสม” และ “รถมอเตอร์ไซด์ที่ใช้งานง่าย” โดยมีรายละเอียดสำคัญ 4 ประการคือ

- เครื่องยนต์แบบ 4 จังหวะให้กำลังแรง แต่เสียงเบาและประหยัดเชื้อเพลิง
- ตัวถังมีรูปทรงและขนาดที่ผู้หญิงสามารถขึ้นลงได้ง่าย
- ระบบเกียร์แบบใหม่ ไม่ต้องมีคันคลัตช์ขณะเปลี่ยนเกียร์
- มีดีไซน์ล้ำสมัย แต่คุ้นเคยได้ง่าย และไม่น่าเบื่อ

จากแนวทางที่กล่าวมาข้างต้นเหล่านี้ก็ได้ถูกนำมาเป็นต้นแบบในการปรับปรุงและพัฒนาทารถจักรยานติดเครื่องยนต์ ชื่อ Cub Type F ในปี ค.ศ. 1952 จนกลายเป็น **Honda Super Cub C100** สำเร็จออกสู่ท้องตลาด รุ่นแรกในปี ค.ศ. 1958 และกลายเป็นรถต้นแบบของ รถมอเตอร์ไซด์ครอบครัว ในยุคต่อมา ๆ จนถึงปัจจุบัน



### Honda Super Cub C100

**Honda Super Cub C100** ที่เปิดตัวออกมารุ่นแรกนั้นเป็นเทคโนโลยีเครื่องยนต์ 49 cc 4 จังหวะ และมีกำลังสูงสุดถึง 4.3 แรงม้า ซึ่งในเวลานั้นถือว่าเป็นรถมอเตอร์ไซด์คันที่มีกำลังค่อนข้างสูง ต่อมาโครงการใช้งานในประเทศญี่ปุ่น ที่ถนนในหลายพื้นที่ยังคงขรุขระ ไม่เรียบเหมือนถนนในปัจจุบัน จึงไม่แปลกใจเลยว่าจะรถในตระกูลนี้จะเป็นที่นิยมในญี่ปุ่น และยังสามารถส่งออกทั่วโลกได้ เพราะทั้งทนทาน ประหยัดน้ำมัน และมีประสิทธิภาพที่ดี

มาในส่วนของดีไซน์สไตล์คลาสสิก Japanese Retro ที่เป็นเอกลักษณ์ของ **Honda Super Cub C100** ก็คือ

- **ดีไซน์ S Shape** ที่ถูกบรรจุออกแบบมาอย่างพิถีพิถันให้กลายเป็นแนวที่โค้งมนสวยงามไร้ที่ติ
- **เอกลักษณ์ไฟหน้ากลม**สุดคลาสสิก
- **ดีไซน์เบาะตอนเดียว (Single Seat)**
- **ดีไซน์โลโก้ Super Cub** ตัวบูน ที่ได้เอื้อมมาจากการนำเอาเครื่องหมายโลโก้กับชื่อรุ่น F มาประยุกต์ใช้ และในยุคนั้นคำว่า “ซูเปอร์” เป็นคำที่มีเสียงฟังแล้วสดใหม่ จึงได้ตั้งชื่อว่า **Super Cub** นั่นเอง

### วิวัฒนาการ Honda Super Cub

หลังจากที่ **Honda Super Cub C100** ได้ออกสู่ท้องตลาดก็ได้รับความนิยมอย่างมากในประเทศญี่ปุ่น โดยมียอดขายมากกว่าครึ่งของยอดขายมอเตอร์ไซด์รวมทั้งประเทศ นอกจากนี้ยังได้โด่งดังไปสุดลาคาสาท โดยถูกส่งออกไปขายยังตลาดอเมริกา ทำให้เป็นที่รู้จักและครองใจผู้ใช้งานทั่วโลก ซึ่งตลอดระยะเวลากว่า 60 ปีที่ผ่านมา รถมอเตอร์ไซด์ตระกูล **Super Cub** ได้ถูกพัฒนาออกมามากมายหลายรุ่น เพื่อตอบสนองการใช้งานผู้บริโภค ซึ่งแต่ละรุ่นนั้นก็ได้ถูกพัฒนาเทคโนโลยีเครื่องยนต์และการดีไซน์ให้ดีขึ้น ดังนี้

#### เทคโนโลยีเครื่องยนต์เพื่อตอบสนองการใช้งาน

- ค.ศ. 1966 มีการนำเครื่องยนต์ OHC ซึ่งเป็นรุ่นใหม่และพัฒนาขึ้นโดยฮอนด้า ใน Super Cub C50 รุ่นแรก
- ค.ศ. 1978 ใช้ระบบหัวฉีด PGM-FI ที่ช่วยทำให้สามารถขับขี่ ประหยัดน้ำมัน และ มีพลังในการขับเคลื่อนมากขึ้นในรุ่น Super Cub C50 Standard Pro, C50 Deluxe, C50 Business like: C50 Custom
- ค.ศ. 2009 เพิ่มขนาดเครื่องยนต์จาก 50cc เป็น 110cc ในรุ่น Super Cub 110

#### การดีไซน์ที่อิงจากความคลาสสิก

ในส่วนของการดีไซน์นั้น แนวทางยังคงเหลือไปกว่า 60 ปี แต่รถมอเตอร์ไซด์ตระกูล Super Cub ก็ยังมีแนวคิดการดีไซน์ที่ความคลาสสิก และเป็น Japanese Retro ไว้อยู่เสมอ ทำให้เอกลักษณ์นี้เข้าไปอยู่ในดวงใจของผู้ใช้งาน เป็นที่จดจำและได้รับความนิยมจากอดีตจนถึงปัจจุบัน ซึ่งความสำเร็จของ **Honda Super Cub** นี้ไม่ได้มีมาอย่างยาวนานต่อเนื่องการันตีด้วยยอดขายกว่า 100 ล้านคัน ซึ่งหากสนใจรายละเอียดของรถมอเตอร์ไซด์ Super Cub รุ่นต่าง ๆ ที่ผ่านมา ตลอด 60 ปี สามารถดูเพิ่มเติมได้ที่บทความ **[Super Cub 60 ปี วันแห่งการเป็นโร้ดที่ครองใจคนทั่วโลก](#)**

## 3. เนื้อเรื่อง





และในปัจจุบัน รถมอเตอร์ไซค์ชื่อดังรุ่นนี้ ได้ถูกพัฒนามาจนกลายเป็น [All New Honda Super Cub](#) รุ่นใหม่ล่าสุด แต่ยังคงโอบคลาสสิกไม่เคยเปลี่ยน ซึ่งถ้าใครสนใจจะเป็นเจ้าของรถมอเตอร์ไซค์ตำนานคันนี้ สามารถไปสัมผัสตัวจริงและจับจองเป็นเจ้าของได้ที่ **Honda Wing Center** ทั่วประเทศ ราคาแนะนำอยู่ที่ 47,100 บาทเท่านั้น ติดตามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ <https://www.aphonda.co.th> เฟสบุ๊ก รถจักรยานยนต์ฮอนด้า และ LINE @HondaMotorcycleTH

## 4. บทสรุป

การสร้างแนวคิด  
ในการสร้างสรรค์

Concept

งานสื่อสารการตลาด

Storytelling

เสน่ห์ของ

“Storytelling”

คือ เล่าเรื่องโดยทำให้คนติดตาม คล้อยตาม

และ เข้าใจในสิ่งที่พูดมากขึ้น



# “Themes”

สาระสำคัญ หรือข้อความสำคัญของเรื่อง

เราใช้ Theme ในเรื่องเล่า เพื่อคุณไม่ให้สาระสำคัญหล่นหาย หรือเบี่ยงเบนไป



# What to Say?

จะพูดอะไร

จุดขาย (Selling Point)



จะพูดอย่างไร

เทคนิค (Technique/Execution)

# How to Say It?

# Concept



What to say....?



How to say it....?





# Concept

What to say....?



How to say it....?

# Concept

What to say....?



How to say it....?

# Concept

What to say....?



How to say it....?

Concept

&

Storytelling

เล่า

อย่างไร

ให้เป็น

เรื่อง



จำ

เชื่อ

ผูกพัน

ร่วมมือ







ALL NEW  
**Super Cub**

FOREVER RETRO





# AAAM2301



## การสร้างสรรค์เรื่องเล่า เพื่อการสื่อสารแบรนด์ Creative Brand Storytelling

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประกายกาวีล ศรีจินตา