

ออกแบบสื่อโฆษณาอย่างไรได้บ้าง

สื่อที่ใช้ในการโฆษณามักมีสร้างขึ้นมาเพื่อตอบโจทย์วัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันออกไป โดยจะแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ

- 1) ภาพนิ่ง (Photos)
- 2) วีดีโอ หรือภาพเคลื่อนไหว (Video)

ภาพนิ่ง (Photos)

- Picpost
เป็นการนำเสนอบนกราฟฟิก เพียงภาพเดียว โดยใช้รูปและองค์ประกอบต่างๆ ไว้ในแผ่นเดียว ประกอบไปด้วยคำที่สั้น กระชับ ได้ใจความ เข้าใจง่าย รวมถึงคุม Mood and Tone ได้ดี
- Gallery หลายแผ่น
เป็นรูปแบบกราฟฟิกที่มากกว่า 1 ภาพ โดยใช้ในการเล่าเรื่องเรื่องเดียวกัน เหมาะสำหรับเนื้อหาที่มีรายละเอียดหลากหลายหัวข้อ
- Infographic
เหมาะแก่ข้อมูลที่ต้องการมาสรุปให้ดูง่ายโดยเฉพาะข้อมูลความรู้ ทางวิชาการ อาจเป็นสถิติ ตาราง รูป แผนภูมิ หรือกราฟ ให้ไม่น่าเบื่อและอ่านง่ายมากขึ้นสำหรับกลุ่มเป้าหมาย



- Typography
การออกแบบโดยใช้ตัวหนังสือเท่านั้นในภาพ



วิดีโอหรือภาพเคลื่อนไหว

- Motion Graphics
เน้นใช้ Concept หรือสิ่งที่ต้องการสื่อสาร ให้ความสำคัญกับ Art Direction และ Branding และให้ความสำคัญกับการจัดองค์ประกอบภาพ การเคลื่อนไหวของภาพ เพื่อสร้างความน่าสนใจและการจดจำผลงานมากกว่าการสร้างอารมณ์ความรู้สึก โดยอาจมีหรือไม่มีตัวละครก็ได้ และไม่ต้องมีบทสนทนาเพื่อเล่าเรื่อง
- Animated
เป็นเทคนิคหนึ่งที่ใช้ในการทำ Motion Graphics โดยจำเป็นต้องมีตัวละครและมีบทสนทนาเพื่อเล่าเรื่อง ให้ความสำคัญกับการเล่าเรื่อง โดยมีการวางโครงเรื่องเพื่อสื่อความหมาย
- Cinemagraph
Cinemagraph มาจาก Cinema + Photograph คือการรวมภาพนิ่งและกับวิดีโอ คือการมีบางส่วนของภาพที่ขยับได้ การนำเสนอในรูปแบบนี้ช่วยดึงดูดคนที่เห็นได้เป็นอย่างดี และยังมีโอกาสในเข้าถึงผู้บริโภคแบบ Organic มากกว่าภาพนิ่งธรรมดา เป็นอย่างมาก
ตัวอย่าง: [Cinemagraph Winter Pipe InlineGraphic.gif \(640×360\) \(brandbuffet.in.th\)](#)
- GIF
เป็นภาพเคลื่อนไหว ระยะเวลาสั้นๆ ไม่เกิน 5 วินาที ที่สื่อถึงอารมณ์หรือความรู้สึก และขื่นๆ นิ่งๆ ของเนื้อเรื่องที่ต้องการจะสื่อเท่านั้น เหมาะกับการใช้เป็นเกมกิจกรรมร่วมสนุก, Meme ในรูปแบบ GIF ที่ใช้ตอบสนองหรือล้อเลียนกระแสสังคม

ตัวอย่าง: Kotobuki Singapore สร้างแคมเปญให้ร่วมหยุดภาพ GIF เพื่อลุ้นรางวัล

SCREENSHOT & WIN!

