หัวข้อสารนิพนธ์	**วิเคราะห์สารโฆษณา และกลยุทธ์ในการสร้างสารโฆษณา : ศึกษากรณี แชมพูสระผมซันซิล ชุด ซันซิล โยเกิร์ต**
	THE CONTENT ANALYSIS AND ADVERTISING MESSAGE STRATEGY : A CASE STUDY SHAMPOO SUNSILK YOGHURT
นักศึกษา	**นางสาวเดือนเพ็ญ มิทิน รหัสประจำตัว 46503551**
อาจารย์ที่ปรึกษา	**รองศาสตราจารย์ ดร. พรทิพย์ ดีสมโชค**
หลักสูตร	**นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต**
กลุ่มวิชา	**สาขาวิชาการโฆษณา**
คณะ	**บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม**
พ.ศ.	**2548**

บทคัดย่อ

สารนิพนธ์เล่มนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ วิเคราะห์สารโฆษณา และกลยุทธ์ ในการสร้างสารโฆษณาของแชมพูสระผมซันซิล ชุด ซันซิล โยเกิร์ต โดยจะศึกษาว่ามีลักษณะเนื้อหาอย่างไรรวมถึงกลยุทธ์ในการสร้างสารโฆษณาว่ามีลักษณะอย่างไร ระเบียบวิธีศึกษาที่ใช้ในการศึกษา คือ การศึกษาเชิงคุณภาพ โดยการวิเคราะห์จากตัวภาพยนตร์โฆษณาและนำเสนอออกมาในรูปแบบของการวิเคราะห์ตามหน่วยในการวิเคราะห์

ผลของการศึกษาสามารถสรุปได้ดังนี้

สารโฆษณา (Message)

1.1 ข้อความ (Copy)

บทพูดในภาพยนตร์โฆษณา พูดอธิบาย และเชิญชวนให้เกิดความสนใจสินค้าโดยใช้มีบทพูดง่ายๆ ที่สะท้อนให้เห็นถึงตัวผลิตภัณฑ์ซึ่งสามารถสื่อให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจได้ จากสาร แชมพูสระผมซันซิล โยเกิร์ตนี้ มีประสิทธิภาพที่สามารถทนกับสภาพลม และอากาศ ถึงแม้ว่าจะถูกลมพัดแรงแค่ไหนก็สามารถคืนทรงกลับสู่สภาพเดิม เส้นผมยังคงนุ่มสลวย ไม่พันกัน ดูเป็นเงางาม ทำให้เกิดความมั่นใจในทุกสถานการณ์

SPU CHONBURI

1.2 ท่าทาง (Character)

นักแสดงนำสามารถสื่อลักษณะท่าทางออกมาในลักษณะที่ชัดเจน สร้างความน่าเชื่อถือ และทำให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อมั่นต่อผลิตภัณฑ์ แลตราสินค้า

1.3 แนวเรื่อง (Story Line)

แนวเรื่องเป็นเรื่องที่มีความชัดเจนในการนำเสนอสินค้า ที่สอดแทรกอารมณ์ขัน เล็กน้อย เพื่อที่ให้คนเกิดการจดจำภาพยนตร์โฆษณา และตราสินค้าได้

1.4 เนื้อเรื่องโฆษณา

เนื้อเรื่องเป็นการสร้างสถานการณ์ และดำเนินเรื่องแบบง่ายๆ ไม่ซับซ้อนมากแต่มีความสนุกและสามารถจำได้ง่าย

กลยุทธ์ (Strategy)

กลยุทธ์ที่ใช้ในโฆษณาชุดนี้ คือ

1. ใช้นักแสดงนำ (Presenter) เป็นผู้หญิงเพื่อให้สอดคล้องกับการนำเสนอผลิตภัณฑ์ ที่เจาะตลาดผู้หญิง
2. นำเสนอประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ ที่แปลกใหม่ซึ่งสามารถทำให้สุขภาพผมดีขึ้น ทำให้เกิดความมั่นใจกับสภาพเส้นผม
3. เป็นการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ที่ไม่ซ้ำซากจำเจ โดยการนำเสนอสูตรบำรุงเส้นผมด้วยนวัตกรรมใหม่ และบรรจุภัณฑ์ที่แตกต่างจากคู่แข่ง เป็นผู้เปิดตลาด และสร้างการจดจำเป็นรายแรก
4. เน้นกิจกรรมส่งเสริมการตลาด (Campaign) ที่สร้างสรรค์ และสร้างการจดจำ ให้กลุ่มเป้าหมายติดตามอย่างต่อเนื่อง
5. ทำกิจกรรมเชิงการตลาด (Event Marketing) ด้วยวิธีการ ลด แลก แจก แถม เพื่อโน้มน้าว และดึงดูดความสนใจ จากกลุ่มเป้าหมาย

SPU CHONBURI