

SYSTEM INITIALIZATION... V.1.0

ภาษาไทย IT

ระบบปฏิบัติการสื่อสารแห่งอนาคต

ถอดรหัสหลักการโฆษณาและประชาสัมพันธ์

ภาษาไทย IT



การโฆษณา

เผยแพร่เพื่อนำเสนอ
สินค้าและบริการ

เป้าหมายหลัก:
จูงใจให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อ

การประชาสัมพันธ์

เผยแพร่ความรู้และข่าว
สารของหน่วยงาน

เป้าหมายหลัก:
สร้างภาพลักษณ์และ
ความเข้าใจอันดี

กำหนดพิภักดิ์เป้าหมายการสื่อสาร

ภาษาไทย IT



คุณลักษณะของระบบโฆษณา

ภาษาไทย IT



สื่อสารมวลชน

กระจายข้อความ รูปภาพ หรือสัญลักษณ์
ไปสู่มวลชนกลุ่มเป้าหมายอย่างกว้างขวางและรวดเร็ว

การจูงใจด้วย 'Half Truth'

นำเสนอเฉพาะ 'ด้านดี' เพื่อกระตุ้นพฤติกรรมการซื้อ
ทุกสิ่งที่กล่าวคือความจริง แต่ไม่ใช่ความจริงทั้งหมด

เครือข่ายสื่อกระจายสัญญาณ

ภาษาไทย IT

สิ่งพิมพ์

- หนังสือพิมพ์, นิตยสาร, ไปรษณีย์, แผ่นพับ (เน้นความเป็นลายลักษณ์อักษร นำกลับมาอ่านได้เสมอ)

กระจายเสียง

- วิทยุ (ครอบคลุมสูง/ราคาถูก)
- โทรทัศน์ (ภาพ/เสียง/ตัวอักษรครบ ทรงอิทธิพลสูง)

Media
Hub

ป้ายโฆษณา

- ป้ายอยู่กับที่, ป้ายเคลื่อนที่ (เข้าถึงประชาชนในที่สาธารณะได้ง่าย)

สื่อดิจิทัลและอื่นๆ

- ภาพยนตร์, อินเทอร์เน็ต (สะดวก รวดเร็ว ตลอด 24 ชม.), ณ จุดซื้อ (POP)

ไวยากรณ์แห่งการสื่อสาร

ภาษาไทย IT



[PROTOCOL 01: MEDIA MATCHING]

-> ใช้ภาษาให้เหมาะกับประเภทสื่อ (ภาษาพูดสำหรับสื่อกระจายเสียง / ภาษาเขียนที่รัดกุมสำหรับสื่อสิ่งพิมพ์)

[PROTOCOL 02: ETIQUETTE FILTER]

-> ใช้ภาษาสุภาพ เหมาะสม หลีกเลี่ยงคำหยาบคาย ทั้งภาษาพูดและภาษาเขียน ต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคม

[PROTOCOL 03: CLARITY ENFORCEMENT]

-> ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย ชัดเจน สั้นกะทัดรัด หลีกเลี่ยงคำกำกวม คำย่อ เพื่อป้องกันการตีความผิด

หลักความปลอดภัยของข้อมูลโฆษณา



เขียนตามความเป็นจริง

- นำเสนอข้อดีตามจริง ห้ามโฆษณาเกินจริง (Overclaim) เพราะเป็นการหลอกลวงประชาชน



ห้ามเสียดสีคู่แข่ง

- ไม่โจมตีหรือทับถมคู่แข่งทางการค้า เพราะจะทำให้ลูกค้าเกิดอคติ และปฏิเสธแบรนด์



สร้างความน่าเชื่อถือ

- สำหรับงานประชาสัมพันธ์ เน้นให้ความรู้ อ้างอิงผู้เชี่ยวชาญ และนำเสนอในรูปแบบ 'ข่าว' เพื่อภาพลักษณ์ระยะยาว



สถาปัตยกรรมข้อความโฆษณา

ภาษาไทย IT



1. พาดหัว - ข้อความดึงดูดความสนใจแรก สะดุดตาที่สุด ใช้ตัวอักษรขนาดใหญ่หรือประโยคคำถาม

2. พาดหัวรอง - ขยายความพาดหัวหลักให้กระจ่างชัดเจนนยิ่งขึ้น

3. รายละเอียด - นำเสนอข้อมูล ความดีเด่นเอกลักษณ์ และประโยชน์ของสินค้าให้น่าเชื่อถือ

4. ส่วนสรุป - กระตุ้นการตัดสินใจซื้ออย่างรวดเร็ว บอกช่องทางติดต่อ หรือทิ้งท้ายด้วยคำขวัญ

อัลกอริทึมการสื่อสารที่สมบูรณ์

