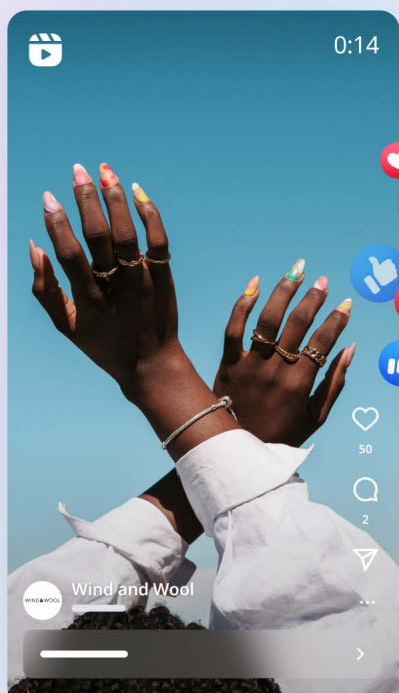
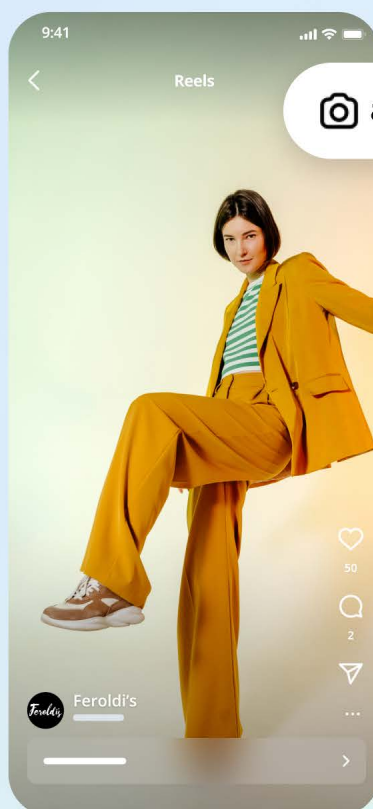
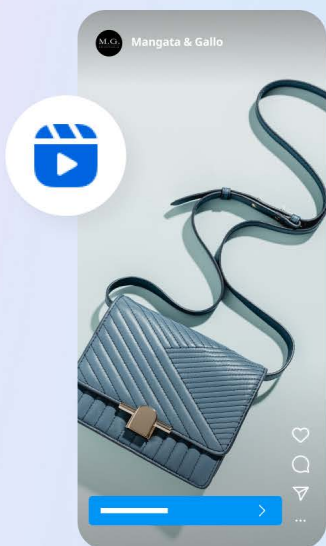


คู่มือสร้างโฆษณา แบบวิดีโอในสโตร์คลิป Reels ของ Meta

เรียนรู้วิธีการกระตุ้นยอดขายในร้านหรือทางออนไลน์และเพิ่มประสิทธิภาพของโฆษณา ด้วยการสร้างโฆษณาแบบวิดีโอที่เปี่ยมอรรถรสและโดนใจลูกค้า



แต่คำถามแรกคือ ทำไมต้องใช้ Reels

คลิป Reels เป็นวิดีโอที่เข้าถึงง่ายและให้ความบันเทิง ซึ่งกำลังเปลี่ยนวิธีที่ลูกค้าโต้ตอบกับโฆษณาบนแพลตฟอร์ม Meta ไป...

...และคลิป Reels จะยิ่งมีประสิทธิภาพมากขึ้นเมื่อคุณเปลี่ยนให้เป็นโฆษณา 🏆

โฆษณาแบบวิดีโอในสโตร์คลิป Reels ให้ผลลัพธ์ที่แท้จริง ดังนี้¹

ต้นทุนต่อผลลัพธ์เพิ่มขึ้น

16%

ผลตอบแทนจากค่าใช้จ่ายในการโฆษณาเพิ่มขึ้น

13%

อัตราคอนเวอร์ชันเพิ่มขึ้น

29%

การเข้าถึงเพิ่มขึ้น

11%

1. ผลลัพธ์จะอิงจากการศึกษาแบบดิลีฟท์ 10 ชิ้นที่จัดทำขึ้นระหว่างเดือนเมษายน 2023 ถึงเดือนพฤษภาคม 2023 โดยผู้ลงโฆษณาระดับโลกจากหลายหมวดหมู่ ได้แก่ อีคอมเมิร์ซ สินค้าอุปโภคบริโภค การขายปลีก และเทคโนโลยี ชิ้นงานโฆษณา Reels แบบเบเกิ้ลเป็นชิ้นงานโฆษณาแบบวิดีโออัตราส่วน 9:16 แบบเปิดเสียงซึ่งอยู่ภายในโซนปลอดภัย ชิ้นงานโฆษณาเหล่านี้จะมียอดการมองเห็นเพิ่มขึ้นโฆษณาเพิ่มเติมอย่างน้อย 1 รายการอย่างเช่น การนำเสนอผ่านตัวบุคคล, โอเวอร์เลย์สติกเกอร์ข้อความ, วอยซ์โอเวอร์, คอนเทนต์ธรรมดาๆ และ “การปล่อยหมัดเด็ด” ตั้งแต่ 2-3 วินาทีแรก

สารบัญ

ส่วนที่

01

ข้อมูลสำคัญสำหรับชิ้นงานโฆษณาแบบคลิป Reels

ส่วนที่

02

ไอเดียสำหรับโฆษณาแบบวิดีโอขึ้นถัดไปของคุณ

ส่วนที่

03

วิธีสร้างโฆษณาแบบวิดีโอในสโตร์คลิป Reels

ส่วนที่

04

การเผยแพร่โฆษณาในผู้จัดการโฆษณา Meta

ส่วนที่

05

เรื่องราวความสำเร็จ: Mami Wata Surf
และ El Ray Court

ส่วนที่

06

เพิ่มเติม: รายการตรวจสอบคลิป Reels
เพื่อโฆษณาที่มีประสิทธิภาพสูงสุด 

ข้อมูลสำคัญสำหรับชิ้นงานโฆษณาแบบคลิป Reels



ตรวจสอบให้แน่ใจว่าโฆษณาแบบวิดีโอในสโตร์คลิป Reels มีคุณสมบัติตรงตามหัวข้อต่อไปนี้เพื่อประสิทธิภาพสูงสุด



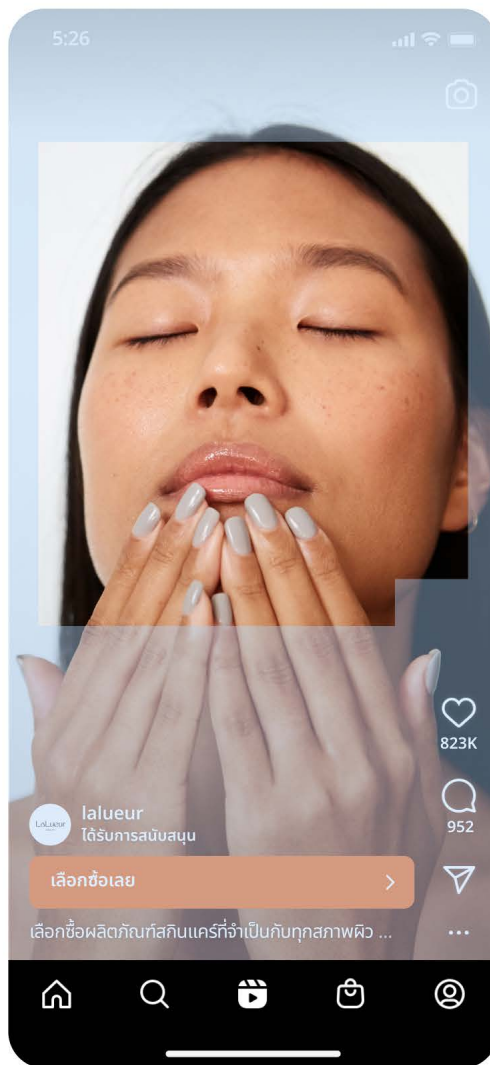
ใช้อัตราส่วน 9:16 เพื่อให้วิดีโอของคุณเต็มมออร์รอส

โฆษณาแบบวิดีโอในสโตร์คลิป Reels ที่ใช้อัตราส่วนกว้างยาว 9:16 มีคะแนนการตอบสนองเชิงบวกโดยเฉลี่ยสูงกว่าโฆษณาที่ไม่ได้ใช้อัตราส่วนกว้างยาว 9:16 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติถึง 7 จุด²



สร้างให้เหมาะกับการรับชมแบบเปิดเสียงเพื่อให้วิดีโอของคุณน่าดึงดูด

โฆษณาแบบวิดีโอในสโตร์คลิป Reels ที่มีทั้งเพลงและวอยซ์โอเวอร์มีคะแนนการตอบสนองเชิงบวกโดยเฉลี่ยสูงกว่าโฆษณาที่ไม่มีเสียงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติถึง 15 จุด³



สร้างให้อยู่ใน “โซนปลอดภัย” เพื่อให้วิดีโอน่ารับชม

“โซนปลอดภัย” คือสัดส่วนของโฆษณาแบบวิดีโอในสโตร์คลิป Reels ที่จะไม่มีการโดนอินเทอร์เฟซของ Reels บัง เช่น ไอคอนโปรไฟล์หรือปุ่มกระตุ้นให้ดำเนินการ จัดตำแหน่งข้อความสำคัญและจุดโฟกัสของภาพให้อยู่ในโซนปลอดภัย เพื่อรับอัตราการคลิกผ่าน (CTR) ที่เพิ่มขึ้นถึง 28%⁴



แสดงภาพผู้คนเพื่อกระตุ้นประสิทธิภาพ

เพิ่มข้อความที่เน้นการเคลื่อนไหวหรือผู้คนพูดคุยกับกล้องโฆษณาในสโตร์คลิป Reels ที่ทำเช่นนี้มี CTR เพิ่มขึ้น 27%⁵

2 & 3 แหล่งที่มา: การศึกษาผู้บริโภคโดย MetrixLab (การศึกษาด้านออนไลน์ที่ได้รับการสนับสนุนจาก Meta ซึ่งสำรวจผู้คนในสหรัฐฯ ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไปจำนวน 10,000 รายซึ่งเป็นผู้ใช้งานต่อเนื่องที่ใช้ Instagram เป็นประจำในไตรมาสที่ 1 ปี 2022) คำนิยามเกณฑ์ชีวิต: การตอบสนองเชิงบวกคือเกณฑ์ชีวิตแบบรวมที่วัดได้จากการแสดงโฆษณาแบบควบคุมเพื่อประเมินประสิทธิภาพของชิ้นงานโฆษณาในการสร้างความรู้สึกเชิงบวกเกี่ยวกับแบรนด์ ซึ่งวัดได้โดยการสำรวจในช่วงกลาง/ปลายของกระบวนการการกวดำเนินการและคุณลักษณะมีดังต่อไปนี้ 12.5% สำหรับ “สนใจมากขึ้น”, “มีมุมมองเปลี่ยนไปในทางที่ดีขึ้น”, “จะแนะนำต่อ” และ “ตั้งใจดำเนินการ” และ 5.5% สำหรับ “ความบันเทิง”, “ความเป็นที่ชื่นชอบ”, “ความเกี่ยวข้อง”, “ความโดดเด่น”, “ความน่าเชื่อถือ”, “ความเป็นเอกลักษณ์”, “ความสดใหม่ของข้อมูล” และ “ความเหมาะสม” ของแบรนด์ตามข้อมูลที่ได้รับจากแพลตฟอร์ม

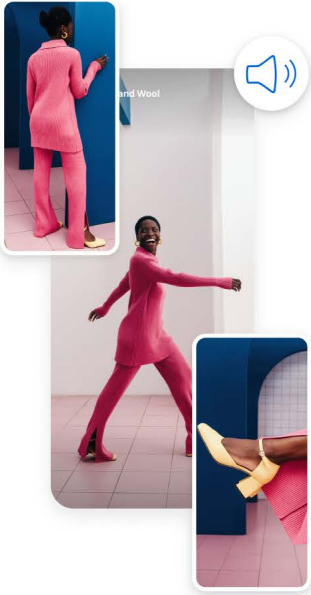
4 แหล่งที่มา: การออกแบบโซนปลอดภัย: การวิเคราะห์ผลลัพธ์ที่ระดับด้านการจัดวางของโฆษณาที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาแบบดิจิทัลทั่วโลกจำนวน 58 ชิ้น ซึ่งถูกกำหนดไว้ ณ เวลาที่เริ่มทำการศึกษว่าเป็นการทดสอบการเพิ่มของ Reels ในฐานะช่องทางการจัดวางในกลยุทธ์ปัจจุบันของแคมเปญ โดยเป็นการศึกษาที่จัดทำขึ้นตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2021 ถึงเดือนมีนาคม 2022 การศึกษาจะถือว่าโฆษณาออกนอกโซนปลอดภัยบน Reels หากส่วนหนึ่งของข้อความโอเวอร์เลย์สิ่งที่แสดงอัตลักษณ์ของแบรนด์ หรือป้ายสินค้า ถูกส่วนใดส่วนหนึ่งของอินเทอร์เฟซผู้ใช้บน Reels หรือไอคอนกล้องบนหน้าจอ

5 แหล่งที่มา: การวิเคราะห์โฆษณาบน Reels ของ Instagram และ Facebook จำนวน 2.2 ล้านชิ้นจากทั่วโลก ทั้งนี้ ผลการศึกษานี้ไม่ได้เป็นการรับประกันถึงผลลัพธ์ที่จะได้ในอนาคต

02

ไอเดียสำหรับโฆษณาแบบวิดีโอขึ้นถัดไปของคุณ 📌

2 ใน 3 ของผู้ตอบแบบสำรวจกล่าวว่าตนซื้อสินค้าหรือบริการหลังจากรับชมคลิป Reels¹ เพิ่มยอดขายออนไลน์และในร้านโดยลองใช้รูปแบบเรื่องราวที่ลูกค้าชื่นชอบต่อไปนี้อย่างน้อยหนึ่งอย่าง



คลิปรวมรูปภาพ

ซิงค์คอลเลกชันรูปภาพหรือวิดีโอกับเพลงเพื่อบอกเล่าเรื่องราวสั้นๆ



ไอเดีย

“พบกับ [ใส่ชื่อสินค้า]”: นำเสนอรูปภาพและวิดีโอที่หลากหลายเพื่อบอกเล่ารายละเอียดสินค้า สินค้าที่กำลังใช้ และอื่นๆ

“สินค้าใหม่รับฤดูใบไม้ร่วง” มัดรวมสินค้าใหม่หรือสินค้าโปรดประจำซีซั่นเพื่อสร้างความตื่นเต้น

คลิปปรายการนำเสนอใจ

ใช้แนวทางการบอกเล่าเรื่องราวแบบบทความด้วยสติกเกอร์ข้อความเพื่อแยกย่อยวิดีโอออกเป็นส่วนเล็กๆ



ไอเดีย

“5 วิธีในการใช้ [สินค้าของคุณ]” คลิปปรายการนำเสนอใจจะให้อรรถรสเป็นพิเศษหากสินค้าของคุณสามารถนำมาใช้ได้ในวิธีที่คาดไม่ถึง

“3 สิ่งที่จะถูกใจคุณเกี่ยวกับ [สินค้าของคุณ]” สร้างคลิป Reels ให้ความบันเทิงสั้นๆ เพื่อบอกเหตุผลดีๆ ที่จะทำให้ลูกค้าชื่นชอบสินค้า



1. แหล่งที่มา: แบบสำรวจผู้บริโภคทั่วโลกเกี่ยวกับวิดีโอแบบสั้นโดย Factworks (แบบสำรวจออนไลน์ที่ได้รับการสนับสนุนจาก Meta ซึ่งสำรวจผู้บริโภคราย 12,600 รายที่มีอายุ 13-64 ปี โดยเป็นผู้ใช้คอนเทนต์วิดีโอรูปแบบสั้น (SFV) ใน AU, US, BR, DE, UK, KR, JP, IN และ FR), ต.ค. - พ.ย. 2022



คลิปถามตอบ

ตอบคำถามที่พบบ่อยเกี่ยวกับร้านค้าออนไลน์และร้านค้าปลีก

ไอเดีย

“คำถามที่ลูกค้าถามเข้ามามากที่สุด”: วิธีนี้จะช่วยตอบคำถามที่พบบ่อยได้เป็นอย่างดี

ให้ลูกค้าสัมภาษณ์คุณ/พนักงาน: รูปแบบที่เป็นการสัมภาษณ์จะสร้างความรู้สึกร่วมกันและนำเสนอตัวตนของแบรนด์ได้แบบเรียลไทม์

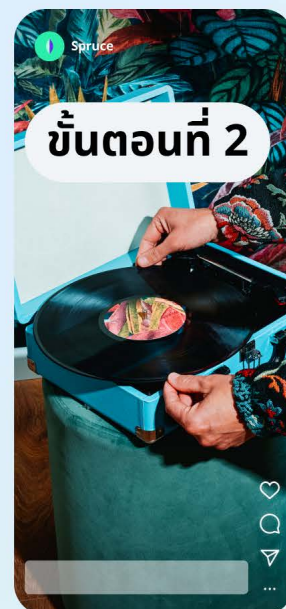
คลิปแนะนำการทำสิ่งต่างๆ

ตอบแทนกลุ่มเป้าหมายของคุณด้วยการแชร์ความรู้หรือนำเสนอสิ่งยากๆ ให้เข้าใจง่าย

ไอเดีย

โชว์ภาพลูกค้าตัวจริงที่กำลังใช้สินค้าของคุณ: นำลูกค้าที่ชื่นชอบสินค้าของคุณจริงๆ มาอยู่ในคลิปเพื่อช่วยสร้างความเชื่อถือและความรู้สึกร่วม

สาธิตแบบทีละขั้นตอน: แสดงวิธีใช้ผลิตภัณฑ์เฉพาะสถานการณ์ให้ลูกค้าดู เช่น ในช่วงฤดูกาลต่างๆ



คลิปมุมมองเบื้องหลังการถ่ายทำ

ให้ผู้ชมได้ดูเบื้องหลังการทำงานเล็กๆ น้อยๆ

ไอเดีย

“กว่าจะได้มาเป็น [สินค้าของคุณ]”: การไฮไลท์งานฝีมือและความประณีตที่มอบให้กับสินค้าทุกๆ ชิ้นนั้นสร้างฐานลูกค้าที่เหนียวแน่นได้เป็นอย่างดี

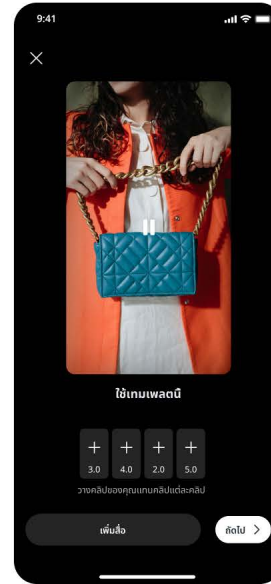
“เราจัดหาวัสดุของเราอย่างไร”: แสดงให้เห็นว่าแบรนด์ของคุณมีความโปร่งใสและเป็นตัวของตัวเองผ่านข้อมูลด้านความยั่งยืนที่ลูกค้าให้ความสำคัญ

03

วิธีสร้างโฆษณาแบบวิดีโอในสโตร์คลิป Reels



โฆษณาเริ่มมีลักษณะคล้ายกับคอนเทนต์แบบออร์แกนิกมากขึ้น ใช้ฟีเจอร์การสร้างและแก้ไขคลิป Reels แบบออร์แกนิกเพื่อสร้างคอนเทนต์ที่ดูเข้ากับแพลตฟอร์มสำหรับโฆษณาของคุณ



ตัวเลือกที่ 1:

สร้างคลิป Reels ในแอป Instagram

1. ไปที่แอป Instagram
2. เลือกปุ่มโพสต์ใหม่ จากนั้นเลือก “คลิป Reels” เพื่อเริ่มต้นใช้งาน
3. แตะปุ่มชัตเตอร์หลายคลิปเพื่อถ่ายและนำคลิปหลายๆ คลิปมาปะติดปะต่อเรียงร้อยกันภายในคลิป Reels ของคุณ
4. อัปโหลดวิดีโอหรือภาพนิ่งจากม้วนฟิล์ม



ตัวเลือกที่ 2:

ใช้เทมเพลตคลิป Reels ใน Instagram

เทมเพลตของคลิป Reels บน Facebook และ Instagram จะให้คุณได้ยืมโครงสร้างและเสียงของคลิป Reels คลิปอื่นมาใช้ แล้วอัปโหลดภาพหรือวิดีโอของคุณเองได้

1. ไปที่แท็บ Reels
2. เลือกไอคอนกล่องที่มุมขวาบน ซึ่งคุณมักจะใช้อัปโหลดเนื้อหา
3. คุณจะเห็นส่วน “คลิป Reels และเทมเพลต” ที่ด้านล่างสุดของหน้าจอ คลิก “เทมเพลต”
4. ในส่วนนี้คุณสามารถค้นหาเทมเพลตที่กำลังมาแรงเพื่อเลือกการแก้ไขที่ดีที่สุดได้



เคล็ดลับ: คุณจะพบปุ่มเทมเพลตในส่วนอื่นๆ ที่คุณใช้เพื่อดูคลิป Reels ได้เช่นกัน ซึ่งได้แก่

✓ ในฟีดของคุณ

✓ เนื้อหา Reels ในบัญชีต่างๆ

✓ แท็บ Reels

✓ ในส่วนค้นพบ

การเผยแพร่โฆษณาในตัวจัดการโฆษณา Meta



ตอนนี้คุณมีคอนเทนต์วิดีโอแล้ว มาสร้างโฆษณาแบบวิดีโอในสโตร์สคิป Reels กันเลย

1. ทุบระดับชุดโฆษณาในตัวจัดการโฆษณา ให้เลือก “ใช้โพสต์ที่มีอยู่” ในส่วน “การตั้งค่าโฆษณา”
2. ไปยังแท็บ Facebook หรือ Instagram แล้วเลือกโพสต์ Reels ที่ต้องการใช้
3. ตั้งค่าโฆษณาให้เสร็จสิ้น โดยตรวจสอบให้แน่ใจว่า ได้เปิดตำแหน่งการจัดวาง Advantage+ และขั้นตอนโฆษณา Advantage+ ที่มีการเพิ่มประสิทธิภาพมาตรฐานแล้ว
4. เปิดตัวโฆษณาได้เลย

ขั้นตอนโฆษณา

เพิ่มสื่อ

เพิ่มรูปภาพ

เพิ่มวิดีโอ

2 วิธีง่ายๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของโฆษณาให้สูงสุด



เผยแพร่โฆษณาในตำแหน่งที่เหมาะสมด้วย ตำแหน่งการจัดวาง Advantage+

อย่าจำกัดการเข้าถึงของโฆษณาด้วยการเผยแพร่ใน ตำแหน่งการจัดวางบน Reels เพียงอย่างเดียว แต่ให้เปิดใช้ตำแหน่งการจัดวาง Advantage+ ในขั้นตอนการสร้างโฆษณาในตัวจัดการโฆษณา เพื่อให้ระบบจัดสรรงบประมาณไปยังตำแหน่งการจัดวาง ที่คุ้มค่าที่สุดโดยอัตโนมัติ เรียนรู้เพิ่มเติม

ตำแหน่งการจัดวาง

- ☒ ตำแหน่งการจัดวาง Advantage+ (แนะนำ)
- ☐ ตำแหน่งการจัดวางที่กำหนดเอง



ปรับแต่งโฆษณาด้วยการเพิ่มประสิทธิภาพ มาตรฐานสำหรับขั้นตอนโฆษณา Advantage+

สร้างโฆษณาที่เกี่ยวข้องยิ่งขึ้นกับผู้ชมทุกคนที่เป็นกลุ่ม เป้าหมายโดยอัตโนมัติ โดยอิงตามปัจจัยที่ผู้ชมมีแนวโน้มจะตอบรับมากที่สุด เรียนรู้เพิ่มเติม



การเพิ่มประสิทธิภาพมาตรฐาน ☒



05

เรื่องราวความสำเร็จ: Mami Wata Surf และ El Ray Court 🙌

รับแรงบันดาลใจจากสองธุรกิจที่พบวิธีบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจอย่างสร้างสรรค์ด้วยโฆษณาแบบวิดีโอในสไตล์คลิป Reels



MAMI WATA SURF

รับแรงบันดาลใจจากแนวทางสำหรับโฆษณาแบบวิดีโอในสไตล์คลิป Reels ของธุรกิจอีคอมเมิร์ซและการขายปลีกรายนี้

กลยุทธ์ที่ 1: ใส่คำบรรยายแสนบรรเจิดในสไลด์โชว์สินค้าในรูปแบบคลิป Reels

Mami Wata Surf ใช้สไลด์โชว์สินค้าที่เลื่อนด้วยความเร็วสูงเพื่อนำเสนอสินค้าลดราคาและเปิดตัวสินค้าใหม่ แต่ยังใส่การเคลื่อนไหวมากพอที่จะทำให้ลูกค้าสนใจได้

กลยุทธ์ที่ 2: กระตุ้นให้ผู้คนมายังหน้าร้าน

Mami Wata Surf ใช้เทคนิคอย่างการเดินแนะนำสินค้าในร้าน การเชิญเข้าร่วมกิจกรรมในพื้นที่ และการแสดงจุดน่าสนใจในร้านแบบโทรมัลเพลสเพื่อโชว์พื้นที่ในร้านให้โดดเด่น ลองใช้วิธีนี้เพื่อช่วยให้ผู้คนเห็นภาพประสบการณ์การเลือกซื้อสินค้า ณ หน้าร้าน

EL RAY COURT

หยิบยกกลยุทธ์นี้มาใช้เพื่อดึงดูดลูกค้าใหม่ๆ และผู้คนในละแวกใกล้เคียงให้เหมือนโรงแรมจากสหรัฐฯ แห่งนี้

กลยุทธ์ที่ 1: นำเสนอสิ่งที่ทำให้ธุรกิจคุณพิเศษไม่เหมือนใคร

El Ray Court ใช้คลิปวิดีโอโชว์ประวัติความเป็นมา เตาผิงและอ่างน้ำร้อนกลางแจ้ง คอลเลกชันชิ้นงานศิลปะและหนังสือ ตลอดจนการแสดงดนตรีสดช่วงค่ำเพื่อนำเสนอจุดขายของตนเอง

กลยุทธ์ที่ 2: ซิงค์เพลงเข้ากับคลิป

El Ray Court นำวิดีโอของตนมาซิงค์กับเพลงยอดนิยมที่ตัดมาบน Reels ได้อย่างยอดเยี่ยม ลองเพิ่มเพลงหรือเสียงเพื่อยกระดับการรับชมคลิป Reels



06

เพิ่มเติม: รายการตรวจสอบคลิป Reels เพื่อโฆษณาที่ประสบความสำเร็จ

ตรวจสอบให้แน่ใจว่าคลิป Reels อันยอดเยี่ยมทุกคลิปที่คุณเปลี่ยนเป็นโฆษณาแบบวิดีโอมีคุณสมบัติตรงตามหัวข้อต่อไปนี้ แล้วรอดูยอดขายออนไลน์หรือในร้านเพิ่มขึ้น ตลอดจนประสิทธิภาพของโฆษณาที่ดีขึ้นได้เลย

โฆษณาแบบวิดีโอในสโตร์คลิป Reels เป็นแบบนี้แล้วหรือยัง

- ☐ ใช้อัตราส่วน 9:16
- ☐ เพิ่มเสียงและ/หรือเพลง
- ☐ วางข้อความและรูปภาพสำคัญๆ ไว้ในโซนปลอดภัย
- ☐ ใส่ผู้คนไปในชิ้นงานโฆษณา
- ☐ ถ่ายทำให้เรียบง่าย ไม่ปรุงแต่ง
- ☐ เลือกใช้ตำแหน่งการจัดวาง Advantage+ เมื่อสร้างโฆษณา
- ☐ ใช้ชิ้นงานโฆษณา Advantage+ ที่มีการเพิ่มประสิทธิภาพมาตรฐานเพื่อสร้างโฆษณา



แหล่งข้อมูลเพิ่มเติม

Meta Blueprint

เรียนหลักสูตรอีเลิร์นนิ่งของ Meta Blueprint เกี่ยวกับการสร้างเนื้อหา

คู่มือเตรียมตัวให้พร้อมแล้วเริ่ม Reels

รับเคล็ดลับและไอเดียสำหรับเนื้อหามากยิ่งขึ้น เพื่อสร้างโฆษณาแบบวิดีโอบนแพลตฟอร์มต่างๆ ของ Meta

ศูนย์ชิ้นงานโฆษณาของ Meta

รับแรงบันดาลใจด้านโฆษณาแบบวิดีโอจากเหล่าธุรกิจขนาดเล็กที่เหมือนกับคุณ

ชุดสร้างสรรค์วิดีโอ

นำรูปภาพที่คุณมีอยู่มาสร้างเป็นวิดีโอที่เหมาะสมสำหรับมือถือภายในไม่กี่ขั้นตอนบนตัวจัดการโฆษณา

