

# กลยุทธ์การสร้างสรรคและบริหารจัดการคอนเทนต์ออนไลน์ เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของแบรนด์

**สถานประกอบการ :** บริษัท ส. วอนแก่นฟู้ดส์ จำกัด (มหาชน)

**ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน :** วันที่ 1 พฤศจิกายน 2568 ถึงวันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2569

**ผู้รับผิดชอบโครงการ :** นางสาวสกุณฑลา แสงสิกรี

หลักสูตรนิเทศศาสตร์บัณฑิต คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ

**พนักงานที่ปรึกษา :** นายธนสาร เภยจวนิชย์โรจน์

**อาจารย์ที่ปรึกษา :** อาจารย์จิลล์ชญ์ดา วิทยาพันธ์ประชา

## ที่มาและความสำคัญ

ปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์และวิดีโอสั้นมีอิทธิพลอย่างมากต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค บริษัท ส.วอนแก่นฟู้ดส์ จำกัด (มหาชน) ในฐานะผู้นำด้านอาหารแปรรูป จึงจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ทันสมัยและเข้าถึงกลุ่มคนรุ่นใหม่

โครงการนี้จึงมุ่งเน้นการสร้างสรรคเนื้อหาที่มากกว่าการขายสินค้า แต่เป็นการสร้าง **"ประสบการณ์และแรงบันดาลใจ"** ผ่านเทคนิค Storytelling และการผลิตสื่อให้สอดคล้องกับ Algorithm ของแต่ละแพลตฟอร์ม เพื่อเปลี่ยนจากผู้ชมให้กลายเป็นลูกค้า และสร้างการรับรู้ถึงแบรนด์ในโลกดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพ

## วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาขั้นตอนการทำงานจริงในสายงาน Content Creator สำหรับอุตสาหกรรมอาหารระดับประเทศ
2. เพื่อพัฒนากิจกรรมการผลิตสื่อดิจิทัลและการเล่าเรื่องให้ตอบโจทยความต้องการของแบรนด์และผู้บริโภค
3. เพื่อประยุกต์ใช้ความรู้ด้านการตลาดและการสื่อสารจากห้องเรียนมาใช้แก้ปัญหาและปฏิบัติงานจริงในภาคธุรกิจ

## ผลการดำเนินงาน

**ด้านภาพลักษณ์:** ผลิตสื่อวิดีโอและภาพนิ่งที่ทันสมัย ช่วยให้แบรนด์ ส.วอนแก่นเข้าถึงกลุ่มคนรุ่นใหม่ได้มากขึ้น

**ด้านการทำงาน:** ประสบความสำเร็จระหว่างฝ่ายสร้างสรรค์และกราฟิกได้อย่างมีเอกภาพ สื่อสารจุดเด่นผลิตภัณฑ์ชัดเจน

**ด้านการตอบรับ:** คอนเทนต์แนว "Real" และ "แจกสูตรอาหาร" ได้รับความนิยมสูงสุด

## วิธีดำเนินการ

การดำเนินงานแบ่งออกเป็น **5 ขั้นตอนหลัก** เพื่อสร้างสรรคคอนเทนต์คุณภาพสูงสำหรับผลิตภัณฑ์ ส.วอนแก่น ดังนี้

### 1. การเตรียมการและศึกษาข้อมูล (Pre-Production)

วิเคราะห์โจทย: ศึกษาภาพลักษณ์แบรนด์ (CI) และพฤติกรรมกลุ่มคนรุ่นใหม่ (Digital Native) สํารวจเทรนด์: ค้นหา Viral Food, Trending Sounds และสไตล์ภาพที่กำลังเป็นนิยมใน TikTok, FB, IG วางแผน: เขียน Script, วาง Storyboard มุมกล้อง และจัดทำปฏิทินคอนเทนต์ (Content Calendar)

### 2. เครื่องมือและอุปกรณ์ (Tools & Equipment)

**Hardware:** ใช้ Sony a6700 (ภาพนิ่ง/Hero Shot), DJI Pocket 3 (วิดีโอ 4K/Dynamic Shot) และ DJI Mic 2 (เสียง ASMR/ussยาย)

**Software:** CapCut (ตัดต่อวิดีโอ), Lightroom (แต่งสีภาพอาหาร) และ Canva (ออกแบบกราฟิก/ปกคลิป)

### 3. การผลิตสื่อ (Production)

Food Styling: จัดเตรียมวัตถุดิบและแสง (Softbox) ให้ผลิตภัณฑ์ดูน่ารับประทาน

Shooting: ถ่ายภาพนิ่งเน้นความพรีเมียม และถ่ายวิดีโอแนวตั้ง (9:16) เน้นความสั้นไหลและมุมมอง POV

### 4. ขั้นตอนหลังการผลิต (Post-Production)

Editing: คัดเลือก Best Take, ตัดต่อวิดีโอแบบเน้นจังหวะ (Beat Sync) และใส่ Hook 3 วินาทีแรกเพื่อดึงดูดสายตา Optimization: ปรับแต่งสีภาพอาหาร (Food Coloring), ใส่ Caption กระตุ้นยอดขาย (CTA) และเลือก Hashtag ให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย

### 5. การเผยแพร่และการติดตามผล (Publishing & Evaluation)

Strategic Post: ลงคอนเทนต์ตามเวลา Prime Time ของแต่ละแพลตฟอร์ม

Data Analysis: เก็บสถิติ (Reach, Engagement, Views) และวิเคราะห์ Feedback เพื่อนำมาปรับปรุงแผนงานในเดือนถัดไป

