

เขียนโดนใจสไตลครีเอทีฟ

Content **ขายดี**

มีตลาด 365 วัน



เขียนอย่างไร ให้... **ขายได้**
เล่าเรื่องอย่างไร ให้... **ขายดี**
และคิดอย่างไรให้ออขาย... **ไม่ตัน**

เล่มนี้มีคำตอบ
ใช้ได้จริง!

เริ่มต้นจากมือใหม่สู่มืออาชีพ ตั้งแต่การสร้างไอเดีย วางแผนคอนเทนต์ และเทคนิคการเขียนแบบครีเอทีฟ พร้อมคอนเทนต์สำเร็จรูปให้ใช้ได้ตลอดปี



มีเพียง “ความรู้” เท่านั้นที่มนุษย์ใช้พลิก “โลก”
และเปลี่ยน “ชีวิต” เราจึงสร้างสรรค์ และส่งมอบ “ความรู้”
ในรูปแบบที่ดีกว่า เพื่อให้คนไทย “เรียนรู้” ได้ตลอดชีวิต

Only “Knowledge” can help human
change “The World” and “Their Lives”.

With this truth, it drives us to deliver
“Knowledge” for Thai being able to
“Learn” better everyday.



เขียนโดนใจสไตลครีเอทีฟ

Content ขายดี มีตลอด 365 วัน

AUTHOR :

ปารณีย์ เตชะวัฒนสมบูรณ์
yoparane@gmail.com

EDITORIAL :

ชนะ เทศทอง
chana_t@idcpremier.com

EXECUTIVE EDITORS :

สัจจะ จรัสรุ่งรวีร, อรรณพ ชันธิกุล

PRODUCTION MANAGER :

วรพล ณิชกุล

GRAPHIC DESIGNER :

ชวนันท์ รัตนะ

PAGE LAYOUT :

ชูศรีม

PROOFREADER :

อัญชุลีพร ณ บางช้าง

PUBLISHING COORDINATORS :

สุริยรัตน์ จิ๋ว, ฉัตรดนัย ศรีสวัสดิ์

PRODUCT SPECIALIST :

ฐณรัช ขาติสุทธิผล



ข้อมูลทางบรรณานุกรม :

ปารณีย์ เตชะวัฒนสมบูรณ์
เขียนโดนใจสไตลครีเอทีฟ
Content ขายดี มีตลอด 365 วัน

นนทบุรี : ไอดีซีฯ, 2567

256 หน้า

1. การตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์

I ชื่อเรื่อง

658.8

Barcode 885-916-101-2993

พิมพ์ครั้งที่ 1 ธันวาคม 2567

ราคา 365 บาท



จัดพิมพ์และจัดจำหน่ายโดย

บริษัท ไอดีซี พรีเมียร์ จำกัด
200 หมู่ 4 ชั้น 19 ห้อง 1901
จัสตินอินเตอร์เนชั่นแนลทาวเวอร์
ถ.แจ้งวัฒนะ ต.ปากเกร็ด อ.ปากเกร็ด
จ.นนทบุรี 11120
โทรศัพท์ 0-2962-1081 (อัตราโน้ต 10 คู่สาย)
โทรสาร 0-2962-1084

ร้านค้าและตัวแทนจำหน่าย

โทรศัพท์ 0-2962-1081-3 ต่อ 112-114
โทรสาร 0-2962-1084

สมาชิกสัมพันธ์

โทรศัพท์ 0-2962-1081-3 ต่อ 121
โทรสาร 0-2962-1084

พิมพ์ที่ บริษัท ดี.เค.ปรี้นติ้ง จำกัด

441/56 หมู่ 2 ต.บางบ่อ อ.บางบ่อ
จ.สมุทรปราการ 10560
โทรศัพท์ 0-2115-9105 โทรสาร 0-2115-9044

เครื่องหมายการค้าอื่นๆ ที่อ้างถึงเป็นของบริษัทนั้นๆ

สงวนลิขสิทธิ์ตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537
โดยบริษัท ไอดีซี พรีเมียร์ จำกัด ห้ามลอกเลียน
ไม่ว่าส่วนใดส่วนหนึ่งของหนังสือเล่มนี้ ไม่ว่าใน
รูปแบบใดๆ นอกจากจะได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์
อักษรจากผู้จัดพิมพ์เท่านั้น

บริษัท ไอดีซี พรีเมียร์ จำกัด จัดตั้งขึ้นเพื่อเผยแพร่
ความรู้ที่มีคุณภาพสู่ผู้อ่านชาวไทย เรายินดีรับงาน
เขียนของนักวิชาการและนักเขียนทุกท่าน ท่านผู้
สนใจกรุณาติดต่อผ่านทางอีเมลที่ infopress@
idcpremier.com หรือทางโทรศัพท์หมายเลข
0-2962-1081 (อัตราโน้ต 10 คู่สาย) โทรสาร
0-2962-1084

E-Book กรกฎาคม 2569

ปัญหาที่นักการตลาด เจ้าหน้าที่ดูแลด้านการตลาด รวมไปถึงเจ้าของกิจการที่ต้องทำการตลาดเอง มักจะต้องพบเจออย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้คือ ไม่รู้ว่าจะทำคอนเทนต์อย่างไรให้ได้ตลอด 365 วัน

ไม่ต้องถึงกับต้องโพสต์ทุกวัน เอาแค่วันเว้นวัน วันหนึ่งวันเว้นไปสองวัน สัปดาห์ละสองครั้ง หรือ สัปดาห์ละครั้ง ยังเป็นเรื่องยากสำหรับเจ้าของกิจการที่ต้องดูแลการตลาดเอง

เอาเป็นว่าไม่ว่าคุณจะมีเหตุติดขัดอันใด โดยสรุปแล้วคือคุณมีปัญหาไม่สามารถสร้างคอนเทนต์ให้ได้ตลอดแบบที่คุณคาดหวัง จึงหยิบหนังสือเล่มนี้ขึ้นมาพลิกอ่าน

มีบทสรุป 3 ข้อที่ว่าทำไมต้องซื้อหนังสือเล่มนี้จากผู้เขียน มันเป็นเหตุผลว่าทำไมคุณถึงสนใจหนังสือเล่มนี้ ผมขอยกมาใส่ในบทบรรณาธิการนี้

1. ถ้าคุณเป็นคนอยากเริ่มต้นเขียนคอนเทนต์ แต่ไม่รู้จะเริ่มอย่างไร?

- ✔ หนังสือเล่มนี้ จะช่วยให้คุณเริ่มต้นเขียนคอนเทนต์ได้อย่างมีอาชีพ โดยเริ่มต้นจากพื้นฐาน ปฏิบัติแบบครีเอทีฟ และวางแผนแบบเอเจนซี โดยไม่ต้องใช้งบประมาณ

2. ถ้าคุณเป็นคนหนึ่งที่ประสบปัญหาไอเดียตัน คิดคอนเทนต์ไม่ออก ต้องเขียนทุกวัน แต่ไร้ทิศทาง ต้องทำอย่างไร?

- ✔ หนังสือเล่มนี้ จะช่วยให้คุณวางแผนคอนเทนต์ มีทิศทาง เขียนคอนเทนต์ได้อย่างแตกต่าง ด้วยเทคนิคจากประสบการณ์จริง ที่ใช้ได้จริง!

3. ถ้าคุณเป็นนักการตลาดดิจิทัล หรือ Content Creator ที่อยากล้วงลึกเทคนิควิธีคิดแบบครีเอทีฟ และการหาไอเดียทำคอนเทนต์แบบยั่งยืน

- ✔ หนังสือเล่มนี้ จะเป็นคู่มือสำคัญช่วยให้คุณคิดอย่างเป็นระบบ สร้างสรรค์อย่างเป็นขั้นตอน ตามสไตล์ครีเอทีฟมืออาชีพ (ยังงี้ก็ไม่มีต้น) พร้อมคลังไอเดียที่ช่วยให้อคอนเทนต์ของคุณแตกต่าง และขายดีตลอด 365 วัน

(หวังเป็นอย่างยิ่งว่าหนังสือเล่มนี้จะช่วยให้คุณสร้างคอนเทนต์ได้ตามแผนที่คุณตั้งใจไว้ครับ)

เพราะทุกทีคือคอนเทนต์!

คงไม่มีใครปฏิเสธ! กับคำพูดนี้

ยิ่งในปัจจุบันที่คอนเทนต์กลายเป็นความจำเป็น

ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการใช้ชีวิต การหาความบันเทิง หรือการหารายได้

คอนเทนต์กลายเป็นเครื่องมือสำคัญของทุกคน

แต่ปัญหาส่วนใหญ่ ก็คือ...

จะเขียนอย่างไรให้ขายได้!

จะเล่าเรื่องอย่างไรให้ขายดี!

และที่สำคัญ ใจเดียวไม่ตัน!

ถ้าคุณหยิบหนังสือเล่มนี้ขึ้นมา ผู้เขียนมั่นใจว่า

เมื่อคุณอ่านจบ ปัญหาเหล่านี้จะหมดไป!

“คุณจะสามารถเขียนได้ และคุณจะขายเป็น”

เพราะหนังสือเล่มนี้ผู้เขียนได้เขียนขึ้นจากการรวบรวมประสบการณ์จริง ในการทำงาน
สายงานการตลาดและโฆษณา โดยมีความตั้งใจเพื่อแบ่งปันความรู้ ขั้นตอนวิธีคิด และเทคนิค
การเขียนคอนเทนต์ให้คุณเก่งแบบเอเจนซี และสามารถครบจบในตัวแบบ SME

นอกจากนี้ในเล่มยังได้รวบรวมคอนเทนต์ (แคปชั่น) สำเร็จรูป ขายดี ที่ใช้ได้ตลอดปี ให้
คุณได้เลือกใช้งานได้เลยอีกกว่า 365 คอนเทนต์

“เพราะทุกทีคือคอนเทนต์! แค่เล่าเรื่องให้เป็น ก็เปลี่ยนชีวิตได้”

ผู้เขียนหวังว่าหนังสือเล่มนี้จะเป็นประโยชน์สำหรับผู้่าน

และคุ้มค่าสำหรับราคาในทุกๆ หน้าจะคะ

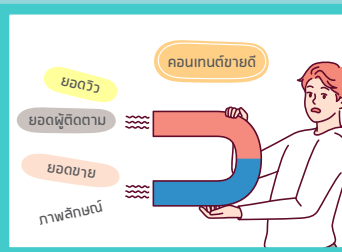


บทนำ Content is King!

Chapter 1 :
เพราะคอนเทนต์เป็นพระราชา! 13

Chapter 2 :
What is Content? 15

Chapter 3 :
Power of Content 16



PART 1

เตรียมตัวก่อนเขียนคอนเทนต์
ต้องรู้จักอะไรบ้าง

Chapter 4 :
Skills of content writer 22

Chapter 5 :
เข้าใจสินค้าและบริการ
(Product Knowledge) 26





4P คืออะไร.....	31
แบบฟอร์มสำหรับวิเคราะห์และวางแผน 4P.....	36

Chapter 6 : เข้าใจกลุ่มเป้าหมาย (Target Audience) 41

Persona คืออะไร.....	47
ขั้นตอนการสร้าง Persona ง่ายๆ.....	49

Chapter 7 : สื่อหรือแพลตฟอร์มที่ใช้เผยแพร่ (Media & Platform) 58

สื่อออฟไลน์ [Offline Media]	60
จุดเด่นของสื่อออฟไลน์.....	61
สื่อออนไลน์	62
จุดเด่นของสื่อออนไลน์.....	63
เทคนิคการเลือกใช้สื่อผสมผสาน.....	74
รูปแบบการใช้สื่อผสมผสานอย่างสร้างสรรค์... ..	76

Chapter 8 : รูปแบบคอนเทนต์ ข้อความ รูปภาพ วิดีโอ เสียง และกิจกรรม 78



PART 2

วางแผนคอนเทนต์สไตร์ครีเอทีฟ (Content Planning)

Chapter 9 :

ความสำคัญของการวางแผนคอนเทนต์ 85

ข้อดีของการวางแผนคอนเทนต์ 86

Chapter 10 :

9 ขั้นตอน สู่แผนงานเขียนสไตร์ครีเอทีฟ 89

Chapter 11 :

ปฏิทินการออกสินค้าและโปรโมชั่น
(Product Launch and Promotion
Calendar) 95

ความสำคัญของการปฏิทินการออกสินค้า
และโปรโมชั่น 96

องค์ประกอบสำคัญของปฏิทิน 97

ตัวอย่างปฏิทินการออกสินค้าและโปรโมชั่น.... 98

Chapter 12 :

เทคนิควางแผนปฏิทินคอนเทนต์
(Content Calendar) 99

ข้อดีของการมี Content Calendar.....100

ขั้นตอนการสร้าง Content Calendar.....101

ไอเดีย (ตัวอย่าง) สำหรับการคิด Theme.....102

เทคนิคในการกำหนดตารางเวลา 103

ไอเดีย (ตัวอย่าง) การแบ่งหัวข้อคอนเทนต์
ตามวันในสัปดาห์ 104

ตัวอย่างการทำตาราง Content
Calendar 106

ตัวอย่างตาราง Content Calendar
ที่ออกแบบให้สวยงาม..... 107

PART 3

พัฒนาไอเดียและการเขียนคอนเทนต์ (Creative Writing)

Chapter 13 :

ขั้นตอนการพัฒนาไอเดียและเขียนงาน 111

ขั้นตอนการพัฒนาไอเดียและเขียนงาน..... 112

Chapter 14 :

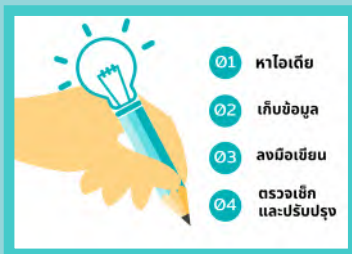
เทคนิคการหาไอเดียสร้างสรรค์
(20 ปีไม่มีตัน!) 114

วิธีการทำ Brainwriting 127

ศิลปะและสื่อทุกแขนง..... 133

Chapter 15 :

เข้าใจโครงสร้างคอนเทนต์และแคปชัน 138





โครงสร้างและองค์ประกอบของคอนเทนต์ หรือแคปชั่น.....	142
ตัวอย่างการเขียนบทความและโครงสร้าง คอนเทนต์.....	148

Chapter 16 : เทคนิคการเขียนคอนเทนต์สไลด์หรือทิว 152



ก่อนเริ่มต้นเขียนต้องลิสต์ไว้ทุกคอนเทนต์.....	153
วัตถุประสงค์ของคอนเทนต์.....	153
กลุ่มเป้าหมาย	153

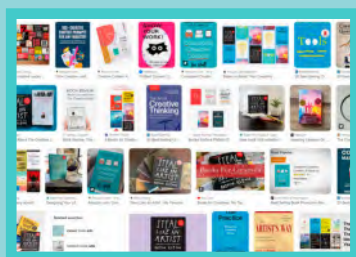
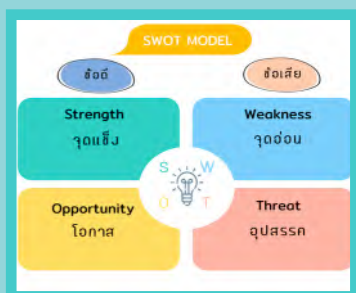
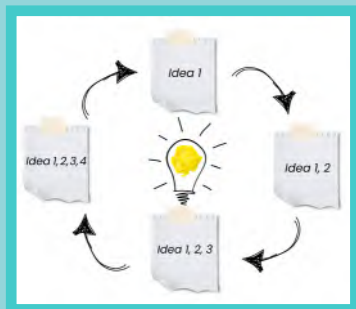
เทคนิคการเขียนคอนเทนต์ให้สร้างสรรค์ และน่าสนใจ	154
เล่าแบบย้อนอดีต	155
สร้างซีรีส์คอนเทนต์	156
เล่าเรื่องผ่านมุมมองของลูกค้าหรือผู้ใช้	159
เล่าโดยใช้เรื่องจริง	160



เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Behind- the-scenes.....	162
ใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ “ก่อน-หลัง”	164
วิธีการออกแบบคาแรกเตอร์	165



เทคนิคการใช้คาแรกเตอร์ในงานเขียน คอนเทนต์	167
เทคนิคการใช้ภาพนิ่งในงานเขียนคอนเทนต์....	170
เคล็ดลับ (ไม่) ลับในการเลือกรูป	171
การจัดทำอัลบั้มภาพ	172
เทคนิคการใช้อัลบั้มภาพในงานเขียน คอนเทนต์	172



ตัวอย่างการนำไปใช้.....173

เทคนิคการใช้ Carousel Post ในงานเขียน
คอนเทนต์ 174

เทคนิคการใช้ Infographic ในงานเขียน
คอนเทนต์176

ตัวอย่างการนำไปใช้.....178

ตัวอย่างรูปแบบอินโฟกราฟิกต่างๆ.....179

เทคนิคการใช้เพลงในงานเขียน
คอนเทนต์ 180

เทคนิคการใช้ข้อมูลและสถิติในงานเขียน
คอนเทนต์สร้างสรรค์บนโซเชียลมีเดีย 182

เทคนิคการเขียนคอนเทนต์แบบอิงกับกระแส
ปัจจุบัน 185

ตัวอย่างการเขียนอิงกับกระแสปัจจุบัน
ในคอนเทนต์.....186

เทคนิคการตั้งคำถาม ในงานเขียน
คอนเทนต์ 187

ตัวอย่างการใช้คำถามในคอนเทนต์..... 188

เทคนิคการสร้างความขัดแย้งเพื่อจุดความสนใจ
ในงานเขียนคอนเทนต์ 190

ตัวอย่างการเขียนสร้างความขัดแย้ง
เพื่อจุดความสนใจในคอนเทนต์..... 191

เทคนิคการสร้างความเชื่อมโยง
ในงานเขียนคอนเทนต์.....192

ตัวอย่างการเขียนสร้างความเชื่อมโยง
ในคอนเทนต์.....193



เทคนิคการเล่นคำ ใช้ภาษาที่สร้างสรรค์	
ในงานเขียนคอนเทนต์	195
ข้อควรระวัง	195
ตัวอย่างการใช้การเล่นคำ ภาษาที่สร้างสรรค์	
ในการเขียนคอนเทนต์	196

PART 4

ແປຊັນຄອນເຕນ໌ຂາຍດີ 365 ວັນ ນຳໄປໃຊ້ໄດ້ເລີຍ (Ready-made Content)



Chapter 17 :	
วงจรรสินค้า	200
Chapter 18 :	
มัดรวมโพร ขายดี	211
Chapter 19 :	
มัดรวม สินค้าและบริการ	214
ແປຊັນແກ່ ສຳລັບໃຊ້ຂາຍສິນຄ້າ	
ในโลกออนไลน์	214
ບทส่งท้าย	251
TIPS & TRICKS	252
DO สิ่งไม่ควรทำในการเขียนคอนเทนต์	253
DON'T สิ่งที่ไม่ควรทำในการเขียนคอนเทนต์	253

မကုန်

**Content is
King!**

Chapter 1 :

เพราะคอนเทนต์เป็นพระราชา!

Content is King!

ประโยคคลาสสิกที่ บิล เกตต์ นักธุรกิจคนสำคัญแห่งวงการเทคโนโลยี และเป็น
ผู้บุกเบิกไมโครซอฟท์ ได้เคยกล่าวไว้ในปี 1996

นับจนถึงปัจจุบันก็กว่า 30 ปี ประโยคนี้ก็ยังคงทันสมัยและใช้ได้อยู่ เรียกได้ว่า
คอนเทนต์ เป็นสิ่งที่ (คนสำคัญ) ให้ความสำคัญมาตั้งแต่ไหนแต่ไร

Content is King!

Bill Gates | 1996



ทำไม บิล เกตต์ จึงบอกว่า **คอนเทนต์คือพระเจ้า!**

ในโลกของข้อมูลข่าวสารที่ถาโถมเข้าหาเราในทุกช่วงเวลา ตื่นมาก็คอนเทนต์ จะกินข้าว อาบน้ำ ก็คอนเทนต์ จะเดินทางหรือพักผ่อนก็คอนเทนต์ อะไรๆ ก็คอนเทนต์ จะเห็นว่า **คอนเทนต์อยู่รอบตัวเรา และอยู่ในทุกช่วงเวลา**

ในโลกยุคดิจิทัลที่หมุนไวในทุกขณะ คอนเทนต์กลายเป็นเครื่องมือสำคัญที่เราใช้สื่อสารกับผู้คน ถ้าคอนเทนต์ไม่ดี เล่าเรื่องไม่โดน จะถูก skip หรือเลื่อนผ่านทันที แต่ถ้าคอนเทนต์ดีและได้รับความนิยมจนเป็นไวรัล เพียงแค่ชั่วข้ามคืนคุณจะมีทั้งยอดผู้ติดตาม และยอดขายสินค้าจะเติบโตและออกเงยแบบที่คุณไม่ทันตั้งตัว

มันไม่เกินจริงเลยที่จะบอกว่า **Content is King!**

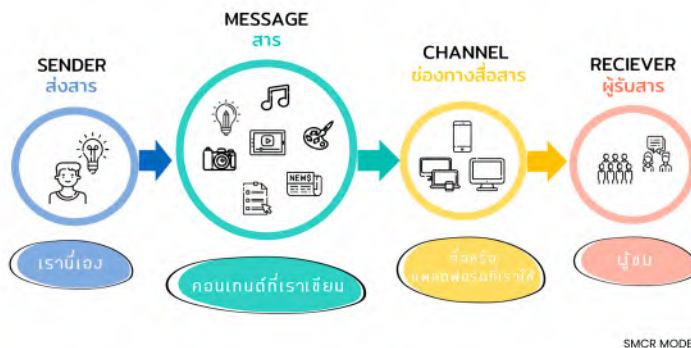
Chapter 2 : What is Content?

แล้ว... คอนเทนต์คืออะไร!

คอนเทนต์ ในโลกดิจิทัล ไม่ได้หมายความว่าแค่ข้อความ ตัวอักษร หรือแค่เนื้อหา แต่ยังรวมไปถึงข้อมูล ข่าวสารต่างๆ ภาพถ่าย ดนตรี เพลง คลิปวิดีโอ หรือโมเมนต์ต่างๆ ที่คุณต้องการถ่ายทอดหรือแบ่งปันผ่านสื่อไปยังผู้รับสาร ซึ่งก็คือ คนอ่าน คนดู คนฟัง ลูกค้า รวมถึงทุกคนที่เข้าถึงสื่อข้อมูลของคุณ

จะเห็นว่า การจะเป็นคอนเทนต์หนึ่งที่เกิดขึ้น ต้องประกอบด้วยองค์ประกอบหลายอย่าง และถ้าจะทำให้เป็นคอนเทนต์ที่ดีด้วย เราก็ต้องใส่ใจและให้ความสำคัญในรายละเอียดขององค์ประกอบต่างๆ ยิ่งขึ้นไปอีก

กว่าจะเป็น**คอนเทนต์**ถึงผู้ชมต้องผ่านอะไรบ้าง



Chapter 3 : Power of Content

พลังอำนาจของคอนเทนต์
ในโลกยุคดิจิทัล

เพราะคอนเทนต์เป็นสิ่งสำคัญ การใช้คอนเทนต์เป็น การเขียนคอนเทนต์เก่ง จะทำให้คุณเป็นคนที่มียอดอำนาจ สามารถดึงดูด สะกดผู้อ่าน รวมทั้งเรียกยอดวิว เรียกยอดขาย ซึ่งเป็นเรื่องจำเป็นอย่างมากในยุคนี้ ยุคที่สื่อเชื่อมโยงกันทั้งในโลกออนไลน์และโลกออฟไลน์



พลังอำนาจของคอนเทนต์ (Content) มีผลกระทบต่อการสื่อสาร การสร้างแบรนด์ และธุรกิจในยุคดิจิทัล โดยแบ่งเป็น 5 ข้อหลัก ดังนี้

1 การดึงดูดและรักษาผู้ชม

คอนเทนต์ที่ดี สด ใหม่ และเป็นประโยชน์ สามารถดึงดูดความสนใจของผู้ชมใหม่ และรักษาผู้ชมเดิมได้อย่างมีประสิทธิภาพ เนื้อหาที่น่าสนใจและเกี่ยวข้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย จะช่วยสร้างความผูกพันและการมีส่วนร่วมที่สูงขึ้น เช่น โพสต์ที่ให้ข้อมูลที่มีประโยชน์ วิดีโอที่สร้างแรงบันดาลใจ หรือโพสต์ประเด็นที่กระตุ้นให้เกิดการสนทนา และการแชร์ (Brand Community)

2 การเพิ่มยอดขาย

คอนเทนต์ที่ตรงกับความต้องการของผู้ชม สามารถกระตุ้นการตัดสินใจซื้อได้ทันที เช่น ให้ส่วนลด สิทธิพิเศษ บทความในเชิงบวก คำรับรองจากลูกค้า หรือการเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ว่าดีกว่าคู่แข่ง ก็สามารถช่วยกระตุ้นให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการให้ข้อมูลที่ชัดเจนเกี่ยวกับประโยชน์ และคุณสมบัติที่ชัดเจนของผลิตภัณฑ์ (Generate Sales)

3 การสร้างความน่าเชื่อถือและภาพลักษณ์

การนำเสนอเนื้อหาที่มีความรู้และความเชี่ยวชาญ คอนเทนต์ที่มีความถูกต้อง ทั้งข้อมูล การนำเสนอ การใช้ภาษา และคำที่ถูกต้อง จะช่วยเสริมความน่าเชื่อถือและภาพลักษณ์ที่ดีให้กับแบรนด์และผลิตภัณฑ์ (Brand Image) และนำไปสู่การสร้างประสบการณ์ที่ดีในใจของผู้ชม

4 การกระตุ้นการมีส่วนร่วมและการกระจายข้อมูล

คอนเทนต์ที่น่าสนใจและมีคุณค่า สามารถกระตุ้นการมีส่วนร่วมของผู้ชม (Engagement) และการกระจายข้อมูลไปยังเครือข่ายของกลุ่มผู้ชม การแชร์เนื้อหาที่ดีในโซเชียลมีเดียไม่เพียงช่วยเพิ่มการเข้าถึง แต่ยังช่วยสร้างการรับรู้เกี่ยวกับแบรนด์หรือผลิตภัณฑ์ได้อย่างกว้างขวาง รวมถึงการเพิ่มยอดวิว ยอดติดตาม

5 การเพิ่มมูลค่าและการสร้างความสัมพันธ์ระยะยาว

เนื้อหาที่ให้ข้อมูลที่มียุทธศาสตร์ และเป็นประสบการณ์ที่ดี สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับผู้ใช้และสร้างความสัมพันธ์ระยะยาว ซึ่งส่งผลให้ลูกค้าและผู้ชมมีแนวโน้มที่จะกลับมาซื้อผลิตภัณฑ์อีกในอนาคต และเป็นผลดีกับแบรนด์ในระยะยาว (Loyalty)

เมื่ออ่านมาถึงตรงนี้ ทุกท่านคงพอจะเห็นตรงกันแล้วว่า คอนเทนต์นั้นมีพลังและมนตรา ที่สามารถช่วยเราในการสื่อสาร สร้างภาพลักษณ์ สร้างความสัมพันธ์ที่ดี รวมถึงช่วยสร้างการเติบโต และเพิ่มยอดขายในธุรกิจ

และจะดีแค่ไหน ถ้าเราสามารถสร้าง
อำนาจนี้ขึ้นมาเองได้
ง่ายๆ เลย... ถ้าคุณอ่านหนังสือเล่มนี้จบ
รับรองว่ามนตรานี้จะอยู่แค่ปลายนิ้วคุณ!

PART 1

เตรียมตัว

ก่อนเขียนคอนเทนต์

ต้องรู้จักอะไรบ้าง

เตรียมตัว ก่อนเขียนคอนเทนต์ ต้องรู้จักอะไรบ้าง

การเขียนคอนเทนต์ โพสต์ข้อความบนโซเชียล ใส่แคปชั่นบนรูปถ่าย หรือการตัดคลิปวิดีโอสั้นๆ น่าจะเป็นเรื่องที่เราทำกันได้ทุกคนอยู่แล้ว แต่ถ้าจะเขียนคอนเทนต์ให้ดี ใช้คอนเทนต์เพื่อตอบโจทย์การตลาดและธุรกิจ อาจเป็นสิ่งที่เราต้องทำความเข้าใจกับหลักการและพื้นฐานความรู้บางอย่างเสียก่อน เพื่อที่คอนเทนต์จะได้ทำหน้าที่ตอบวัตถุประสงค์ทางด้านธุรกิจได้อย่างตรงเป้าและตรงใจ

ในบทต่อไป เราจะพาคุณไปเตรียมตัว ทำความรู้จักกับสิ่งที่คุณควรรู้ก่อนเริ่มเขียนคอนเทนต์ เริ่มตั้งแต่ทักษะที่สำคัญของการเป็นนักเขียน การรู้จักข้อมูลที่จะเขียน การเข้าใจคนที่จะอ่าน สื่อที่จะลง รวมถึงเข้าใจเป้าหมาย

เพื่อเตรียมตัวเป็นนักเขียนคอนเทนต์ที่ดี มาทำความรู้จักกับสิ่งที่คุณต้องเรียนรู้ก่อนเริ่มเขียนคอนเทนต์กันเลย

Chapter 4 : Skills of content writer

ทักษะของนักเขียนคอนเทนต์
ที่ดีมีอะไรบ้าง

การเขียนคอนเทนต์ในโลกดิจิทัล เป็นงานที่ต้องอาศัยทั้งศาสตร์และศิลป์

ศาสตร์ คือ องค์ความรู้ในเชิงดิจิทัล การตลาด และการสื่อสาร

ส่วนศิลป์ คือ คุณต้องมีศิลปะในการเขียน เรียงร้อยถ้อยคำ การเล่าเรื่อง

การโน้มน้าวผู้อ่าน รวมถึงการเข้าใจความงามในเชิงสุนทรียะ เช่น สามารถอธิบายความงามของภาพถ่าย การเข้าใจความหมายที่ภาพยนตร์ต้องการสื่อ เป็นต้น ศาสตร์และศิลป์ที่ว่านี้ ผู้เขียนได้นำมาสรุปให้คุณเข้าใจง่ายๆ ตามหัวข้อ ดังนี้



ทักษะที่นักเขียนคอนเทนต์ยุคนี้ควรมี

1 ความคิดสร้างสรรค์ (Creative Thinking)

ความคิดสร้างสรรค์เป็นหัวใจสำคัญของการเป็นนักเขียนคอนเทนต์ เพราะมันทำให้คุณสามารถคิดไอเดียใหม่ๆ ที่ไม่ซ้ำใครและดึงดูดความสนใจของผู้อ่านได้ ลองนึกถึงวิธีที่คุณจะเล่าเรื่องราวให้แตกต่าง มีวิธีการนำเสนอที่ไม่เหมือนใคร

2 การเล่าเรื่องที่มีเสน่ห์ (Storytelling)

การเล่าเรื่องที่มีเสน่ห์ทำให้เนื้อหาของคุณมีชีวิตชีวาและสามารถดึงดูดความสนใจของผู้อ่านได้ การใช้เทคนิคการเล่าเรื่องที่สร้างความเชื่อมโยงและอารมณ์ช่วยให้เนื้อหาของคุณไม่เพียงถูกอ่าน แต่ยังถูกจดจำอีกด้วย

3 ศิลปะการเขียนที่หลากหลาย (Art of Writing)

การเขียนที่ดีไม่ใช่แค่การมีศิลปะในการถ่ายทอดข้อความเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการปรับเปลี่ยนสไตล์การเขียนให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย และประเภทของเนื้อหา เช่น โพสต์โซเชียลมีเดีย บทความรีวิวสินค้า เนื้อหาเพื่อการโฆษณา คุณควรมีความสามารถในการปรับตัวให้เหมาะสมกับโจทย์ที่หลากหลาย และรูปแบบสื่อที่แตกต่างกัน

4 ความเข้าใจในกลุ่มเป้าหมาย : เขียนให้ตรงใจ (Target Audience)

การรู้จักและเข้าใจความต้องการของกลุ่มเป้าหมายเป็นสิ่งที่สำคัญมากในอันดับต้นๆ ในการเขียนคอนเทนต์ เพราะมันช่วยให้คุณสร้างเนื้อหาที่ตอบโจทย์และตรงใจ การทำความเข้าใจในสิ่งที่ผู้อ่านต้องการและสนใจจะทำให้เนื้อหาของคุณโดดเด่น มีความเกี่ยวข้อง และมีคุณค่าสำหรับผู้อ่าน

5 ความรู้และความเข้าใจเรื่องธุรกิจและการตลาด (Marketing)

นอกจากทักษะการเล่าเรื่อง นำเสนอได้อย่างสร้างสรรค์แล้ว สิ่งสำคัญที่จะทำให้คุณกลายเป็นนักเขียนคอนเทนต์ที่โดดเด่นก็คือ การมีความรู้และความเข้าใจเรื่องธุรกิจและการตลาด เพราะสิ่งเหล่านี้จะเป็นข้อมูลสำคัญในการเขียนของคุณที่เชื่อมโยงกลยุทธ์การตลาดเข้ากับความต้องการของผู้อ่าน และตอบโจทย์เป้าหมายทางธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ