

สื่อดิจิทัล...คืออะไร???...

สื่อดิจิทัล หมายถึง สื่อที่มีการนำเอาข้อความ กราฟิก ภาพเคลื่อนไหว เสียง มาจัดรูปแบบ โดยอาศัยเทคโนโลยี ความเจริญก้าวหน้าทางด้านคอมพิวเตอร์ สื่อสารทางออนไลน์ หรือ ตัวกลางที่ถูกสร้างขึ้นโดยอาศัยความก้าวหน้าทาง เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ที่นำเอาข้อความ กราฟิกภาพเคลื่อนไหว เสียง และ วิดีโอ มาจัดการตามกระบวนการ และวิธีการ ผลิตโดยนำมาเชื่อมโยงกันเพื่อให้เกิดประโยชน์ในการใช้งาน และตรงกับวัตถุประสงค์ หรือ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ซึ่งทำงานโดย ใช้รหัสดิจิทัล แยกแยะระหว่าง "0" กับ "1" ในการแสดงข้อมูล

ดิจิทัล (Digital) คืออะไร

ดิจิทัล คือ เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้สร้าง เก็บ และประมวลผลข้อมูลในลักษณะ 2 สถานะ คือ บวก (positive) และไม่บวก (non-positive)

-บวก (positive) แสดงด้วย เลข 1

-ไม่บวก (non-positive) แสดงด้วย เลข 0

ดังนั้น ข้อมูลส่งผ่าน หรือเก็บด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล เป็นการแสดงด้วยข้อความ 0 และ 1 แต่ละค่าของตำแหน่งสถานะ เหล่านี้ เป็นการอ้างแบบ binary digital เป็นเลขฐาน 2 เลขฐานสองนั้นถูกนำมาใช้ในทางคอมพิวเตอร์ เพราะว่าเลข 0 กับ เลข 1 ในหน่วยความจำตัวเก็บข้อมูล , การประมวลผล เลขฐานสองเป็นพื้นฐานในการทำงานของคอมพิวเตอร์

องค์ประกอบของสื่อดิจิทัล

ประกอบไปด้วยพื้นฐาน 5 ชนิด ดังนี้

1.ข้อความ (Text)เป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาของมัลติมีเดีย ใช้แสดงรายละเอียด หรือเนื้อหาของเรื่องที่น่าเสนอ ถือว่าเป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญของมัลติมีเดีย ระบบมัลติมีเดียที่น่าเสนอผ่านจอภาพของเครื่องคอมพิวเตอร์ นอกจากจะมีรูปแบบและสีของตัวอักษรให้เลือกมากมายตามความต้องการแล้วยังสามารถกำหนดลักษณะของการ ปฏิสัมพันธ์ (โต้ตอบ)ในระหว่างการนำเสนอได้อีกด้วย ซึ่งปัจจุบัน มีหลายรูปแบบ ได้แก่

1.1 ข้อความที่ได้จากการพิมพ์ เป็นข้อความปกติที่พบได้ทั่วไป ได้จากการพิมพ์ด้วย โปรแกรมประมวลผลงาน (Word Processor) เช่น NotePad, Text Editor, Microsoft Word โดยตัวอักษรแต่ละตัวเก็บในรหัส เช่น ASCII

1.2 ข้อความจากการสแกน เป็นข้อความในลักษณะภาพ หรือ Image ได้จากการนำเอกสารที่พิมพ์ไว้แล้ว (เอกสารต้นฉบับ) มาทำการสแกน ด้วยเครื่องสแกนเนอร์ (Scanner) ซึ่งจะได้ออกมาเป็นภาพ(Image) 1 ภาพ ปัจจุบัน สามารถแปลงข้อความภาพ เป็นข้อความปกติได้ โดยอาศัยโปรแกรม OCR ข้อความอิเล็กทรอนิกส์ เป็นข้อความที่พัฒนา ให้อยู่ในรูปของสื่อ ที่ใช้ประมวลผลได้

1.3 ข้อความอิเล็กทรอนิกส์ เป็นข้อความที่พัฒนาให้อยู่ในรูปของสื่อ ที่ใช้ประมวลผลได้

1.4 ข้อความไฮเปอร์เท็กซ์ (HyperText) เป็นรูปแบบของข้อความ ที่ได้รับความนิยมสูงมาก ในปัจจุบัน โดยเฉพาะการเผยแพร่เอกสารในรูปของเอกสารเว็บ เนื่องจากสามารถใช้เทคนิค การลิงค์ หรือเชื่อมข้อความ ไปยัง ข้อความ หรือจุดอื่นๆ ได้

2. ภาพนิ่ง (Still Image) เป็นภาพที่ไม่มีการเคลื่อนไหว เช่น ภาพถ่าย ภาพวาด และภาพลายเส้น เป็นต้น ภาพนิ่งนับว่ามีบทบาทต่อระบบงานมัลติมีเดียมากกว่าข้อความหรือตัวอักษร เนื่องจากภาพจะให้ผลในเชิงการเรียนรู้หรือรับรู้ด้วยการมองเห็นได้ดีกว่า นอกจากนี้ยังสามารถถ่ายทอดความหมายได้ลึกซึ้งมากกว่าข้อความหรือตัวอักษรซึ่งข้อความหรือตัวอักษรจะมีข้อจำกัดทางด้านความแตกต่างของแต่ละภาษา แต่ภาพนั้นสามารถสื่อความหมายได้กับทุกชนชาติ ภาพนิ่งมักจะแสดงอยู่บนสื่อชนิดต่างๆ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์หรือวารสารวิชาการ เป็นต้น

3. ภาพเคลื่อนไหว (Animation) ภาพกราฟิกที่มีการเคลื่อนไหวเพื่อแสดงขั้นตอนหรือปรากฏการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง เช่น การเคลื่อนที่ของลูกสูบของเครื่องยนต์ เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อสร้างสรรคจินตนาการให้เกิดแรงจูงใจจากผู้ชม การผลิตภาพเคลื่อนไหวจะต้องใช้โปรแกรมที่มีคุณสมบัติเฉพาะทางซึ่งอาจมีปัญหาค้างขึ้นอยู่บ้างเกี่ยวกับขนาดของไฟล์ที่ต้องใช้พื้นที่ในการจัดเก็บมากกว่าภาพนิ่งหลายเท่า

4. เสียง (Audio) ถูกจัดเก็บอยู่ในรูปของสัญญาณดิจิทัลซึ่งสามารถเล่นซ้ำกลับไปกลับมาได้ โดยใช้โปรแกรมที่ออกแบบ มาโดยเฉพาะสำหรับทางด้านเสียง หากในงานมัลติมีเดียมีการใช้เสียงที่เร้าใจและสอดคล้องกับเนื้อหาในการนำเสนอ จะช่วยให้ระบบมัลติมีเดียนั้นเกิดความสมบูรณ์แบบมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังช่วยสร้างความน่าสนใจและน่าติดตามในเรื่องราวต่างๆ ได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้เนื่องจากเสียงมีอิทธิพลต่อผู้ใช้มากกว่าข้อความหรือภาพนิ่งดังนั้น เสียงจึงเป็นองค์ประกอบที่จำเป็นสำหรับมัลติมีเดียซึ่งสามารถนำเข้าเสียงผ่านทางไมโครโฟน แผ่นซีดีดีวีดี เทป และวิทยุ เป็นต้น

5. วิดีโอ (Video) เป็นองค์ประกอบของมัลติมีเดียที่มีความสำคัญเป็นอย่างมาก เนื่องจากวิดีโอในระบบดิจิทัลสามารถ นำเสนอข้อความหรือรูปภาพ (ภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหว) ประกอบกับเสียงได้สมบูรณ์มากกว่าองค์ประกอบชนิดอื่นๆ

ที่มา : <http://porschkub.exteen.com/20110818/entry>

การผลิตสื่อดิจิทัลออนไลน์ เพื่อการประชาสัมพันธ์

- ## สื่อดิจิทัล
- การนำเสนอความเคลื่อนไหว
 - การเปิดโปงเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์
 - การใช้สื่อดิจิทัล
 - การขยายภาพที่เก็บในฮาร์ดดิสก์
 - การขยายภาพที่เก็บในหน่วยความจำคอมพิวเตอร์
 - การลดข้อจำกัดในยกปรักปรำ
 - ฯลฯ

- ## เนื้อหา
- เนื้อหาที่น่าสนใจ
 - วัตถุประสงค์ที่ชัดเจน
 - เนื้อหาที่กระชับและน่าสนใจ
 - เนื้อหาที่ทันสมัย
 - เนื้อหาที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์

- ## มัลติมีเดีย (MULTIMEDIA)
- การนำเสนอสื่อที่ประกอบด้วยภาพ เสียง ภาพเคลื่อนไหว และข้อความ (New media) ที่สามารถโต้ตอบกันได้
 - ข้อดีของ New Media
 - มีความน่าสนใจและดึงดูด
 - สามารถเข้าถึงผู้ชมได้กว้างขวาง
 - สามารถนำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจได้
 - สามารถนำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจได้

- ## ความรู้เบื้องต้น สื่อดิจิทัล
- สื่อดิจิทัล คือ สื่อที่สร้างขึ้นด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล
 - เป็นรูปแบบการนำเสนอข้อมูลที่สร้างขึ้นด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล
 - สามารถนำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจได้
 - สามารถนำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจได้
 - สามารถนำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจได้

- ## องค์ประกอบของสื่อดิจิทัล
- ประกอบไปด้วย 5 องค์ประกอบ
 1. ข้อความ (Text)
 2. เสียง (Audio)
 3. ภาพนิ่ง (Still Image)
 4. ภาพเคลื่อนไหว (Animation)
 5. ภาพวิดีโอ (Video)

ทำไมต้องประชาสัมพันธ์

- จัดทำภาพลักษณ์ขององค์กร
- สร้างความถี่ ความเข้าใจ บุคคลภายนอก/ภายใน
- เพื่อสร้างการยอมรับ ความสัมพันธ์
- เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน
- เพิ่มประสิทธิผลในกระบวนการ ในเวลาไม่นาน เปลี่ยนใจลูกค้า

"รู้มีหน้าที่คือจริงหรือเท็จนี้ ตามกฎหมาย"

รูปแบบการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์

- 5W+H (who, what, when, where, why, how)
- โครงสร้างข่าว
 - หัวข้อข่าว Headline
 - คำนำ Lead
 - เนื้อหาข่าว Body
- ปลายข่าว หรือ climax เพื่อจะจบลงด้วยส่วนเบ็ดเสร็จด้วยดีแต่มีทุกองค์ประกอบตามลำดับความสำคัญจากมากไปน้อย


ปรัชญาของการประชาสัมพันธ์

"การจัดการการสื่อสารเพื่อให้ เข้าใจ ยอมรับ และร่วมมือ"

- ภารกิจหลักของ PR คือ
 - วิเคราะห์+ติดตามสถานการณ์อย่างต่อเนื่อง
 - วางแผนงานสื่อสารประชาสัมพันธ์ขององค์กร
 - เผยแพร่ข่าวสาร ความเคลื่อนไหวขององค์กร
 - สร้างความสัมพันธ์ สร้างเครือข่าย

การจัดทำสื่อดิจิทัล และภาพ

เพื่อการประชาสัมพันธ์ในสื่อสังคมออนไลน์




วิธีการประชาสัมพันธ์

- ประชาสัมพันธ์เชิงรุก (Pro-Active PR)
 - ทำก่อนมีข่าวขม ให้เกิดขึ้นก่อนรับข่าว
 - ทำ : เตรียมข่าว ก่อน มีเรื่อง
- ประชาสัมพันธ์เชิงรับ (Re-Active PR)
 - เมื่อเกิดเหตุ ซึ่งเราไม่คาดคิด ไม่มีแผนสำรอง
 - ทำ : ภายหลัง มีปัญหา

"โลกเปลี่ยนด้วยความคิด"

Digital transformation everywhere



Digital Transformation

1. ข้อความ

- ข้อความที่ส่งผ่านเป็นภาพของตัวอักษร (Text) เป็นสิ่งที่ใช้สื่อสารข้อมูลหรือข้อความที่ปรากฏให้เห็น ในการทำปฏิสัมพันธ์และโต้ตอบกับผู้ใช้โดยผ่านตัวอักษร
- ข้อความที่ส่งผ่านเป็นภาพของตัวอักษรที่ผู้ใช้สามารถโต้ตอบกับได้ (Interactive) และมีความยืดหยุ่นในการใช้
- ข้อดีของข้อความ
 - 1. ใช้พื้นที่ในการแสดงผล
 - 2. ใช้เวลาในการแสดงผล
 - 3. ใช้พื้นที่ในการแสดงผล
 - 4. ใช้พื้นที่ในการแสดงผล (HyperText)

4. ภาพเคลื่อนไหว

- ภาพเคลื่อนไหวที่มีลักษณะเหมือนภาพนิ่งแต่สามารถเคลื่อนไหวได้ตลอดเวลาที่ผู้ใช้คลิกเมาส์หรือคลิกเมาส์
- ลักษณะที่เหมือนภาพนิ่งแต่สามารถเคลื่อนไหวได้ตลอดเวลาที่ผู้ใช้คลิกเมาส์หรือคลิกเมาส์
- ภาพเคลื่อนไหวที่มีลักษณะเหมือนภาพนิ่งแต่สามารถเคลื่อนไหวได้ตลอดเวลาที่ผู้ใช้คลิกเมาส์หรือคลิกเมาส์

2. เสียง

- เสียงที่ส่งผ่านเป็นภาพของเสียงที่ปรากฏขึ้นจากหูของผู้ใช้โดยผู้ใช้โปรแกรมที่ออกแบบมาโดยเฉพาะ การรับฟังเสียงที่ปรากฏขึ้นจากหูของผู้ใช้โดยโปรแกรมที่ออกแบบมาโดยเฉพาะ
- ช่วยสร้างความน่าสนใจและดึงดูดความสนใจของผู้ใช้โดยโปรแกรมที่ออกแบบมาโดยเฉพาะ
- เสียงที่ส่งผ่านเป็นภาพของเสียงที่ปรากฏขึ้นจากหูของผู้ใช้โดยโปรแกรมที่ออกแบบมาโดยเฉพาะ

5. วีดีโอ

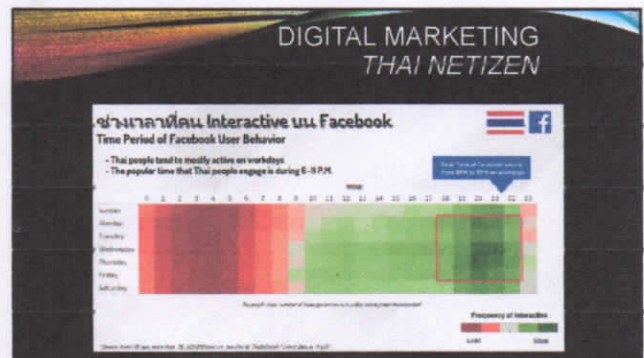
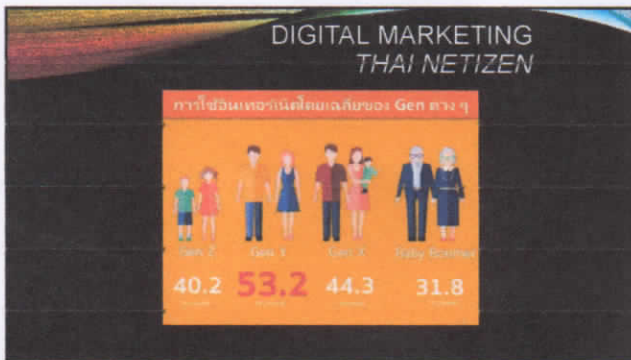
- เป็นองค์ประกอบของมัลติมีเดียที่มีความสำคัญเป็นอย่างมาก
- เนื่องจากวีดีโอในระบบคอมพิวเตอร์สามารถนำเสนอเรื่องราวและข้อมูลภาพ (ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว) ประกอบกันได้อย่างสมบูรณ์แบบยิ่งขึ้น
- ปัญหาหลักของภาพวีดีโอในระบบคอมพิวเตอร์คือ ภาพที่เบลอหรือภาพที่ขาดหายไป

3. ภาพนิ่ง

- เป็นภาพที่แสดงภาพนิ่งหรือภาพนิ่งที่ปรากฏขึ้นจากหูของผู้ใช้โดยโปรแกรมที่ออกแบบมาโดยเฉพาะ
- ภาพที่ส่งผ่านเป็นภาพของภาพนิ่งที่ปรากฏขึ้นจากหูของผู้ใช้โดยโปรแกรมที่ออกแบบมาโดยเฉพาะ
- ภาพที่ส่งผ่านเป็นภาพของภาพนิ่งที่ปรากฏขึ้นจากหูของผู้ใช้โดยโปรแกรมที่ออกแบบมาโดยเฉพาะ
- ภาพที่ส่งผ่านเป็นภาพของภาพนิ่งที่ปรากฏขึ้นจากหูของผู้ใช้โดยโปรแกรมที่ออกแบบมาโดยเฉพาะ
- ภาพที่ส่งผ่านเป็นภาพของภาพนิ่งที่ปรากฏขึ้นจากหูของผู้ใช้โดยโปรแกรมที่ออกแบบมาโดยเฉพาะ

สรุป

- เป็นสื่อที่ประกอบด้วยหลายองค์ประกอบที่ทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น ภาพนิ่ง (Text) ภาพนิ่ง (Still Image) ภาพเคลื่อนไหว (Animation) เสียง (Sound) และวีดีโอ (Video)
- ภาพที่ส่งผ่านเป็นภาพของภาพนิ่งที่ปรากฏขึ้นจากหูของผู้ใช้โดยโปรแกรมที่ออกแบบมาโดยเฉพาะ
- ภาพที่ส่งผ่านเป็นภาพของภาพนิ่งที่ปรากฏขึ้นจากหูของผู้ใช้โดยโปรแกรมที่ออกแบบมาโดยเฉพาะ



สถิติ YouTube ที่น่าสนใจ

- ▶ 8 ประเทศที่มีจำนวนผู้ชมในรายการสูงที่สุด มีผู้ชมถึง 10 ล้านคน
- ▶ รายการที่มีผู้ชมมากที่สุดของโลกมีผู้ชมมากกว่า 85% มีrating 85%
- ▶ 7 ประเทศที่มีอัตราการเติบโตของช่องมากที่สุด 75%
- ▶ ช่องที่เป็น **Gold Channels** (มีผู้ชมมากกว่า 1 ล้านราย) จำนวน 25 ช่อง มีช่องใหม่เกิดขึ้นได้มี 8 ช่อง
- ▶ ช่องที่เป็น **Silver Channels** (มีผู้ชมมากกว่า 1 แสนราย) มากกว่า 460 ช่อง มีช่องใหม่เกิดขึ้นได้มี 250 ช่อง
- ▶ 66% ของศิลปินได้ใช้คอนเทนต์มากกว่า 4 ชั่วโมง ต่อ 51% ของคอนเทนต์ส่วนใหญ่ใช้ภาษาไม่ใช่อังกฤษ

Source: Statista & YouTube Channel 715

POSITIONING

USER GENERATED CONTENT

เพลงที่มันดังออกมา

| | |
|---|---|
| <p>NO. 1</p> <p>มีคอนเทนต์ที่ได้รับความนิยมกว่า 20K+ และด้วย 50% ผู้ชมที่อายุน้อยกว่า</p> <p>มี LINE TODAY</p> <p>คอนเทนต์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุด</p> | <p>2</p> <p>คอนเทนต์ที่มีผู้ชมถึง 83% เป็น LINE</p> <p>คอนเทนต์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุด 234 คอนเทนต์</p> <p>มี LINE ถึง 1/3 ของคอนเทนต์ที่ได้รับความนิยม</p> |
| <p>LINETV 12M DOWNLOADS</p> <p>มี LINE ถึง 230M</p> <p>I HATE YOU I LOVE YOU 10M</p> <p>รวมกัน 24 ชม.</p> | <p>LINE 1M</p> <p>คอนเทนต์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุด</p> <p>มี LINE ถึง 1/3 ของคอนเทนต์ที่ได้รับความนิยม</p> |

คอนเทนต์ที่มีผู้ชมมากที่สุด 20% ในคอนเทนต์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุด

คอนเทนต์ที่มีผู้ชมมากที่สุด 20% ในคอนเทนต์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุด

คอนเทนต์ที่มีผู้ชมมากที่สุด 20% ในคอนเทนต์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุด

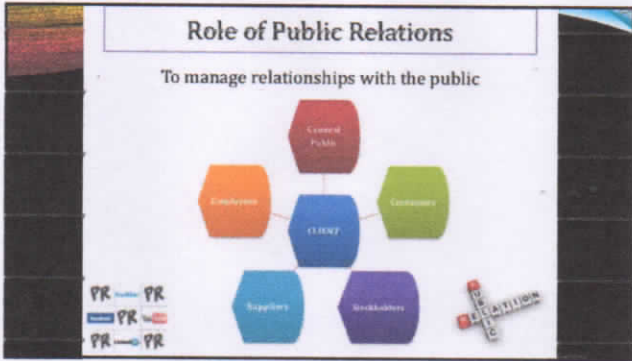
USER GENERATED CONTENT

ลักษณะภาพของ USER GENERATED CONTENT

1. เนื้อหา
2. ผู้ใช้ทำไป
3. มวล จากหลากหลายคน
4. แยกแยะผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต
5. เปิดกว้างแต่ไม่มีส่วนควบคุม

ผู้มีทัศนคติที่เปลี่ยนแปลงไป เป็นส่วนหนึ่งที่ก่อให้เกิดยุคที่ใครๆก็สร้างหรือเป็น "สื่อ" ได้

Publics



วิธีการหาตัวตนเพื่อสร้าง Audience Persona

1. เริ่มถามคนที่รู้จักกับกลุ่มเป้าหมายตัวจริงของคุณ
2. สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญในกลุ่มเป้าหมายที่คุณคาดหวังว่าจะเป็นกลุ่มเป้าหมายของคุณจริงๆ ในอนาคต
3. วิเคราะห์จาก Facebook ของลูกค้าของคุณ จำนวนใจต่อใจ ไลค์ หรือแชร์ของโพสต์บนโซเชียลมีเดีย

Start by interviewing your current customers.

กลุ่มเป้าหมายทางการประชาสัมพันธ์ (Publics)

ความหมายที่แท้จริงของกลุ่มเป้าหมายเรียกว่า **Publics** หมายถึงกลุ่มต่างๆ หลากหลายขึ้นอยู่กับลักษณะการดำเนินงานขององค์กร และวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร

*ต่างจากกลุ่มเป้าหมายของโฆษณาทั่วไปแต่เป้าหมายเหล่านี้กลายเป็นหลัก

ตัวอย่าง Persona: สาวกิจกรรม

Who

- ชื่อ: พริ้ว
- เด็กกิจกรรม ชอบเข้าค่าย
- มีความสนใจในสายอาชีพ (นศ. วิชาสังคม)
- พฤติกรรม: ใช้ Google เป็นช่องทางหลักเวลาซื้อของ

Pain Points และสิ่งที่ต้องการ

- ช่วยฝึกงาน นิ่ง
- อยากไปเข้าค่าย
- อยากฝึกเขียน
- รู้สึกเบื่อ

Why ทำในสิ่งนี้

- "สนใจค่ายทั่วไปแหละ แต่พอมีเทคโนโลยีก็อยากเรียนต่อจากขั้นนี้กันดีกว่า"
- "เห็นจำนวนคนสมัครมาหลาย!"

How เข้าใจอย่างไร

- เชื่อกิจกรรมที่เกี่ยวกับ ค่าย แล้วเจอหลายๆ เริ่มพูดถึง

ค้นหาข้อมูลเพิ่มเติม: <https://www.ey.com>

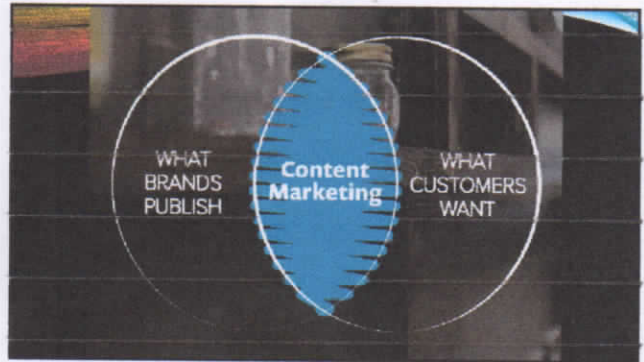
Audience Persona

Public Relation 4.0

ถ้าใจของเราพอม เราก็คือ คนพอม

เทคนิคแต่งหน้า สำหรับสาว "หน้าบับ"





Content Marketing การตลาดเนื้อหา
กลยุทธ์การตลาดในการสร้างเนื้อหา
ที่มีคุณค่า
กับกลุ่มเป้าหมาย
และเกี่ยวข้องกับสินค้า
เพื่อพ่วงผลทางธุรกิจ
Joe Pollock: The Content Marketing Institute

Two social media posts from Jones Salad. The first is a cartoon about 'กินผัก ไม่ตกใจ?' (Eat vegetables, don't be afraid?). The second is a cartoon about 'วิธีรับมือของต่อร่าย' (Ways to deal with mosquitoes).

Engagement Content



CONTAGIOUS; STEPPS (PROFESSOR JONAH BERGER)

1. Social Currency: มีค่าอย่างไรกับคนอื่น
2. Triggers: สิ่งกระตุ้น
3. Emotions: อารมณ์
4. Public: ความเป็นที่เปิดเผย
5. Practical: ใช้งานได้จริง
6. Stories: เรื่องเล่า

facebook

- Personal Profile
 - Friends
- Facebook Group
 - Members
- Business Page
 - Fans




ความแตกต่างเว็บไซต์ประเภท


| ประเภท | Profile | Pages | Groups |
|-------------------|------------------|-----------------------------|----------------------|
| เพื่อน / คนที่คิด | สูงสุด 5,000 คน | ไม่มีขีด | ไม่มีขีด |
| บริษัท/กิจการ | คนเดียว | หลายคน | หลายคน |
| วัตถุประสงค์ | สื่อสารกับเพื่อน | ช่องทางสื่อสารธุรกิจ/องค์กร | พูดคุยกับสมาชิกกลุ่ม |
| สถิติ | - | มีระบบ/สถิติ | - |
| Application | - | สร้างได้ | - |
| Ads | - | 👉 Ads ได้ | - |

ความสำคัญของการสร้างพื้นที่

- สร้างความน่าเชื่อถือ
- สร้างความไว้วางใจ
- สร้างความน่าเชื่อถือ
- สร้างความน่าเชื่อถือ
- สร้างความน่าเชื่อถือ
- สร้างความน่าเชื่อถือ
- สร้างความน่าเชื่อถือ
- สร้างความน่าเชื่อถือ



Build Credibility



"Advertising is saying you're good. PR is getting someone else to say you're good."

| ประเภท | ชื่อ | สถานะ | วันที่ |
|--------|-----------------------|-----------|----------|
| 1 | หน้าแรก | เสร็จสิ้น | 20/09/60 |
| 2 | หน้าเกี่ยวกับเรา | เสร็จสิ้น | 20/09/60 |
| 3 | หน้าบริการ | เสร็จสิ้น | 20/09/60 |
| 4 | หน้าติดต่อเรา | เสร็จสิ้น | 20/09/60 |
| 5 | หน้าข่าวประชาสัมพันธ์ | เสร็จสิ้น | 20/09/60 |
| 6 | หน้าเกี่ยวกับเรา | เสร็จสิ้น | 20/09/60 |
| 7 | หน้าบริการ | เสร็จสิ้น | 20/09/60 |
| 8 | หน้าติดต่อเรา | เสร็จสิ้น | 20/09/60 |
| 9 | หน้าข่าวประชาสัมพันธ์ | เสร็จสิ้น | 20/09/60 |
| 10 | หน้าเกี่ยวกับเรา | เสร็จสิ้น | 20/09/60 |
| 11 | หน้าบริการ | เสร็จสิ้น | 20/09/60 |
| 12 | หน้าติดต่อเรา | เสร็จสิ้น | 20/09/60 |
| 13 | หน้าข่าวประชาสัมพันธ์ | เสร็จสิ้น | 20/09/60 |
| 14 | หน้าเกี่ยวกับเรา | เสร็จสิ้น | 20/09/60 |
| 15 | หน้าบริการ | เสร็จสิ้น | 20/09/60 |
| 16 | หน้าติดต่อเรา | เสร็จสิ้น | 20/09/60 |
| 17 | หน้าข่าวประชาสัมพันธ์ | เสร็จสิ้น | 20/09/60 |
| 18 | หน้าเกี่ยวกับเรา | เสร็จสิ้น | 20/09/60 |
| 19 | หน้าบริการ | เสร็จสิ้น | 20/09/60 |
| 20 | หน้าติดต่อเรา | เสร็จสิ้น | 20/09/60 |

บริการ



บริการหน้าร้าน



บริการลูกค้า



บริการจัดส่ง




บริการชำระเงิน



บริการโปรโมชั่น

เนื้อหา ตัวอย่าง About เกี่ยวกับ

- ใช้คำที่ง่ายและชัดเจน
- ใช้คำที่ตรงกับ Keyword และคำค้นหา
- ใช้คำที่ตรงกับความต้องการ
- ใช้คำที่ url หรือ Link ให้ตรงกับเนื้อหา
- ใช้คำที่ตรงกับ Style และโทนสีของเว็บไซต์




หน้าแรก

| ประเภท | ชื่อ | สถานะ | วันที่ |
|--------|-----------------------|-----------|----------|
| 1 | หน้าแรก | เสร็จสิ้น | 20/09/60 |
| 2 | หน้าเกี่ยวกับเรา | เสร็จสิ้น | 20/09/60 |
| 3 | หน้าบริการ | เสร็จสิ้น | 20/09/60 |
| 4 | หน้าติดต่อเรา | เสร็จสิ้น | 20/09/60 |
| 5 | หน้าข่าวประชาสัมพันธ์ | เสร็จสิ้น | 20/09/60 |
| 6 | หน้าเกี่ยวกับเรา | เสร็จสิ้น | 20/09/60 |
| 7 | หน้าบริการ | เสร็จสิ้น | 20/09/60 |
| 8 | หน้าติดต่อเรา | เสร็จสิ้น | 20/09/60 |
| 9 | หน้าข่าวประชาสัมพันธ์ | เสร็จสิ้น | 20/09/60 |
| 10 | หน้าเกี่ยวกับเรา | เสร็จสิ้น | 20/09/60 |
| 11 | หน้าบริการ | เสร็จสิ้น | 20/09/60 |
| 12 | หน้าติดต่อเรา | เสร็จสิ้น | 20/09/60 |
| 13 | หน้าข่าวประชาสัมพันธ์ | เสร็จสิ้น | 20/09/60 |
| 14 | หน้าเกี่ยวกับเรา | เสร็จสิ้น | 20/09/60 |
| 15 | หน้าบริการ | เสร็จสิ้น | 20/09/60 |
| 16 | หน้าติดต่อเรา | เสร็จสิ้น | 20/09/60 |
| 17 | หน้าข่าวประชาสัมพันธ์ | เสร็จสิ้น | 20/09/60 |
| 18 | หน้าเกี่ยวกับเรา | เสร็จสิ้น | 20/09/60 |
| 19 | หน้าบริการ | เสร็จสิ้น | 20/09/60 |
| 20 | หน้าติดต่อเรา | เสร็จสิ้น | 20/09/60 |

หน้าแรก Setting (การตั้งค่า)

- การตั้งค่าทั่วไป
- การตั้งค่าการแจ้งเตือน
- การตั้งค่าการเชื่อมต่อ
- การตั้งค่าการชำระเงิน
- การตั้งค่าการขนส่ง
- การตั้งค่าการตั้งค่าอื่นๆ



f Start

1. สร้าง Profile
2. สร้าง Cover
3. อัปเดตรูปภาพ
4. อัปเดต Content

วิธีใช้งานสร้างภาพ Cover บนเว็บไซต์
www.canva.com

คุณป๋อ ป๋อ

สนับสนุนการเข้ามาพัฒนาการเกษตรของชาวยุโรป และตลาดโลก

© 2015 CANVA PRIVATE LIMITED



วิธีใช้งาน Profile และ Cover บนเว็บไซต์
www.canva.com





www.canva.com

ใช้ได้ PC และ Notebook

วิธีใช้งานเว็บไซต์


1. สร้าง Logo
2. สร้าง Profile และ Cover
3. อัปเดต
4. อัปเดตเว็บไซต์

Canva Designer interface showing various design templates and options.

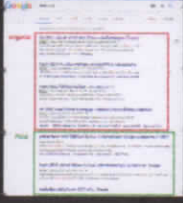
วิธีดูรายงานบนระบบผ่านจอ

1. Insight
2. Export Data



การปรับแต่ง แพ้เพา โพลิก Google (SEO)

- การใส่ชื่อคีย์เวิร์ด
- การใส่ชื่อ URL
- การใส่ชื่อ meta tags ที่เหมาะสม
- การใส่ meta tags (title, description)
- การใส่ meta tags (keywords)



หลักการเลือกเรื่อง Infographics

1. เรื่องที่ตัวเองสนใจเป็นพิเศษ
2. เรื่องที่ใกล้ตัวคนในวัยกลุ่มเป้าหมาย
3. เรื่องที่ตัวเองเคยเจอและเป็นไปตามรูปแบบที่ตัวเองชอบ
4. ข้อมูลสรุป จัดลำดับ ง่าย ๆ



การสร้าง Content ใน Facebook

- ข้อความ
- ข้อความ + ภาพ
- อัลบั้มภาพ
- **Infographics**
- VDO, Live



รูปแบบของการออกแบบ Infographics

แบบตาราง เหมาะกับการใช้เปรียบเทียบของสองสิ่งขึ้นไปในรูปแบบ "ตาราง" ธรรมดาและแบบแนวนอน

แบบวงกลม เหมาะกับการเปรียบเทียบปริมาณหรือตัวเลข มักจะมีการใช้ "กราฟ" "แผนภาพต้นไม้" "Typography" ร่วมด้วย

แบบความสัมพันธ์ เหมาะกับการอธิบายความสัมพันธ์ของสิ่งต่าง ๆ ถ้าเป็นเรื่องของลำดับขั้นที่ไม่เท่ากันจะใช้แบบ "พีระมิด" "โค่นัท" หรือ "ต้นไม้" แบบรวมข้อมูลก็อาจจะใช้แบบ "Venn" หรือถ้าเป็นการเชื่อมโยงสิ่งต่าง ๆ ก็จะใช้แบบ "Network"

แบบแผนที่ เหมาะสำหรับการอธิบายแผนที่และลักษณะเด่นของแต่ละภูมิภาค

แบบไทม์ไลน์ เหมาะกับการสรุปเรื่องราวที่เกิดขึ้นตามลำดับเวลา นอกจากจะมีการใช้ไทม์ไลน์แล้ว บางครั้งก็ใช้ "ตารางแนวนอน" หรือ "แผนภาพวงกลม" เข้ามาได้ด้วยเช่นกัน

แบบผสมผสาน รูปแบบผสมผสานนี้เหมาะกับการอธิบายเนื้อหาหลาย ๆ อย่าง

What is Infographics?

- ข้อมูลที่ถูกต้องสามารถบอกด้วยแผนภาพ, ฟิล์มสไลด์, ภาพเคลื่อนไหว
- นำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจ, เรียบง่าย, เข้าใจง่าย
- ใช้ได้ทั้งบนจอคอมพิวเตอร์, โน้ตบุ๊ก, สมาร์ทโฟน
- สามารถดึงดูดความสนใจของผู้ชมได้เป็นอย่างดี



Infographic อธิบายข้อมูล

เป็นอินโฟกราฟิกที่เน้นนำเสนอข้อมูลสำคัญแต่ส่วนเดียว หรือย่อหน้าเดียว นอกนั้นเป็นภาพกราฟิกที่นำมาประกอบ



Infographic แจกแจงข้อมูล เป็นอินโฟกราฟิกที่เน้นนำเสนอข้อมูลโดยแบ่งแยกย่อย ออกเป็นส่วน ๆ หรือข้อ ๆ อินโฟกราฟิกรูปแบบนี้พบเจอได้มากที่สุดกว่าได้

Infographic by @Infographic.com

10 ความแตกต่าง ระหว่างชายหญิง

Infographic by @Infographic.com

'กล้วยหอม' พลัมประจำตัวสาว ๆ

Infographic by @Infographic.com

Infographic แสดงลำดับขั้นตอนของข้อมูล เป็นอินโฟกราฟิกที่ใช้แสดงข้อมูลที่เป็นลำดับ หรือเป็นขั้นตอนต่อเนื่องกัน ส่วนใหญ่แล้วมีการไล่ตัวเลข 1, 2, 3, ... กำกับด้วย

Infographic by @Infographic.com

Infographic เปรียบเทียบข้อมูล เป็นอินโฟกราฟิกที่แสดงการเปรียบเทียบข้อมูล 2 ชุดหรือนมากกว่า เพื่อให้ให้เห็นความแตกต่างอย่างชัดเจน

CONTENT MARKETING HIERARCHY OF NEEDS

Infographic by @Infographic.com

7 วิธีการทดลอง ของหน่วยงานเรลรัฐไทย

Infographic by @Infographic.com

Infographic แสดงถึงเว็บไซต์ต่างๆ เป็นอินโฟกราฟิกที่แสดงสถิติหรือผลสำรวจอย่างใดอย่างหนึ่ง มักมีตัวเลขแสดงจำนวนหรือเปอร์เซ็นต์เป็นส่วนประกอบอยู่ด้วย

Unique Monthly Visits on Top Social Networking Websites

| | |
|-----------|-------------------------|
| Facebook | 7012.9M Unique visitors |
| Twitter | 36.2 M |
| Google+ | 61 M |
| LinkedIn | 85.7 M |
| Pinterest | 104.4 M |

สถิติเว็บไซต์และโซเชียลมีเดีย (ต่อ.)

TIMELINE สภากาชาดไทย
 20 ปี สภากาชาดไทย

สภากาชาดไทย (ต่อ.)

กรุงเทพฯ มลพิษ
 ม.ค. 2556

3.63 PM 9,941 คน

26.77 คน

3 Station

กรุงเทพฯ มลพิษ (ต่อ.)

Infographic แสดงความเชื่อมโยงของข้อมูล เป็นอินโฟกราฟิกที่ใช้แสดงข้อมูล ซึ่งเกี่ยวข้องกับเชื่อมโยงกัน แต่ไม่ได้มีลักษณะเป็นลำดับขั้นตอน อินโฟกราฟิกแบบนี้มักมีเส้น ลูกศร หรือสัญลักษณ์แสดงความเชื่อมโยงกัน

แสดงความเชื่อมโยงของข้อมูล (ต่อ.)

Infographic แสดงข้อมูลตามลำดับเวลา เป็นอินโฟกราฟิกที่แสดงข้อมูลตามลำดับวัน/เวลาหรือไทม์ไลน์ ส่วนใหญ่มักใช้แสดงพัฒนาการของสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยมักมีตัวเลขแสดงลำดับเวลากำกับอยู่ เช่น ปี ค.ศ. เป็นต้น

INFOGRAPHIC

แสดงข้อมูลตามลำดับเวลา (ต่อ.)

สามี ดีตรา

สามี ดีตรา (ต่อ.)

Infographic แสดงข้อมูลเชิงภูมิศาสตร์ เป็นอินโฟกราฟิกที่แสดงข้อมูลอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยอิงกับสภาพภูมิศาสตร์หรือพื้นที่ต่าง ๆ อินโฟกราฟิกรูปแบบนี้จะมีกราฟิกแผนที่หรือกราฟิกที่เกี่ยวข้องกับภูมิศาสตร์

Infographic @ freemove.com

Infographic @ freemove.com (2)

Infographic @ freemove.com

ภาคเหนือ

Infographic @ freemove.com

ส่วนประกอบของจักรยาน Infographic

จักรยานมีกี่ส่วน? จักรยานมีกี่ส่วน? (จักรยานมีกี่ส่วน? 2020)

Infographic @ freemove.com

Infographic แบบผสมผสาน เป็นอินโฟกราฟิกที่ผสมผสานอินโฟกราฟิกหลายรูปแบบเข้าด้วยกัน เช่น อธิบายข้อมูลด้วย แสดงสถิติต่าง ๆ ด้วย และให้ข้อมูลเชิงภูมิศาสตร์ด้วย เป็นต้น

Infographic @ freemove.com

Infographic @ freemove.com (2)

Infographic @ freemove.com

กระบวนการสร้าง Infographics

What Makes a Good Infographic?

1. ศึกษารายละเอียด
 - สนใจประเด็น
 - แบ่งข้อมูลเป็นส่วนๆ
 - จัดข้อมูลให้สั้น
2. เพิ่มสื่อประกอบ
3. ออกแบบให้เป็นภาพที่จับตามองง่าย
4. ตรวจสอบข้อมูล และ การปะติดปะต่อ

ขั้นตอนที่ 18 กระบวนการสร้าง Infographics

Headline

Body (ส่วนเนื้อหาสาระ)

การทำ Infographics ผ่านเว็บไซต์ www.canva.com

www.canva.com

ใช้ได้ PC และ Notebook

ขั้นตอนที่ 19 กระบวนการสร้าง Infographics

Headline

Body (ส่วนเนื้อหาสาระ)

- 1. ศึกษารายละเอียด
- 2. เพิ่มสื่อประกอบ
- 3. ออกแบบให้เป็นภาพที่จับตามองง่าย
- 4. ตรวจสอบข้อมูล และ การปะติดปะต่อ

การออกแบบกราฟิก

- www.canva.com
- www.dribbble.com
- www.behance.net
- www.pinterest.com
- www.istockphoto.com
- www.shutterstock.com
- www.gettyimages.com
- www.istockphoto.com
- www.shutterstock.com
- www.gettyimages.com

การทำ Infographics ผ่านเว็บไซต์ www.canva.com

หลักการพื้นฐาน

โครงการที่ผู้สนใจ OK

เป้าหมาย 2560

- ครอบคลุมเนื้อหา 4,000 หน้า
- ครอบคลุมเนื้อหา 10,000 หน้า

สิ่งที่คุณ

• ครอบคลุมเนื้อหา 4,000 หน้า

• ครอบคลุมเนื้อหา 10,000 หน้า

ภาพ: Infographics ด้วยแอป Smartphone

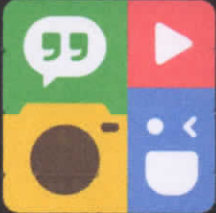


Photo Grid
ใช้ได้ทั้ง iOS + Android

เกิดความเจริญวัน
ปี 2559
ความเสียหายจากอาชญากรรมไซเบอร์
มีมูลค่าถึง...
104 ล้านล้านบาท



ตัวอย่าง ภาพ: Infographics ด้วย Photo Grid



นายแพทย์ประทีป ใจพิเศษ
แพทย์ประจำศูนย์โรคไต โรงพยาบาลราชวิถี
แพทย์แผนจีนและแพทย์แผนไทย
โรงพยาบาลราชวิถี
ศูนย์โรคไต โรงพยาบาลราชวิถี
ศูนย์โรคไต โรงพยาบาลราชวิถี

Workshop

www.canva.com

1. แอป Infographics ด้วยแอป Smartphone
ใช้ได้ทั้ง iOS + Android
2. แอป Photo Grid
ใช้ได้ทั้ง iOS + Android

- แอป Infographics ด้วยแอป Smartphone
- แอป Infographics ด้วยแอป Smartphone
- แอป Infographics ด้วยแอป Smartphone

Hashtag #Infographics #PhotoGrid

รศ.ดร.สุชน เอลยทรัพย์
ประธานที่ปรึกษาอธิการบดี ม.อว.สุโขทัย

บรรยายในหัวข้อ : ทรนทรสถานศึกษาเชิงกลยุทธ์

ทรนทรสถานศึกษาเชิงกลยุทธ์
ผู้อำนวยการศูนย์วิจัยและพัฒนา
ศูนย์วิจัยและพัฒนา (ระยะที่ 52)



กรมศุลกากรและเกษตรป้องกันโรคพืชในเชิงรุก

กรมศุลกากรและเกษตรป้องกันโรคพืชในเชิงรุก
กรมศุลกากรและเกษตรป้องกันโรคพืชในเชิงรุก
กรมศุลกากรและเกษตรป้องกันโรคพืชในเชิงรุก

