




## คู่มือฝึก


การฝึกยกระดับฝีมือแรงงาน

หลักสูตร การทำ Video Content Marketing & Production  
ด้วย Application บนสมาร์ทโฟน



สำนักงานพัฒนาฝีมือแรงงานเลย  
กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กระทรวงแรงงาน

	<b>ใบเตรียมการสอน</b>	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing &	หน้า 1
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล (DT)	
	เรื่อง การใช้ Application สมาร์ทโฟนตกแต่งภาพ	หัวข้อวิชา : การใช้ Application สมาร์ทโฟนตกแต่งภาพ	
		งานย่อย 1	เวลา 4 ชั่วโมง
<b>วัตถุประสงค์ :</b> เพื่อให้ผู้รับการฝึกเรียนรู้เกี่ยวกับการใช้ Application ต่างๆของสมาร์ทโฟนในการตกแต่งภาพ			
<b>วิธีการสอน :</b> บรรยาย,			
<b>หัวข้อสำคัญ :</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. การติดตั้ง Application</li> <li>2. การสร้าง Project ใหม่</li> <li>3. การนำเข้าไฟล์รูปภาพ การนำเข้าไฟล์ต่างๆจากคอมพิวเตอร์เข้ามาใช้บน Smartphone</li> <li>4. การปรับแต่งโทนสี (Color Fiter) การปรับความเข้ม ความสว่าง(Color Adjustment)</li> <li>5. การใส่ Effect ให้ภาพ การใส่ข้อความและปรับแต่งข้อความ</li> <li>6. การลบปรับเปลี่ยนฉากหลัง การใส่ Sticker ให้ภาพ การ Export ภาพ</li> </ol>			
<b>อุปกรณ์ช่วยฝึก :</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ชุดคอมพิวเตอร์ช่วยฝึก</li> </ol>			
<b>การมอบหมายงาน :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ใบทดสอบ</li> </ul>			
<b>การวัดผลและประเมินผล :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผลการทำใบทดสอบ</li> </ul>			
<b>หนังสืออ้างอิง :</b> สื่อออนไลน์อิเล็กทรอนิกส์ <a href="https://www.canva.com/th_th/create/infographics/">https://www.canva.com/th_th/create/infographics/</a>			

	<b>ใบข้อมูล</b>	<b>หลักสูตร :</b> การทำ Video Content Marketing &	<b>หน้า</b>
		<b>หน่วยการฝึก :</b> เทคโนโลยีดิจิทัล (DT)	<b>2</b>
	<b>เรื่อง</b> การใช้ Application สมาร์ทโฟนฯ	<b>หัวข้อวิชา :</b> การใช้ Application สมาร์ทโฟนตกแต่งภาพ	
		<b>งานย่อย 1</b>	<b>เวลา 4 ชั่วโมง</b>

## Canva โปรแกรมออกแบบกราฟฟิคออนไลน์

### ทำความรู้จักกับ Canva

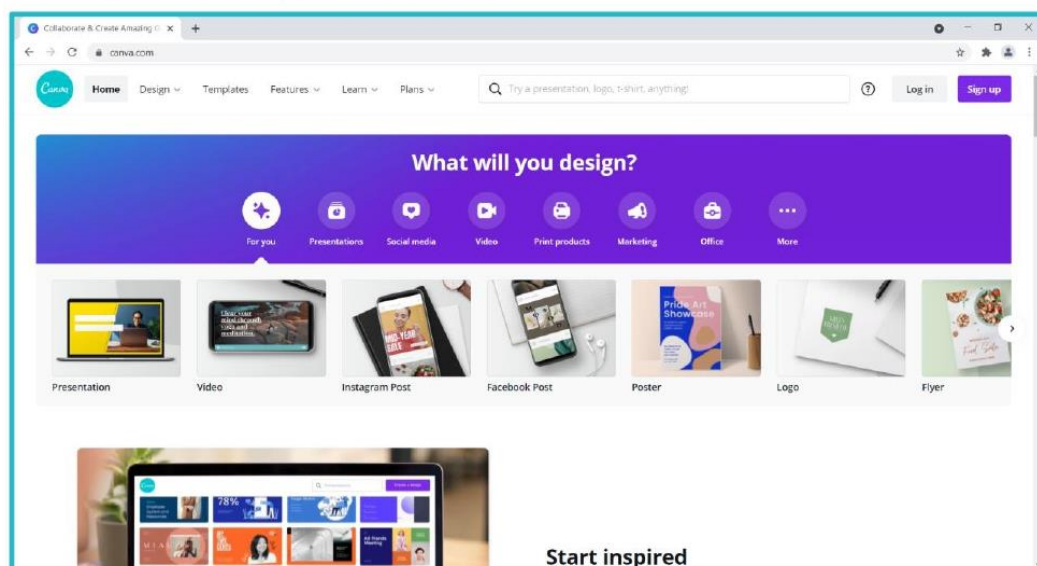
โปรแกรมตกแต่งรูป Canva เป็นโปรแกรมตกแต่งภาพออนไลน์ที่เราสามารถทำได้บนเว็บไซต์ โดยที่เราไม่จำเป็นต้องติดตั้งโปรแกรมเพิ่มลงในเครื่องคอมพิวเตอร์ของเราให้ยุ่งยากแต่อย่างใด โปรแกรมมีฟังก์ชันการใช้งานที่เป็นลักษณะแบบกึ่งสำเร็จรูป จึงใช้งานง่ายโดยไม่จำเป็นต้องมีความรู้กราฟิกก็สามารถทำภาพสวย ๆ เหมือนมืออาชีพได้โดยใช้เวลาแค่ไม่ถึง 10 นาที


### เรื่องน่ารู้เกี่ยวกับการใช้โปรแกรม Canva

- ข้อดีของ Canva คือไม่จำเป็นต้องเซฟงาน ชิ้นงานจะถูกเซฟลงระบบให้เราโดยอัตโนมัติ และเมื่อต้องการเรียกดูชิ้นงานที่เคยทำหรือต้องการแก้ไข ก็ให้ดูได้จากหน้าแรก (Home) ในหมวด **งานออกแบบของคุณ**
- Canva สามารถตั้งค่าขนาดภาพที่ต้องการได้
- Canva มีเวอร์ชันฟรี และเวอร์ชันแบบเสียเงิน ถ้าเสียเงินมันก็จะมีการเพิ่มฟังก์ชันเพิ่มมากมายสำหรับการแต่งภาพ และมี Template ให้เลือกเพิ่มมากขึ้นด้วย ข้อสังเกต Template ที่เป็นแบบพรีเมียม ที่ต้องเสียเงิน คือจะมีรูปมุกอยู่ที่มีคุณภาพ

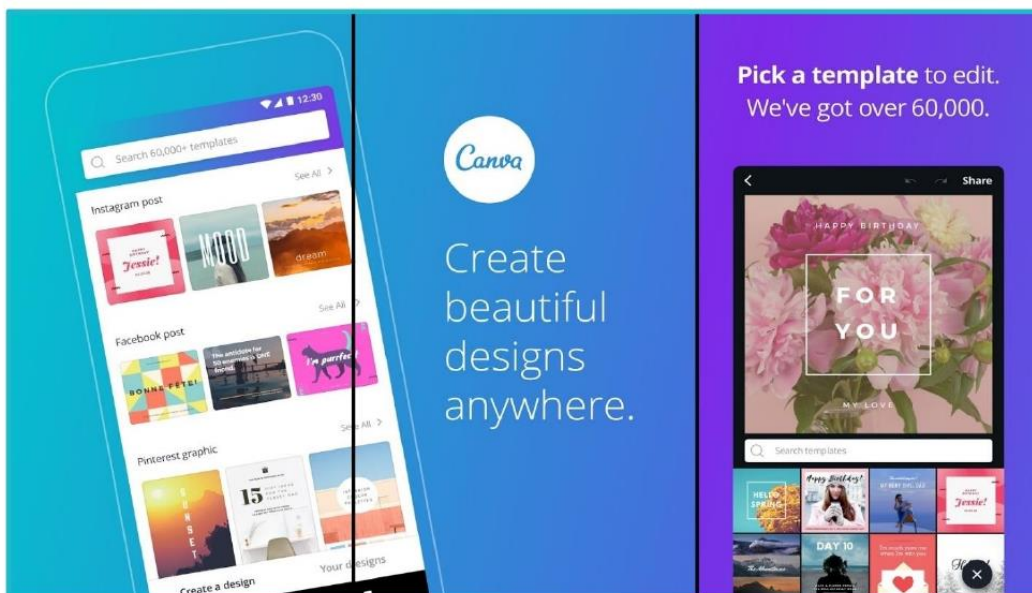
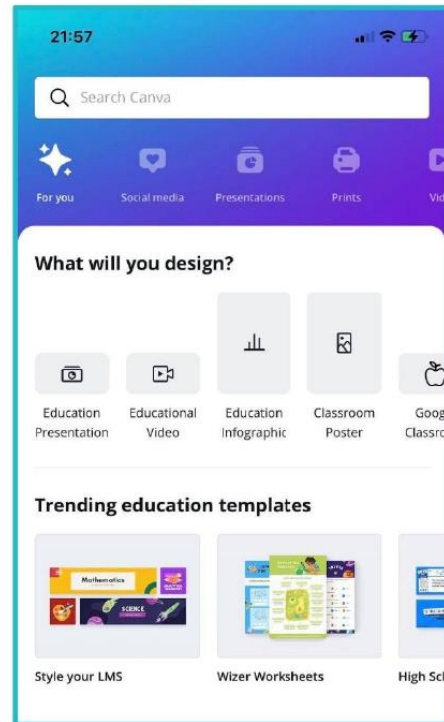
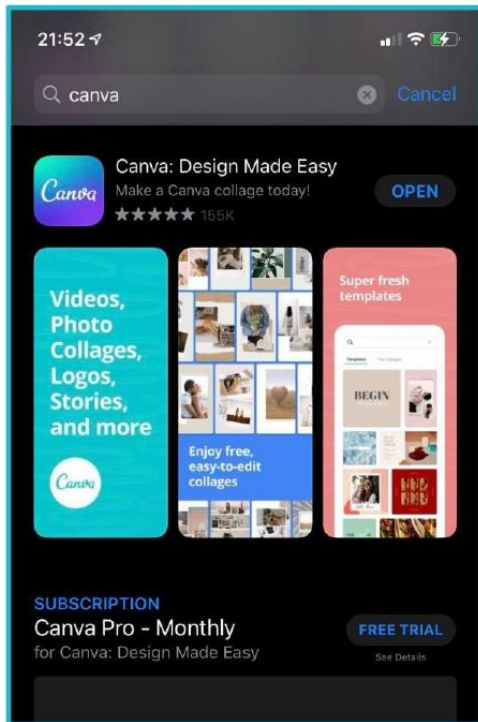
### ผู้ใช้สามารถเข้าใช้งานได้ 2 รูปแบบ

- ผ่านเว็บไซต์ [www.canva.com](http://www.canva.com)
- ผ่านแอปพลิเคชัน Canva
- หน้าแรกของเว็บไซต์ <http://www.canva.com>




	<b>ใบข้อมูล</b>	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing &	หน้า 3
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล (DT)	
	<b>เรื่อง</b> การใช้ Application สมาร์ทโฟนฯ	หัวข้อวิชา : การใช้ Application สมาร์ทโฟนตกแต่งภาพ	
		งานย่อย 1	เวลา 4 ชั่วโมง

### ■ ใช้งานผ่าน Application Canva

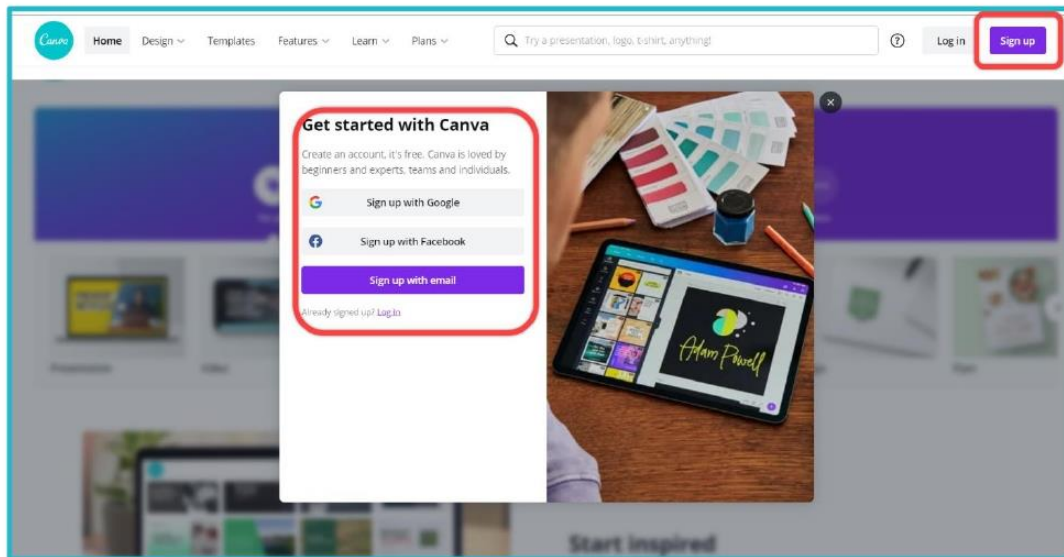


Canva เป็นโปรแกรมออนไลน์ที่ข้อมูลทั้งหมดเก็บอยู่บน Cloud ทำให้เราสามารถทำงานพร้อมกันจากคอมพิวเตอร์หลายเครื่อง หรือจะทำในมือถือไว้ก่อน แล้วค่อยไปทำต่อในคอมก็ได้ ที่สำคัญสามารถ Invite เพื่อนให้เข้ามาแก้ไขงานเดียวกันก็ยังได้

	<b>ใบข้อมูล</b>	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing &	หน้า
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล (DT)	4
	<b>เรื่อง</b> การใช้ Application สมาร์ทโฟนฯ	หัวข้อวิชา : การใช้ Application สมาร์ทโฟนตกแต่งภาพ	
		งานย่อย 1	เวลา 4 ชั่วโมง

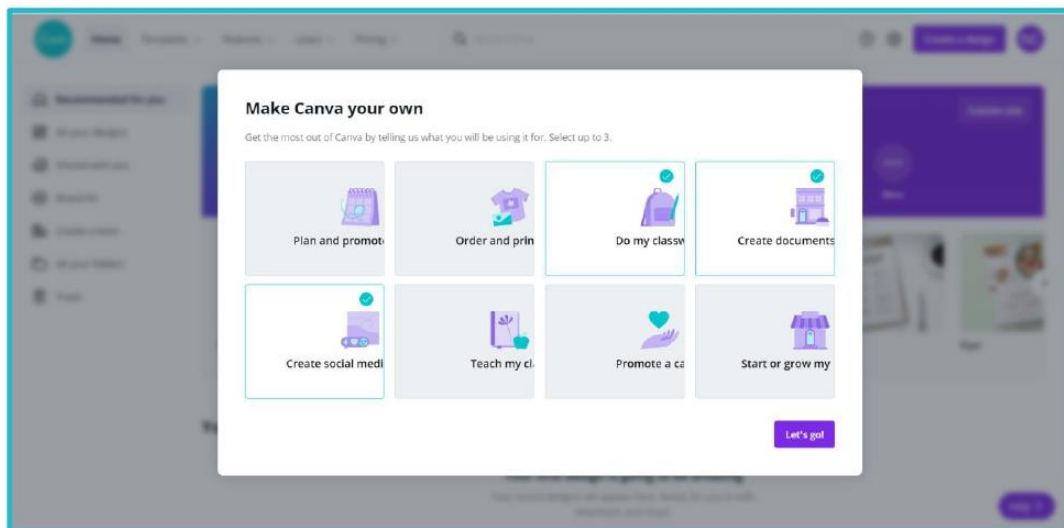
### การ Login เข้าใช้งาน


สามารถเข้าใช้งานได้ทั้งผ่าน Gmail และ Facebook



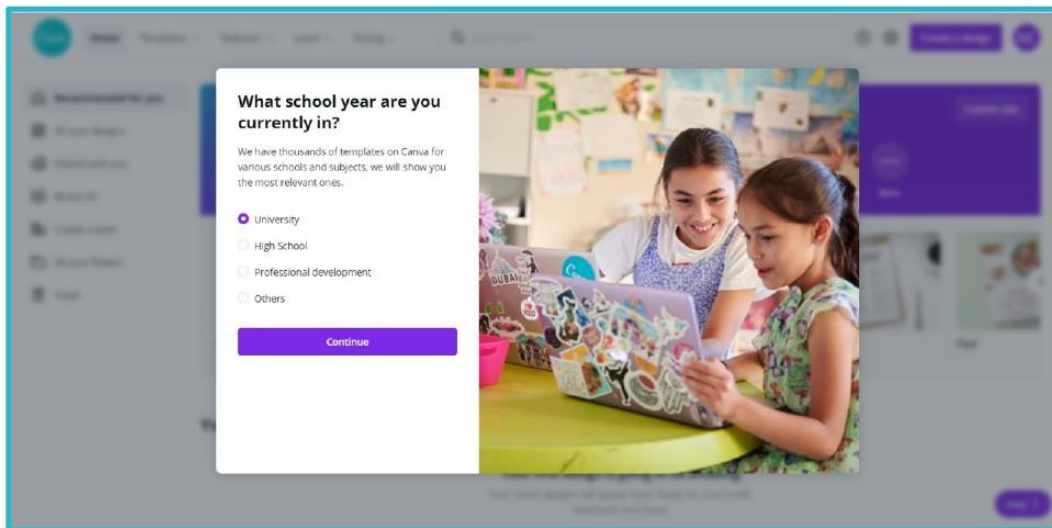
หลังจากเข้าใช้งานจะแสดงหน้าต่างถามว่าต้องการใช้ Canva ทำอะไร เลือกได้ 3 กลุ่ม เมื่อเลือกแล้ว คลิกปุ่ม

Let's go

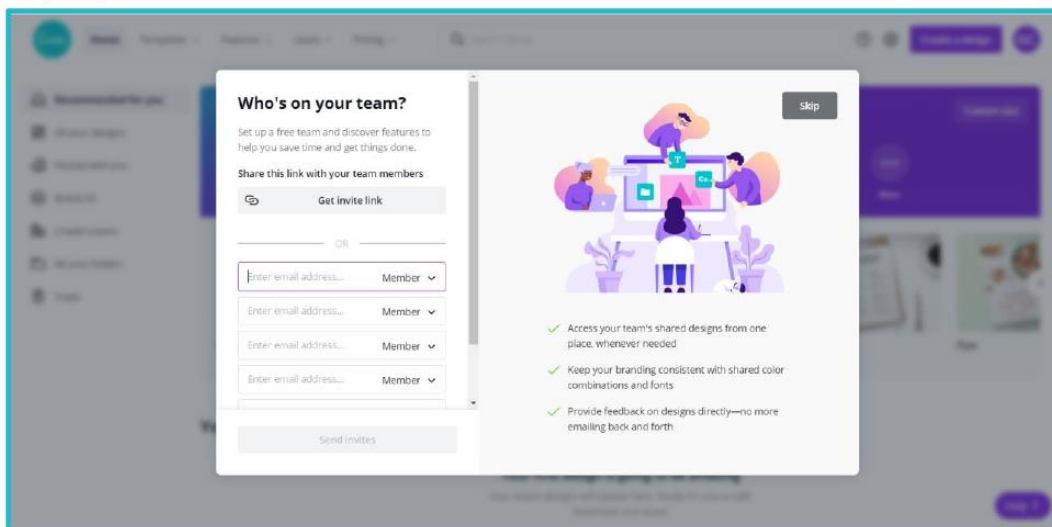



	<b>ใบข้อมูล</b>	<b>หลักสูตร :</b> การทำ Video Content Marketing &	<b>หน้า</b> 5
		<b>หน่วยการฝึก :</b> เทคโนโลยีดิจิทัล (DT)	
<b>เรื่อง</b> การใช้ Application สมาร์ทโฟนฯ	<b>หัวข้อวิชา :</b> การใช้ Application สมาร์ทโฟนตกแต่งภาพ	<b>งานย่อย 1</b>	<b>เวลา 4 ชั่วโมง</b>

จากนั้นจะถามระดับการศึกษา

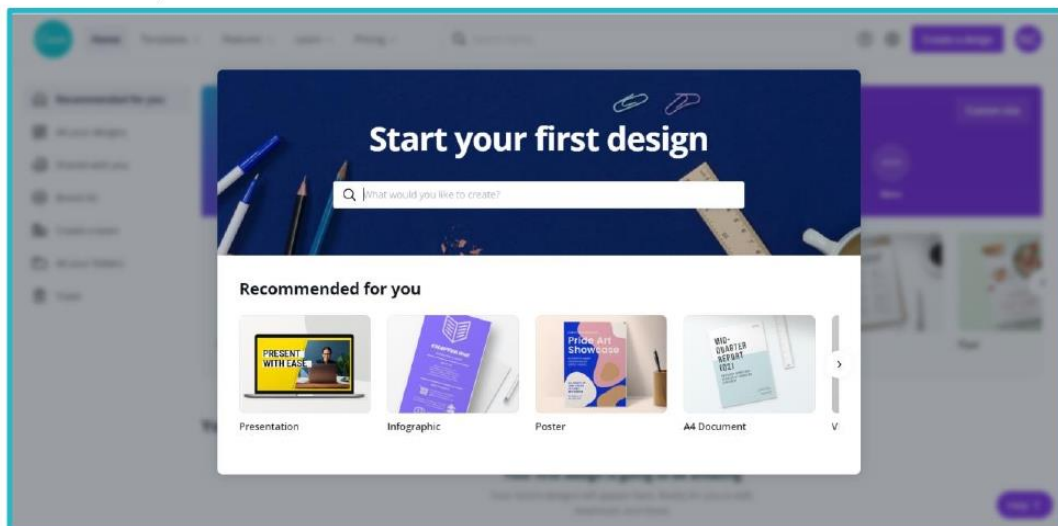


กดปุ่ม Skip เพื่อข้ามขั้นตอนนี้

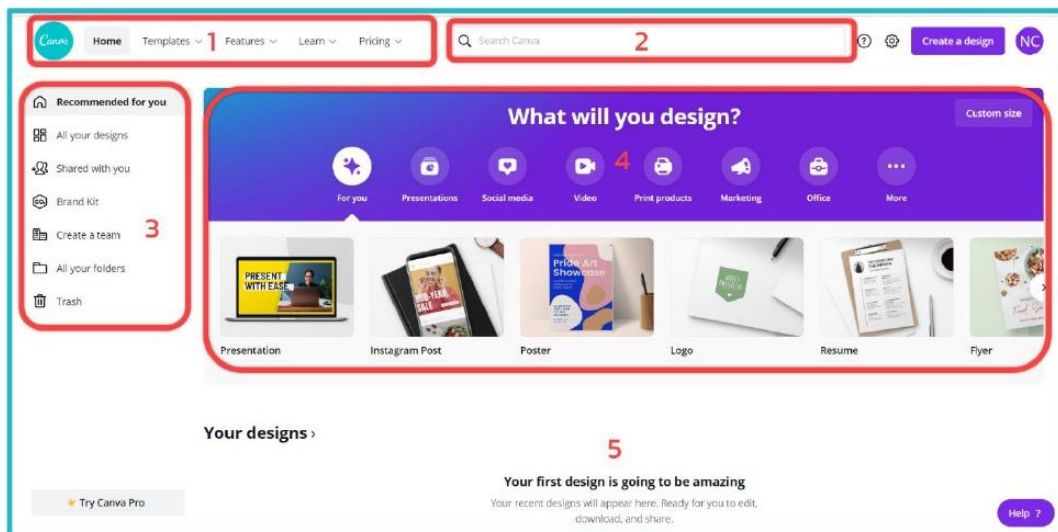


	<b>ใบข้อมูล</b>	<b>หลักสูตร :</b> การทำ Video Content Marketing &	<b>หน้า</b>
		<b>หน่วยการฝึก :</b> เทคโนโลยีดิจิทัล (DT)	<b>6</b>
	<b>เรื่อง</b> การใช้ Application สมาร์ทโฟนฯ	<b>หัวข้อวิชา :</b> การใช้ Application สมาร์ทโฟนตกแต่งภาพ	
		<b>งานย่อย 1</b>	<b>เวลา 4 ชั่วโมง</b>


เสร็จแล้วจะเข้าสู่หน้าจอแรกของการออกแบบ



หน้าจอแรกของการออกแบบ



1. เมนูหลัก
2. ช่องค้นหา
3. เมนูตั้งค่าส่วนตัว
4. งาน Template
5. งานที่ได้ทำไว้แล้ว

	<b>ใบข้อมูล</b>	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing &	หน้า 7
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล (DT)	
	<b>เรื่อง</b> การใช้ Application สมาร์ทโฟนฯ	หัวข้อวิชา : การใช้ Application สมาร์ทโฟนตกแต่งภาพ	
		งานย่อย 1	เวลา 4 ชั่วโมง

### เริ่มออกแบบชิ้นงานที่ 1 Facebook Post

#### รูปแบบของ Facebook Post

**อัลบั้มรูป Facebook แนวตั้ง** 



**1+2**


1. 960 x 1920 (1 : 2)
2. 1920 x 1920 (1 : 1)
3. 1920 x 1920 (1 : 1)


**1+3**

1. 1280 x 1920 (1 : 1.5)
2. 1920 x 1920 (1 : 1)
3. 1920 x 1920 (1 : 1)
4. 1920 x 1920 (1 : 1)

**2+3**

1. 1920 x 1920 (1 : 1)
2. 1920 x 1920 (1 : 1)
3. 1920 x 1280 (3 : 2)
4. 1920 x 1280 (3 : 2)
5. 1920 x 1280 (3 : 2)

**อัลบั้มรูป Facebook แนวนอน** 



**1+2**

1. 1920 x 960 (2 : 1)
2. 1920 x 1920 (1 : 1)
3. 1920 x 1920 (1 : 1)


**1+3**

1. 1920 x 1280 (2 : 1)
2. 1920 x 1920 (1 : 1)
3. 1920 x 1920 (1 : 1)
4. 1920 x 1920 (1 : 1)

**2+3**

1. 1920 x 1920 (1 : 1)
2. 1920 x 1920 (1 : 1)
3. 1920 x 1920 (1 : 1)
4. 1920 x 1920 (1 : 1)
5. 1920 x 1920 (1 : 1)

ที่มา : [www.contentshifu.com](http://www.contentshifu.com)

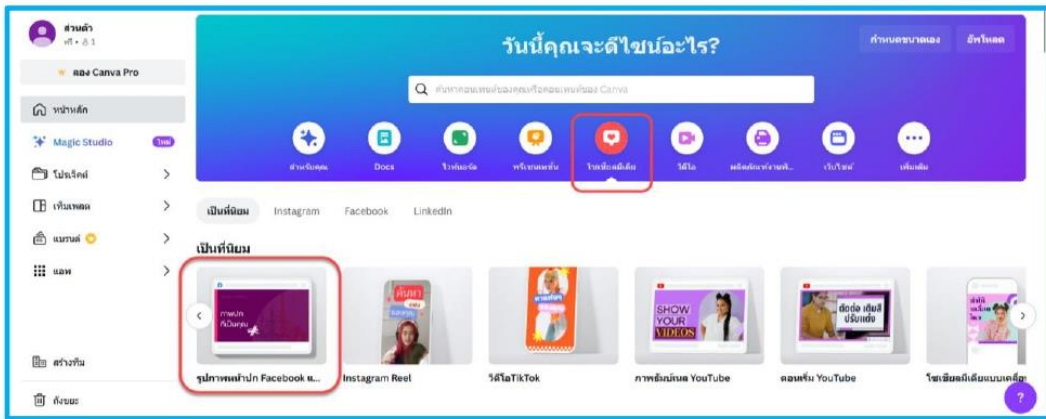
	<b>ใบข้อมูล</b>	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing &	หน้า
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล (DT)	8
เรื่อง การใช้ Application สมาร์ทโฟนฯ	หัวข้อวิชา : การใช้ Application สมาร์ทโฟนตกแต่งภาพ		เวลา 4 ชั่วโมง
	งานย่อย 1		

**รูปแบบของ Facebook Cover**

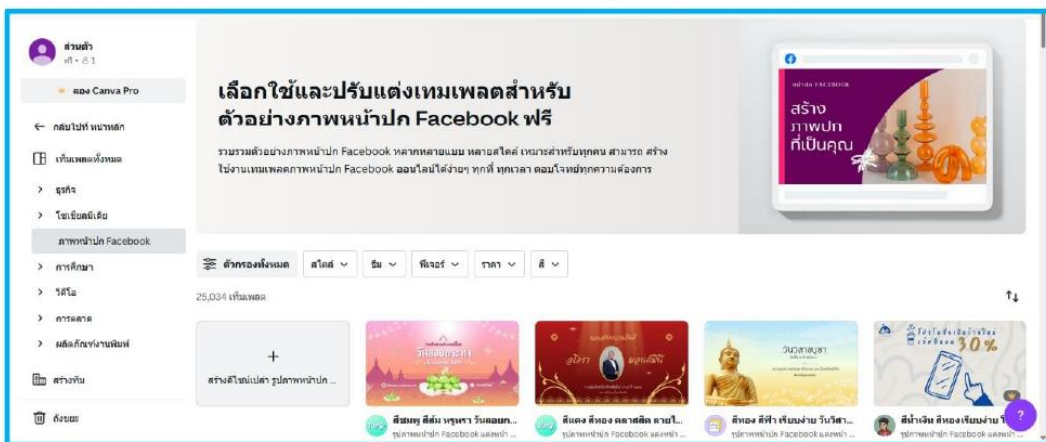
ขนาดหน้าปกเฟสบุ๊ค ของ Facebook Page ในคอมและมือถือที่แนะนำคือ 1920x1080 px เพราะเป็นขนาดที่สมส่วนลงตัวที่สุด


แต่การจัดวางองค์ประกอบหรือเนื้อหาบนรูปในมือถือจะมีการถูกตัดออกในส่วนขอบรูปหรือมีรูปโป๊วไฟล์เพจที่บดบังเนื่องจากเพจรูปแบบใหม่อย่าง New Pages Experience มีการปรับหน้าเพจใหม่ ดังนั้นควรจัดวางเนื้อหาบนรูปให้อยู่ในโซน Safe Area ที่มีขนาด 1920x710 px. และเว้นระยะจากซ้ายล่างที่มีรูปโปรไฟล์เพจบัง

เลือก Social media > รูปภาพหน้าปก Facebook



ในตัวอย่างนี้จะเลือกเป็นการเลือกจาก Template จากนั้นจะเข้าสู่หน้าจอเลือก Template

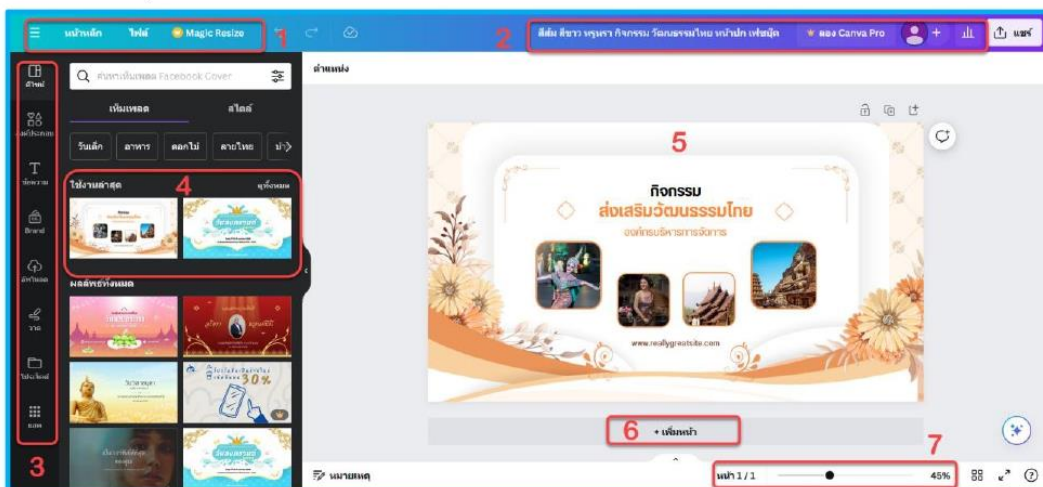


	<b>ใบข้อมูล</b>	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing &	หน้า
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล (DT)	9
	<b>เรื่อง</b> การใช้ Application สมาร์ทโฟนฯ	หัวข้อวิชา : การใช้ Application สมาร์ทโฟนตกแต่งภาพ	
		งานย่อย 1	เวลา 4 ชั่วโมง


ให้เลือกรูปแบบตามที่ต้องการ จากนั้นคลิกปุ่ม Customize template / ปรับแต่งเทมเพลตนี้เอง



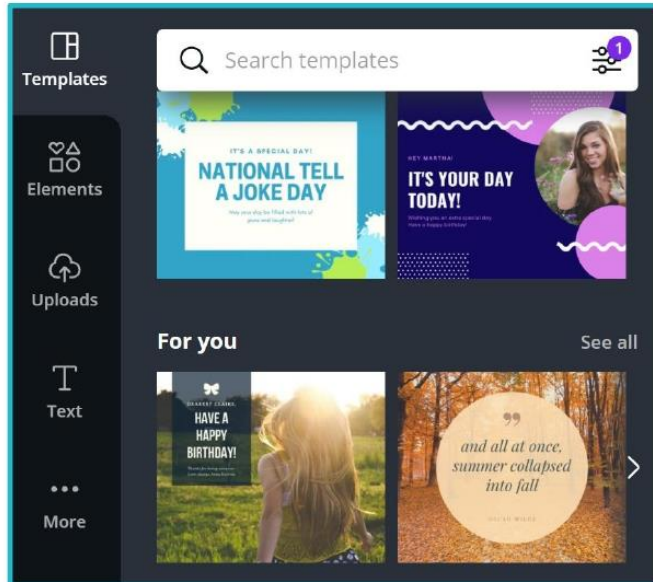
เมื่อเลือก Template จะแสดงหน้าการปรับแต่ง



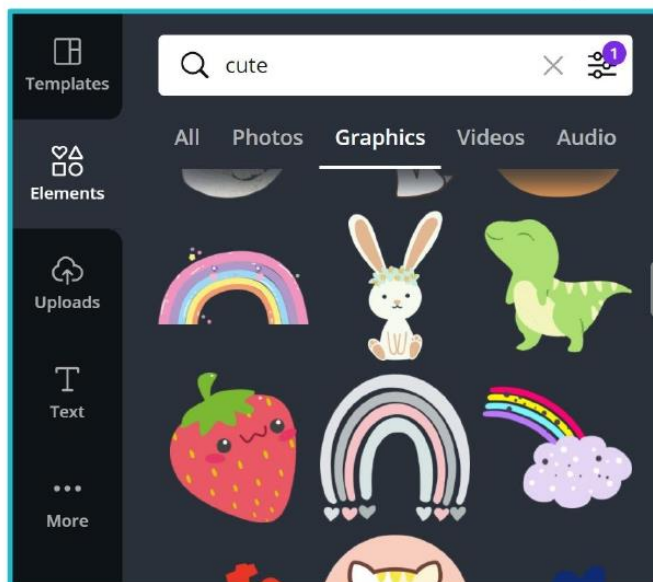
1. เปลี่ยนขนาด หรือ Undo
2. เปลี่ยนชื่อเอกสารและดาวน์โหลด
3. เมนูการปรับแต่งรูปแบบต่าง ๆ สามารถอัปโหลดรูปภาพจากภายนอกมาเก็บไว้ใช้ได้
4. รูปแบบ Template สามารถเปลี่ยนหรือเพิ่มหน้าได้
5. แสดงชิ้นงาน
6. เพิ่มหน้า
7. ขยายหน้า


	<b>ใบข้อมูล</b>	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing &	หน้า
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล (DT)	10
	<b>เรื่อง</b> การใช้ Application สมาร์ทโฟนฯ	หัวข้อวิชา : การใช้ Application สมาร์ทโฟนตกแต่งภาพ	
		งานย่อย 1	เวลา 4 ชั่วโมง

Template แสดงรูปแบบงานให้เลือก

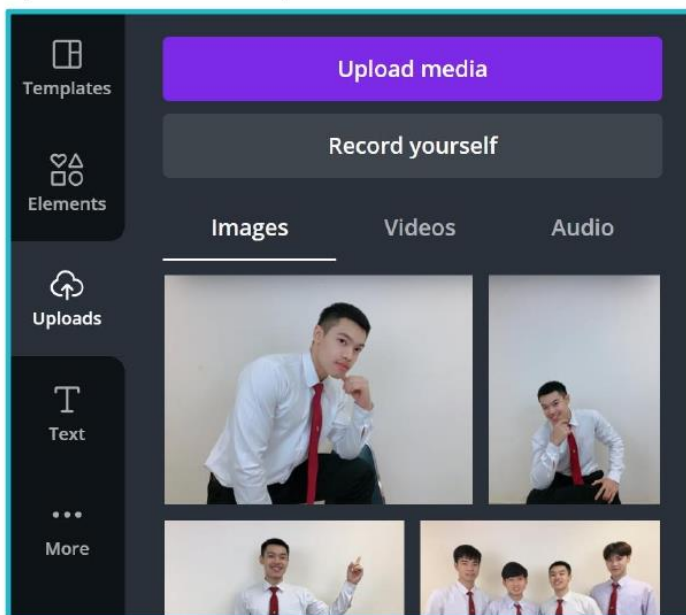


Element แสดงแบบกราฟฟิคตกแต่ง สามารถเลือกหมวดหมู่ได้จากเมนูย่อยด้านบน

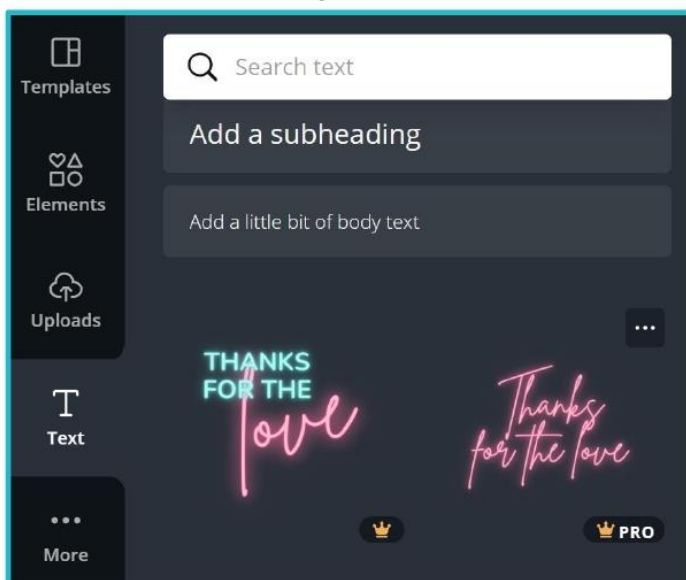



	<b>ใบข้อมูล</b>	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing &	หน้า
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล (DT)	11
เรื่อง		หัวข้อวิชา : การใช้ Application สมาร์ทโฟนตกแต่งภาพ	
การใช้ Application สมาร์ทโฟนฯ		งานย่อย 1	เวลา 4 ชั่วโมง

Upload ใช้สำหรับอัปโหลดรูปจากภายนอกเข้ามาใช้ในโปรแกรม

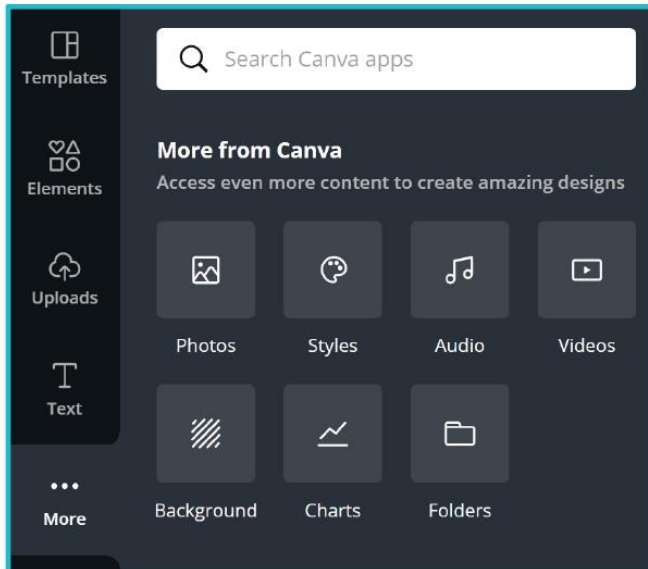


Text ใช้พิมพ์ข้อความและเลือกรูปแบบข้อความ

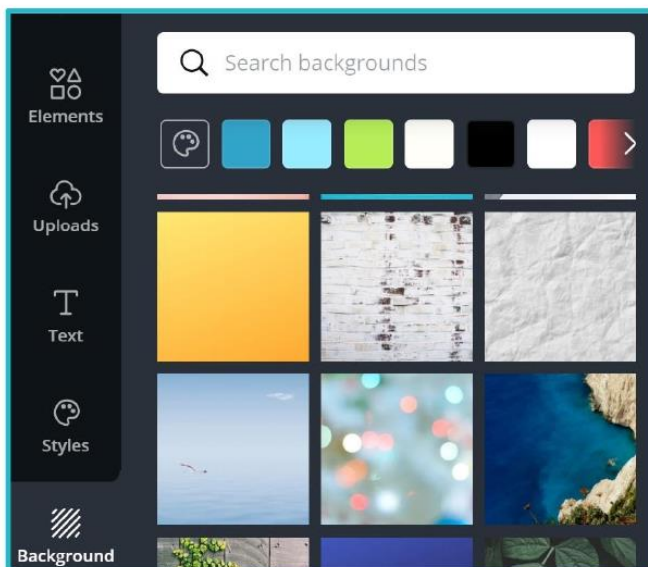



	ใบข้อมูล	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing &		หน้า
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล (DT)		12
	เรื่อง การใช้ Application สมาร์ทโฟนฯ	หัวข้อวิชา : การใช้ Application สมาร์ทโฟนตกแต่งภาพ		
		งานย่อย 1	เวลา 4 ชั่วโมง	

More แสดงรูปแบบอื่น ๆ ที่สามารถใช้งานได้

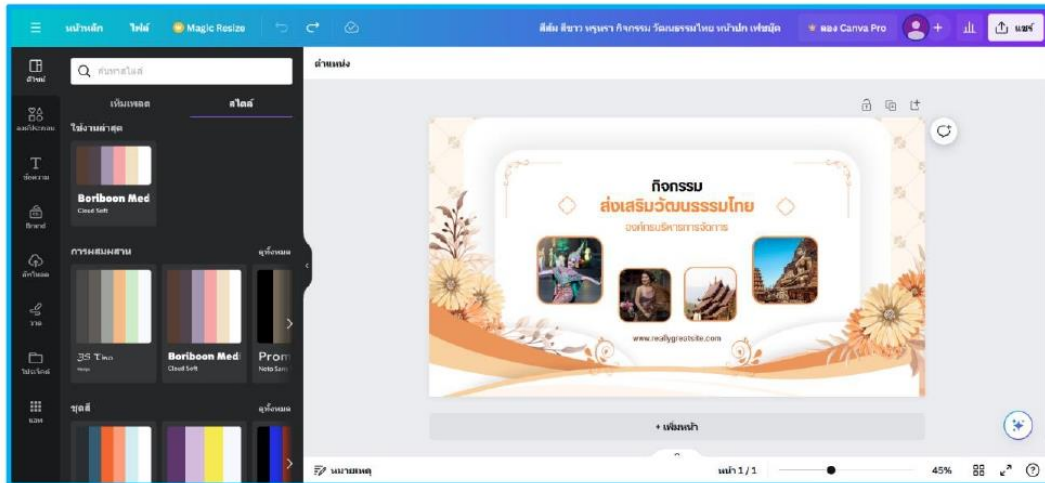


Background ใช้เลือกพื้นหลัง

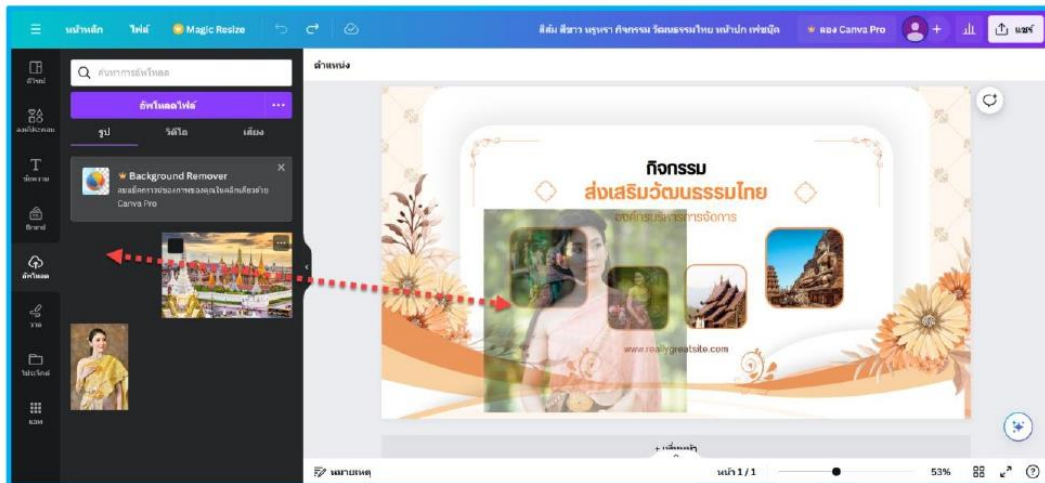


	<b>ใบข้อมูล</b>	<b>หลักสูตร :</b> การทำ Video Content Marketing &	<b>หน้า</b>
		<b>หน่วยการฝึก :</b> เทคโนโลยีดิจิทัล (DT)	<b>13</b>
<b>เรื่อง</b>		<b>หัวข้อวิชา :</b> การใช้ Application สมาร์ทโฟนตกแต่งภาพ	
<b>การใช้ Application สมาร์ทโฟนฯ</b>		<b>งานย่อย 1</b>	<b>เวลา 4 ชั่วโมง</b>

การเลือกชุดสีจาก Style สามารถเลือกเปลี่ยนได้โดยการคลิกที่รูปแบบที่ต้องการ ในแต่ละรูปแบบจะสามารถสลับสีหลักและสีรองได้ โดยคลิกที่ Shuffle



การเปลี่ยนรูปภาพทำได้โดยลากรูปภาพจากเมนู Upload มาใส่แทนรูปภาพที่ต้องการเปลี่ยน




หากต้องการปรับตำแหน่งของภาพ ให้คลิกที่ภาพ จากนั้นทำการปรับปรับตามตำแหน่งที่ต้องการ

### แนะนำเว็บไซต์ดาวน์โหลดไอคอนและรูปถ่ายฟรี

ในงานออกแบบงานกราฟิกและงานนำเสนองานเราจะต้องใช้ไอคอนและภาพถ่ายประกอบเนื้อหา เพื่อช่วยให้งานสวยงามและผู้ชมเข้าใจเรื่องราวได้ง่ายขึ้น ซึ่งแหล่งดาวน์โหลดภาพและไอคอนก็มีทั้งแบบเสียค่าใช้จ่ายและแบบฟรี สำหรับเว็บไซต์ที่ดาวน์โหลดฟรีที่อยากแนะนำมีดังนี้

[www.flaticon.com](http://www.flaticon.com)

[www.thenounproject.com](http://www.thenounproject.com)

	<b>ใบข้อมูล</b>	<b>หลักสูตร :</b> การทำ Video Content Marketing &	<b>หน้า</b>
		<b>หน่วยการฝึก :</b> เทคโนโลยีดิจิทัล (DT)	<b>14</b>
<b>เรื่อง</b>		<b>หัวข้อวิชา :</b> การใช้ Application สมาร์ทโฟนตกแต่งภาพ	
<b>การใช้ Application สมาร์ทโฟนฯ</b>		<b>งานย่อย 1</b>	<b>เวลา 4 ชั่วโมง</b>

<https://www.vecteezy.com>

<https://simpleicons.org>

<https://fontawesome.com>

<https://icofont.com>

<https://freepik.com>

<https://pixabay.com>

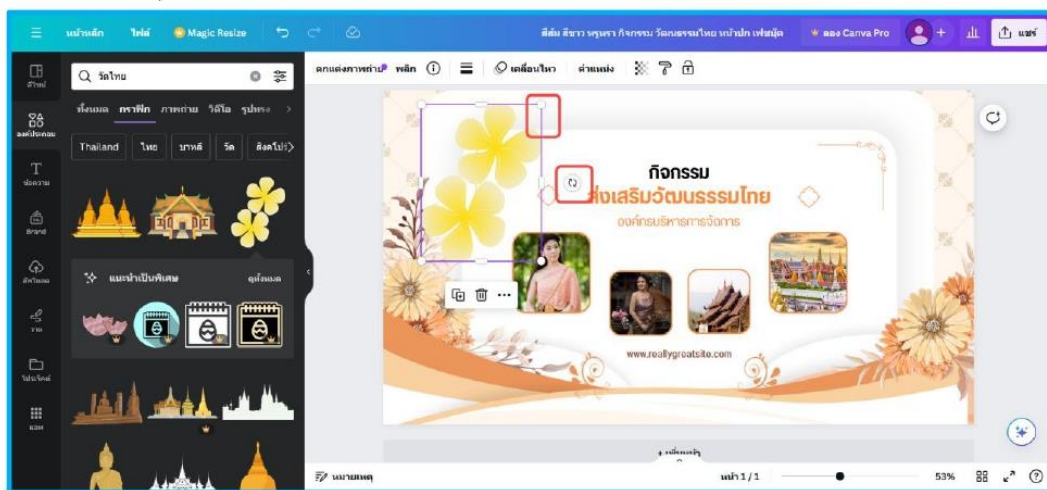
<http://streetwill.co>

<https://www.lifeofpix.com>


<https://www.pexels.com>

#### การหมุนภาพและการปรับขนาดของภาพ

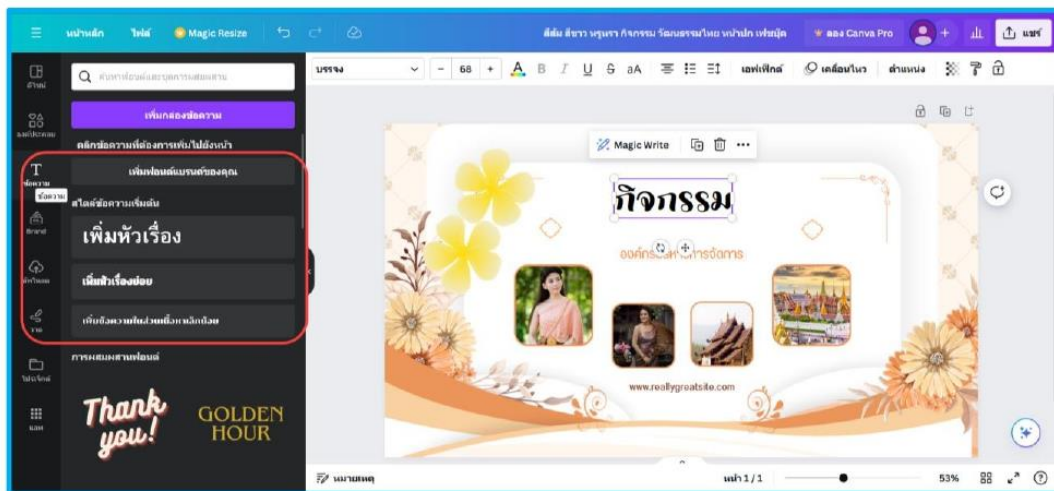
สามารถปรับได้โดยคลิกที่มุมของภาพ จากนั้นปรับขนาดได้ตามต้องการ และการหมุนภาพทำได้โดยใช้เมาส์คลิกที่เครื่องหมายหมุนภาพ



นอกจากนี้ยังสามารถปรับสีของภาพและปรับแต่งภาพได้โดยใช้เมนูด้านบนจะมีเมนู Effect Filter Adjust Crop และ Flip

	<b>ใบข้อมูล</b>	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing &	หน้า
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล (DT)	15
	<b>เรื่อง</b> การใช้ Application สมาร์ทโฟนฯ	หัวข้อวิชา : การใช้ Application สมาร์ทโฟนตกแต่งภาพ	
		งานย่อย 1	เวลา 4 ชั่วโมง

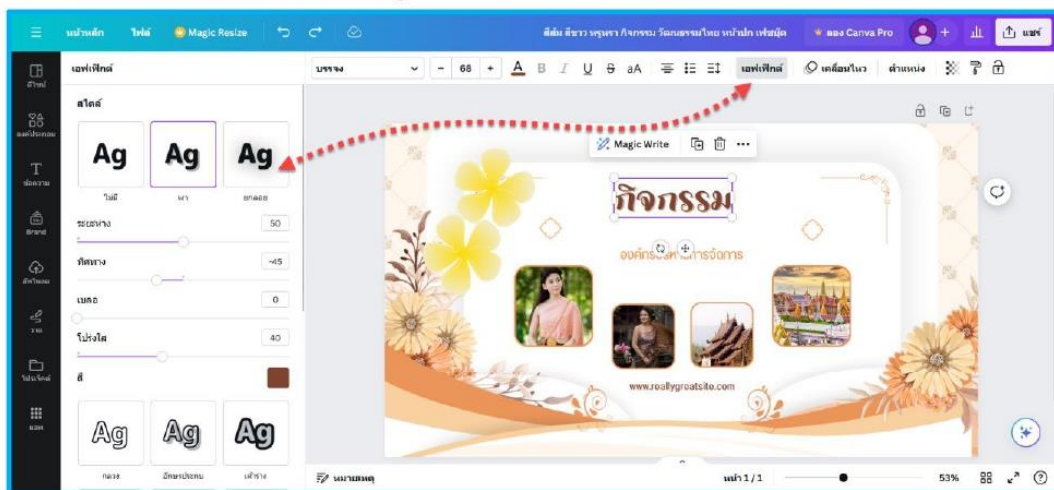
### การเขียนข้อความในงานออกแบบ




เลือกเมนู Text จากนั้นเลือกประเภทข้อความที่ต้องการ

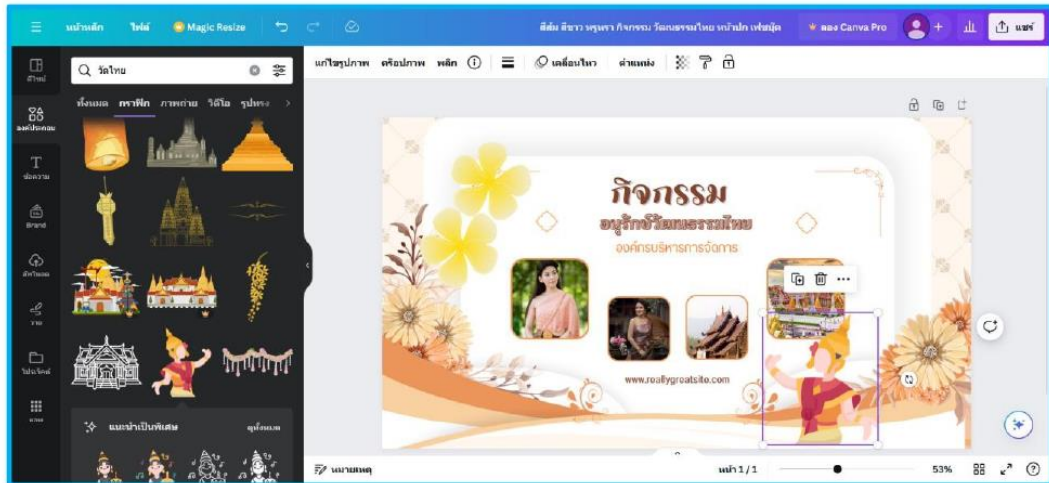
เมื่อเลือกประเภทข้อความแล้วทำการพิมพ์ข้อความที่ต้องการ และยังสามารถปรับแต่งข้อความได้จากเมนูด้านบน ทำการเลือกสี รูปแบบตัวหนา ตัวเอียง และเลือกประเภท Font ได้

การเลือกใช้ Font แบบพิเศษ ให้คลิกที่เมนู Effect



การเพิ่ม Elements ให้กับงานออกแบบ

	<b>ใบข้อมูล</b>	<b>หลักสูตร :</b> การทำ Video Content Marketing &	<b>หน้า</b>
		<b>หน่วยการฝึก :</b> เทคโนโลยีดิจิทัล (DT)	<b>16</b>
	<b>เรื่อง</b> การใช้ Application สมาร์ทโฟนฯ	<b>หัวข้อวิชา :</b> การใช้ Application สมาร์ทโฟนตกแต่งภาพ	
		<b>งานย่อย 1</b>	<b>เวลา 4 ชั่วโมง</b>



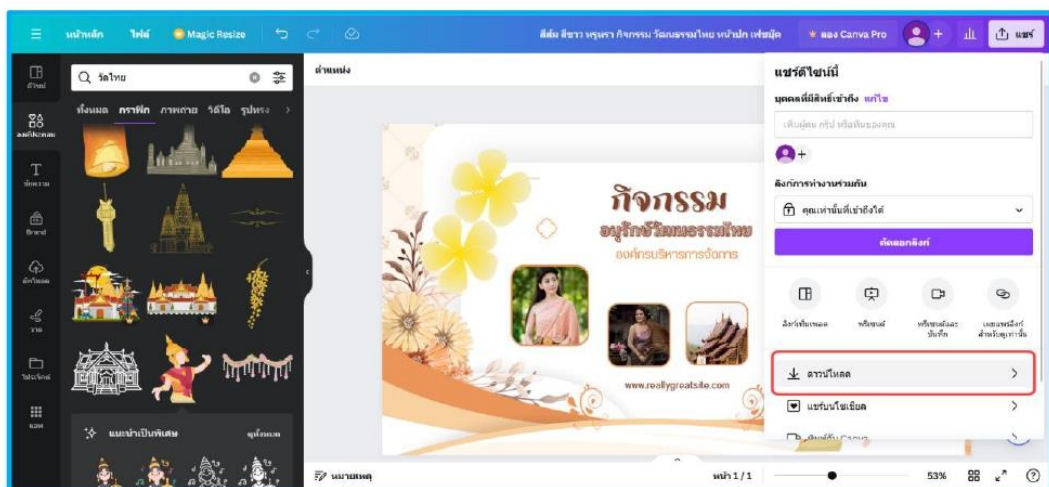
คลิกที่เมนู Elements จากนั้นค้นหา Elements ที่ต้องการ ทำการคลิกเลือก แล้วทำการตกแต่งให้สวยงาม

#### การดาวน์โหลดงานออกแบบ

แบ่งออกเป็น 3 รูปแบบคือ

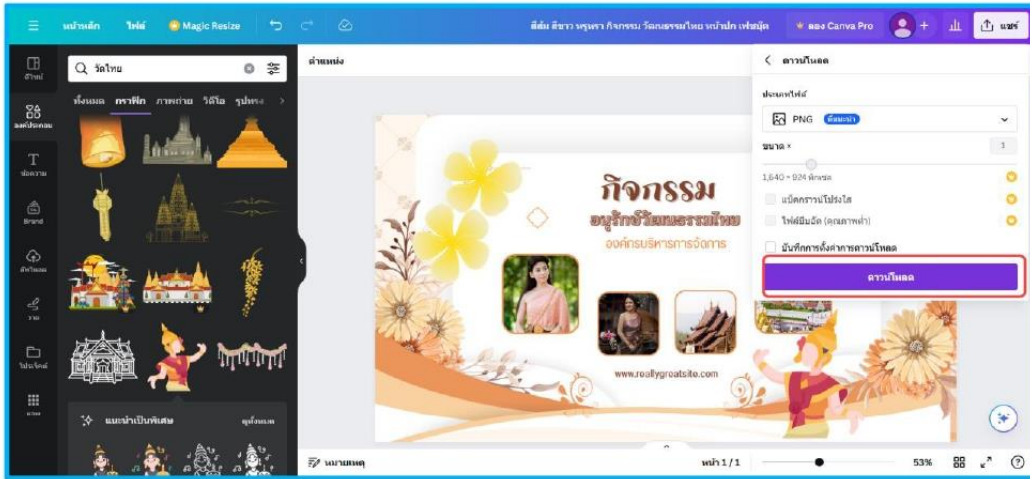
- แชร์กับเพื่อนโดยใส่อีเมลล์
- ดาวน์โหลดมาเก็บไว้ในเครื่องคอมพิวเตอร์
- แชร์ผ่าน Facebook

ดาวน์โหลดมาเก็บไว้ในเครื่องคอมพิวเตอร์



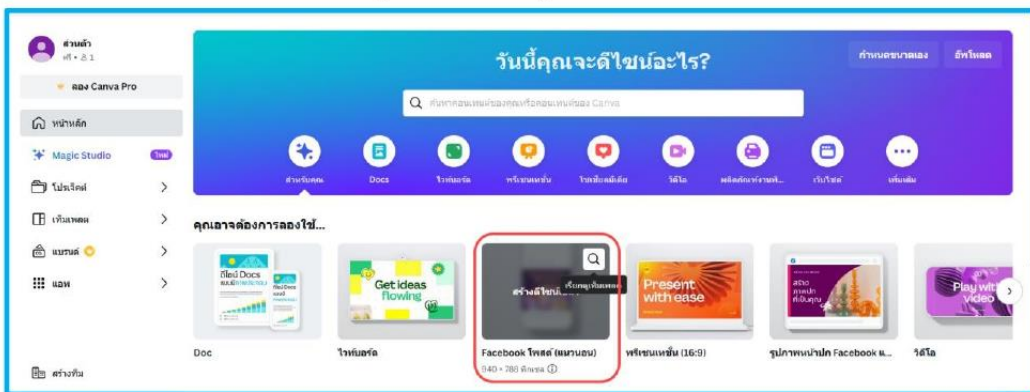
การดาวน์โหลดมาเก็บไว้ในเครื่องโดยคลิกที่เลือกประเภทเป็น PNG จากนั้นคลิกปุ่ม Download

	<b>ใบข้อมูล</b>	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing &	หน้า
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล (DT)	17
	เรื่อง การใช้ Application สมาร์ทโฟนฯ	หัวข้อวิชา : การใช้ Application สมาร์ทโฟนตกแต่งภาพ	
		งานย่อย 1	เวลา 4 ชั่วโมง

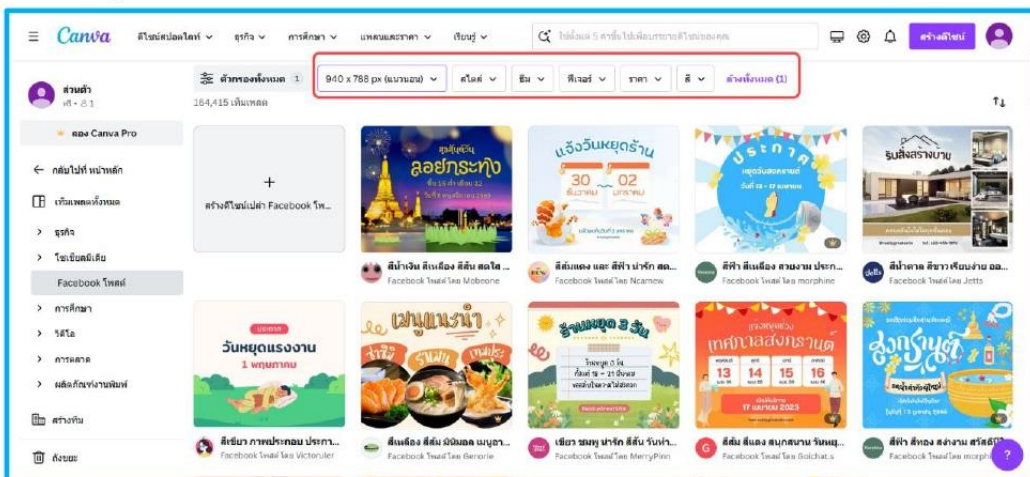


**การออกแบบ Facebook Post**

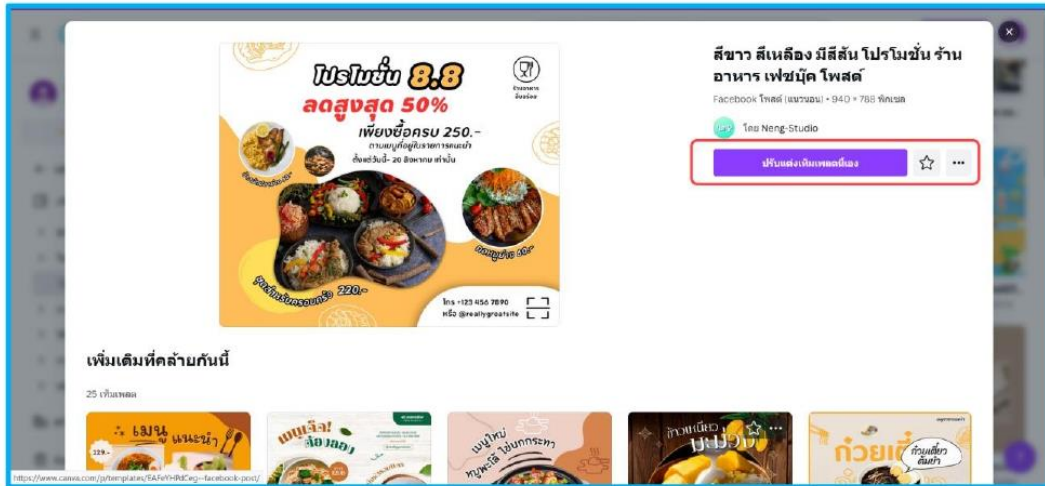
เลือกหัวข้อ Facebook Post โดยเลือกที่รูปแว่นขยายเพื่อดูเทมเพลต



**เลือกขนาด รูปแบบ และธีมของโพสต์**




	<b>ใบข้อมูล</b>	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing &	หน้า
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล (DT)	18
เรื่อง		หัวข้อวิชา : การใช้ Application สมาร์ทโฟนตกแต่งภาพ	
การใช้ Application สมาร์ทโฟนฯ		งานย่อย 1	เวลา 4 ชั่วโมง

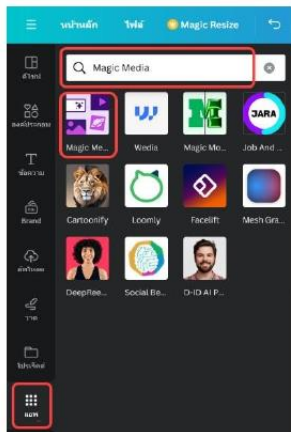


ที่เมฆองค์ประกอบ ให้เลือกรูปแบบกรอบรูปที่ต้องการ จากนั้นนำภาพมาใส่ในกรอบโดยคลิกรูปภาพจากเมนู อัปโหลด เมื่อคลิกรูปภาพแล้วให้ปล่อยเมาส์ตรงกรอบรูป



	<b>ใบข้อมูล</b>	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing &	หน้า
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล (DT)	19
	<b>เรื่อง</b> การใช้ Application สมาร์ทโฟนฯ	หัวข้อวิชา : การใช้ Application สมาร์ทโฟนตกแต่งภาพ	
		งานย่อย 1	เวลา 4 ชั่วโมง

### การออกแบบรูปภาพประกอบด้วย Magic Media

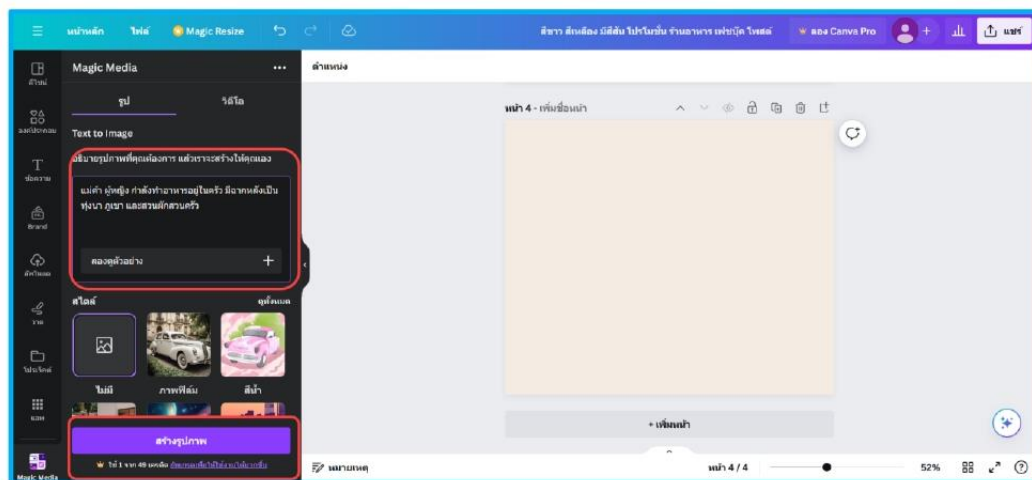


เป็นการเขียนคำอธิบาย หรือบรรยายลักษณะภาพที่ต้องการ จากนั้นระบบจะทำการสร้างรูปภาพให้อัตโนมัติ โดยในการใช้งานแบบฟรี จะสามารถสร้างฟรีได้ 50 ครั้ง

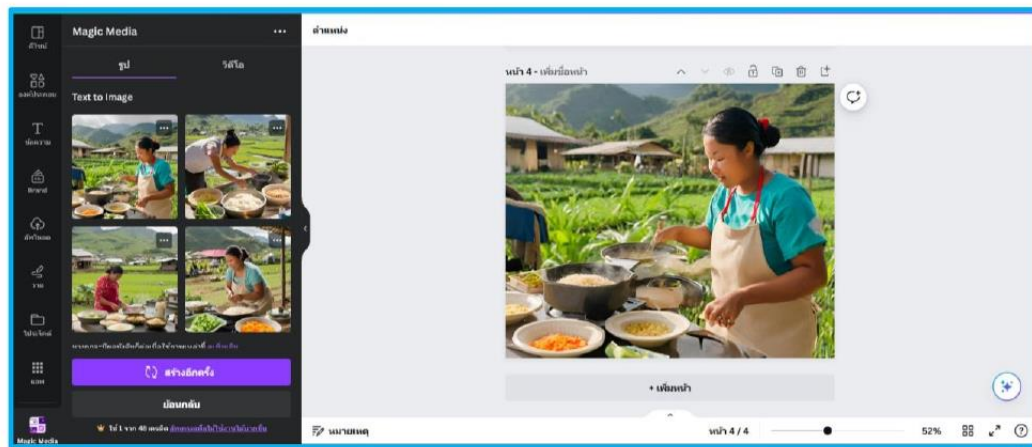
#### ขั้นตอนการทำ

1. เลือก แอป ในเมนูซ้ายมือ จากนั้นใส่คำค้นหาในช่องค้นหา Magic Media
2. จะแสดงรายชื่อแอปด้านล่าง ให้เลือก Magic Media

ใส่คำอธิบาย และเลือกรูปแบบภาพที่ต้องการ จากนั้นกดปุ่ม สร้างรูปภาพ



ผลลัพธ์จากการสร้างภาพด้วย Magic Media



	<b>ใบข้อมูล</b>	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing &	หน้า
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล (DT)	20
	<b>เรื่อง</b> การใช้ Application สมาร์ทโฟนฯ	หัวข้อวิชา : การใช้ Application สมาร์ทโฟนตกแต่งภาพ	
		งานย่อย 1	เวลา 4 ชั่วโมง

การใส่ QR Code ให้กับงานออกแบบ


ขั้นตอนการทำ

1. เลือก แอป ในเมนูซ้ายมือ จากนั้นใส่คำค้นหาในช่องค้นหา qr
2. จะแสดงรายชื่อแอปด้านล่าง ให้เลือก QR Code

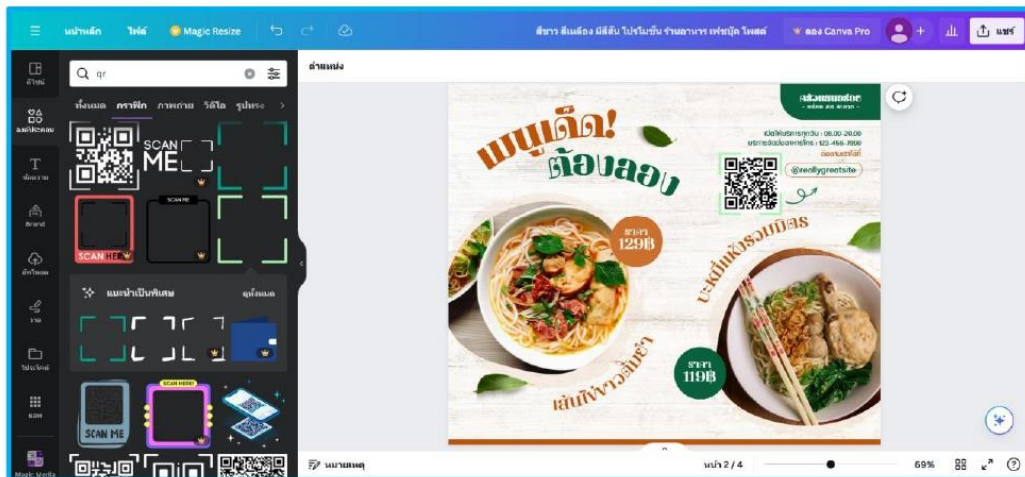


ในช่อง URL ให้ใส่ชื่อเว็บไซต์ หรือ Page Facebook ทำการปรับแต่ง จากนั้นคลิกปุ่ม อัปเดตโค้ด



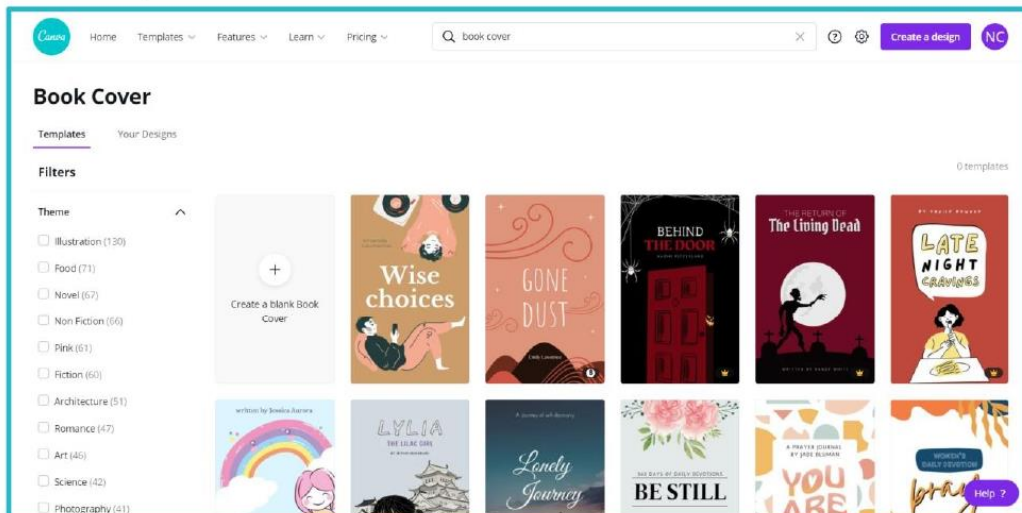
	<b>ใบข้อมูล</b>	<b>หลักสูตร :</b> การทำ Video Content Marketing &	<b>หน้า</b>
		<b>หน่วยการฝึก :</b> เทคโนโลยีดิจิทัล (DT)	<b>21</b>
<b>เรื่อง</b> การใช้ Application สมาร์ทโฟนฯ	<b>หัวข้อวิชา :</b> การใช้ Application สมาร์ทโฟนตกแต่งภาพ		<b>เวลา 4 ชั่วโมง</b>
	<b>งานย่อย 1</b>		

ทำการปรับแต่งให้สวยงาม และทำการบันทึกไฟล์




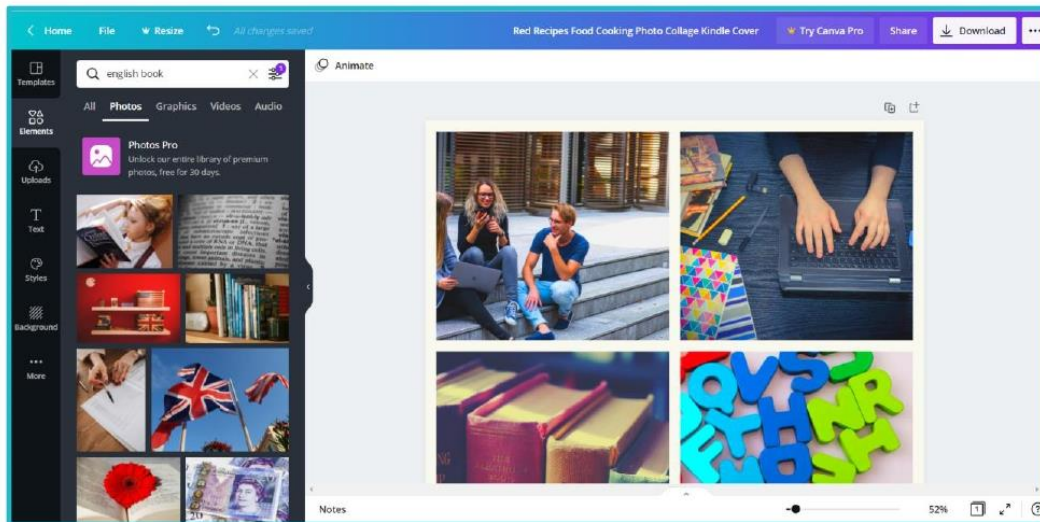
การออกแบบปกหนังสือ

เลือกจาก Template หรือใส่คำค้นในช่องค้นหา



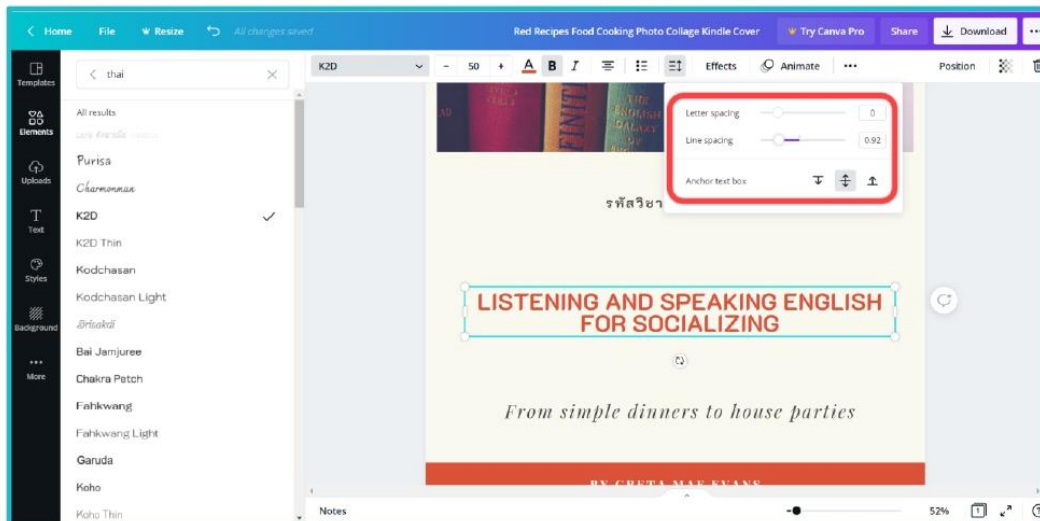
จากนั้นเลือกรูปแบบที่ต้องการ

	<b>ใบข้อมูล</b>	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing &	หน้า
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล (DT)	22
	<b>เรื่อง</b> การใช้ Application สมาร์ทโฟนฯ	หัวข้อวิชา : การใช้ Application สมาร์ทโฟนตกแต่งภาพ	
		งานย่อย 1	เวลา 4 ชั่วโมง




เปลี่ยนรูปภาพโดยหาจากเมนู Elements เลือกรูปภาพที่ต้องการลงในเอกสาร

เพิ่มข้อความและปรับแต่งตัวหนังสือ



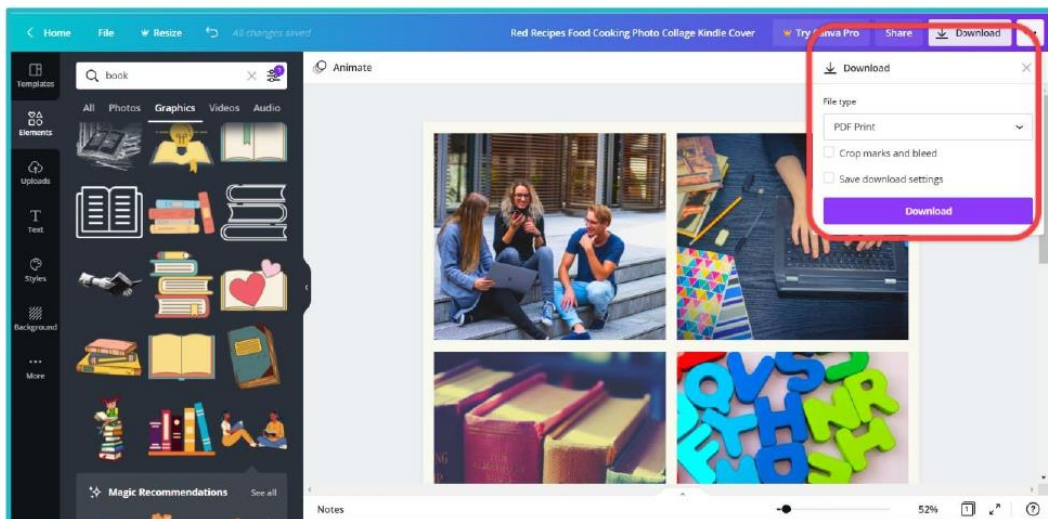
- **Letter spacing** คือ การเว้นระยะระหว่างตัวอักษร
- **Line spacing** คือ การเว้นระยะระหว่างบรรทัด


	<b>ใบข้อมูล</b>	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing &	หน้า
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล (DT)	23
	<b>เรื่อง</b> การใช้ Application สมาร์ทโฟนฯ	หัวข้อวิชา : การใช้ Application สมาร์ทโฟนตกแต่งภาพ	
		งานย่อย 1	เวลา 4 ชั่วโมง

ตกแต่งชิ้นงานด้วย Elements



ดาวน์โหลดชิ้นงานสำหรับการนำไปพิมพ์ ให้เลือกเป็น PDF

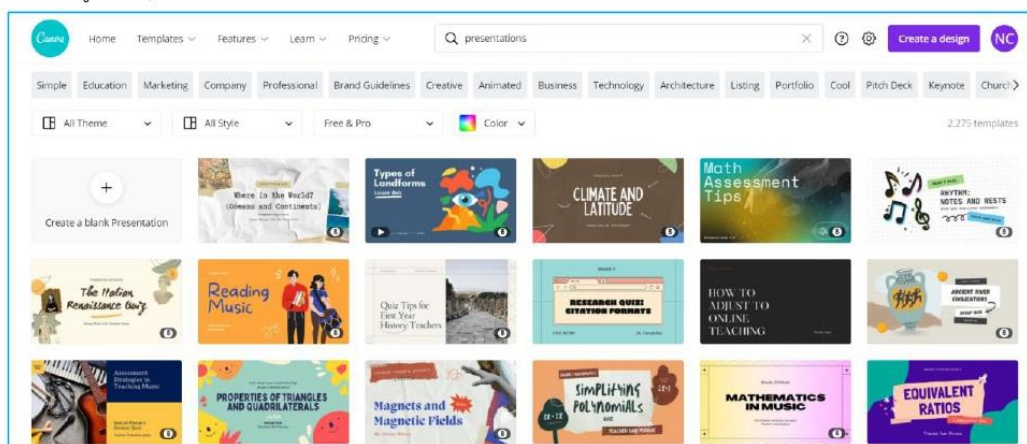



	<b>ใบข้อมูล</b>	<b>หลักสูตร :</b> การทำ Video Content Marketing &	<b>หน้า</b>
		<b>หน่วยการฝึก :</b> เทคโนโลยีดิจิทัล (DT)	<b>24</b>
<b>เรื่อง</b> การใช้ Application สมาร์ทโฟนฯ	<b>หัวข้อวิชา :</b> การใช้ Application สมาร์ทโฟนตกแต่งภาพ		<b>เวลา 4 ชั่วโมง</b>
	<b>งานย่อย 1</b>		



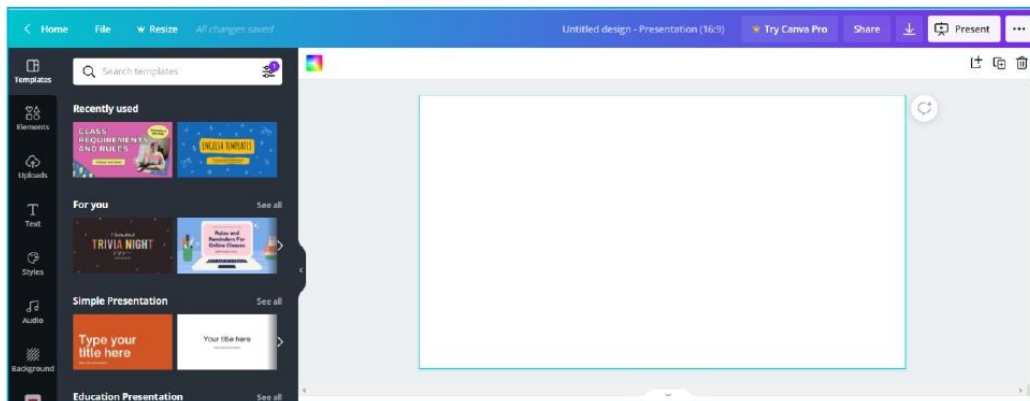
### การสร้าง Presentation

เลือกเมนู Template > Business > Presentation

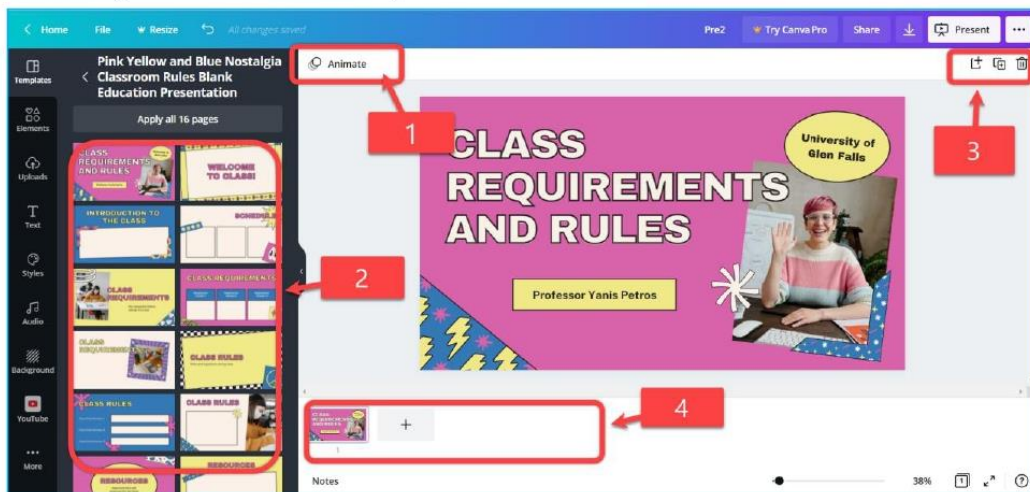


	<b>ใบข้อมูล</b>	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing &	หน้า
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล (DT)	25
	<b>เรื่อง</b> การใช้ Application สมาร์ทโฟนฯ	หัวข้อวิชา : การใช้ Application สมาร์ทโฟนตกแต่งภาพ	
		งานย่อย 1	เวลา 4 ชั่วโมง

เลือกรูปแบบที่ต้องการ หรือ เลือกเทมเพลตเปล่า




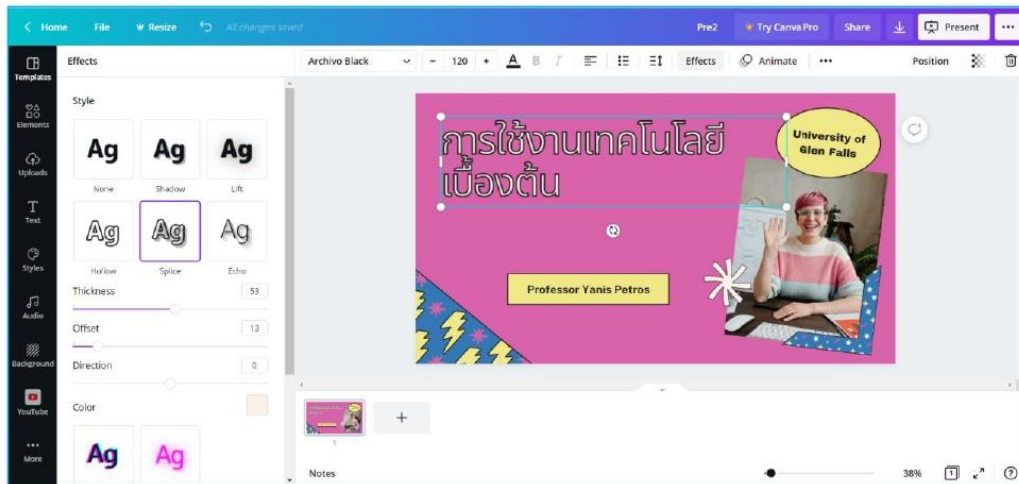
ทำการเลือกรูปแบบที่ต้องการ โดยจะมีเมนูให้ใช้งาน ดังนี้



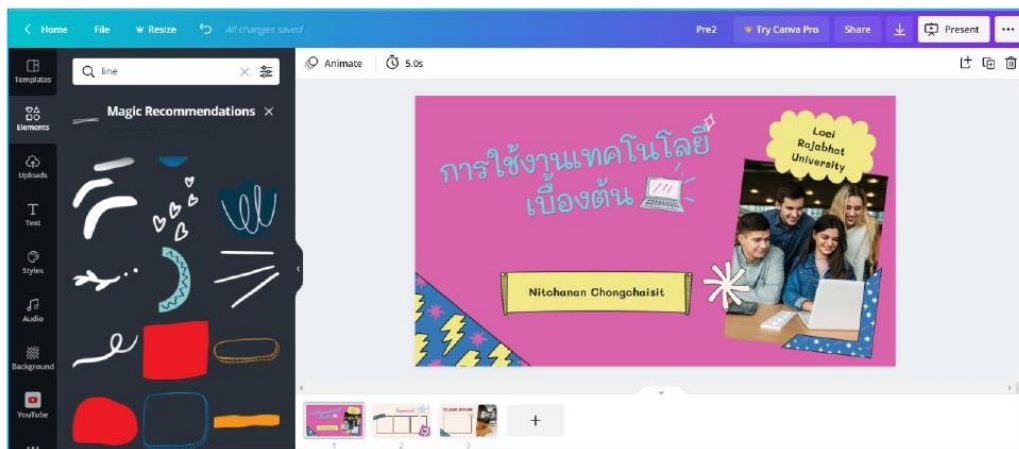
1. ทำ Animation ให้กับแผ่นงาน และวัตถุในแผ่นงาน
2. หน้าต้นแบบ
3. การทำซ้ำ สบ และเพิ่มหน้า
4. แผ่นงานทั้งหมด

ทำการเพิ่มข้อความให้หน้าแรกในแผ่นงาน โดยสามารถเพิ่มรูปแบบตัวอักษรได้โดยเลือก Effects จะแสดงรูปแบบตัวอักษรในแบบต่าง ๆ ในช่องด้านซ้ายมือ

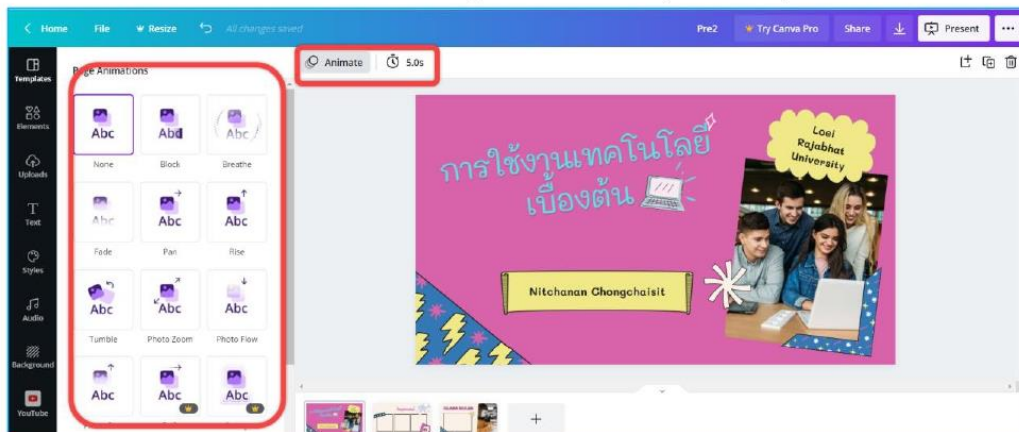
	<b>ใบข้อมูล</b>	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing &	หน้า
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล (DT)	26
เรื่อง		หัวข้อวิชา : การใช้ Application สมาร์ทโฟนตกแต่งภาพ	
การใช้ Application สมาร์ทโฟนฯ		งานย่อย 1	เวลา 4 ชั่วโมง




เพิ่ม Elements Label สำหรับใส่ข้อความ

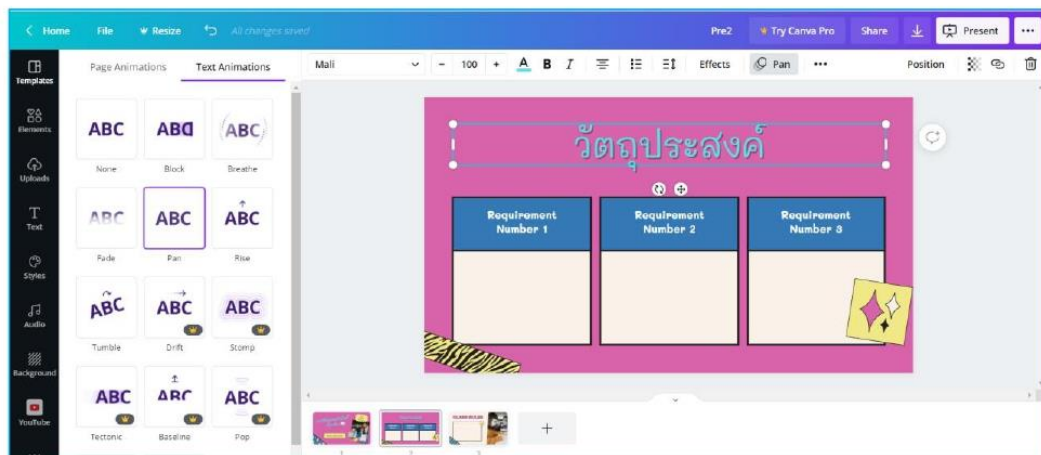


ทำการเพิ่ม Animation ให้กับแผ่นงาน โดยไปที่เมนู Animate จะแสดงรูปแบบต่าง ๆ ให้เลือก

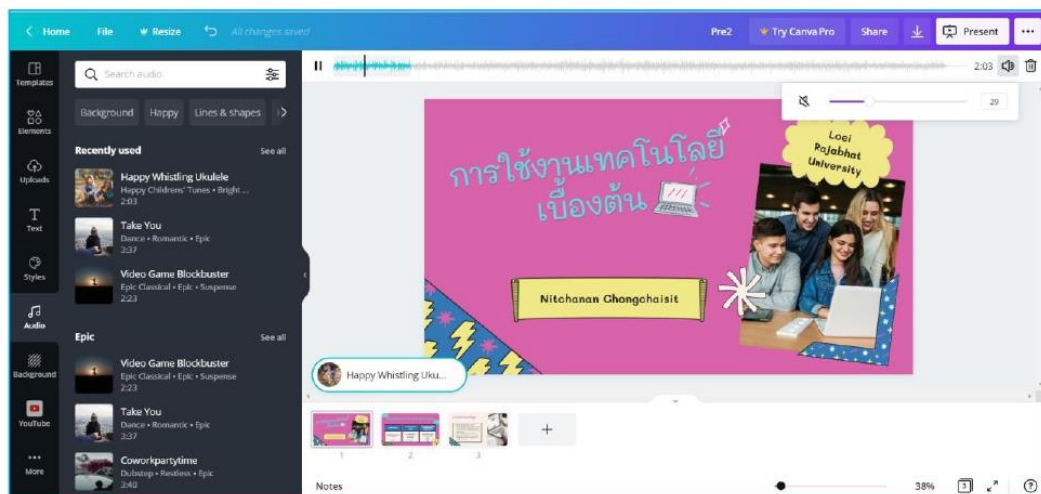


	<b>ใบข้อมูล</b>	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing &	หน้า
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล (DT)	27
	<b>เรื่อง</b> การใช้ Application สมาร์ทโฟนฯ	หัวข้อวิชา : การใช้ Application สมาร์ทโฟนตกแต่งภาพ	
		งานย่อย 1	เวลา 4 ชั่วโมง


เมื่อเลือกที่ตัวหนังสือ จะแสดง Text Animation

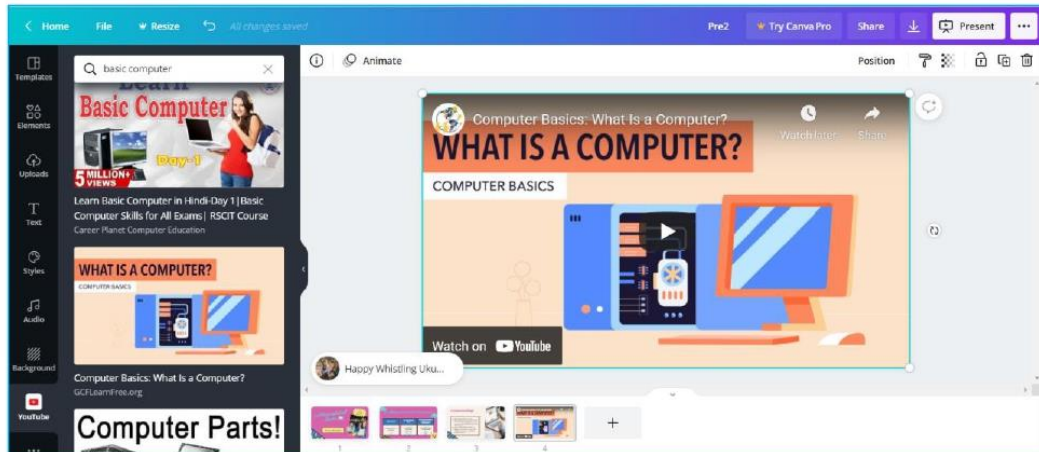


การใส่เสียงให้กับงานนำเสนอ เลือกที่เมนู Audio จากนั้นเลือกเพลงที่ต้องการ และสามารถปรับความดังของเสียงประกอบการนำเสนอได้

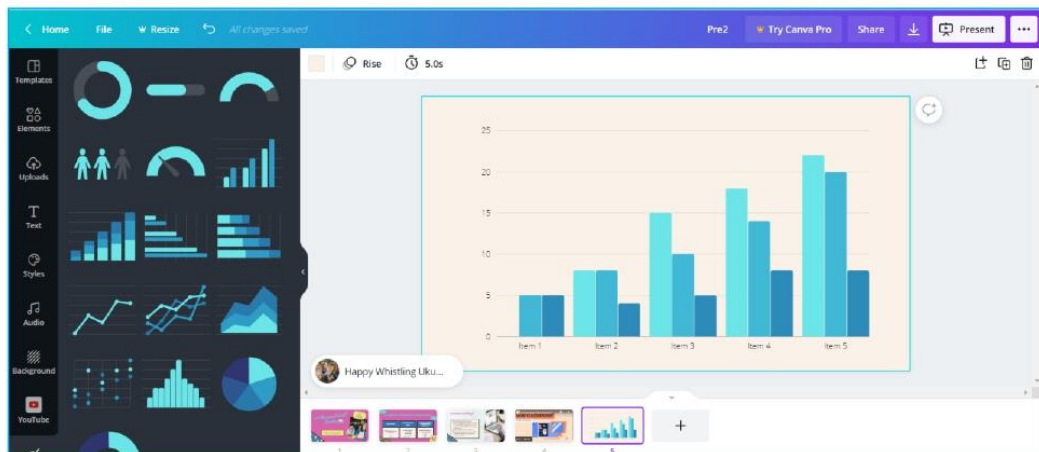


การใส่วิดีโอให้กับงานนำเสนอ ให้ไปที่เมนู Youtube จากนั้นเลือกไฟล์ที่ต้องการเพิ่มลงในเอกสารนำเสนอ

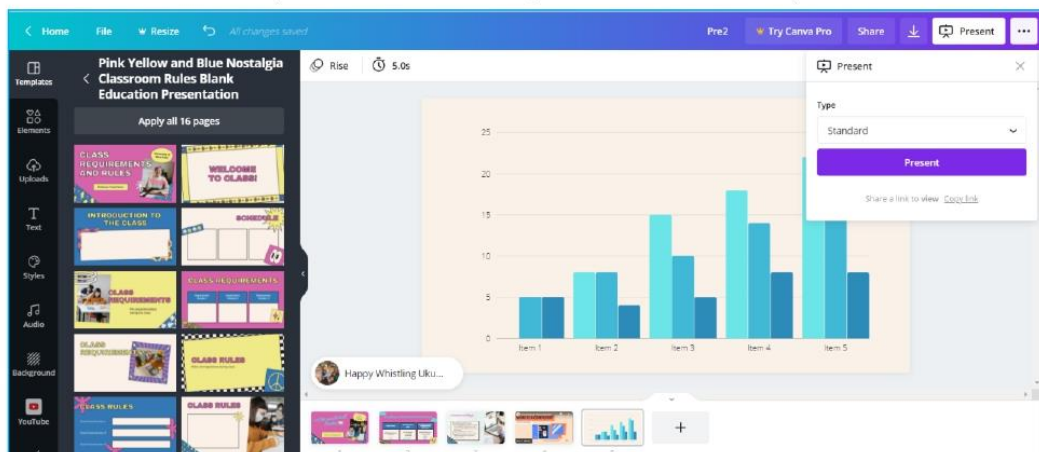
	<b>ใบข้อมูล</b>	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing &	หน้า
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล (DT)	28
<b>เรื่อง</b> การใช้ Application สมาร์ทโฟนฯ	หัวข้อวิชา : การใช้ Application สมาร์ทโฟนตกแต่งภาพ		เวลา 4 ชั่วโมง
	งานย่อย 1		




การใส่ Charts ให้กับงานนำเสนอ



การนำเสนองาน ให้คลิกที่เมนู Present จากนั้นเลือก Type เป็น Standard แล้วกดปุ่ม Present

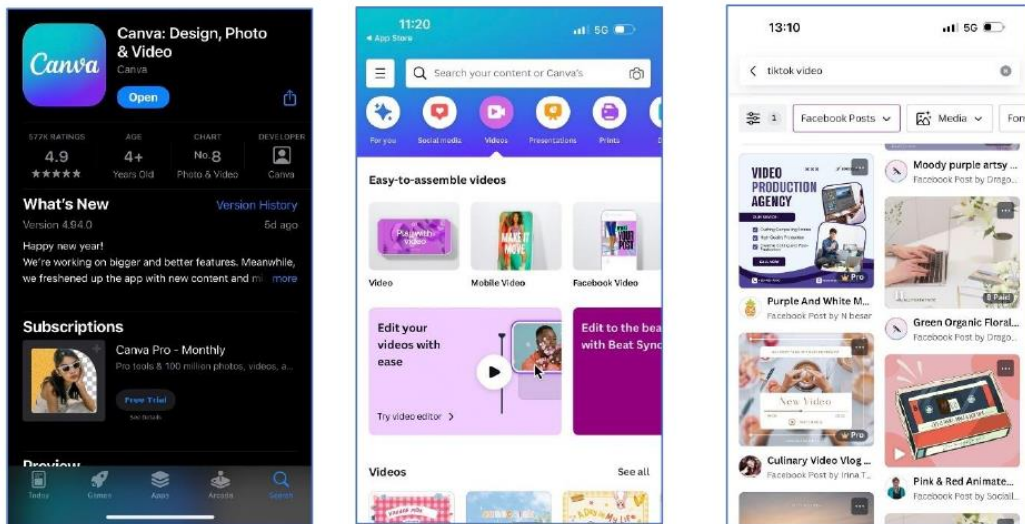


	<b>ใบข้อมูล</b>	<b>หลักสูตร :</b> การทำ Video Content Marketing &	<b>หน้า</b>
		<b>หน่วยการฝึก :</b> เทคโนโลยีดิจิทัล (DT)	<b>29</b>
<b>เรื่อง</b> การใช้ Application สมาร์ทโฟนฯ	<b>หัวข้อวิชา :</b> การใช้ Application สมาร์ทโฟนตกแต่งภาพ		<b>เวลา 4 ชั่วโมง</b>
	<b>งานย่อย 1</b>		

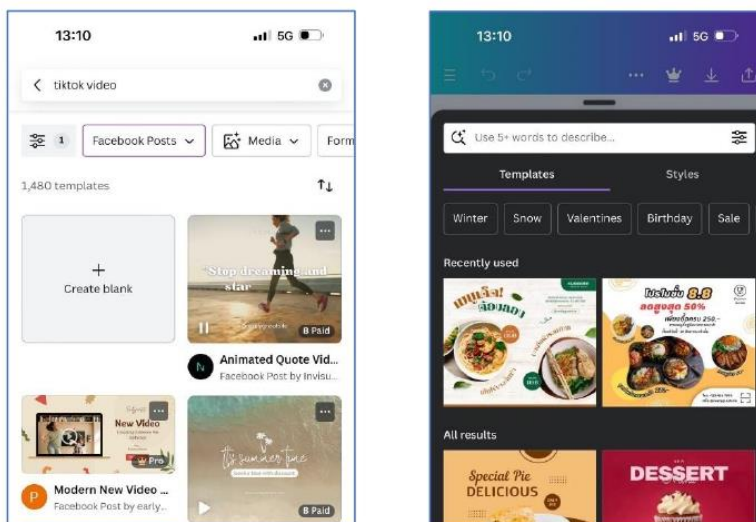
### การสร้างภาพเคลื่อนไหวบนสมาร์ตโฟน


ในการออกแบบกราฟิก จะต้องมามีภาพประกอบที่สอดคล้องและเหมาะสมกับเนื้อหา เพื่อเพิ่มความน่าสนใจ และทำให้ผู้อื่นสามารถมองเห็นและเข้าใจไปในทิศทางเดียวกันได้ โดยขั้นตอนการทำงานนั้น สามารถอัปโหลดไฟล์จากคอมพิวเตอร์เข้ามาในโปรแกรม หรือค้นหาภาพในโปรแกรม Canva ก็สามารทำได้เช่นเดียวกัน

### โหลดโปรแกรม Application Canva

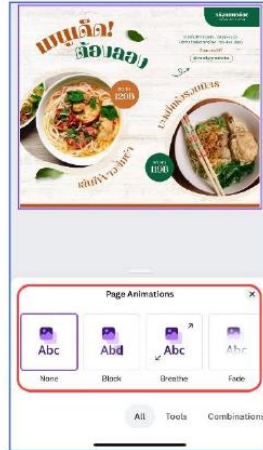
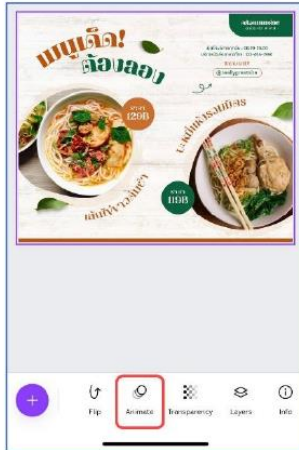


หลังจากดาวน์โหลดเรียบร้อยแล้ว ให้เลือกเมนู Vedio > Facebook Post เลือก Create blank หรือเลือกจาก template ที่ชอบ



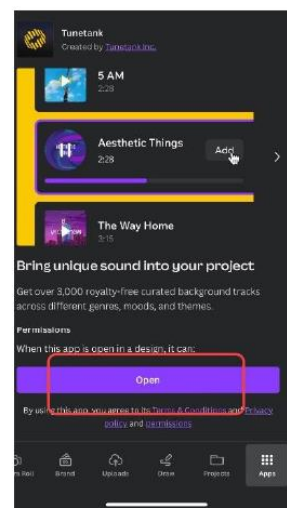
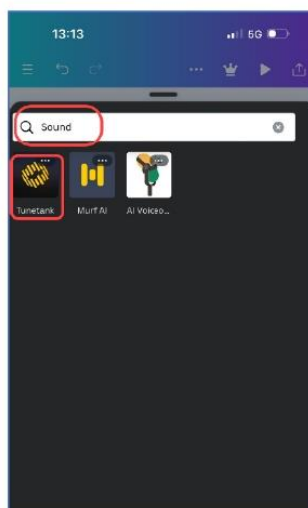
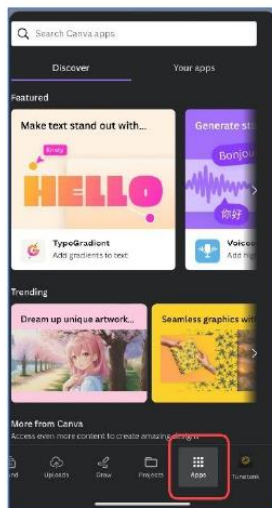
	<b>ใบข้อมูล</b>	<b>หลักสูตร :</b> การทำ Video Content Marketing &	<b>หน้า</b>
		<b>หน่วยการฝึก :</b> เทคโนโลยีดิจิทัล (DT)	<b>30</b>
<b>เรื่อง</b>		<b>หัวข้อวิชา :</b> การใช้ Application สมาร์ทโฟนตกแต่งภาพ	
<b>การใช้ Application สมาร์ทโฟนฯ</b>		<b>งานย่อย 1</b>	<b>เวลา 4 ชั่วโมง</b>


ทำการตกแต่งรูปภาพให้สวยงาม จากนั้นเลือกเมนู Animate จากด้านล่างของหน้า จะแสดงรูปแบบการเคลื่อนไหวให้เลือก หากต้องการให้การเคลื่อนไหวแต่ละจุดแตกต่างกัน ให้เลือกแต่ละวัตถุแล้วเลือก Animate



**การใส่เสียงให้กับชิ้นงาน**

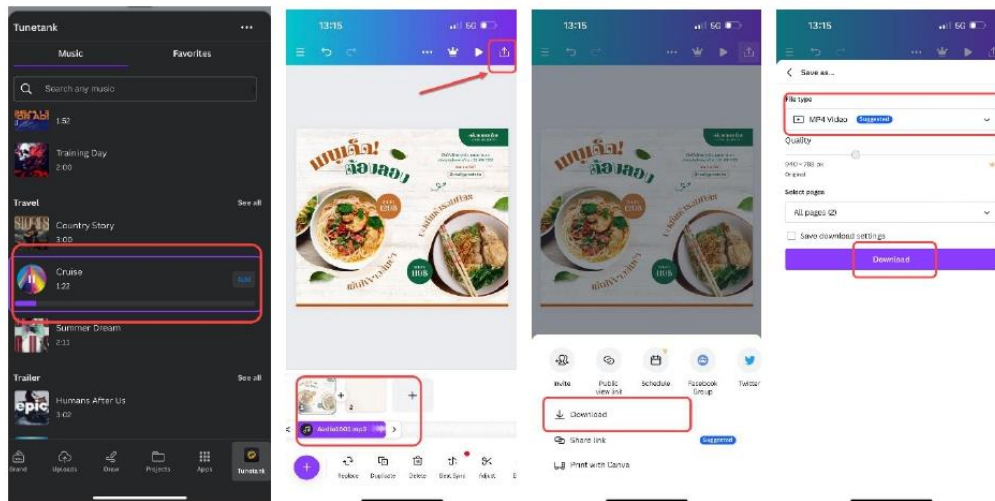
ที่เมนูหลักด้านล่าง ให้เลื่อนมาขวาสุดแล้วเลือก APP จากนั้นในช่องค้นหา ให้ใส่คำว่า Sound แล้วเลือก Tunetank จากนั้นคลิก Open





	<b>ใบข้อมูล</b>	<b>หลักสูตร :</b> การทำ Video Content Marketing &	<b>หน้า</b>
		<b>หน่วยการฝึก :</b> เทคโนโลยีดิจิทัล (DT)	<b>31</b>
<b>เรื่อง</b> การใช้ Application สมาร์ทโฟนฯ	<b>หัวข้อวิชา :</b> การใช้ Application สมาร์ทโฟนตกแต่งภาพ		<b>เวลา 4 ชั่วโมง</b>
	<b>งานย่อย 1</b>		

เลือกดนตรีประกอบ โดยคลิกปุ่ม Add จะปรากฏแถบเสียงในหน้าใช้งาน ทำการบันทึกไฟล์ และดาวน์โหลด


โดยไฟล์ที่บันทึกจพมีนามสกุลเป็น mp4





	<b>ใบงาน</b>	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing &		หน้า 32
		หน่วยการเรียนรู้ : เทคโนโลยีดิจิทัล (DT)		
	เรื่อง การใช้ Application สมาร์ทโฟนตกแต่งภาพ	หัวข้อวิชา : การใช้ Application สมาร์ทโฟนตกแต่งภาพ		
		งานย่อย 1	เวลา 3 ชั่วโมง	
<p>ให้ผู้รับการฝึกปฏิบัติงานต่อไปนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ฝึกปฏิบัติเกี่ยวกับการการออกแบบ และตกแต่งรูปภาพสินค้าและผลิตภัณฑ์</li> </ul>				


	<b>ใบขั้นตอนปฏิบัติงาน</b>	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing &	หน้า 33
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล (DT)	
	<b>เรื่อง</b> การใช้ Application สมาร์ท โฟนตกแต่งภาพ	หัวข้อวิชา : การใช้ Application สมาร์ทโฟนตกแต่งภาพ งานย่อย 1	เวลา 3 ชั่วโมง
<b>วัตถุประสงค์</b> เพื่อให้ผู้เข้าฝึกอบรมปฏิบัติเกี่ยวกับการออกแบบ และตกแต่งรูปภาพ โดยใช้แอปพลิเคชันบนมือถือ โดยใช้พื้นฐานหลักการออกแบบกราฟิก สามารถนำรูปภาพที่ได้จากการออกแบบไปใช้งาน เพื่อเพิ่มความน่าสนใจให้กับตัวสินค้าและผลิตภัณฑ์			
<b>วัสดุอุปกรณ์</b> 1. สมาร์ทโฟน 2. ไอแพด 3. คอมพิวเตอร์หรือโน้ตบุค			
<b>ขั้นตอนการปฏิบัติงาน</b>	<b>คำอธิบาย</b>	<b>ข้อควรระวัง</b>	
1. โหลดโปรแกรมตกแต่งภาพจาก App 1. การสร้างดีไซน์ใหม่จากแท็บ	- การสร้างงานออกแบบใหม่ได้ด้วย วิธีการต่อไปนี้: 1. คลิกไอคอนที่ส่วนบนของแอป 2. เลือกประเภทหรือขนาดดีไซน์ที่ต้องการสร้างคุณยังสามารถเลือกขนาดแบบกำหนดเองได้อีกด้วยการดำเนินการนี้จะเปิดเครื่องมือตัดต่อ Canva ขึ้นบนแท็บใหม่ 3. หากต้องการค้นหาเทมเพลตให้เลือกแท็บเทมเพลตภายในเครื่องมือตัดต่อ		

ขั้นตอนการปฏิบัติงาน	คำอธิบาย	ข้อควรระวัง
<p>2. การคลิกลิงก์ดีไซน์</p>  <p>3. การจัดลำดับแท็บใหม่</p>  <p>3. เปิดดีไซน์ล่าสุด</p>  <p>4. การซูมเข้าและออกจากอินเทอร์เฟซของแอป</p> 	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. - คลิกลิงก์การออกแบบที่คุณต้องการเปิด</li> <li>2. ดังกล่าวจะเปิดขึ้นบนเบราว์เซอร์ของคุณแล้วระบบจะถามว่าคุณต้องการเปิดบนแอปสำหรับเดสก์ท็อปแทนหรือไม่</li> <li>3. บังคับ: หากคุณไม่ต้องการให้ระบบถามอีกให้คลิกช่องทำเครื่องหมายจดจำตัวเลือก <b>ของฉัน</b></li> <li>4. <b>คลิกดำเนินการต่อ</b></li> </ol> <p>การเปลี่ยนลำดับของแท็บ</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. คลิกที่แท็บค้างไว้</li> <li>2. ลากแท็บไปทางขวาหรือซ้าย</li> </ol> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ที่ส่วนบนของแอปให้คลิก <b>ไอคอนบวก</b></li> <li>2. เลือกแก้ไขที่มีอยู่เพื่อดูรายการดีไซน์ล่าสุด</li> <li>3. เลือกดีไซน์ที่คุณต้องการแก้ไข โดยจะเปิดขึ้นในแท็บใหม่</li> </ol> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. จากแถบเมนูแอปให้คลิก <b>ไอคอน เพิ่มเติม</b></li> <li>2. <b>คลิกมุมมองแล้วคลิกสเกลอินเทอร์เฟซ</b></li> <li>3. เลือกระหว่างปรับให้ใหญ่ขึ้นปรับให้เล็กลงหรือรีเซ็ตเป็นค่าเริ่มต้น</li> </ol>	<p>ข้อควรระวัง</p>

	<b>ใบทดสอบ</b>	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing &	หน้า
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล	35
	เรื่อง การใช้ Application สมาร์ทโฟนตกแต่งภาพ	หัวข้อวิชา : การใช้ Application สมาร์ทโฟนตกแต่งภาพ	
		งานย่อย 1	เวลา 10 นาที
<p>1. การแก้ไขรูปภาพด้วย Canva Online ทำได้อย่างไร</p> <p><b>ตอบ</b></p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>			
ชื่อผู้รับการฝึก	วัน/เดือน/ปี	ผลคะแนน	

	ใบเฉลี่ย	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing &		หน้า
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล		36
	เรื่อง การใช้ Application สมาร์ทโฟนตกแต่งภาพ	หัวข้อวิชา : การใช้ Application สมาร์ทโฟนตกแต่งภาพ		
		งานย่อย 1	เวลา 10 นาที	
<p><b>เฉลยแบบทดสอบ</b></p> <p>การแก้ไขรูปภาพด้วย Canva Online ทำได้อย่างไร</p> <p>เปิด Canva.com และคลิกแท็บแผน เลือกตัวเลือกฟรีเพื่อสร้างบัญชีและเข้าถึงเครื่องมือของเว็บไซต์ เมื่อคุณมีบัญชีและลงชื่อเข้าใช้แล้ว ให้วางเมาส์เหนือแท็บคุณลักษณะ แล้วเลือกตัวเลือกการแก้ไขรูปภาพจากเมนูแบบเลื่อนลง</p>				
ชื่อผู้รับการฝึก		วัน/เดือน/ปี		ผลคะแนน

	<b>ใบเตรียมการสอน</b>	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing &	หน้า 37
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล (DT)	
เรื่อง การใช้ Application สมาร์ทโฟนตัดต่อวิดีโอ	หัวข้อวิชา : การใช้ Application สมาร์ทโฟนตัดต่อวิดีโอ		เวลา 2 ชั่วโมง
	งานย่อย 2		
<b>วัตถุประสงค์ :</b> เพื่อให้ผู้รับการฝึกเรียนรู้เกี่ยวกับการใช้ Application ต่างๆของสมาร์ทโฟนในการตัดต่อวิดีโอ			
<b>วิธีการสอน :</b> บรรยาย,			
<b>หัวข้อสำคัญ :</b> การสร้าง Project ใหม่ การนำเข้าไฟล์รูปภาพและวิดีโอ การนำเข้าไฟล์เสียง การนำเข้าไฟล์ต่างๆจากคอมพิวเตอร์เข้ามาใช้บน Smartphone การถ่ายรูปหรือวิดีโอในขณะนั้น เพื่อนำมาใช้ตัดต่อ การพากษ์เสียง การจัดเรียงตำแหน่งไฟล์บน Timeline การลบไฟล์ที่ไม่ต้องการและการทำ Undo การหมุนภาพหรือวิดีโอ การกำหนดความยาวของไฟล์ การใส่ Clip Effect การจัดการเสียงในวิดีโอและเสียงเพลง การทำภาพนิ่งหรือวิดีโอให้เคลื่อนไหวได้ (Image, Video Cropping) การปรับแต่งโทนสี (Color Filter) การปรับความเข้ม ความสว่าง (Color Adjustment) การใส่ Logo ลงไปในวิดีโอ การใส่ข้อความและทำอนิเมชั่น การใส่ Sticker ตกแต่งวิดีโอ การเขียนลงไปวิดีโอ การใส่ Transition การใช้ Theme เพิ่มสีสันให้กับวิดีโอ การตั้งค่า Fade in, Fade out การขยาย Timeline และไปที่ตำแหน่งเริ่มต้น การ Export วิดีโอและการอัปโหลด			
<b>อุปกรณ์ช่วยฝึก :</b> 1. ชุดคอมพิวเตอร์ช่วยฝึก			
<b>การมอบหมายงาน :</b> - ใบทดสอบ			
<b>การวัดผลและประเมินผล :</b> - ผลการทำใบทดสอบ			
<b>หนังสืออ้างอิง :</b> สื่อออนไลน์อิเล็กทรอนิกส์ <a href="https://www.capcut.com/th-th/tools/online-video-editor">https://www.capcut.com/th-th/tools/online-video-editor</a>			

	<b>ใบข้อมูล</b>	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing &	หน้า
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล	38
	<b>เรื่อง</b> การใช้ Application สมาร์ทโฟนตัดต่อวิดีโอ	หัวข้อวิชา : การใช้ Application สมาร์ทโฟนตัดต่อวิดีโอ	
		งานย่อยที่ 5	เวลา 3 ชั่วโมง

การผลิตสื่อมัลติมีเดีย (VDO)

### อุปกรณ์สำหรับถ่ายวิดีโอ


1. โทรศัพท์มือถือ
2. ไมโครโฟน
3. ขาตั้งกล้อง
4. อุปกรณ์ไฟ



### อุปกรณ์สำหรับถ่ายวิดีโอ

1. โทรศัพท์มือถือ
2. ไมโครโฟน
3. ขาตั้งกล้อง
4. อุปกรณ์ไฟ



	ใบข้อมูล	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing &		หน้า 39
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล		
	เรื่อง การใช้ Application สมาร์ทโฟนตัดต่อวิดีโอ	หัวข้อวิชา : การใช้ Application สมาร์ทโฟนตัดต่อวิดีโอ		
		งานย่อยที่ 5	เวลา 3 ชั่วโมง	

## ตั้งค่าความละเอียดของ VDO

ความละเอียดของวิดีโอแบ่งบอกรายละเอียดที่แสดงใน  
วิดีโอ ความคมชัด สมจริงของวิดีโอ


- HD
- FULL HD
- 4K

### ตั้งค่าอัตราเฟรมเรต

เฟรมเรต (frame rate) คือความเร็วในการบันทึกภาพในหนึ่งวินาที หรือ Frame Per Second โดยใช้สัญลักษณ์ fps เช่น เฟรมเรต 25 fps คือในหนึ่งวินาทีบันทึกภาพไป 25 ภาพ

เฟรมเรตที่ความเร็วสูง จะมีผลกับการเปิดชมภาพที่สั่นไหว ทำให้ภาพดูต่อเนื่อง สวยงาม และไม่โดดข้ามเฟรม ซึ่งทำให้เปิดชมได้อย่างสบายตา ในทางตรงกันข้าม ถ้าหากเฟรมเรตน้อย ก็จะทำให้ภาพกระตุกหรือสะดุด



	<b>ใบข้อมูล</b>	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing &	หน้า
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล	40
	<b>เรื่อง</b> การใช้ Application สมาร์ทโฟนตัดต่อวิดีโอ	หัวข้อวิชา : การใช้ Application สมาร์ทโฟนตัดต่อวิดีโอ	
		งานย่อยที่ 5	เวลา 3 ชั่วโมง

### ตั้งค่าอัตราเฟรมเรท


- 30 FPS ถ่ายงานที่เน้นความเป็นธรรมชาติ เพราะดูสบาย เนื่องจากเป็นค่าสายตาศปกติ
- 60 FPS ถ่ายงานทั่วไป สามารถดึงสโลได้ มักจะเห็นใน MV
- 120 FPS ดึงสโลได้ 4 เท่า เหมาะแก่การถ่ายสโลโมชั่น
- 240 FPS ดึงสโลได้ 8 เท่า



### เทคนิคการถ่ายวิดีโอด้วยโทรศัพท์มือถือ

1. คิดและวางแผนก่อนถ่ายวิดีโอ
2. เช็คล้องโทรศัพท์มือถือ
3. ทักษะวิสัยในการถ่ายชัดเจนนดี
4. ควรใช้สองมือในการจับโทรศัพท์มือถือ
5. ควรถ่ายวิดีโอในแนวนอน
6. ความสว่างพอเหมาะ
7. หลีกเลี่ยงการขุม
8. มุมกล้องที่หลากหลายช่วยในการเล่าเรื่อง



	<b>ใบข้อมูล</b>	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing &	หน้า 41
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล	
	<b>เรื่อง</b> การใช้ Application สมาร์ทโฟนตัดต่อวิดีโอ	หัวข้อวิชา : การใช้ Application สมาร์ทโฟนตัดต่อวิดีโอ	
		งานย่อยที่ 5	เวลา 3 ชั่วโมง

## การจัดองค์ประกอบภาพ (Composition)


1. กฎ 3 ส่วน (Rule of 3rds)
2. เส้นนำสายตา (Leading Line)
3. ความสมมาตร (Symmetry)
4. มุมมอง (Viewpoint)
5. ฉากหลัง (Background)
6. ความลึก (Depth)
7. กรอบภาพ (Framing)
8. พื้นที่ว่างด้านบน (Headroom)

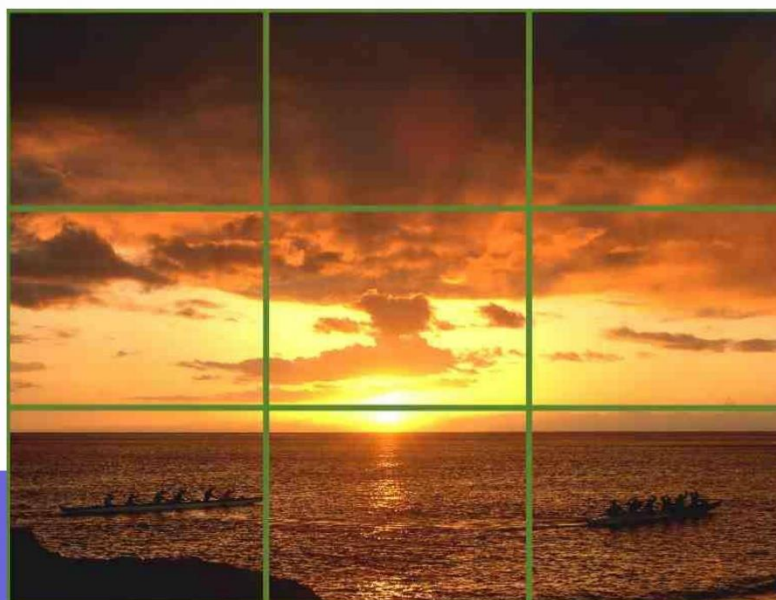
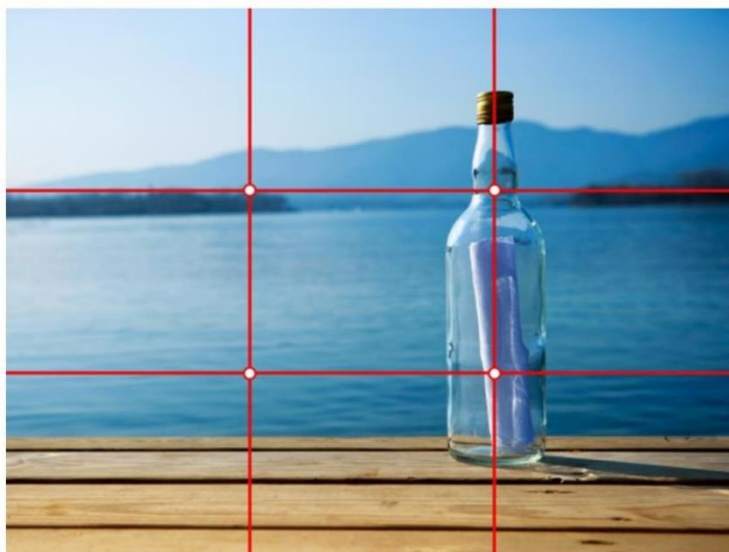



## กฎ 3 ส่วน (Rule of 3rds)

เป็นวิธีการง่าย ๆ ในการจัดองค์ประกอบของภาพให้ดูดี หลีกเลี่ยงการวางตำแหน่งของวัตถุหลักที่ไม่ให้อยู่ตรงกลางภาพ ซึ่งจะทำให้ภาพนั้นแข็ง ไม่น่ามอง โดยการสร้างตารางแบ่งด้านกว้างและด้านยาวออกเป็นด้านละสามช่องเท่า ๆ กัน ซึ่งภาพจะถูกแบ่งเป็น 9 ช่อง จะก่อให้เกิดจุดที่เส้นตัดกันทั้งหมด 4 จุด แต่ละจุดถือเป็นตำแหน่งที่เหมาะสมในการวางวัตถุ ซึ่งเป็นตำแหน่งที่จะทำให้ภาพดูดี



	<b>ใบข้อมูล</b>	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing &		หน้า
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล		42
	เรื่อง การใช้ Application สมาร์ทโฟนตัดต่อวิดีโอ	หัวข้อวิชา : การใช้ Application สมาร์ทโฟนตัดต่อวิดีโอ		
		งานย่อยที่ 5	เวลา 3 ชั่วโมง	




	<b>ใบข้อมูล</b>	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing &		หน้า 43
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล		
	<b>เรื่อง</b> การใช้ Application สมาร์ทโฟนตัดต่อวิดีโอ	หัวข้อวิชา : การใช้ Application สมาร์ทโฟนตัดต่อวิดีโอ		
		งานย่อยที่ 5	เวลา 3 ชั่วโมง	

## เส้นนำสายตา (Leading Line)

โดยปกติธรรมชาติของสายตามนุษย์จะมองภาพไปตามเส้นสายต่าง ๆ จนสุดสายตา ดังนั้น การจัดองค์ประกอบของภาพที่มีเส้นนำทางจะทำให้ผู้ชมมองภาพนั้นนานที่สุดและผู้ชมเลื่อนสายตาตามเส้นนั้น ๆ ภาพที่เห็นเส้นสายได้ทั่วไป เช่น แม่น้ำ ถนน ขอบทะเล สะพาน เป็นต้น โดยรูปแบบของเส้นมีทั้งเส้นตรง เส้นโค้ง เส้นเฉียง ฯลฯ



	<b>ใบข้อมูล</b>	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing &	หน้า
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล	44
	<b>เรื่อง</b> การใช้ Application สมาร์ทโฟนตัดต่อวิดีโอ	หัวข้อวิชา : การใช้ Application สมาร์ทโฟนตัดต่อวิดีโอ	
		งานย่อยที่ 5	เวลา 3 ชั่วโมง

### ความสมมาตร (Symmetry)


ให้จุดสนใจอยู่ที่กลางภาพ  
ระหว่างความพอดี



### มุมมอง (Viewpoint)

มุมมองของการถ่ายภาพเป็นสิ่งสำคัญในการทำให้ภาพ  
น่าสนใจ การถ่ายภาพหรือวาดภาพในระดับสายตา บางครั้งอาจ  
ทำให้ภาพดูธรรมดา ไม่โดดเด่น แต่ถ้ามีการเปลี่ยนมุมมอง เช่น  
มุมก้ม มุมเงย มุมตะแคง หรือมุมกลับ สามารถทำให้ภาพดู  
แปลกตา นำมมองขึ้นมาทันที

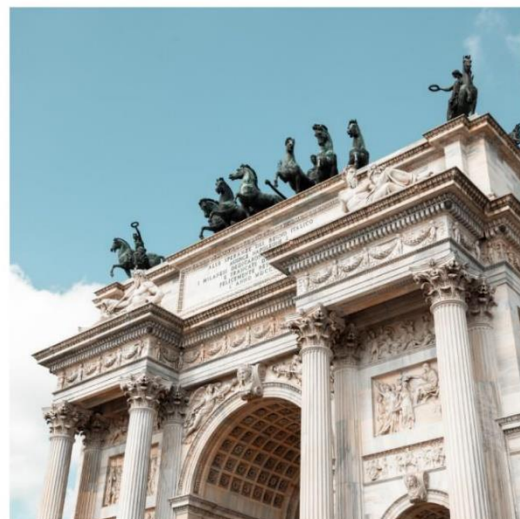



	ใบข้อมูล	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing &	หน้า	
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล	45	
	เรื่อง การใช้ Application สมาร์ทโฟนตัดต่อวิดีโอ	หัวข้อวิชา : การใช้ Application สมาร์ทโฟนตัดต่อวิดีโอ		
		งานย่อยที่ 5	เวลา 3 ชั่วโมง	



### ฉากหลัง (Background)

ในบางครั้งองค์ประกอบของภาพทุกชิ้นสวยงาม แต่เมื่อมองในภาพรวมแล้วไม่มีอะไรโดดเด่น อาจเนื่องมาจากใช้องค์ประกอบมากเกินไป หรือฉากหลังแย่งความสนใจ ดังนั้นความเรียบง่ายเป็นการจัดองค์ประกอบที่มีพลัง ถ่ายด้วยพื้นหลังที่ไม่รกหรือซับซ้อน ช่วยให้ภาพดูสบายตา เพลิดเพลิน




	<b>ใบข้อมูล</b>	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing &	หน้า
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล	46
<b>เรื่อง</b> การใช้ Application สมาร์ทโฟนตัดต่อวิดีโอ	หัวข้อวิชา : การใช้ Application สมาร์ทโฟนตัดต่อวิดีโอ		เวลา 3 ชั่วโมง
	งานย่อยที่ 5		

### ความลึก (Depth)

ภาพถ่ายธรรมดาทั่วไป ปกติจะเป็นแบบ 2 มิติ ถ้าต้องการเพิ่มความสนใจให้กับภาพ อาจเพิ่มมิติความลึก ปรับน้ำหนักความสว่างของแสงหรือสีระหว่างวัตถุกับฉากหลังให้แตกต่างกัน เมื่อจัดวางดีแล้วจะทำให้ภาพมีความลึกมากขึ้น และทำให้ภาพดูน่าสนใจ



	ใบข้อมูล	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing &	หน้า	
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล	47	
	เรื่อง การใช้ Application สมาร์ทโฟนตัดต่อวิดีโอ	หัวข้อวิชา : การใช้ Application สมาร์ทโฟนตัดต่อวิดีโอ		
		งานย่อยที่ 5		เวลา 3 ชั่วโมง

## กรอบภาพ (Framing)


การจัดภาพให้มีกรอบภาพโดยอาศัยธรรมชาตินี้ เป็นเทคนิคที่ช่วยให้ภาพมีมิติและเพิ่มจุดสนใจให้ดูเด่นขึ้น



## พื้นที่ว่างด้านบน (Headroom)

พื้นที่ว่างด้านบน



	ใบข้อมูล	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing &	หน้า
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล	48
	เรื่อง การใช้ Application สมาร์ทโฟนตัดต่อวิดีโอ	หัวข้อวิชา : การใช้ Application สมาร์ทโฟนตัดต่อวิดีโอ	
		งานย่อยที่ 5	เวลา 3 ชั่วโมง

..... คำศัพท์การเคลื่อนไหวกล้อง
X

## Pan

การเคลื่อนกล้อง  
ไปในแนวนอน

## Tilt

การเคลื่อนกล้อง  
ไปในแนวตั้ง

## Zoom


การทำให้ภาพใกล้ /  
ไกลโดยไม่  
เคลื่อนย้ายกล้อง

---

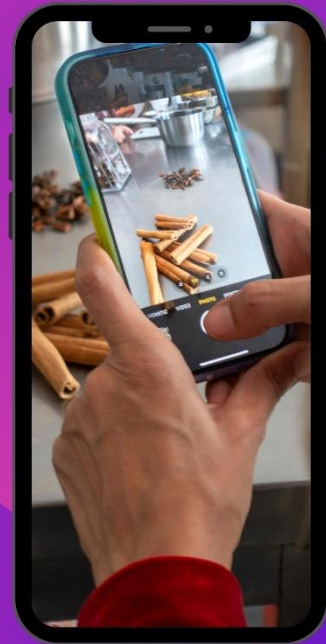
..... คำศัพท์การเคลื่อนไหวกล้อง
X

## Dolly

การเคลื่อนกล้องเข้า  
หาวัตถุที่ถ่าย


	ใบข้อมูล	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing &	หน้า	
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล	49	
	เรื่อง การใช้ Application สมาร์ทโฟนตัดต่อวิดีโอ	หัวข้อวิชา : การใช้ Application สมาร์ทโฟนตัดต่อวิดีโอ		
		งานย่อยที่ 5	เวลา 3 ชั่วโมง	

## กระบวนการผลิตวิดีโอ



### กระบวนการผลิตวิดีโอ ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ได้แก่

1. ขั้นตอนการผลิต (Pre - Production)
2. ขั้นตอนการผลิต (Production)
3. ขั้นตอนหลังการผลิต (Post - Production)

	ใบข้อมูล	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing &		หน้า
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล		50
	เรื่อง การใช้ Application สมาร์ทโฟนตัดต่อวิดีโอ	หัวข้อวิชา : การใช้ Application สมาร์ทโฟนตัดต่อวิดีโอ		
		งานย่อยที่ 5	เวลา 3 ชั่วโมง	


## 1.ขั้นก่อนการผลิต (Pre-Production)

เป็นขั้นตอนแรกในการทำคลิป VDO แบ่งได้ 3 ขั้นตอนใหญ่ๆ คือ

1. การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย กลุ่มเป้าหมายที่เข้าชมเป็นวัยใด เพื่อปรับสื่อให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น วัยรุ่น วัยทำงาน วัยสูงอายุ

## 1.ขั้นก่อนการผลิต (Pre-Production)

2. การเขียนบทเป็นการวางโครงเรื่องในการทำคลิปวิดีโอ  
- กำหนดวัตถุประสงค์ของการผลิตคลิป เช่น เพื่อให้บรรลุผลการประหยัดน้ำ เพื่อรณรงค์ฉีดวัคซีนป้องกันโควิด เพื่อนำหรือประชาสัมพันธ์สถานที่ที่เกี่ยวข้อง

	ใบข้อมูล	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing &	หน้า	
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล	51	
	เรื่อง การใช้ Application สมาร์ทโฟนตัดต่อวิดีโอ	หัวข้อวิชา : การใช้ Application สมาร์ทโฟนตัดต่อวิดีโอ		
		งานย่อยที่ 5	เวลา 3 ชั่วโมง	


## 1.ขั้นก่อนการผลิต (Pre-Production)

- ศึกษาค้นคว้า หรือรวบรวมข้อมูล เป็นการศึกษาค้นคว้า หรือรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่างๆ จากอินเทอร์เน็ต การสัมภาษณ์ การสนทนา
- กำหนดเนื้อหา (content) และระยะเวลาการนำเสนอ

## VDO Content ควรยาวเท่าไรในแต่ละแพลตฟอร์ม

- Tiktok  
เป็นแพลตฟอร์ม Tiktokที่เน้นความสนุกสนาน สามารถลง Content ความยาวได้ถึง 10 นาที สำหรับความยาวที่แนะนำ 7-15 วินาที เหมาะสมมากที่สุด สั้นกระชับสามารถดึงดูดผู้ชมได้ดี อย่างไรก็ตามแต่ละ Content ก็จะมี ความเหมาะสมที่แตกต่างกัน



	ใบข้อมูล	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing &	หน้า	
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล	52	
	เรื่อง การใช้ Application สมาร์ทโฟนตัดต่อวิดีโอ	หัวข้อวิชา : การใช้ Application สมาร์ทโฟนตัดต่อวิดีโอ		
		งานย่อยที่ 5		เวลา 3 ชั่วโมง

## VDO Content ควรยาวเท่าไรในแต่ละแพลตฟอร์ม

### - Facebook


Facebook สามารถโพสต์วิดีโอได้ที่ความยาว 4 ชั่วโมงของคลิป Facebook ที่เหมาะสมจะอยู่ที่ราว 1 นาทีหรือน้อยกว่าเท่านั้น จึงควรทำคลิปให้กระชับ ตรงประเด็น เข้าใจง่าย Stories แนะนำไม่เกิน 15 วินาที Reels แนะนำไม่เกิน 60 วินาที และ วิดีโอบน Watch 3 นาทีขึ้นไป

## VDO Content ควรยาวเท่าไรในแต่ละแพลตฟอร์ม

### - Instagram

เน้นรูปภาพและวิดีโอเป็นส่วนใหญ่ Stories ความยาวแนะนำ 15 วินาที โดยเน้นดูเฉพาะผู้ที่เราติดตาม และ Reels เวลาที่แนะนำ 15 - 60 วินาที



	ใบข้อมูล	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing &	หน้า
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล	53
	เรื่อง การใช้ Application สมาร์ทโฟนตัดต่อวิดีโอ	หัวข้อวิชา : การใช้ Application สมาร์ทโฟนตัดต่อวิดีโอ	
		งานย่อยที่ 5	เวลา 3 ชั่วโมง

## VDO Content ควรยาวเท่าไรในแต่ละแพลตฟอร์ม

### - Youtube


ปัจจุบัน Youtubeรองรับคลิปที่มีขนาดมากที่สุดถึง 128 GB (ความยาวเฉลี่ย 12 ชั่วโมงหรือมากกว่า) ได้มีการนำ Youtube shots เวลาที่แนะนำ 7-15 วินาที ที่เป็นวิดีโอสั้นเข้ามาเพิ่มเติม และ Video Ads 15-20 วินาทีทำให้ช่วงความยาวที่ “เหมาะสม” ของวิดีโอบน YouTube เฉลี่ยอยู่ที่ราว 2 - 10 นาทีขึ้นไป (ขึ้นอยู่กับประเภทของคอนเทนต์)



## 1.ขั้นก่อนการผลิต (Pre-Production)

### - จัดทำบทภาพร่าง (story board)

สตอรี่บอร์ด (Storyboard) เป็นการวางลำดับโครงเรื่อง ตั้งแต่ต้นคลิปถึงจบในการถ่ายทำวิดีโอ โดยจะใส่รายละเอียดในแต่ละฉาก เช่น ฉากที่ 1 ถ่ายทำสถานที่ไหน มีบทพูดอย่างไร ใช้เสียงดนตรีอะไรประกอบเพื่อทำให้คลิปวิดีโอมีสมบูรณ์


	ใบข้อมูล	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing &		หน้า
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล		54
	เรื่อง การใช้ Application สมาร์ทโฟนตัดต่อวิดีโอ	หัวข้อวิชา : การใช้ Application สมาร์ทโฟนตัดต่อวิดีโอ		
		งานย่อยที่ 5	เวลา 3 ชั่วโมง	

## 2. ขั้นตอนการผลิต (Production)

- ขั้นตอนการผลิตเป็นขั้นตอนการถ่ายทำจริง ซึ่งได้แก่ การแสดง การกำกับรายการ การบันทึกภาพและเสียง ตามสถานที่ที่ปรากฏในบทที่เขียนขึ้น เป็นต้น

## 3. ขั้นตอนหลังการผลิต (Post - Production)


ขั้นตอนหลังการผลิตเป็นขั้นตอนสุดท้ายในการผลิตวิดีโอ  
 ขั้นตอนนี้จะเป็นการตัดต่อภาพและเสียง การลงเสียงบรรยายเพิ่มเติม การใส่เทคนิคพิเศษด้านภาพ (special effect) เทคนิคพิเศษด้านเสียง (sound effect) รวมทั้งการเผยแพร่สู่มวลชน (distribution)

	<b>ใบข้อมูล</b>	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing &	หน้า 55
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล	
	<b>เรื่อง</b> การใช้ Application สมาร์ทโฟนตัดต่อวิดีโอ	หัวข้อวิชา : การใช้ Application สมาร์ทโฟนตัดต่อวิดีโอ	
		งานย่อยที่ 5	เวลา 3 ชั่วโมง



## ขั้นตอนการเขียนบทวิดีโอ


- กำหนดวัตถุประสงค์ประสงค์ของการผลิตวิดีโอ
- กำหนดกลุ่มเป้าหมาย
- ศึกษาค้นคว้าหรือรวบรวมข้อมูล
- กำหนดเนื้อหา (content) และระยะเวลาการนำเสนอ
- จัดทำบทภาพร่าง (story board)



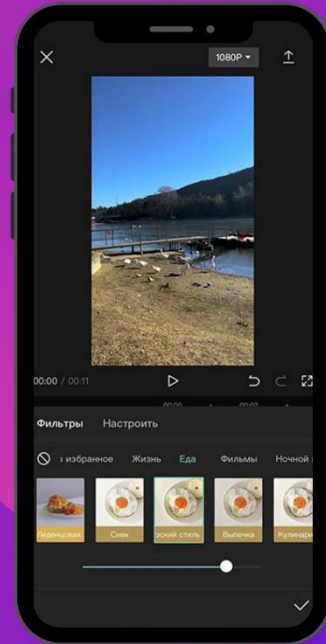
## ฝึกปฏิบัติ

ให้เขียนบทผลิตวิดีโอ ในเรื่องที่น่าสนใจ 1 เรื่อง เพื่อจะนำไปทำคลิป VDO เช่น

- สอนทำอาหารเมนูต่างๆ
- แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว
- ประโยชน์พืชสมุนไพร
- ขายสินค้า/ผลิตภัณฑ์ชุมชน เป็นต้น

	<b>ใบข้อมูล</b>	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing &	หน้า
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล	56
<b>เรื่อง</b> การใช้ Application สมาร์ทโฟนตัดต่อวิดีโอ	หัวข้อวิชา : การใช้ Application สมาร์ทโฟนตัดต่อวิดีโอ		เวลา 3 ชั่วโมง
	งานย่อยที่ 5		


## การใช้ Capcut ตัดต่อ VDO



## CapCut

CapCut เป็นแอปพลิเคชันบนมือถือและยังมีโปรแกรมที่ติดตั้งบนเครื่องคอมพิวเตอร์ ซึ่งเหมาะสำหรับตัดต่อวิดีโอในขนาดสั้น ๆ คุณสมบัติของ Capcut

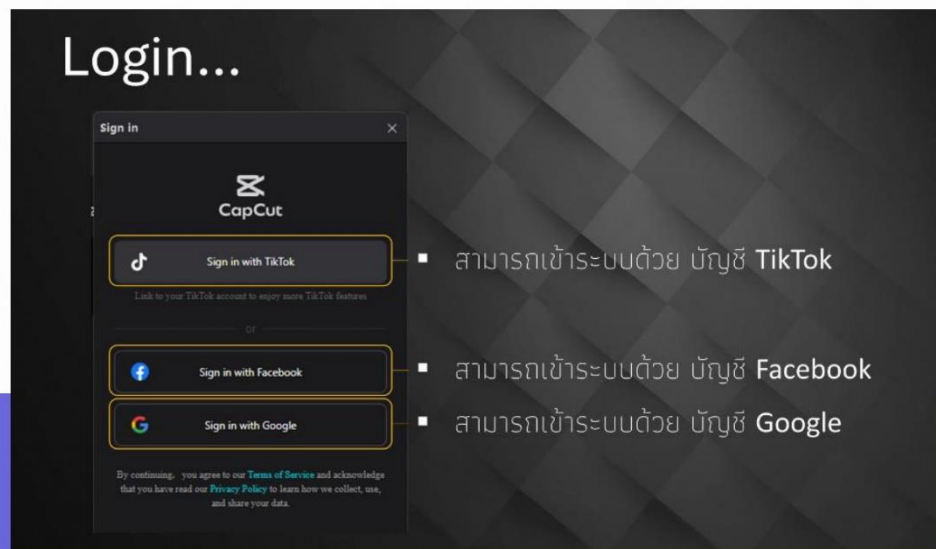
- เป็นโปรแกรมตัดต่อสำหรับสาย Content ต่างๆ
- ใช้งานง่ายพร้อมลูกเล่น Effect มากมาย
- Download ลงเครื่องโดยไม่มีลายน้ำของโปรแกรม
- รองรับทุก Platform
- สมัครสมาชิกด้วยบัญชี TikTok / google และ Facebook
- เหมาะกับการทำเป็นคลิปสั้น ๆ
- สามารถส่งออก VDO ไปยังบัญชีของ TikTok ได้อย่างง่ายดาย


	ใบข้อมูล	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing &	หน้า
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล	57
	เรื่อง การใช้ Application สมาร์ทโฟนตัดต่อวิดีโอ	หัวข้อวิชา : การใช้ Application สมาร์ทโฟนตัดต่อวิดีโอ	
		งานย่อยที่ 5	เวลา 3 ชั่วโมง

## ดาวน์โหลดแอปพลิเคชัน Capcut



- เข้าสู่ Capcut ด้วยบัญชีของ Tiktok / facebook หรือ อีเมล Google




	ใบข้อมูล	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing &	หน้า
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล	58
	เรื่อง การใช้ Application สมาร์ทโฟนตัดต่อวิดีโอ	หัวข้อวิชา : การใช้ Application สมาร์ทโฟนตัดต่อวิดีโอ	งานย่อยที่ 5

- สามารถเลือกแม่แบบจาก Capcut ในการสร้าง VDO > เลือกเมนูแม่แบบ

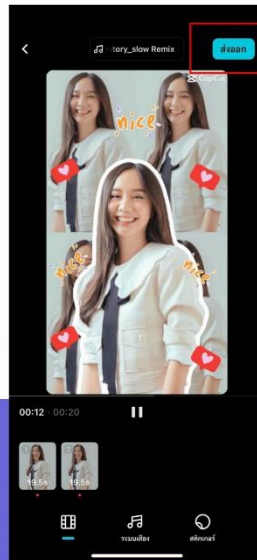


2. เลือกเมนูแม่แบบที่ต้องการ > ใช้เทมเพลต > เลือกรูปที่ต้องการมือถือ




	ใบข้อมูล	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing & หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล	หน้า 59
	เรื่อง การใช้ Application สมาร์ทโฟนตัดต่อวิดีโอ	หัวข้อวิชา : การใช้ Application สมาร์ทโฟนตัดต่อวิดีโอ งานย่อยที่ 5	เวลา 3 ชั่วโมง

### 3. รูปที่เลือกปรากฏในเกมเพลทนั้น > กดส่งออก



### 4. สามารถกดบันทึกลงมือถือ หรือ แชร์ไปยัง Tiktok




	<b>ใบข้อมูล</b>	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing &	หน้า
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล	60
เรื่อง การใช้ Application สมาร์ทโฟนตัดต่อวิดีโอ	หัวข้อวิชา : การใช้ Application สมาร์ทโฟนตัดต่อวิดีโอ		เวลา 3 ชั่วโมง
	งานย่อยที่ 5		

### 5. สามารถแชร์ผ่านแพลตฟอร์มอื่นได้



### สร้าง VDO > กดโปรเจกต์ใหม่




	<b>ใบข้อมูล</b>	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing &	หน้า 61
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล	
	<b>เรื่อง</b> การใช้ Application สมาร์ทโฟนตัดต่อวิดีโอ	หัวข้อวิชา : การใช้ Application สมาร์ทโฟนตัดต่อวิดีโอ	
		งานย่อยที่ 5	เวลา 3 ชั่วโมง

## สร้าง VDO > กดโปรเจกต์ใหม่



## 5. สามารถแชร์ผ่านแพลตฟอร์มอื่นได้




	<b>ใบข้อมูล</b>	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing &	หน้า
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล	62
	เรื่อง การใช้ Application สมาร์ทโฟนตัดต่อวิดีโอ	หัวข้อวิชา : การใช้ Application สมาร์ทโฟนตัดต่อวิดีโอ	งานย่อยที่ 5

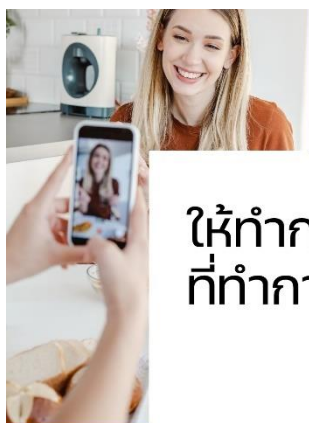
### ใช้เครื่องมือในการปรับแต่ง VDO ตามต้องการ



### สามารถแชร์ลงแพลตฟอร์มต่างๆ ได้




	ใบข้อมูล	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing &	หน้า
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล	63
	เรื่อง การใช้ Application สมาร์ทโฟนตัดต่อวิดีโอ	หัวข้อวิชา : การใช้ Application สมาร์ทโฟนตัดต่อวิดีโอ	
		งานย่อยที่ 5	เวลา 3 ชั่วโมง





## ฝึกปฏิบัติ


ให้ทำการสร้าง VDO ตามที่ได้เขียนในสตอรี่บอร์ด  
ที่ทำการออกแบบไว้

	<b>ใบงาน</b>	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing &		หน้า 64
		หน่วยการเรียนรู้ : เทคโนโลยีดิจิทัล (DT)		
	<b>เรื่อง</b> การใช้ Application สมาร์ทโฟนตัดต่อวิดีโอ	หัวข้อวิชา : การใช้ Application สมาร์ทโฟนตัดต่อวิดีโอ		
		งานย่อย 2	เวลา 2 ชั่วโมง	
<p>ให้ผู้รับการฝึกปฏิบัติงานต่อไปนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ฝึกปฏิบัติเกี่ยวกับการการออกแบบ และสร้างภาพเคลื่อนไหว โดยใช้สมาร์ทโฟนถ่ายภาพ VDO</li> </ul>				

	ใบทดสอบ	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing &	หน้า
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล	65
	เรื่อง การใช้ Application สมาร์ทโฟนตัดต่อวิดีโอ	หัวข้อวิชา : การใช้ Application สมาร์ทโฟนตัดต่อวิดีโอ	
		งานย่อย 2	เวลา 10 นาที
<p>1. เทคนิคการถ่ายวิดีโอด้วยโทรศัพท์มือถือประกอบด้วยอะไรบ้าง</p> <p><b>ตอบ</b></p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>			
ชื่อผู้รับการฝึก	วัน/เดือน/ปี	ผลคะแนน	

	ใบเฉลี่ย	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing &		หน้า
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล		66
	เรื่อง การใช้ Application สมาร์ท โฟนตัดต่อวิดีโอ	หัวข้อวิชา : การใช้ Application สมาร์ทโฟนตัดต่อวิดีโอ		
		งานย่อย 2	เวลา 10 นาที	
<p><b>เฉลยแบบทดสอบ</b></p> <p>เทคนิคการถ่ายวิดีโอด้วยโทรศัพท์มือถือประกอบด้วย</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. คิดวางแผนก่อนถ่ายวิดีโอ</li> <li>2. เช็คล้องโทรศัพท์มือถือ</li> <li>3. ทักษะวิสัยในการถ่ายชัดเจนนดี</li> <li>4. ควรใช้สองมือในการจับโทรศัพท์มือถือ</li> <li>5. ควรถ่ายวิดีโอในแนวนอน</li> <li>6. ความสว่างพอเหมาะ</li> <li>7. หลีกเลี่ยงการขม</li> <li>8. มุมกล้องที่หลากหลายช่วยในการเล่าเรื่อง</li> </ol>				
ชื่อผู้รับการฝึก		วัน/เดือน/ปี		ผลคะแนน

	<b>ใบเตรียมการสอน</b>	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing &	หน้า 67
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล (DT)	
เรื่อง การสร้าง Brand และ Content Marketing	หัวข้อวิชา : การสร้าง Brand และ Content Marketing		เวลา 2 ชั่วโมง
	งานย่อย 3		
วัตถุประสงค์ : เพื่อให้ผู้รับการฝึกเรียนรู้เกี่ยวกับภาพรวมธุรกิจออนไลน์ในปี 2019 Value proposition			
วิธีการสอน : บรรยาย,			
หัวข้อสำคัญ : การสร้างแบรนด์ในยุค 4.0 การออกแบบคอนเทนต์ เพื่อสร้างแบรนด์และขายของออนไลน์ การนำภาพ สินค้า หรือ VOO ไปใช้ และเคล็ดลับการใช้สื่อใน Digital Marketing tools ต่างๆ			
อุปกรณ์ช่วยฝึก : 1. ชุดคอมพิวเตอร์ช่วยฝึก			
การมอบหมายงาน : - ใบทดสอบ			
การวัดผลและประเมินผล : - ผลการทำใบทดสอบ			
หนังสืออ้างอิง : สื่อออนไลน์อิเล็กทรอนิกส์ <a href="https://contentshifu.com/pillar/content-marketing">https://contentshifu.com/pillar/content-marketing</a>			

	<b>ใบข้อมูล</b>	หลักสูตร :การทำ Video Content Marketing	หน้า
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล	68
<b>เรื่อง</b> การสร้าง Brand และ Content Marketing เพื่อบุกตลาดออนไลน์	หัวข้อวิชา : การสร้าง Brand และ Content Marketing เพื่อบุกตลาดออนไลน์		เวลา 2 ชั่วโมง
	งานย่อยที่ 3		

### Content Marketing คืออะไร

**Content Marketing คือ** กลยุทธ์การตลาดด้วยคอนเทนต์ มาจาก 2 คำ ได้แก่ “Content” ที่หมายถึง เนื้อหาหรือสาร (Message) รวมกับคำว่า “Marketing” ที่หมายถึง การตลาด เราจึงพอสรุปได้ว่า Content Marketing คือ การทำคอนเทนต์เพื่อจุดประสงค์ทางการตลาด ไม่ว่าจะ เป็นเพื่อส่งมอบคุณค่าหรือความรู้ ดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย สร้างการจดจำแบรนด์ กระตุ้นการตัดสินใจ ฯลฯ

จากนิยามข้างต้น อาจจะฟังๆ ไปเหมือนกับ ‘การทำโฆษณา’ แต่เมื่อว่าด้วยศาสตร์ของ Content Marketing แล้ว Content Marketing ประกอบไปด้วย การวางกลยุทธ์ การวางแผน ความเป็นแบรนด์ (Brand Identity) เสมือนว่า “คอนเทนต์” ก็คือ “แบรนด์” ที่กำลังเล่าเรื่อง ให้ทั้งคนที่ไม่รู้จัก คนที่รู้จัก คนที่ติดตาม หรือลูกค้าอยู่ ..คอนเทนต์จึงไม่ใช่แค่สาร แต่หมายถึงตัวตน

การวาง Content Marketing Strategy ให้จึงเสมือนการวาง Brand Position สร้างการรับรู้ และความน่าเชื่อถือ และสื่อสารสาระสำคัญออกไปตามจุดประสงค์ทางการตลาดที่แบรนด์ต้องการ

### Content Marketing กับ Digital Marketing

คอนเทนต์ก็ถูกนำมาใช้เป็นหนึ่งในเครื่องมือทางการตลาดผ่านรูปแบบต่างๆ ผ่านกิจกรรมที่เราทำเป็นประจำในทุกวันนี้ ยกตัวอย่างเช่น เราเสิร์ชอ่านเกี่ยวกับสินค้าเพื่อเปรียบเทียบราคา คุณสมบัติ เราอ่านรีวิวร้านอาหาร/สถานที่ท่องเที่ยว/คาเฟ่ผ่านแอปฯ เราเสฟไลฟ์สไตล์ต่างๆ ผ่านสื่อออนไลน์หลากหลายรูปแบบ ซึ่งทั้งหมดที่เราเสฟ คือ “คอนเทนต์” ที่มีส่วนช่วยให้เราตัดสินใจซื้อหรือดีล

### ประโยชน์ของ Content Marketing ต่อการสร้างแบรนด์และการทำการตลาด


#### 1) สร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จัก (Awareness)

คอนเทนต์ คือ สารและเป็นเครื่องมือเชื่อมโยงระหว่างแบรนด์/องค์กรกับกลุ่มเป้าหมาย การทำคอนเทนต์ออกมา ไม่ว่าจะ เป็นคอนเทนต์ให้ความรู้บนเว็บไซต์ บนโซเชียลมีเดีย หรือการทำคอนเทนต์ไวรัล ก็เป็นการสร้างการรับรู้แบรนด์ (Awareness) ทำให้คนรู้จักแบรนด์มากขึ้น เข้าใจว่าแบรนด์เป็นแบรนด์ที่เหมาะสมกับคนแบบไหน รวมทั้ง สร้างความน่าเชื่อถือให้กับแบรนด์ด้วย

- ทำแบรนด์ให้เป็นที่รู้จัก รับรู้ภาพลักษณ์ของแบรนด์
- ทำสินค้า/บริการให้เป็นที่รู้จัก คนเข้าใจถึงประโยชน์
- คนคุ้นเคยกับแบรนด์มากขึ้น ช่วยให้การตัดสินใจหรือเลือกแบรนด์เป็นทางเลือกได้ง่ายขึ้น

#### 2) ช่วยส่งเสริมการขาย

แน่นอนว่าธุรกิจจอยากใช้คอนเทนต์ในการขาย ซึ่งนอกจากการใช้คอนเทนต์ประชาสัมพันธ์โปรโมชัน บอกส่วนลด

	<b>ใบข้อมูล</b>	หลักสูตร :การทำ Video Content Marketing	หน้า
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล	69
	<b>เรื่อง</b> การสร้าง Brand และ Content Marketing เพื่อบุกตลาดออนไลน์	หัวข้อวิชา : การสร้าง Brand และ Content Marketing เพื่อบุกตลาดออนไลน์	
		งานย่อยที่ 3	เวลา 2 ชั่วโมง

แจ้จ้แคมเป็ญแล้ว คอนเทนต์ยั้มีส่วนสำคั้ญในช่วง “Pre Sales” หรือก่อนเกิดการขาย ยกตัวอย่างเช่น แแบรนต์ของเราให้ควมรู้้คนเก็ยวกับการออกกำล้งกาย เม็อกลุ่มเป้าหมายเร็้ค้้นเคยและติดตาม เม็อเจอสินค้้าหรือบริการของแบรนต์ ก็ช่วยให้ต้ดสินใจได้ง้ายขึ้น เพราะไว้้วางใจ

### 3) ช่วยสร้างควมน่าเชื่อถือและนำติดตาม

การทำคอนเทนต์อย่างสม้่าเสมอและมีทิศทางที่ชัดเจน จะช่วยให้

- แแบรนต์กลายเป็น “Top of Mind” หรือตัวเล็อกแรกๆ ที่ผู้คนนึกถึง
- คนอยกติดตาม Follow แแบรนต์
- คนเชื่อถือในแบรนต์ คนต้ดสินใจง้ายขึ้น เพราะไว้้วางใจ
- แแบรนต์ได้รับการกล่าวถึง มีการ Mention หรืออ้างอิงควมรู้้

ยั้งแบรนต์พุดถึงเร็องใดซ้้าๆ เป็นประจำ และสามารถทำคอนเทนต์ที่ต้อบโจทย์ ต้อบข้อสงสัยของผู้คนได้มาก แแบรนต์ก็จะยั้งได้รับควมเชื่อถือและได้ประโยชน์ตามลิสต์ข้างต้นมากขึ้นเท่านั้น

#### ขั้นตอนเร็้ต้นสร้าง Content Marketing Strategy ให้แบรนต์

##### 1. ตั้งเป้าหมาย (Goal Setting)

วิธีการตั้งเป้าหมายของการทำ Content Marketing ก็คือการตั้งเป้าหมายการตลาด เพียงแต่ว่าเราจะใช้คอนเทนต์ในการผลักดันให้เป้าหมายเป็นจริง โดยเป้าหมายที่ดีก็ควรตั้งอยู่บนหลัก SMART ยกตัวอย่างเช่น

**S – Specific** หมายถึง เจาะจง เช่น มีคนเข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์ (ไม่ใช่ทำให้แบรนต์เป็นที่รู้้จัก)

**M – Measurable** หมายถึง สามารถวัดผลได้ เช่น จำนวนยอดวิว 10,000 ครั้ง (ระบุจำนวนที่สามารถวัดได้)


**A – Attainable** หมายถึง เป็นไปได้จริง เช่น มี Follower สะสม 3,000 คน (ไม่ใช่จำนวนที่มากเกินไป)

**R – Relevant** หมายถึง มีความเกี่ยวข้อง สอดคล้องกับเป้าหมายทางการตลาด/ธุรกิจ

**T – Time-bound** หมายถึง มีระยะเวลากำกับ เช่น มี Follower สะสม 3,000 คน ภายใน 3 เดือน เป็นต้น

ตัวอย่างตัวชี้วัด (Metrics) ที่น่าสนใจสำหรับกรวางเป้าหมายทำ Content Marketing ก็ได้แก่

- Pageview / Page visit ยอดคนเยี่ยมชมเว็บไซต์
- Follower / Subscriber จำนวนผู้ติดตาม

	ใบข้อมูล	หลักสูตร :การทำ Video Content Marketing	หน้า
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล	70
	เรื่อง	หัวข้อวิชา : การสร้าง Brand และ Content Marketing เพื่อการตลาดออนไลน์	
การสร้าง Brand และ Content Marketing เพื่อการตลาดออนไลน์	งานย่อยที่ 3	เวลา 2 ชั่วโมง	

- Social Engagement; like, share, comment, tweet etc.
- Mentions การพูดถึงแบรนด์
- Page Ranking อันดับบนหน้าเสิร์ช
- Leads จำนวนว่าที่ลูกค้า
- Return on Investment (ROI) รายได้ที่ได้ต่อการลงทุน
- Cost per Acquisition ค่าใช้จ่ายต่อ 1 Action ของกลุ่มลูกค้า
- และอื่นๆ อีกมากมาย

ทั้งนี้ Metrics ข้างต้นเป็นเพียงตัวอย่างที่ยังไม่ครอบคลุมนัก ยังมีเป้าหมายที่ซับซ้อน และเป็นเชิงกลยุทธ์มากกว่านี้อีกมากมาย อย่างไรก็ตามจำไว้ว่า เป้าหมายควรสร้างผลลัพธ์กลับมาที่ธุรกิจ ไม่ว่าจะ เป็นในแง่ของการสร้างแบรนด์หรือสร้างยอดขายก็ตาม หากเป้าหมายการทำ Content Marketing ที่ตั้งไว้ ไม่กลับมาที่เป้าหมายธุรกิจก็เป็นต้นทุนและแรงที่เสียเปล่า


## 2. Landscape Research

จริงๆ แล้วในขั้นตอนที่สองนี้ เป็นสิ่งที่ต้องทำความเข้าใจกับขั้นตอนแรก เป้าหมายกับแบรนด์ & ลูกค้า ต้องไปด้วยกัน และสำหรับขั้นตอนทำ Landscape Research นั้น ก็มีอยู่ 3 เรื่องสำคัญด้วยกัน

1) เราคือใคร แบรนด์ต้องรู้จักตัวเองให้ดี ว่าเราขายอะไร คุณค่าของเราอยู่ที่ไหน จุดอ่อน-จุดแข็ง โอกาส-อุปสรรค และความแตกต่าง (Brand Position) อยู่ตรงไหน ซึ่ง Framework ยอดนิยมที่ใช้ทำความเข้าใจและกำหนดทิศทางธุรกิจก็คือ [SWOT](#)

2) ใครคือลูกค้าของเรา แบรนด์หรือผู้ส่งสารต้องรู้ว่าใครคือกลุ่มเป้าหมายที่เราจะพูดคุยด้วย Brand Personality & Position และสินค้าเหมาะกับคนกลุ่มไหน เราต้องเข้าใจสิ่งนี้เพื่อที่จะได้ ออกแบบวิธีการสื่อสาร เลือกใช้ช่องทาง และวางแผนทำ Content Strategy ได้เหมาะกับพวกเขา

3) ใครคือคู่แข่งของเรา คู่แข่งในที่นี้หมายถึง แบรนด์/องค์กรอื่นที่เป็นทางเลือกของกลุ่มเป้าหมายหรือ Persona ของเรา ซึ่งเราควรทำความรู้จักไว้เพื่อที่จะได้ศึกษากลยุทธ์ที่เขาใช้เพื่อนำมาพัฒนากลยุทธ์ของเรา หรือหาทางดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้มาติดตามเราได้มากขึ้น

	ใบข้อมูล	หลักสูตร :การทำ Video Content Marketing	หน้า
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล	71
	เรื่อง	หัวข้อวิชา : การสร้าง Brand และ Content Marketing เพื่อบุกตลาดออนไลน์	
การสร้าง Brand และ Content Marketing เพื่อบุกตลาดออนไลน์	งานย่อยที่ 3	เวลา 2 ชั่วโมง	

### 3. Brand Voice

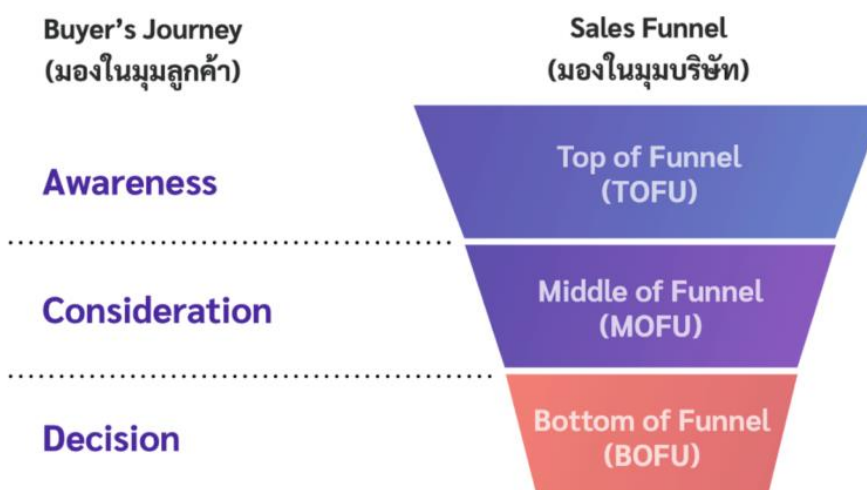
Brand Voice คือ น้ำเสียงและท่าทีในการสื่อสารของแบรนด์ ซึ่งนอกจากเรื่องของภาษาที่ใช้พูดและเขียนแล้ว Brand Voice ยังหมายถึง องค์ประกอบอื่นๆ ที่บ่งบอกลักษณะหรือ **คาแรกเตอร์ของแบรนด์**ด้วย ได้แก่ สีที่ใช้ โลโก้ แนวทางการใช้รูปภาพ แนวคิดทางการติดต่อเสียงและวิดีโอ ตลอดจนผู้พูด/ผู้เขียน ฯลฯ ซึ่งเราอาจเรียกรวมๆ ว่า **Brand Identity**

“น้ำเสียง” ที่แบรนด์ควรเลือกใช้ควรกำหนดให้ชัดเจนว่า เด็กหรือผู้ใหญ่ จริงจังหรือขี้เล่นมากน้อยเท่าไร เพื่อที่จะได้สร้าง Branding ให้แข็งแกร่งผ่านการใช้น้ำเสียงอย่างสม่ำเสมอจนผู้คนคุ้นเคยและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย (Persona) ได้


### 4. Buyer Persona & Buyer Journey

ในขั้นตอนนี้ เราต้องเข้าใจเรื่องของ “Buyer’s Journey” เพิ่มเติม นั่นคือ ระยะ/ขั้นตอนการตัดสินใจของลูกค้า เราต้องรู้ว่าเขากำลังมีปัญหาอะไร อยากเสพอะไร ต้องการอะไร เพื่อที่เราจะได้ทำอะไร (คอนเทนต์) ออกไปได้ตรงกับความต้องการของเขาพอดี โดย **Marketing Framework** ที่ใช้ในการจับคู่ Journey กับคอนเทนต์นั้น เรามักจะใช้ **Sales Funnel**

## Buyer’s Journey vs Sales Funnel



Buyer’s Journey และ Sales Funnel

	ใบข้อมูล	หลักสูตร :การทำ Video Content Marketing	หน้า
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล	72
	เรื่อง	หัวข้อวิชา : การสร้าง Brand และ Content Marketing เพื่อการตลาดออนไลน์	
การสร้าง Brand และ Content Marketing เพื่อการตลาดออนไลน์	งานย่อยที่ 3	เวลา 2 ชั่วโมง	

จากรูปเราจะเห็นว่า Buyer's Journey กับ Sales Funnel คือ คนละมุมกัน หากเราเข้าใจ Journey ของกลุ่มลูกค้าเรา เราก็แค่ตั้งเป้าหมายหรือทำคอนเทนต์ให้ออกมาตอบโจทย์กับระยะการตัดสินใจของเขา ซึ่งในแต่ละช่วงการตัดสินใจ ก็มีหลากหลายหัวข้อและรูปแบบที่ทำได้แตกต่างกันไป


- **Awareness** ขั้นตอนนี้ คนอาจจะยังไม่รู้หรือเพิ่งรับรู้ว่ามีปัญหา มีความต้องการ คอนเทนต์ที่ควรทำจะเป็นคอนเทนต์ประเภทให้ความรู้ที่ช่วยให้เขาตระหนักถึงความสำคัญของปัญหา คอนเทนต์ที่กระตุ้นความต้องการ ทำให้เขาอยากได้ อยากเป็นเจ้าของ
- **Consideration** ขั้นตอนนี้ เป็นช่วงที่คนเข้าใจปัญหาแล้ว และกำลังพิจารณาทางเลือกต่างๆ เราควรทำคอนเทนต์ที่ช่วยให้เขาพิจารณา (เลือกเรา) ได้ง่ายขึ้น เช่น ให้อายัดละเอียดสินค้า เปรียบเทียบข้อดี-ข้อเสีย แสดงความคุ้มค่า ให้ลองใช้ฟรี ฯลฯ
- **Decision** ขั้นตอนนี้ การที่คนตัดสินใจเลือกทางเลือก ซึ่งอาจเป็นตัวแบรนด์ สินค้า หรือบริการแล้ว สิ่งที่เราต้องทำก็คือการเสริมคอนเทนต์ที่ช่วยให้เขาซื้อ (Deal) ได้สำเร็จ เช่น บอกวิธีการซื้อ ช่องทางชำระให้โลเคชั่น เป็นต้น

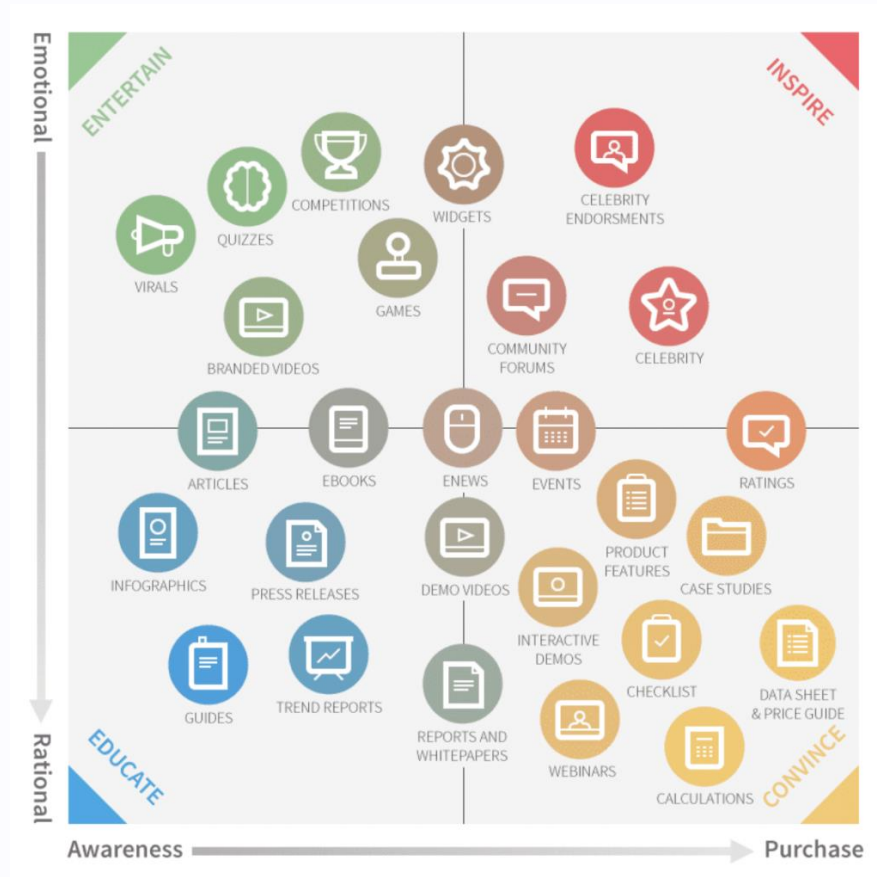
### 5. Content Strategy

Content Strategy คือ กลยุทธ์ในการวางแผนคอนเทนต์ว่าเราจะทำอะไร รูปแบบไหน ทำปริมาณเท่าไร เพื่อให้ตอบโจทย์กับเป้าหมายทางการตลาดและธุรกิจ ดังนั้น Content Strategy ของแต่ละเจ้าแต่ละแบรนด์ก็แตกต่างกันไป

ในขั้นตอนการวางแผน Content Strategy เราก็จะเอาข้อมูลจากการทำ Landscape research, persona และความรู้เรื่อง Buyer Journey มาประมวลผลความคิด วิเคราะห์ และตัดสินใจเลือกทำคอนเทนต์

แต่ถ้ายังไม่คิดไม่ออกว่าจะทำคอนเทนต์อะไรดี ลองใช้ Content Matrix ช่วยดู

	<b>ใบข้อมูล</b>	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing	หน้า
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล	73
	เรื่อง การสร้าง Brand และ Content Marketing เพื่อบุกตลาดออนไลน์	หัวข้อวิชา : การสร้าง Brand และ Content Marketing เพื่อบุกตลาดออนไลน์	
		งานย่อยที่ 3	เวลา 2 ชั่วโมง




Content Marketing Matrix

ที่มารูปภาพ [smartinsights.com](http://smartinsights.com)

แผนภาพข้างต้น จะแบ่งออกเป็น 4 ช่องตามจุดประสงค์ของคอนเทนต์ ได้แก่

1. Entertain คอนเทนต์เพื่อมอบความบันเทิง มอบความสุข สนุกสนาน
2. Inspire คอนเทนต์แนวสร้างแรงบันดาลใจหรือกระตุ้นให้อยากซื้อ อยากลงมือทำ
3. Educate คอนเทนต์ให้ความรู้ สร้างความน่าเชื่อถือ
4. Convince คอนเทนต์เพื่อชักชวน เชิญชวนให้เข้ามาใช้ เข้ามาลอง

นอกจากนี้ แกนแนวตั้ง คือ การตัดสินใจของลูกค้าหรือ Audience ว่าใช้อารมณ์ (Emotional) หรือเหตุผล (Rational) มากกว่ากัน ส่วนแกนแนวนอน คือ ผลลัพธ์ของคอนเทนต์ ว่าช่วยสร้างการรับรู้ (Awareness) หรือปิดการขาย (Purchase) มากกว่ากัน

	<b>ใบข้อมูล</b>	หลักสูตร :การทำ Video Content Marketing	หน้า
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล	74
<b>เรื่อง</b> การสร้าง Brand และ Content Marketing เพื่อบุกตลาดออนไลน์	หัวข้อวิชา : การสร้าง Brand และ Content Marketing เพื่อบุกตลาดออนไลน์		เวลา 3 ชั่วโมง
	งานย่อยที่ 3		

- สินค้า/บริการของคุณเหมาะกับคอนเทนต์แบบไหน?
- กลุ่มเป้าหมายหรือ Audience ของคุณต้องการคอนเทนต์แบบไหนเพื่อช่วยในการตัดสินใจ?
- คอนเทนต์แบบไหนที่คนจะตัดสินใจติดตามแบรนด์?

เชื่อว่าถ้าคุณตอบได้ชัดเจน คุณก็พอจะมีคำตอบในใจบ้างแล้ว ว่าควรทำคอนเทนต์อะไร ปริมาณเท่าไร จึงจะสามารถตอบผลลัพธ์ทางการตลาดที่ต้องการได้


**อ่านเพิ่มเติม:** [อุตสาหกรรมของคุณควรทำคอนเทนต์แบบไหน ให้ Content Matrix ช่วยตอบ](#)

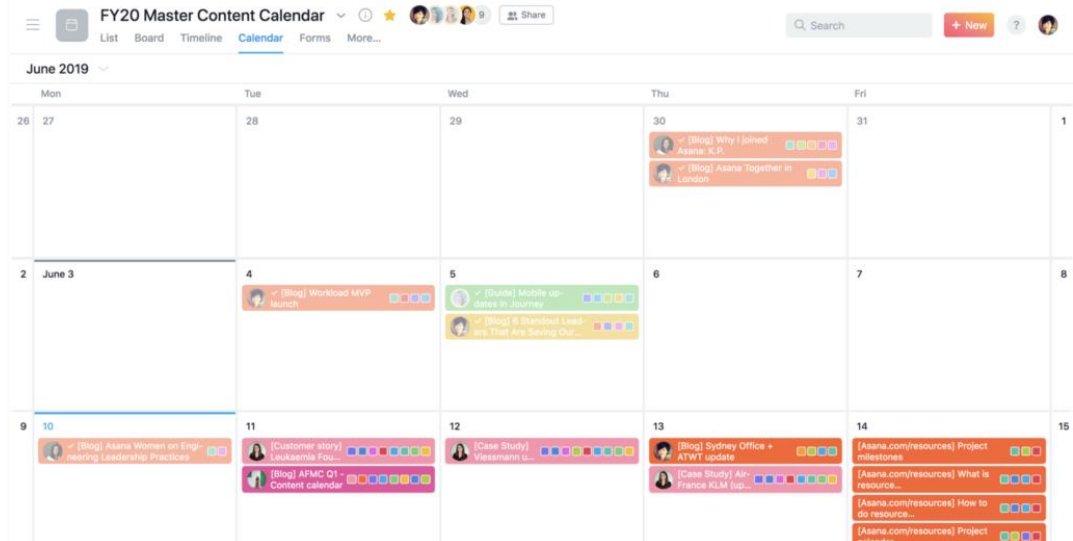
## 6. Content Creation

ขั้นตอนการผลิตคอนเทนต์กันแล้ว ในขั้นตอนนี้ เราก็ปรับแผน Content Strategy นำหัวข้อรูปแบบคอนเทนต์ และจำนวนที่ตั้งใจจะทำ มาวางแผนการดำเนินการผลิตคอนเทนต์ ซึ่งแผนเราอาจจะใช้ Excel หรือ Google Sheet ในการวางแผนก็ได้ หรือถ้าให้ดี ขอแนะนำว่าให้ใช้ซอฟต์แวร์จำพวก Project Management หรือ Content Calendar มาใช้ เพราะจะใช้ง่ายกว่า สามารถมอบหมายงานให้ทีม หรือคุยกันผ่านเครื่องมือได้เลย

สำหรับการวางแผนทำคอนเทนต์ง่ายๆ สิ่งที่ต้องมีก็ได้แก่

- Task หรือคอนเทนต์ที่จะทำ รวมทั้ง รวมทั้งหัวข้อ
- รายละเอียดงาน บริฟ หรือไอเดีย
- วันที่งานต้องเสร็จ (Due Date)
- วันเผยแพร่ผลงาน (Publish Date)
- ผู้รับผิดชอบ เช่น Author, Designer, Video Creator
- แคมเปญและจุดประสงค์ของผลงาน
- ช่องทางที่เผยแพร่ เช่น เว็บไซต์, อีเมล, Social Media, YouTube

	<b>ใบข้อมูล</b>	หลักสูตร :การทำ Video Content Marketing	หน้า
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล	75
	เรื่อง การสร้าง Brand และ Content Marketing เพื่อบุคลิกตลาดออนไลน์	หัวข้อวิชา : การสร้าง Brand และ Content Marketing เพื่อบุคลิกตลาดออนไลน์	
		งานย่อยที่ 3	เวลา 3 ชั่วโมง




## 7. Content Promotion

วางแผนเสร็จ สร้างสรรค์คอนเทนต์เสร็จ เราก็กต้องเผยแพร่ ซึ่งจริงๆ เรื่องแผนการเผยแพร่หรือโปรโมตคอนเทนต์ ไม่ว่าจะเป็นบล็อก วิดีโอ หรือ Social Post เราควรวางแผนไปพร้อมกันกับแผนการผลิต ระบุคอนเทนต์รูปแบบใดจะเผยแพร่ช่องทางไหน ช่วงเวลาไหน ต้อง Real-time หรือเปล่า เพราะไม่ใช่ว่าปล่อยได้ทุกเวลาหรือทุกช่องทางแล้วจะได้ผลลัพธ์ที่ดีเหมือนกัน

### สรุปการทำ Content Marketing ให้สำเร็จ ตอบโจทย์ธุรกิจ

การทำ Content Marketing คือ การที่แบรนด์สื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายโดยใช้คอนเทนต์เป็นสื่อกลาง ไม่ว่าจะเป็นเพื่อแจ้งเพื่อทราบ เพื่อชักชวน เพื่อให้ความรู้ ฯลฯ มีส่วนช่วยในการสร้างแบรนด์ ทำแบรนด์ให้เป็นที่ยอมรับ และแข็งแกร่งมากขึ้น ภายใต้น้ำเสียงหรือสไตล์ของแบรนด์

สิ่งที่คนทำ Content Marketing ควรให้ความสำคัญ คือ “Audience Centricity” ยึดผู้รับสารเป็นศูนย์กลาง เพราะในโลกที่คอนเทนต์ทะลักล้น คอนเทนต์ที่เป็นประโยชน์ ตอบสนองความต้องการของผู้รับสารเท่านั้นถึงจะอยู่รอดได้


	<b>ใบงาน</b>	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing &		หน้า 76
		หน่วยการเรียนรู้ : เทคโนโลยีดิจิทัล (DT)		
	เรื่อง การสร้าง Brand และ Content Marketing	หัวข้อวิชา : การสร้าง Brand และ Content Marketing		
		งานย่อย 3	เวลา 2 ชั่วโมง	

ให้ผู้รับการฝึกปฏิบัติงานต่อไปนี้

- ฝึกปฏิบัติเกี่ยวกับการออกแบบคอนเทนต์ โดยนำภาพสินค้า หรือ VOO ไปใช้เพื่อสร้างแบรนด์ และขายของออนไลน์



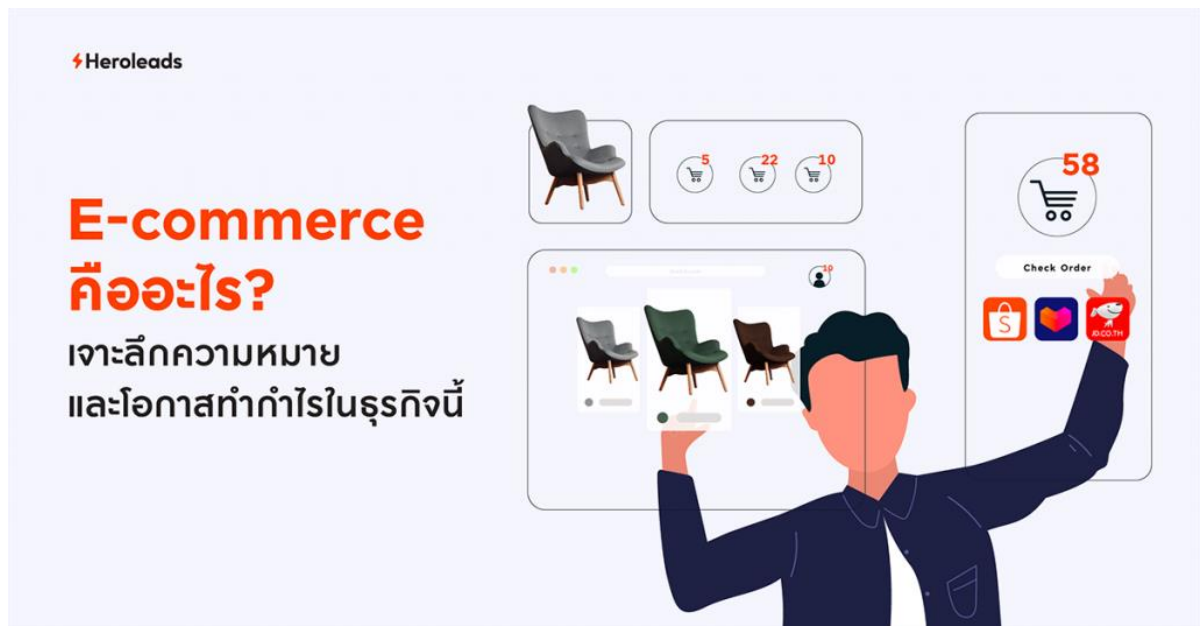
	<b>ใบทดสอบ</b>	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing &	หน้า
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล	77
	เรื่อง การสร้าง Brand และ Content Marketing	หัวข้อวิชา : การสร้าง Brand และ Content Marketing เพื่อบुकตลาดออนไลน์	3
<p>1. Content Marketing คืออะไร</p> <p><b>ตอบ</b></p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>			
ชื่อผู้รับการฝึก	วัน/เดือน/ปี	ผลคะแนน	

	ใบเฉลี่ย	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing & หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล	หน้า 78
	เรื่อง การสร้าง Brand และ Content Marketing	หัวข้อวิชา : การสร้าง Brand และ Content Marketing เพื่อbukตลาดออนไลน์	
		งานย่อย 3	เวลา 10 นาที
<p><b>เฉลยแบบทดสอบ</b></p> <p>1. Content Marketing คืออะไร</p> <p><b>ตอบ</b> Content Marketing คือ กลยุทธ์การตลาดด้วยคอนเทนต์ มาจาก 2 คำ ได้แก่ “Content” ที่หมายถึง เนื้อหาหรือสาร (Message) รวมกับคำว่า “Marketing” ที่หมายถึง การตลาด เราจึงพอสรุปได้ว่า Content Marketing คือ การทำคอนเทนต์เพื่อจุดประสงค์ทางการตลาด ไม่ว่าจะเป็นเพื่อส่งมอบคุณค่าหรือความรู้ ดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย สร้างการจดจำแบรนด์ กระตุ้นการตัดสินใจ ฯ</p>			
ชื่อผู้รับการฝึก	วัน/เดือน/ปี	ผลคะแนน	

	<b>ใบเตรียมการสอน</b>	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing &	หน้า 79
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล (DT)	
	<b>เรื่อง</b> การสร้างช่องทางออนไลน์ e-commerce และ Social Media	หัวข้อวิชา : การสร้างช่องทางออนไลน์ e-commerce และ Social Media	
		งานย่อย 4	เวลา 4 ชั่วโมง
<b>วัตถุประสงค์ :</b> เพื่อให้ผู้รับการฝึกเรียนรู้เกี่ยวกับการสร้างช่องทางออนไลน์ e-commerce และ Social Media			
<b>วิธีการสอน :</b> บรรยาย,			
<b>หัวข้อสำคัญ :</b> การสร้างช่องทางออนไลน์ e-commerce และ Social Media การเปิดขายใน E-Market Place (shopee) การทำ Content เพื่อขายของ การสร้างระบบตะกร้าสินค้าและชำระเงินออนไลน์ การเปิดร้านค้าใน shopee การสร้างแฟนเพจเบื้องต้น การออกโพสต์โซเชียลมีเดียเพื่อขายสินค้า การสร้างระบบตะกร้าสินค้าและชำระเงินในแฟนเพจ การจัดการ Order ในแฟนเพจ การเปิดร้านค้าใน Facebook			
<b>อุปกรณ์ช่วยฝึก :</b> 1. ชุดคอมพิวเตอร์ช่วยฝึก			
<b>การมอบหมายงาน :</b> - ใบทดสอบ			
<b>การวัดผลและประเมินผล :</b> - ผลการทำใบทดสอบ			
<b>หนังสืออ้างอิง :</b> สื่อออนไลน์อิเล็กทรอนิกส์ <a href="https://th.heroleads.asia/blog/how-to-make-money-in-e-commerce/">https://th.heroleads.asia/blog/how-to-make-money-in-e-commerce/</a>			

	ใบข้อมูล	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing	หน้า
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล	80
	เรื่อง การสร้างช่องทางออนไลน์ e-commerce และ Social Media	หัวข้อวิชา : การสร้างช่องทางออนไลน์ e-commerce และ Social Media	
		งานย่อยที่ 4	เวลา 1 ชั่วโมง

## E-commerce คืออะไร?



### E-commerce คืออะไร?

E-commerce คือ การค้ารูปแบบใหม่ที่กำลังได้รับความนิยมในปัจจุบัน แต่หลายคนก็ยังคิดว่าการทำธุรกิจ E-commerce เป็นเรื่องไกลตัว เพราะนึกไปถึงการมีเว็บไซต์ที่มีระบบชำระเงินและระบบคลังสินค้าขนาดใหญ่ แต่จริง ๆ แล้ว E-commerce มีความหมายกว้างกว่านั้น และทุกธุรกิจสามารถเริ่มต้นทำ E-commerce ได้


### E-commerce คืออะไร?

ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์, อีคอมเมิร์ซ หรือ E-commerce คือ การดำเนินการซื้อขายสินค้าและบริการด้วยสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ผ่านระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ หรืออินเทอร์เน็ต พุดให้เข้าใจง่ายๆ ก็คือการซื้อขายกันแบบออนไลน์นั่นเอง

### E-commerce มีประโยชน์ต่อการทำธุรกิจอย่างไร?

ปฏิเสธไม่ได้ว่าอินเทอร์เน็ตได้กลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของผู้คนในปัจจุบันไปแล้ว คนไทยใช้อินเทอร์เน็ตกันมากกว่าวันละ 8 ชั่วโมงต่อวัน และซื้อออนไลน์สูงเป็นอันดับ 3 ของโลก!

นั่นทำให้หลาย ๆ ธุรกิจหันมาทำ E-commerce เพื่อขยายช่องทางเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และเพิ่มโอกาสเติบโตธุรกิจให้มากขึ้น

	ใบข้อมูล	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing	หน้า
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล	81
	เรื่อง การสร้างช่องทางออนไลน์ e-commerce และ Social Media	หัวข้อวิชา : การสร้างช่องทางออนไลน์ e-commerce และ Social Media	
		งานย่อยที่ 4	เวลา 1 ชั่วโมง

### ข้อดีของการทำ E-commerce

ธุรกิจ E-commerce มีข้อดีหลายด้านด้วยกัน อาทิ

1. มีต้นทุนการขายที่ต่ำ เพราะไม่ต้องพึ่งหน้าร้าน ไม่จำเป็นต้องจ้างพนักงานขาย ช่วยประหยัดต้นทุนด้านแรงงาน ค่าเช่าสถานที่ และการเดินทาง
2. เปิดค้าขายได้ 24 ชั่วโมง ลูกค้าสามารถเข้าถึงได้ตลอดเวลา
3. เพิ่มโอกาสในการขาย เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายขนาดใหญ่ทั่วโลก เพราะเป็นการค้าที่ไร้พรมแดนสามารถค้าขายได้ทั้งภายในประเทศ และต่างประเทศ
4. มีเครื่องมือที่เอื้อต่อการสื่อสาร โต้ตอบกับลูกค้า และง่ายต่อการประชาสัมพันธ์ เพียงมีอุปกรณ์สื่อสารที่สามารถเชื่อมโยงอินเทอร์เน็ตได้
5. ทำการตลาดได้อย่างแม่นยำ และสามารถวัดผลได้ เพราะสามารถใช้เว็บไซต์ หรือ Social Media ในการเก็บข้อมูลลูกค้า หรือผู้ที่เข้ามาเยี่ยมชมทำให้สามารถนำข้อมูลเหล่านี้ไปต่อยอดทำการตลาดออนไลน์ได้อย่างตรงจุด

### สินค้าอะไรขายผ่าน E-commerce ได้บ้าง?

สินค้าทุกอย่างสามารถขายผ่าน E-commerce ได้ ไม่ได้มีข้อจำกัด เพื่อให้เห็นภาพชัดขึ้น เราอาจแบ่งประเภทสินค้าแบบกว้าง ๆ ได้เป็น 3 ประเภท ได้แก่


- สินค้าที่จับต้องได้ อาทิ เพอร์นิเจอร์ เครื่องใช้ เสื้อผ้า สินค้าอุปโภคบริโภค
- สินค้าที่จับต้องไม่ได้ หรือสินค้าดิจิทัล (Digital Good) เช่น แอปพลิเคชัน ซอฟต์แวร์ เพลง หนังสือนิยาย รหัส หรือไอเท็มในเกม
- บริการ เช่น ตัวเครื่องบิน โรงแรมที่พัก บริการสปา คลินิกเสริมความงามยิ่งสินค้าที่ขายมีความแตกต่าง น่าสนใจ จะยิ่งดึงดูดลูกค้าได้มาก แต่หากเป็นสินค้าที่คนอื่น ๆ ขายเหมือนกัน ก็อาจจะทำให้ขายได้ยาก และต้องอาศัยการทำการตลาดเข้ามาช่วย

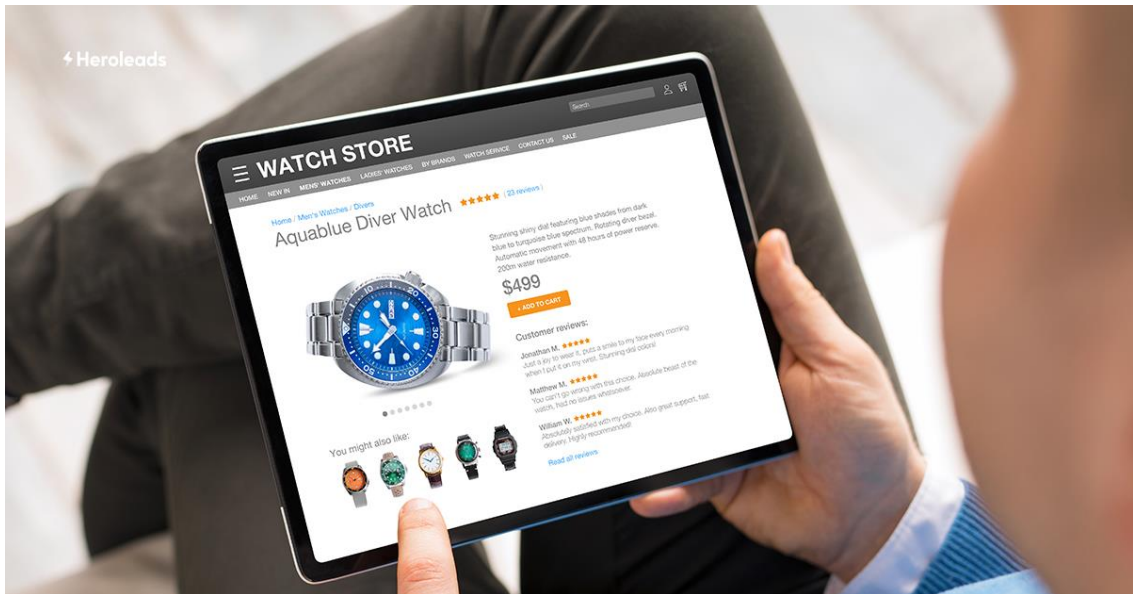
### ช่องทางการขายบน E-commerce มีอะไรบ้าง?

ช่องทางการขายบน E-commerce มีหลากหลายช่องทางที่คุณสามารถทำได้ ดังนี้

#### 1. เว็บไซต์ E-commerce / Brand.com

การขายสินค้าผ่าน เว็บไซต์ E-commerce หรือ Brand.com คือ การที่แบรนด์ทำเว็บไซต์ แล้วขายโดยตรงกับลูกค้าเอง

	<b>ใบข้อมูล</b>	<b>หลักสูตร :</b> การทำ Video Content Marketing	<b>หน้า</b>
		<b>หน่วยการฝึก :</b> เทคโนโลยีดิจิทัล	<b>82</b>
<b>เรื่อง</b> การสร้างช่องทางออนไลน์ e-commerce และ Social Media	<b>หัวข้อวิชา :</b> การสร้างช่องทางออนไลน์ e-commerce และ Social Media		<b>เวลา 1 ชั่วโมง</b>
	<b>งานย่อยที่ 4</b>		



### ข้อดีของ เว็บไซต์ E-commerce / Brand.com

- แแบรนด์มีความน่าเชื่อถือ มีตัวตนสำหรับลูกค้า
- สามารถออกแบบเว็บไซต์ได้ตามความต้องการ
- จัดเก็บข้อมูลลูกค้าได้ด้วยตัวเอง สามารถต่อยอดทางธุรกิจได้มากกว่า


### ข้อเสียของ เว็บไซต์ E-commerce / Brand.com

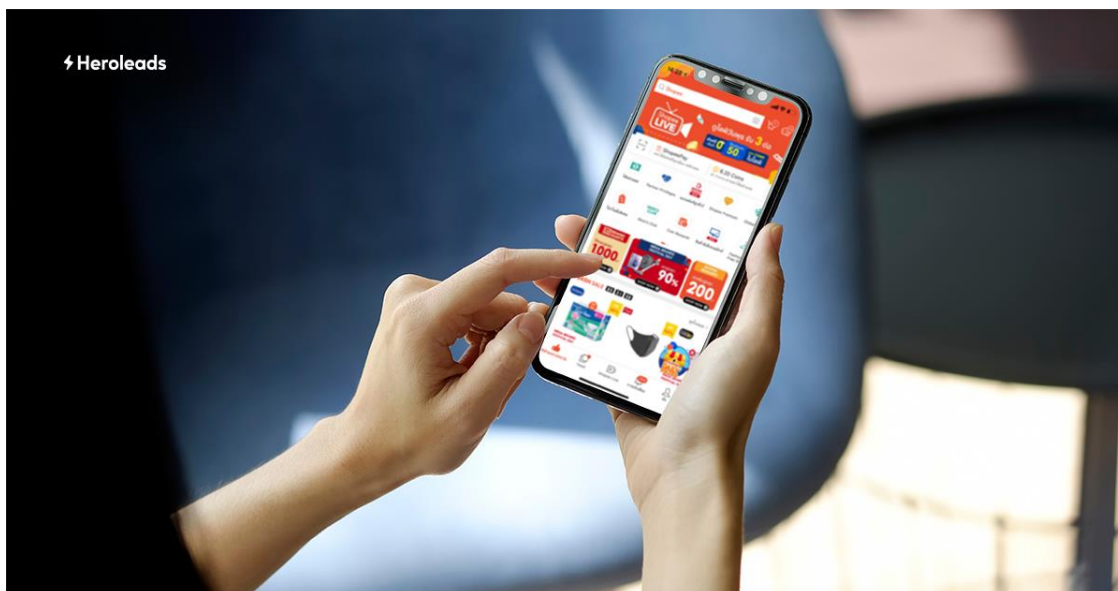
- มีต้นทุนการบริหารจัดการเว็บไซต์ที่ค่อนข้างสูงในช่วงแรก
- จะต้องมีการปรับปรุงหรือพัฒนาเว็บไซต์ ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้งาน หรือความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ
- เหมาะกับแบรนด์ที่ติดตลาด หรือเป็นที่รู้จักของลูกค้าอยู่แล้ว หากเป็นแบรนด์ใหม่ ต้องมีการทำโฆษณา เพื่อโปรโมตเว็บไซต์ให้คนรู้จักมากขึ้นด้วย

## 2. Marketplace

Marketplace คือ เป็นเว็บไซต์ที่ทำหน้าที่เหมือนตลาดกลางรวบรวมสินค้า จากร้านค้า หรือแบรนด์ต่างๆ ที่สามารถเข้ามาทำการซื้อ-ขายสินค้าผ่านทางออนไลน์ได้ และเป็นช่องทางเพิ่มโอกาสขยายฐานลูกค้าไปทั่วโลก

ตัวอย่าง Marketplace ในไทย เช่น Lazada, Shopee, JD Central เป็นต้น

	ใบข้อมูล	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing	หน้า
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล	83
	เรื่อง การสร้างช่องทางออนไลน์ e-commerce และ Social Media	หัวข้อวิชา : การสร้างช่องทางออนไลน์ e-commerce และ Social Media	
		งานย่อยที่ 4	เวลา 1 ชั่วโมง



### ข้อดีของ Marketplace


- เป็นแพลตฟอร์มที่มีความน่าเชื่อถือสำหรับลูกค้า สามารถตรวจสอบได้
- ขายสินค้าได้สะดวก เพราะมีระบบจัดการที่ง่าย ตั้งแต่รูปแบบร้านค้าออนไลน์ ระบบการสั่งซื้อ และระบบชำระเงิน เป็นต้น
- ลูกค้าที่เข้ามามีความต้องการซื้ออยู่แล้ว ทำให้มีโอกาสขายได้มาก และสามารถขยายตลาดไปยังต่างประเทศได้

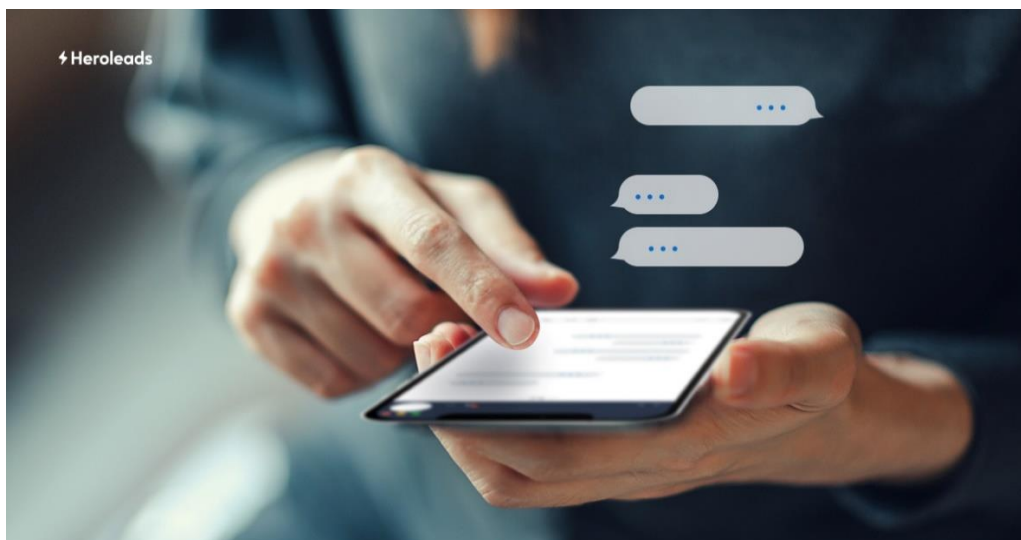
### ข้อเสียของ Marketplace

- มีค่าใช้จ่ายในการขายสินค้า เช่น ค่าธรรมเนียมรายปี หรือ ส่วนแบ่งจากยอดขาย ที่ต้องจ่ายให้กับทาง Marketplace
- มีผู้ขายจำนวนมาก ราย ทำให้การแข่งขันสูง ผู้ที่จะประสบความสำเร็จจำเป็นต้องรู้เทคนิค และวิธีการที่ใช้ให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด
- สำหรับแบรนด์ใหม่ Marketplace เหมาะกับเป็นช่องทางขาย ไม่ใช่ช่องทางสร้างแบรนด์

### 3. Social Commerce

[Social Commerce](#) คือ การซื้อขายสินค้า-บริการผ่านแพลตฟอร์ม Social Media เช่น Facebook, Instagram, Twitter และ LINE ซึ่งปัจจุบันแพลตฟอร์มเหล่านี้มีการพัฒนาระบบให้ผู้ใช้สามารถซื้อสินค้าและชำระเงินได้ทันทีโดยไม่ต้องออกจากแพลตฟอร์มนั้นๆ

	<b>ใบข้อมูล</b>	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing	หน้า
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล	84
	<b>เรื่อง</b> การสร้างช่องทางออนไลน์ e-commerce และ Social Media	หัวข้อวิชา : การสร้างช่องทางออนไลน์ e-commerce และ Social Media	
		งานย่อยที่ 4	เวลา 1 ชั่วโมง



#### ข้อดีของ Social Commerce


- มีผู้ใช้งานจำนวนมาก และเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ จึงเป็นช่องทางที่แบรนด์สามารถเข้าถึงคนจำนวนมากได้ง่ายและรวดเร็ว
- ผู้ซื้อ-ผู้ขาย สามารถโต้ตอบระหว่างกันได้ทันที
- มีการพัฒนาฟีเจอร์ใหม่เพื่อรองรับการใช้งานด้าน E-Commerce อยู่เสมอ เช่น การสั่งซื้อสินค้า มีเก็บฐานข้อมูลลูกค้า เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรม เป็นต้น
- มีต้นทุน หรือค่าใช้จ่ายต่ำ

#### ข้อเสียของ Social Commerce

- มีความน่าเชื่อถือสำหรับลูกค้าต่ำกว่าแพลตฟอร์มอื่น ๆ
- แปรนต์ไม่ได้เป็นเจ้าของ 100% เพจหรือ Account ID อาจโดนปิดกั้นจากผู้ให้บริการ
- แอดมินที่คอยคำถามลูกค้าอาจมีข้อความเข้ามามากเกินไป ทำให้ตอบไม่ทัน

#### Hero Tips

การเลือกแพลตฟอร์มสำหรับ E-commerce ต้องพิจารณาจากหลาย ๆ ปัจจัย เช่น ประเภทของสินค้า เงินลงทุน หรือความรู้ความเชี่ยวชาญในการใช้งานแพลตฟอร์มนั้น ๆ ที่สำคัญคือต้องตอบโจทย์พฤติกรรมของผู้บริโภคให้ได้มากที่สุดเช่น ธุรกิจ SME ซึ่งสินค้าหรือแบรนด์อาจจะยังไม่เป็นที่รู้จัก ระยะเวลาอาจจะใช้ Social Commerce ในการเริ่มต้นทำการตลาดออนไลน์ เพื่อให้สินค้าหรือแบรนด์เป็นที่รู้จักได้อย่างรวดเร็วและกว้างขวางจากนั้นอาจดึงลูกค้าจาก Social Commerce ให้เข้ามาเลือกซื้อสินค้าผ่านช่องทาง Marketplace ซึ่ง

	ใบข้อมูล	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing	หน้า
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล	85
	เรื่อง การสร้างช่องทางออนไลน์ e-commerce และ Social Media	หัวข้อวิชา : การสร้างช่องทางออนไลน์ e-commerce และ Social Media	
		งานย่อยที่ 4	เวลา 1 ชั่วโมง

มีความน่าเชื่อถือ และมีระบบอำนวยความสะดวกที่ครบครัน เมื่อสินค้าหรือแบรนด์เริ่มเป็นที่รู้จักในวงกว้าง ก็อาจขยายมาสร้างเว็บไซต์ Brand.com ของตัวเองสุดท้ายคือต้องเชื่อมโยงแพลตฟอร์มต่าง ๆ เข้าด้วยกัน ที่เรียกว่าการทำ [Multi-Channel หรือ Omni-Channel](#) เพื่ออำนวยความสะดวก และตอบสนองลูกค้าได้อย่างไม่มีสะดุด

### โปรโมตธุรกิจ E-commerce อย่างไรให้ขายดี?

ผู้ประกอบการที่สนใจจะรุกตลาด E-commerce หลายราย อาจมีคำถามว่าทำอย่างไรให้สินค้าและแบรนด์ของเราเป็นที่รู้จัก และเพิ่มยอดขาย ท่ามกลางการแข่งของธุรกิจ E-commerce ที่ค่อนข้างรุนแรง

การทำ [E-commerce Marketing](#) หรือการทำการตลาดผ่านช่องทางออนไลน์ เป็นวิธีทำการตลาดที่มีประสิทธิภาพ เพราะสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคใหม่ เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในวงกว้างได้อย่างรวดเร็ว และเป็นช่องทางที่มีต้นทุนต่ำกว่าเมื่อเทียบกับช่องทางอื่น ๆ

### โปรโมตสินค้าด้วย Social Media

Social Media ไม่ว่าจะเป็น Facebook, Twitter, Instagram, Line, YouTube หรือ TikTok สามารถช่วยให้สินค้าและแบรนด์ของเราเป็นที่รู้จักได้อย่างรวดเร็ว และยังเข้าถึงผู้คนได้แทบทุกเพศ ทุกวัย ไม่ว่าจะธุรกิจขนาดเล็กหรือใหญ่ก็สามารถใช้สื่อ Social Media โปรโมตสินค้าและแบรนด์ได้


ตัวอย่างการใช้ Social Media โปรโมตธุรกิจ E-commerce ให้มีประสิทธิภาพ

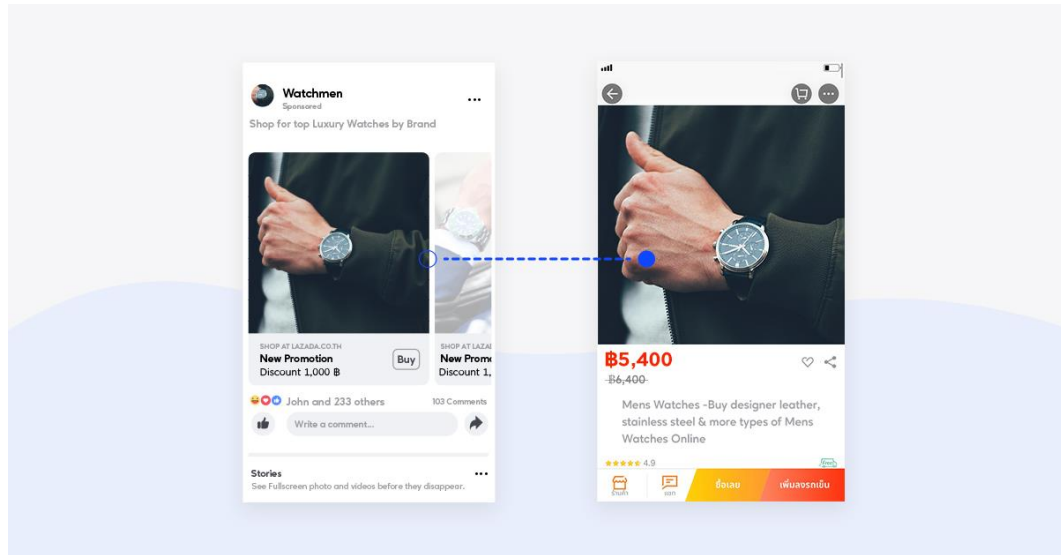
- เลือก Target ในการยิงโฆษณาให้ตรงกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
- เลือกช่วงเวลาในการโพสต์ หรือโปรโมตให้เหมาะสม
- โพสต์เนื้อหาที่ตรงกับความสนใจ และควรมีกิจกรรมเพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าบ้าง
- สร้างวิดีโอคอนเทนต์ หรือ Live Video ซึ่งทำให้การเล่าเรื่องมีน้ำหนัก และน่าติดตามมากยิ่งขึ้น

### Hero Tips

ปัจจุบัน แพลตฟอร์ม Social Media ต่าง ๆ มีการปรับแพลตฟอร์มของตัวเองให้สามารถซื้อขายสินค้าผ่านทางออนไลน์ได้แล้ว เช่น Facebook Marketplace และ Instagram Shopping เป็นต้น

นอกจากนี้ยังมีฟีเจอร์ที่สามารถช่วยกระตุ้นยอดขายบน Marketplace ได้ด้วย ผ่านการทำโฆษณา Facebook Collaborative Ads หรือ CPAS ลักษณะของโฆษณาประเภทนี้ก็คือ แบนด์แคช catalogue สินค้าบน Marketplace เข้าไปในระบบของ Facebook > Facebook โฆษณาสินค้ากับกลุ่ม target audience ที่ตั้งไว้ > ลูกค้าคลิกจากโฆษณาเข้าไปซื้อสินค้าบน Marketplace ได้เลยทันที

	ใบข้อมูล	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing	หน้า
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล	86
	เรื่อง การสร้างช่องทางออนไลน์ e-commerce และ Social Media	หัวข้อวิชา : การสร้างช่องทางออนไลน์ e-commerce และ Social Media	
		งานย่อยที่ 4	เวลา 1 ชั่วโมง



### โปรโมตเว็บไซต์ด้วยการทำ SEO

[Search Engine Optimization หรือ SEO](#) คือ กระบวนการปรับปรุง จัดการ พัฒนาเว็บไซต์ของเรา เพื่อให้ได้รับการจัดอยู่ในลำดับต้น ๆ ของ Search Engine


คนส่วนใหญ่หากต้องการจะหาซื้อสินค้าอะไรสักชิ้น สิ่งที่เขาทำก่อนอื่นเลยก็คือ “การค้นหาข้อมูลบน Google” ดังนั้นการทำ SEO จุดประสงค์เพื่อให้เว็บไซต์ E-commerce ของเราอยู่ในลำดับแรก ๆ ของการค้นหานั้นเอง

ตัวอย่างการใช้ SEO โปรโมตธุรกิจ E-commerce ให้มีประสิทธิภาพ

- วางแผนล่วงหน้า เพราะ SEO ใช้เวลามากกว่า Paid Ad
- ดูเทรนด์ Keyword สำหรับช่วงเวลาต่าง ๆ และใช้ “Seasonal keyword” ให้เกิดประโยชน์ เช่น เทศกาลปีใหม่ Keyword ยอดฮิตได้แก่ “ของขวัญปีใหม่” “ของขวัญจับฉลากปีใหม่” “ที่นั่งเก้าอี้ดาวน์” “New year gift” เป็นต้น
- ใช้ Google shopping เพื่อเพิ่มโอกาสการเข้าถึงของผู้ซื้อ
- หมั่นตรวจเช็ค SEO technical issue บนเว็บไซต์ และหน้าเพจสินค้าของคุณอยู่เสมอ
- เก็บข้อมูล Organic traffic เพื่อวางแผนต่อยอดธุรกิจ

### ลงโฆษณา Google Adword

การทำ SEO เป็นวิธีการโปรโมตเว็บไซต์ที่ใช้เงินลงทุนน้อย แต่ให้ผลลัพธ์ในระยะยาว แต่สำหรับแบรนด์ที่ต้องการเห็นผลลัพธ์แบบทันทีทันใด การลงโฆษณา Google Adword เป็นเครื่องมือที่จะมองข้ามไม่ได้

	ใบข้อมูล	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing	หน้า
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล	87
	เรื่อง การสร้างช่องทางออนไลน์ e-commerce และ Social Media	หัวข้อวิชา : การสร้างช่องทางออนไลน์ e-commerce และ Social Media	
		งานย่อยที่ 4	เวลา 1 ชั่วโมง

ลักษณะของโฆษณา Google Adword คือ ตัวโฆษณาจะปรากฏตาม Keyword ที่กำหนดไว้ โดยจะโชว์อยู่ด้านบนของหน้าแสดงผลการค้นหา เมื่อกลุ่มเป้าหมายของเราคลิกที่โฆษณาก็จะลิงค์ไปยังหน้าเว็บไซต์ของเราทันที เราจะเสียค่าใช้จ่ายเมื่อมีคนคลิกเท่านั้น แต่ถ้าแค่เห็นแล้วเลื่อนผ่าน ไม่มีการคลิก ก็ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใด ๆ

ตัวอย่างการใช้โฆษณา Google Adword โพรโมตธุรกิจ E-commerce ให้มีประสิทธิภาพ

- ให้ความสำคัญกับการเลือกใช้ Keyword โดยพิจารณาให้ตรงกับพฤติกรรม Search ของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย
- จัดโครงสร้างของ Campaign ให้ดี ไม่ควรใส่ Keyword ทั้งหมดไว้ใน Ad Groups เดียวกัน
- Bid ราคา อย่างมีกลยุทธ์ เพื่อหลีกเลี่ยงการจ่ายค่าโฆษณาแพงโดยไม่จำเป็น
- ใช้ Google Analytics เก็บข้อมูลผู้เข้าชมเว็บไซต์ และติดตามประสิทธิภาพของแคมเปญโฆษณา เพื่อนำข้อมูลไปพัฒนาต่อยอดให้ได้ผลลัพธ์ที่ดียิ่งขึ้น

#### Hero Tips

ปัจจุบัน Google Analytics มีฟีเจอร์ที่ชื่อว่า **Enhanced E-commerce** ซึ่งช่วยให้เราสามารถเห็น Shopping Behavior และ Customer Journey ที่เกิดขึ้นบนเว็บไซต์ E-commerce ของเราได้แบบครบวงจร เช่น มีคนเข้ามาเลือกดูสินค้าชิ้นไหนบ้าง หยิบสินค้าไหนใส่ลงตะกร้าแล้วชำระเงินเลย หรือมีการทิ้งตะกร้าสินค้าไว้ ซึ่งข้อมูลเหล่านี้ จะเป็นประโยชน์ในการปรับแต่งหน้าร้าน, คิดโปรโมชั่น และทำการ Re-Marketing อย่างไรก็ตาม การติดตั้ง Enhanced E-commerce จำเป็นต้องใช้ผู้ที่เชี่ยวชาญด้าน website development และคุ้นเคยกับ Content Management System หลายๆ platform หรือแม้กระทั่งต้องเคยเขียนโปรแกรม front-end มาเบื้องต้นเพราะถ้า implement ไม่ถูกวิธี ข้อมูลเหล่านี้จะไม่โชว์บน Google Analytics และไม่สามารถ analyze data ต่อได้ เพราะ funnel step หรือบาง journey ขาดหายไป

#### จำเป็นไหมที่ต้องใช้นักการตลาดที่เชี่ยวชาญด้านธุรกิจ E-commerce โดยเฉพาะ?

ทั้งหมดข้างต้นเป็นเพียงข้อมูลพื้นฐานในการทำ E-commerce Marketing เพื่อโปรโมตธุรกิจ E-commerce ของคุณให้เป็นที่รู้จัก และกระตุ้นยอดขายให้มากขึ้น

ต่อไปเมื่อทุกคนพร้อมใจกันลงมาแข่งในสนามนี้ เทคนิคทำการตลาดแบบทั่ว ๆ ไป อาจจะไม่พอก็จะใช้แข่งขันกับคนอื่น ๆ


เป้าหมายหลักของธุรกิจ E-commerce คือ ต้องการขายของได้ ดังนั้นนอกจากทำโฆษณาออนไลน์แล้วยังมีเรื่องของการทำ Website Analysis หรือการทำ Commercial Strategy ด้วย


	<b>ใบงาน</b>	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing &		หน้า 88
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล (DT)		
	<b>เรื่อง</b> การสร้างช่องทางออนไลน์ e-commerce และ Social Media	หัวข้อวิชา : การสร้างช่องทางออนไลน์ e-commerce และ Social Media		
		งานย่อย 4	เวลา 3 ชั่วโมง	


ให้ผู้รับการฝึกปฏิบัติงานต่อไปนี้

- ฝึกปฏิบัติเกี่ยวกับกาสร้างช่องทางออนไลน์ e-commerce และ Social Media การเปิดขายใน E-Market Place

	ใบทดสอบ	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing &	หน้า
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล	89
	เรื่อง การสร้างช่องทางออนไลน์ e-commerce และ Social Media	หัวข้อวิชา : การสร้างช่องทางออนไลน์ e-commerce และ Social Media	
		งานย่อย 4	เวลา 10 นาที
<p>1. E-commerce คืออะไร</p> <p><b>ตอบ</b></p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>			
ชื่อผู้รับการฝึก	วัน/เดือน/ปี	ผลคะแนน	

	ใบเฉลย	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing &		หน้า
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล		90
	เรื่อง การสร้างช่องทางออนไลน์ e-commerce และ Social Media	หัวข้อวิชา : การสร้างช่องทางออนไลน์ e-commerce และ Social Media		
		งานย่อย 4	เวลา 10 นาที	
<p><b>เฉลยแบบทดสอบ</b></p> <p>1. E-commerce คืออะไร</p> <p><b>ตอบ</b> E-commerce คือธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์, อีคอมเมิร์ซ หรือ E-commerce คือ การดำเนินการซื้อขายสินค้าและบริการด้วยสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ผ่านระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ หรืออินเทอร์เน็ต พูดให้เข้าใจง่ายๆ ก็คือการซื้อขายกันแบบออนไลน์นั่นเอง</p>				
ชื่อผู้รับการฝึก		วัน/เดือน/ปี		ผลคะแนน

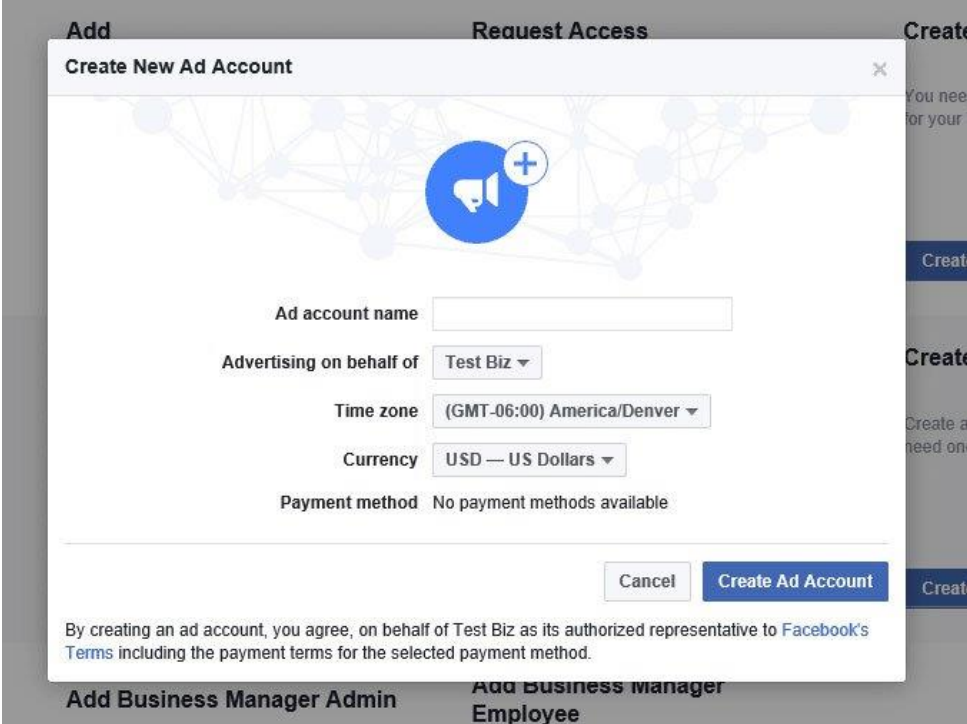
	<b>ใบเตรียมการสอน</b>	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing		หน้า 91
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล (DT)		
	เรื่อง การจัดการโฆษณาใน Facebook แบบมืออาชีพ	หัวข้อวิชา : การจัดการโฆษณาใน Facebook แบบมืออาชีพ		
		งานย่อย 5	เวลา 4 ชั่วโมง	
วัตถุประสงค์ : เพื่อให้ผู้รับการฝึกเรียนรู้เกี่ยวกับจัดการโฆษณาใน Facebook				
วิธีการสอน : บรรยาย,				
หัวข้อสำคัญ : <ol style="list-style-type: none"> <li>1. การจัดการโฆษณาใน Facebook การเปิดบัญชีโฆษณา Facebook</li> <li>2. การจัดการโฆษณาในรูปแบบต่างๆ</li> <li>3. การใช้โฆษณาทาง Facebook หาลูกค้าใหม่ (Acquisition)</li> <li>4. รักษาฐานลูกค้าเก่า (Retention) และสร้างความภักดีให้กับลูกค้า (Loyalty)</li> </ol>				
อุปกรณ์ช่วยฝึก : <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ชุดคอมพิวเตอร์ช่วยฝึก</li> </ol>				
การมอบหมายงาน : <ul style="list-style-type: none"> <li>- ใบทดสอบ</li> </ul>				
การวัดผลและประเมินผล : <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผลการทำใบทดสอบ</li> </ul>				
หนังสืออ้างอิง : สื่อออนไลน์อิเล็กทรอนิกส์ <a href="https://th-th.facebook.com/business/tools/ads-manager">https://th-th.facebook.com/business/tools/ads-manager</a>				

	ใบข้อมูล	หลักสูตร : หลักสูตร การทำ Video Content Marketing	หน้า
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล	92
เรื่อง การจัดการโฆษณาใน Facebook แบบมีอาชีพ	งานย่อยที่ 5	หัวข้อวิชา : การจัดการโฆษณาใน Facebook แบบมีอาชีพ	
		เวลา 1 ชั่วโมง	

### Facebook Ads Manager : เครื่องมือสำคัญในการจัดการโฆษณา

Facebook Ads Manager คือเครื่องมือที่สำคัญในการยิงโฆษณา Facebook Ads ที่เหมาะสำหรับทุกธุรกิจ โดยเครื่องมือนี้เปิดโอกาสให้เราสามารถ สร้าง ปรับแต่ง จัดการ และวิเคราะห์ผลลัพธ์การยิงโฆษณา Facebook Ads ได้ภายในที่เดียว และนอกจากนี้ Facebook Ads Manager สามารถใช้ร่วมกับบัญชีโฆษณาหลายอันได้อีกด้วย โดย Facebook Ads Manager จะมีองค์ประกอบหลัก ๆ 4 หมวดดังนี้

Account Overview ภาพรวมบัญชีโฆษณา มีหน้าที่สรุปสิ่งสำคัญต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับบัญชีโฆษณา Facebook Ads นั้น ๆ ในหน้าเดียว เช่น จำนวนการเข้าถึงของโฆษณา หรือ ราคาที่เราจ่ายไปทั้งหมด เป็นต้น




### Campaign แคมเปญ

เราสามารถดูผลลัพธ์ และ จัดการแคมเปญโฆษณา Facebook Ads ต่าง ๆ ได้ในหน้า Campaign ของ Facebook Ads Manager เช่น

Create Campaign : สร้างแคมเปญโฆษณา Facebook Ads ใหม่

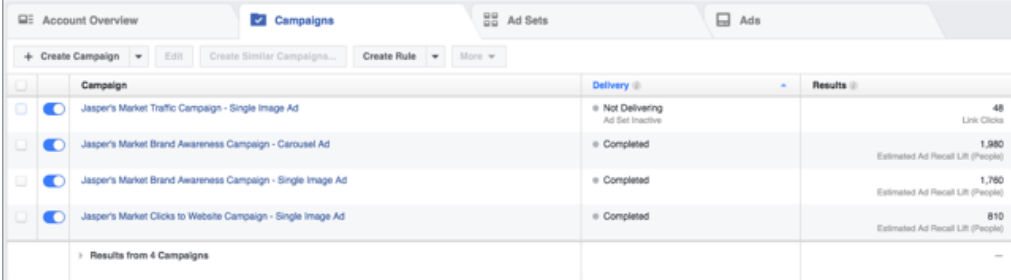
Duplicate Existing Campaign : สร้างแคมเปญโฆษณา Facebook Ads ซ้ำ

Edit : ปรับแต่ง และ อัปเดตแคมเปญต่าง ๆ เช่น ลิมิตการจ่ายเงินสำหรับ Facebook Ads เป็นต้น

	ใบข้อมูล	หลักสูตร : หลักสูตร การทำ Video Content Marketing	หน้า
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล	93
	เรื่อง การจัดการโฆษณาใน Facebook แบบมีอาชีพ	หัวข้อวิชา : การจัดการโฆษณาใน Facebook แบบมีอาชีพ	
		งานย่อยที่ 5	เวลา 1 ชั่วโมง

Insight : ดูข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับแคมเปญ Facebook Ads นั้น ๆ

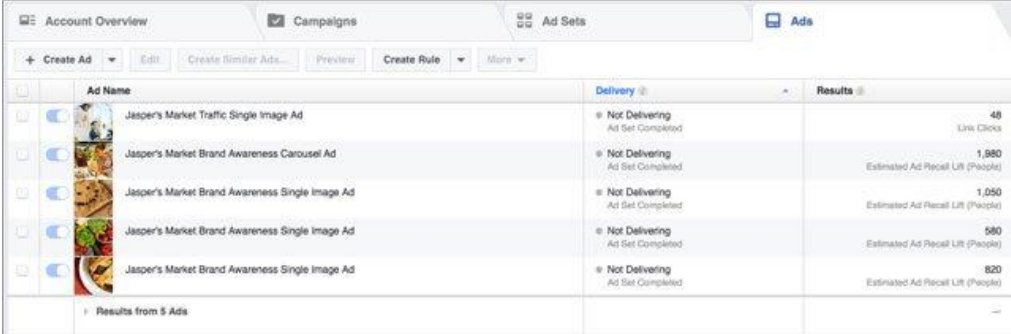
Export and Share : เราสามารถดึงข้อมูลแคมเปญ Facebook Ads ออกมาเป็น Excel ได้



Campaign	Delivery	Results
Jasper's Market Traffic Campaign - Single Image Ad	Not Delivering Ad Set Inactive	48 Link Clicks
Jasper's Market Brand Awareness Campaign - Carousel Ad	Completed	1,980 Estimated Ad Recall Lift (People)
Jasper's Market Brand Awareness Campaign - Single Image Ad	Completed	1,760 Estimated Ad Recall Lift (People)
Jasper's Market Clicks to Website Campaign - Single Image Ad	Completed	810 Estimated Ad Recall Lift (People)

### Ad Sets ชุดโฆษณา











เราสามารถดูผลลัพธ์ และ จัดการชุดโฆษณา Facebook Ads ต่าง ๆ ได้ในหน้า Ad Sets ของ Facebook Ads Manager ซึ่งจะตัวเลือกจะคล้ายกันกับหน้า Campaign




Ad Name	Delivery	Results
Jasper's Market Traffic Single Image Ad	Not Delivering Ad Set Completed	48 Link Clicks
Jasper's Market Brand Awareness Carousel Ad	Not Delivering Ad Set Completed	1,980 Estimated Ad Recall Lift (People)
Jasper's Market Brand Awareness Single Image Ad	Not Delivering Ad Set Completed	1,050 Estimated Ad Recall Lift (People)
Jasper's Market Brand Awareness Single Image Ad	Not Delivering Ad Set Completed	580 Estimated Ad Recall Lift (People)
Jasper's Market Brand Awareness Single Image Ad	Not Delivering Ad Set Completed	820 Estimated Ad Recall Lift (People)

### ขั้นตอนที่ 1 : กำหนดวัตถุประสงค์ Facebook Ads

What's your marketing objective?

Awareness	Consideration	Conversion
 Brand Awareness	 Traffic	 Conversions
 Reach	 Engagement	 Product Catalogue Sales
	 App Installs	 Store Visits
	 Video Views	
	 Lead Generation	

โดยวัตถุประสงค์ของ Facebook Ads ที่มีใน Facebook Ads Manager แบ่งเป็น 3 หัวข้อหลัก ได้แก่

	ใบข้อมูล	หลักสูตร : หลักสูตร การทำ Video Content Marketing	หน้า	
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล	94	
	เรื่อง การจัดการโฆษณาใน Facebook แบบมีอาชีพ	หัวข้อวิชา : การจัดการโฆษณาใน Facebook แบบมีอาชีพ		
		งานย่อยที่ 5	เวลา 1 ชั่วโมง	

### Awareness

Brand Awareness : สร้างการรับรู้แบรนด์ เพื่อเข้าถึงคนที่มีแนวโน้มว่าจะสนใจโฆษณา Facebook Ads ของคุณเพื่อเพิ่มการรับรู้แบรนด์ที่มากขึ้น

Reach : เน้นการแสดงผลโฆษณา Facebook Ads ให้ผู้คนได้มากที่สุด

### Consideration

Traffic : เพิ่มจำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์ทั้งในและนอก Facebook

Engagement : เพิ่มจำนวนคนที่เห็นและเกิดการมีส่วนร่วมกับโพสต์หรือเพจของคุณ เช่น การแสดงความคิดเห็น การแชร์ การกดถูกใจ เป็นต้น

App Installs : เชิญชวนให้คนติดตั้ง หรือ ซ้อมแอปฯ ของคุณ

Video Views : เพิ่มจำนวนการรับชมวิดีโอ เพื่อเพิ่มการรับรู้เกี่ยวกับแบรนด์ของคุณ

Lead Generation : การสร้างลูกค้าเป้าหมาย และเก็บข้อมูลลูกค้าเป้าหมายที่สนใจธุรกิจของคุณ

### Conversion

Conversions : ทำให้เกิดการดำเนินการที่มีมูลค่า บนเว็บไซต์หรือแอปฯ ของคุณ เช่น เพิ่มข้อมูลการชำระเงินหรือซื้อสินค้า


Product Catalogue Sales : สร้างโฆษณาที่แสดงสินค้าจากแค็ตตาล็อกสินค้า

Store Visits : แสดงตำแหน่งที่ตั้งของร้าน เพื่อโปรโมทธุรกิจกับคนที่อยู่ใกล้เคียง

### ขั้นตอนที่ 2 : กำหนดแคมเปญและชุดโฆษณา



ขั้นตอนนี้คือการกำหนดชื่อของแคมเปญโฆษณา Facebook Ads ที่เรากำลังสร้าง ตามด้วยการตั้งชื่อชุดโฆษณา Facebook Ads ที่เราจะทำ

	ใบข้อมูล	หลักสูตร : หลักสูตร การทำ Video Content Marketing	หน้า
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล	95
	เรื่อง การจัดการโฆษณาใน Facebook แบบมีอาชีพ	หัวข้อวิชา : การจัดการโฆษณาใน Facebook แบบมีอาชีพ	
		งานย่อยที่ 5	เวลา 1 ชั่วโมง

Ad Set Name

### ขั้นตอนที่ 3 : กำหนดกลุ่มเป้าหมาย

Create New Advert Set

Advert set name

**Audience**  
Define who you want to see your adverts. [Learn more.](#)

Create new  Use a saved audience

Custom Audiences

You can create a Custom Audience to show adverts to your contacts, website visitors or app users. [Create a Custom Audience.](#)

Locations

United States  
 United States

Include

Add bulk locations...

Age  -

Gender  All  Men  Women

Languages

Detailed targeting  INCLUDE people who match at least ONE of the following

Exclude people

Connections

**Audience size**  
Your audience selection is fairly broad.

Potential reach: 223,000,000 people

**Estimated daily results**  
Reach  
2,200-14,000 (of 160,000,000)

The accuracy of estimates is based on factors such as past campaign data, the budget you've entered and market data. Numbers are provided to give you an idea of performance for your budget, but are only estimates and don't guarantee results.


Were these estimates helpful?


### Locations

กำหนดขอบเขตพื้นที่ของกลุ่มเป้าหมายของคุณ โดยสามารถเลือกได้หลากหลายขึ้นอยู่กับความเหมาะสม และยังมีตัวเลือกเพิ่มเติมเพื่อความแม่นยำในการเลือก Locations ซึ่งสามารถเลือกได้ดังนี้

Everyone in this location : ทุกคนในตำแหน่งที่ตั้งนี้

People who live in this location : ผู้ที่อาศัยอยู่ในตำแหน่งที่ตั้ง

	<b>ใบข้อมูล</b>	หลักสูตร : หลักสูตร การทำ Video Content Marketing	หน้า
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล	96
	<b>เรื่อง</b> การจัดการโฆษณาใน Facebook แบบมีอาชีพ	หัวข้อวิชา : การจัดการโฆษณาใน Facebook แบบมีอาชีพ	
		งานย่อยที่ 5	เวลา 1 ชั่วโมง
<p>           People recently in this location : ผู้ที่อยู่ในตำแหน่งที่ตั้งนี้เมื่อไม่นานมานี้            People traveling in this location : ผู้ที่กำลังเดินทางมาในตำแหน่งที่ตั้งนี้ แต่ที่อยู่อาศัยห่างออกไปเกิน 200 km            นอกจากนี้ยังสามารถกำหนดเพิ่มเติมได้อีกว่าต้องการแสดงโฆษณาในพื้นที่ใดที่เป็นพื้นที่ของกลุ่มเป้าหมาย หรือไม่ต้องการแสดงโฆษณาในพื้นที่ใด            Include : แสดงโฆษณา ให้คนในพื้นที่ๆเลือกไว้            Exclude : ไม่แสดงโฆษณา ให้คนในพื้นที่ๆเลือกไว้            Age อายุ กำหนดช่วงอายุของกลุ่มเป้าหมายที่เราต้องการ            Gender เพศ กำหนดเพศของกลุ่มเป้าหมาย สามารถเลือกได้ว่าทั้งหมด เฉพาะผู้ชายหรือผู้หญิง อย่งใดอย่างหนึ่ง            Languages ภาษา ภาษาที่กลุ่มเป้าหมายใช้            Detailed Targeting ข้อมูลเชิงลึก  <b>การกำหนดกลุ่มเป้าหมายแบบละเอียด</b>            Demographic (ข้อมูลประชากรศาสตร์) : การศึกษา, ช่วงอายุ, ความสัมพันธ์, สถานะครอบครัว เป็นต้น            Interests (ความสนใจ) : ธุรกิจ, ความบันเทิง, งานอดิเรก, กิจกรรมยามว่าง, กีฬา, เทคโนโลยี เป็นต้น            Behaviors (พฤติกรรม) : จำแนกประเภทผู้บริโภค, กิจกรรมดิจิทัล, การใช้มือถือ, พฤติกรรมการซื้อ เป็นต้น            สามารถกำหนดเพิ่มเติมได้ว่าต้องการแสดงโฆษณาหรือไม่แสดงโฆษณาให้กลุ่มเป้าหมายที่มีคุณสมบัติใด            Include : แสดงโฆษณา ให้กลุ่มเป้าหมายที่เลือกไว้            Exclude : ไม่แสดงโฆษณา ให้กลุ่มเป้าหมายที่เลือกไว้  <b>Connections การมีส่วนร่วมกับเพจ</b>            การกำหนดให้โฆษณาเชื่อมต่อกับเพจ แอป หรือกิจกรรม  <b>Facebook Pages</b>            People who like your Page : คนที่ถูกใจเพจคุณ            Friends of people who like Page : เพื่อนของผู้ที่ถูกใจเพจของคุณ            Exclude people who like your Page : ไม่รวมผู้ที่ถูกใจเพจของคุณ         </p>			

	ใบข้อมูล	หลักสูตร : หลักสูตร การทำ Video Content Marketing	หน้า	
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล	97	
	เรื่อง การจัดการโฆษณาใน Facebook แบบมีอาชีพ	หัวข้อวิชา : การจัดการโฆษณาใน Facebook แบบมีอาชีพ		
		งานย่อยที่ 5	เวลา 1 ชั่วโมง	

### Apps

People who used your app : ผู้เคยใช้แอปของคุณ

Friends of people who like your app : เพื่อนของผู้ที่เคยใช้แอปของคุณ

Exclude people who like your app : ไม่รวมผู้ที่ใช้แอปของคุณ

### Events

People who responded to your event : ผู้ที่ตอบรับงานกิจกรรมของคุณ

Exclude people who already respond to your event : ไม่รวมผู้ที่ตอบรับงานกิจกรรมของคุณ

### ขั้นตอนที่ 4 : ระบุตำแหน่งการจัดวางโฆษณา Facebook Ads

**Placements**  
Show your ads to the right people in the right places.

**Automatic Placements (Recommended)**  
Your ads will automatically be shown to your audience in the places they're likely to perform best. For this objective, placements may include Facebook and Instagram. [Learn more.](#)

**Edit Placements**  
Removing placements may reduce the number of people you reach and may make it less likely that you'll meet your goals. [Learn more.](#)

**Device Types** All Devices (Recommended) ▼

**Platforms**

Facebook	<input type="checkbox"/>
Instagram	<input checked="" type="checkbox"/>
Audience Network	Ineligible
Messenger	Ineligible

**ADVANCED OPTIONS**

[Specific Mobile Devices & Operating Systems](#)


[Exclude Categories for In-Stream Videos](#)

### Placement

Automatic placements : ตำแหน่งการจัดวางอัตโนมัติ

โฆษณาจะแสดงโดยอัตโนมัติในตำแหน่งต่างๆ ที่มีแนวโน้มว่าจะมีประสิทธิภาพสูงสุด บน Feed

Facebook, คอลัมน์ด้านขวาของ Facebook, Instagram, Audience Network

	ใบข้อมูล	หลักสูตร : หลักสูตร การทำ Video Content Marketing	หน้า
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล	98
	เรื่อง การจัดการโฆษณาใน Facebook แบบมีอาชีพ	หัวข้อวิชา : การจัดการโฆษณาใน Facebook แบบมีอาชีพ	
		งานย่อยที่ 5	เวลา 1 ชั่วโมง

### Edit placements : แก้ไขตำแหน่งการจัดวาง

สามารถกำหนดตำแหน่งการจัดวางได้อย่างละเอียด โดยสามารถเลือกประเภทอุปกรณ์ที่ต้องการให้แสดงโฆษณาว่าจะเป็นบนอุปกรณ์มือถือ หรือบนเดสก์ท็อป รวมไปถึงกำหนดตำแหน่งพื้นที่ ที่ต้องการแสดงโฆษณาบนแพลตฟอร์มต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น Facebook, Instagram, Audience Network

### ขั้นตอนที่ 5 : งบประมาณและกำหนดเวลา

**Budget & Schedule**  
Define how much you'd like to spend, and when you'd like your ads to appear. [Learn more.](#)

**Budget**    
\$5.00 USD

Actual amount spent daily may vary.

**Schedule**  Run my ad set continuously starting today  
 Set a start and end date

You'll spend no more than **\$35.00** per week.

---

**Optimization for Ad Delivery**   
To help us improve delivery optimization, we may survey a small section of your audience.

**Bid Amount**

**When You Get Charged**

**Ad Scheduling**   
[More Options](#)


**Delivery Type**   
[More Options](#)

[Hide Advanced Options](#)

### Budget

Daily Budget : งบประมาณต่อวัน

Lifetime Budget : งบประมาณตลอดแคมเปญ

	ใบข้อมูล	หลักสูตร : หลักสูตร การทำ Video Content Marketing	หน้า
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล	99
	เรื่อง การจัดการโฆษณาใน Facebook แบบมืออาชีพ	หัวข้อวิชา : การจัดการโฆษณาใน Facebook แบบมืออาชีพ	
		งานย่อยที่ 5	เวลา 1 ชั่วโมง

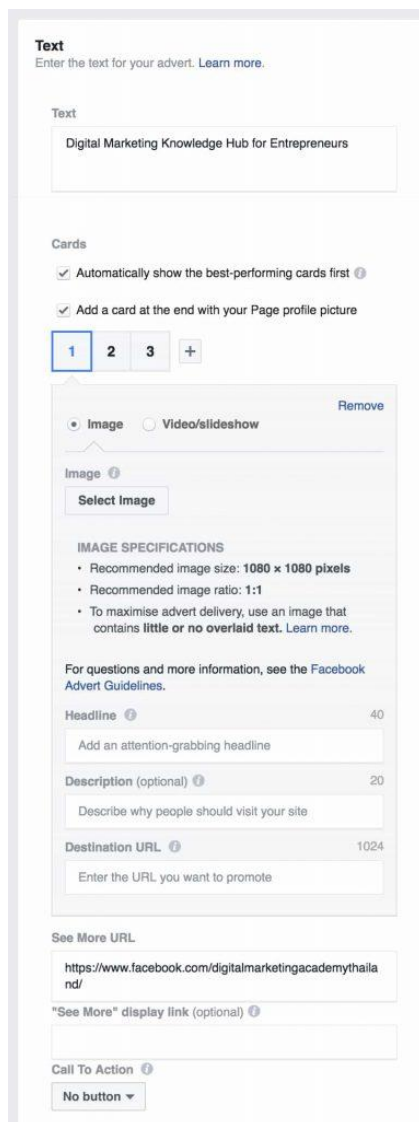
## Schedule

Run my advert set continuously starting today : เริ่มใช้งานโฆษณาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่วันนี้

Set a start and end date : กำหนดวันเริ่มโฆษณาและวันที่สิ้นสุด โดยกำหนดจากวันที่ เดือน ปี และเวลา

## ขั้นตอนที่ 6 : กำหนดรูปแบบ Facebook Ads

ในขั้นตอนถัดมาคือการกำหนดรูปแบบของโฆษณา Facebook Ads ซึ่งมีทั้งหมดหลากหลายรูปแบบด้วยกันดังนี้



The screenshot shows the Facebook Ad creation interface. It includes a 'Text' section with a text input field containing 'Digital Marketing Knowledge Hub for Entrepreneurs'. Below this is a 'Cards' section with two checked options: 'Automatically show the best-performing cards first' and 'Add a card at the end with your Page profile picture'. There are three card slots, with the first one selected. The 'Image' card is selected, and it shows 'IMAGE SPECIFICATIONS' including a recommended size of 1080 x 1080 pixels and a 1:1 ratio. Below the card specifications are fields for 'Headline', 'Description (optional)', 'Destination URL', 'See More URL', and 'Call To Action'.

## rousel

โฆษณา Facebook Ads ในรูปแบบภาพสไลด์ที่สามารถเลื่อนดูได้ ไม่เกิน 10 รูป หรือ วิดีโอ โดยต้องมีจำนวนทั้งหมด 2 ภาพ หรือ 2 วิดีโอขึ้นไปในการใช้ Facebook Ads รูปแบบนี้

ขนาด : 1080 x 1080 px

สัดส่วน : 1:1

สกุลไฟล์ : jpg หรือ png

เพิ่มเติม : ต้องการ Landing Page

โดยการสร้างโฆษณา Facebook Ads แบบ Carousel สามารถใส่ข้อความและตั้งค่าต่าง ๆ ได้ดังนี้

## การเพิ่มข้อความของ Carousel

Text กำหนดข้อความที่ต้องให้แสดงบนโฆษณา

Cards แสดงภาพที่มีประสิทธิภาพสูงสุดไว้ลำดับแรก เพิ่มรูปโปรไฟล์เพจในลำดับสุดท้าย

Headline ข้อความพาดหัวที่ดึงดูดความสนใจ


Description เขียนคำอธิบายถึงผู้ที่เข้าชมเว็บไซต์

Destination URL ป้อนข้อมูล URL เว็บไซต์ที่ต้องการโปรโมท

See More URL ลง URL เพิ่มเติม

“See More” display link กำหนดให้ดูลิงก์ที่แสดงเพิ่มเติม

Call To Action กำหนดปุ่มให้เลือกคลิกเพื่อดำเนินการ

	<b>ใบข้อมูล</b>	หลักสูตร : หลักสูตร การทำ Video Content Marketing	หน้า
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล	100
	<b>เรื่อง</b> การจัดการโฆษณาใน Facebook แบบมีอาชีพ	หัวข้อวิชา : การจัดการโฆษณาใน Facebook แบบมีอาชีพ	
		งานย่อยที่ 5	เวลา 1 ชั่วโมง

## Image

โฆษณา Facebook Ads ประเภทรูปภาพ ซึ่งรูปภาพสำหรับ Facebook Ads ที่ Facebook แนะนำ มีสัดส่วน และ คุณสมบัติดังนี้

**Text**  
Enter the text for your advert. [Learn more.](#)

Text

Digital Marketing Knowledge Hub for Entrepreneurs

Add a website URL [?](#)

Website URL [?](#)

Enter the URL you want to promote

Display Link (optional) [?](#)

Headline [?](#)

News Feed link description [?](#)

Call To Action [?](#)

No button ▾

สัดส่วน : 1.91 : 1 ถึง 4 : 5

สกุลไฟล์ : jpg หรือ png

คุณภาพความคมชัด : สูงสุดของรูปภาพนั้น ๆ

สัดส่วนข้อความ : ยังคงแนะนำให้ไม่เกิน 20%

## Video

โฆษณา Facebook Ads ที่มีลักษณะเป็นวิดีโอที่รองรับเกือบทุกสกุลไฟล์

สัดส่วน : 9 : 16 ถึง 16 : 9

สกุลไฟล์ : เกือบทุกสกุลไฟล์

คุณภาพความคมชัด : สูงสุดของรูปภาพนั้น ๆ ที่ไม่ทำให้เกินข้อจำกัดเรื่องขนาด

ความยาว : ต่ำสุด 1 วินาที สูงสุด 240 นาที

ขนาด : ไม่เกิน 4 GB

เพิ่มเติม : สามารถทำวิดีโอรูปแบบ 360 องศา

โดยโฆษณา Facebook Ads ประเภทรูปภาพและวิดีโอสามารถตั้งค่า และ ข้อความต่าง ๆ ได้ดังนี้

## สำหรับ Image และ Video

Text กำหนดข้อความที่ต้องให้แสดงบนโฆษณา


Website URL กำหนด URL เว็บไซต์ที่ต้องการโปรโมท

Display Link กำหนดการแสดงลิงก์

Headline ข้อความสำหรับพาดหัว

New Feed link description คำอธิบายลิงก์บนฟีดข่าว

Call To Action กำหนดปุ่มให้เลือกคลิกเพื่อดำเนินการ

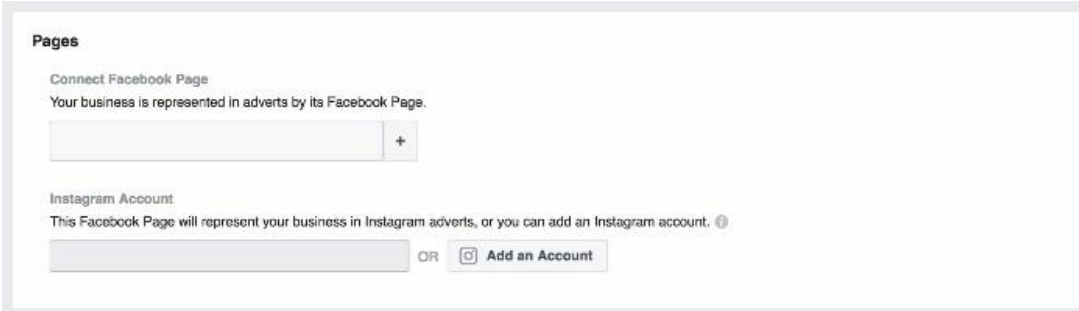
	ใบข้อมูล	หลักสูตร : หลักสูตร การทำ Video Content Marketing	หน้า
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล	101
	เรื่อง การจัดการโฆษณาใน Facebook แบบมีอาชีพ	หัวข้อวิชา : การจัดการโฆษณาใน Facebook แบบมีอาชีพ	
		งานย่อยที่ 5	เวลา 1 ชั่วโมง

### Collection

โฆษณา Facebook Ads ที่มีลักษณะเป็นแค็ตตาล็อกสินค้า เพื่อให้ง่ายต่อการเลือกซื้อ โดยภายในโฆษณา Facebook Ads ประเภทนี้สามารถมีได้ทั้งรูปภาพ และ วิดีโอ แล้วจึงตามด้วยรูปสินค้าของเราอีกที เมื่อมีการคลิกลงไปผู้ใช้งานจะเข้าไปยังพีเจอร์ “Instant Experience” ทันที

เมื่อเราเลือกประเภทของโฆษณา Facebook Ads แล้วจะมีตัวเลือก และ ข้อความต่าง ๆ ให้เลือกและกรอกลงไปตามตัวอย่างด้านล่างนี้

### ขั้นตอนที่ 7 :เชื่อมต่อกับเพจ และ อื่น ๆ



The screenshot shows a 'Pages' section with the heading 'Connect Facebook Page' and the text 'Your business is represented in adverts by its Facebook Page.' Below this is a search bar with a plus sign. Underneath is an 'Instagram Account' section with the text 'This Facebook Page will represent your business in Instagram adverts, or you can add an Instagram account.' Below this is another search bar and an 'Add an Account' button.


และในขั้นสุดท้ายเราจะต้องทำการเลือกช่องทางที่เราต้องการให้ Facebook Ads ที่สร้างไปแสดงผล ซึ่งมีตัวเลือกดังนี้

Connect Facebook Page เลือกเพจที่ต้องการแสดงโฆษณา

Instagram Account เพิ่มบัญชี Instagram ที่เชื่อมโยงกับเพจของคุณ


เมื่อสร้างเสร็จแล้วเรียบร้อย ให้เรากดไปที่ “Place your order” เพื่อทำการสั่งซื้อพื้นที่โฆษณา Facebook Ads ที่เราสร้างไป โดยหากเป็นครั้งแรกเราจะต้องใส่ข้อมูลการชำระค่าใช้จ่ายก่อน และทั้งหมดนี้คือขั้นตอนในการสร้าง Facebook Ads ให้ได้เป้าหมายเชิงคุณภาพผ่านเครื่องมืออย่าง Facebook Ads Manager หากใครสนใจอยากได้ความรู้เกี่ยวกับการยิงโฆษณา หรือ การตลาดออนไลน์ สามารถติดตามและอย่าบทความอื่น ๆ ของ STEPS Academy ได้เลยครับ

	<b>ใบงาน</b>	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing &		หน้า 102
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล (DT)		
	<b>เรื่อง</b> การจัดการโฆษณาใน Facebook แบบมืออาชีพ	หัวข้อวิชา : การจัดการโฆษณาใน Facebook แบบมืออาชีพ		
		งานย่อย 5	เวลา 5 ชั่วโมง	
<p>ให้ผู้รับการฝึกปฏิบัติงานต่อไปนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ฝึกปฏิบัติเกี่ยวกับการการออกแบบ Facebook Page เพื่อการซื้อขายสินค้าออนไลน์</li> </ul>				

	ใบทดสอบ	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing &	หน้า
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล	103
	เรื่อง การจัดการโฆษณาใน Facebook แบบมืออาชีพ	หัวข้อวิชา : การจัดการโฆษณาใน Facebook แบบมืออาชีพ	
		งานย่อย 5	เวลา 10 นาที
<p>1. Facebook Ads Manager คือเครื่องมืออะไร</p> <p><b>ตอบ</b></p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>			
ชื่อผู้รับการฝึก	วัน/เดือน/ปี	ผลคะแนน	


	ใบเฉลย	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing &		หน้า
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล		104
	เรื่อง การจัดการโฆษณาใน Facebook แบบมีอาชีพ	หัวข้อวิชา : การจัดการโฆษณาใน Facebook แบบมี อาชีพ		งานย่อย 5
<p><b>เฉลยแบบทดสอบ</b></p> <p>1. Facebook Ads Manager คือเครื่องมืออะไร</p> <p><b>ตอบ</b> คือเครื่องมือที่สำคัญในการยิงโฆษณา Facebook Ads ที่เหมาะสำหรับทุกธุรกิจ โดยเครื่องมือนี้เปิดโอกาสให้เราสามารถ สร้าง ปรับแต่ง จัดการ และวิเคราะห์ผลลัพธ์การยิงโฆษณา Facebook Ads ได้ภายในที่เดียว และนอกจากนี้ Facebook Ads Manager สามารถใช้ร่วมกับบัญชีโฆษณาหลายอันได้อีกด้วย โดย Facebook Ads Manager</p>				
ชื่อผู้รับการฝึก		วัน/เดือน/ปี		ผลคะแนน

	<b>ใบเตรียมการสอน</b>	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing &	หน้า 105
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล (DT)	
<b>เรื่อง</b> การพิชิตลูกค้าสร้างยอดขาย ในยุค 4.0 ด้วย LINE@	หัวข้อวิชา : การพิชิตลูกค้าสร้างยอดขายในยุค 4.0 ด้วย LINE@		เวลา 4 ชั่วโมง
	งานย่อย 6		
<b>วัตถุประสงค์ :</b> เพื่อให้ผู้รับการฝึกเรียนรู้เกี่ยวกับพิชิตลูกค้าสร้างยอดขายในยุค 4.0 ด้วย LINE@			
<b>วิธีการสอน :</b> บรรยาย,			
<b>หัวข้อสำคัญ :</b> เครื่องมือการตลาด การสมัครใช้งาน และการตั้งค่า Line@ ให้พร้อมใช้งาน การตั้งค่าพื้นฐานให้ประทับใจ ตั้งแต่เพิ่มเพื่อน การตั้งค่าใช้งานพีเจอร์ต่างๆ เพื่อเพิ่มจำนวนผู้ติดตามและเพิ่มยอดขาย			
<b>อุปกรณ์ช่วยฝึก :</b> 1. ชุดคอมพิวเตอร์ช่วยฝึก			
<b>การมอบหมายงาน :</b> - ใบทดสอบ			
<b>การวัดผลและประเมินผล :</b> - ผลการทำใบทดสอบ			
<b>หนังสืออ้างอิง :</b> สื่อออนไลน์อิเล็กทรอนิกส์ <a href="https://pay.line.me/portal/th/main">https://pay.line.me/portal/th/main</a>			

	ใบข้อมูล	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing	หน้า
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล	106
	เรื่อง การพิชิตลูกค้าสร้างยอดขาย ในยุค 4.0 ด้วย LINE@	หัวข้อวิชา : การพิชิตลูกค้าสร้างยอดขายในยุค 4.0 ด้วย LINE@	
		งานย่อยที่ 6	เวลา 4 ชั่วโมง

# การตั้งค่าบัญชีพื้นฐาน LINE Official Account

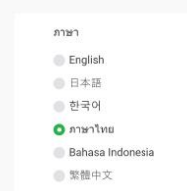
LINE

	ใบข้อมูล	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing	หน้า
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล	107
	เรื่อง การพิชิตลูกค้าสร้างยอดขาย ในยุค 4.0 ด้วย LINE@	หัวข้อวิชา : การพิชิตลูกค้าสร้างยอดขายในยุค 4.0 ด้วย LINE@	
		งานย่อยที่ 6	เวลา 4 ชั่วโมง

## Table of Contents

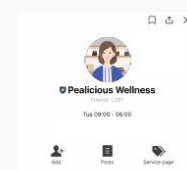
# 02

วิธีเปลี่ยนภาษา



# 05

การตั้งค่าบัญชี



# 11

การจัดการสิทธิ์



# 15


ตั้งค่าการตอบกลับ



# 18

ตั้งค่าข้อความทักทายเพื่อนใหม่

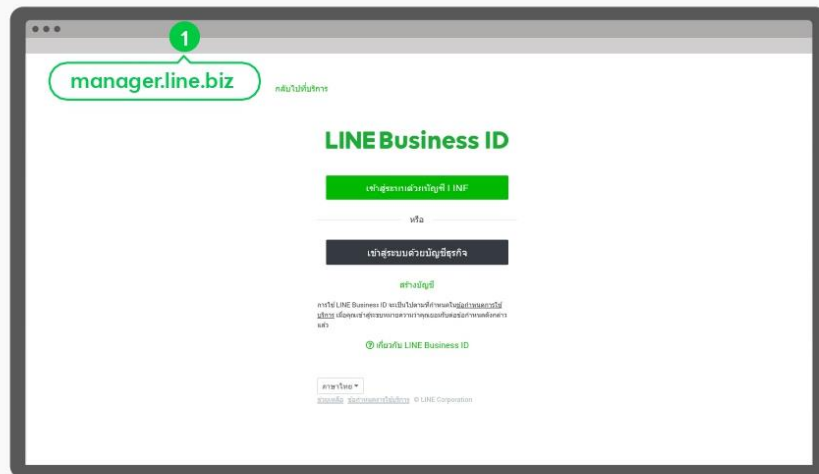


	ใบข้อมูล	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing	หน้า
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล	108
	เรื่อง การพินิจลูกค้าสร้างยอดขาย ในยุค 4.0 ด้วย LINE@	หัวข้อวิชา : การพินิจลูกค้าสร้างยอดขายในยุค 4.0 ด้วย LINE@	งานย่อยที่ 6

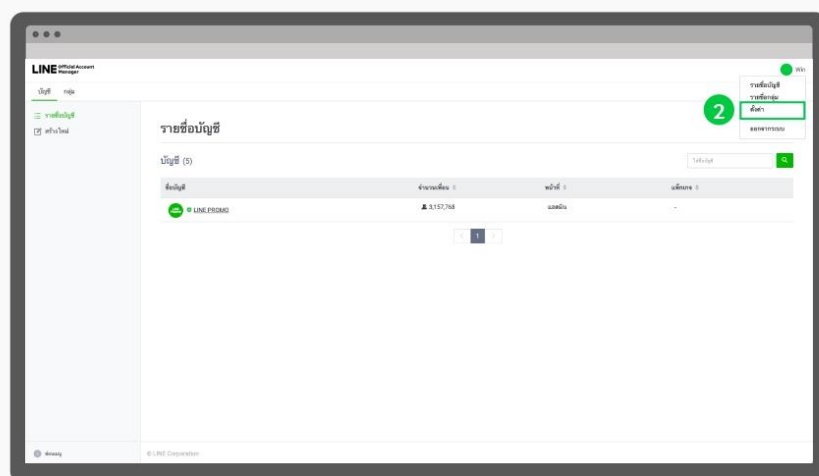
## วิธีเปลี่ยนภาษา


### 1. เข้าไปที่เว็บไซต์ [manager.line.biz](https://manager.line.biz) (LINE Official Account Manager)

\*แนะนำให้ใช้ Google Chrome

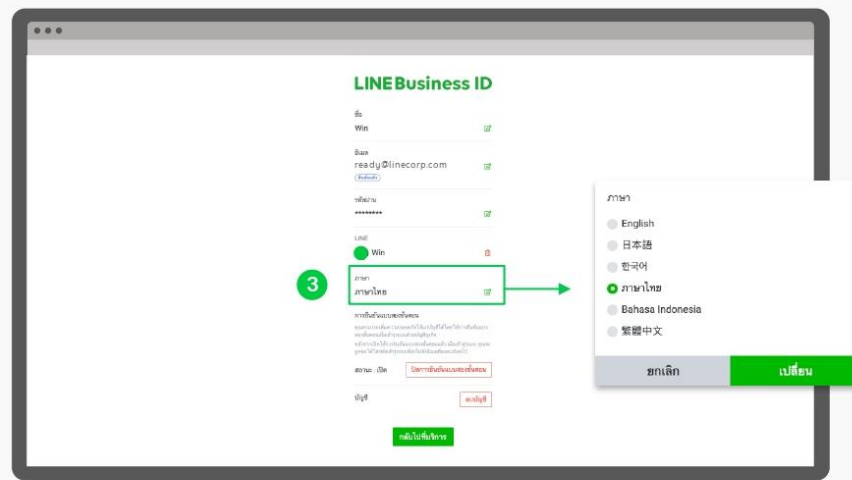


### 2. หน้า รายชื่อบัญชี เลือก 'โปรไฟล์ผู้ใช้' จากนั้นเลือก 'ตั้งค่า'



	<b>ใบข้อมูล</b>	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing	หน้า
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล	109
<b>เรื่อง</b> การพินิจลูกค้าสร้างยอดขาย ในยุค 4.0 ด้วย LINE@	หัวข้อวิชา : การพินิจลูกค้าสร้างยอดขายในยุค 4.0 ด้วย LINE@		เวลา 4 ชั่วโมง
	งานย่อยที่ 6		

### 3. เลือก 'ภาษา' ที่ต้องการ จากนั้นเลือก 'เปลี่ยน'



LINE Business ID

ชื่อ  
 ชื่อ ready@linecorp.com (อีเมล)

ชื่อเล่น  
 \*\*\*\*\*

ชื่อ  
 Win


3 ภาษา  
 ภาษาไทย

การตั้งค่าภาษา  
 ภาษาที่ใช้ในการติดต่อลูกค้า  
 ภาษาที่ใช้ในการติดต่อพนักงาน  
 ภาษาที่ใช้ในการติดต่อทีมสนับสนุน

สถานะ: เปิด

บัญชี

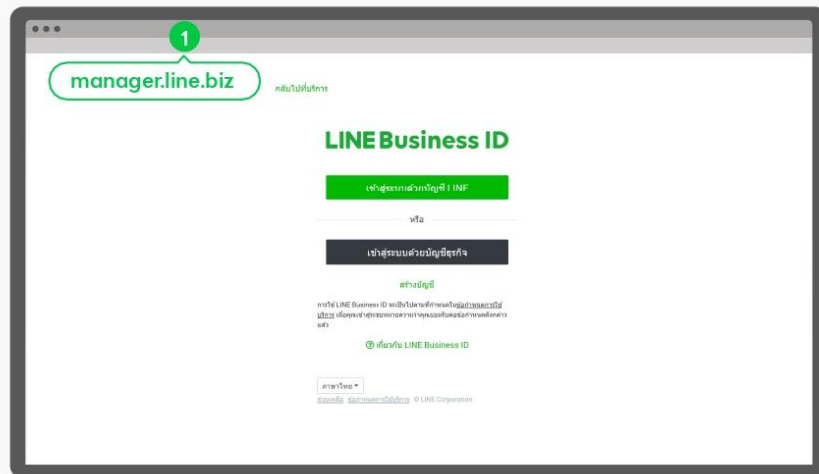
ภาษา  
 English  
 日本語  
 ไทย  
 ภาษาไทย  
 Bahasa Indonesia  
 繁體中文

	<b>ใบข้อมูล</b>	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing	หน้า
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล	110
	เรื่อง การพิชิตลูกค้าสร้างยอดขาย ในยุค 4.0 ด้วย LINE@	หัวข้อวิชา : การพิชิตลูกค้าสร้างยอดขายในยุค 4.0 ด้วย LINE@	งานย่อยที่ 6

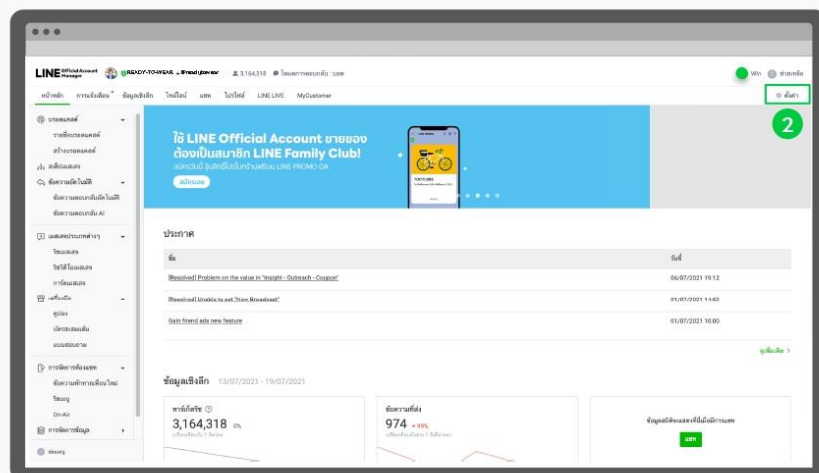
## การตั้งคำบัญชี


### 1. เข้าไปที่เว็บไซต์ [manager.line.biz](https://manager.line.biz) (LINE Official Account Manager)

\*แนะนำให้ใช้ Google Chrome



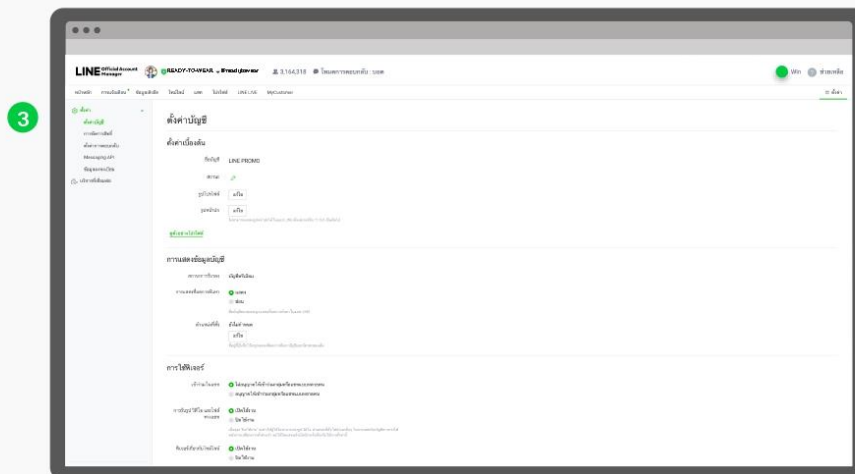
### 2. คลิกที่ 'ตั้งค่า' ที่แถบเมนูด้านบนขวา



	ใบข้อมูล	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing	หน้า
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล	111
	เรื่อง การพินิจลูกค้าสร้างยอดขาย ในยุค 4.0 ด้วย LINE@	หัวข้อวิชา : การพินิจลูกค้าสร้างยอดขายในยุค 4.0 ด้วย LINE@	
		งานย่อยที่ 6	เวลา 4 ชั่วโมง

### 3. คลิกที่ 'ตั้งค่าบัญชี' ที่แถบเมนูด้านซ้าย

เพื่อตั้งค่าพื้นฐานของบัญชีที่ต้องการให้แสดงใน LINE ไปทีละส่วน



### 4. ตั้งค่า 'ตั้งค่าเบื้องต้น'

สามารถตั้งค่าข้อความแสดงสถานะ: รูปโปรไฟล์ และรูปหน้าปกได้

**สถานะ:**

ไม่เกิน 20 ตัวอักษร

**รูปโปรไฟล์**

คลิก 'แก้ไข' แล้วเลือกรูปภาพที่ต้องการ ขนาด 640×640 พิกเซล / ไม่เกิน 3 MB

/ รูปแบบไฟล์ JPG, JPEG, PNG

**รูปหน้าปก**

เปลี่ยนภาพหน้าปกจะแสดงผลในหน้าโทมไลน์ คลิก 'แก้ไข' แล้วเลือกรูปภาพที่ต้องการ

ขนาด 1080×878 พิกเซล / ไม่เกิน 3 MB / รูปแบบไฟล์ JPG, JPEG, PNG

\*รูปหน้าปกไม่สามารถแสดงรูปหน้าปกได้ในแอป LINE ตั้งแต่เวอร์ชัน 11.9.0 เป็นต้นไป

**สถานะ: รูปโปรไฟล์ และรูปหน้าปก** สามารถเปลี่ยนได้ 1 ครั้ง ใน 1 ชั่วโมง

**ตั้งค่าเบื้องต้น**


ชื่อบัญชี: Ready-to-Wear

สถานะ:  บันทึก 11/20

รูปโปรไฟล์:

รูปหน้าปก:

ไม่สามารถแสดงรูปหน้าปกได้ในแอป LINE ตั้งแต่เวอร์ชัน 11.9.0 เป็นต้นไป

	<b>ใบข้อมูล</b>	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing	หน้า
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล	112
	<b>เรื่อง</b> การพิชิตลูกค้าสร้างยอดขาย ในยุค 4.0 ด้วย LINE@	หัวข้อวิชา : การพิชิตลูกค้าสร้างยอดขายในยุค 4.0 ด้วย LINE@	
		งานย่อยที่ 6	เวลา 4 ชั่วโมง

## 5. ตั้งค่า 'การแสดงผลข้อมูลบัญชี'

สามารถตั้งค่าสถานะการรับรอง และตำแหน่งที่ตั้งได้

### สถานะการรับรอง

แจ้งสถานะการรับรองบัญชี LINE Official Account

### ตำแหน่งที่ตั้ง

ตำแหน่งที่ตั้งของร้านที่บันทึกไว้ จะถูกแสดงที่ผลการค้นหาบัญชีและบัตรสะสมแต้ม บน LINE Chat

ตั้งค่าตำแหน่งที่ตั้ง โดยคลิก 'แก้ไข' จากนั้นกรอกที่อยู่และตำแหน่งที่ตั้ง

\*สามารถเลื่อนหนุดเพื่อให้ตรงกับตำแหน่งที่ต้องการได้

### 5 การแสดงผลข้อมูลบัญชี

สถานะการรับรอง บัญชีพรีเมียม

ตำแหน่งที่ตั้ง LINE Thailand

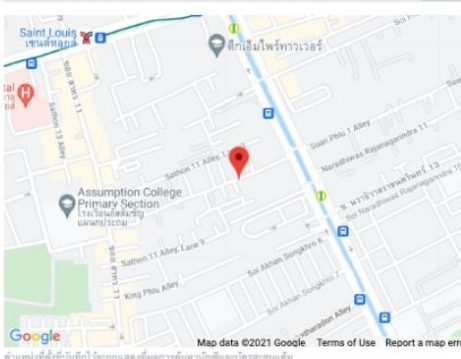
แก้ไข

ที่อยู่บันทึกไว้จะถูกแสดงที่ผลการค้นหาบัญชีและบัตรสะสมแต้ม


แก้ไขตำแหน่งที่ตั้ง

ที่อยู่ 10/255  
Quad Condo

ตำแหน่งที่ตั้ง  
Quad Condo Sathorn ค้นหา



เปิด บันทึก

	<b>ใบข้อมูล</b>	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing	หน้า
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล	113
	<b>เรื่อง</b> การพิชิตลูกค้าสร้างยอดขาย ในยุค 4.0 ด้วย LINE@	หัวข้อวิชา : การพิชิตลูกค้าสร้างยอดขายในยุค 4.0 ด้วย LINE@	
		งานย่อยที่ 6	เวลา 4 ชั่วโมง

## 6. ตั้งค่า 'การใช้พีเจอร์'

สามารถตั้งค่าเข้าร่วมในแชท การรับรูป วิดีโอและไฟล์ทางแชทและพีเจอร์เกี่ยวกับไทม์ไลน์ได้

### เข้าร่วมในแชท

ตั้งค่าอนุญาต หรือ ไม่อนุญาตให้เข้าร่วมกลุ่มหรือแชทแบบหลายคน

### การรับรูป วิดีโอ และไฟล์ทางแชท

ตั้งค่าเปิด หรือ ปิดการใช้งานการรับไฟล์ต่าง ๆ ในแชท

### พีเจอร์เกี่ยวกับไทม์ไลน์

ตั้งค่าเปิด หรือ ปิดการใช้งานการโพสต์บนไทม์ไลน์

6

### การใช้พีเจอร์

#### เข้าร่วมในแชท

- อนุญาตให้เข้าร่วมกลุ่มหรือแชทแบบหลายคน
- อนุญาตให้เข้าร่วมกลุ่มหรือแชทแบบหลายคน

#### การรับรูป วิดีโอ และไฟล์ทางแชท


- เปิดใช้งาน
- ปิดใช้งาน

เมื่อคุณ "ปิดใช้งาน" จะทำให้ผู้ใช้ไม่สามารถส่งรูป วิดีโอ ต่างๆที่ส่ง ไฟล์ และอื่นๆ ในการแชทกับผู้ใช้ทางแชทได้  
หลังจากมีขบวนการตั้งค่าแล้ว รอให้แชทแล้วเปิดอีกครั้งเพื่อเริ่มใช้การตั้งค่านี้

#### พีเจอร์เกี่ยวกับไทม์ไลน์

- เปิดใช้งาน
- ปิดใช้งาน

คุณสามารถปิดใช้งานได้จากไม่ต้องการโพสต์บนไทม์ไลน์ โปรดคลิกโพสต์ หรือสร้างรายชื่อจาก โพสต์ ทั้งนี้เมื่อคุณปิดใช้งานจะไม่สามารถโพสต์ที่มืออยู่ก่อนแสดงได้

	ใบข้อมูล	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing	หน้า
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล	114
	เรื่อง การพิชิตลูกค้าสร้างยอดขาย ในยุค 4.0 ด้วย LINE@	หัวข้อวิชา : การพิชิตลูกค้าสร้างยอดขายในยุค 4.0 ด้วย LINE@	งานย่อยที่ 6

## 7. ตั้งค่า 'ข้อมูลบัญชี'

สามารถดูข้อมูล เบล็ค ID พรีเมียม ID และวัตถุประสงค์ในการใช้งาน

### เบล็ค ID

แสดงข้อมูลเบล็ค ID ของบัญชี LINE Official Account

### พรีเมียม ID

แสดงข้อมูลพรีเมียม ID ของบัญชี LINE Official Account

### วัตถุประสงค์ในการใช้งาน

ตั้งค่าวัตถุประสงค์ในการใช้งาน โดยคลิก 'แก้ไข' จากนั้นเลือกวัตถุประสงค์ในการใช้งานที่ต้องการ

7

### ข้อมูลบัญชี

เบล็ค ID	@050pgech
พรีเมียม ID	@readytowear
วัตถุประสงค์ในการใช้งาน	ยังไม่กำหนด
	<input type="button" value="แก้ไข"/>

วัตถุประสงค์ในการใช้งาน

กำหนดวัตถุประสงค์ในการใช้บัญชีทางการของคุณ

เพื่อให้คนรู้จักและมีความสนใจธุรกิจของฉันมากขึ้น ✓

เพื่อให้มีคนเข้าชมเว็บไซต์และลงทะเบียน


เพื่อให้ผู้ใช้มาที่ร้านและเป็นลูกค้าประจำ

เพื่อใช้ในการติดต่อสอบถามและเช็กกับลูกค้า

เพื่อใช้แทนเว็บไซต์หรือโซเชียลมีเดีย

เพื่อเพิ่มผู้ที่อาจเป็นลูกค้าหรือกำลังจะเป็นลูกค้า

อื่นๆ

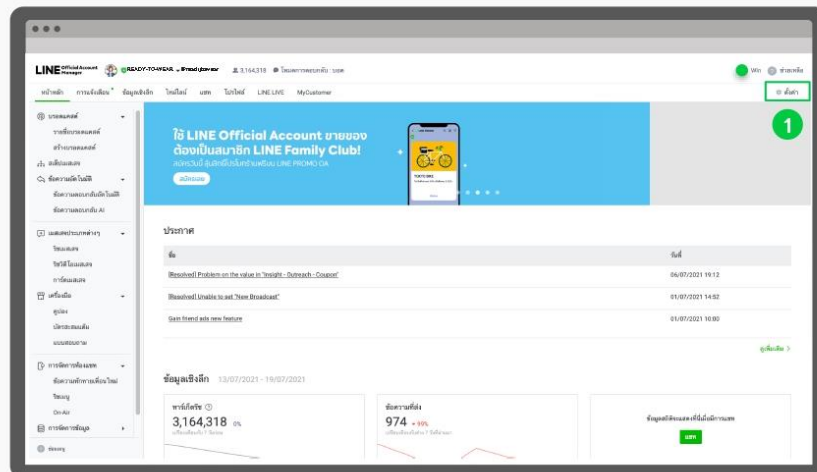
	<b>ใบข้อมูล</b>	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing	หน้า
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล	115
	เรื่อง การพิชิตลูกค้าสร้างยอดขาย ในยุค 4.0 ด้วย LINE@	หัวข้อวิชา : การพิชิตลูกค้าสร้างยอดขายในยุค 4.0 ด้วย LINE@	งานย่อยที่ 6

## การจัดการสิทธิ์

ผู้ใช้ LINE สามารถเพิ่มสิทธิ์ในการจัดการ LINE Official Account ได้

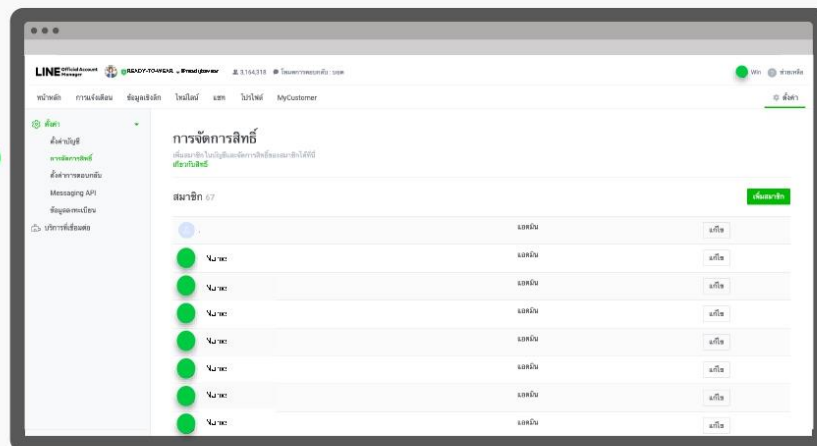
### วิธีจัดการสิทธิ์


1. คลิกที่ **'ตั้งค่า'** ที่แถบเมนูด้านบน



2. เลื่อนลงมาที่หัวข้อ **'การจัดการสิทธิ์'**

เพิ่มหรือเปลี่ยนแปลงสิทธิ์ในการจัดการ LINE Official Account



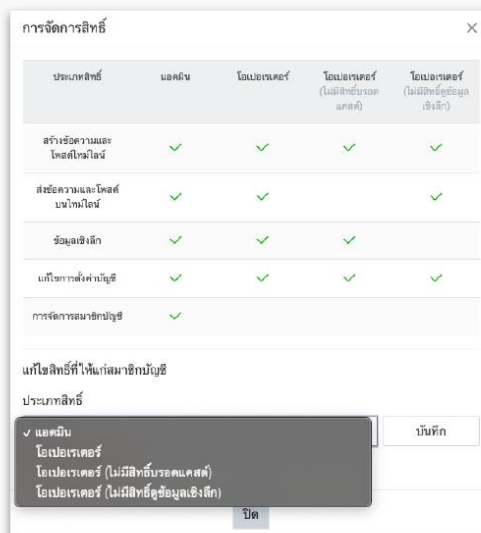
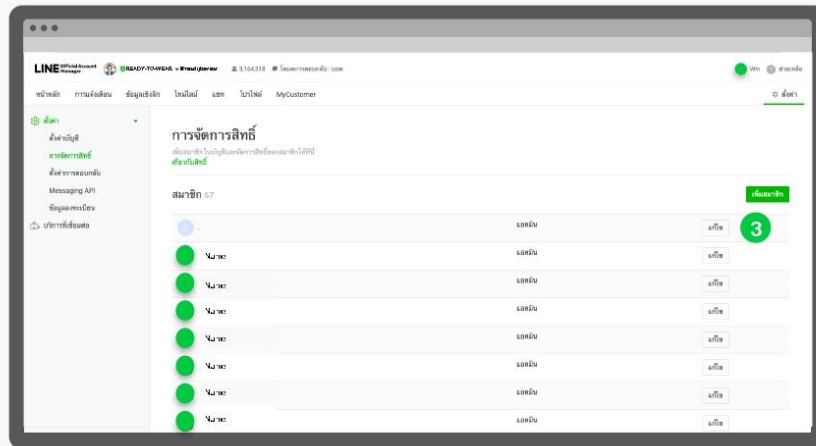
	<b>ใบข้อมูล</b>	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing	หน้า
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล	116
	เรื่อง การพิชิตลูกค้าสร้างยอดขาย ในยุค 4.0 ด้วย LINE@	หัวข้อวิชา : การพิชิตลูกค้าสร้างยอดขายในยุค 4.0 ด้วย LINE@	งานย่อยที่ 6


### 3. การเปลี่ยนแปลงสิทธิ์

เปลี่ยนแปลงสิทธิ์ของแอดมินปัจจุบัน

#### เปลี่ยนแปลงสิทธิ์

เลือกแอดมินที่ต้องการ จากนั้นคลิก 'แก้ไข' และเปลี่ยนแปลงสิทธิ์ที่ต้องการ



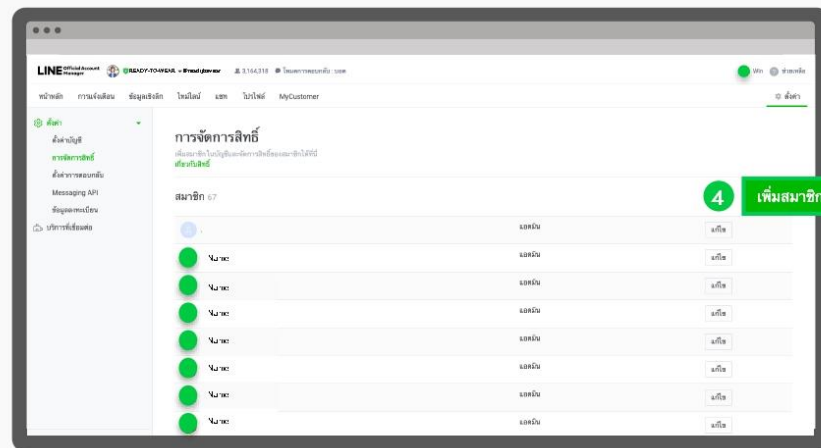
	<b>ใบข้อมูล</b>	<b>หลักสูตร :</b> การทำ Video Content Marketing	<b>หน้า</b>
		<b>หน่วยการฝึก :</b> เทคโนโลยีดิจิทัล	<b>117</b>
<b>เรื่อง</b> การพิชิตลูกค้าสร้างยอดขาย ในยุค 4.0 ด้วย LINE@	<b>หัวข้อวิชา :</b> การพิชิตลูกค้าสร้างยอดขายในยุค 4.0 ด้วย LINE@		<b>เวลา 4 ชั่วโมง</b>
	<b>งานย่อยที่ 6</b>		

#### 4. การเพิ่มแอดมิน

เพิ่มแอดมินสำหรับจัดการ LINE Official Account

##### เพิ่มแอดมิน

เลือกสิทธิ์แอดมินที่ต้องการ โดยคลิก 'เพิ่มสมาชิก' จากนั้นเลือกประเภทสิทธิ์ที่ต้องการคลิก 'ออกลิงก์' และแฮชให้สมาชิกที่ต้องการ



**การจัดการสิทธิ์** ✕

ประเภทสิทธิ์	แอดมิน	โอปอเรเตอร์	โอปอเรเตอร์ (ไม่มีสิทธิ์บรอดแคสต์)	โอปอเรเตอร์ (ไม่มีสิทธิ์ดูข้อมูลเชิงลึก)
สร้างข้อความและโพสต์บนไทม์ไลน์	✓	✓	✓	✓
ส่งข้อความและโพสต์บนไทม์ไลน์	✓	✓	✓	✓
ข้อมูลเชิงลึก	✓	✓	✓	
แก้ไขการตั้งค่าบัญชี	✓	✓	✓	✓
การจัดการสมาชิกบัญชี	✓			

คุณสามารถมอบสิทธิ์ให้แก่สมาชิกด้วยการออกลิงก์มอบสิทธิ์แล้วส่งให้กับสมาชิกคนนั้น


ประเภทสิทธิ์

แอดมิน

ลิงก์นี้มีเวลาใช้งาน 24 ชั่วโมงและสามารถใช้ได้เพียงครั้งเดียว

**ออกลิงก์**

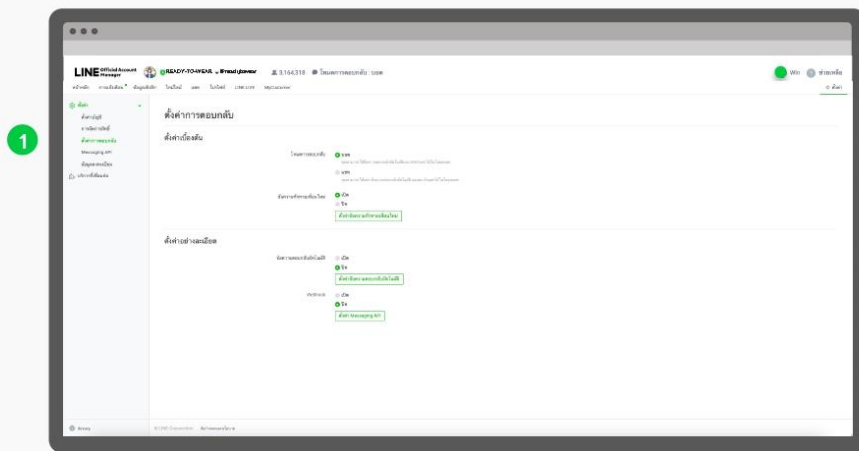
ปิด

	<b>ใบข้อมูล</b>	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing	หน้า
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล	118
	เรื่อง การพิชิตลูกค้าสร้างยอดขาย ในยุค 4.0 ด้วย LINE@	หัวข้อวิชา : การพิชิตลูกค้าสร้างยอดขายในยุค 4.0 ด้วย LINE@	งานย่อยที่ 6

## ตั้งค่าการตอบกลับ

### 1. เลือก 'ตั้งค่าการตอบกลับ'

ซึ่งจะแสดงสถานะใช้งานโหมดการตอบกลับปัจจุบัน ว่าเป็นสถานะแทรก หรือ บอด



### 2. ตั้งค่า 'แทรก' ในกรณีที่ต้องการใช้แทรก ข้อความตอบกลับอัตโนมัติ AI และสมาร์ทแทรก

สามารถตั้งค่าข้อความทักทายเพื่อนใหม่ และ ตั้งค่าอย่างละเอียดเพิ่มเติมได้

#### ข้อความทักทายเพื่อนใหม่

ตั้งค่าเปิด หรือ ปิด การใช้งานข้อความทักทายเพื่อนใหม่ได้ รวมถึงสามารถตั้งค่าข้อความทักทายเพื่อนใหม่โดยคลิก 'ตั้งค่าข้อความทักทายเพื่อนใหม่'


#### เวลาตอบข้อความ

ตั้งค่าเปิด หรือ ปิด เวลาตอบข้อความ รวมถึงสามารถตั้งค่าเวลาตอบข้อความโดยคลิก 'กำหนดเวลาตอบข้อความ'

#### วิธีตอบข้อความ

ตั้งค่าวิธีตอบข้อความแบบ 'แทรก (แมนนวล)' หรือ 'สมาร์ทแทรก (ข้อความตอบกลับ AI + แมนนวล)'



	<b>ใบข้อมูล</b>	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing	หน้า
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล	119
	เรื่อง การพิชิตลูกค้าสร้างยอดขาย ในยุค 4.0 ด้วย LINE@	หัวข้อวิชา : การพิชิตลูกค้าสร้างยอดขายในยุค 4.0 ด้วย LINE@	6

## ตั้งค่าการตอบกลับ

### 3. ตั้งค่า 'บอต' ในกรณีที่ต้องการใช้ข้อความตอบกลับอัตโนมัติ และ Webhook

สามารถตั้งค่าข้อความทักทายเพื่อนใหม่ และ ตั้งค่าอย่างละเอียดเพิ่มเติมได้

#### ข้อความทักทายเพื่อนใหม่

ตั้งค่าเปิด หรือ ปิด การใช้งานข้อความทักทายเพื่อนใหม่ได้ รวมถึงสามารถตั้งค่า

ข้อความทักทายเพื่อนใหม่โดยคลิก 'ตั้งค่าข้อความทักทายเพื่อนใหม่'

#### ข้อความตอบกลับอัตโนมัติ

ตั้งค่าเปิด หรือ ปิด ข้อความตอบกลับอัตโนมัติ รวมถึงสามารถตั้งค่าข้อความตอบกลับอัตโนมัติได้

โดยคลิก 'ตั้งค่าข้อความตอบกลับอัตโนมัติ'

#### Webhook

ตั้งค่าเปิด หรือ ปิด Webhook รวมถึงสามารถตั้งค่า Webhook โดยคลิก 'ตั้งค่า Messaging API'

### ตั้งค่าการตอบกลับ

**3** ตั้งค่าเบื้องต้น

**บอต**  
คุณสามารถใช้ข้อความตอบกลับอัตโนมัติและ Webhook ได้ในโหมดบอต

**แชท**  
คุณสามารถใช้แชท จัดการตอบกลับอัตโนมัติ และส่งรหัสแชทได้บนโทรศัพท์


**ข้อความทักทายเพื่อนใหม่**  
 ปิด

---

ตั้งค่าอย่างละเอียด

**ข้อความตอบกลับอัตโนมัติ**  
 **เปิด**

**Webhook**  
 **เปิด**

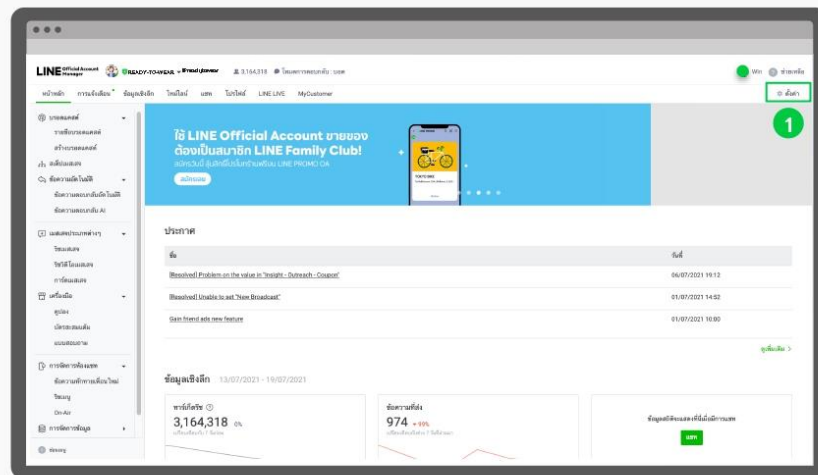
	<b>ใบข้อมูล</b>	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing	หน้า
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล	120
	<b>เรื่อง</b> การพิชิตลูกค้าสร้างยอดขาย ในยุค 4.0 ด้วย LINE@	หัวข้อวิชา : การพิชิตลูกค้าสร้างยอดขายในยุค 4.0 ด้วย LINE@	
		งานย่อยที่ 6	เวลา 4 ชั่วโมง

## ตั้งค่าข้อความทักทายเพื่อนใหม่

ข้อความทักทายเพื่อนใหม่เป็นข้อความที่ดังไปหาลูกค้าใหม่ที่เพิ่งแอดบัญชีเราโดยอัตโนมัติ แอดมินสามารถ เลือกเปิด หรือปิดข้อความนี้ได้

### การเปิด-ปิดข้อความทักทายเพื่อนใหม่

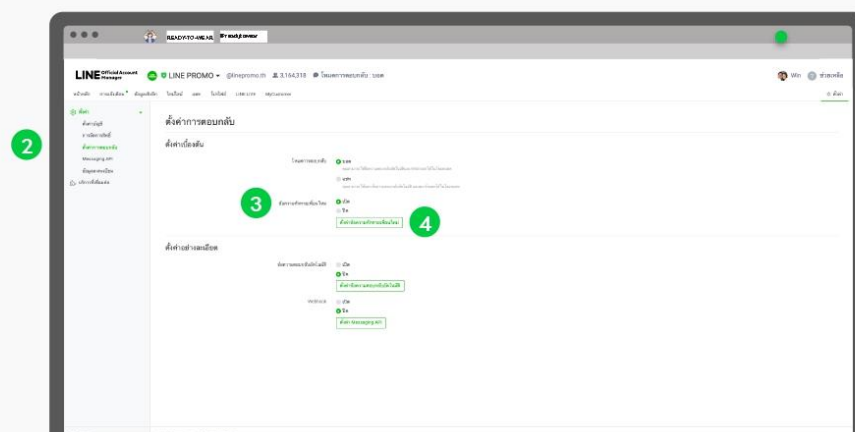
#### 1. เข้าไปที่ 'ตั้งค่า'




#### 2. เลือก 'ตั้งค่าการตอบกลับ'

#### 3. เลือก 'เปิด' หรือ 'ปิด' ที่ ข้อความทักทายเพื่อนใหม่

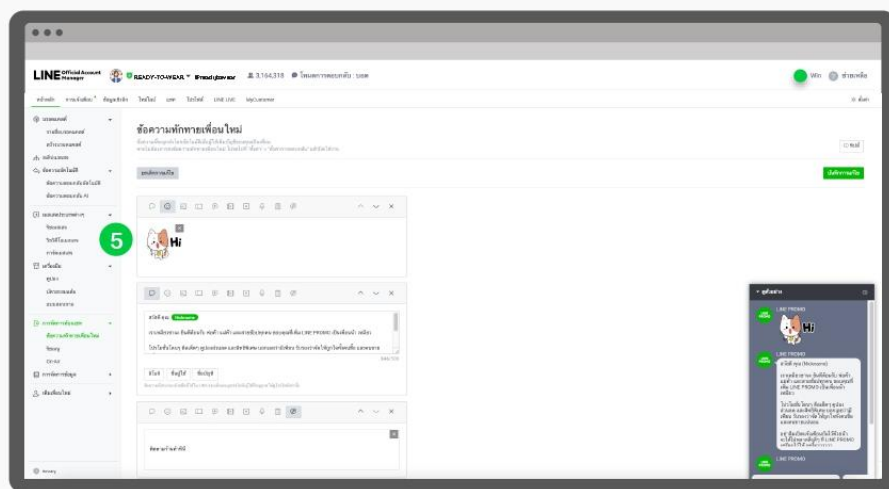
#### 4. เลือก 'ตั้งค่าข้อความทักทายเพื่อนใหม่' เพื่อแก้ไขข้อความ




	<b>ใบข้อมูล</b>	<b>หลักสูตร :</b> การทำ Video Content Marketing	<b>หน้า</b>
		<b>หน่วยการฝึก :</b> เทคโนโลยีดิจิทัล	121
	<b>เรื่อง</b> <b>การพิตลูกค้าสร้างยอดขาย</b> <b>ในยุค 4.0 ด้วย LINE@</b>	<b>หัวข้อวิชา :</b> การพิตลูกค้าสร้างยอดขายในยุค 4.0 ด้วย LINE@	<b>งานย่อยที่ 6</b>


## 5. ตั้งค่าข้อความทักทายเพื่อนใหม่


สามารถตั้งค่าเป็นข้อความตามที่ต้องการ เช่น ข้อความ สติ๊กเกอร์ รูปภาพ คู่มือ ริชเมสเสจ ริชวิดีโอเมสเสจ วิดีโอ ข้อความเสียง แบบสแนกม หรือ การ์ดเมสเสจ ได้ตามต้องการ สูงสุดถึง 5 บอลลูน



นอกจากนี้ยังสามารถเลือกให้ 'ชื่อผู้ใช้' ปรากฏในข้อความ เพื่อให้การทักทายดูเป็นกันเองยิ่งขึ้น ซึ่งระบบจะดึงชื่อ LINE หรือ Display Name ของลูกค้ามาโดยอัตโนมัติ

	<b>ใบงาน</b>	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing &		หน้า 122
		หน่วยการเรียนรู้ : เทคโนโลยีดิจิทัล (DT)		
	<b>เรื่อง</b> การพินิจลูกค้าสร้างยอดขาย ในยุค 4.0 ด้วย LINE@	หัวข้อวิชา : การพินิจลูกค้าสร้างยอดขายในยุค 4.0 ด้วย LINE@		
		งานย่อย 6	เวลา 2 ชั่วโมง	
<p>ให้ผู้รับการฝึกปฏิบัติงานต่อไปนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ฝึกปฏิบัติเกี่ยวกับการตั้งค่า Line@ ในการซื้อ-ขายสินค้าและผลิตภัณฑ์</li> </ul>				

	<b>ใบทดสอบ</b>	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing &		หน้า
		หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล		123
	เรื่อง การพิตลูกค้าสร้างยอดขาย ในยุค 4.0 ด้วย LINE@	หัวข้อวิชา : การพิตลูกค้าสร้างยอดขายในยุค 4.0 ด้วย LINE@		
		งานย่อย 6	เวลา 10 นาที	
<p>1. LINE Official Account (LINE OA) คืออะไร</p> <p><b>ตอบ</b></p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>				
ชื่อผู้รับการฝึก		วัน/เดือน/ปี		ผลคะแนน

	ใบเฉลี่ย	หลักสูตร : การทำ Video Content Marketing & หน่วยการฝึก : เทคโนโลยีดิจิทัล	หน้า 124
	เรื่อง การพิชิตลูกค้าสร้างยอดขาย ในยุค 4.0 ด้วย LINE@	หัวข้อวิชา : การพิชิตลูกค้าสร้างยอดขายในยุค 4.0 ด้วย LINE@ งานย่อย 6	เวลา 10 นาที
<p><b>เฉลยแบบทดสอบ</b></p> <p>1. LINE Official Account (LINE OA) คืออะไร</p> <p>LINE Official Account (LINE OA) หรือ LINE Official คืออะไร และทำอะไรได้บ้าง บริการสำหรับการสื่อสารช่องทางใหม่ ที่แยกมาจากแอปพลิเคชันไลน์ (LINE) ส่วนบุคคล เหมาะสำหรับธุรกิจ SMEs โดยเฉพาะ ใช้งานง่าย เพียงชวนเพื่อนๆ ใน LINE มาติดตาม ไลน์ OA หรือ LINE Official Account ได้ฟรี เพื่อติดตามข่าวสาร โปรโมชัน คุปอง ส่วนลดพิเศษต่างๆ สำหรับการให้บริการหรือซื้อสินค้าของร้านค้าและบริษัท ด้วยฟังก์ชันการใช้งานบน ManagerLINEbiz ที่ใช้งานง่ายและสะดวก สามารถสร้าง LINE Official ทำการตลาดบน LINE Official ออกแบบ LINE Official ได้ตามเทมเพลตที่ต้องการ สามารถควบคุมดูแลด้วยแอดมินได้ถึง 100 คน หมดปัญหาเรื่องการดูแล ตอบข้อความลูกค้าเป็นจำนวนมากๆ ได้ พร้อมด้วยระบบสถิติ ระบบตอบข้อความอัตโนมัติ และอีกมากมาย ที่จะช่วยให้การจัดการธุรกิจของคุณเป็นเรื่องง่ายๆ</p>			
ชื่อผู้รับการฝึก	วัน/เดือน/ปี	ผลคะแนน	