

## SOCIAL MEDIA คืออะไร



มีคำสองคำซึ่งปัจจุบันเข้ามาเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของคนรุ่นใหม่ในเกือบจะทุกวงการคือ คำว่า Social Media และ Social Network เพราะทั้งสองคำนี้มาพร้อมกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และเครือข่าย ซึ่งปัจจุบันเราสามารถอ่านหนังสือพิมพ์ผ่านทางอินเทอร์เน็ต ดูหนังผ่านทางอินเทอร์เน็ต ขายสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ต เรียนหนังสือผ่านทางอินเทอร์เน็ต นอกจากนั้นเรายังสามารถนำเอารูปภาพ วิดีโอ ของเรา เผยแพร่ทางอินเทอร์เน็ตให้ผู้คนในสังคมออนไลน์ (Online Community) ได้ชม ดังนั้นการเผยแพร่สื่อในรูปแบบต่างๆดังกล่าวเข้าไปในเครือข่ายอินเทอร์เน็ต จึงเป็นที่มาของคำว่า Social Media และ Social Network ซึ่งในที่นี้จะกล่าวถึง **Social Media** เป็นสำคัญ

ความหมายของ Social Media

“**Social**” หมายถึง สังคม ซึ่งในที่นี้จะหมายถึงสังคมออนไลน์ ซึ่งมีขนาดใหญ่และกว้างขวางในปัจจุบัน

“**Media**” หมายถึง สื่อ ซึ่งก็คือ เนื้อหา เรื่องราว บทความ วิดีโอ เพลง รูปภาพ เป็นต้น

ดังนั้นคำว่า **Social Media** จึงหมายถึง สื่อสังคมออนไลน์ที่มีการตอบสนองทางสังคมได้หลายทิศทาง โดยผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต หรือก็คือเว็บไซต์ที่บุคคลบนโลกนี้สามารถมีปฏิสัมพันธ์โต้ตอบกันได้

Social Media มีความสัมพันธ์กับเว็บอย่างไร

พื้นฐานการเกิด Social Media มาจากความต้องการของมนุษย์ที่ต้องการติดต่อสื่อสารหรือมีปฏิสัมพันธ์กัน จากเดิมเรามีเว็บในยุค 1.0 ซึ่งก็คือเว็บที่แสดงเนื้อหาอย่างเดียวนั้น บุคคลแต่ละคนไม่สามารถติดต่อหรือโต้ตอบกันได้ แต่เมื่อเทคโนโลยีเว็บพัฒนาเข้าสู่ยุค 2.0 ก็มีการพัฒนาเว็บไซต์ที่เรียกว่า web application ซึ่งก็คือเว็บไซค์มีแอปพลิเคชันหรือโปรแกรมต่างๆ ที่มีการโต้ตอบกับผู้ใช้งานมากขึ้น ผู้ใช้งานแต่ละคนสามารถโต้ตอบกันได้ผ่านหน้าเว็บ Social Media จึงมีความสัมพันธ์กับเว็บ ดังนี้

- โซเชียลมีเดียส่วนใหญ่จะเป็นเว็บแอปพลิเคชัน 2.0 ซึ่งจะมีการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้และผู้รับข้อมูล
- ทีวีและหนังสือพิมพ์ที่เป็นกระดาษเป็นสื่อแต่เป็นสื่อของการสื่อสารทางเดียวผู้รับข้อมูลไม่สามารถตอบกลับผู้ให้ข้อมูลทันทีทันใดได้ แต่โซเชียลมีเดียจะเป็นสื่อที่มีการสื่อสาร 2 ทางกล่าวคือผู้รับข้อมูลสามารถแสดงความคิดเห็นหรือตอบผู้ให้ข้อมูลได้
- การให้ข้อคิดเห็นในบันทึกในบล็อกหรือในวิดีโอ
- การพูดคุยผ่านโปรแกรมสนทนาออนไลน์หรือเว็บบอร์ด
- การให้ข้อคิดเห็นและบันทึกว่าชอบสไลด์





## 1. Social Media จะใช้ IG Story เพิ่มขึ้นทวีคูณ

หลังจาก Feature Story ของ Instagram ได้เปิดให้ชาวโซเชียลได้ตรวจสอบและลองใช้ ในระยะแรกนั้นหลายๆ คน บางทีอาจจะยังงงๆ ว่ามีไว้เพื่ออะไรแตกต่างจากการลงรูปธรรมดาทั่วไปเช่นไร หลังจากที่เหล่าคนดัง ศิลปิน ดารา นางแบบต่างๆ ได้เริ่มใช้ story ถ่ายทอดเรื่องราว ในชีวิตประจำวันของพวกเขาทำให้ปริมาณของผู้ใช้ Story มีจำนวนมากขึ้น โดยตลอดจนกระทั่งในขณะนี้ก็ยังมีปริมาณผู้ใช้ IG Story โดยประมาณ 200 ล้าน User ต่อเดือน อย่างยิ่งจริงๆ นอกเหนือจากนั้นยังมีการคาดเดาว่าปริมาณผู้ใช้งานจะมากขึ้นแบบดับเบิ้ลในปลายปี เป็น 40 ล้าน User ต่อเดือน ด้วยเหตุนี้จึงเป็นช่องทางที่ดีสำหรับแบรนด์ต่างๆ ที่จะหันมาทดลองใช้ Feature นี้เสนอเรื่องราวดีๆ ให้แก่ Follower ของคุณ แม้กระนั้นช้าก่อน! อย่าเพิ่งจะลง Story แบบ Hard Sale ขายสินค้าสิ่งเดียว ทดลองแปลงมาเป็นการพีรเซ็นท์ประเด็นที่น่าดึงดูดของแบรนด์มากยิ่งขึ้นกว่าแนวทางการขายก็จะสามารถช่วยทำให้ลูกค้าหยุดมอง Story ของคุณได้

## 2.แบรนด์ต่างๆจะทุ่มให้ Influencer marketing มากที่สุด

เมื่อโฆษณาจากสื่อหลัก จะไม่ถูกผู้คนพูดถึงหรือสนใจอีกต่อไป เพราะผู้คนจะเชื่อผู้ทรงอิทธิพลบนโลกออนไลน์อย่าง Influencer ต่างๆ เช่น Beauty Blogger, Vlogger ไปจนถึงคนดังดารา นางแบบ และยิ่งกว่านั้นพวกเขาจะเชื่อถือจากผู้บริโภคด้วยตนเองหรือที่เรียกว่า Micro Influencer ซึ่งตอนนี้จึงมี Platform เพื่อให้แบรนด์ได้เชื่อมโยงกับเหล่า Micro Influencer ให้มาเป็นกระบอกเสียงให้กับแบรนด์เพื่อการรีวิวสินค้าและบริการ ส่วนแบรนด์ต่าง ๆ จึงจะหันไปทำการตลาดผ่าน Influencer และ Micro Influencer กันมากขึ้น

**Influencer** คือ บล็อกเกอร์หรือบุคคลบนโลกออนไลน์อื่นๆ ที่มีผู้ติดตามมากพอที่จะสร้างผลกระทบด้านวัฒนธรรมและเศรษฐกิจได้

Influencer มีหลายแบบ เช่น กูรูด้านความงามและแฟชั่น คนที่ชอบท่องเที่ยวและชิมอาหาร ผู้เชี่ยวชาญด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเกม ดนตรี ภาพยนตร์ รวมไปถึง Celebrity คนดังที่ออกสื่อโซเชียลเป็นประจำ



ผลการศึกษายังบอกอีกว่า คนยุค **Millennial** (อายุ 24-35 ปี) และ **Gen Z** (อายุ 16-23 ปี) เชื่อถือในตัวอินฟลูเอนเซอร์บนสื่อโซเชียลมากกว่าแคมเปญโฆษณาราคาแพงใด ๆ จะสามารถทำได้ ส่วนหนึ่งเพราะคนกลุ่มนี้รับข่าวสารการตลาดผ่านการติดตาม Influencer มากกว่าโฆษณาแบบอื่น (เป็นทีวี วิทยุ สิ่งพิมพ์ หรือออนไลน์) เห็นได้จาก

- ผู้ที่ติดตามอินฟลูเอนเซอร์บนสื่อโซเชียลเชื่อถือในตัวอินฟลูเอนเซอร์มากกว่าคนกลุ่มอื่น ที่ไม่ใช่กลุ่มเพื่อนและครอบครัว
- 80% เข้าไปเช็คดูความเคลื่อนไหวของอินฟลูเอนเซอร์หลายครั้งในหนึ่งสัปดาห์ และคาดหวังว่าจะเห็นการอัปเดตใหม่ๆ
- 59% ของชาว Millennial ตัดสินใจซื้อตามคำแนะนำของอินฟลูเอนเซอร์โดยตรง
- 75% อยากเห็นอินฟลูเอนเซอร์แนะนำผลิตภัณฑ์ต่างๆ เชื่อว่าอินฟลูเอนเซอร์แนะนำสินค้าเหล่านั้นโดยบริสุทธิ์ใจถึงแม้ว่าจะได้รับค่าตอบแทนก็ตาม

ไบรอัน กริฟฟิน ซีอีโอของ Vero บอกว่า การเติบโตของอินฟลูเอนเซอร์ไม่ใช่การ โหมกระแส แต่เป็นการเปลี่ยนวิธีการตลาดที่คาดหวังผลได้ในอนาคต ซึ่ง Influencer เติบโตมาพร้อมกับ คนยุค Millennial Gen Z นั่นเอง

Gen Z และกลุ่ม Millennial รู้ว่า Influencer ได้รับค่าตอบแทน (เป็นเงินหรือสิ่งของ) จากการพูดถึงผลิตภัณฑ์ต่างๆ และมองว่าไม่เป็นปัญหา เพราะเชื่อว่า Influencer แนะนำผลิตภัณฑ์ต่างๆ โดยสุจริตใจเท่านั้น

Gen Z และกลุ่ม Millennial ที่ตอบแบบสอบถามชอบที่จะเห็น Influencer คนโปรดเสนอผลิตภัณฑ์ที่ใช้จริง และกว่า 83% ชอบดูวิดีโอมากกว่าดูภาพถ่าย และชอบการรีวิวที่มีรายละเอียดครบถ้วน แต่ต้องชี้คุณสมบัติเด่นๆ ให้เห็นด้วย

Influencer บน Social Media ต่างจากโฆษณาแบบดั้งเดิม หรือการใช้คนดังมาพูดแทนแบรนด์ คือ Influencer จะโต้ตอบและพูดคุยกับผู้ติดตามอยู่เป็นประจำ ทำให้แฟนๆ ปรึกษา คุยง่ายเหมือนเพื่อน ดังนั้นจะเป็นการเชื่อมโยงกับกลุ่มเป้าหมาย (Relatability) และความเป็นเอกลักษณ์ (Authenticity)

### 3. การสร้างคอนเทนต์หลักของแบรนด์ ด้วย Livestreams

ที่ผ่านมาหลายๆคนคงสังเกตได้ว่า Feature การ Livestreams เป็นอะไรที่ฮอตฮิตมาก ไม่ว่าจะผ่านทาง Youtube หรือ Facebook ทำให้ต่อไป Livestreams จะกลายเป็นเครื่องมือในการสร้างคอนเทนต์สำหรับแบรนด์ต่างๆ เพราะผู้บริโภคให้ความสนใจในการดู Livestreams มากขึ้น ซึ่งแบรนด์ต่างๆ เริ่มขยับปรับเปลี่ยนมาขายสินค้าผ่านทาง Livestreams กันมากขึ้นหรือแม้แต่การจัดงาน Event ผ่านทาง Livestreams ก็ยังเรียกได้ว่าในปี 2020 นี้ คงจะได้เห็นคอนเทนต์ใหม่ๆ ที่หลากหลายจากแบรนด์ผ่าน Feature มากขึ้นอีกด้วย

### 4. Digital Hangout กลายเป็นกระแสหลัก

Digital Hangout หมายถึงการที่ให้ผู้คนนั้นสามารถพูดคุยและพบเจอกันได้ง่ายขึ้นผ่านทาง Video โดยมักจะใช้ในการการสนทนา หรือประชุม แบบกลุ่ม โดย Digital Hangout กำลังจะกลายเป็นกระแสหลัก ในโลกออนไลน์ อย่างเช่น Houseparty ก็ถือเป็น Video hangout platform ที่มาแรงสุดๆ ในตอนนี้ โดยมีผู้ใช้ต่อวันถึง 1 ล้านคนเลยทีเดียว และคาดว่าจะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและยังมีแนวโน้มว่า Facebook จะซื้อ Houseparty ไปพัฒนาต่ออีกด้วย

การใช้สื่อสังคมออนไลน์ (โซเชียลมีเดีย) ในการทำการตลาดนั้น จะสามารถเข้าถึงบุคคลทั่วไปหรือกลุ่มลูกค้าได้ง่าย และยังมีแนวโน้มสูงในการแชร์ข้อมูลต่างๆ ไปยังกลุ่มคนอื่นๆ มากขึ้น หากสินค้าหรือการทำโยชนานั้น ดึงดูดให้ผู้คนสนใจ

ดังนั้นจึงเป็นผลดีต่อภาคธุรกิจที่จะสามารถลดต้นทุนในการโฆษณาหรือการกระจายข่าวสารโดยการทำให้ กลไกการเผยแพร่ข้อมูลนั้นกระจายออกไปเรื่อยๆ และทำให้เป็นที่รู้จักกับบุคคลทั่วไป



กล่าวโดยสรุปคือในยุคปัจจุบันและอนาคตสื่อสังคมออนไลน์ (โซเชียลมีเดีย) นั้นจะกลายมาเป็น Platform ที่จะสร้างโอกาสในการดำเนินธุรกิจมากขึ้น สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่สนใจในสินค้าและบริการได้ง่ายขึ้นผ่านช่องทาง การโฆษณาสินค้าในแต่ละ Platform ที่มีบริการให้เลือกใช้งาน และยังเป็นผลดีต่อผู้บริโภคที่จะเป็นช่องทาง ในการติดต่อสื่อสารเพื่อเลือกซื้อสินค้าได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว

## 9 Social Media Trend ในปี 2021

### 1. Remixing User Generated Content

เทรนด์บน โซเชียลมีเดีย (Social Media Trend) ในปี 2021 ลำดับแรก กับเทรนด์บน โซเชียลมีเดีย (Social Media Trend) ที่ชื่อว่า **“Remixing User Generated Content”** ซึ่งน่าจะผ่านตาของใครหลาย ๆ คนบน แพลตฟอร์มยอดนิยม ที่เป็นที่พูดถึงในปีที่ผ่านมาอย่าง “TIKTOK” โดยในบทความนี้ เราจะขอเรียกเทรนด์บน โซเชียลมีเดีย (Social Media Trend) นี้สั้น ๆ ว่า “Remixing UGC” ซึ่งทางผู้สำรวจได้ให้นิยามเจ้าสิ่งนี้ว่า “การสร้างสรรคคอนเทนต์ของลูกค้า ผ่านการนำไอเดีย หรือ Template บนแพลตฟอร์มที่มี มาสร้างสรรค์ใหม่ในสไตล์ของตัวเอง” โดยสรุปแล้ว Remixing UGC คือการทำ User Generated Content ที่เป็นการนำ Template หรือ ฟิลเตอร์ต่าง ๆ มาสร้างสรรค์คอนเทนต์ อย่างที่เรามักจะเห็นตาม TIKTOK หรือ ถ้าในบางประเทศอาจจะเห็นผ่าน Reels ของ Instagram ที่ผู้ใช้นั้นจะนำ Background Music หรือ ฟิลเตอร์ มาใช้ในรูปแบบหลากหลายตามสไตล์ของตัวเอง เช่น การเต้นในรูปแบบต่าง ๆ หรือ สถานที่ที่แปลก ๆ แล้วส่งต่อไปจนเป็นไวรัลต่อไป



ว่าการทำ Remix UGC จะช่วยให้ผู้ใช้สามารถผลิตคอนเทนต์ที่เป็นตัวเองได้ง่ายขึ้น สะดวกขึ้น ซึ่งหลาย ๆ คนถึงขั้นบอกว่าเป็นปีที่จะถึงนี้ เราจะได้เห็นฟิเตอร์ และ เครื่องมือต่าง ๆ สำหรับการทำ Remixing UGC จากแบรนด์ใหญ่ ๆ ที่มากขึ้นอย่างแน่นอน

## 2. 4Cs ในการทำการตลาดหลัง COVID-19

หนึ่งในเทรนด์บนโซเชียลมีเดีย (Social Media Trend) ประจำปี 2021 ก็ยังคงหนีไม่พ้นผลกระทบจาก COVID-19 ที่ไม่ว่าเราจะก้าวข้ามมันมาไกลแค่ไหน ผลกระทบก็จะยังอยู่ในใจของผู้คน ทั้งในแง่ของความวิตก และความโศกเศร้า การทำการตลาดบน Social Media ของเราจึงต้องระวังเป็นพิเศษ ดังนั้นในการทำการตลาดออนไลน์ในปัจจุบันจึงมีการคิดค้น 4Cs ซึ่งเป็น 4 สิ่งที่สำคัญ ที่เราควรตระหนักเอาไว้ ซึ่งประกอบไปด้วย

2.1. Community หรือ ชุมชน เพราะทุก ๆ คน เริ่มให้ความสนใจกับชุมชนออนไลน์กันมากขึ้น โดยเฉพาะกับพื้นที่ที่มีการ Lock down ซึ่งเราสามารถเข้าหาลูกค้าได้ผ่าน Community เหล่านี้

2.2. Contactless หรือ การเลี่ยงการสัมผัส ที่เรามักจะเห็นกันในปัจจุบันว่าร้านค้าหลาย ๆ ร้านเราไม่จำเป็นต้องชำระสินค้าผ่านธนบัตรแล้ว โดยนี่เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นในต่างประเทศมานาน และ COVID-19 ก็ทำให้การใช้ Contactless ในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น

2.3. Cleanliness หรือ สุขอนามัย ความสะอาด ที่เราต้องสร้างความมั่นใจในความสะอาดของสินค้าและบริการของเรา

2.4. Compassion หรือ ความเห็นอกเห็นใจซึ่งกันและกัน ทุก ๆ คนที่นี้ล้วนผ่านช่วงเวลาที่ย่ำแย่ด้วยกัน การแสดงถึงความเห็นอกเห็นใจ หรือ ความใส่ใจจึงช่วยให้แบรนด์มีภาพลักษณ์ที่ดีขึ้น โดยในปี 2021 ที่จะถึงนี้เหล่าผู้เชี่ยวชาญก็คาดว่าเราจะเห็นการทำการตลาด จากหลาย ๆ แบรินด์ที่เป็นไปตามเทรนด์บนโซเชียลมีเดีย (Social Media Trend) นี้มากขึ้น

## 3. Memetic Media

สำหรับเทรนด์บนโซเชียลมีเดีย (Social Media Trend) ในปี 2021 ลำดับที่ 3 คำว่า “Memetic Media” เราอาจจะยังไม่คุ้นเคยกันเท่าไร แต่ถ้าบอกว่ามันคือการใช้ “Meme” เชื่อว่าหลาย ๆ คนต้องร้อง “อ้อ” ออกมาดัง ๆ กันแน่ ๆ ด้วยความที่ Memes เป็นสื่อที่สามารถเรียกเสียงหัวเราะให้กับผู้พบเห็น มันจึงกลายเป็นอีกหนึ่งเทรนด์ที่กำลังได้รับความนิยมอย่างล้นหลาม อย่างไรก็ตาม Memes นั้นมีอิทธิพลกับผู้บริโภคอย่างมากโดยที่พวกเขาอาจจะไม่ทันได้รู้ตัว

What if 2020 is just  
a trailer of 2021 ?



ในช่วงหลัง ๆ มานี้เราจะเห็นว่าทุกกระแสที่เกิดขึ้นในสังคมจะมี Memes เข้ามาเกี่ยวข้องอยู่เสมอ ซึ่งบางครั้งอาจทำให้คนสับสนว่าอันไหนเป็นเรื่องจริง หรือ เรื่องขำขัน โดยจากสถิติ กลุ่มคนที่มีอายุตั้งแต่ 12 จนถึง 35 ปี มีการส่ง Memes เป็นประจำอย่างน้อย 1 ครั้งต่อสัปดาห์ ซึ่งนี่แสดงให้เห็นว่า Memes เข้ามามีอิทธิพลมากขนาดไหน และใช่ ในฐานะแบรนด์ท่ามกลางเทรนด์บนโซเชียลมีเดีย (Social Media Trend) แห่ง Memes เช่นนี้ เราสามารถใช้ประโยชน์จากมันได้ด้วยการมีคอนเทนต์ต่าง ๆ ที่ออกมาในรูปแบบเดียวกัน แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นเราก็ต้องระมัดระวังกับเทรนด์บนโซเชียลมีเดีย (Social Media Trend) ประจำปี 2021 อันนี้เหมือนกัน เพราะไม่แน่วันหนึ่งโลโก้ของแบรนด์ หรือ สินค้าเรา อาจจะไปโผล่ใน Memes ที่สร้างภาพลักษณ์ในแง่ลบก็เป็นได้

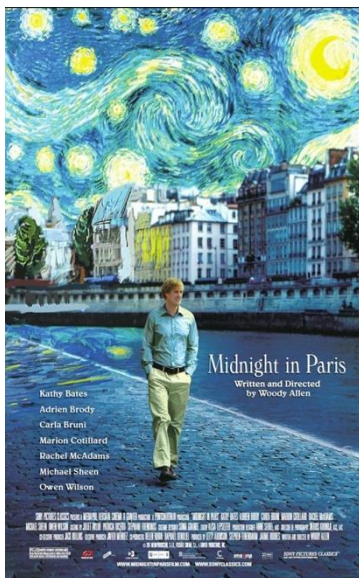
## Meme คืออะไร?

คำนิยามของมิม ถ้าให้เข้าใจง่ายที่สุดก็คือ

“กระแสขำขันบางอย่างที่แพร่กระจายอย่างรวดเร็วในสังคมอินเทอร์เน็ตโซเชียล” โดยมีมิมเป็นได้หลายอย่าง ตั้งแต่ภาพ คลิปวิดีโอ คำพูด วลี ประโยคเด็ด และไม่ได้จำกัดว่า จะเป็น คนหรือสัตว์ ไม่ว่าจะอะไรก็เป็นมิมได้ถ้ามันตลกพอ

### 4. Nostalgia Marketing

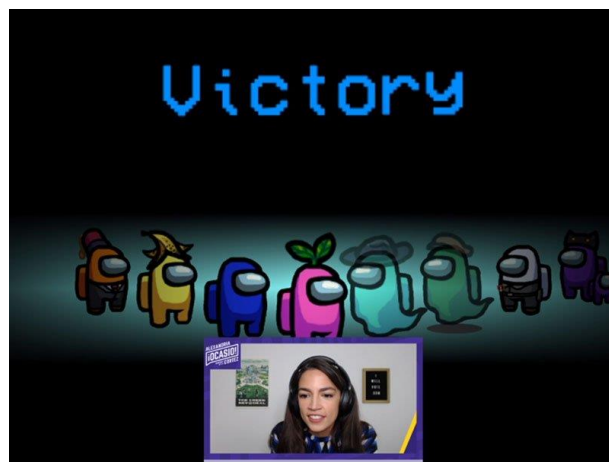
มีใครเคยได้ลองชมภาพยนตร์เรื่อง “Midnight in Paris” กันมั๊ย ? ซึ่งในภาพยนตร์เรื่องนี้ก็แสดงให้เห็นว่ามนุษย์เกือบทุกคนมักจะมี ความโหยหาอดีตอยู่ และนั่นก็เป็นที่มาของเทรนด์บนโซเชียลมีเดีย (Social Media Trend) ประจำปี 2021 อย่าง “Nostalgia Marketing” ซึ่งเป็นการทำการตลาดที่เล่นกับความรู้สึกของลูกค้ำ ที่มีความโหยหาถึงอดีตอันแสนสุข



โดยเฉพาะในยุคปัจจุบันที่มีทั้งการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว รวมทั้งโรคระบาดที่เปลี่ยนชีวิตของเราไปในพริบตา ซึ่งทุกคนคงไม่ต้องจินตนาการแล้วว่าความรู้สึก “เมื่อตอนนั้น มันก็ตื่นะ” จะเกิดขึ้นมากขนาดไหน โดยจากสถิติบน Social Media ผู้ใช้งานมีการกล่าวถึงคีย์เวิร์ดที่ไปในทิศทางตรงกับความรู้สึกโหยหาเพิ่มขึ้นมากกว่า 88% เลยทีเดียว แล้วในฐานะแบรนด์เราสามารถจะใช้ประโยชน์อะไรได้บ้างกับเทรนด์บนโซเชียลมีเดีย (Social Media Trend) ประจำปี 2021 อันนี้ ? เริ่มแรกเลยเราต้องรู้ก่อนว่ากลุ่มลูกค้าที่เราต้องการจะมีความโหยหาอะไร ไม่ว่าจะเป็นเรื่องเก่า ๆ เพลงเก่า ๆ ภาพยนตร์เก่า ๆ ซึ่งเราต้องทำการ “Research” นั้นเอง โดยตัวอย่างเช่น การใช้เครื่องมืออย่าง Google Trend เพื่อดูเทรนด์การค้นหาย้อนหลัง เพื่อดูว่าในช่วงเวลาในอดีตนั้นลูกค้าของเรากำลังค้นหาเรื่องอะไร ซึ่ง Google Trend ก็มักจะมีสรุปของปีนั้น ๆ ให้เราสามารถอ่านย้อนหลังได้เช่นกัน

#### 6. Social Gaming และ Gaming Social

“เกม” เป็นหนึ่งในไม่กี่อย่าง ที่คาดว่าจะมีการเติบโตมากขึ้นในช่วงการระบาดของ COVID-19 ครั้งนี้ เพราะที่ผ่านมารอบปีเราน่าจะเห็นกระแสสังคมเกิดขึ้นหลาย ๆ ครั้ง ทั้งเกม Animal Crossing หรือ เกม Among Us ซึ่งยังไม่รวมถึงเกมอื่น ๆ ที่ทุกคนล้วนหันไปเล่นจนแออัด จากการ Lock down นั้นเอง และด้วยความนิยมนี้จึงทำให้หลาย ๆ คน หรือ หลาย ๆ แบนด์เริ่มหันมาใช้คอนเทนต์ที่เกี่ยวข้องกับเกมมากขึ้น อย่างที่ล่าสุดเป็นที่พูดถึงคือ การสตรีมเกม Among Us โดย Alexandria Ocasio-Cortez (Congress Women หรือ สมาชิกวุฒิสภาอเมริกา) เพื่อรณรงค์การเลือกตั้ง



ซึ่งในฐานะแบรนด์เราสามารถจะใช้ประโยชน์จากเทรนด์บนโซเชียลมีเดีย (Social Media Trend) ประจำปี 2021 อันนี้ได้เช่นเดียวกัน ด้วยการนำเกมมิกซ์ของเกมเหล่านั้นมาใส่ในคอนเทนต์ให้เป็นกระแส หรือ การเข้าถึงลูกค้าที่อยู่ใน Community เกมต่าง ๆ หรือแม้แต่การสร้างช่องทางสตรีมเกมให้ลูกค้าดูเลยก็ได้

## 7. Old-School Marketing

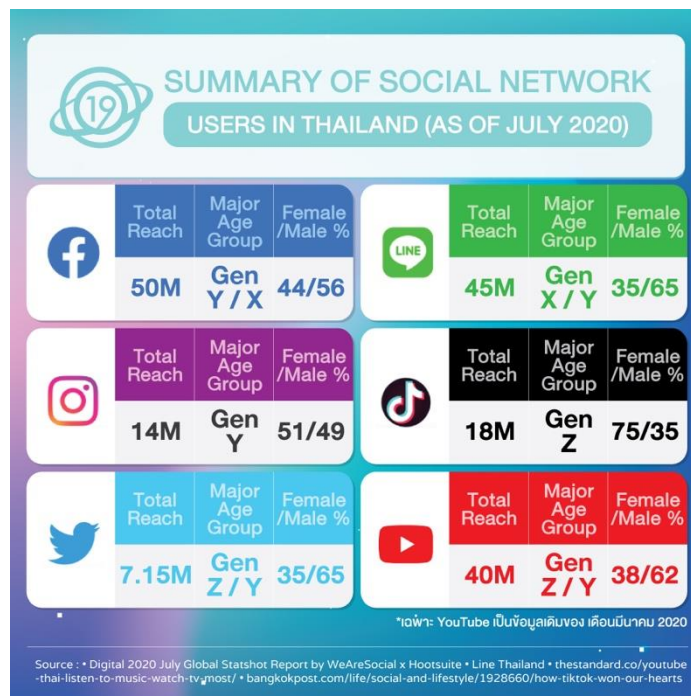
เคยได้ยินไหมครับ ที่เค้าว่ากันว่า ทุก ๆ 20 – 30 ปี เทรนด์แฟชั่นนั้น ๆ จะกลับมาเป็นกระแสอีกครั้ง ซึ่งการทำ การตลาดก็เช่นเดียวกัน ที่จะต้องมีสักวันที่เราจะ โครจมาเจอกันอีก โดยหนึ่งในเทรนด์บน โซเชียลมีเดีย (Social Media Trend) ประจำปี 2021 ที่จะถึงนี้ก็มี “Old-School Marketing หรือ การทำการตลาดสไตล์เก่า” เป็นหนึ่งใน นั้น ซึ่งเราจะสามารถเห็นตัวอย่างได้จากความนิยมของการฟัง Podcast ที่แท้จริงแล้วมันเกิดขึ้นมาตั้งแต่ปี 2004 หรือแม้กระทั่งการใช้ “เสียง” ที่ก็เริ่มกลับมาอีกครั้งอย่างในปัจจุบันที่เราจะเห็นเทรนด์ Voice Search และ Voice Notes แล้วด้วยเทรนด์บน โซเชียลมีเดีย (Social Media Trend) อันนี้ ในฐานะของแบรนด์เราจึงจำเป็นต้องที่จะต้องเปลี่ยนความคิดเอาซะใหม่ จากที่พยายามจะหาอะไรใหม่ ๆ มาเติมเต็ม บางทีมันอาจจะไม่จำเป็นขนาด นั้นเลยก็ได้ หากเราลองมองย้อนกลับไปอาจจะจะมี “ของเก่า ที่อาจจะใหม่กว่า” ที่เราสามารถนำมาใช้ได้อย่าง เหมาะสม เช่น การทำ Email Marketing การทำ Podcast การโทรหา ซึ่งประเด็นที่เราควรใส่ใจจริงๆ คือ “คอน เเทนต์ของเราจะตอบโจทย์ลูกค้าหรือไม่” นั่นเอง

## 8. แพลตฟอร์มใหญ่ ๆ จะยังคงอยู่

ในการวางแผนการตลาดแต่ละปี เรามักจะมีความสงสัย ว่าช่องทางที่เราเลือกเอาไว้จะยังเป็นที่น่าสนใจอยู่หรือเปล่า นะ แต่ในปี 2021 ที่จะถึงนี้ ผู้เชี่ยวชาญยังคงมั่นใจว่าแพลตฟอร์มใหญ่ ๆ ทั้ง Facebook ทั้ง Instagram และ Twitter จะยังอยู่พร้อมหน้ากันเหมือนเดิมแน่นอน ถึงแม้ว่าในปี 2020 จะมีอะไร ต่อมี่อะไรเกิดขึ้นมากมาย รวมทั้งกระแสนิยมของแพลตฟอร์มใหม่ ๆ อย่าง “TIKTOK” แต่ยังไงก็ตาม เหล่าผู้เชี่ยวชาญก็ยืนยันว่าสิ่งที่เรา จะเห็นในเทรนด์บน โซเชียลมีเดีย (Social Media Trend) ในปี 2021 มากกว่านั้นคือการปรับตัวของหลาย ๆ แพลตฟอร์ม อย่างที่เราเห็นชัดที่สุดเลยก็คือ “การเกิดขึ้นของ Reels ใน Instagram” ที่ Facebook ได้ปล่อยออกมา แข่งกับ TIKTOK ในบางประเทศ หรือการมาของเทรนด์บน โซเชียลมีเดีย (Social Media Trend) ที่มีการใช้เสียง หรือ Voice มากขึ้น ซึ่งทำให้ ”Twitter Voice” เกิดขึ้นนั่นเอง



ทั้งนี้ทั้งนั้นถึงแม้ว่าแพลตฟอร์มหลาย ๆ อัน จะยังคงอยู่ต่อไป แต่เราก็ต้องคอยระวัง และ ใส่ใจการเปลี่ยนแปลงใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นในเทรนด์บนโซเชียลมีเดีย (Social Media Trend) ประจำปีที่จะถึงนี้ เพื่อวันที่การอัปเดตมาถึงเราจะได้เตรียมพร้อมได้ทัน โดยเฉพาะกับการเปลี่ยนแปลง ในฟังก์ชันการใช้งานต่าง ๆ ซึ่งเราจะเห็นได้ทั้ง Facebook ที่มีกรนำกฎ 20% ของการโฆษณาออก หรือแม้แต่ Twitter ที่มีการบอกให้เราระวังการ Retweet โปสต์ที่ยังไม่ได้อ่านในบางประเทศ



## 9. Misinformation ที่จะมีมากขึ้น

“Fake News หรือ ข่าวเท็จ” น่าจะเป็นคำที่เราได้ยินกันมากขึ้นในปัจจุบัน โดยเฉพาะบน Social Media ที่มีมีข้อมูลมากมายมหาศาล ที่เราอาจจะเสพเข้ามาโดยไม่รู้ว่าเป็นข้อมูลที่ผิดหรือไม่ โดยในปี 2021 หนึ่งในเทรนด์บนโซเชียลมีเดีย (Social Media Trend) ที่เราอาจจะไม่ยากให้เกิดขึ้นกันก็คือการเพิ่มขึ้นของ “Misinformation หรือ ข้อมูลที่ผิดไปจากความจริง” ซึ่งเราจะสามารถเห็น หรือ ได้ยินกันมาบ้างแล้วในปี 2020 เช่น แนวความคิดว่าวัคซีน COVID-19 จะเป็นการหลอกฝังชิปในร่างกายคน ที่ในอเมริกามีวัยกลางคนมากขึ้น 26% ที่เชื่อว่าข่าวนั้นเป็นเรื่องจริง และด้วยเทรนด์บนโซเชียลมีเดีย (Social Media Trend) ที่เราไม่อยากให้เกิดขึ้นอันนี้ ทำให้หลาย ๆ ธุรกิจจำเป็นต้องคิดหาวิธีในการรับมือ ทั้งการระวังการแชร์ หรือ ให้ข้อมูลที่ผิดพลาด รวมไปถึง

การไม่ประมาทต่อข้อมูลผิด ๆ เกี่ยวกับแบรนด์ของตน ทั้งนี้หนึ่งในวิธีการรับมือเทรนด์บนโซเชียลมีเดีย (Social Media Trend) อันนี้ คือการสร้าง “ความโปร่งใส” ที่ธุรกิจของเราต้องตรวจสอบได้ วิจารณ์ได้ เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า และเปิดโอกาสในการตรวจสอบให้รู้ว่าข้อมูลเหล่านั้นเป็นเรื่องจริงหรือไม่ นอกจากนี้ในแง่ของผู้ใช้สิ่งที่เราควรมีไว้คือ “วิจารณญาณ” ก่อนที่จะแชร์ หรือ ก่อนที่เชื่อ เพื่อไม่ให้ตกเป็นเหยื่อของ Misinformation หรือ Fake News เหล่านั้น

## 5 ขั้นตอนกระบวนการคิด Content ให้ปังบนโลกออนไลน์



ในปัจจุบันการผลิต Content จากแบรนด์เพื่อสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายเป็นปัจจัยที่สำคัญสำหรับการสร้าง Inbound marketing หากเราสามารถผลิต Content ที่เป็นประโยชน์ช่วยในการแก้ปัญหา หรือนำเสนอในสิ่งที่กลุ่มเป้าหมายของแบรนด์ให้ความสนใจ จะสามารถสร้างกลุ่มผู้ติดตามที่มีคุณภาพและให้ความสนใจกับแบรนด์ของคุณอย่างแท้จริง

### แล้วเราจะเริ่มต้นสร้าง Content คุณภาพอย่างไร ?

โดยทั่วไปเราจะสามารถหาข้อมูลเกี่ยวกับประเภท Content ต่างๆบนโลกออนไลน์ได้ไม่ยาก แต่สำหรับกระบวนการคิดและสร้าง Content ให้ปังแบบมีคุณภาพ อาจจะต้องใช้เวลาในการเรียนรู้และตกผลึกนานกว่าจะคิดออก วันนี้เลยขอสรุปกระบวนการคิด ผ่านกระบวนการ 5 กระบวนการ โดยเริ่มต้นจาก

1. กำหนดเป้าหมาย สิ่งแรกที่ต้องทำ คือกำหนดเป้าหมาย โดยเป้าหมายแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ
  - 1.1. ต้องการ Awareness (ทำให้เป็นที่รู้จัก)
  - 1.2. ต้องการ Lead generation (ทำให้เกิดฐานข้อมูลมากขึ้น)
  - 1.3. ต้องการ Conversion (ทำให้เกิดยอดขาย)

วิธีการสื่อสารผ่าน Content ก็จะถูกสื่อออกมาอย่างชัดเจน ในโลกออนไลน์ Content ต้องมีความชัดเจนเสมอ เพราะผู้ชมสามารถประหยัดเวลาไม่ต้องหาข้อมูลจากที่ไหนเพิ่มเรียกว่าสร้างความสะดวกก็จะเป็นจุดดึงดูดให้ผู้ชมกลับมาชมอีกครั้ง และเราสามารถแตกประเด็นย่อยจากเป้าหมายใหญ่เพิ่มเติมได้อีกว่าเราต้องการให้ผู้ชมได้อะไรจาก Content นี้ ตัวอย่างเช่น ต้องการให้ผู้ชมเข้าใจวิสัยทัศน์ของธุรกิจ ต้องการให้ความรู้ How to เพื่อที่ผู้ชมจะได้เกิดความรู้สึกเชิงบวกกับแบรนด์ ต้องการช่วยในเรื่องของการแก้ไขปัญหา เพื่อให้ผู้ชมรู้สึกถึงความสัมพันธ์ และ ใ้ใจได้ในการเลือกเสพ Content จากแพลตฟอร์มของเรา เพื่อสร้าง ไอเดีย หรือความคิดใหม่ๆ เพื่อสร้างแรงบันดาลใจ

2. ทำความรู้จักลูกค้าของเราอย่างลึกซึ้ง ข้อผิดพลาดที่มักเกิดขึ้นคือ เรากำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเพียงเปลือกนอก แต่มองข้ามความรู้สึกนึกคิดจากภายใน ยกตัวอย่างให้เข้าใจมากขึ้น เปลือกนอกคือ ข้อมูลพื้นฐาน เช่น (อายุ, เพศ, ที่อยู่, การศึกษา, ความสนใจ) แต่สิ่งสำคัญคือความรู้สึกนึกคิดภายใน คือปัญหาที่เขาต้องเผชิญ จนกลายเป็นความเจ็บปวด ตัวอย่างเช่น เรากำลังเปิดโรงแรมใหม่ที่พัทยา เรามีกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้บริหารรุ่นใหม่ใช้เวลาพักผ่อนไม่ค่อยมี แต่อยากมีเวลาพักผ่อนสัก 1 คืนก็ยังดี ในที่ที่สงบ และมีแต่บริการที่รู้ใจไปในทุกเรื่อง ไม่มีเวลาในการจัดการพักผ่อน เพราะฉะนั้นแล้ว สิ่งที่เขาต้องการคือความรวดเร็ว และ วิธีผ่อนคลายแบบประหยัดเวลา สิ่งที่เราสามารถช่วยได้คือเวลาประมาณ สี่ทุ่มหลังจากที่ชีวิตพวกเขายุ่งมาทั้งวัน หรือช่วงเช้าที่อาการเมื่อยล้ากำเริบหนัก Content ที่สั้น กระชับ เรื่องของการผ่อนคลาย ตัวอย่างเช่น 5 วิธีช่วยคุณคลายเครียดจากงานได้ภายใน 10 นาที 10 สถานที่พักผ่อนแนะนำใกล้กรุงเทพ ขับรถเพียง 30 นาที เราต้องรู้ว่ากลุ่มลูกค้าของเราเป็นใคร มีความต้องการอะไร มีปัญหาอะไรยิ่งเรารู้จักกลุ่มลูกค้าของเราได้ลึกเท่าไรคอนเทนต์ที่เราเขียนออกมาก็จะยิ่งตอบ โจทย์ได้มากขึ้น

3. ตอบปัญหาผ่าน Content ตัวอย่างจากข้อ 2 ก็เป็นตัวอย่างการตอบ โจทย์ปัญหาของลูกค้าอย่างเห็น ได้ชัด เพราะฉะนั้นแล้ว Content ไหนที่สามารถตอบปัญหา ช่วยแก้ไขปัญหาลูกค้า และประหยัดเวลาอย่างข้อที่ 3 เขาไม่ต้องไปค้นหาเพิ่มเติม หรือเสียเวลาค้นหา Content นั้นจะตอบ โจทย์ความต้องการในวงกว้างเป็นอย่างดี ยิ่งเข้าใจง่าย และ เข้าถึงง่ายก็จะถูกกระจายไปได้มากขึ้น

4. เลือกใช้ เทคนิค Content ที่น่าดึงดูด โดยคัดมาให้ 5 เทคนิค

4.1 สถิติ หรือ Statistic เช่น มากกว่า 89% ของคนในยุคปัจจุบันเลือกที่จะค้นหาข้อมูลผ่านจากสื่อออนไลน์มากกว่าออฟไลน์ \*สถิตินี้ยกเป็นตัวอย่างเพื่อให้ผู้อ่านอ่านแล้วเห็นภาพ ได้ชัดเจนมากขึ้นแต่เวลาที่เลือกจะทำ Content ประเภทสถิติ ข้อแนะนำคือควรค้นหาข้อมูลที่แท้จริง และให้เครดิตแหล่งที่มาด้วย

4.2 เทคนิค หรือ Technique เช่น 3 เทคนิคการป้องกันแสงสีฟ้าจากคอมพิวเตอร์อย่างง่าย

4.3 เคล็ดลับ Secret เช่น เคล็ดลับการปกป้องดวงตาสวยจากแสงสีฟ้า หรือ กลยุทธ์การกำจัดแสงสีฟ้ารอบตัวเรา เป็นต้น

4.4 ใช้เรื่องของการเปรียบเทียบ Comparison ในส่วนของการเปรียบเทียบนั้นสิ่งที่ดีที่สุดคือการวางตัวเป็นกลางไม่เข้าข้างฝ่ายหนึ่งฝ่ายใด เช่น เทรนยุคปัจจุบัน ไอโฟน VS แอนดรอย อะไรดีกว่ากัน ในการตั้งหัวข้อที่น่าดึงดูดแก่การอ่าน แต่เนื้อหาข้างในควรวางตัวแบบเป็นกลางถ้ามีการเอนเอียง อาจจะมีกระแสลมมาได้ เพราะฉะนั้นควรวางตัวเป็นกลางดีที่สุด

4.5 เรื่องราวสร้างแรงบันดาลใจ Inspiration โดยนำเรื่องราวความประทับใจของลูกค้ามาแบ่งปันเพื่อให้เห็น success proven หรือความสำเร็จที่เกิดขึ้นจริง ก็จะช่วยสะท้อนความจริง และ ลดความสงสัยก่อนตัดสินใจซื้อ ได้เป็นอย่างดี

5.รูปแบบการนำเสนอ ในรูปแบบการนำเสนอปัจจุบันมีหลายหลายช่องทางมาก เช่น Photo Series , VDO , Text หรือ บทความ ซึ่งทั้ง 3 อย่างนี้ก็จะใช้ในการตอบใจത്യที่แตกต่างกันไปตามกลุ่มผู้บริโภคและช่องทางที่เราจะเลือกใช้ เช่น

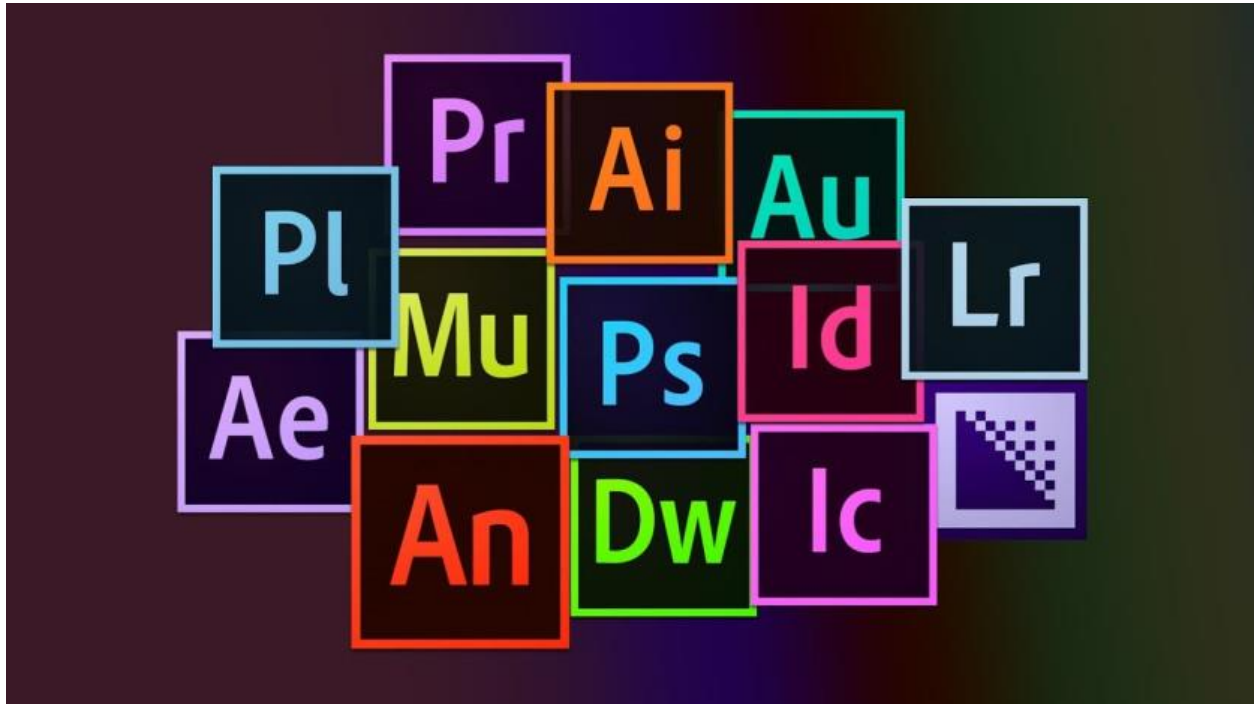
5.1. Photo Series จะเหมาะกับกลุ่มคนที่ไม่ชอบอ่านตัวหนังสือเยอะๆ อาศัยความเร็วและเข้าใจง่าย



5.2. VDO เหมาะสำหรับคนที่ชอบเรื่องของการฟัง การดู หรือ เปิดคลอบบรรยากาศไม่ให้ห้องเงียบจนเกินไป ตัวอย่าง : VDO คอนเทนต์ ลดพุง ลดโรค ลดอ้วน พุงยุบ จาก ศสศ.

Text หรือ บทความ เหมาะสำหรับคนที่ต้องการข้อมูลเยอะๆ มีเนื้อหาอ้างอิง มีแหล่งที่มาที่ไปที่น่าเชื่อถือได้

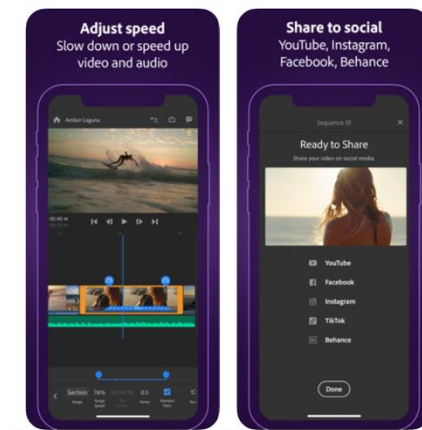
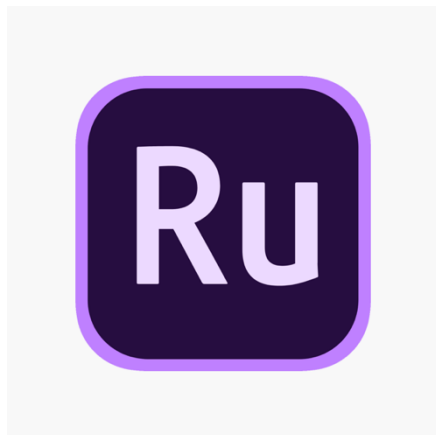
## โปรแกรมที่ใช้ในการผลิตสื่อ



1. Adobe Photoshop (สร้างกราฟิก, ตกแต่งภาพ, รีทัชภาพ, Gif Animation)
2. Adobe Illustrator (สร้างกราฟิกในรูปแบบของ Vector)
3. Adobe After Effect (ผลิตงาน Animation )
4. Adobe Premiere (ตัดต่อภาพเคลื่อนไหว และ Animation)

อุปกรณ์ และ Application สำหรับการทำสื่อ  
 "แอปตัดต่อวิดีโอในมือถือ" ใช้ง่าย ฟรี ไม่ต้องเสียเงิน !

1. Adobe Premiere Rush for Video



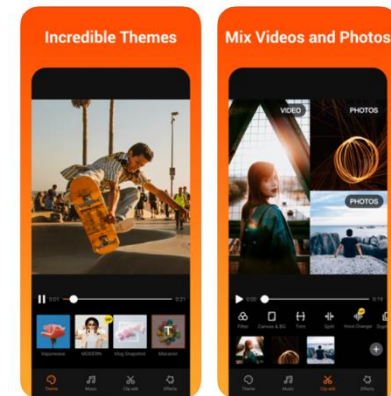
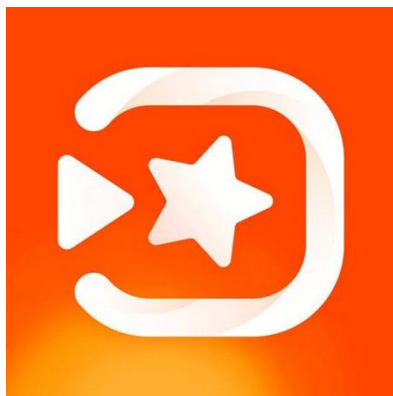
ใครชอบความอลังการแบบจัดเต็มเวลาตัดต่อวิดีโอต้อง Adobe Premiere Rush for Video นี้เลย เพราะเค้าเป็นแอปตัดต่อวิดีโอที่ขย้อส่วนมาจาก Premiere Pro ดี ๆ นี้เอง แอปนี้ใช้งานง่าย มีโหมด Automatic สำหรับช่วยสร้างผลงานจากภาพและวิดีโอมาให้เราเลือกใช้ไม่ยุ่งยาก ที่สำคัญเค้าสามารถ Sync กับ Premiere Pro เพื่อทำงานต่อบนคอมพิวเตอร์ผ่าน Creative Cloud ได้

## 2. FilmoraGo



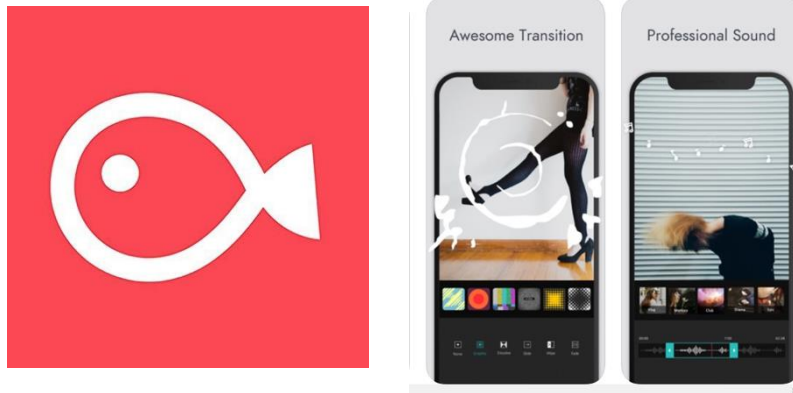
มาดูแอปพลิเคชันตัดต่อวิดีโอแบบง่าย ๆ อย่าง FilmoraGo กันบ้าง แอปนี้มีทุกอย่างที่เราต้องการ ไม่ว่าจะตัดเสียง ใส่ฟิลเตอร์ หรือกำหนดช่วงเวลาที่เราต้องการ เค้าทำให้เราได้หมดเลย บอกเลยว่าเค้าใช้งานไม่ยาก ในแอปพลิเคชันมีขั้นตอนบอกเอาไว้หมดแล้ว นอกจากนี้หลังจากตัดคลิปวิดีโอเสร็จเราสามารถอัปโหลดคลิปไปยัง Instagram, Facebook และ YouTube ผ่านจากตัวแอปได้เลย สะดวกสำหรับมือใหม่สุด ๆ

## 3. VivaVideo



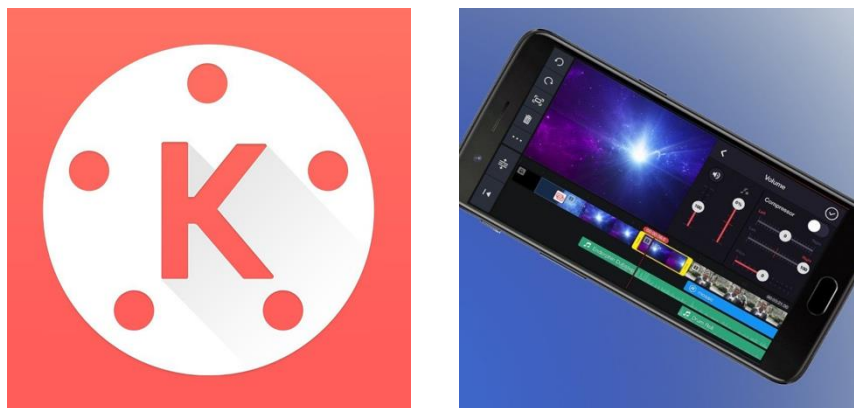
แอปนี้คือที่สุดของความง่าย ใครไม่เคยตัดต่อวิดีโอเลยก็สามารถทำได้ แต่ต้องทำความเข้าใจก่อนว่าตัวแอปเหมาะกับการทำคลิปวิดีโอแบบสั้น ๆ น่ารักมุ้งมิ้ง และถึงเค้าจะเหมาะกับการทำงานเล็ก ๆ แต่ฟีเจอร์ต่าง ๆ ในแอปก็หลากหลายไม่ต่างจากแอปตัดต่อวิดีโอตัวอื่นเลย ใครที่เคยลองใช้น่าจะรู้กันดีว่าเป็นยังไง แอปบอกว่าแอปพลิเคชันนี้มีลายน้ำเล็ก ๆ ติดมาด้านล่างมุมขวามือด้วย แต่ถ้าซื้อโปรจะสามารถใส่ลายน้ำตัวเองได้ หรือลบออกได้

#### 4. Vlo



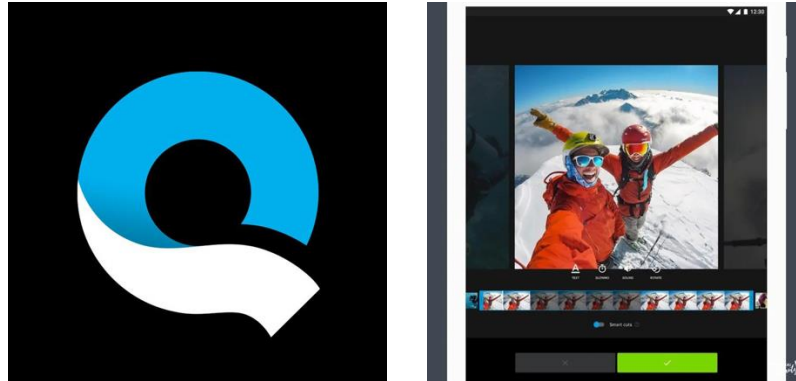
แอปพลิเคชันนี้มี Motion Sticker น่ารัก ๆ สำหรับตกแต่งวิดีโอให้เราเลือกเยอะแยะเต็มไปหมด หากใครอยากจะใส่ Motion Sticker ขณะถ่ายวิดีโอสด ๆ ก็สามารถทำได้ นอกเหนือจากความน่ารักของสติ๊กเกอร์นั้น ยังมีฟีเจอร์อื่น ๆ ให้ใช้ปรับแต่งวิดีโออีกด้วย ถ้าอยากรู้ว่า Motion Sticker น่ารักขนาดไหนต้องลองโหลดมาใช้ตัดต่อวิดีโอดูแล้วครับ

#### 5. KineMaster



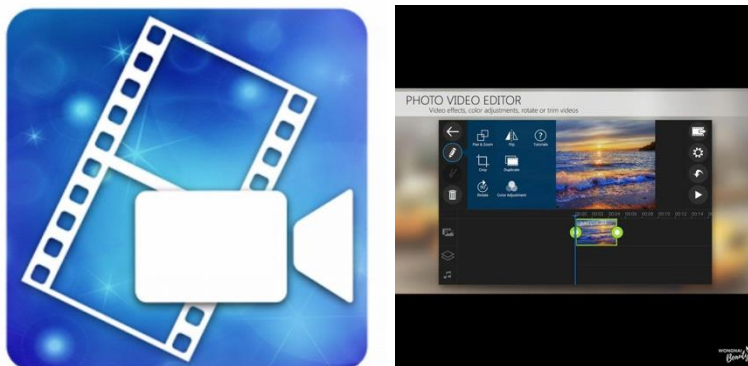
แอปพลิเคชัน KineMaster เป็นแอปตัดต่อที่น่าสนใจไม่แพ้แอปตัดต่อวิดีโอตัวอื่น ๆ ตัวแอปมีการวางปุ่มเหมือนเรากำลังเล่นเกม ใช้งานง่ายไม่ซับซ้อน มีเครื่องมือพื้นฐานครบถ้วน ใครที่ชอบทำ Vlog ผมว่าแอปนี้เหมาะสำหรับการตัดต่อวิดีโอลง Youtube มาก ๆ เลย อีกอย่างเค้ามี Audio Filter คัดเสียงพวก Chipmunk, โรบอท ตัดมาให้เราเล่นด้วย

## 6. Quik by Gopro



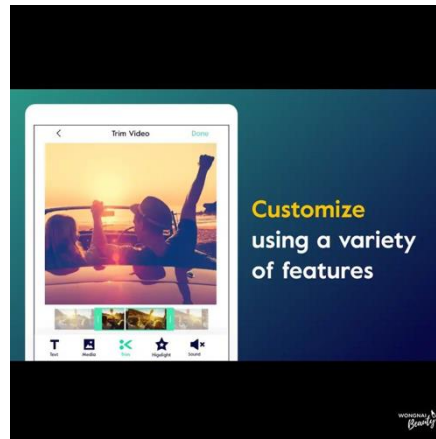
มือใหม่หัดตัดต่อวิดีโอเราแนะนำ Quik by Gopro แอปนี้เลย ตัวแอปใช้งานง่าย วางปุ่มเป็นระเบียบ สีสัมผัสสะอาดตา ฟิลเตอร์สวย กราฟิกดี มีเพลงประกอบฮิต ๆ ให้เราเลือก ที่สำคัญ Quik จะจับการเปลี่ยนภาพให้เข้ากับจังหวะเพลงได้โดยอัตโนมัติ ไม่ว่าจะตัดต่อวิดีโอออกมาอย่างไรก็เข้ากับจังหวะเพลงที่เราเลือกแน่นอน แอปตัดต่อวิดีโอตัวนี้น่าสนใจสำหรับมือใหม่ไม่น้อยเลยใช่ไหมครับ

## 7. Power Director



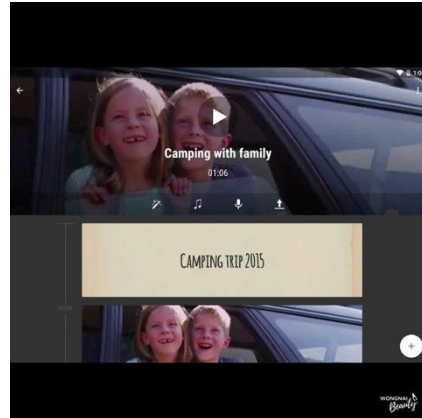
จุดเด่นของแอปนี้คือเค้ามีหน้าตาคลาสสิก เครื่องมือพื้นฐานครบถ้วน ทั้งแต่งสี ใส่ตัวอักษร ทำงานหลายเลเยอร์ เค้าจัดการให้เราได้หมด ที่สำคัญเค้ามี Video Effects และ Transition ให้เลือกมากกว่า 40 แบบ แถมยังรองรับโหมด Slow Motion อีกต่างหาก

#### 8. Magisto



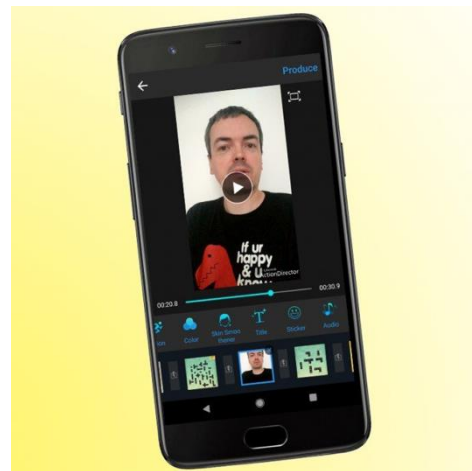
สำหรับใครที่กำลังมองหาแอปตกแต่ง และแอปตัดต่อวิดีโออยู่ละก็ Magisto เป็นอีกทางเลือกที่ดีไม่น้อยเลย เราสามารถนำวิดีโอต่าง ๆ มารวมกันเป็นคลิป ๆ เดียวได้ คล้าย ๆ กับการใส่ Filter แต่จะมี Effect การเปลี่ยนฉากเข้ามาเสริมนั่นเอง นอกจากนี้เรายังสามารถเลือกเพลงประกอบคลิปวิดีโอจากในแอป หรือจะดึงเพลงจาก Music ในมือถือเข้าไปใช้ก็ยังได้ ติดอยู่อย่างเดียวคือเราต้องใส่ Filter ทุกครั้งที่จะตัดต่อวิดีโอ หากใครชอบความคลีนสีธรรมชาติอาจจะไม่เหมาะกับแอปนี้

## 9. WeVideo



ถ้าอยากตัดต่อวิดีโอแบบง่าย ๆ ภายใน 3 ขั้นตอนก็ต้องแอป WeVideo ตัวนี้ 3 ขั้นตอนที่ว่าอย่างแรกคือ แอปนี้ให้เข้าใช้งานด้วยบัญชี Facebook หรือ Gmail หลังจากนั้นก็เลือกวิดีโอ และรูปภาพที่เราจะตัดต่อดึงเข้าไปในแอปพลิเคชัน สุดท้ายวางเนื้อหาที่ต้องการ อยากให้อะไรมาก่อน มาหลัง เพิ่มข้อความ ใส่เพลง ลงฟิลเตอร์ก็ตามแต่สะดวก พอเสร็จแล้วจะบันทึกหรืออัปโหลดวิดีโอ ไปยังโซเชียลมีเดียต่าง ๆ ของเราก็ทำผ่านแอปได้เลย

## 10. Action Director



ใครชอบตัดต่อวิดีโอสั้น ๆ ใช้เวลา 2-3 นาที แอป Action Director ถือว่าตอบโจทย์ได้ดี ตัวแอปมีแต่เครื่องมือพื้นฐานแบบง่าย ๆ ฉะนั้นเวลาใช้งานจะไม่ยุ่ง ไม่ซับซ้อน สามารถกดปุ่มต่าง ๆ ตามฟังก์ชันที่เค้ามอบได้เลย อีกอย่างถึงเหมาะกับงานเล็ก ๆ รายละเอียดไม่เยอะ แต่ฟีเจอร์มีครบและแถมโหมด Slow Motion , Rewind , Replay มาให้ด้วย บอกเลยถึงจะดูธรรมดาแต่ลูกเล่นไม่น้อยหน้าแอปตัดต่อวิดีโอตัวอื่นแน่นอน