

Meta AI & Ads Solutions for SME Growth

Meta Live Skilling: Unlocking Growth
with AI for SMBs



X



X



สารจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์



การพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการไทยให้สามารถแข่งขันได้ในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล ถือเป็นภารกิจสำคัญที่กรมพัฒนาธุรกิจการค้า (DBD) กระทรวงพาณิชย์ให้ความสำคัญอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการบ่มเพาะความรู้ ทักษะ และการเข้าถึงเครื่องมือทางการตลาดที่ทันสมัย เพื่อยกระดับขีดความสามารถของผู้ประกอบการในทุกระดับ

โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคดิจิทัลที่เทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ได้กลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจไทยให้มีความเข้มแข็ง กรมพัฒนาธุรกิจการค้า ตระหนักถึงความสำคัญของการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการธุรกิจโดยเฉพาะผู้ประกอบการรายย่อย และวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (SME) ให้สามารถเข้าถึงองค์ความรู้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยี AI เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ

E-Book เล่มนี้เกิดขึ้นจากความร่วมมือระหว่างกรมพัฒนาธุรกิจการค้า (DBD), Meta Platform Inc และ Facebook ประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้ประกอบการ SME สามารถเรียนรู้ได้ด้วยตัวเองและเข้าใจวิธีการใช้งาน Meta AI และ Ads Solutions ซึ่งมีเครื่องมือที่ล้ำสมัย ผ่านแนวทางที่เข้าใจง่ายและนำไปประยุกต์ใช้ได้จริง โดยมีเนื้อหาครอบคลุมตั้งแต่การเริ่มต้นใช้งาน Meta AI และ Ads Solutions การออกแบบคำสั่ง (Prompt Engineering) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการใช้ AI ในการเสริมสร้างความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างคอนเทนต์ทางธุรกิจ เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถเริ่มต้น ปรับตัว เพิ่มยอดขาย และยกระดับธุรกิจ รวมทั้ง สามารถสร้างแบรนด์ให้เป็นที่ยอดจำในระยะยาว สามารถแข่งขันในยุคดิจิทัลได้อย่างแท้จริง

การพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการไทยให้สามารถแข่งขันได้ในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล ถือเป็นภารกิจสำคัญที่กรมพัฒนาธุรกิจการค้า (DBD) กระทรวงพาณิชย์ให้ความสำคัญอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการบ่มเพาะความรู้ ทักษะ และการเข้าถึงเครื่องมือทางการตลาดที่ทันสมัย เพื่อยกระดับขีดความสามารถของผู้ประกอบการในทุกระดับ



Introduction



ปฏิเสธไม่ได้ว่า SME เป็นหัวใจและฟันเฟืองสำคัญที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยมาอย่างช้านาน

ประเทศเรามีจำนวน SME อยู่กว่า 3 ล้านราย คิดเป็นสัดส่วน 35% ของ GDP และเป็นนายจ้างของแรงงาน 72% ของแรงงานทั่วประเทศ

ดังนั้น การเติบโตของ SME จึงส่งผลต่อทุกภาคส่วนและเป็นกลไกที่ช่วยกระจายความ เป็นอยู่ที่ดีไปสู่ประชาชนอย่างทั่วถึง

ปัจจุบัน ประเทศไทยถูกจัดให้เป็นกลุ่มประเทศที่มีกระบวนการผลิตที่มีประสิทธิภาพ มีจุดแข็งคือการผลิตสินค้าที่ได้คุณภาพตามมาตรฐาน



อย่างไรก็ตาม ท่ามกลางบริบทของโลกยุคใหม่ ที่นำมาซึ่งความท้าทายจากรอบด้าน ผู้ประกอบการไทย จำเป็นต้องติดอาวุธ และนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการดำเนินธุรกิจเพื่อให้มีความคล่องตัว พร้อมรับมือกับคลื่นแห่งความเปลี่ยนแปลงที่กำลังดาโถมเข้ามามากขึ้น

อ่านมาถึงตรงนี้ หลายท่านอาจมีคำถามว่า แล้วควรจะเริ่มต้นอย่างไร?

คู่มือฉบับนี้ คือ คำตอบ

ในฐานะแพลตฟอร์มที่คุณเคยกับผู้ประกอบการชาวไทย วันนี้ Meta มีโซลูชันมากมาย ที่ถูกออกแบบมาให้เหมาะกับสินค้าและบริการของ SME อีกทั้งยังมีเทคโนโลยี AI ที่เข้ามาช่วยปลดล็อกข้อจำกัดต่าง ๆ ทำให้การทำงานสะดวกยิ่งขึ้น เห็นผลลัพธ์ทางธุรกิจได้อย่างเป็นรูปธรรมมากขึ้น

โดยเนื้อหาในคู่มือนี้ จะแบ่งเป็น 2 ส่วนหลัก ๆ

ส่วนแรก ทุกท่านจะได้เรียนรู้เกี่ยวกับ Meta Ads Solutions เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำโฆษณาและดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย

ส่วนที่สอง คือ เรื่อง generative AI ของ Meta อีกหนึ่งเครื่องมือสำคัญ ซึ่งจะเข้ามาช่วยคุณแรงในการทำการตลาด เพิ่มความเป็นมืออาชีพ อีกทั้งยังใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน เหมาะสำหรับทุกคน แม้กระทั่งผู้ที่ไม่เคยมีประสบการณ์ในการใช้งาน generative AI มาก่อน

ผู้จัดทำหวังเป็นอย่างยิ่งว่า โซลูชันต่าง ๆ ของ Meta ที่อยู่ในคู่มือเล่มนี้ จะช่วยให้ผู้อ่านทุกท่านสามารถเพิ่มยอดขาย ขยายธุรกิจ ไปพร้อม ๆ กับการสร้างแบรนด์ที่สามารถเอาชนะใจลูกค้าได้อย่างยั่งยืน

ถ้าพร้อมแล้ว...ไปเริ่มต้นเรียนรู้พร้อม ๆ กัน

สารบัญ

Part

01

รู้จัก Meta Ads Solutions ตัวช่วยสำคัญในการขยายธุรกิจ

1.1 ดึงดูดลูกค้า เพิ่มความน่าสนใจให้กับธุรกิจด้วย Reels

1.2 รู้จัก 4 Meta Ads Solutions สำคัญเพื่อเพิ่มศักยภาพธุรกิจ

- ยุทธศาสตร์การทำงานร่วมกับครีเอเตอร์ด้วย Partnership ads
- โฆษณาคlickเพื่อส่งข้อความ
- แคมเปญยอดขาย Advantage+
- แคมเปญแก้ตลาด Advantage+

Part

02

เพิ่มประสิทธิภาพในการทำธุรกิจด้วย generative AI จาก Meta

2.1 รู้จัก Meta AI

2.2 การออกแบบคำสั่ง (Prompt) ที่มีประสิทธิภาพ

- เรียนรู้ศิลปะการสื่อสารกับ AI
- ยุทธศาสตร์เขียน Prompt ด้วยการเพิ่มบริบท
- หลักการเขียน Prompt เพื่อการออกแบบ

2.3 เทคนิคการประยุกต์ใช้ generative AI ในธุรกิจ

- วิธีการเขียน Prompt เพื่อสร้าง Captions ที่มีประสิทธิภาพ
- การสร้างเนื้อหาหน้าเว็บไซต์ที่มีคุณภาพสูง
- การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายและการโฆษณา

2.4 เครื่องมือ AI สำหรับสร้างงานครีเอทีฟ ใน Meta Ads Manager

- ฟีเจอร์การสร้างข้อความอัตโนมัติ (Text generation)
- ฟีเจอร์การสร้างภาพและพื้นหลัง (Image generation and background generation)
- ปรับแต่งภาพให้ดูเป็นมืออาชีพด้วย (Image expansion)

2.5 การใช้งาน AI อย่างมีความรับผิดชอบ

- ความเข้าใจในอคติของ AI
- การปกป้องความเป็นส่วนตัวและอัตลักษณ์
- สร้างความไว้วางใจผ่านความเปิดเผยและตรวจสอบได้



Part 01

รู้จัก Meta Ads Solutions
ตัวช่วยสำคัญ
ในการขยายธุรกิจ

Part 01

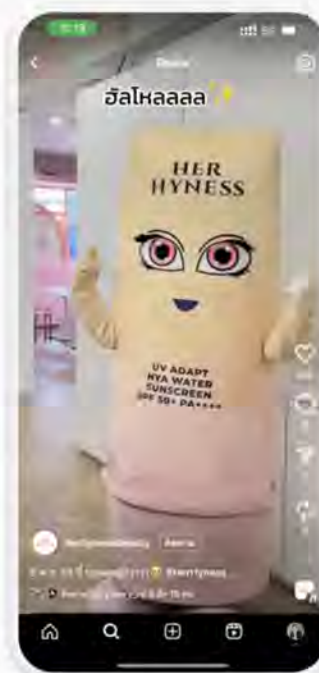
Understanding ad solutions across Meta technologies for Business Growth

1.1 ดึงดูดลูกค้า เพิ่มความน่าสนใจให้กับธุรกิจด้วย Reels

ปฏิเสธไม่ได้ว่า Reels คือ รูปแบบคอนเทนต์ที่ทรงพลังอย่างยิ่ง

ในปัจจุบัน การรับชม Reels คิดเป็น 50% ของการใช้เวลาบนแพลตฟอร์ม Instagram

Reels มีสัดส่วนถึง
50% ของเวลาทั้งหมด
ที่ผู้คนใช้บน Instagram



Credit: Meta Q1 2022 earnings call

จากการสำรวจผู้ใช้งาน Reels ที่ Meta ทำร่วมกับ GWI ในปี 2023 พบว่า

85%

ของผู้ใช้ตอบแบบสอบถาม **กดติดตาม**
แบรนด์หลังจากที่รับชม Reels

74%

ของผู้ใช้ตอบแบบสอบถาม **ส่งข้อความ**
หาธุรกิจหลังจากรับชม Reels

79%

ของผู้ตอบแบบสอบถาม **ซื้อสินค้า**
หรือบริการหลังจากชม Reels

95%

ของผู้ตอบแบบสอบถาม **เคยแชร์ Reels**
ให้เพื่อนและครอบครัว

เหตุผลที่ผู้ใช้งานชื่นชอบ Reels คือ **ความบันเทิง (67%) ความสนุก (63%)**
และ**เพื่อแก้เบื่อ (53%)**

ดังนั้น หากธุรกิจใดที่รู้สึกว่ายังไม่ได้ใช้พลังของ Reels อย่างเต็มที่ ก็
สามารถเริ่มต้นได้ทันที โดยเพิ่ม Instagram Reels และ Facebook Reels ใน
ชั้นงานที่ระดับโฆษณา เพิ่มโอกาสในการขายให้มากขึ้นจากการทำงานปกติ

ใช้ Reels ควบคู่ไปกับ Feed video และ Stories
เพื่อเพิ่มความหลากหลายให้กับเนื้อหา

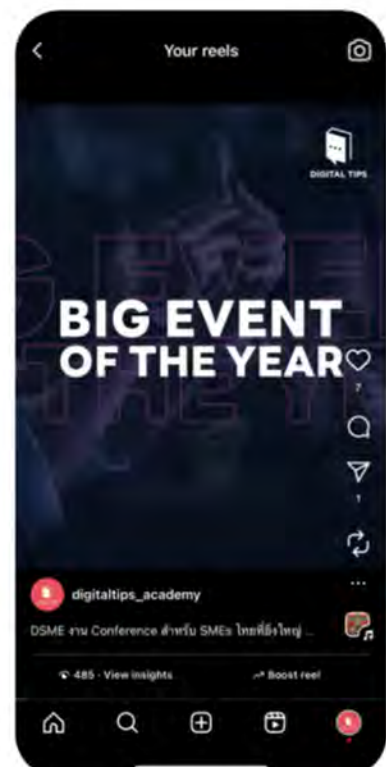
Feed Video



Stories

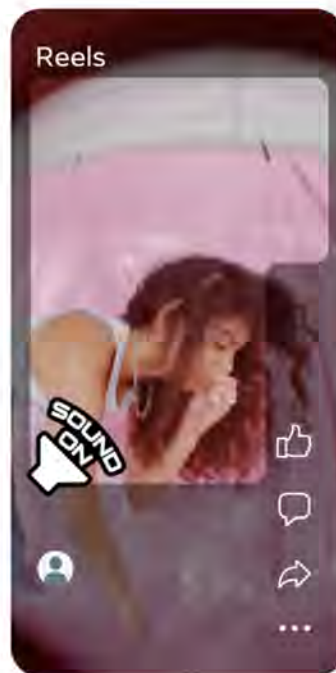


Reels



Best Practices ในการทำ Reels ให้น่าดึงดูดใจสำหรับกลุ่มเป้าหมาย

Build Reels.
Build results.



- 1 สร้างหรือสร้างสรรคงานที่มีอยู่ให้เป็น **วิดีโอขนาด 9:16** เพื่อทำให้โฆษณา Reels ของคุณน่าดึงดูด
- 2 สร้าง **พร้อมเสียง** เพื่อทำให้โฆษณา Reels ของคุณสนุกสนาน
- 3 สร้างใน **พื้นที่ safe zone** เพื่อให้ข้อความของคุณชัดเจน

Credit: Meta Ads Best Practices for Travel-2024

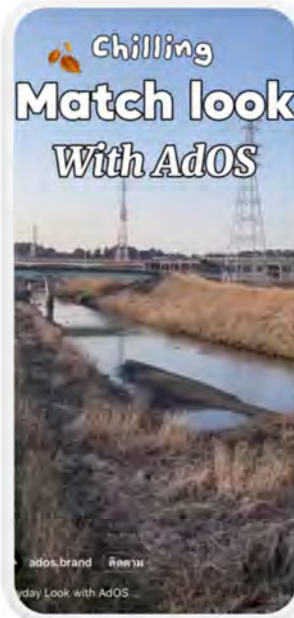
1. สร้างหรือปรับชิ้นงานให้เหมาะกับ**วิดีโอแนวตั้ง (9:16)** โดยเฉพาะ
2. ใส่**เสียง** หรือ **เพลง** เพื่อเพิ่มความน่าสนใจทุกครั้ง
3. วางเนื้อหาให้อยู่ในส่วนที่เป็น**โซนปลอดภัย (Safe zone)** เพื่อการสื่อสารที่ชัดเจน ระมัดระวังการใส่ข้อความในส่วนที่จะถูกครอบตัดหรือโดนบดบัง
4. เน้นนำเสนอเนื้อหาที่มีความ real ไม่ Overproduction
5. ใส่ Call to action (CTA) เพื่อกระตุ้นให้เกิด action
6. สร้างความน่าสนใจตั้งแต่แรกด้วย Title Card

นอกจากนี้ แบนด์ยังสามารถทำ Reels ให้สนุกขึ้น ด้วยการสร้างสรรค์ เนื้อหาที่ดูเพลินเพลิน เข้าใจง่าย และเกี่ยวข้องกับกลุ่มเป้าหมาย

Make it
Entertainment



Make it
Digestible



Make it
Relatable



Credit: Instagram @AdOS.brand

แรงบันดาลใจสำหรับครีเอเตอร์และผู้ประกอบการ



ค้นหาแรงบันดาลใจได้จาก
รายงานเทรนด์ Reels ประจำ
สัปดาห์ ได้ที่ Instagram :
@creators

พบกับรายงานประจำสัปดาห์ได้ที่ฟีด
ซึ่งรวบรวมข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับ
Challenges เสียง และเอฟเฟกต์
ที่กำลังเป็นที่นิยม

1.2 เรียนรู้ Meta Ads Solutions เพื่อเพิ่มศักยภาพธุรกิจ

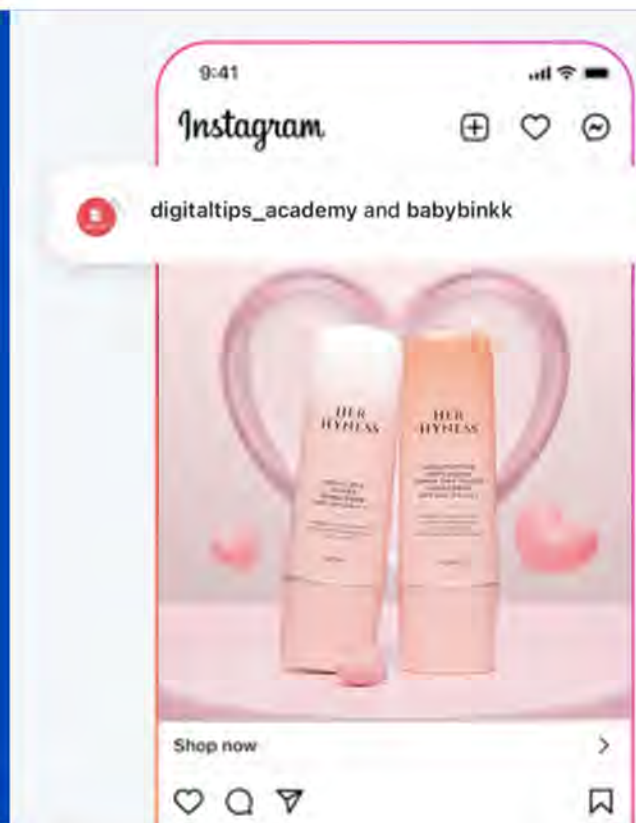
A). Partnership ads

Partnership ads (หรือที่เคยรู้จักกันในชื่อ Branded Content Ads) ช่วยให้แบรนด์ที่มีการทำงานร่วมกับครีเอเตอร์ เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่ายขึ้น

โดยหลังจากที่แบรนด์ขอให้ครีเอเตอร์มอบสิทธิ์ในการเข้าถึงวิดีโอให้ วิดีโอดังกล่าวจะเข้ามาอยู่ในบัญชีโฆษณา และแบรนด์สามารถนำไปใช้เป็นหนึ่งในชิ้นงานโฆษณาได้เลย

ข้อดี:

1. แบรนด์สามารถกำหนดงบประมาณ กลุ่มเป้าหมายและรายละเอียดต่างๆ ได้เอง
2. ทำให้คอนเทนต์ของแบรนด์ ดูมีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น
3. สามารถใช้ประโยชน์จากฐานแฟน ทั้งของแบรนด์และครีเอเตอร์ ร่วมกันได้



นอกจากนี้ จากการศึกษายังพบว่า ธุรกิจที่มีการนำ Partnership ads มาใช้ร่วมกับโฆษณาประเภทอื่น ๆ ได้รับอัตราการคลิกผ่าน (Click-through-rate) สูงขึ้น 53% และต้นทุนต่อผลลัพธ์ (Cost per result) ต่ำลง 19% อีกด้วย

(Source: business.instagram.com)

Partnership ads บน Reels มีอัตราการมีส่วนร่วม ของวิดีโอที่สูงขึ้น

การร่วมมือกับครีเอเตอร์ในการสร้าง Reels
ช่วยให้ธุรกิจสามารถตามทันเทรนด์ได้แบบ real-time



เคล็ดลับ

ลองทำงานร่วมกับครีเอเตอร์ในรูปแบบของ Reels ซึ่งเป็นวิธีการที่มีประสิทธิภาพ ในการเพิ่มการมีส่วนร่วมกับวิดีโอ และช่วยให้ธุรกิจติดตามกระแสแบบ Real-time ได้ง่ายมากขึ้น

จากการศึกษาของ Meta ที่ดำเนินการตั้งแต่เดือนกันยายน 2022 ถึง มิถุนายน 2023 พบว่า เมื่อมีการเพิ่ม Reels Partnership Ads เข้าไปในธุรกิจ จะเห็นผลลัพธ์ที่ดีขึ้นดังนี้:

1. ต้นทุนต่อคลิก (Cost per click) ลดลง 18%
2. อัตราการคลิกผ่าน (Click-through rate) เพิ่มขึ้น 25%
3. อัตราการรับชมจนจบ (Thruplay rate) เพิ่มขึ้น 22%
4. อัตราการเล่นวิดีโอ 3 วินาทีแรก (3s video play rate) เพิ่มขึ้น 21%

Credit: Statistical meta-analysis of 12 lift studies that were run from Sept 2022 to June 2023 for various advertisers from various verticals that only delivered to Reels.

Creator marketing best practices checklist

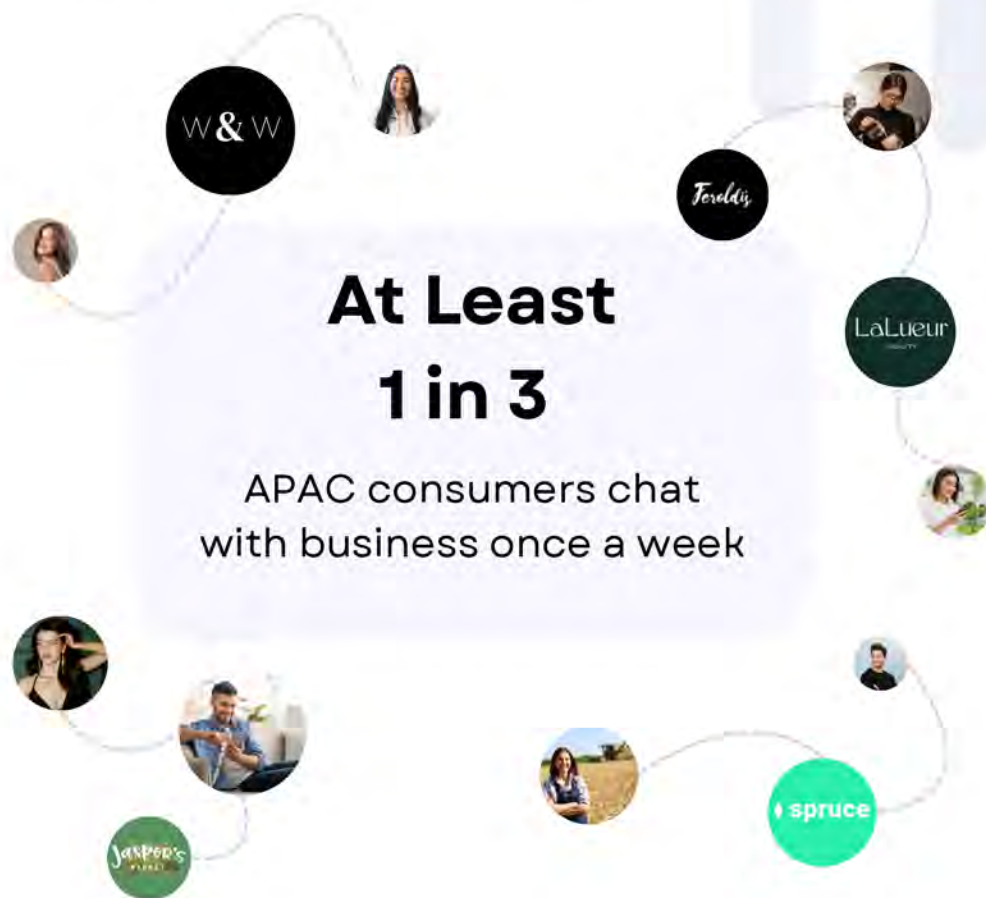
- ✓ **ใช้ Partnership ads**
ให้ความสำคัญกับ Partnership ads มากกว่ารูปแบบคอนเทนต์อื่น ๆ
- ✓ **เพิ่มประสิทธิภาพด้วย BAU และ PA**
รวม partnership ads (PA) เข้ากับกลยุทธ์ที่ใช้
- ✓ **ความหลากหลายของ Creator**
ร่วมงานกับครีเอเตอร์ Macro-creators (100k - 1MM ผู้ติดตาม) และ Micro-creators (~50k ผู้ติดตาม)

credited: [Meta Ads Best Practices for Travel 2024](#)

Checklist สำคัญในการทำการตลาดผ่านครีเอเตอร์

- ☐ ใช้ Partnership ads ควบคู่ไปกับโฆษณาประเภทอื่น ๆ
- ☐ ทำงานร่วมกับครีเอเตอร์หลากหลายระดับ ตั้งแต่ระดับ Micro ไปจนถึง Macro
- ☐ ให้ข้อมูลที่ชัดเจน รวมถึงให้อิสระในการทำงานกับครีเอเตอร์

B). โฆษณาคลิกเพื่อส่งข้อความ (Ads that click to message)



จากการศึกษาของ **Meta** และ **BCG** พบว่า อย่างน้อย 1 ใน 3 ของผู้บริโภค ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก (APAC) มีการพูดคุยกับธุรกิจผ่านการแชทอย่างน้อยสัปดาห์ละ 1 ครั้ง

สำหรับเอเชีย Meta ระบุว่า

81% ของลูกค้าที่ทำแบบสำรวจส่งข้อความถึงธุรกิจ เพื่อสอบถามเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ

74% ของผู้ทำแบบสำรวจส่งข้อความหาธุรกิจ เพื่อจองซื้อสินค้า

78% ของผู้ทำแบบสำรวจส่งข้อความหาธุรกิจ เพื่อรับการสนับสนุนด้านสินค้าหรือบริการ

ดังนั้น จะเห็นว่า ผู้บริโภคชาวไทยส่วนใหญ่ นิยมใช้การส่งข้อความเป็นช่องทางในการติดต่อกับธุรกิจ ซึ่งแบรนด์สามารถใช้ช่องทางนี้ ในการพัฒนาความสัมพันธ์ และเพิ่มการมีส่วนร่วมกับแบรนด์ได้โดย :

Step 1

ดึงดูดลูกค้าสู่ช่องทางการส่งข้อความ แบรนด์สามารถใช้โซลูชันของ Meta ในการดึงดูดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายก่อนในเบื้องต้น เพื่อเพิ่มปริมาณการสนทนาและโอกาสทางธุรกิจ ซึ่ง 2 เครื่องมือที่แนะนำในขั้นตอนนี้ได้แก่

โฆษณาแบบคลิกเพื่อส่งข้อความ (Ads that click to message)

- แสดงโพสต์บนโซเชียลมีเดียพร้อมปุ่ม "ส่งข้อความ"
- เข้าถึงลูกค้าให้มากขึ้น โดยใช้โฆษณาของ Meta
- เริ่มการสนทนาโดยตรงจากโฆษณา

ข้อความทางการตลาด (Marketing Message)

- เชิญชวนให้ลูกค้าคลิก Subscribe เพื่อให้แบรนด์สามารถส่งข้อความทางการตลาดไปได้
- เน้นการขยายผลผ่านระบบอัตโนมัติ ที่จะช่วยให้สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า
- เพิ่มโอกาสในการขาย จากการให้ข้อมูลโปรโมชั่น และสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง

Step 2

สร้างประสบการณ์ที่ดีด้วยการสนทนาผ่านแชท ช่องทางแชทถือเป็นหนึ่งช่องทางสำคัญที่แบรนด์จะสามารถสร้างประสบการณ์ (Customer Experience) ที่ดีให้กับลูกค้า อีกทั้งยังช่วยเพิ่มโอกาสในการขาย และกระตุ้นการตัดสินใจซื้ออย่างได้ผล ด้วยการส่งมอบ 3 องค์ประกอบสำคัญ ดังต่อไปนี้

สร้างประสบการณ์การส่งข้อความที่เป็นประโยชน์



ส่งมอบข้อมูลที่เป็นประโยชน์



ส่งมอบบริการที่ดี



ส่งมอบข้อมูลที่ช่วยในการตัดสินใจซื้อ

- **ส่งมอบข้อมูลที่เป็นประโยชน์**

ส่งมอบข้อมูลที่มีคุณค่าและทันต่อเหตุการณ์เพื่อเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า

- **ส่งมอบบริการที่ดี**

สร้างช่องทางสำหรับช่วยเหลือลูกค้า ให้ได้รับการตอบสนองที่รวดเร็ว มีประสิทธิภาพ

- **ส่งมอบข้อมูลที่ช่วยในการตัดสินใจซื้อ**

ใช้ช่องทางแชทเป็นอีกหนึ่ง Point of Sale และปิดการขายให้ง่ายขึ้นด้วยการส่งแคตตาล็อกสินค้าผ่านข้อความ

C). แคมเปญยอดขาย Advantage+

D). แคมเปญการตลาด Advantage+

Advantage+ คือ อะไร?

Advantage+ คือ เครื่องมือโฆษณาอัตโนมัติของ Meta ที่ออกแบบมาเพื่อให้กระบวนการสร้างโฆษณามีประสิทธิภาพ โดยใช้การเรียนรู้ของเครื่อง (machine learning) เพื่อปรับแต่งแคมเปญให้ได้ผลลัพธ์ดียิ่งขึ้น ช่วยให้ธุรกิจสามารถมุ่งเน้นไปที่การวางกลยุทธ์ และปล่อยให้ระบบทำการปรับประสิทธิภาพเพื่อผลลัพธ์ที่ดีที่สุดแบบ Real-Time

โดย Advantage+ สามารถช่วยธุรกิจในด้านต่าง ๆ เช่น การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย การผสมผสานเนื้อหาสร้างสรรค์ของโฆษณา การจัดสรรงบประมาณ เป็นต้น

รู้จักแคมเปญยอดขาย Advantage+ และ แคมเปญเปิดตัวผลิตภัณฑ์ Advantage+

แคมเปญยอดขาย Advantage+ และ แคมเปญเปิดตัวผลิตภัณฑ์ Advantage+ เป็นโซลูชันอัตโนมัติที่ใช้เทคโนโลยี AI ในทุกกระบวนการสร้างโฆษณา อาทิ การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย การสร้างสรรค์ชิ้นงาน การเลือกจุดหมายปลายทาง การจัดวางตำแหน่งโฆษณา และการจัดการงบประมาณ

ซึ่งช่วยให้ธุรกิจสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ถูกต้องได้ ในเวลาและสถานที่ที่เหมาะสม เพิ่มประสิทธิภาพในทุกขั้นตอน

Note: สิ่งที่ต้องเตรียมพร้อม

1. เว็บไซต์ที่สามารถทำการจอง/ซื้อได้
2. ติดตั้งพิกเซลของ Meta บนเว็บไซต์ และกำหนด Purchase Event เพื่อช่วยให้แบรนด์สามารถวัดประสิทธิภาพของโฆษณา รวมถึงทำความเข้าใจสิ่งที่ผู้คนดำเนินการบนเว็บไซต์



Audience
automation



Creative
automation



Destination
automation



Placement
automation



Budget
automation

จุดเด่นและวิธีการทำงานของแต่ละแคมเปญ

C). แคมเปญยอดขาย Advantage+ (Advantage+ Sales Campaigns)

จุดเด่น: แคมเปญยอดขาย Advantage+ เป็นโซลูชันแบบอัตโนมัติครบวงจรสำหรับนักการตลาดที่เน้นประสิทธิภาพ

วิธีการทำงาน: สร้างแคมเปญเดียวสำหรับเป้าหมายด้านประสิทธิภาพทั้งหมด แล้ว Meta จะจัดการกระบวนการโดยอัตโนมัติ ทั้งในด้านกลุ่มเป้าหมาย, งานสร้างสรรค์, งบประมาณ, การปรับให้เหมาะสมที่สุด และจุดหมายปลายทาง เพื่อส่ง “โฆษณาที่เหมาะสม” ไปยัง “คนที่ใช้”

ประโยชน์: ระบบนี้ช่วยให้นักการตลาดสร้างและจัดการแคมเปญโฆษณาได้อย่างง่ายดาย โดยใช้เทคโนโลยีของ Meta เพื่อปรับแต่งและเพิ่มประสิทธิภาพของแคมเปญ ตลอดจนสร้างสรรค์งานใหม่ ๆ ที่มีประสิทธิภาพสูง โดยใช้การป้อนข้อมูลด้วยตนเองน้อยที่สุด

Advantage+ sales campaigns



ประสิทธิภาพที่ดีขึ้น
ใช้การเรียนรู้ของเครื่องมือ
เพื่อส่งมอบโฆษณา
ที่มีประสิทธิภาพสูงสุด



ประสิทธิภาพที่มากขึ้น
ปรับให้เหมาะสมสำหรับการสร้างสรรค์
ที่ใหม่และมีประสิทธิภาพสูงด้วย
การป้อนข้อมูลด้วยตนเองที่น้อยที่สุด



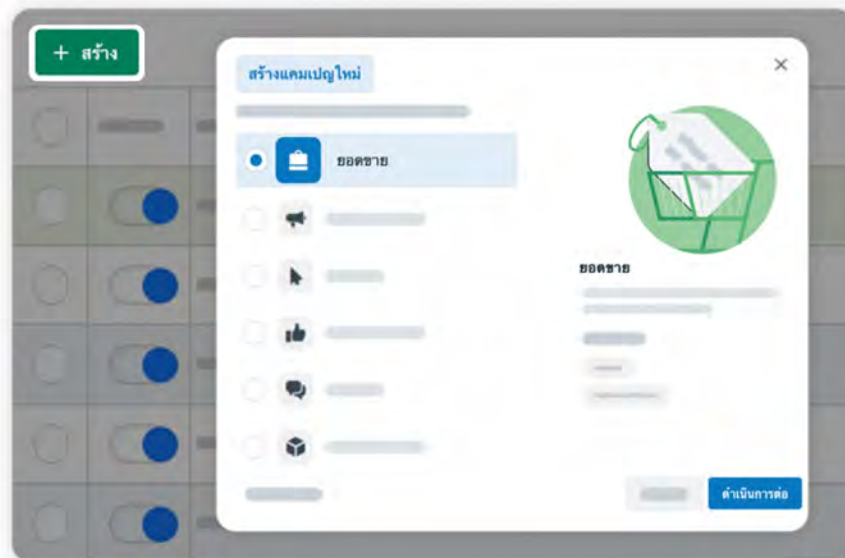
ขนาดที่ใหญ่ขึ้น
เชื่อมต่อคุณกับผู้คนมากขึ้น
ในขณะที่เคารพ
ความเป็นส่วนตัวของคุณ

Credit : Meta internal study on 31 advertisers from NA, APAC, EMEA, and LATAM from July-Sep 2022

วิธีตั้งค่าแคมเปญยอดขาย Advantage+ ในผู้จัดการโฆษณา

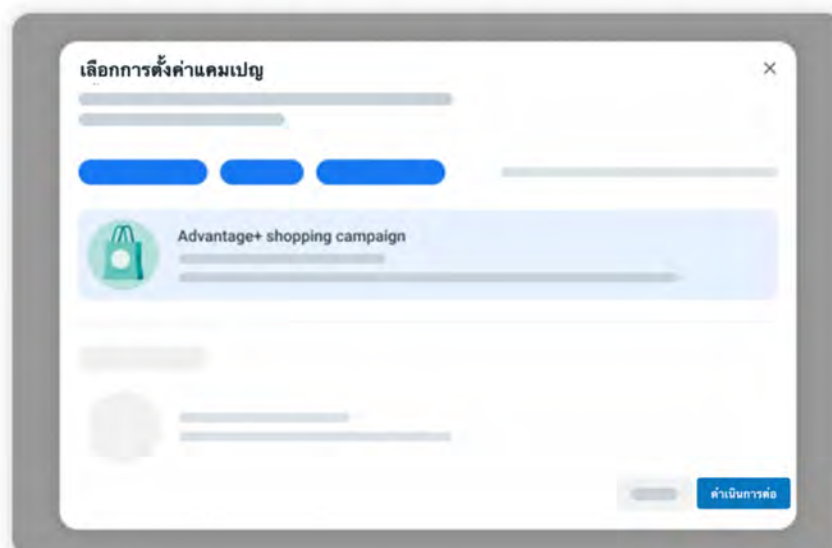
ขั้นตอนที่ 1

- ไปที่ตัวจัดการโฆษณา คลิก "**สร้าง**"
- เลือก "**ยอดขาย**" เป็นวัตถุประสงค์ประสงค์แคมเปญ จากนั้นคลิก "**ดำเนินการต่อ**"



ขั้นตอนที่ 2

- เลือก "**แคมเปญยอดขาย Advantage+**" จากนั้นคลิก "**ดำเนินการต่อ**"



ขั้นตอนที่ 3

ป้อนรายละเอียดสำหรับการตั้งค่าต่อไปนี้ด้วยตนเอง

- กรอกชื่อแคมเปญ
- เลือกพิกเซลที่มีเหตุการณ์การซื้อ
- **ป้อนตำแหน่งของกลุ่มเป้าหมาย:** สามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมายตามประเทศได้เท่านั้น สำหรับการกำหนดเป้าหมายที่กำหนดเอง (Custom Audience) ให้อัปโหลดจากรายชื่อลูกค้าที่มีอยู่
- คุณจะพบตัวเลือกในการยืนยันข้อมูลแยกย่อยของประเภทกลุ่มเป้าหมายของคุณสำหรับการรายงาน
- **ตั้งงบประมาณ:** สามารถกำหนดเพดานงบประมาณของลูกค้าที่มีอยู่ได้
- กำหนดวันเริ่มต้นและสิ้นสุดแคมเปญ

Conversion

Website

งบประมาณและกำหนดเวลา

งบประมาณตลอดอายุการใช้งาน ▼ USD

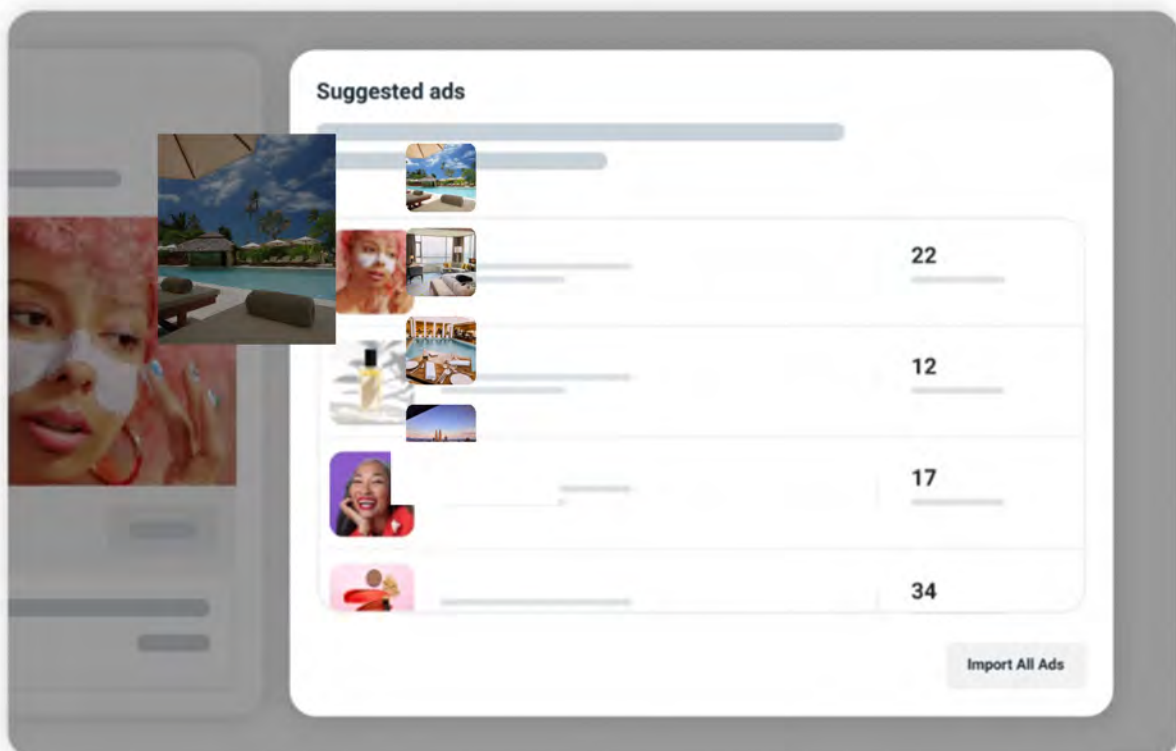
30

กลุ่มเป้าหมาย

เผยแพร่

ขั้นตอนที่ 4

- **เพิ่มชิ้นงานโฆษณาลงในแคมเปญ:** ด้วยการนำเข้าโฆษณาที่กำลังทำงานอยู่จากกล่องโต้ตอบโฆษณาแนะนำ นอกจากนี้ แบนด์สามารถสร้าง**โฆษณาใหม่**หรือสร้าง**โฆษณาที่มีอยู่**ให้กับแคมเปญของคุณ
- **เผยแพร่แคมเปญเลย!**



หมายเหตุ: สามารถใช้ได้เฉพาะในตัวจัดการโฆษณาบน desktop เท่านั้น

เคล็ดลับการตั้งค่าแคมเปญยอดขาย Advantage+ ให้ประสบความสำเร็จ

- **ตั้งงบประมาณให้เหมาะสม:** จัดสรรงบประมาณให้เพียงพอเพื่อให้ได้รับ Conversion การซื้อสำหรับ 50 ครั้งขึ้นไป
- **กำหนดช่วงเวลาที่เหมาะสมที่สุด:** กำหนดเวลาโฆษณาเพื่อตั้ง เวลาเริ่มต้นและเวลาสิ้นสุดของแคมเปญ แนะนำให้เผยแพร่แคมเปญอย่างน้อย 2-4 สัปดาห์แต่ไม่เกิน 8 สัปดาห์ ระมัดระวังอย่าแก้ไขข้อมูลที่สำคัญ เพื่อช่วยให้แคมเปญออกจากช่วงการเรียนรู้ (Learning Phase) ได้เร็วขึ้น

What is Learning Phase?

- ทุกครั้งที่มีการสร้างโฆษณาหรือชุดโฆษณาใหม่ ระบบจะมีการเข้าสู่ **ช่วงการเรียนรู้ (Learning Phase)** ซึ่งหมายถึง ช่วงเวลาที่ Meta ยังคงเรียนรู้เกี่ยวกับชุดโฆษณา และจะพยายามค้นหาวิธีที่ดีที่สุดในการแสดงชุดโฆษณาของคุณ
 - ดังนั้นประสิทธิภาพการทำงานของโฆษณาในช่วงนี้ จึงมีความเสถียรน้อยกว่า และมักจะมีต้นทุนต่อผลลัพธ์ที่สูง
 - โดยปกติแล้ว ชุดโฆษณาจะออกจากช่วงการเรียนรู้ทันทีที่ประสิทธิภาพโฆษณาเริ่มคงที่ (นับที่ ประมาณ 50 Conversion)
 - สิ่งที่ต้องทำในช่วงเวลาที่โฆษณายังอยู่ในช่วงการเรียนรู้ก็คือ หลีกเลี่ยงการแก้ไขโฆษณา หรือ ชุดโฆษณา เช่น แก้ไขกลุ่มเป้าหมาย แก้ไข/เพิ่มชิ้นงานโฆษณา เพราะจะส่งผลให้ระบบต้องเริ่มต้นเรียนรู้ใหม่อีกครั้ง
- **ใช้ชิ้นงานโฆษณาและรูปแบบโฆษณาที่หลากหลาย:** ใช้องค์ประกอบอย่างน้อย 10-20 รายการที่มีรูปแบบและเนื้อหาหลากหลาย เช่น ภาพถ่าย ทั้งที่ถ่ายทำแบบมืออาชีพและแบบเรียบง่าย เนื้อหา ส่วนลดและโปรโมชั่น นอกจากนี้ แบนด์ยังสามารถใช้ประโยชน์จากชิ้นงานโฆษณาที่มีประสิทธิภาพสูงจากแคมเปญเก่า เพื่อเร่งเวลาที่ต้องใช้ในช่วงการเรียนรู้ได้อีกด้วย

D). แผนกลยุทธ์การตลาด Advantage+

แผนกลยุทธ์การตลาด Advantage+ มีชื่อเต็มว่าโฆษณาแบบไดนามิก (dynamic ads) เป็นโฆษณาที่ใช้ machine learning ในการสร้างโฆษณาแบบ Personalized จำนวนมากจากชุดโฆษณาเพียงชุดเดียว เพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานและลดต้นทุนต่อผลลัพธ์

จุดเด่น: โฆษณาการตลาด Advantage+ ช่วยให้แบรนด์ สร้างโฆษณาที่ **ปรับให้เหมาะกับแต่ละบุคคล** โดยอัตโนมัติ โดยระบบจะแสดงสินค้าจากแคตตาล็อกของแบรนด์ ทั้งรูปแบบภาพนิ่งและวิดีโอ ให้กลุ่มเป้าหมายเห็น โดยอิงจากความสนใจและพฤติกรรมของผู้คนเหล่านั้น

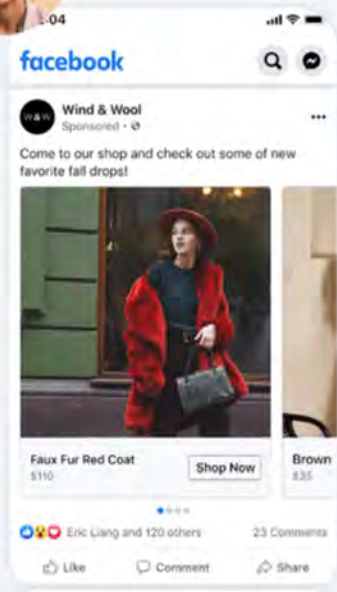


วิธีการทำงาน: แบรนด์สามารถเลือกรูปแบบโฆษณา ที่เหมาะสมกับความต้องการมากที่สุดได้

- ✓ รูปภาพหรือวิดีโอเดี่ยว
- ✓ ภาพสไลด์
- ✓ คอลเลกชัน

ประโยชน์:

1. นำเสนอภาพ/ข้อความ/วิดีโอที่เกี่ยวข้องมากที่สุดจากแคตตาล็อกสินค้าของแบรนด์
2. ช่วยจับคู่สินค้าหรือบริการที่ใช่กับผู้ใช้ที่เหมาะสม
3. กระตุ้นยอดขายทั้งกับลูกค้าใหม่และลูกค้าที่มีอยู่



เคล็ดลับ

ลองใช้ชิ้นงาน ‘วิดีโอ’ เพื่อเพิ่มพลังให้กับโฆษณาแอดวantage+ ในการนำเสนอสินค้า เพิ่มการมีส่วนร่วม และการเข้าถึง ไปยังกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายมากขึ้น ทั้งหมดนี้ดำเนินการภายใต้ AI ของ Advantage+

วิธีการสร้างโฆษณา แครีตาเลียก Advantage+

ขั้นตอนที่ 1 ในตัวจัดการร้านค้า:

สร้างแครีตาเลียกในตัวจัดการร้านค้า



ขั้นตอนที่ 2 ในตัวจัดการเหตุการณ์:

ติดตั้งพิกเซลของ Meta, SDK หรือ API คอนเวอร์ชัน และตั้งค่าพารามิเตอร์ เพื่อช่วยให้แพลตฟอร์มรับส่งข้อมูลและใช้ประโยชน์จาก machine learning ตลอดจน เลือกกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดเอง (Custom Audience) และปรับแต่งโฆษณาได้

ขั้นตอนนี้ จะช่วยให้แบรนด์สามารถตั้งเป้าหมายและตัวกรองต่าง ๆ สำหรับแคมเปญ



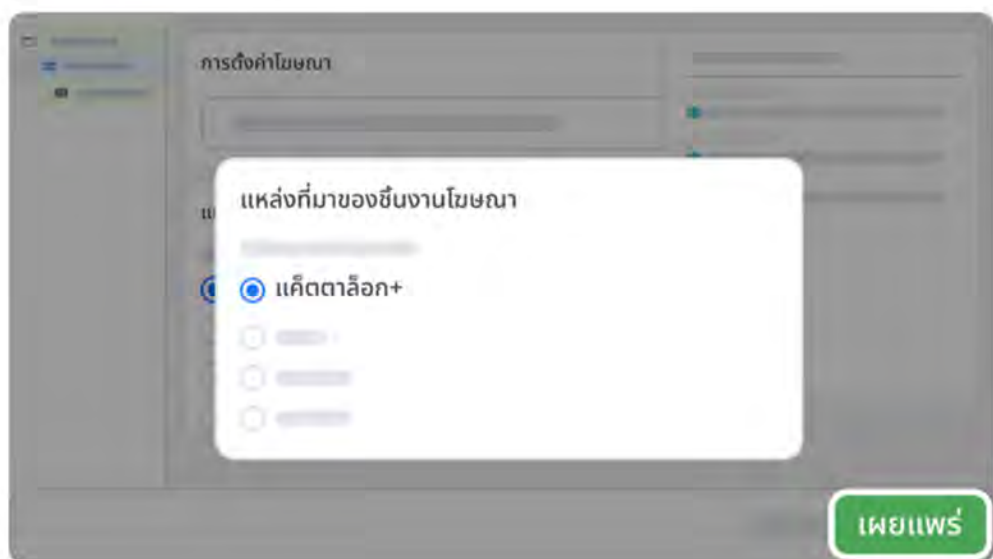
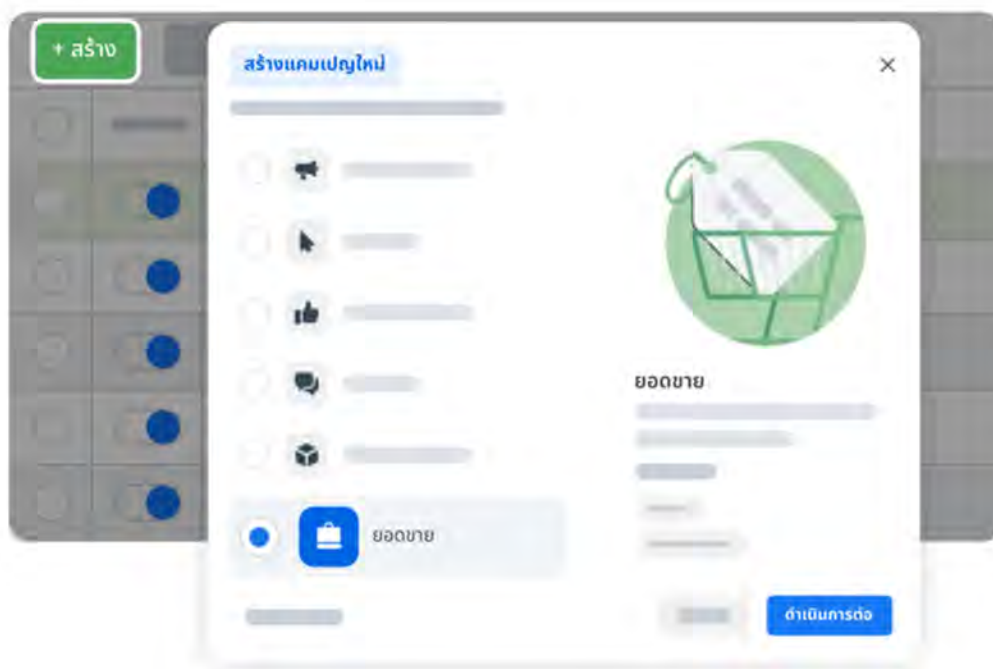
ขั้นตอนที่ 3 แก้ไขเหตุการณ์ในตัวจัดการการค้า:



เชื่อมต่อพิกเซลของ Meta หรือ SDK กับแครีตาเลียกของแบรนด์ เพื่อให้ระบบสามารถรับส่งข้อมูลได้อย่างราบรื่น จนทำให้เกิดข้อมูลเชิงลึกและผลลัพธ์

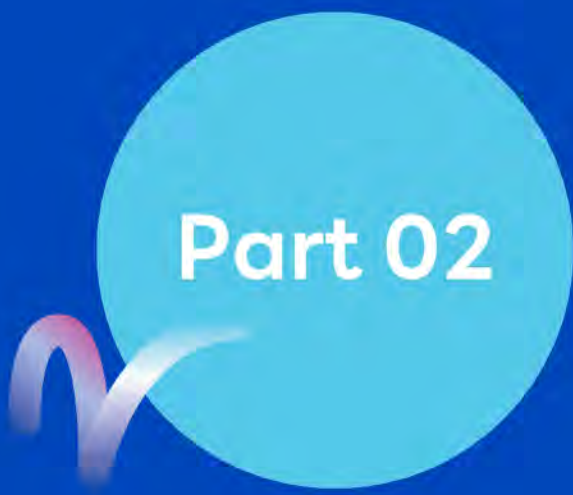
ขั้นตอนที่ 4 ในตัวจัดการโฆษณา:

เผยแพร่โฆษณาแอดตาล็อก Advantage+ ในตัวจัดการโฆษณา เลือกวัตถุประสงค์ประสงค์การขาย (**แคมเปญยอดขาย Advantage+** หรือแคมเปญเพื่อยอดขายแบบกำหนดเอง) และเปิดใช้งานแอดตาล็อกหรือ อัปโหลดแหล่งที่มาของชิ้นงานโฆษณาจากแอดตาล็อก



เคล็ดลับในการตั้งค่าโฆษณาแอดวantage+

1. เลือกใช้วัตถุประสงค์ที่สอดคล้องกับโจทย์ของธุรกิจ ได้แก่ **ข้อมูลลูกค้า จำนวนผู้เข้าชม การมีส่วนร่วม หรือการโปรโมทแอป** สำหรับวัตถุประสงค์การขาย ให้ใช้ปุ่มเปิด-ปิด เพื่อเลือก **"ใช้แอดวantage+"**
2. เลือก**กลุ่มเป้าหมายแบบกว้าง (Broad Audience)** เพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงลูกค้าใหม่ และใช้**กลุ่มเป้าหมายที่กำหนด (Custom Audience)** ในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่แสดงความสนใจ นอกจากนี้ แบรินด์ยังสามารถเปิดใช้งาน กลุ่มเป้าหมายที่คล้ายกัน เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่มีแนวโน้มจะซื้อสินค้า
3. ใส่**สินค้าอย่างน้อย 20 รายการในแอดวantage+** เพื่อให้มีตัวเลือกหลากหลายสำหรับลูกค้าแต่ละคน
4. เลือก**ตำแหน่งการจัดวาง Advantage+** หรือ เลือก**ตำแหน่งการจัดวาง 3 ตำแหน่งขึ้นไป** เพื่อช่วยให้ระบบการแสดงผลโฆษณา สามารถแสดงผลโฆษณาโดยอิงตามตำแหน่งที่โฆษณาน่าจะทำงานได้ดีที่สุด
5. กรณีถ้ามีสินค้าจำนวนมาก **แนะนำให้แบ่งสินค้าเป็นหมวดหมู่** หรือที่เรียกว่า **'ชุดสินค้า' (Product Set)** โดยแบรินด์สามารถสร้างและใช้ชุดสินค้าเพื่อแสดงสินค้าบางรายการในโฆษณา และเลือกชุดสินค้านั้นให้แสดงต่อกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการได้
6. **ใช้รูปแบบโฆษณาที่หลากหลาย** เช่น รูปภาพเดี่ยว ภาพสไลด์ และวิดีโอ เพื่อนำเสนอสินค้าในมุมมองต่าง ๆ
7. ตรวจสอบให้แน่ใจว่าติดตั้ง **พิกเซล** และ/หรือ **API** อย่างถูกต้อง เพื่อช่วยให้โฆษณางานได้ดีขึ้น
8. **โฆษณาแอดวantage+** จะทำงานได้ดีขึ้นเมื่อ**ใช้ร่วมกับแคมเปญยอดขาย Advantage+** ช่วยให้เข้าถึงลูกค้าใหม่ได้ดีกว่าการใช้แอดวantage+ เพียงอย่างเดียว



Part 02

เพิ่มประสิทธิภาพในการทำ
ธุรกิจด้วย generative AI
จาก Meta



ตลอดทศวรรษที่ผ่านมา Meta ได้แสดงให้เห็นถึงความเป็นผู้นำในด้านการพัฒนาปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence) โดยมีเป้าหมายหลัก คือ การสร้าง AI ที่เปิดกว้าง มีความรับผิดชอบ และปลอดภัย ซึ่งวัตถุประสงค์เหล่านี้สะท้อนให้เห็นในเครื่องมือและผลิตภัณฑ์ทั้งหมดที่พัฒนาโดย Meta

ดังนั้น ในส่วนนี้ เราจะมารู้จักกับ generative AI ของ Meta ให้มากขึ้น พร้อมทั้งเข้าใจวิธีการใช้งาน ซึ่งทุกท่าน สามารถค่อยๆเรียนรู้ และทำตามไปทีละขั้นตอนได้ทันที

2.1

รู้จัก Meta AI

generative AI (ปัญญาประดิษฐ์) มีความสามารถในการสร้างข้อความ ภาพ วิดีโอ หรือข้อมูลอื่นๆ และมักทำงานด้วยการตอบสนองต่อคำสั่ง (Prompt) ที่ได้รับ

ในชีวิตประจำวัน ผู้ประกอบการสามารถใช้ Meta AI ช่วยในการทำงานต่างๆ อาทิ การวางแผนคอนเทนต์ การเขียนแคปชัน การวิเคราะห์ข้อมูล

วิธีการใช้งานเพื่อช่วยให้คุณได้ผลลัพธ์ที่ดีบน Meta

- ☐ วางแผนคอนเทนต์
- ☐ เขียนแคปชันสำหรับโพสต์หรือโฆษณา
- ☐ วิเคราะห์ข้อมูลและ Insights
- ☐ คิดไอเดียเครื่องมือใหม่ๆ
- ☐ สร้างคอนเทนต์ที่หลากหลาย



2.2

การออกแบบคำสั่ง (Prompt) ที่มีประสิทธิภาพ

- เรียนรู้ศิลปะการสื่อสารกับ AI

ปัจจุบันเทคโนโลยี AI ก้าวหน้าอย่างรวดเร็วและสามารถช่วยในการสร้างเนื้อหา วิเคราะห์ข้อมูล และพัฒนาผลิตภัณฑ์/เครื่องมือใหม่ ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ผู้ใช้ ได้งานตามที่ต้องการจาก AI ได้ก็คือ "การเขียน Prompt" ที่เหมาะสม

การเขียน Prompt คือ การสื่อสารกับโมเดล AI โดยใช้ภาษาธรรมชาติ (Natural language) เหมือนการสนทนากับบุคคลทั่วไป เพื่อให้ AI ดำเนินการตามความต้องการของเรา

Prompts คืออะไร?

Prompts คือคำแนะนำที่คุณใส่ให้กับ AI เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ต้องการ ยิ่งชัดเจน Prompts มากเท่าไร ผลลัพธ์ก็จะดีขึ้นเท่านั้น

Imagine a fluffy pink house



LLM คืออะไร?

“แบบจำลองภาษาขนาดใหญ่” (Large Language Models: LLM)
เปรียบเสมือนสมองดิจิทัล (Digital Brain) ที่ได้รับการฝึกฝนจากข้อมูลจำนวนมาก
มหาศาลจนทำให้มีความสามารถขั้นสูง สามารถสนทนาอย่างชาญฉลาดใน
หลากหลายหัวข้อ

ในคู่มือนี้ เราจะใช้ Meta AI เป็นโมเดล LLM หลัก อย่างไรก็ตาม หลักการ
และวิธีการนี้ สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับแพลตฟอร์ม AI อื่น ๆ ได้ ไม่ว่าจะเป็น
ChatGPT, Google Gemini หรือ Claude

Prompt engineering is a fancy way of saying:

"Hey, let me chat with an LLM how
I would normally talk so I can get the result I want."



ก่อนอื่น ผู้ใช้สามารถเข้าไปที่ meta.ai แล้วล็อกอินเข้าใช้งานก่อน



ไปที่ meta.ai และสมัครบัญชี
โดยใช้ Facebook หรือ Instagram

จากนั้น ระบบจะนำเข้ามาที่หน้านี้ ซึ่งพร้อมที่จะเริ่มต้นใช้งานได้เลย



องค์ประกอบสำคัญ ของ Prompt ที่มี ประสิทธิภาพ

Prompt ที่ดีประกอบด้วยองค์ประกอบพื้นฐาน 2 ส่วน:

ส่วนประกอบของ Prompt พื้นฐาน

1

บริบท (Context)

ข้อมูลพื้นฐานที่เกี่ยวข้อง
กับสิ่งที่คุณต้องการ

2

งาน (Task)

สิ่งที่คุณต้องการให้ AI
ทำอย่างชัดเจน



Prompt ที่ชัดเจนและมีรายละเอียดจะให้ผลลัพธ์ที่ดีกว่า Prompt ที่คลุมเครือ
ดังตัวอย่างต่อไปนี้:

ตัวอย่างที่ 1: การเปรียบเทียบ Prompt

Prompt แบบพื้นฐาน:

ให้ไอเดียสำหรับแคมเปญการตลาดเกี่ยวกับเครื่องดื่มชูกำลัง

รายละเอียด Prompt:

คุณเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านกลยุทธ์การตลาด (Marketing strategist) ที่เคยวางแผนแคมเปญการตลาดให้กับแบรนด์แบบ Direct to consumer มาแล้วหลายแคมเปญ คุณได้รับมอบหมายให้ทำแคมเปญการตลาดใหม่ เนื่องจากบริษัทกำลังขยายไปยังภูมิภาคใหม่ นี่เป็นแคมเปญแบบผสมผสานทั้ง Offline และ Online ประกอบด้วยวิดีโอโฆษณา โปสเตอร์โซเชียลมีเดีย ป้ายโฆษณา ฯลฯ แบรนด์มีความล้ำสมัยและพรีเมียม ให้ไอเดียว่าฉันจะสามารถวางกลยุทธ์แคมเปญที่มุ่งเน้นการสร้างการรับรู้แบรนด์ (Brand awareness) และการยอมรับผลิตภัณฑ์ (Product adoption) โดยใช้รูปแบบเหล่านี้ทั้งหมดได้อย่างไร

จะเห็นได้ว่า Prompt 2 เป็น Prompt ที่มีความละเอียดมากกว่า ซึ่งจะทำให้ได้ผลลัพธ์ที่ดีกว่า

Prompt 1

Give me ideas for a marketing campaign about an energy drink.

Prompt 2

You are an expert marketing strategist who has strategized multiple marketing campaigns for Direct-to-Consumer brands. You are tasked with a new marketing campaign as the company is expanding into a new region. This is a hybrid campaign (both digital + physical) consisting of video ads, social media promotions, billboards, etc. The brand is edgy and premium. Give me ideas on how I can strategize a campaign aimed at brand awareness & product adoption using all these formats.

ตัวอย่างที่ 2: การใช้บริบทและงาน

ฉันต้องการเริ่มเขียนบล็อกสำหรับบริษัทของฉันที่ขายแพ็คเกจท่องเที่ยวสำหรับคนอายุระหว่าง 25 ถึง 35 ปี เราดำเนินธุรกิจหลักในภูมิภาคยุโรป แนะนำ 10 ไอเดียสำหรับประเภทเนื้อหาที่ฉันสามารถสร้างได้

Prompt

I want to start a blog for my company that sells travel packages for people between the ages of 25 - 35. We mainly operate in the European region. Suggest 10 ideas for the type of content categories I can create.

ในตัวอย่างนี้:

1
บริบท

"ฉันต้องการเริ่มเขียนบล็อกสำหรับบริษัทของฉันที่ขายแพ็คเกจท่องเที่ยวสำหรับคนอายุระหว่าง 25 ถึง 35 ปี เราดำเนินธุรกิจหลักในภูมิภาคยุโรป"

2
งาน

"แนะนำ 10 ไอเดียสำหรับประเภทเนื้อหาที่ฉันสามารถสร้างได้"

ตัวอย่างที่ 3:

ฉันสูง 5 ฟุต 11 นิ้ว และมีน้ำหนัก 74 กิโลกรัม ช่วยแนะนำอาหารและโปรแกรมออกกำลังกายสำหรับอีก 30 วันข้างหน้าเพื่อเพิ่มกล้ามเนื้อ

Prompt

I'm 5'11 in height and I weigh 74 kgs. Suggest a diet and workout routine for the next 30 days for bulking up.

ในตัวอย่างนี้:

1
บริบท

"ฉันสูง 5 ฟุต 11 นิ้ว และมีน้ำหนัก 74 กิโลกรัม"

2
Task

"ช่วยแนะนำอาหารและโปรแกรมออกกำลังกายสำหรับอีก 30 วันข้างหน้าเพื่อเพิ่มกล้ามเนื้อ"

แนวคิดในการเขียน Prompt

หลักการในการคิดคือ ให้จินตนาการว่าคุณกำลังสื่อสารกับผู้เชี่ยวชาญ หรือ ผู้ช่วยที่มีความรู้สูง การให้ข้อมูลและบริบทที่ครบถ้วน เพียงพอก่อนที่จะมอบหมายงาน จะช่วยให้ได้ผลลัพธ์ที่ตรงกับความต้องการมากที่สุด

จำไว้เสมอว่า **ยิ่ง Prompt มีความละเอียดและชัดเจนมากเท่าไร ผลลัพธ์ก็จะมีคุณภาพมากขึ้น** ทั้งนี้เพราะ AI จะสามารถทำงานได้ เฉพาะกับข้อมูลที่ป้อนให้เท่านั้น

- **ยกระดับการเขียน Prompt ด้วยการเพิ่มบริบท**

การเขียน Prompt นั้นมีประโยชน์อย่างมาก และหนึ่งในเทคนิคที่จะช่วยพัฒนาไปสู่เทคนิคการเขียน Prompt ขั้นสูงขึ้นก็คือ **"การเพิ่มบริบท"** (Context Addition)



การเพิ่มบริบท สามารถช่วยยกระดับคุณภาพของผลลัพธ์อย่างมีนัยสำคัญ
ด้วยเทคนิคนี้ คุณสามารถ:



รวบรวมข้อมูลและข้อมูลเชิงลึก
จากเอกสารและไฟล์ PDF



วิเคราะห์ข้อมูลได้รวดเร็ว
ยิ่งขึ้น



สร้างเนื้อหาในปริมาณมาก

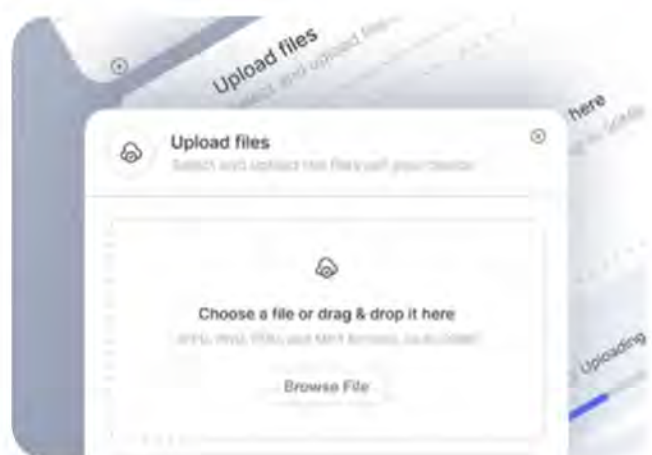


รับผลลัพธ์ที่ตรงกับ
ความต้องการเฉพาะของคุณ

วิธีการเพิ่มบริบทในการเขียน Prompt ด้วยการใช้เอกสารอ้างอิง

2 วิธีในการเพิ่มบริบท เพิ่มเติม:

- แบบที่ 1 การใช้เอกสารตัวอย่าง (Sample Scripts) เพื่อกำหนดรูปแบบ
- แบบที่ 2 การอัปโหลดเอกสาร เพื่อสกัดข้อมูลและความรู้



แบบที่ 1 การใช้เอกสารตัวอย่าง (Sample Scripts) เพื่อทำหนดรูปแบบ

วิธีการนี้เหมาะกับกรณีที่มีเนื้อหาอยู่แล้ว และต้องการให้ AI สร้างเนื้อหาที่มีลักษณะคล้ายกัน

ขั้นตอนการทำงาน:

- เตรียมตัวอย่างเนื้อหาที่มีรูปแบบที่คุณต้องการ (เช่น สคริปต์ Instagram Reels ที่มีอยู่แล้ว)
- เขียน Prompt ที่ขอให้ AI วิเคราะห์รูปแบบ โทนเสียง และลักษณะเฉพาะของเนื้อหาตัวอย่าง
- เพิ่มบริบทเกี่ยวกับเนื้อหาใหม่ที่คุณต้องการให้ AI สร้าง
- ระบุความต้องการเฉพาะ เช่น ความยาว โครงสร้าง หรือองค์ประกอบที่ต้องมี

ตัวอย่าง Prompt:



เขียนสคริปต์ยาว 30-60 วินาที สำหรับ Instagram โดยเริ่มต้นด้วย การดึงดูดความสนใจของผู้ชม ตามด้วยเนื้อหาหลัก และ Call-to-action โดยดูรูปแบบการเขียนจากสคริปต์ต่อไปนี้ และใช้รูปแบบ คำที่ใช้ซ้ำ สไตล์ในการเขียนลักษณะเดียวกันในการสร้างสคริปต์ใหม่ในหัวข้อ xxx



Hook

สิ่งที่ดึงดูดผู้ชม ด้วยวลีเด็ดหรือภาพที่ดึงดูดความสนใจ



Main body

การอธิบายเพิ่มเติมเกี่ยวกับหัวข้อ



Call to action

เราใช้ Call to action ในวิดีโอเพื่อเพิ่มการมีส่วนร่วม
ตัวอย่าง: ติดตามเพจของฉัน

ตัวอย่างสคริปต์ : (แบบสคริปต์ตัวอย่าง)



เขียนสคริปต์สำหรับ Instagram ความยาว 30–60 วินาที เริ่มต้นด้วยการดึงดูดผู้ชมให้สนใจ ตามด้วยเนื้อหาหลัก และจบด้วยคำกระตุ้นการตัดสินใจที่ชัดเจน ใช้โครงสร้าง วลีที่ซ้ำกัน และสไตล์การเขียนแบบเดียวกับสคริปต์ตัวอย่างที่ให้มา สร้างสคริปต์ใหม่ตามหัวข้อ: xxx สคริปต์ตัวอย่าง: (แบบด้านล่าง)

แบบที่ 2 การอัปโหลดเอกสารเพื่อสกัดข้อมูลและความรู้

วิธีนี้เหมาะสำหรับ การวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารที่มีอยู่แล้ว โดยไม่ต้องอ่านทั้งหมดด้วยตัวเอง

ตัวอย่าง: การสรุปงานวิจัยหรือบทความ

ขั้นตอนการทำงาน:

- 1 อัปโหลดเอกสาร (เช่น ไฟล์ PDF บทความวิจัย หรือรายงาน) เข้าสู่ Meta AI
- 2 เขียน Prompt ที่ระบุว่าคุณต้องการข้อมูลประเภทใดจากเอกสาร
- 3 ปรับระดับความซับซ้อนของเนื้อหาตามกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการสื่อสาร

4 ตัวอย่าง Prompt :

- “นี่คืองานวิจัย ช่วยสรุปรายละเอียดภายใน 100 คำ โดยใช้ภาษาที่เด็กอายุ 15 ปีสามารถเข้าใจได้”

หรือ

- “ช่วยอธิบายงานวิจัยนี้เหมือนอธิบายให้นักศึกษาปริญญาตรีได้ไหม?”

ประโยชน์ของการเพิ่มบริบท

1. **ความเฉพาะเจาะจง:** ผลลัพธ์จะตรงกับความต้องการเฉพาะของคุณมากขึ้น
2. **ประสิทธิภาพ:** ประหยัดเวลาในการวิเคราะห์ข้อมูลจำนวนมาก
3. **ความยืดหยุ่น:** สามารถปรับระดับความซับซ้อนของเนื้อหาได้ตามกลุ่มเป้าหมาย
4. **คุณภาพ:** ได้ผลลัพธ์ที่มีคุณภาพสูงขึ้นโดยอ้างอิงจากข้อมูลที่มีอยู่จริง

ด้วยเทคนิคนี้ นักการตลาดสามารถใช้ประโยชน์จาก AI ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการสร้างเนื้อหา การวิเคราะห์ข้อมูล หรือการทำความเข้าใจรายงานการวิจัยตลาด

- **หลักการเขียน Prompt เพื่อการออกแบบ**



ไปที่ meta.ai และสมัครบัญชี
โดยใช้ Facebook หรือ Instagram

โครงสร้างพื้นฐานของ Prompt ที่มีประสิทธิภาพ

หลักการสำคัญในการเขียน Prompt สำหรับโมเดลสร้างภาพ คือ การใช้
โครงสร้าง: **วัตถุ + สไตล์หรือสื่อ**



วัตถุ (Subject)

ระบุสิ่งที่ต้องการให้ปรากฏในภาพ
เช่น บุคคล สัตว์ สิ่งของ
หรือวัตถุต่าง ๆ



สไตล์หรือสื่อ (Style or medium)

ระบุรูปแบบหรือเทคนิค
ทางศิลปะที่ต้องการ

ตัวอย่างของสไตล์ เช่น: แบบเหมือนจริง (realistic) เรนเดอร์ 3 มิติ (3D render) สไตล์ 8 บิต (8-bit) สไตล์แบบแวนโก๊ะ (Van Gogh style)

ตัวอย่างของสื่อ เช่น: สีน้ำ (watercolor) สีน้ำมัน (oil painting) สีพาสเทล (pastel) ภาพถ่าย (photography)

ตัวอย่างที่ 1: ภาพสำหรับร้านกาแฟ

สมมติว่า คุณเป็นเจ้าของร้านกาแฟและต้องการสร้างภาพสำหรับโฆษณาเพื่อดึงดูดลูกค้า อาจเป็นโปรโมชั่นส่วนลดหรือกิจกรรมพิเศษ และคุณต้องการภาพแก้วกาแฟที่มีเมล็ดกาแฟกำลังถูกเทลงไป

Prompt พื้นฐาน:



ภาพถ่ายของเมล็ดกาแฟที่กำลังถูกเทลงไปด้วยกาแฟ

อย่างไรก็ตาม หากใช้ Prompt พื้นฐานแล้ว ยังรู้สึกไม่พอใจกับผลลัพธ์ สามารถปรับแต่ง Prompt เพิ่มเติมได้ เช่น :

Prompt ที่ปรับปรุง:



ภาพถ่ายของเมล็ดกาแฟที่กำลังถูกเทลงไปด้วยกาแฟสีขาวบนโต๊ะไม้

Meta AI จะสร้างภาพที่หลากหลาย โดยทั้งหมดจะมีองค์ประกอบหลักตามที่ระบุ (ถ้วยสีขาว โต๊ะไม้ เมล็ดกาแฟที่กำลังถูกเท) แต่อาจมีรายละเอียดและมุมมองที่แตกต่างกัน คุณสามารถเลือกภาพที่ชอบ และดาวน์โหลดเพื่อนำไปใช้งานต่อได้

หมายเหตุ: ใน Prompt นี้ เราระบุเพียงวัตถุ (ภาพถ่ายของเมล็ดกาแฟที่กำลังถูกเทลงไปด้วยสีขาวบนโต๊ะไม้) โดยไม่ได้ระบุสไตล์หรือสื่อเพิ่มเติม

ตัวอย่างที่ 2: ภาพอาหารสำหรับร้านอาหารเอเชีย

สมมติว่า คุณเป็นเจ้าของร้านอาหารเอเชียที่มีเมนูเด่นคือราเมน และต้องการภาพราเมนในสไตล์อนิเมะที่น่ารับประทาน

Prompt:



ภาพถ่ายของชามราเมน มุมมองจากด้านบน ในสไตล์อนิเมะ

ใน Prompt นี้:

- "ภาพถ่ายของชามราเมน" คือการระบุ**วัตถุ**
- "มุมมองจากด้านบน" เป็นการระบุ**มุมมอง**
- "ในสไตล์อนิเมะ" เป็นการระบุ**สไตล์ศิลปะ**ที่ต้องการ

ตัวอย่างที่ 3: ภาพสำหรับงานดนตรี

สมมติว่า คุณเป็นผู้จัดการอีเวนต์และกำลังสร้างโปสเตอร์สำหรับคอนเสิร์ตที่กำลังจะเกิดขึ้น

Prompt:



ภาพถ่ายของนักดนตรี string quartet ที่กำลังเล่นเครื่องดนตรีบนเวทีพร้อมไฟสปอตไลท์ในสื่อสีน้ำ

ใน Prompt นี้ เราผสมผสานระหว่างวัตถุ (นักดนตรี string quartet) และสื่อ (สีน้ำ) ทำให้ได้ภาพที่มีลักษณะเฉพาะมากขึ้น

การแก้ไขและปรับแต่งภาพ

Meta AI มีเครื่องมือช่วยให้คุณสามารถปรับแต่งและแก้ไขภาพได้แบบง่าย ๆ ได้แก่ :

- 1 สร้างใหม่ (Regenerate)** หาก你不พอใจกับภาพที่ได้ คุณสามารถคลิกที่ไอคอน "สร้างใหม่" เพื่อให้ AI สร้างภาพใหม่จาก Prompt เดิม
- 2 แก้ไข (Edit)** คุณสามารถแก้ไขรายละเอียดเล็ก ๆ น้อย ๆ ของภาพ โดยคลิกที่ "แก้ไข" และเพิ่มคำสั่งเพิ่มเติม เช่น "ทำให้แมว กาแฟเป็นสีเหลือง" AI จะปรับแต่งภาพตามคำสั่งที่เพิ่มเติม
- 3 แอนิเมต (Animate)** Meta AI ยังสามารถสร้างแอนิเมชันสั้น ๆ จากภาพที่สร้างขึ้น เหมาะสำหรับการทำโฆษณาหรือสไลด์ของคุณ มีความน่าสนใจมากขึ้น

การจัดการกับภาพที่สร้าง

Meta AI มีตัวเลือกหลายอย่างสำหรับการจัดการกับภาพที่สร้างขึ้น:

ดาวน์โหลด

บันทึกภาพลงในอุปกรณ์ของคุณ

แชร์

แชร์ภาพไปยัง Instagram หรือคัดลอกลิงก์เพื่อส่งให้ผู้อื่น

บันทึก

จัดเก็บภาพไว้ในบัญชี Meta AI ของคุณ โดยจะอยู่ในโฟลเดอร์ "บันทึก" ที่ด้านซ้ายของหน้าจอ

สรุป

การเขียน Prompt ที่มีประสิทธิภาพสำหรับการสร้างภาพด้วย Meta AI มีหลักการพื้นฐานคือการระบุ **วัตถุ + สไตล์หรือสื่อ** อย่างชัดเจน

ยิ่งระบุรายละเอียดได้มากเท่าไร ผลลัพธ์ที่ได้ก็จะยิ่งตรงตามความต้องการมากขึ้น

- วิธีการเขียน Prompt เพื่อสร้าง Captions ที่มีประสิทธิภาพ

LLMs for real-world use cases

SOCIAL LIMEDIA CAPTIONS



ขั้นตอนการสร้าง Prompt ที่มีประสิทธิภาพ

Meta AI สามารถช่วยให้คุณสร้าง Caption ที่มีประสิทธิภาพและตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ด้วยการเขียน Prompt ที่ชัดเจน มีรายละเอียดครบถ้วน มีคุณภาพสูงสำหรับแพลตฟอร์มต่าง ๆ



การวางแผนกลยุทธ์

- **ระบุบทบาทและความเชี่ยวชาญ**
การกำหนดบทบาทและความเชี่ยวชาญที่ชัดเจนภายในองค์กร
- **อธิบายกลุ่มเป้าหมายและแบรนด์ของคุณ**
การระบุและทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมายและอัตลักษณ์ของแบรนด์
- **แบ่งปันเนื้อหาหรือสคริปต์ที่เกี่ยวข้อง**
การจัดทำเนื้อหาหรือสคริปต์ที่เหมาะสมเพื่อการสื่อสาร
- **ระบุความต้องการเฉพาะ**
การระบุข้อกำหนดเฉพาะสำหรับการริเริ่มเชิงกลยุทธ์

1. ระบุบทบาทและความเชี่ยวชาญ

เริ่มต้นด้วยการระบุบทบาทที่คุณต้องการให้ Meta AI รับ เช่น:
“คุณเป็น Copy writer ที่มีความเชี่ยวชาญสำหรับ Instagram ชื่อ xxxx”
การระบุบทบาท จะช่วยให้ Meta AI เข้าใจบริบทและปรับโทนเสียงให้เหมาะสมกับความต้องการของคุณ

2. อธิบายกลุ่มเป้าหมายและแบรนด์ของคุณ

ให้รายละเอียดเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมายและลักษณะของแบรนด์ เพื่อให้ได้ Caption ที่ตรงกับภาพลักษณ์ที่ต้องการ:

“กลุ่มเป้าหมายของเพจนี้ คือคนอายุระหว่าง xx ถึง xx ปี อาศัยในภูมิภาค xxx และสนใจใน xxx โพสต์และ Reels ของเพจนี้ ประกอบด้วยเนื้อหาเกี่ยวกับ xxx ซึ่งมีเป้าหมายเพื่อ xxxx โดยตัวแบรนด์มีลักษณะ และ โทนเสียง คือ xxxxx”

3. แบ่งปันเนื้อหาหรือสคริปต์ที่เกี่ยวข้อง

เพิ่มบริบทโดยแบ่งปันเนื้อหาหรือสคริปต์ที่คุณกำลังจะโพสต์:
“สคริปต์ของ reels/โพสต์ ที่ฉันกำลังจะแชร์มีดังนี้: xxx”

4. ระบุความต้องการเฉพาะ

ระบุรายละเอียดเกี่ยวกับแคปชันที่คุณต้องการ เช่น:
“เขียนแคปชัน Instagram ให้ฉันจำนวน xx คำ ที่ช่วยเสริมเนื้อหาของฉัน และสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายและโทนเสียงของแบรนด์”

ตัวอย่าง Prompt ที่ สมบูรณ์

ต่อไปนี้เป็นตัวอย่าง Prompt ที่ครบถ้วนซึ่งคุณสามารถใช้เป็นแม่แบบได้:



คุณเป็น Copy writer ที่มีความเชี่ยวชาญสำหรับ Instagram ชื่อ Meta Blueprint กลุ่มเป้าหมายของเพจนี้ คือคนอายุระหว่าง 25 ถึง 40 ปี จากทั่วโลก และ สนใจใน AI รุ่นใหม่ โพสต์และ Reels ของเพจนี้ ประกอบด้วยเนื้อหาเกี่ยวกับการอัปเดต บทเรียนและข่าวสารเกี่ยวกับ AI ซึ่งมีเป้าหมายเพื่อให้ความรู้แก่มืออาชีพที่สนใจการเรียนรู้เกี่ยวกับหัวข้อนี้ โดยตัวแบรนด์มีลักษณะทั้งทางการแต่เข้าใจง่าย สคริปต์ของ Reels ที่ฉันกำลังโพสต์มีดังนี้ xxxx เขียนแคปชัน Instagram 50 คำที่ช่วยส่งเสริม Reels ของฉัน และสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงโทนเสียงของแบรนด์

การปรับแต่งแคปชันเพิ่มเติม

หลังจากได้รับแคปชันแล้ว คุณสามารถขอให้ Meta AI ปรับแต่งหรือเพิ่มเติมนอกประกอบได้ เช่น:

- 1 ขอ Hashtag เพิ่มเติม:**
“คุณสามารถสร้าง Hashtag อีก xx อันที่เกี่ยวข้องกับโพสต์นี้ได้ไหม?”
- 2 ขอตัวเลือกหลายรูปแบบ:**
“ช่วยสร้าง Caption อีก 3 แบบที่มีโทนเสียงแตกต่างกันได้ไหม?”
- 3 ปรับความยาว:**
“ช่วยย่อ Caption ให้สั้นลงเหลือ 30 คำได้ไหม?”

เคล็ดลับสำหรับการใช้งานที่มีประสิทธิภาพ

ปรับปรุงการสร้างคำบรรยายด้วย Meta AI



- **ขอตัวเลือกมากกว่าที่ต้องการ:**

ขอให้ Meta AI สร้างตัวเลือกหลาย ๆ แบบ เพื่อให้คุณสามารถเลือกแบบที่เหมาะสมที่สุดได้

- **ให้ตัวอย่างโพสต์ก่อนหน้า:**

หากต้องการให้โทนเสียงสอดคล้องกับเนื้อหาเดิม คุณสามารถแบ่งปันตัวอย่าง Caption ก่อนหน้านี้เพื่อให้ Meta AI เข้าใจรูปแบบที่คุณต้องการ

- **ระบุคำสำคัญ:**

แจ้ง Meta AI เกี่ยวกับคำสำคัญหรือข้อความที่คุณต้องการให้รวมไว้ใน Caption

- **ทดลองกับโทนเสียง:**

ทดลองใช้โทนเสียงที่แตกต่างกัน เช่น สนุกสนาน เป็นทางการ หรือเป็นกันเอง เพื่อดูว่าแบบไหนที่เหมาะสมกับแบรนด์ของคุณมากที่สุด

ข้อควรระวัง

- ตรวจสอบและแก้ไข Caption ก่อนโพสต์เสมอ
- ใส่ใจกับความยาวที่เหมาะสมสำหรับแต่ละแพลตฟอร์ม (Instagram มักจะเน้น Caption ที่สั้นและกระชับ)
- สร้างสมดุลระหว่างการให้ข้อมูลและการดึงดูดความสนใจ

การใช้ Prompt ที่มีโครงสร้างชัดเจนและระบุข้อมูลครบถ้วน จะทำให้ Meta AI ช่วยให้คุณสร้าง Caption สำหรับการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายของคุณ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

แจกเทมเพลตการเขียน Prompt

คุณสามารถนำ Prompt Template ต่อไปนี้ ไปใช้ เพื่อเริ่มต้นทำงานกับ Meta AI ได้ในทันที

Here's the prompt template:

PROMPT

You are an expert social media copywriter for a <type of company> called <name of the company>. The target audience for this company are people ages <specify age group>, based out of <specify location> and are <any other relevant details like job profiles, habits, interests, etc>. Our social media posts and Reels mainly consist of content related to <specify domain> which is aimed at <specific goal/purpose of the content you share>. The brand we've built has a tone that is <specify tonality of the brand>. <Any additional information regarding the campaign/video you're posting about>. Write me a <platform> caption in <word count> words that complements my post and adheres to my target audience and brand tonality.

• การสร้างเนื้อหาหน้าเว็บไซต์ที่มีคุณภาพสูง

Meta AI เป็นเครื่องมือที่ทรงพลัง สำหรับช่วยสร้างเนื้อหาหน้าเว็บไซต์ที่มีคุณภาพสูงและตอบโจทย์ธุรกิจ โดยหลักการสำคัญในการเขียน Prompt สำหรับเนื้อหาเว็บไซต์ ได้แก่:

1) กำหนดบริบทให้ชัดเจน

การเริ่มต้นด้วยการให้ข้อมูลบริบทที่ครบถ้วนเป็นสิ่งสำคัญที่สุด โดย Prompt ที่มีประสิทธิภาพควรระบุข้อมูลต่อไปนี้:

- **บทบาทที่ต้องการให้ AI เป็น:** ระบุว่าคุณต้องการให้ AI เป็นนักเขียนคัดลอก นักการตลาด หรือผู้เชี่ยวชาญด้านใด
- **ข้อมูลธุรกิจ:** ชื่อบริษัท ผลิตภัณฑ์หรือบริการ และคุณค่าแบรนด์
- **กลุ่มเป้าหมาย:** อายุ ภูมิภาค ความสนใจ และพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย
- **โทนเสียงของแบรนด์:** เป็นทางการ เป็นมิตร มีอาชีพ สนุกสนาน ฯลฯ
- **วัตถุประสงค์ของเว็บไซต์:** ขายสินค้า ให้ข้อมูล สร้างการรับรู้ หรือเป้าหมายอื่น ๆ

2) ระบุรายละเอียดผลิตภัณฑ์หรือบริการ :

ให้ข้อมูลเฉพาะเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการ เช่น

- ชื่อผลิตภัณฑ์
- คุณลักษณะหลัก
- จุดขายที่เป็นเอกลักษณ์
- ราคา (ถ้ามี)
- ประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับ

3) กำหนดงานที่ต้องการให้ชัดเจน :

ระบุอย่างชัดเจนว่าคุณต้องการให้ AI สร้างเนื้อหาอะไร เช่น:

- โครงร่างหน้าเว็บไซต์แบบสมบูรณ์
- ข้อความเฉพาะส่วน (เช่น ส่วน About Us, Products)
- หัวข้อและหัวข้อย่อย
- การเรียกร้องให้ดำเนินการ (Call to Action)

ตัวอย่าง Prompt สำหรับสร้างหน้าเว็บไซต์

คุณคือ Copy writer ที่มีความเชี่ยวชาญของบริษัท xxx ซึ่งผลิต xxxx โดยมีจุดเด่นคือ xxxxxxxx กลุ่มเป้าหมายหลักของบริษัทคือ xxxxxxxx และแบรนด์ของเรามีโทนเสียง ได้แก่ xxxxxxxx เป้าหมายหลักของเว็บไซต์นี้คือ xxxxxx ผลิตภัณฑ์/บริการของเรา มีดังต่อไปนี้ xxxxxxxx สร้างโครงร่างแบบเป็นส่วน ๆ กำหนดข้อความสำหรับหน้า landing page ตรวจสอบให้แน่ใจว่าข้อความนั้น เป็นไปตามโทนเสียงของแบรนด์

ตัวอย่าง : Prompt ของ แบนด์สกินแคร์ ABC ผลิตภัณฑ์ดูแลผิวออร์แกนิก 100%

คุณคือ Copy writer ที่มีความเชี่ยวชาญของบริษัท A ซึ่งผลิตแบรนด์ ABC โดยมีจุดเด่นคือ เป็นสกินแคร์ ออร์แกนิก 100%

กลุ่มเป้าหมายหลักของบริษัทคือผู้หญิงอายุ 20 ถึง 40 ปี ในประเทศไทย และแบรนด์ของเรามีโทนเสียงนุ่มนวล เป็นมิตร ส่งเสริมการใช้ส่วนผสมออร์แกนิก

เป้าหมายหลักของเว็บไซต์นี้คือแสดงผลผลิตภัณฑ์ทั้งหมด และให้ผู้เข้าชมสามารถสั่งซื้อได้โดยง่าย

ผลิตภัณฑ์/บริการของเรา มีดังต่อไปนี้

- เซรั่มทาหน้าชื่อ Face it
- เซรั่มผมชื่อ Hair Glow
- มอยซ์เจอไรเซอร์ชื่อ Allure Moisturizer
- มาส์กบำรุงผิวหน้า ชื่อ Mask it

สร้างโครงร่างแบบเป็นส่วน ๆ กำหนดข้อความสำหรับหน้า landing page ตรวจสอบให้แน่ใจว่าข้อความนั้น เป็นไปตามโทนเสียงของแบรนด์



คุณเป็น Copy writer สำหรับบริษัทผลิตภัณฑ์ดูแลผิวที่ชื่อ A บริษัทของฉันผลิตผลิตภัณฑ์ดูแลผิว (แบรนด์ ABC) เช่น เซรั่มสำหรับใบหน้าและเส้นผม มอยส์เจอร์ไรเซอร์ และมาสก์หน้า ที่ทำจากส่วนผสมออร์แกนิก 100%

กลุ่มเป้าหมายของบริษัทนี้คือ ผู้หญิงอายุระหว่าง 20 ถึง 40 ปี ในประเทศไทยและสนใจผลิตภัณฑ์ดูแลผิว

แบรนด์ที่เราสร้างขึ้นมีน้ำเสียงที่อ่อนโยน เป็นมิตร และส่งเสริมการใช้ส่วนผสมออร์แกนิก

เป้าหมายหลักของหน้า Landing Page ของเว็บไซต์นี้คือ เพื่อจัดแสดงผลิตภัณฑ์ทั้งหมดของเราและให้ผู้ใช้ของเราวิธีง่ายๆ ในการซื้อโดยตรงจากเว็บไซต์ของเรา

สร้างโครงร่างและข้อความที่ละเอียดสำหรับหน้า Landing Page ตรวจสอบให้แน่ใจว่าข้อความเป็นไปตามโทนสีและสคริปต์ของแบรนด์

การปรับแต่งและพัฒนาเนื้อหาเพิ่มเติม

หลังจากได้รับโครงร่างและข้อความเบื้องต้นจาก Meta AI แล้ว คุณสามารถปรับแต่งและพัฒนาเนื้อหาเพิ่มเติมได้ด้วยคำสั่งต่อไปนี้:

- **ขอตัวเลือกเพิ่มเติม:**

เช่น “ช่วยทำซ้ำอีก 5 แบบที่แตกต่างกัน ในส่วนของ Landing page”

- **ปรับแต่งเฉพาะส่วน:**

เช่น “ช่วยปรับแต่งส่วนของ About us โดยให้มีเนื้อหาที่เน้นเรื่อง Sustainability และสิ่งแวดล้อมให้มากขึ้น”

- **เพิ่มองค์ประกอบเฉพาะ:**

เช่น : “ช่วยเพิ่มส่วนของ FAQ ที่ช่วยตอบคำถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกของเรา”

เทคนิคขั้นสูง: การวิเคราะห์คู่แข่ง

Meta AI สามารถช่วยในการวิเคราะห์ตำแหน่งของแบรนด์ (Brand Positioning) เทียบกับคู่แข่งได้ด้วยเทคนิคต่อไปนี้:

- **รวบรวมข้อมูลคู่แข่ง:**

- แปลงเว็บไซต์ของคู่แข่งเป็นไฟล์ PDF
- รวมเว็บไซต์ของคู่แข่งหลายรายในเอกสาร PDF เดียว

- **อัปโหลดเอกสารเข้าสู่ Meta AI และใช้ Prompt ต่อไปนี้:**

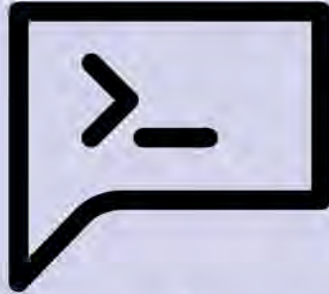
"เอกสารที่ฉันอัปโหลดมาจากเว็บไซต์ของคู่แข่งที่ใช้ข้อมูลเชิงลึกด้านการวางตำแหน่งแบรนด์ที่ดีที่สุดจากผู้รู้ด้านการตลาดและผู้รู้ทางความคิด ฉันจะสามารถทำให้แบรนด์ของฉันแตกต่างจากคู่แข่งได้อย่างไร? มีช่องว่างทางการตลาดหรือตำแหน่งใดที่ฉันสามารถใช้ประโยชน์ได้หรือไม่? ถ้ามี มีอะไรบ้าง?"



The documents I have uploaded are from my competitors' websites utilizing the best brand positioning insights available from marketing and thought leaders. How can I differentiate my brand from my competitors? Is there any white space or positioning I can capitalize on? If yes, what are they?



เคล็ดลับเพิ่มเติมสำหรับการใช้งานที่มีประสิทธิภาพ



ใช้ Meta AI เพื่อสร้างเนื้อหา ได้อย่างมีประสิทธิภาพได้อย่างไร?

- **แบ่งงานเป็นส่วนย่อย:** หากต้องการเนื้อหาที่ละเอียดมากขึ้น ให้แบ่งงานออกเป็นส่วนย่อยและขอให้ Meta AI สร้างแต่ละส่วนแยกกัน
- **ทดลองกับโทนเสียงที่หลากหลาย:** ขอให้ Meta AI สร้างเนื้อหาในโทนเสียงที่แตกต่างกันเพื่อหาแบบที่เหมาะสมที่สุดกับแบรนด์ของคุณ
- **เก็บรวบรวมไอเดีย:** ใช้ Meta AI เป็นเครื่องมือในการระดมความคิดโดยขอแนวคิดและข้อความที่หลากหลาย
- **ตรวจสอบและปรับแต่ง:** Meta AI ให้จุดเริ่มต้นที่ดี แต่ควรตรวจสอบและปรับแต่งเนื้อหาให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์และเสียงของแบรนด์คุณอย่างแท้จริง

การใช้ Meta AI ในการสร้างเนื้อหาเว็บไซต์ช่วยประหยัดทรัพยากรได้อย่างมาก ดังนั้น หากผู้ใช้ให้ความสำคัญกับการเขียน Prompt ที่ละเอียดและมีโครงสร้างที่ดี ก็จะได้รับเนื้อหาที่มีคุณภาพสูง ตรงตามความต้องการของธุรกิจได้อย่างแน่นอน

- การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายและการโฆษณา

Audience segmentation and ad targeting

INCREASE PRODUCTIVITY WITH AI



Meta AI สามารถช่วยในการปรับปรุงกลยุทธ์การตลาด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการแบ่งส่วนตลาด (Segmentation) และการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย (Audience selection) ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญของการตลาดที่มีประสิทธิภาพ บทความนี้จะแนะนำวิธีการใช้ Meta AI เพื่อสร้างโปรไฟล์ลูกค้าที่ละเอียดและปรับปรุงการกำหนดกลุ่มเป้าหมายโฆษณา

ความสำคัญของการแบ่งส่วนตลาดและการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย

การแบ่งส่วนตลาดและการกำหนดกลุ่มเป้าหมายเป็นหัวใจสำคัญของการตลาดเชิงประสิทธิภาพและการบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจ เพราะช่วยให้คุณ:



ลูกค้าในอุดมคติ

เข้าใจและระบุลูกค้าในอุดมคติของคุณ



ข้อมูลประชากรศาสตร์

เข้าใจข้อมูลประชากรศาสตร์ ความสนใจ และพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย



การปรับปรุงแคมเปญ

ปรับปรุงประสิทธิภาพแคมเปญโฆษณา



อัตราการตอบสนอง

เพิ่มอัตราการตอบสนองและ ROI

- เข้าใจและระบุลูกค้าในอุดมคติ
- ทราบข้อมูลประชากรศาสตร์ ความสนใจ และพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย
- ปรับปรุงประสิทธิภาพแคมเปญโฆษณา
- เพิ่มอัตราการตอบสนองและ ROI

การใช้ Meta AI เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการตลาด

Meta AI สามารถช่วยคุณ บรรลุผลลัพธ์สำคัญ 2 ประการ คือ

- 1 สร้างโปรไฟล์ลูกค้าในอุดมคติ
(Ideal Customer Profile - ICP)
- 2 ขยายหมวดหมู่การกำหนดเป้าหมายโฆษณา

การสร้างโปรไฟล์ลูกค้าในอุดมคติ (ICP) ด้วย Meta AI

ความเข้าใจเกี่ยวกับ ICP

โปรไฟล์ลูกค้าในอุดมคติ (ICP) คือการสร้าง Persona ของกลุ่มเป้าหมายที่แสดงเป็นความจริง ๆ ซึ่งประกอบด้วย:



ตัวอย่าง Prompt สำหรับสร้าง ICP



คุณเป็น CMO ผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์หลายปีในการเติบโตและขยายบริษัทในอุตสาหกรรม [ระบุอุตสาหกรรม]
คุณได้รับการว่าจ้างเป็น CMO โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการเติบโตของบริษัทและบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจ
บริษัทเชี่ยวชาญใน [อธิบายผลิตภัณฑ์หรือบริการ] ที่ช่วย [อธิบายประโยชน์หลัก] สำหรับ [กลุ่มเป้าหมายหลัก]
สร้างโปรไฟล์ลูกค้าในอุดมคติอย่างน้อย 10 รายการสำหรับธุรกิจของฉัน เพื่อให้ฉันสามารถวางแผนกลยุทธ์การตลาดได้

ตัวอย่างจากกรณีศึกษา: บริษัท CRM SaaS

สำหรับบริษัทที่ให้บริการ CRM SaaS แทนที่การตลาดและฝ่ายขายในอุตสาหกรรมโลจิสติกส์และการท่องเที่ยว Prompt อาจมีลักษณะดังนี้:



คุณเป็น CMO ผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์หลายปีในการเติบโตและขยายบริษัทในอุตสาหกรรม CRM SaaS

คุณได้รับการว่าจ้างเป็น CMO โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการเติบโตของบริษัทและบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจ บริษัทผู้เชี่ยวชาญในการให้บริการซอฟต์แวร์ CRM ที่ช่วยให้ทีมการตลาดและฝ่ายขายสามารถปฏิบัติงานประจำวันได้ดีขึ้นผลิตภัณฑ์ของเราได้รับการปรับให้เหมาะสมสำหรับบริษัทในพื้นที่โลจิสติกส์และการเดินทางและการบริการ

สร้างโปรไฟล์ลูกค้าในอุดมคติอย่างน้อย 10 รายการสำหรับธุรกิจของคุณเพื่อให้คุณสามารถวางแผนกลยุทธ์การตลาดได้

Meta AI จะให้ผลลัพธ์เป็น ICP ที่ตรงกับธุรกิจของคุณ เช่น:

- ผู้จัดการฝ่ายปฏิบัติการโลจิสติกส์
- ผู้จัดการทั่วไปโรงแรม
- ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาดบริษัทท่องเที่ยว
- และอื่น ๆ

ข้อควรจำเกี่ยวกับการสร้าง ICP



ความถี่ในการทบทวน

ควรทบทวนและปรับปรุง ICP เป็นระยะๆ



การปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง

Meta AI สามารถช่วยในการระดมความคิดและปรับปรุง ICP เมื่อคุณมีข้อมูลเชิงลึกใหม่ๆ



การสร้างครั้งเดียว

ICP ไม่ใช่สิ่งที่สร้างครั้งเดียวและใช้ตลอดไป

การใช้ Meta AI ในการกำหนดกลุ่มเป้าหมายโฆษณา

- **ความสำคัญของการกำหนดกลุ่มเป้าหมายใน Meta Ads Manager**

ประสิทธิภาพของโฆษณาบน Meta ขึ้นอยู่กับความแม่นยำในการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย

Meta Ads Manager มีความสามารถในการกำหนดกลุ่มเป้าหมายอย่างละเอียด ผ่านส่วนควบคุมกลุ่มเป้าหมาย (audience Control) ในระดับชุดโฆษณา (ad Set)

- **องค์ประกอบของการกำหนดกลุ่มเป้าหมายใน Meta Ads Manager**



- **การใช้ Meta AI เพื่อสร้างตัวเลือกการกำหนดเป้าหมาย**

หลังจากสร้าง ICP แล้ว คุณสามารถใช้ข้อมูลเหล่านั้นเพื่อขอคำแนะนำในการกำหนดกลุ่มเป้าหมายบน Meta Ads Manager ด้วย prompt ต่อไปนี้:



คุณเป็นนักการตลาดเชิงประสิทธิภาพที่มีประวัติการส่งมอบโฆษณาประสิทธิภาพ ROI สูงบนแพลตฟอร์มของ Meta คุณได้รับมอบหมายให้ดำเนินแคมเปญโฆษณาที่มุ่งเน้นลูกค้าในอุดมคติของคุณใน [อุตสาหกรรม xxxx] ฉันกำลังให้ชุด ICP ของบริษัทด้านล่างในเครื่องหมายคำพูด และอิงตามสิ่งเหล่านั้น ฉันต้องการให้คุณให้ตัวเลือกอย่างน้อย 20 รายการสำหรับการกำหนดเป้าหมายของฉันในการควบคุมกลุ่มเป้าหมายที่พบใน Meta Ads Manager

ฉันต้องการในรูปแบบต่อไปนี้: ตัวอย่าง: อายุ 18 ถึง 25 ฯลฯ กล่าวถึงเฉพาะฟิลด์ที่มีอยู่บน Meta Ads Manager

"[Insert ICP ที่สร้างขึ้นก่อนหน้านี้ที่นี่]"

ตัวอย่างผลลัพธ์

Meta AI จะให้รายการตัวเลือกสำหรับการกำหนดเป้าหมายที่สามารถใช้ได้ในการตั้งค่ากลุ่มเป้าหมายใน Meta Ads Manager เช่น:

- **ข้อมูลประชากรศาสตร์:**

ผู้บริหารระดับสูง, ผู้จัดการฝ่ายปฏิบัติการ, ผู้จัดการโรงแรม

- **อุตสาหกรรม:**

การโรงแรม, การท่องเที่ยว, โลจิสติกส์, การขนส่ง

- **ตำแหน่งงาน:**

ผู้จัดการฝ่ายขาย, ผู้บริหารการตลาด, ผู้จัดการฝ่ายปฏิบัติการ

- **ความสนใจ:**

ซอฟต์แวร์ธุรกิจ, การจัดการลูกค้าสัมพันธ์, การวิเคราะห์ข้อมูล, การจัดการห่วงโซ่อุปทาน

เคล็ดลับสำหรับการใช้ Meta AI ในการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย



ขอตัวเลือกมากกว่าที่ต้องการใช้จริง

เพื่อให้คุณสามารถเลือกสิ่งที่เหมาะกับธุรกิจของคุณมากที่สุด



ทดสอบและปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง

- ทดสอบตัวเลือกการกำหนดเป้าหมายต่างๆ ในแคมเปญขนาดเล็ก
- เก็บข้อมูลและวิเคราะห์ผลลัพธ์
- ปรับปรุง ICP และการกำหนดเป้าหมายตามข้อมูลจริง



ใช้ Meta AI เป็นผู้ช่วยไม่ใช่ผู้ตัดสินใจ

แม้ Meta AI จะช่วยให้ได้คำตอบเร็วขึ้น แต่อย่างไรก็ตาม คุณก็ยังคงเป็นผู้ตัดสินใจสุดท้าย ดังนั้น ใช้ข้อมูลเชิงลึกและประสบการณ์ของคุณ ควบคู่กับคำแนะนำจาก Meta AI เพื่อผลลัพธ์ที่ดีที่สุด



ปรับปรุง Prompt ให้เฉพาะเจาะจง

ยิ่งคุณให้ข้อมูลที่เฉพาะเจาะจงและตรงประเด็นใน prompts ของคุณมากเท่าไร ผลลัพธ์ที่ได้จาก Meta AI ก็จะมีประโยชน์มากขึ้นเท่านั้น



ผสมผสานแหล่งข้อมูล

ใช้ Meta AI ร่วมกับแหล่งข้อมูลอื่น ๆ เช่น ข้อมูลจาก CRM, การวิจัยตลาด, และข้อเสนอแนะจากลูกค้า เพื่อให้เห็นภาพรวมที่สมบูรณ์ของกลุ่มเป้าหมาย

การใช้ Meta AI ในการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายและการกำหนดเป้าหมายโฆษณา สามารถช่วยให้คุณเข้าถึงลูกค้าที่เหมาะสม ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ด้วยการสร้าง ICP ที่ละเอียดและการขยายตัวเลือกการกำหนดเป้าหมาย คุณจะปรับปรุงประสิทธิภาพของแคมเปญการตลาดและเพิ่ม ROI ของการลงทุนด้านการโฆษณา

- ฟีเจอร์การสร้างข้อความอัตโนมัติ (Text generation)

Generative AI in Meta Ads Manager: text generation

GENERATIVE AI FEATURE IN ADS MANAGER



ฟีเจอร์การสร้างข้อความอัตโนมัติจาก AI ของ Meta สำหรับ Meta Ads Manager สามารถช่วยสร้างตัวเลือกข้อความที่หลากหลาย สำหรับตำแหน่งโฆษณาเฉพาะ ในขณะที่กำลังสร้างแคมเปญ

เมื่อคุณอยู่ในส่วนการสร้างสรรค์โฆษณา (Ad Creative) และการวางตำแหน่ง (Placement) คุณจะพบช่องป้อนข้อมูลที่มีชื่อว่า "ข้อความหลัก" (Primary text) ซึ่งเป็นพื้นที่สำหรับคำบรรยายโฆษณา (Caption)

ยกตัวอย่าง : การโปรโมทโปรโมชันวันจันทร์ของร้านกาแฟ Little Lemon

หลังจากอัปโหลดสื่อสร้างสรรค์ (Creative) แล้ว ใส่คำบรรยายในช่องข้อความหลัก :



สัมผัสโลกจากแก้วกาแฟของคุณ รสชาติจากทั่วเม็กซิโก บราซิล อินเดีย และชิลี มีเฉพาะที่ Little Lemon เท่านั้น

ทันทีที่พิมพ์ข้อความลงไป ตัวเลือกหลายรูปแบบจะปรากฏขึ้นแบบอัตโนมัติด้านล่าง ซึ่งแสดงให้เห็นว่าฟีเจอร์การสร้างข้อความกำลังทำงาน และตัวเลือกเหล่านี้คือรูปแบบต่างๆ ของข้อความที่คุณคุ้นเคยในช่องข้อความหลัก

ตัวอย่างข้อความที่สร้างอัตโนมัติใน Meta Ads Manager

ตัวเลือก 1



ตื่นขึ้นมาพบกับโลกแห่งรสชาติ สัมผัสกลิ่นอันเข้มข้นจากถั่วเตมาลา เสน่ห์อันหวานละมุนจากบราซิล รสชาติเผ็ดร้อนจากอินเดีย และจิตวิญญาณอันเข้มข้นจากชิลี

ตัวเลือก 2



ตื่นขึ้นมาพบกับความผจญภัยในโลกแห่งรสชาติ สัมผัสกาแฟที่ดีที่สุดของโลกจากถั่วเตมาลา เข้มข้นและนุ่มนวลจากบราซิล หวานและมีกลิ่นตัวจากอินเดีย เข้มข้นและเผ็ดร้อนจากชิลี มีผลไม้และความซับซ้อน เฉพาะที่ Little Lemon เท่านั้น และลิ้มรสการเดินทาง

เนื่องจาก ในขณะนี้ ทั้ง 2 ข้อความยังไม่ได้พูดถึงส่วนลดวันจันทร์ ดังนั้น ผู้ใช้สามารถเพิ่มข้อมูลนี้เข้าไป โดยกลับไปช่องข้อความหลักและเพิ่ม "เราให้ส่วนลด 15% ทุกวันจันทร์" เพื่อผลลัพธ์เพิ่มเติม

Meta AI จะทำการปรับปรุงผลลัพธ์ โดยผนวกเอาส่วนลด 15% เข้าไปในข้อความเริ่มต้น ซึ่งหากผู้ใช้ชอบรูปแบบข้อความใด สามารถกดเลือกได้ โดยทำเครื่องหมายในช่องด้านข้าง และในการนำเสนอโฆษณา "Meta จะนำเสนอเวอร์ชันที่เชื่อว่าจะมีประสิทธิภาพดีที่สุด" นอกจากนี้ ผู้ลงโฆษณายังสามารถทำการทดสอบ A/B ด้วยตนเอง เพื่อดูว่ารูปแบบใดให้ผลลัพธ์ที่ดีที่สุดได้เช่นกัน

- แคมเปญยอดขาย Advantage+
- แคมเปญผลิตภัณฑ์ Advantage+
- การใช้แคมเปญยอดขาย Advantage+ และโฆษณา Shops ช่วยให้มีแบรนด์สร้างผลลัพธ์ในโลกธุรกิจได้ดียิ่งขึ้น

ยกตัวอย่างเช่น Fresh บริษัทดูแลผิวและร่างกายจากสหรัฐอเมริกา ซึ่งพบว่ายอดขายเพิ่มขึ้น 42% และ ROAS (ผลตอบแทนจากการใช้จ่ายโฆษณา) เพิ่มขึ้น 5.1 เท่า เมื่อมีการใช้ฟีเจอร์การสร้างข้อความของ Meta ในแคมเปญยอดขาย Advantage+ ของพวกเขา

- **ฟีเจอร์การสร้างภาพและพื้นหลัง**
(Image generation and background generation)

Generative AI on Meta Ads Manager: background generation

ENHANCING IMAGES WITH AI-GENERATED BACKGROUNDS

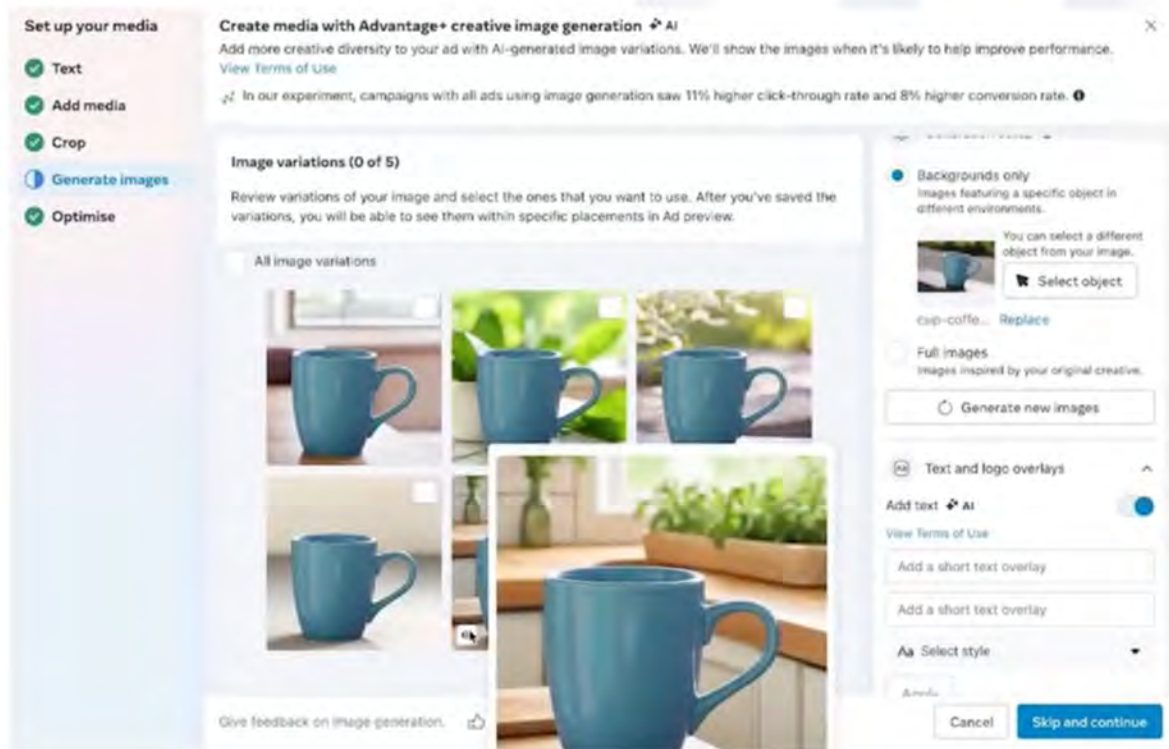


AI Background Generation Feature

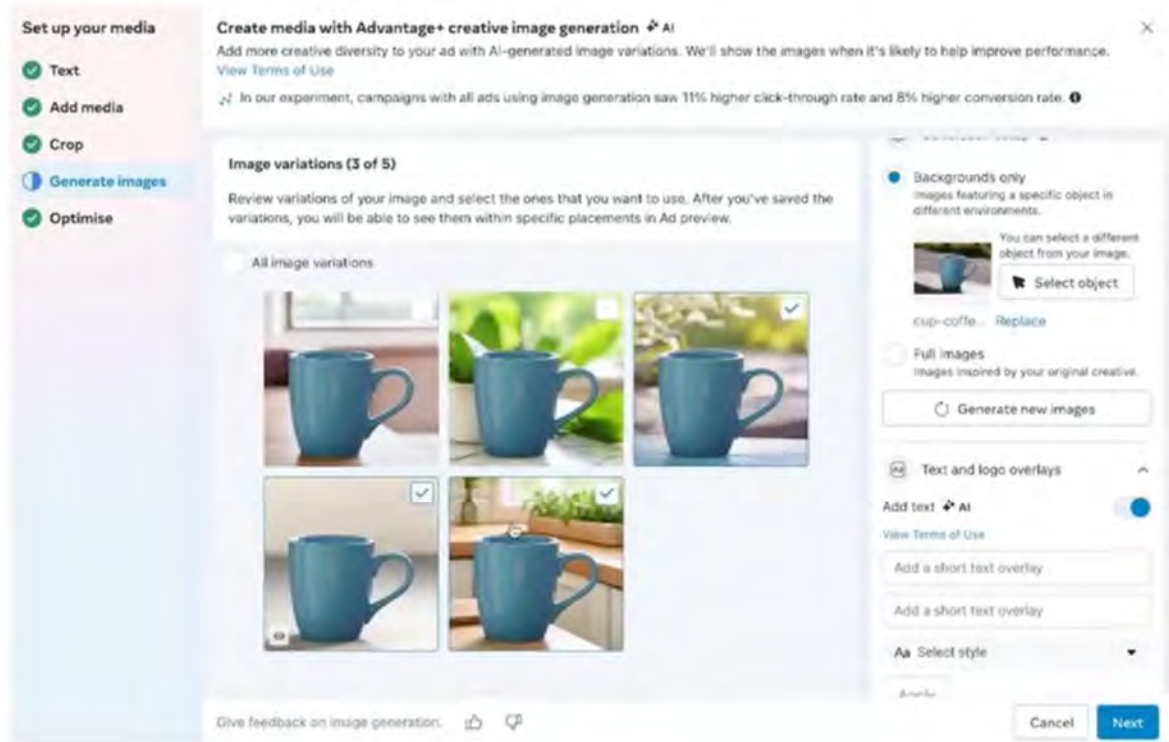
ฟีเจอร์การสร้างพื้นหลัง (Background Generation) ถือเป็นอีก 1 ฟีเจอร์ AI น่าประทับใจของ Meta ที่ไม่ว่าคุณจะมีสินค้าอะไรก็ตาม Meta AI จะช่วยให้คุณสร้างพื้นหลังได้ด้วยการคลิกเพียงไม่กี่ครั้ง

ขั้นตอนการสร้างพื้นหลังใน Meta Ads Manager

1. ในส่วนของ **"Ad Creative"** คลิกที่ **"Set Up Creative Image Ad"**
2. คลิกที่ **"Add Media"** เพื่ออัปโหลดรูปภาพผลิตภัณฑ์
3. เลือกรูปภาพที่อัปโหลดและคลิก **"Next"**
4. เลือกว่าจะครอบภาพหรือไม่ แล้วคลิก **"Next"** อีกครั้ง
5. รอสักครู่ให้ Meta AI สร้างพื้นหลังที่หลากหลาย



1. หากมีข้อความแสดงข้อผิดพลาด ให้คลิกที่ **"Select Object"** และเลือกผลิตภัณฑ์



2. คลิก **"Confirm"** และรอให้ระบบประมวลผล

4. เลือกภาพที่ต้องการ โดยคลิกที่ช่องทำเครื่องหมายข้าง ๆ แต่ละภาพ

การปรับแต่งภาพเพิ่มเติม

1. หากต้องการสร้างพื้นหลังใหม่ คลิกที่ **"generate new images"**
2. คลิกที่ **"add text"** ทางด้านขวา กรณีที่ต้องการเพิ่มข้อความ
3. พิมพ์ข้อความใส่ในภาพ



4. เลือกฟอนต์
5. คลิกที่ **"Apply"** เพื่อใส่ข้อความลงในพื้นหลัง
6. หากต้องการเพิ่มโลโก้ คลิกที่ **"Upload image"** เพื่ออัปโหลดโลโก้ลงไป

การใช้ฟีเจอร์ "Full Images"

1. เลื่อนไปที่แท็บ **"Generation Setup"** ด้านบน
2. เลือกระหว่าง **"backgrounds only"** (เปลี่ยนเฉพาะพื้นหลัง) หรือ **"full images"** (สร้างภาพใหม่ทั้งหมด)
3. หากเลือก **"full images"** ให้คลิก **"generate new images"**
4. ระบบจะสร้างภาพใหม่ทั้งหมด
5. เลือกภาพที่ชอบ จากตัวเลือกที่สร้างขึ้น



1. เพิ่มข้อความหรือองค์ประกอบอื่นๆ ตามต้องการ
2. หากไม่พอใจกับผลลัพธ์ สามารถคลิก **"generate new images"** ได้

จากการศึกษาของ Meta พบว่า ผู้ลงโฆษณาที่ใช้ฟีเจอร์การสร้างภาพเหล่านี้เห็นการเพิ่มขึ้น 11% ในอัตราการคลิกผ่าน (click through rate) และการเพิ่มขึ้น 7.6% ในอัตราการเปลี่ยนแปลง (conversion rate) เมื่อเทียบกับแคมเปญที่ไม่ได้ใช้ฟีเจอร์เหล่านี้

GENERATIVE AI ON META ADS MANAGER: BACKGROUND GENERATION

According to a internal survey done by Meta

Advertisers that use image generation features saw

+11%

INCREASE IN CONVERSION RATE

7.6%

INCREASE IN CLICK THROUGH RATE

- ปรับแต่งภาพให้ดูเป็นมืออาชีพด้วย (Image expansion)

Generative AI on Meta Ads Manager: image expansion

AUTOMATED IMAGE RESIZING FEATURE

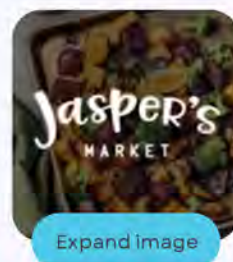


ฟีเจอร์ Image expansion เป็นเครื่องมือที่สามารถช่วยขยายและปรับแต่งภาพให้ดูเป็นมืออาชีพมากขึ้น

เช่น หากคุณมีภาพที่เป็นอัตราส่วน 1:1 ซึ่งเหมาะสำหรับโพสต์หรือโฆษณา แล้วต้องการนำไปลงสตอรี่ คุณสามารถใช้ฟีเจอร์นี้ ขยายภาพเป็นอัตราส่วน 4:5 หรือ 9:16 ได้ ทำให้ไม่จำเป็นต้องสร้างหลายเวอร์ชันของโพสต์ ในอัตราส่วนที่แตกต่างกัน

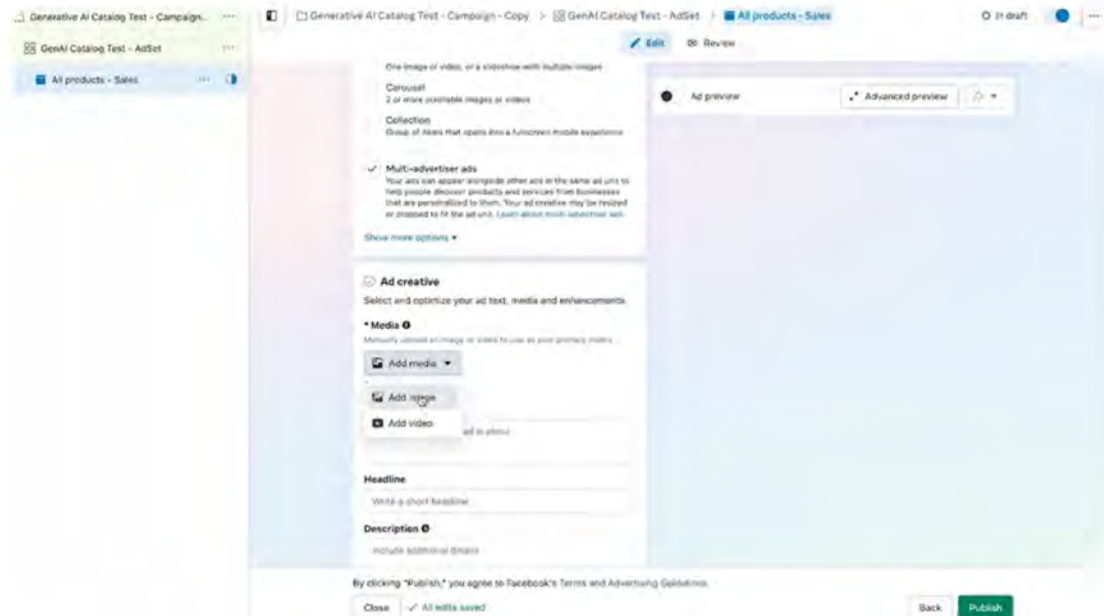
ฟีเจอร์ Image expansion

- ฟีเจอร์ที่เปิดใช้งานโดย AI ใน Meta Ads Manager
- ขยายรูปภาพโดยอัตโนมัติเพื่อให้พอดีกับหลายมิติ
- แปลงระหว่างอัตราส่วนภาพทั่วไป
 - 1:1 (square posts)
 - 4:5 (vertical posts)
 - 9:16 (stories)

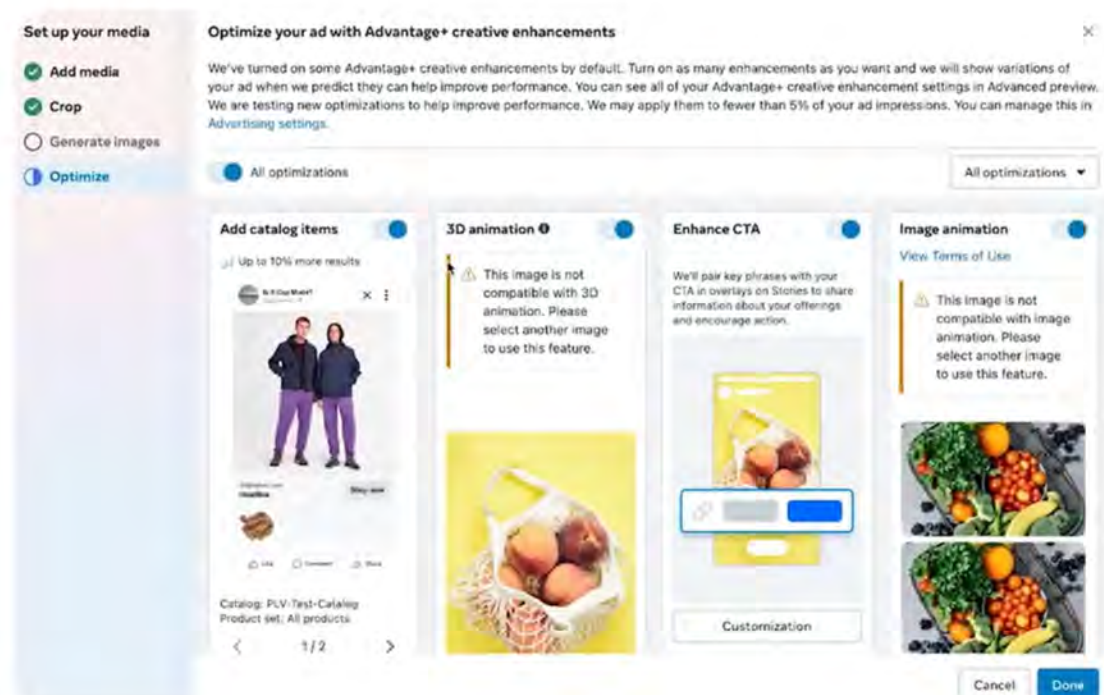


ขั้นตอนการใช้งาน

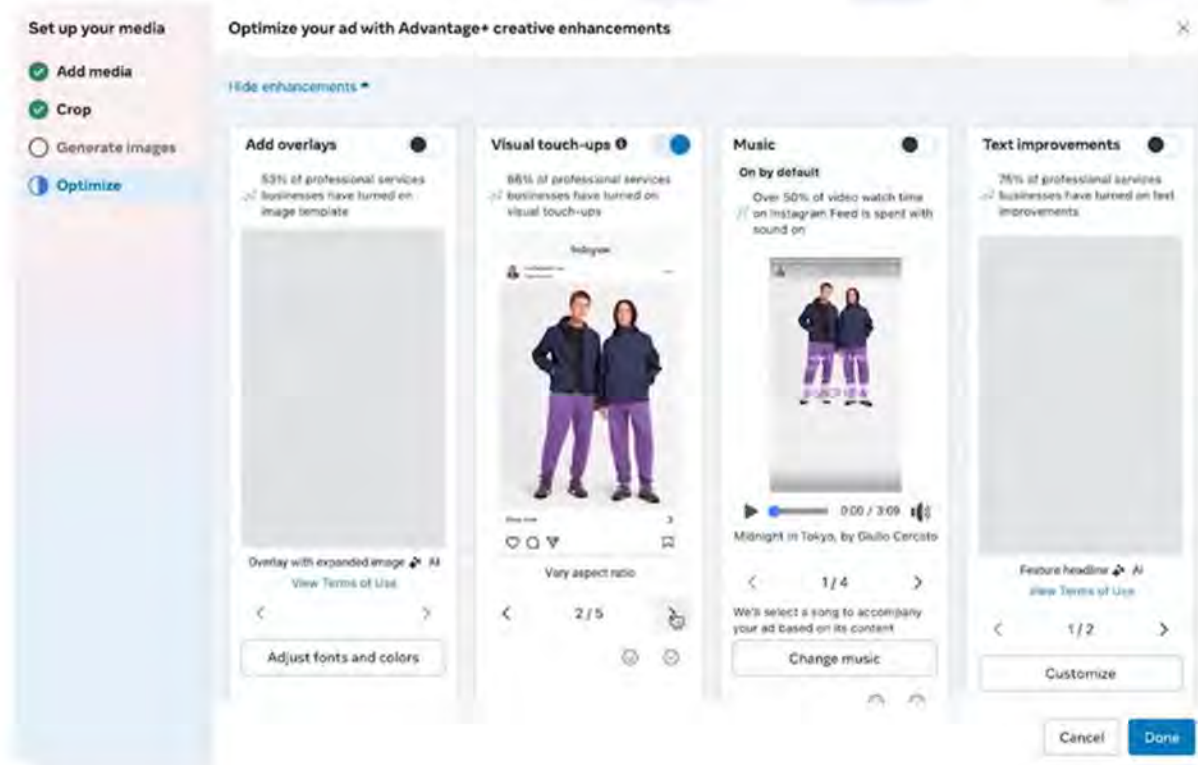
1. เข้าสู่ Meta Ads Manager และเริ่มสร้างชุดโฆษณา
2. เลื่อนลงไปยังส่วนอัปโหลดรูปภาพ
3. คลิกที่ **"Add Media"** จากนั้น คลิก **"Add Image"**



4. เลือกรูปภาพที่ต้องการอัปโหลดและคลิก **"Next"**
5. ที่หน้าจอ **"Optimize"** ปิดตัวเลือกที่เปิดอยู่โดยค่าเริ่มต้น
6. เลื่อนลงและคลิกที่ **"See 6 more active enhancements"**



7. คลิกเลือก "Visual Touch-Ups"



การใช้ฟังก์ชัน Expand Image

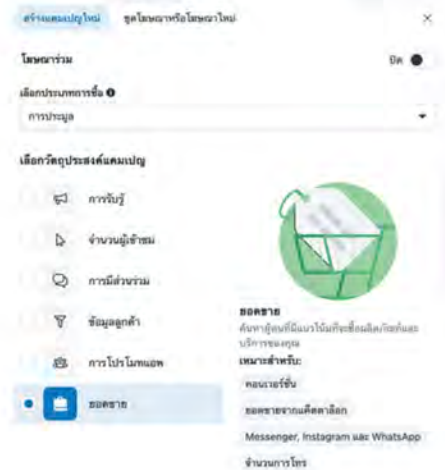
1. มองหาตัวเลือก **"Expand Image"** ด้านล่าง
2. ระบบจะแปลงภาพ เป็นรูปแบบ 9:16 โดยอัตโนมัติ
3. คลิกที่ปุ่มเพื่อดูอัตราส่วนอื่นๆ
4. เมื่อพอใจแล้ว คลิกที่ **"Done"**
5. ดูตัวอย่างโฆษณาทางด้านขวาของหน้าจอ

วิธีเข้าถึงอีกทางหนึ่ง

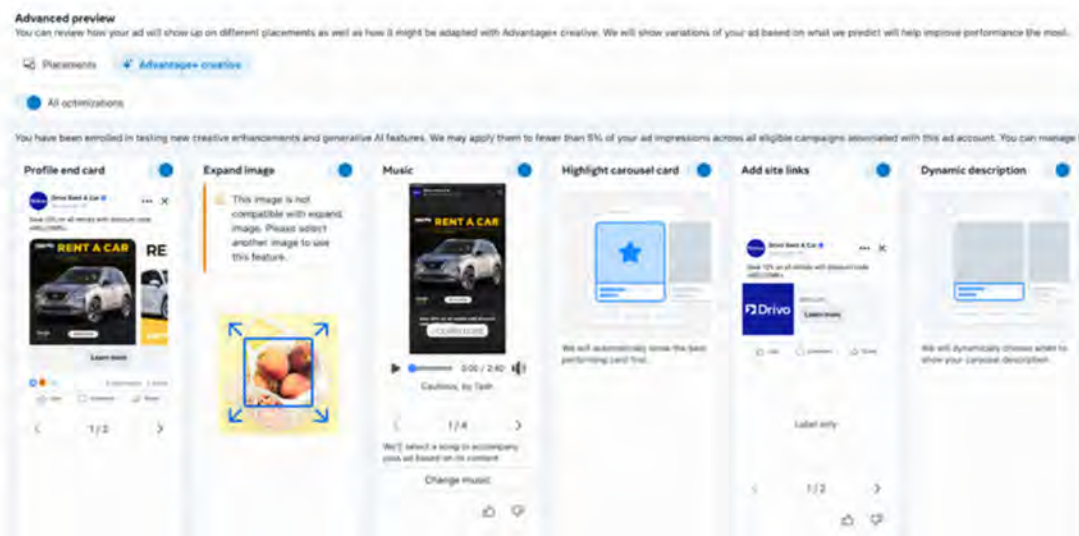
1. คลิกที่ **"Advanced Preview"**
2. ไปที่ **"Advantage+ creative"**
3. เลือกฟีเจอร์ **Visual Touch-Ups**

เทคนิคการใช้ Visual Touch-Ups สำหรับแคตตาล็อกสินค้า

1. เริ่มสร้างแคมเปญ
ใน Meta Ads Manager
2. เลือก **"Sales"** เป็นวัตถุประสงค์แคมเปญ



3. ในการตั้งค่าชุดโฆษณา เลื่อนลงและเลือก **"Carousel"**
4. หลังจากเพิ่มรูปภาพสินค้าในแคตตาล็อกแล้ว คลิกที่ **"Advanced Preview"**
5. ไปที่ **"Advantage Creative"**
6. คลิกที่ **"Expand Image"** เพื่อขยายภาพทั้งหมด



7. หากต้องการสร้างพื้นหลังที่แตกต่างกัน คลิกที่ **"Generate Backgrounds"**
8. เมื่อเลือกตัวเลือกที่ต้องการแล้ว คลิกที่ **"Save"** ไฟเวอร์นี้จะถูกนำไปใช้กับรูปภาพทั้งหมดในแคตตาล็อก

หมายเหตุ: Meta กำลังทยอยเปิดให้บริการฟีเจอร์นี้ใน Meta Ads Manager ผู้ใช้งานจะทยอยได้รับสิทธิ์เข้าถึงในเร็ว ๆ นี้

- ความเข้าใจในอคติของ AI

ทำความเข้าใจ AI bias

วิธีการตรวจสอบและหลีกเลี่ยง



โมเดล AI ได้รับแรงบันดาลใจอย่างมากจากสมองของมนุษย์ และเช่นเดียวกับที่สมองของเราสามารถพัฒนาอคติให้เกิดขึ้นได้ โมเดล AI เหล่านี้ก็พัฒนาอคติของตนเองตามข้อมูลที่น่ามาฝึกฝนได้เช่นกัน

แม้ว่าในปัจจุบัน อคติของโมเดล AI จะได้รับการแก้ไขในระดับที่มีนัยสำคัญแล้ว แต่ข้อมูลที่ใช้ในการฝึกฝน ก็ทำให้อคติเหล่านี้ยังถูกพบอยู่ ในรูปแบบของ การแสดงความชื่นชอบที่ไม่เป็นธรรม หรือสร้างผลลัพธ์ที่บิดเบือนตามปัจจัยต่างๆ เช่น เพศ อายุ สัญชาติ เชื้อชาติ และลักษณะอื่นๆ

ตัวอย่างเรื่องอคติทางเชื้อชาติ เช่น โมเดลสร้างภาพที่ได้รับ prompt ว่า "นักข่าว" "ผู้สื่อข่าว" หรือ "ผู้ประกาศข่าว" แล้วสร้างภาพเป็นเฉพาะคนผิวขาวเท่านั้น ซึ่งสาเหตุที่เป็นเช่นนี้ก็เพราะ โดยปกติโมเดลสร้างภาพ ทำงานได้เพราะพวกมันได้รับการป้อนภาพหลายแสนภาพเป็นข้อมูลสำหรับการฝึกฝน

ดังนั้น หากข้อมูลดังกล่าวขาดความหลากหลาย ไม่มีภาพของคนที่ไม่ใช่ผิวขาวที่ระบุว่าเป็นผู้สื่อข่าว, นักข่าว ฯลฯ มากพอ ก็จะส่งผลไปยังโมเดลที่ถูกสร้างขึ้น

คำนิยามของ AI bias

AI bias เกิดขึ้นเมื่อระบบสร้างผลลัพธ์ที่ไม่เป็นธรรมหรือมีการเลือกปฏิบัติ เนื่องจากข้อบกพร่องในข้อมูลที่ใช้ฝึก, อัลกอริทึม (algorithms), หรือ กระบวนการพัฒนา

การแสดงความชอบที่ไม่เป็นธรรมหรือผลลัพธ์ที่เอนเอียงอาจเกิดจาก:

- เพศ
- อายุ
- สัญชาติ
- เชื้อชาติ
- ลักษณะอื่นๆ



PROMPT

วิศวกรซอฟต์แวร์ในการประชุม

ทำไมนักการตลาดควรให้ความสำคัญกับเรื่องนี้?

ปกตินักการตลาดใช้โมเดล AI ทำสิ่งต่าง ๆ มากมาย ไม่ว่าจะเป็น การสร้างภาพโฆษณา คำบรรยาย บทความ เว็บไซต์ ทักษะ สคริปต์ ฯลฯ

นักการตลาดใช้โมเดล AI สำหรับ..



การสร้างภาพโฆษณา



การเขียนแคปชั่น



การสร้างบทความ



การออกแบบเว็บไซต์



การเขียนสคริปต์เนื้อหา

หากโมเดล AI มีความอคติ จนส่งผลกระทบต่อผลลัพธ์ที่สร้างขึ้น ก็อาจนำไปสู่ผลกระทบที่ตามมา เช่น การกีดกันลูกค้าที่มีศักยภาพ การสร้างแคมเปญที่ไม่เข้าใจความรู้สึกของผู้คน การทำลายชื่อเสียงของแบรนด์ และการส่งเสริมภาพเหมารวมที่เป็นอันตราย

เช่น หากโมเดล LLM ถูกฝึกฝนจากบทความของบริษัท Fortune 500 ซึ่งผู้นำส่วนใหญ่เป็นผู้ชาย จึงทำให้โมเดล มักสันนิษฐานว่าผู้นำบริษัทเป็นผู้ชายเสมอ

- **การปกป้องความเป็นส่วนตัวและอัตลักษณ์**

ณ จุดนี้ คุณรู้แล้วว่าทำไมสิ่งนี้ถึงเกิดขึ้น และนี่คือเหตุผลที่ว่า นักการตลาดควรเป็นผู้ตัดสินใจสุดท้ายว่าจะไรควรผ่านและอะไรไม่ควรผ่าน คุณจะต้องทำหน้าที่เป็นผู้ตรวจสอบคุณภาพ และที่สำคัญ อย่าลืมให้ความรู้แก่ทีมของคุณ เพื่อตรวจสอบให้แน่ใจว่าทุกคนเข้าใจความสำคัญในการลดอคติที่อาจเกิดขึ้นในโมเดล AI

AI เติบโตด้วยข้อมูลจำนวนมาก ข้อมูลนี้ช่วยสร้างประสบการณ์ที่เป็นส่วนตัว และแคมเปญที่มีเป้าหมายเฉพาะ อย่างไรก็ตาม ข้อมูลเดียวกันนี้อาจก่อให้เกิดความเสี่ยงต่อความเป็นส่วนตัวและอัตลักษณ์ของบุคคล เพราะทุกครั้งที่ลูกค้ามีปฏิสัมพันธ์กับเครื่องมือ AI ไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบใดก็ตาม พวกเขาก็มีแนวโน้มที่จะแบ่งปันข้อมูลออกไป

สิ่งนี้ทำให้เกิดคำถามที่ท้าทาย เราจะปกป้องบุคคลจากการนำข้อมูลหรืออัตลักษณ์ ของพวกเขาไปใช้ในทางที่ผิดได้อย่างไร? ผู้บริโภคจะเชื่อใจได้อย่างไรว่าสิ่งที่พวกเขากำลังเห็นหรือได้ยินนั้นเป็นของแท้?

ในฐานะนักการตลาด เราต้องสร้างสมดุล ระหว่างการใช้ประโยชน์จากความสามารถของ AI กับการเคารพความเป็นส่วนตัวและรักษาความไว้วางใจ นี่คือกลยุทธ์สำคัญ:



1. **ความโปร่งใส (Transparency)** แจ้งให้ชัดเจนเกี่ยวกับวิธีที่คุณใช้ AI และข้อมูลลูกค้า เปิดเผยการใช้งานเสมอ
2. **การยินยอม (Consent)** ขอรับอนุญาตอย่างชัดเจนสำหรับการใช้ข้อมูลจากผู้ใช้งานของคุณเสมอ
3. **การลดข้อมูลให้เหลือน้อยที่สุด (Data minimization)** เก็บเฉพาะสิ่งที่คุณต้องการ
4. **ความปลอดภัย (Security)** ลงทุนในมาตรการป้องกันข้อมูลที่แข็งแกร่ง
5. **แนวทางจริยธรรม (Ethical guidelines)** พัฒนาและยึดมั่นในมาตรฐานจริยธรรมที่เข้มแข็งสำหรับการใช้ AI

โปรดงดเว้นการใช้ข้อมูลที่ไม่ได้รับความยินยอมของบุคคลใดๆ ไม่ว่าจะเป็นบุคคลสาธารณะหรือบุคคลทั่วไป ไม่ว่าจะเป็นข้อความ รูปภาพ เสียง หรือวิดีโอ ในแคมเปญการตลาดหรือการสร้างเนื้อหา สิ่งเหล่านี้ยังคงอยู่ภายใต้คดีทางกฎหมายเกี่ยวกับอัตลักษณ์ในประเทศส่วนใหญ่

- **สร้างความไว้วางใจผ่านความเปิดเผยและตรวจสอบได้**

ความโปร่งใสใน AI หมายถึง การเปิดเผยและความซื่อสัตย์เกี่ยวกับวิธีและเวลาที่เราใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการทำการตลาด โดยนักการตลาดควรสื่อสารอย่างชัดเจน ถึงการมีส่วนร่วมในการสร้างเนื้อหา การปรับแต่งประสบการณ์ หรือการตัดสินใจ ที่ AI เข้ามาเกี่ยวข้อง

ทำไมความโปร่งใสถึงสำคัญ?



สร้างความไว้วางใจ
ความโปร่งใสช่วยสร้างความไว้วางใจกับผู้ชมซึ่งนำไปสู่ความสัมพันธ์ระยะยาว



การปฏิบัติตามกฎหมาย
ความโปร่งใสจำเป็นต้องปฏิบัติตามกฎหมายที่กำลังจะมีขึ้นเกี่ยวกับ AI



จริยธรรม
การเปิดเผยการใช้ AI ถือเป็นแนวปฏิบัติทางจริยธรรมที่ดีในการตลาด

- ช่วยสร้างความไว้วางใจกับผู้ชมของคุณในระยะยาว
- เป็นแนวปฏิบัติทางจริยธรรมที่ดี
- **การปฏิบัติตามกฎหมาย** - กฎหมายเกี่ยวกับ AI ยังไม่ชัดเจนในขณะนี้ แต่จะมีผลบังคับใช้ในทุกประเทศในไม่ช้า ตัวอย่างเช่น แนวทางเนื้อหาของ YouTube และ Meta ระบุแล้วว่า จะต้องเปิดเผยการใช้งาน หากเนื้อหาที่สร้างขึ้น มีการใช้งาน AI

วิธีการสร้างความโปร่งใส



เปิดเผยการใช้ AI

แจ้งให้ผู้ชมทราบเกี่ยวกับการใช้ AI ในแคมเปญ



อธิบายประโยชน์ของ AI

เน้นว่าการใช้ AI จะปรับปรุงประสบการณ์ของผู้ใช้ได้
อย่างไร

อันดับแรก เปิดเผยการใช้ AI ในแคมเปญ

อันดับที่สอง คือ อธิบายประโยชน์ของ AI ให้ผู้ชมทราบว่า AI ถูกนำมาช่วยให้พวกเขา
มีประสบการณ์ที่ดีขึ้นอย่างไร เช่น "เราใช้ AI เพื่อปรับแต่งคำแนะนำผลิตภัณฑ์
ให้เหมาะกับคุณโดยเฉพาะ"

ยกตัวอย่าง การสร้างแคมเปญโซเชียลมีเดียโดยใช้ภาพที่สร้างขึ้นด้วย AI
ผู้ใช้สามารถแสดงความโปร่งใสได้โดยระบุความต่อไปนี้

"โฆษณานี้มีภาพศิลปะที่สร้างขึ้นด้วย AI ในขณะที่ภาพเป็นงานที่สร้างโดย AI
ข้อความและกลยุทธ์แคมเปญเป็นฝีมือมนุษย์ 100% ขับเคลื่อนโดยทีมครีเอทีฟของ
เรา"

จำไว้ว่า ความโปร่งใสไม่ได้เป็นเพียง Buzz word เท่านั้น แต่ยังเป็นเครื่องมือ
สำหรับสร้างความสัมพันธ์ที่แข็งแกร่งกับกลุ่มเป้าหมาย ดังนั้น การเปิดเผยเกี่ยวกับการ
การใช้ AI จะไม่เพียงแต่ช่วยเตรียมพร้อมสำหรับกฎระเบียบที่อาจเกิดขึ้น แต่ยังช่วย
กำหนดตำแหน่งแบรนด์ ให้เป็นที่น่าเชื่อถือและไว้วางใจในสายตาของผู้บริโภคอีกด้วย

บทสรุป

การใช้ Meta AI สำหรับธุรกิจเปิดโอกาสให้นักการตลาดสร้างสรรค์เนื้อหา และแคมเปญที่น่าประทับใจด้วยความสะดวกรวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นการสร้างข้อความ อัตโนมัติ การออกแบบพื้นหลัง หรือการปรับแต่งภาพ อย่างไรก็ตาม พลังของ เทคโนโลยีนี้มาพร้อมความรับผิดชอบ การตระหนักถึงอคติ การเคารพความเป็น ส่วนตัว และการรักษาความโปร่งใส ซึ่งจะช่วยให้คุณใช้ Meta AI ได้อย่างมี จริยธรรมและมีประสิทธิภาพ สามารถสร้างความไว้วางใจกับลูกค้าในระยะยาว และนำพาธุรกิจให้เติบโตก้าวหน้าไปข้างหน้าได้ในยุคดิจิทัล

เรียนรู้เพิ่มเติม กับ Meta Blueprint

fb.me/facebook_blueprint

