



มัลติมีเดียเพื่อ การตลาด

คู่มือ 6 สเต็ม ฉบับรวบรัด:
จากสายเส้นคลาสสิกสู่แคมเปญ
สื่อผสมดิจิทัลเจาะลึกอินเทอร์เน็ตการตลาด

ภารกิจ: พามุกคลาสสิกไปเจาะตลาดดิจิทัล

ร่ำมารسیمสับจาทท์เค็ปรถเล็กรการได้ทบติคานน

Step 1



Step 2



Step 3



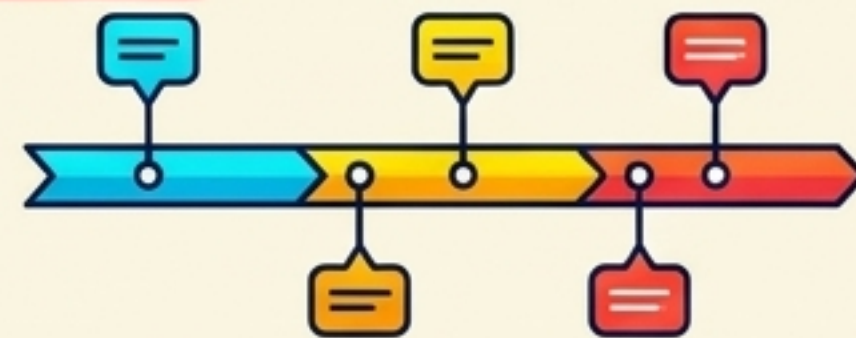
Step 4



Step 5



Step 6



[หน่วยที่ 1] แกะรอยอินไซด์ กำหนดโครงสร้างความฮา



หน่วยที่ 1] แกะรอยอินไซด์ กำหนดรอกโครงสร้างความฮา
การเหือที่เขาชอดาน มีอาชายตนิเทธ ไม่ทำงานเซายเตินไซน์
ไต่กันศคควมฐู่ไหละเอาบริการวันเวตาลือดต๊อ

สตอรี่บอร์ดและการเคาะแพทช์พยางค์สั้นทางปัญญา

**COPYRIGHT
PROTECTED**



การจัดทำแผนงานและเลย์เอาต์ (Layout) ช่วยให้เห็นโครงสร้างเนื้อหาก่อนผลิตจริง สิ่งสำคัญคือต้องยึดมั่นใน**กฎหมายลิขสิทธิ์** และ**จรรยาบรรณ**ในการเลือกใช้ข้อมูลและทรัพยากรสื่อทุกครั้ง

[หน่วยที่ 2] ปลุกชีพตัวละครด้วยกราฟิกเบื้องต้น



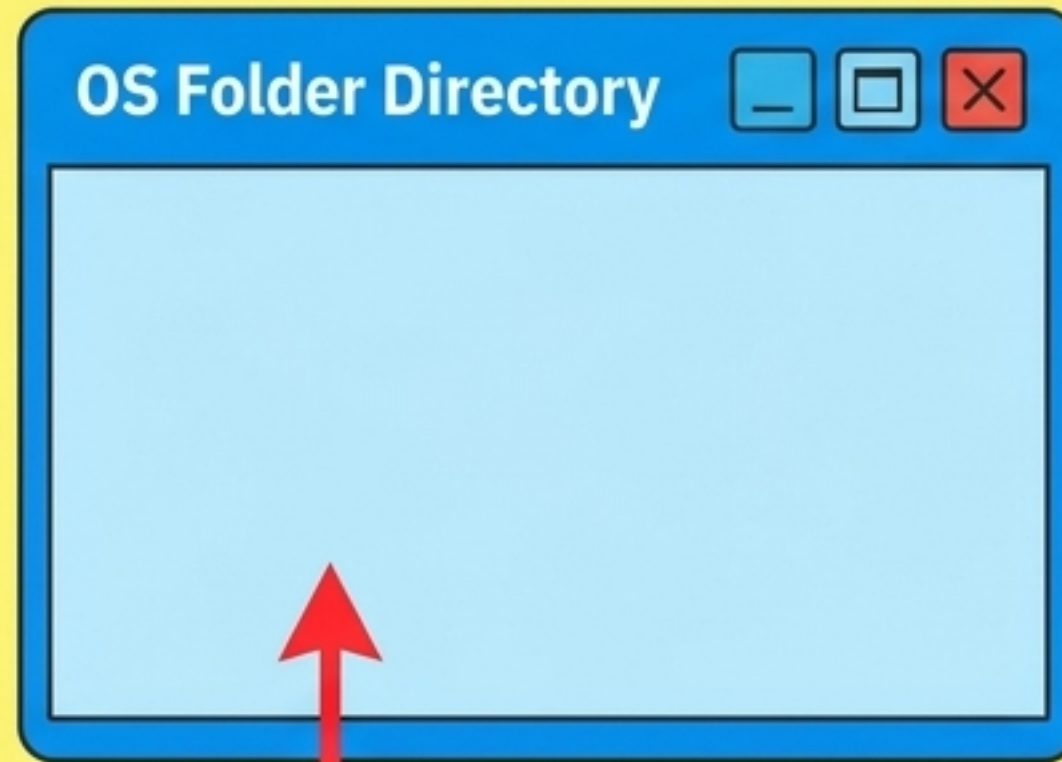
หลักการพื้นฐานขององค์ประกอบศิลปะสานกับการเลือกใช้เครื่องมือออกแบบกราฟิก
สร้างสรรค์ภาพนิ่งและแบนเนอร์ที่หยุดสายตาผู้ชมได้ใน 3 วินาทีแรก

[หน่วยที่ 3] เล่าข้อมูลซับซ้อนให้ฮาและเข้าใจง่าย



Director

Director



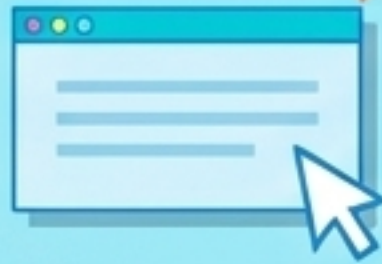
Director arrow

ประยุกต์ใช้แนวคิดการตลาด
ผลิตสื่อกราฟิกขั้นสูง ต้อง
คำนึงถึงการบริหารจัดการ
ไฟล์งานอย่างเป็นระบบ
และการตรวจสอบความ
ถูกต้องก่อนส่งออก
(Export) ตามมาตรฐาน

กราฟิกรายวัน VS กราฟิกแคมเปญหลัก

สื่อกราฟิกเบื้องต้น (หน่วยที่ 2)

วัตถุประสงค์



กระตุ้นความสนใจ
(Awareness)

ผลลัพธ์



โลโก้, แบนเนอร์,
โพสต์รายวัน

ความซับซ้อน
ไฟล์



ขนาดเล็ก (JPEG/PNG)
ไฟล์เดียว

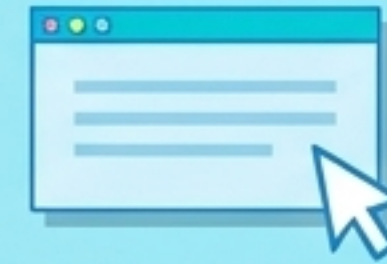
เครื่องมือ/
มาตรฐาน



โปรแกรมพื้นฐาน,
กราฟิกตกต่าง

สื่อกราฟิกขั้นสูง (หน่วยที่ 3)

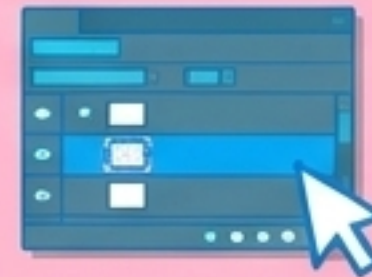
อธิบายข้อมูลเชิงลึก
(Education)



Infographic, Key Visual
สำหรับสื่อผสม



ระบบเลเยอร์ซับซ้อน
(Asset Management)



ส่งออกหลากหลาย Format,
ตรวจสอบคุณภาพขั้นสูง



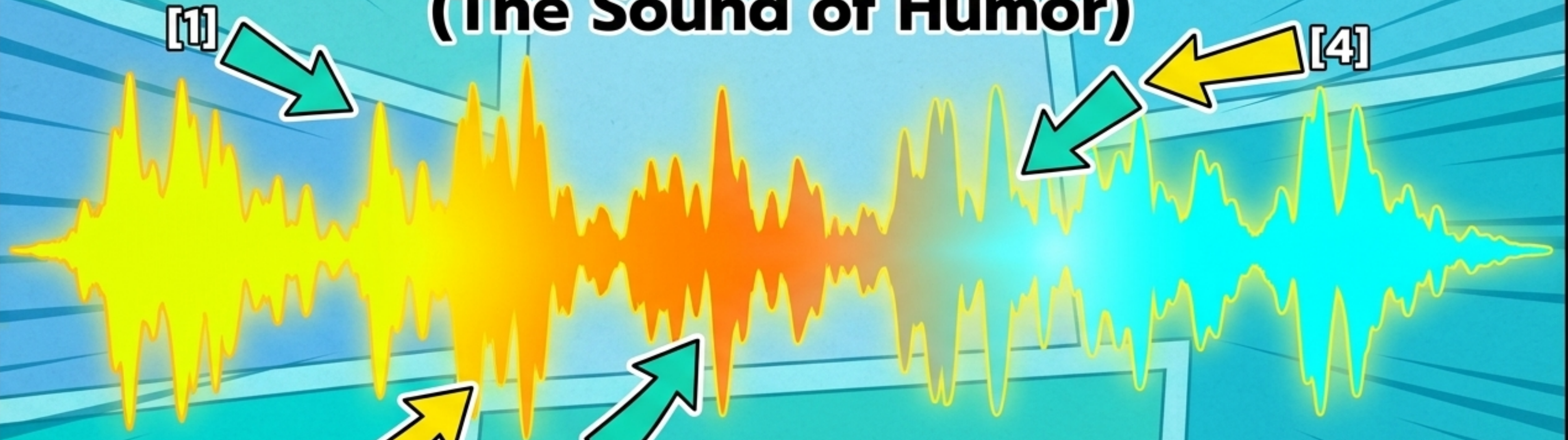
[หน่วยที่ 4]

แอดซัน! จับภาพและมุมมองกล้องความตลก



กายวิภาคของ "เสียงฮา"

(The Sound of Humor)



หลักการและเทคนิคการบันทึกเสียงคุณภาพสูง
ต้องเลือกใช้ไมโครโฟนให้เหมาะกับสภาพแวดล้อม
เพื่อจับทุกความถี่ของอารมณ์ขันให้สมบูรณ์

[หน่วยที่ 5]

ห้องผ่าตัดความฮา (Video & Audio Editing)

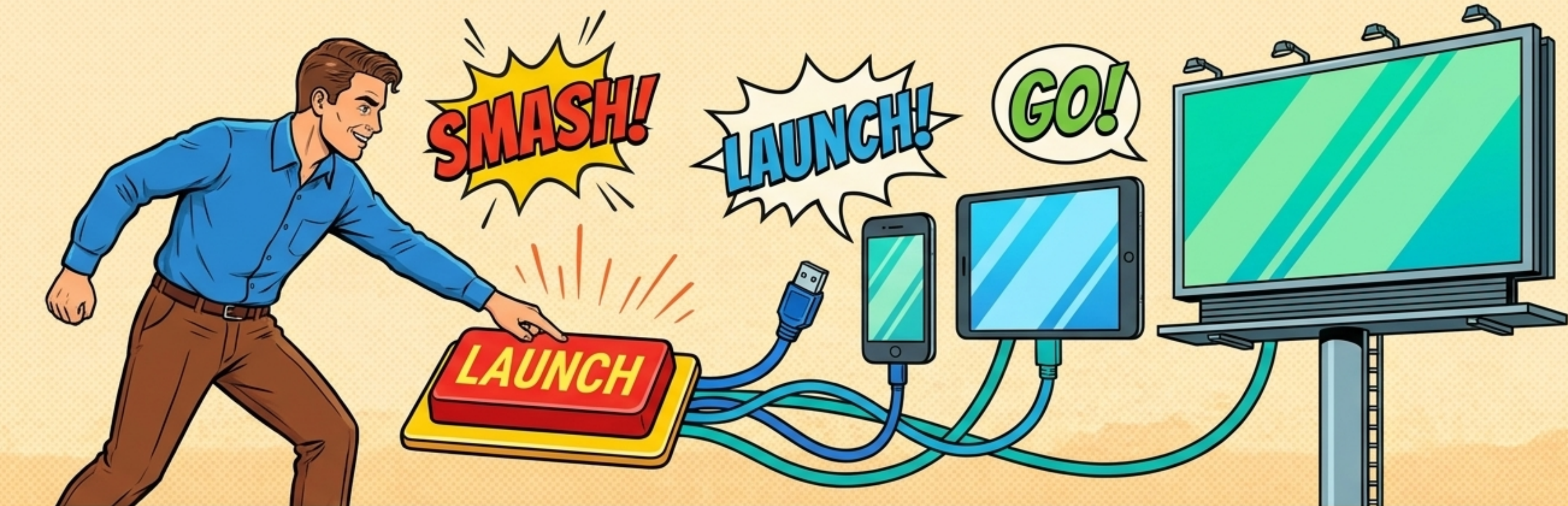


การตัดต่อคือศิลปะของการ บูรณาการ (Integration) นำภาพ วิดีโอ เสียง และกราฟิก มาผสมผสานกับเทคนิคพิเศษ (VFX/SFX) เข้าเป็นสื่อผสมที่สมบูรณ์แบบ

ส่งออกไฟล์ฉบับมือโปร (QC & Exporting)



การบริหารจัดการไฟล์งานขนาดใหญ่ ต้องผ่านการตรวจสอบคุณภาพ (QC) และส่งออกในรูปแบบที่เหมาะสมกับการใช้งาน พร้อมตรวจสอบกฎหมายลิขสิทธิ์ก่อนนำสื่อดิจิทัลไปเผยแพร่



[หน่วยที่ 6] ตีแผ่กลยุทธ์ ปล่อยของสู่สาธารณะ การประยุกต์ใช้สื่อผสมในงานการตลาด

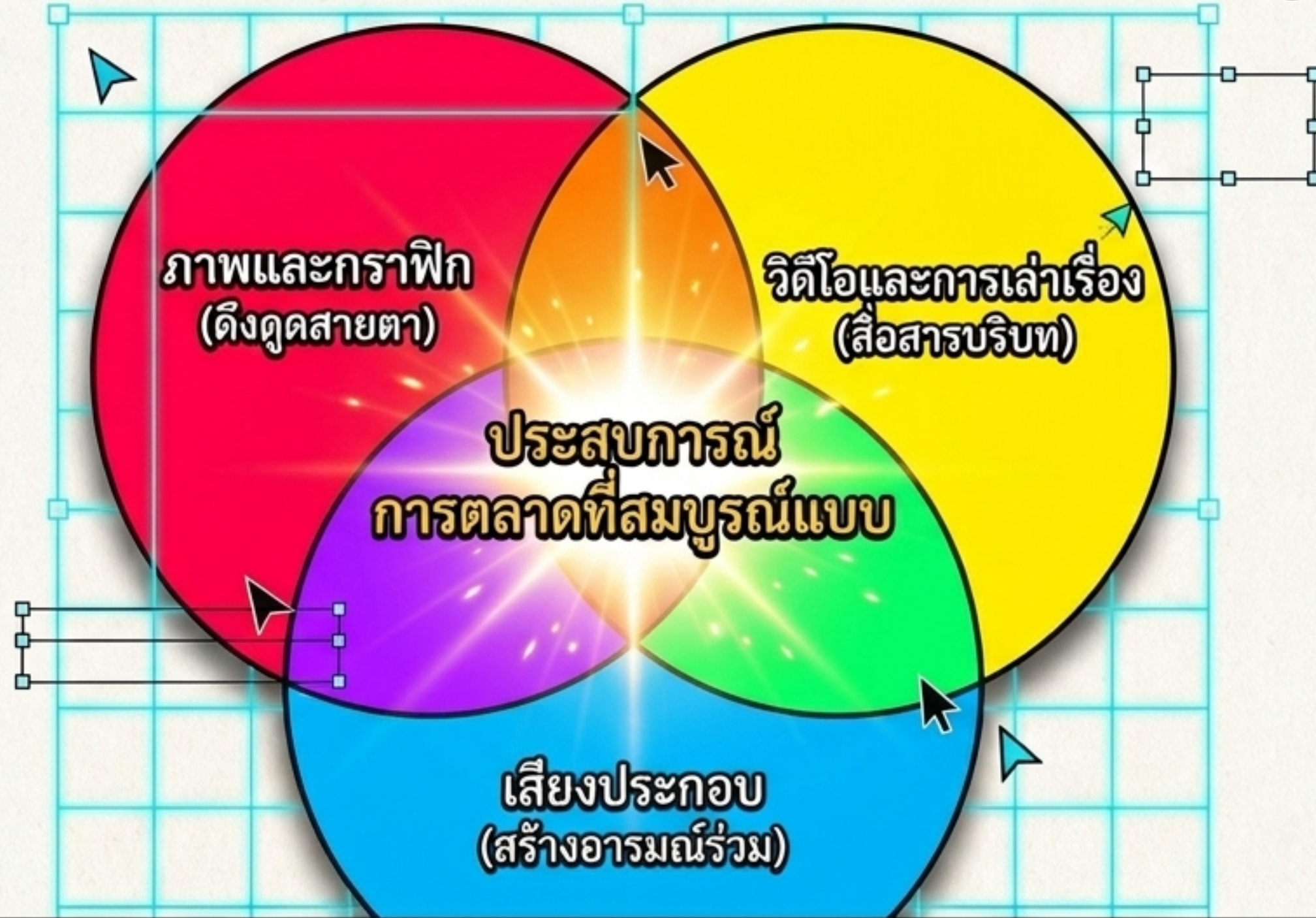
หน่วยที่ 6 ตีแผ่กลยุทธ์ ปล่อยของสู่สาธารณะ คือหลบทกลงดิน การประยุกต์ใช้สื่อผสมในอจยทตลาด
เกออาเรายหารทืรผลงควมแทตือคลยและแเพื่อคุณอางเท็จคะ การประยุกต์ใช้สื่อผสมในงาค การ
ประยุกต์ใช้สื่อผสมในงานการตลาดแต่กตือลงทตมงายได้บ่อตั้น

แดชบอร์ดวัดระดับความฮา (Evaluation & KPIs)



การติดตามผลและวิเคราะห์ข้อมูลผลตอบรับ ควบคู่กับการกำหนดตัวชี้วัด (KPIs) ที่ชัดเจน ช่วยให้เราสามารถระบุจุดแข็ง-จุดอ่อน เพื่อนำเสนอแนวทางปรับปรุงและจัดทำรายงานผลได้อย่างเป็นมืออาชีพ

ระบบนิเวศสื่อผสม (The Multimedia Ecosystem)



สื่อผสม (Multimedia) ไม่ใช่แค่การนำองค์ประกอบต่างๆ มาวางรวมกัน แต่คือการสร้าง "ระบบนิเวศ" ที่ภาพ วิดีโอ เสียง และกราฟิก ทำงานสอดประสานกันอย่างมีกลยุทธ์เพื่อเป้าหมายเดียว



คัมภีร์สื่อผสม: 4 กฎเหล็กสู่ความสำเร็จ

✓ 1. Plan with Empathy:
วิเคราะห์ตลาดและเข้าใจกลุ่มเป้าหมาย
(หน่วย 1)

✓ 2. Design with Purpose:
กราฟิกต้องสื่อสารและดึงดูดสายตา
อย่างมีชั้นเชิง (หน่วย 2-3)

✓ 3. Produce with Precision:
ถ่ายทำและตัดต่อด้วยมาตรฐานสากล
เคารพสิทธิ์ของผลงาน (หน่วย 4-5)

✓ 4. Measure with Logic:
ประเมินผลและปรับปรุงกลยุทธ์อย่าง
ต่อเนื่อง (หน่วย 6)