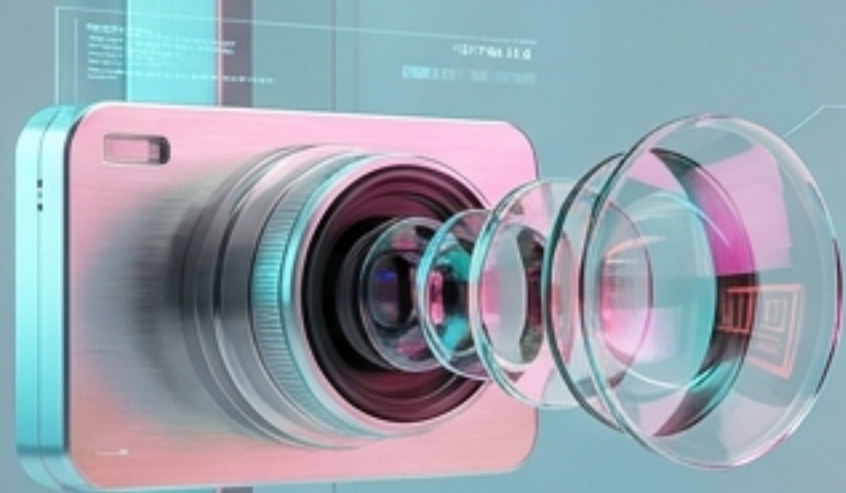


หลักการถ่ายภาพและการถ่ายทอดสดเพื่องานการตลาด สร้างยอดขายด้วยภาพที่ใช้ และไลฟ์ที่โดนใจ



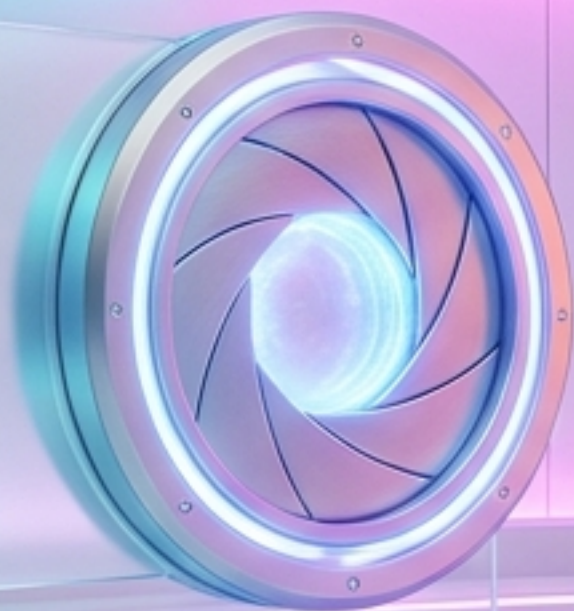
ผู้สอน: ครูอ๊ว วรากรณ์ รำไพ

กลุ่มเป้าหมาย: นักเรียนระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพ
(ปวช.3) สาขาการตลาด

เส้นทางสู่ครีเอเตอร์สายการตลาด: From Lens to Live

1. หลักการถ่ายภาพ (The Art of Capture)

การจัดองค์ประกอบภาพ,
การควบคุมแสง,
และการเคลื่อนไหวกล้อง



2. การถ่ายทอดสด (The Art of Broadcasting)

อุปกรณ์,
โปรแกรมสตรีมมิ่ง,
และการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า



4 กฎเหล็ก: การจัดองค์ประกอบภาพ (Composition)

Head Space

- เว้นระยะเหนือศีรษะให้พอดี ไม่มากหรือน้อยเกินไป เพื่อให้ภาพดูไม่อึดอัด



กฎ 3 ส่วน (Rule of Thirds)

- แบ่งภาพเป็น 3 ส่วน เน้นส่วนที่ต้องการให้เด่น โดยให้กินพื้นที่มากที่สุด



จุดตัด 9 ช่อง

- วางจุดเด่นของภาพไว้ตรงจุดตัดของเส้นแนวตั้งและแนวนอน



เส้นนำสายตา (Leading Lines)

- ใช้เส้นสายในภาพดึงดูดสายตาผู้ชมไปยังตัวสินค้า



สามเหลี่ยมเมทริกซ์ (The Exposure Triangle)

กล่องเก็บ 'แสง' เหมือนการเก็บ 'น้ำฝน' ใส่งถึง



รูรับแสง (Aperture)
= 'ปากถัง'

ปากกว้างน้ำเข้าเยอะ
(ภาพสว่าง/หลังเบลอ),
ปากแคบน้ำเข้าช้า

ความเร็วชัตเตอร์ (Shutter Speed)

= 'เวลาเปิดฝาทิ้ง'

เปิดนานน้ำเข้ามาก
(ภาพสว่าง/เบลอจากการเคลื่อนไหว)

ความไวแสง (ISO)

= 'ขนาดของถัง'

ถังเล็กเต็มไว (ISO สูง)
ถังใหญ่รอนาน (ISO ต่ำ)

Pro Tip: ตั้ง ISO ให้ต่ำที่สุดเท่าที่ทำได้ เพื่อให้ภาพคมชัดที่สุด

การจัดแสงแบบมืออาชีพ (3-Point Lighting)

แสงเต็ม (Fill Light)

- วางฝั่งตรงข้ามแสงหลัก
ความสว่างประมาณ 50%
เพื่อลดเงา

แสงหลัก (Key Light)

- สว่างที่สุด ทำมุม 45 องศา
กับตัวแบบ (100%)

แสงหลัง (Back Light)

- วางด้านหลังตัวแบบ
สร้างมิติให้ตัวแบบแยกออกจาก
ฉากหลัง (Edge Highlight)

ไอนามิกของภาพ: การเคลื่อนที่และมุมมองกล้อง

Zoom: ใช้เลนส์ดึงภาพ โดยกล้องอยู่กับที่

Tilt: ก้ม-เงย อยู่กับที่

Dolly: เคลื่อนกล้องเข้าหาหรือถอยห่าง

Pan: หมุนกล้องซ้าย-ขวา

กฎเหล็ก: จับกล้องให้มั่น!
แขนทั้งสองข้างต้อง 'แนบตัว'
และห้ามเคลื่อนไหวกล้อง
รวดเร็วเกินไปจนภาพเบลอ

Mood & Tone: สร้างมูลค่าสินค้าให้ดู 'แพง'

ภาพหนึ่งภาพแทนคำพูดล้านคำ (Visual Communication)

Bad



Premium



การจัดแสง องค์ประกอบ และพร็อพที่สอดคล้องกัน
ช่วยยกระดับสินค้าให้พรีเมียม และสร้างเอกลักษณ์ให้แบรนด์ (Branding)

ระบบนิเวศของการถ่ายทอดสด (The Live Streaming Ecosystem)



1. วางแผนคอนเทนต์ (Plan)

- คิดโครงเรื่อง และสิ่งที่ต้องการจะสื่อสาร

2. เลือกอุปกรณ์ (Gear)

- จัดเตรียมกล้อง ไมค์ ไฟ และอินเทอร์เน็ต

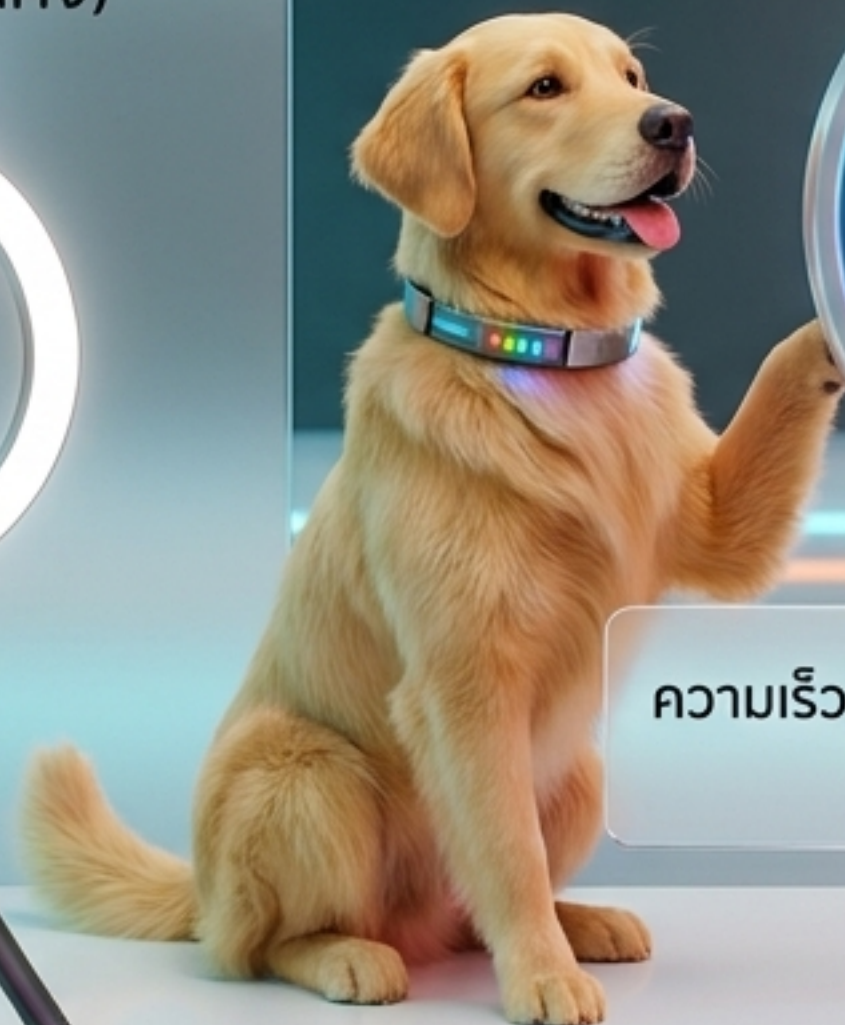
3. เลือกแพลตฟอร์ม (Platform)

- ส่งสัญญาณภาพและเสียงไปยังผู้ชม

คลังแสงอุปกรณ์ไลฟ์สด (The Gear Arsenal)

โทรศัพท์มือถือ

- เริ่มต้นง่าย พกพาสะดวก (ต้องใช้ขาตั้งให้มั่นคง)



ความเร็วอินเทอร์เน็ตที่เหมาะสมสำหรับการไลฟ์
ควรรอยู่ที่ 4-6 Mbps ขึ้นไป

กล้อง DSLR/Mirrorless + คอมพิวเตอร์

- ภาพคมชัดระดับโปร, เพิ่มลูกเล่นกราฟิกได้

'เสียงต้องชัด'

- ไมโครโฟนแยกคือหัวใจสำคัญของการไลฟ์



โปรแกรมควบคุมการสตรีม (Broadcasting Software)

OBS (Open Broadcaster Software)

- ใช้ฟรี 100%
- ปรับแต่งความละเอียดภาพและเสียงได้อิสระ
- ข้อควรระวัง: ใช้พลังประมวลผล (CPU) ค่อนข้างหนัก

Wirecast

- ใช้งานง่าย เหมาะสำหรับมือใหม่
- ระบบตั้งค่าภาพ/เสียงมาให้พร้อมใช้งาน
- เหมาะมากสำหรับการใช้งานหลายกล้องพร้อมกัน

เทคนิคไลฟ์ให้ดูโปร (Pro Tips for Live Engagement)

เตรียมฉากให้สวยงาม
- ไม่รก ไม่มีสิ่งรบกวน
สายตาจากตัวสินค้า

เปิดไฟให้สว่าง
- ใช้หลักการ 3-Point Lighting
เพื่อให้ภาพไม่แบน

เลือกผ้าหน้าพรมพร้อม
- ผู้ดำเนินรายการคือ
หน้าตาของแบรนด์

มองกล้อง
- เสมือนการสบตากับผู้ชมโดยตรง

ระบบขัดข้อง? การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า (Live Stream First-Aid)

อาการ: สัญญาณภาพ/เน็ตกระตุก

สาเหตุ/ทางแก้: ตรวจสอบอินเทอร์เน็ตลวงหน้า / เตรียม Wi-Fi สำรองให้พร้อมสลับทันที

อาการ: เสียงไม่ออก / ภาพหาย

สาเหตุ/ทางแก้: ทดสอบระบบ (Test Stream) ทุกครั้งก่อนไลฟ์จริง / เตรียมสายเคเบิลสำรอง

อาการ: ระบบไฟฟ้าขัดข้อง

สาเหตุ/ทางแก้: ใช้เครื่องสำรองไฟ (UPS) ป้องกันไฟตกกระชาก

กฎเหล็ก: ต้องมีทีมงาน (Admin) คอยมอนิเตอร์สัญญาณหน้าจอตลอดจนจบไลฟ์

สรุป: อาวุธลับของนักการตลาด (The Ultimate Marketer)

ภาพที่สวยงาม (Photography) + การถ่ายทอดสดที่ลื่นไหล (Live Streaming)
= ความน่าเชื่อถือ ยอดขาย และความผูกพันกับแบรนด์



เตรียมอุปกรณ์ให้พร้อม จัดแสงให้ปิ๊ะ แล้วกดปุ่ม **'GO LIVE'!**

Q & A

ขอบคุณที่รับชม



จบการนำเสนอ