

## ใบความรู้ที่ ๑ เรื่อง “สื่อโซเชียลมีเดียกับคอนเทนต์ออนไลน์”

หน่วยการเรียนรู้ที่ ๕ เรื่อง สื่อโซเชียลมีเดียกับการจำหน่าย

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ ๒ เรื่อง สื่อโซเชียลมีเดียกับคอนเทนต์ออนไลน์

รายวิชา การงานอาชีพ ๖ รหัสวิชา ง๒๓๑๐๒ ภาคเรียนที่ ๒ ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๓

### สื่อโซเชียลมีเดียกับคอนเทนต์ออนไลน์

การขายหรือการทำการตลาดออนไลน์ในปัจจุบันนั้นเป็นสิ่งที่จำเป็นที่ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจรายเล็กหรือรายใหญ่ต้องทำ แต่ในโลกออนไลน์ที่มีการแข่งขันสูง มีคอนเทนต์จำนวนมากมหาศาลที่ผ่านตาผู้บริโภคอยู่ทุกวัน แล้วจะทำอย่างไรให้คอนเทนต์ของเราโดดเด่นเข้าตา ต้องใจผู้บริโภคในยุคที่สวเลือกได้ เพราะตัวเลือกมีอยู่มากมาย โดยมีเทคนิคๆ ในการเขียนคอนเทนต์ให้ปัง ให้โดนใจกลุ่มเป้าหมายซึ่งจะนำมาสู่ยอดขาย

- **คอนเทนต์ที่ดีต้องอยู่ใน Winning Zone** ซึ่งก็คือจุดตรงกลางที่สินค้าที่ขายมาพบกันพอดีกับความต้องการของผู้บริโภค เราต้องเล่าในสิ่งที่ลูกค้าอยากรู้และสนใจและเป็นสิ่งที่เราทำได้ รวมถึงการโฆษณาตรงกลุ่มเป้าหมาย ดังนั้นการสร้างคอนเทนต์ที่ดีควรเริ่มต้นจากการหาความต้องการของลูกค้าให้เจอและนำเสนอวิธีการแก้ปัญหาเหล่านั้นโดยใช้สินค้าหรือบริการที่เรามีเป็นการแก้ปัญหาให้ลูกค้าอย่างตรงจุด
- **วัตถุประสงค์ต้องชัดเจน** คอนเทนต์ที่วัตถุประสงค์ไม่ชัดเจนลูกค้ามักจะไม่เข้าใจ ธุรกิจก็จะวัดผลไม่ได้ว่าจะวัดอะไร ก่อนจะสร้างคอนเทนต์ต้องถามก่อนว่า ธุรกิจต้องการอะไรกลับมาจากคอนเทนต์นั้น ยอดไลค์ ยอดแชร์ หรือยอดการสั่งซื้อ เป็นต้น
- **ต้องเปลี่ยนจากคุณสมบัติของสินค้าเป็นวิธีการที่แก้ปัญหาให้ลูกค้า** ยกตัวอย่างเช่น
  - กล้อง ๔๕ ล้าน pixel = ถ่ายภาพคมชัดในทุกสถานการณ์
  - มีเลนส์ถึงหกตัว = ชูมได้และถ่ายได้แม้เวลากลางคืน
  - Design รองรับ IP ๖๗ = กันน้ำได้ถึง ๕ เมตร ถ่ายในสระว่ายน้ำได้สบาย
  - ลำโพง Dolby = เสียงดัง คุณภาพเสียงชัด โดยไม่ต้องยกลำโพงแยก
  - แบตเตอรี่ ๕๘๐๐ mAh = อยู่ได้ทั้งวันนานถึง ๑๒ ชั่วโมงต่อเนื่อง
- **คอนเทนต์ที่ดีควรเริ่มต้นจาก Why** ทุกๆ คอนเทนต์ต้องสามารถตอบคำถาม ๓ ข้อนี้ให้ได้
  - ๑) ทำไมเขาต้องซื้อ Why buy? คอนเทนต์ตอบคำถามในใจลูกค้าได้หรือเปล่าว่าทำไมเขาต้องซื้อ อาจไม่ได้แปลว่าอ่านแล้วต้องซื้อทันที แต่อาจแปลว่าซื้อในโอเคเดียว หรือติดต่อขอข้อมูลเพิ่มเติม เราต้องแปลงสินค้าเราให้เป็น Solution ที่แก้ปัญหาหรือตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าให้ได้
  - ๒) ทำไมต้องซื้อกับเรา Why you? ซึ่งเป็นข้อที่หลายๆ คนพลาดบ่อยที่สุด หลายๆ ครั้งคิดคอนเทนต์ คิดโปรโมชันมาอย่างดีลงคอนเทนต์ไป ปรากฏว่าลูกค้าซื้อโอเคเดียว และคิดว่าน่าซื้อ แต่กลายเป็นว่าซื้อกับใครก็ได้ ดังนั้นต้องเขียน Why you เข้าไปในคอนเทนต์ด้วยว่าทำไมต้องซื้อกับเราไม่ใช่คนอื่นๆ Winning Zone เป็นสิ่งสำคัญเราต้องสื่อสารออกไปให้ได้ว่าทำไมต้องซื้อจากเรา เราต่างจากที่อื่นอย่างไร

๓) ทำไมต้องซื้อตอนนี้ Why now? เพราะในโลกออนไลน์คนเราเจอคอนเทนต์ในวันหนึ่งที่ผ่านมาจำนวนมากและเร็วมาก ๆ ดังนั้น ถ้าคนเห็นคอนเทนต์แล้วไม่ทำอะไรต่อ หรือไม่มี action เช่น ไม่ทัก inbox ตอนนี้ บอกว่าเดี๋ยวก่อนก็ได้ให้ตีความว่าลูกค้าคนนั้นหายไปแล้ว เพราะเป็นไปได้ว่ากลไกโฆษณาของ Facebook จะไม่ยิงโฆษณาหาคนเดิมอีก ถ้าเขาไม่ซื้อตอนนี้เขาอาจไม่ซื้อกับเราอีกเลย ดังนั้นคอนเทนต์ต้องมีครบทุก ๓ องค์ประกอบ นี้ให้ได้ ต้องจบใน ๑ คอนเทนต์ ไม่ได้แปลว่าคอนเทนต์ต้องยาวแต่ต้องเล่าไปให้ครบ เช่น เครื่องสำอางหนึ่งชิ้นซื้อไปช่วยแก้ปัญหาอะไรได้บ้าง แบนด์เราต่างจากที่อื่นอย่างไร ถ้าซื้อตอนนี้มีโปรโมชั่นอะไร เป็นต้น

### ส่วนประกอบของคอนเทนต์

- พาดหัว ด้วยปัญหา ความเจ็บปวด ความต้องการสูงสุด เพื่อให้หยุดอ่าน เรียกความสนใจ
- ให้คุณค่า เล่าผลลัพธ์ที่ชัดเจน แนวทางการแก้ไขปัญหา เพื่อสร้างความสนใจ สร้างความต้องการ
- Call to action ปิดการขาย บอกชัดเจนว่าต้องทำอะไรต่อไป เพื่อให้เกิดการลงมือ การซื้อ การสอบถาม

### พาดหัวที่ดึงดูดใจ

ในการเขียนคอนเทนต์ไม่ว่าจะออนไลน์หรือออฟไลน์อีกสิ่งหนึ่งที่สำคัญมากๆ คือพาดหัวหรือชื่อเรื่อง Title ต้องมีความน่าสนใจดึงดูดใจผู้อ่าน โดยสามารถใช้แนวทางเหล่านี้ในการตั้งชื่อหัวข้อเรื่อง

- How to เช่น เคล็ดลับสุดยอดของ..., วิธีการใหม่ในการ..., นี่คือนวัตกรรม..., วิธีเอาชนะ..., นวัตกรรมใหม่ในการ..., คำแนะนำสำหรับคนที่อยาก..., วิธีการเพิ่ม/ลด..., วิธีการที่ทำให้คุณได้..., บอกเล่า... ตลอดกาล
- Question เช่น มีใครอีกบ้างที่ต้องการ..., คุณคิดว่าคุณ...ใหม่?, คุณติดอยู่กับ...อยู่รึป่าว?, ปัญหา...ทำให้คุณอายุไข้มั้ย?, คุณเคยพลาด...แบบนี้มั้ย?, ปัญหา...ทำให้คุณเสีย...ไปเท่าไรแล้ว?, คุณพร้อมหรือยังที่จะ...?, คุณทราบกับ...บ้างมั้ย?
- News เช่น ความจริงเกี่ยวกับ..., ใน (...อนาคตอันใกล้...) จะเกิด...ขึ้น คุณจะเป็นหนึ่งในนั้นมั้ย, ชาว...ที่สำคัญที่สุดในเวลานี้, ใครเคยได้ยินมั้ยว่าสามารถมี...โดยไม่ต้อง..., ตอนนี้ (...กลุ่มเป้าหมาย...) มี...แล้วคุณล่ะ? อย่าเพิ่ง...จนกว่าจะได้อ่านความจริงเหล่านี้, คุณยังทำ...แบบ (...อดีต...) อยู่รึป่าว?
- Warning เช่น คำเตือน! ถ้าคุณ...ต้องอ่านสิ่งนี้, คุณสังเกตเห็น...สัญญาณเตือนของ..., หยุดเสี่ยงดวงกับ..., ทำไม (...คนกลุ่มหนึ่ง...) สามารถ...ได้แต่คุณทำไม่ได้, สมมติ (...เหตุการณ์ร้ายแรง...) เกิดขึ้นกับคุณ คุณจะรอดมั้ย?, คุณจะพลาดจุดสำคัญที่ทำให้...ไป ถ้าคุณไม่ (...ลงมือทำ...), เอ๊ะ คุณลืม...ไปรึป่าว?

อย่างไรก็ตาม การนำสิ่งที่เรารู้มาปรับปรุงเพื่อสร้างคอนเทนต์ที่ตรงใจกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มมากที่สุด

### ต่อไป คือ เรียนรู้ ลงมือ ประเมินผล ปรับปรุง

### เผยเคล็ดลับ.. ๕ ข้อผิดพลาดที่หลายคนมองข้ามในการทำคอนเทนต์

#### ๑. ไม่รู้จักกลุ่มเป้าหมายของตัวเอง

สิ่งที่สำคัญที่สุดของการทำคอนเทนต์ คือ ทำเพื่อตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายของตัวเอง ในปัจจุบันผู้บริโภคมีทางเลือกในการเสพสื่อมากขึ้น สื่อก็มีหลากหลายช่องทาง ทั้งบทความ รูปภาพ วิดีโอ จึงทำให้เราต้องเข้าใจ

พฤติกรรมความชอบของกลุ่มเป้าหมายเราให้ละเอียดก่อน และคิดหาวิธีว่าจะทำคอนเทนต์ให้ตอบโจทย์คนเหล่านั้นได้อย่างไร

หากเรารู้จักกลุ่มเป้าหมายดีพอ ก็จะทำให้เราสามารถเขียนคอนเทนต์ในเรื่องที่กลุ่มเป้าหมายสนใจ ก็จะยิ่งช่วยให้เราเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น แถมยังสามารถสร้างยอด Engagement ได้เพิ่มมากขึ้นอีกด้วย

ดังนั้นการหาตรงกลางระหว่าง คอนเทนต์ที่กลุ่มเป้าหมายชอบ กับคอนเทนต์ที่เราอยากทำ จึงเป็นสิ่งที่สำคัญมาก เพราะหากเรานำสิ่งที่กลุ่มเป้าหมายสนใจกับสิ่งที่เราอยากสื่อสารออกไปมารวมกันได้ละก็รับรองว่าต้องได้ผลลัพธ์ดีมากแน่ๆ

## ๒. ไม่ตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสมก่อนโพสต์

**ความถูกต้องของข้อมูล** ในการเขียนคอนเทนต์นั้นจะต้องศึกษาหาข้อมูลอย่างละเอียด ตรวจสอบข้อมูลให้แน่ชัดก่อนที่จะนำมาเขียนเพื่อเผยแพร่ให้กับผู้ที่ติดตามได้อ่าน หากเราไม่ตรวจเช็คให้ดี อาจส่งผลให้เกิดความผิดพลาดของข้อมูลขึ้นได้ เช่น อาจส่งผลกระทบต่อคนเข้าใจผิด นำไปสู่การแชร์ต่อที่จะสร้างผลเสียในวงกว้าง เพราะฉะนั้นเราจึงควรตรวจสอบข้อมูลให้ละเอียดก่อนโพสต์

**ความถูกต้องของภาษา** เนื่องจากภาษาเป็นสื่อกลางในการสื่อสารนั่นเอง ความถูกต้องของภาษาก็เป็นอีกหนึ่งสิ่งที่สำคัญในการทำคอนเทนต์ บางคนอาจจะคิดว่าเขียนคำผิดนิดหน่อยก็ไม่ไช่เรื่องใหญ่อะไร แต่จริงๆแล้วตรงกันข้ามเลย การเขียนคำผิดนั้นเพียงเล็กน้อยก็อาจจะสื่อถึงการไม่มีความเป็นมืออาชีพในการทำคอนเทนต์เลยก็ได้ เพราะกว่าที่คอนเทนต์จะออกสู่สายตาผู้บริโภคนั้น เราควรที่จะตรวจอย่างละเอียดหลายรอบแล้วนั่นเอง แล้วยังการตรวจสอบภาษาให้ถูกต้องยังช่วยในเรื่องของการค้นหาอีกด้วย เพราะถ้าพิมพ์ถูกต้องเหมาะสม เวลาคนค้นหาด้วยคำหรือคีย์เวิร์ดต่างๆ ก็จะเจอคอนเทนต์ของเราได้ง่ายๆ นั่นเอง

**ความเหมาะสมของคอนเทนต์ในแต่ละแพลตฟอร์ม** การจัดองค์ประกอบ ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบตัวอักษร องค์ประกอบในภาพ หรือวิดีโอ จะส่งผลโดยตรงต่อความน่าสนใจของคอนเทนต์ทั้งนั้น ที่สำคัญควรตรวจสอบความเหมาะสมของคุณภาพทั้งภาพและข้อความให้เรียบร้อยว่าถูกต้องตามรูปแบบของแพลตฟอร์มหรือไม่ เพื่อลดอุปสรรคในการอ่านคอนเทนต์

## ๓. จำนวนการโพสต์ไม่เหมาะสม

โพสต์น้อยเกินไป

การโพสต์น้อยเกินไปจะทำให้ผู้ติดตามลืมและทิ้งเราไปได้ในที่สุด โดยแนวทางการโพสต์ของแต่ละแพลตฟอร์มและแต่ละเพจก็แตกต่างกันไป

เช่น การโพสต์บน Facebook ควรโพสต์ ๑ ครั้งต่อวัน – สูงสุด ๒ ครั้งต่อวัน และไม่ควรถูกโพสต์ต่ำกว่า ๓ ครั้งต่ออาทิตย์ ทั้งนี้เราสามารถดูข้อมูลหลังบ้านประกอบการตัดสินใจในการวางแผนตารางคอนเทนต์ได้จะแม่นยำขึ้น โพสต์เยอะเกินไป

หากเราโพสต์คอนเทนต์เยอะมากๆ ผู้ติดตามก็อาจจะไม่ทันได้โฟกัสคอนเทนต์ได้ดีเท่าที่ควร ในกรณีที่แย่มากที่สุดคืออาจสร้างความรำคาญให้กับผู้ติดตามบางคนได้อีกด้วย โดย “การอัปเดตมากเกินไป” คือเหตุผลอันดับ ๑ ที่ทำให้คนเลิกติดตามเพจของเรานั่นเอง..

โพสต์แค่ช่วงโปรโมชัน

วิธีนี้ไม่ได้ช่วยให้การโปรโมตดีขึ้น เพราะการที่จะทำให้คนสนใจจะต้องได้รับการวางแผนที่ดี โพสต์คอนเทนต์อย่างสม่ำเสมอเพื่อให้ผู้ติดตามเห็นข่าวสารจากเราอยู่เสมอ หากคอนเทนต์มีจุดประสงค์แค่เพื่อขายของแต่ไม่ได้

สร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างแบรนด์และผู้บริโภคเลย ก็ไม่แปลกใจที่ผู้บริโภคจะเลิกติดตามเรา เพราะเราไม่ได้มีคอนเทนต์ให้เสพนั่นเอง

#### ๔. ไม่มีคีย์เวิร์ดที่ดีหรือละเลยการทำ SEO

การทำคอนเทนต์โดยไม่ใส่คีย์เวิร์ดต่างๆหรือละเลยการทำ SEO จะส่งผลอย่างมากในการที่ทำให้ผู้บริโภคหาคอนเทนต์ของเราไม่เจอ เนื่องจากในเรื่องๆเดียวกันมีคู่แข่งในสื่อหลายคน ทำให้ผู้บริโภคมีตัวเลือกที่หลากหลายจึงเป็นสาเหตุที่เราควรให้ความใส่ใจกับคำ หรือคีย์เวิร์ดต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นชื่อบทความ หัวข้อย่อย รวมไปถึงการใส่แฮชแท็กที่เป็นคำที่เกี่ยวข้องกับคอนเทนต์ จะช่วยทำให้ผู้บริโภคเจอคอนเทนต์ของเราได้ง่ายขึ้น

#### ๕. ไม่ได้ให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์ข้อมูลหลังบ้าน

ข้อมูลหลังบ้านเป็นสิ่งสำคัญมากที่จะช่วยไกด์เราให้พัฒนาคอนเทนต์ไปได้อย่างถูกทางมากขึ้น การหมั่นเช็คการตอบรับของกลุ่มเป้าหมายอยู่เสมอ จะทำให้เราเข้าใจกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น และนำไปสู่การปรับปรุงพัฒนาแนวทางคอนเทนต์ให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้นอีกด้วย อีกทั้งเราควรวิเคราะห์ข้อมูลหลังบ้านประกอบ เพื่อที่จะได้รู้ว่าคอนเทนต์แต่ละโพสต์มีกระแสตอบรับอย่างไร เพื่อนำไปเป็นแบบอย่างในการทำคอนเทนต์ต่อไปในอนาคต

ดังนั้น ๕ ข้อผิดพลาดที่มักเจอบ่อยๆ ในการทำคอนเทนต์ หากนำไปปรับใช้กับแนวทางการทำคอนเทนต์ของตัวเอง ก็อาจช่วยทำให้การทำคอนเทนต์มีประสิทธิภาพมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นคอนเทนต์แบบไหน

### แหล่งอ้างอิง

SCB ไทยพาณิชย์. *เขียนคอนเทนต์ออนไลน์ยังไงให้ปัง*. <https://www.scb.co.th/th/personal-banking/stories/business-maker/online-content.html>

Aday Marketing. (๒๐๒๑, July ๑๕). *เผยเคล็ดลับ.. ๕ ข้อผิดพลาดที่หลายคนมองข้ามในการทำคอนเทนต์*. <https://adaymarketing.com/๕-mistakes-in-content-creation/>

CHESS STUDIO. *๗ ขั้นตอนสร้างคอนเทนต์ให้ปัง!*. <https://www.chessstudio.co.th/๗-ขั้นตอนสร้างคอนเทนต์/>