

สรุปเนื้อหาหลัก ABCDs

YouTube Advertising

เริ่มต้นสร้างโฆษณาขึ้นเยี่ยมได้โดยใช้หลักการ ABCD:

A

Attention
(หรือการสร้าง
ความสนใจ)

ดึงดูดและคงความสนใจ
โดยใช้เรื่องราวที่น่าจดจำ

โดดเด่นเนื้อหา: เล่าไปถึงใจความหลักให้ไวกว่าเดิม จัดลำดับการเล่า
เรื่องให้น่าสนใจ และจัดเฟรมภาพให้เห็นคนหรือวัตถุเพื่อดึงดูดผู้ชม

ส่งเสริมเรื่องราวด้วยเสียงและตัวอักษร: เน้นย้ำข้อความโดยใช้เสียง
และตัวหนังสือ หลีกเลี่ยงองค์ประกอบที่อาจแย่งความสนใจ

ทำให้ภาพออกมาสดใสและมีคอนทราสต์สูง: ตรวจสอบว่าภาพมี
การปรับให้แสดงได้บนทุกอุปกรณ์อย่างเหมาะสม



B

Branding
(หรือการสร้าง
แบรนด์)

แสดงแบรนด์ตั้งแต่เริ่ม
เน้นย้ำ และบ่อยครั้ง

แสดงแบรนด์ตั้งแต่เริ่มต้นไปจนตลอดโฆษณา: แนะนำแบรนด์หรือ
ผลิตภัณฑ์ตั้งแต่เริ่มต้นแล้วคงไว้เช่นนั้น

เน้นย้ำโดยใช้เสียง: การกล่าวถึงแบรนด์โดยใช้เสียงจะช่วยเพิ่ม
ประสิทธิภาพขององค์ประกอบด้านภาพของแบรนด์บนหน้าจอ
(เห็นและได้ยินไปพร้อมกัน)

ใช้ทุกเนื้อหาที่มีในแบรนด์: ปรับใช้หลากหลายองค์ประกอบของ
แบรนด์ให้ลงลึกกับข้อความและวัตถุประสงค์ของคุณ



C

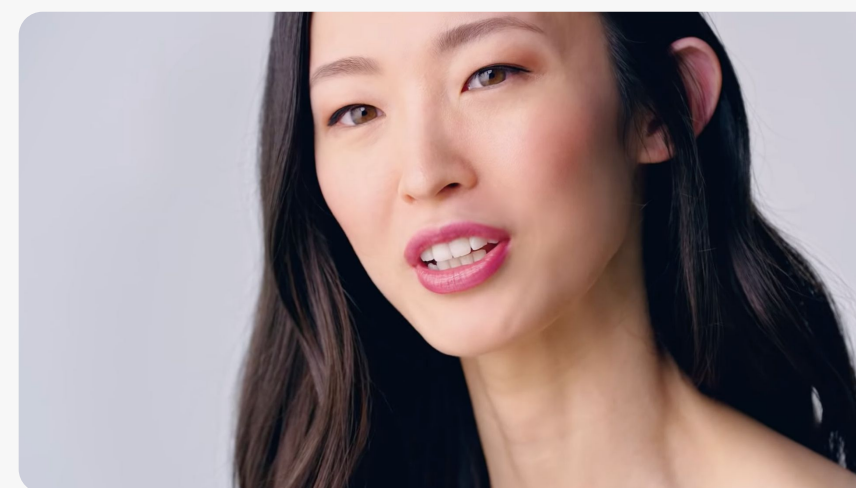
Connection
(หรือการเชื่อมต่อ)

ช่วยให้никหรือรู้สึกเชื่อม
ต่อไปถึงสิ่งหนึ่ง

ทำให้เรื่องราวมีชีวิต: การมีผู้คนอยู่ในเรื่องราวช่วยให้คุณบอกเล่า
เรื่องราวของผลิตภัณฑ์และเข้าถึงผู้บริโภคได้ดีขึ้น

เน้นที่ข้อความ: อย่าใส่หลายอย่างเข้ามามากเกินไปในโฆษณาให้
สื่อสารข้อความด้วยภาษาที่เรียบง่ายและชัดเจน

มีส่วนร่วม: ใช้องค์ประกอบเสริมด้านอารมณ์และเทคนิคในการเล่าเรื่อง
เช่น อารมณ์ขัน ความประหลาดใจ การกระตุ้นความสนใจ



D

Direction
(หรือการให้แนวทาง
ปฏิบัติ)

ขอให้ผู้ชมดำเนินการ

ใส่ CTA: แสดงสิ่งที่ต้องการ และใส่ CTA เพื่อกระตุ้นให้บรรลุ
วัตถุประสงค์ที่เจาะจงนั้น พูดสิ่งที่คุณต้องการให้ผู้ชมทำ

เพิ่มประสิทธิภาพให้ CTA โดยใช้เสียง: เน้นย้ำ CTA บนหน้าจอ
โดยใช้เสียงบรรยายเพื่อให้ไปถึงขั้นตอนถัดๆ ไปได้อย่างชัดเจน

