



ใบความรู้ที่ ๑๗ เรื่อง การพูดโฆษณา  
หน่วยการเรียนรู้ที่ ๓ เรื่อง โน้มน้าวใจให้เชื่อถือ  
แผนการจัดการเรียนรู้ที่ ๑๗ เรื่อง มุ่งมั่นโน้มน้าวใจ (๓)

รายวิชา ภาษาไทย รหัสวิชา ท๒๒๑๐๑ ภาคเรียนที่ ๑ ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๒



ความหมายการโฆษณา



การสื่อสารจุดใจหรือโน้มน้าวใจให้กลุ่มผู้บริโภค กลุ่มเป้าหมาย มีพฤติกรรมคล้ายตามเนื้อหาสาระที่โฆษณา และอยากจะทำบริโภค อุปโภคสินค้านั้น ๆ ตลอดจนชักนำให้ปฏิบัติตามแนวความคิดต่าง ๆ

องค์ประกอบของการโฆษณา



๑. ผู้โฆษณา คือ ผู้ประกอบการหรือบริษัทที่เป็นเจ้าของสินค้าและบริการ
๒. สิ่งโฆษณา คือ สิ่งที่สร้างขึ้น เป็นผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอไปยังกลุ่มเป้าหมาย
๓. สื่อโฆษณา คือ สื่อที่ใช้สำหรับเผยแพร่ เช่น สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อวิทยุหรือสื่อโทรทัศน์
๔. กลุ่มผู้บริโภคหรือกลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มผู้ที่ต้องการหรือสนใจใช้ผลิตภัณฑ์

หลักการโฆษณาสินค้า



๑. นำเสนอข้อดีและประโยชน์ของสินค้า โดยบอกถึงสรรพคุณและส่วนประกอบต่าง ๆ ของสินค้า
๒. ศึกษาข้อมูลของผู้บริโภค บริโภค โดยการศึกษาความต้องการและความนิยมของกลุ่มเป้าหมาย
๓. พูดเสนอเนื้อหาอย่างกระชับ ชัดเจน โดยพูดให้สั้น กระชับได้ใจความสำคัญ
๔. ต้องคำนึงอยู่เสมอว่าลูกค้าสำคัญที่สุด เพราะสิ่งสำคัญของการโฆษณาสินค้าคือผู้ซื้อสินค้า
๕. ควรหาจังหวะเวลาในการพูดที่เหมาะสม โดยพูดให้เหมาะสมกับโอกาส และกาลเทศะ
๖. ใช้ภาษาที่ไพเราะ มีลักษณะโน้มน้าวใจ สามารถจุดใจให้ผู้ซื้อสินค้าคล้ายตาม และตัดสินใจซื้อสินค้า

ภาษาที่ใช้ในการโฆษณา



ภาษาที่ใช้ในการโฆษณาสินค้า จะต้องเป็นภาษาที่กระตุ้นความรู้สึกของผู้ซื้อ มีการอ้างอิงข้อมูลต่าง ๆ โดยใช้ภาษากึ่งทางการ ภาษาที่ใช้ต้องสั้นและกระชับ ใช้ภาษาที่ดึงดูดความสนใจผู้ฟัง มีถ้อยคำสำนวนภาษาแปลกใหม่ เพื่อเรียกร้องความสนใจจากคนซื้อ เป็นภาษาที่ง่าย ๆ ได้ใจความที่ดี น่าสนใจ และสามารถจดจำได้ง่าย

