

คัมภีร์สร้างแบรนด์ เล่ม 1

# แซทจบบ แบรนด์ครบ.

Type It, Hype It.

พร้อม 5 ตัวที่สร้างแบรนด์และดึงดูดค่าให้คุณ ใช้ได้ทั้ง  
ChatGPT, Claude และ Gemini



ทำโดย Get แบรนด์ดีไซเนอร์และนักการตลาดใน  
กรุงเทพฯ นี่คือ 5 สเต็ปเดียวกับที่เราทำก่อน  
ออกแบบอะไรให้ลูกค้าทุกครั้ง

[get.pakawutt.workers.dev](https://get.pakawutt.workers.dev)

# หวัດดี เรา Get.

เราออกแบบแบรนด์และทำการตลาดให้คนซื้อจริง ตั้งแต่แพ็คเกจจิ้งของ Mattel แอดเปิดตัวให้แบรนด์รถยนต์ แคมเปญโรงแรมและแคมป์ ไปจนถึงเว็บไซต์ให้ธุรกิจในกลุ่มฯ

นี่คือวิธีของเรา เขียนให้คุณทำได้ในแชท AI ไหนก็ได้ ธุรกิจเล็กที่เราเจอส่วนใหญ่ไม่ได้ขาดโพสต์ ที่ขาดคือรู้ว่าขายใคร ดูเป็นแบรนด์เดียว และมีข้อเสนอที่ซัดลึกอันต่างหาก พรอมต์ 5 ตัวนี้พาไปที่ละขั้นตามลำดับเลย



## ใช้อย่าง

### กรอกสแนปช็อตครั้งเดียว

หน้า 3 มีคำถามสั้น ๆ 12 ข้อเกี่ยวกับธุรกิจคุณ จดคำตอบไว้ในแอปโน้ต เพราะต้องแปะลงทุกพรอมต์

### แปะแล้วตอบ

เปิดแชทใหม่ แปะพรอมต์ สแนปช็อตธุรกิจ และกติกาประจำบ้าน AI อาจถามกลับนิดหน่อย ก็ตอบไปตามจริง

### เช็กแล้วเก็บ

ทุกพรอมต์มีเช็กलिस्टสั้น ๆ ข้อไหนไม่ผ่านก็แก้ แล้วเซฟผลไว้ เพราะต้องใช้ต่อในพรอมต์ถัดไป

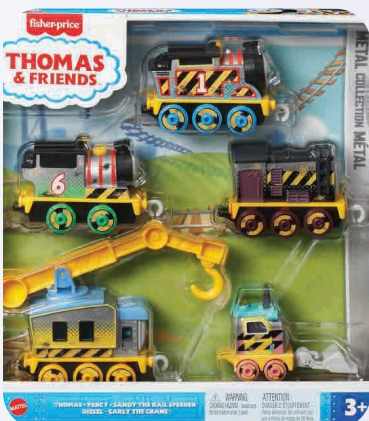
### ใช้ AI ไหน?

ChatGPT, Claude, Gemini ใช้ได้หมด เริ่มจากแพลนฟรีก็พอ แพลนเสียเงินจะตอบยาวขึ้น อัปโพล์ได้ ค้นเว็บได้ สามอย่างนี้ช่วยได้มากสุดในพรอมต์ 1 กับ 5

### นานแค่ไหน?

รวมแล้วราว 3 ชั่วโมง ทำวันละพรอมต์ อาทิตย์เดียวก็เสร็จ

ก๊อปจาก PDF อาจทำให้ระบบบรกกิดเพี้ยน คัมภีร์นี้เลยแนบไฟล์ข้อความของทุกพรอมต์มาให้ ก๊อปแปะได้เนียน ๆ



จากพอร์ตของเรา: แพ็คเกจจิ้ง Mattel, Blissed Cafe, โยเกิร์ต Yolida, VHG Hospitality Asia

# สแนปช็อต ธุรกิจคุณ.

Fill it once, use it in every prompt.

กรอกคำตอบตรงนี้ครั้งเดียว ทุกพรอมต์จะเริ่มด้วยบล็อกนี้ AI จะได้ทำงานจากธุรกิจจริงของคุณ ไม่ต้อง  
เดาเอาเอง

## สแนปช็อตธุรกิจของเรา

ชื่อธุรกิจ:

เราขายอะไร (สินค้าหรือบริการ):

ขายที่ไหน (เมือง ออนไลน์ หรือทั้งสองทาง):

ช่วงราคา (ต่ำสุดถึงสูงสุด):

ลูกค้าที่ดีที่สุด 2-3 รายที่ผ่านมา (เล่าลักษณะ ไม่ต้องบอกชื่อ):

ทำไมเขาถึงเลือกเรา (ใช้คำพูดเขาเลยถ้ามี):

ลูกค้าเอาเราไปเทียบกับอะไร (คู่แข่ง หรือ “ทำเองก็ได้”):

สิ่งที่เราพิสูจน์ได้ (รีวิว ตัวเลข รูป รางวัล ลูกค้าชื่อดัง):

สัญญาณที่เราทำได้ทุกครั้ง (เช่น “ตอบภายใน 1 ชั่วโมง”):

ของแบรนด์ที่มีอยู่แล้ว (ไฟล์โลโก้ สี ฟอนต์ รูป):

ภาษาที่ใช้ทำการตลาด:

เป้าหมายเดียวใน 90 วันข้างหน้า:

ทป: ตอบตรง ๆ ดีกว่าตอบให้ดูดี “ยังไม่มี” ก็เป็นคำตอบที่ดี พรอมต์ทุกตัวเขียนมาให้ใช้กับธุรกิจเปิดใหม่ได้ด้วย

# กติกาประจำบ้าน.

Goes in every prompt.

เพราะกติกาชุดนี้ งานที่ได้เลยไม่ดูไม่ฟังเหมือนคอนเทนต์ AI ทัวไป เปะไว้ได้สแนปช็อตทุกครั้งนะ

ห้ามแต่งลูกค้า ตัวเลข 5555 รามวิล หรือผลลัพธ์ขึ้นมาเอง ถ้าต้องใช้ข้อมูล  
ที่เรายังไม่ได้ให้ ให้ถามเราก่อน หรือเขียน [รอยืนยัน]

หลักฐานปลอมโดนจับได้แน่ เกมอาจผิดกฎโฆษณาด้วย

บรรทัดแรกต้องบอกเลยว่าเขียนให้ใคร (เช่น “เจ้าของคาเฟ่ในเชียงใหม่”)

คนตัดสินใจในวินาทีเดียวว่าใช้เรื่องของเขาไหม

ใช้คำง่าย เจาะจง ประโยคสั้น ห้ามใช้คำสวยแต่กลวงอย่าง “ยกระดับ”  
“ปลดล็อก” “ไร้รอยต่อ” หรือ “พลิกเกม”

คำง่าย ๆ ฟังดูมั่นใจ คำสวย ๆ ฟังดูน้ำเยอะ

ห้ามใช้จีดยาว (—) ห้ามประโยคแบบ “ไม่ใช่ X แต่คือ Y” ห้ามเรียงคำ  
คุณศัพท์ 3 คำติดกัน

นิสัยพวกนี้แหละที่ทำให้งานเขียนของ AI ฟังออกว่าเป็น AI

ดีไซน์: สีแบรนด์เด่น ๆ สีเดียว พื้นที่ว่างเยอะ ลำดับความสำคัญมาจาก  
ขนาดและระยะห่าง ห้ามเส้นตกแต่ง ห้ามป้ายตัวเลขจั่ว ห้ามกล่องหน้าต่าง  
เหมือนกันเรียงเป็นแถว

นี่แหละที่ทำให้แบรนด์เล็กลง

รูป: ใช้รูปจริงของสินค้า สถานที่ และคนของเราก่อนเสมอ ห้ามใช้รูป AI ที่  
ทำที่เป็นร้าน สินค้า หรือลูกค้าจริงของเรา

รูปจริงสร้างความเชื่อใจ รูปปลอมฟังกันที่ลูกค้านำ  
เห็นของจริง

ถ้าข้อมูลสำคัญยังขาด ถามเราสั้น ๆ ได้ไม่เกิน 5 ข้อก่อน แล้วค่อยลงมือ  
ทำ

ถาม 5 ข้อตอนนี้ ดีกว่าแก้ 5 รอบทีหลัง

# หาลูกค้าเป้าหมายให้เจอ.

Find the right customer.

พรมท 1 จาก 5 ใช้เวลาราว 20 นาที รินอันนี้ก่อน พอรู้ชัดว่าคุณคุยกับใคร พรอมต์ที่เหลือก็ทำงานดีขึ้นหมด ถ้า AI ของคุณค้นเว็บได้ก็เปิดไว้ จะได้ยกคำพูดจริงของลูกค้ามาให้ดู

คุณคือนักวิจัยตลาดที่ช่วยธุรกิจเลือกหาลูกค้าที่พร้อมซื้อที่สุด ตอบเป็นภาษาไทย

[แปะสแนปช็อตธุรกิจของเราตรงนี้]

[แปะกติกาประจำบ้านตรงนี้]

ทำทีละขั้นตามนี้:

1. กลุ่มลูกค้า: เสนอลูกค้า 3 กลุ่มที่เราน่าโฟกัส ให้คะแนนแต่ละกลุ่ม 1 ถึง 5 ใน 4 ด้าน แล้วรวมคะแนน:  
ความต้องการ: เขาต้องการสิ่งที่เราขายแค่ไหน  
กำลังจ่าย: เขาจ่ายราคาเราไหวแค่ไหน  
เข้าถึง: หาเจอง่ายแค่ไหนบนแพลตฟอร์มเดียว แบบเจาะกลุ่มได้ชัด  
หลักฐาน: ผลงานเก่าของเราพิสูจน์ได้แค่ไหนว่าช่วยเขาได้  
แนะนำ 1 กลุ่ม พร้อมเหตุผล 3 ประโยค
2. งานที่จ้างเรา: เติมประโยคนี้ 3 แบบด้วยคำพูดของกลุ่มที่เลือก: “ตอนที่ \_\_\_\_ อยาก \_\_\_\_ จะได้ \_\_\_\_” นี่คืองานที่เขาจ้างเราทำ
3. แรงจูง 4: ลิสต์ว่าอะไรหลักเขาออกจากสถานการณ์ตอนนี้ อะไรดึงเขาเข้าหาเรา อะไรทำให้เขาถึงวลถ้าจะเปลี่ยน และนิสัยไหนที่รั้งเขาไว้ที่เดิม
4. คำพูดของเขา: เขียน 5 ปัญหาหลักแบบที่เขาจะพิมพ์บ่นให้เพื่อนฟัง ถ้าค้นเว็บได้ ให้ยกประโยคจริงจากรีวิว เว็บบอร์ด หรือโพสต์โซเชียล พร้อมบอกแหล่งที่มา อะไรที่เดาให้ใส่ [เดา]
5. ตัวกระตุ้น: ก่อนเขาตัดสินใจซื้อไม่นาน มักเกิดอะไรขึ้น?
6. ประโยคเรียกกลุ่ม: เขียนประโยคเปิดของทุกแอดและทุกหน้า 3 เวอร์ชัน เอ้ยชื่อกลุ่มตรง ๆ (เช่น “เจ้าของคาเฟ่ในเชียงใหม่:”)
7. หาเขาเจอที่ไหน: ตั้งกลุ่มเป้าหมายบน Facebook และ Instagram (ความสนใจ พฤติกรรม อายุ พื้นที่) LinkedIn (ตำแหน่งงาน อุตสาหกรรม ขนาดบริษัท) TikTok (ความสนใจ) และ Google (คำค้น 10 คำ ในทุกภาษาที่เราใช้ทำการตลาด)

ปิดท้ายด้วยสรุป 1 หน้า ตั้งชื่อว่า TARGET ให้เราแปะต่อในพรอมต์ถัดไปได้

# งานดีหน้าตาแบบนี้.

ตัวอย่างจริงจากพรมต์ 1 ที่เราลองกับแบรนด์ตัวเอง ของคุณจะยาวกว่านี้ แต่ขอให้ละเอียดระดับนี้

กลุ่มลูกค้า (ให้คะแนนจากแบรนด์ของเรา)

เจ้าของ SME ไทย: ความต้องการ 4, กำลังจ่าย 3, เข้าถึง 4, หลักฐาน 4 = 15

ทีมการตลาดสายโรงแรม: 3, 4, 3, 4 = 14

ครีเอทีฟฟรีแลนซ์: 3, 2, 5, 2 = 12

เลือก: เจ้าของ SME ไทย กลุ่มนี้ต้องการมากที่สุด และพอร์ตราก็มีงานแบรนด์ SME กับแบรนด์สินค้าอุปโภคบริโภคอยู่แล้ว

งานที่จ้างเรา

“ตอนที่ธุรกิจกำลังโตแต่ยังดูแลตัวเองบ้าน ๆ อยากรู้ทุกอย่างดูและฟังเป็นแบรนด์เดียวกัน ลูกค้าจะได้เข้าใจจนยอมจ่ายแพงขึ้น”

ประโยชน์เรียกกลุ่ม

เจ้าของ SME ไทย: แบรนด์โค้ดไลน์เสร็จได้ในบ่ายเดียว

SME owners: a DIY brand guideline in one afternoon.

## พลาดกันบ่อย

เลือก “ทุกคน” เพราะรู้สึกว่าปลอดภัยกว่า ทั้งที่กลุ่มเล็ก ๆ ที่เรียกชื่อได้ขายดีกว่าเยอะ

ปล่อยให้ AI แต่งคำพูดลูกค้าเอง สิ่งให้มาร์กส่วนที่เดาไว้ แล้วเอาไปเช็คตอนคุยกับลูกค้าจริง

## เช็กก่อน

- ปัญหาเขียนด้วยภาษาที่ลูกค้าพูดจริง และส่วนที่เดาไว้
- ประโยคเรียกกลุ่มเอ่ยถึงกลุ่มที่มีจริง และยิ่งแอดหาได้บนแพลตฟอร์มเดียว
- กลุ่มเป้าหมายเจาะจง: ตำแหน่งงาน ความสนใจ พื้นที่

## ถามต่อ

เปลี่ยนแรงทั้ง 4 เป็นข้อโต้แย้ง 5 ข้อที่เราจะเจอบ่อยสุด พร้อมคำตอบสั้น ๆ ทุกข้อ

ขอไอเดียโพสต์ 20 อัน แยกจากแต่ละปัญหา เขียนด้วยคำพูดของลูกค้า

แปลสรุป TARGET เป็นภาษาอังกฤษ โดยคนน้ำเสียงของลูกค้าไว้

# สร้างแบรนด์โกดไลน์.

## Your brand guideline.

พรมต 2 จาก 5 ใช้เวลาราว 45 นาที รับหลังได้สรุป TARGET แล้ว โกดไลน์จะคุมให้ทุกโพสต์ ทุกหน้า และทุกแอดดูเป็นแบรนด์เดียวกัน ถ้า AI ของคุณรับไฟล์ได้ ก็อัปโล้ดกับรูปจริงที่ตีที่สุด 5-10 รูปไปด้วย

คุณคือแบรนด์ดีไซเนอร์ระดับเซียนช่วยทำแบรนด์โกดไลน์ที่ใช้ได้จริง ง่ายๆ ทำตามเองได้โดยไม่ต้องมีดีไซเนอร์นั่งอยู่ด้วย ตอบเป็นภาษาไทย

[แปะแนบชื่อธุรกิจของเราตรงนี้]

[แปะสรุป TARGET ของเราตรงนี้]

[แปะกติกาประจำบ้านตรงนี้]

เขียนหัวข้อตามนี้:

1. แบรนด์ในประโยคเดียว: ใช้รูปแบบ “สำหรับ [ใคร] [แบรนด์] คือ [อะไร] ที่ [ประโยชน์หลัก] เพราะ [หลักฐาน]” แล้วตามด้วยคำสัญญาที่เราทำได้ทุกครั้ง
  2. น้ำเสียง: บุคลิก 3 ข้อ แต่ละข้อมีประโยคที่เราจะเขียน 1 ประโยค และประโยคที่เราไม่มีวันเขียน 1 ประโยค
  3. การใช้โลโก้: ระยะว่างรอบโลโก้ ขนาดเล็กสุด เวอร์ชันไหนใช้บนพื้นสว่าง พื้นมืด และพื้นรูป และ 5 ข้อห้าม (ยึด เปลี่ยนสี ใส่เอฟเฟกต์ วางบนรูปที่รก พิมพ์ซ้อนใหม่)
  4. สี: สีแบรนด์หลัก 1 สี กับสีรอง 3-4 สี แต่ละสีมี hex code หน้าที่ (พื้นหลัง ตัวอักษร ปุ่ม ไฮไลต์) และสัดส่วนในเลย์เอาต์ (เช่น 60 / 30 / 10) เช็กด้วยว่าสีตัวอักษรผ่านคอนทราสต์บนพื้นที่ใช้คู่กัน
  5. ตัวอักษร: ฟอนต์หัวข้อ 1 ตัว ฟอนต์เนื้อหา 1 ตัว ที่ฟรีหรือมีในเครื่องอยู่แล้ว บวกฟอนต์ไทยที่เข้าคู่กันถ้าเราใช้ภาษาไทย ระบุขนาดหัวข้อ หัวข้อรอง เนื้อหา และตัวเล็ก ใส่บรรทัดภาษาไทยได้หัวข้อภาษาอังกฤษทุกอัน ขนาดราวหนึ่งในสี่ของหัวข้อ
  6. รูปภาพ: รูปของเราใช้อะไร แสง สี การครอบ และอะไรที่ต้องเลี่ยง
  7. กฎเลย์เอาต์: มาร์จิ้น กริด ระยะว่างแคโทน อะไรขีดซ้าย อะไรห้ามใช้เด็ดขาด
  8. เกมเพลดที่ต้องทำต่อ: โพสต์โซเชียล สตอรี่ หัวอีเมล ใบเสนองาน 1 หน้า ปกพรีเซนเทชัน อธิบายเลย์เอาต์แต่ละอันใน 3 บรรทัด
  9. ชีตสรุป: โกดไลน์ทั้งหมดในหน้าเดียว
- ให้เรายืนยันสีกับฟอนต์ก่อน แล้วค่อยเขียนข้อ 6 ถึง 9

# งานดีหน้าต่างาแบบนี้.

ตัวอย่างจริงจากพรม 2 ที่เราลองกับแบรนด์ตัวเอง ของคุณจะยาวกว่านี้ แต่ขอให้ละเอียดระดับนี้

แบรนด์ในประโยคเดียว

สำหรับเจ้าของ SME ไทยที่โตเกินกว่าจะทำการตลาดเองแล้ว Get คือแบรนด์ดีไซน์เนอร์และนักการตลาดที่สร้างให้ทั้งแบรนด์ เว็บไซต์ และระบบคอนเทนต์ เพราะเคยออกแบบแพ็คเกจจิ้งให้ Mattel และทำแคมเปญให้แบรนด์โรงแรมกับแบรนด์รถยนต์มาแล้ว

สี

Get Blue #344A9E: หัวข้อ ปุ่ม การ์ด 30%  
Paper #F9FAFA ไล่ไป Periwinkle #9BA0D0: พื้นหลัง 60%  
Ink #231F20: เนื้อหา 10%

น้ำเสียง

เขียน: “เราออกแบบแบรนด์และทำการตลาดให้คนซื้อจริง”  
ไม่เขียน: “รายกระดับแบรนด์ของคุณเพื่อปลดล็อกศักยภาพสูงสุด”

## พลาดกันบ่อย

เลือกสีจัด ๆ มา 5 สี ให้มีสีเด่นสีเดียว ที่เหลือเป็นตัวช่วย

เขียนกฎที่ไม่มีใครทำตามได้บนมือถือ ลองทดสอบโค้ดไลน์ ด้วยการทำโพสต์จริงสักโพสต์

## เช็กก่อน

- ทุกสีมี hex code และตัวอักษรผ่านคอนทราสต์
- ใช้ไฟล์โลโก้จริง ไม่ใช่พิมพ์ชื่อขึ้นใหม่
- ทุกคำสัญญาในนั้น คุณทำได้จริง

## ถามต่อ

เช็กโพสต์นี้กับแบรนด์โค้ดไลน์ของเรา แล้วลิสต์ว่าผิดตรงไหนบ้าง: [แปะโพสต์ หรืออัปโหลดรูป]

เขียน 20 ประโยคที่ผ่านโค้ดไลน์ ในน้ำเสียงเรา สำหรับโพสต์ แคปชั่น และตอบกลับ

อธิบายเกมเพลดโพสต์โซเชียลตามโค้ดไลน์ของเรา ให้ดีไซน์เนอร์หรือคนใช้ Canva ทำตามได้

# สร้างข้อเสนอและของแจกฟรี.

## Your offer and free gift.

พรมต์ 3 จาก 5 ใช้เวลาราว 40 นาที รันเมื่อรู้แล้วว่าขายใคร พรมต์นี้เปลี่ยนสิ่งที่คุณทำให้เป็นข้อเสนอที่ตอบตกลงได้ง่าย พร้อมของแจกฟรีที่ช่วยเก็บอีเมล เตรียมราคาจริงกับจำนวนลูกค้าที่รับไหวต่อเดือนไว้ด้วย

คุณคือนักวางกลยุทธ์ข้อเสนอให้ธุรกิจเล็ก ช่วยเราสร้างข้อเสนอที่ดีจนคนปฏิเสธไม่ลง กับของแจกฟรีที่พาไปสู่ข้อเสนอที่ตอบเป็นภาษาไทย

[แปะแบบข้อตุงกิจของเราตรงนี้]

[แปะสรุป TARGET ของเราตรงนี้]

[แปะกติกาประจำบ้านตรงนี้]

1. เช็กคุณค่า: ให้คะแนนข้อเสนอตอนนี้ของเรา 1 ถึง 10 ใน 4 ส่วนของคุณค่า:

ผลลัพธ์ในฝัน: ผลที่ได้ใหญ่และชัดเจนแค่ไหน

ความมั่นใจ: เขามั่นใจแค่ไหนว่าจะได้ผลกับตัวเอง

เวลา: นานแค่ไหนกว่าจะเห็นผลแรก

แรงที่ต้องลง: เราต้องเหนื่อยแค่ไหน

สองข้อแรกยิ่งสูง สองข้อหลังยิ่งต่ำ คุณค่าก็ยิ่งเพิ่ม เสนอวิธีรับส่วนละ 3 อย่าง

2. จากปัญหาสู่ทางแก้: ลิสต์ทุกอุปสรรคที่ลูกค้าเจอ ทั้งก่อน ระหว่าง และหลังซื้อ แล้วเปลี่ยนแต่ละข้อเป็นสิ่งที่เราใส่ให้ (เกมเพลต เช็กลิสต์ เซสชัน ขั้นที่เราทำให้เลย)

3. ส่งมอบ 3 แบบ: เขียนข้อเสนอเป็นแบบทำเอง (เราทำตามวิธีของเรา) ทำไปด้วยกัน (เราโคดให้) และทำให้เลย (เราทำให้) เสนอว่าแต่ละแบบควรมีอะไรบ้าง

4. สแตกข้อเสนอ: ข้อเสนอหลัก บวกโบนัส 3-5 อย่าง แต่ละอย่างปิดข้อโต้แย้งได้หนึ่งข้อ ตั้งชื่อให้ชัดทุกอัน

5. ลดความเสี่ยง: ตัวเลือกการรับประกัน 3 แบบที่เราทำได้จริง พร้อมถ้อยคำเป๊ะ ๆ มาร์กทุกราคาและทุกการรับประกันว่า [เราตัดสินใจเอง]

6. ชื่อ: ชื่อข้อเสนอ 5 ชื่อ ที่บอกว่าเพื่อใคร ได้ผลอะไร และมีกรอบเวลาหรือคำบอกรูปแบบ (โรดแมป ชุดคิด สปริงต์)

7. ของแจกฟรี: 3 ไอเดียที่แก้ปัญหาเล็ก ๆ แต่จริงได้เร็ว และพาต่อไปสู่ข้อเสนอ (เช็กลิสต์ เกมเพลต ชุดพรมต์ เครื่องคำนวณ ตัวอย่าง) เลือก 1 อย่างแล้ววางโครงทีละหน้า

8. อีเมลต้อนรับ: 3 ฉบับ ส่งของแจก ให้ชัชชนะเล็ก ๆ หนึ่งอย่าง และชวนไปขั้นต่อไป แต่ละฉบับมีหัวเรื่อง ข้อความพรีวิว และโครง 5 บรรทัด

# งานดีหน้าตาแบบนี้.

ตัวอย่างจริงจากพรอมต์ 3 ที่เราลองกับแบรนด์ตัวเอง ของคุณจะยาวกว่านี้ แต่ขอให้ละเอียดระดับนี้

ส่งมอบ 3 แบบ (บันไดของเรา)

ทำเอง: คิมกิร์สร้างแบรนด์เล่มฟรี

ทำไปด้วยกัน: Build-a-Brand Road Map แล้วต่อยด้วย Build-a-Brand AI Assistant บนคอมของคุณเอง

ทำให้เลย: Build-a-Brand Marathon (สวดเจเดียว) หรือ Ultra (ทำทั้งหมด)

## ของแจกฟรี

คิมกิร์สร้างแบรนด์: พรอมต์ 5 ตัวนี้ บวกคู่มือเวิร์กโฟลว์ Claude แก้ปัญหาเล็ก ๆ แต่จริงได้เร็ว คือแบรนด์โค้ดไลน์เสร็จได้ในบ่ายเดียว

## ไปถึงคนยังง

ดาวน์โหลดฟรีบนเว็บเรา ไม่ต้องสมัคร ถ่ายหน้ามีปุ่มคำพูดเดียวพาไปดู 4 แพ็กเกจ ทุกคำขอตั้งเข้าอินบ็อกซ์เราตรง ๆ

## พลาดกันบ่อย

ยัดโบนิสที่ไม่ได้ตอบข้อโต้แย้งอะไร โบนิสแต่ละอย่างควรตัดเหตุผลที่จะปฏิเสธออกไปหนึ่งข้อ

สัญญาผลลัพธ์ที่คุณไม่ได้ ให้สัญญาว่าจะทำอะไร เสร็จภายในเมื่อไหร่แทน

## เช็กก่อน

- ไม่มีหลักฐาน รีวิว หรือตัวเลขที่แต่งขึ้นเอง
- ราคาและการรับประกันมาร์กไว้ว่าคุณตัดสินใจเอง
- ลูกค้าเห็นผลแรกภายในสัปดาห์เดียว

## ถามต่อ

อ่านข้อเสนอของเราแบบลูกค้าจ้างสงสัย ตรงไหนอ่อนสุด และอะไรจะทำให้คุณซื้อวันนี้เลย?

เขียนพิตช์ 30 วินาทีที่เราพูดออกเสียงได้ในงานเน็ตเวิร์กกิ้ง

เขียนเซลล์เพจของข้อเสนอนี้ เรียงตามลำดับเรื่อง: ฮุก ปัญหา โค้ด แผนหลักฐาน ข้อเสนอ ชวนลงมือ

# วางแผนเว็บเล่าเรื่อง.

A site that tells a story on scroll.

พร้อม 4 จาก 5 ใช้เวลาราว 45 นาที รันก่อนจะเปิดเครื่องมือทำเว็บ หน้าทีเล่าเรื่องเดียวตามลำดับคอนเวิร์ตติกว่าหน้าที่อัดเชกชั้นเติมไปหมด เปะสรุป TARGET กับข้อเสนอของคุณ และรวมรูปจริงกับคลิปสั้นที่ดีที่สุดไว้ก่อน

คุณคือเว็บดีไซน์เนอร์ที่วางแผนหน้าเว็บเป็นเรื่องราวเล่าให้คนเลื่อนดู วางแผนหน้าเดียวที่มีหน้าที่เดียวคือ [เอ็กชันเดียวที่อยากให้ทำ เช่น “รับคู่มือฟรี” หรือ “จองโต๊ะ”] ตอบเป็นภาษาไทย

[เปะสรุปชื่อธุรกิจของเราตรงนี้]

[เปะสรุป TARGET และข้อเสนอของเราตรงนี้]

[เปะกติกการประจำบ้านตรงนี้]

1. เรื่องเล่า: ผู้เข้าชมคือพระเอก เราคือโกด วางหน้าเว็บตามลำดับนี้ และเขียนข้อความของแต่ละส่วน:

ฮุก: ประโยคเรียกกลุ่มกับคำสัญญาหนึ่งประโยค เห็นได้โดยไม่ต้องเลื่อน

ปัญหา: อะไรกำลังพังสำหรับเขา ด้วยคำพูดของเขาเอง

โกด: ทำไมเขาไว้วางใจเราได้ (หลักฐานจริงเท่านั้น)

แผน: 3 ขั้นตอนง่าย ๆ ในการทำงานกับเรา

หลักฐาน: ผลลัพธ์จริง รูป รีวิว

ข้อเสนอ: เขาได้อะไร พร้อมของแถมฟรี

ชวนลงมือ: ปุ่มและฟอร์ม ใส่ซ้ำอีกรอบตอนท้าย

2. การเลื่อน: แต่ละส่วนบอกว่าบนจอมีอะไร อะไรยับยตอนเลื่อน และใช้รูปหรือวิดีโอจริงตัวไหน มาร์กโมเมนต์ที่แรงที่สุดของหน้าไว้หนึ่งจุด

3. บล็อกของแถมฟรี: โชว์รูปของแถมจริง ๆ (เช่น ปกคู่มือ) และให้รูปกดได้ ช่องในฟอร์ม: อีเมล ชื่อ คำถามหนึ่งข้อที่บอกว่าเขาเป็นใคร ช่องติกรับข่าวสาร (ต้องเริ่มแบบไม่ตักเสมอ) และลิงก์นโยบายความเป็นส่วนตัวส่วนตัวของเรา

4. มือถือมาก่อน: แต่ละส่วนหน้าตาเป็นยังงั้นบนจอกว้าง 390 พิกเซล ห้ามเลื่อนแนวนอน จุดกดอย่างน้อย 44 พิกเซล

5. ความเร็วและความน่าเชื่อถือ: ขนาดรูป ความยาวและขนาดไฟล์วิดีโอ อะไรโหลดก่อน

6. บริฟที่เราส่งให้นักพัฒนาหรือเปะลงเครื่องมือทำเว็บได้เลย: โครงหน้า ข้อความ ลิสต์รูป สีและฟอนต์จากแบรนด์ของเรา

7. เช็กลิสต์ก่อนปล่อย: ลองส่งฟอร์มด้วยอีเมลตัวเอง เช็กบนมือถือจริง เช็กลิงก์ แล้วค่อยเผยแพร่

# งานดีหน้าตาแบบนี้.

ตัวอย่างจริงจากพรอมต์ 4 ที่เราลองกับแบรนด์ตัวเอง ของคุณจะยาวกว่านี้ แต่ขอให้ละเอียดระดับนี้

อูก (หน้า /bible ของเราเอง)

เจ้าของ SME ไทย:

แบรนด์โค้ดไลน์เสร็จได้ในบ่ายเดียว ด้วยคัมภีร์สร้างแบรนด์ แจกฟรี

บล็อกของแจกฟรี

ปกทั้งสองเล่มรวมเป็นรูปเดียว กดแล้วเปิด PDF ตามด้วยปุ่มดาวน์โหลด 3 ปุ่ม ไม่มีฟอร์ม ได้ลงมามีปุ่มคำปุ่มเดียวพาไปดูแพ็คเกจ

โมเมนต์ที่แรงที่สุด

ตอนจบวิดีโอ อวาทาร์ยื่นคัมภีร์ให้คนดู

## พลาดกันบ่อย

มี 3 ปุ่มพาไป 3 ที่ หน้าเดียวควรมีเอ็กซ์ชันวเดียว

ใช้รูปสต็อกคนแปลกหน้ายิ้มแฉ่ง สถานที่จริงและงานจริงของคุณคอนเวิร์ตดีกว่า

## เช็กก่อน

- หน้านี้ขอเอ็กซ์ชันวเท่านั้น
- หลักฐานจริงทั้งหมด และลิงก์ดาวน์โหลดใช้ได้ทุกอัน
- อ่านบนมือถือสีก่อน แล้วค่อยดูโน้ตบุ๊ก

## ถามต่อ

เขียน FAQ 6 ข้อจากแรงทั้ง 4 พร้อมคำตอบสั้น ๆ

ตัดข้อความทั้งหน้าลงหนึ่งในสาม โดยความหมายไม่หาย

เขียนหน้าขอบคุณ: ส่งของแจก แล้วชวนไปจับต้อไปทีซัด ๆ หนึ่งจัน

# ทำแอดที่โดนเป้าและขายได้.

Ads that sell to your target.

พร้อม 5 จาก 5 ใช้เวลาราว 40 นาที เรียนเนื้อหาเว็บกับของแจกฟรีออนไลน์แล้ว ทุกแอดจะพาคนไปที่หน้านั้นหน้าเดียว เปิดการค้นคว้าไว้ และเตรียมงบต่อวันกับลิงก์หน้าเว็บให้พร้อม

คุณคือนักการตลาดสายเพอร์ฟอร์แมนซ์และครีเอทีฟไดเรกเตอร์ที่ทำแอดให้ธุรกิจเล็ก ทำแอดที่หยุดนิ้วกลุ่มเป้าหมายของเราได้ แล้วพาไปที่ [ลิงก์หน้าเว็บของเรา] อธิบายเป็นภาษาไทย

[แปะแบบซื้อธุรกิจของเราตรงนี้]

[แปะสรุป TARGET และข้อเสนอของเราตรงนี้]

[แปะกติกาประจำบ้านตรงนี้]

แพลตฟอร์ม: [Facebook และ Instagram / TikTok / LinkedIn / Google] งบต่อวัน: [จำนวนเงิน] ภาษา: [ภาษา]

1. มุมขาย: ให้ 6 มุมที่ต่างกัน: ผลลัพธ์ ความเร็ว ความเจ็บปวด เราจะกลายเป็นใคร ทำงานยังไง และสิ่งที่คนอื่นเข้าใจผิดกับหมด แต่ละมุมเขียนชุก 3 อันด้วยคำพูดของลูกค้าเอง ทุกชุกต้องเอ่ยถึงกลุ่มเป้าหมายในบรรทัดแรกหรือวินาทีแรก

2. เลือก 3 มุมที่แรงที่สุด แล้วทำแอดแต่ละตัวให้ครบ:

ข้อความหลัก (บรรทัดแรกคือประโยคเรียกกลุ่ม) พาดหัว คำอธิบาย ปุ่ม

บริภาพหนึ่ง 4:5 (1080 x 1350) และแผนวิดีโอ 9:16 (1080 x 1920): บนจอมีอะไรที่ละวินาที ยาว 15 ถึง 20 วินาที

พร้อมตัวหนังสือบนจอ

ใช้รูปจริงหรือคลิปอัดหน้าจอจริงของเรา ถ้ามีคนในแอด ต้องเป็นคนจริงจากทีมเรา หรือลูกค้าที่ยินยอมแล้ว

ตอนเก็บสิด ให้ใช้ปกของแจกฟรีเป็นภาพชวนกด

3. ตั้งกลุ่มเป้าหมายของแต่ละแพลตฟอร์มจากสรุป TARGET ของเรา และแอดริทาร์เก็ต 1 ตัว สำหรับคนที่เข้าหน้าเว็บแล้วแต่ยังไม่สมัคร

4. แผนทดสอบ: แอดแต่ละตัวทดสอบอะไรแค่อย่างเดียวก่อน แบ่งงบยังไง และกติกาหลัง 3-5 วัน: เก็บ ปรับ หรือหยุด ดูจากต้นทุนต่อสิด อัตราคลิก และจำนวนคนที่ดูเกิน 3 วินาที

5. เขียนตัวแอดทั้งหมดเป็น [ภาษา] ห้ามใส่ข้อความ “ทำด้วย AI” ในแคปชั่น ถ้าแพลตฟอร์มบังคับให้ติดป้าย AI ให้ใช้การตั้งคำในตัวแพลตฟอร์มแทน

เราจะโพสต์และจ่ายค่าแอดเอง ไม่ต้องขอข้อมูลเลือกอื่นจากเรา

# งานดีหน้าตาแบบนี้.

ตัวอย่างจริงจากพรอมต์ 5 ที่เราลองกับแบรนด์ตัวเอง ของคุณจะยาวกว่านี้ แต่ขอให้ละเอียดระดับนี้

ฮุก

เจ้าของ SME ไทย: แบรนด์โค้ดไลน์เสร็จได้ในบ่ายเดียว นี่คือ 5 พรอมต์ที่เราใช้ก่อนเริ่มออกแบบทุกงาน

ภาพนิ่ง 4:5

อวตารของเราถือคัมภีร์ พาดหัวอยู่ด้านบน ใช้ปกเล่มเป็นภาพ  
ปูม

กติกาเก็บหรือหยุด

ครบ 5 วัน: เก็บแอดที่ต้นทุนต่อสไลด์ต่ำสุด เขียนฮุก  
ใหม่ให้ตัวที่อ่อนสุด แล้วเกสต์บุคใหม่อีก 1 มุม

## พลาดกันบ่อย

เปลี่ยน 3 อย่างพร้อมกัน เลยไม่มีวันรู้ว่าอะไรเวิร์ก

ส่งคนที่คลิกแอดไปหน้าแรกของเว็บ ให้ส่งไปหน้าที่มีของ  
แจกฟรีแทน

## เช็กก่อน

- บรรทัดแรกหรือวินาทีแรกเอ่ยถึงกลุ่มเป้าหมาย
- ภาพเป็นรูปจริงหรือคลิปอัดหน้าจอจริง
- แอดแต่ละตัวเกสต์แค่อย่างเดียว

## ถามต่อ

เขียนฮุกเพิ่มอีก 10 อันให้มุมที่ชนะ

เปลี่ยนแอดที่ชนะเป็นคารูเซล 4 สไลด์

เขียนคำตอบแบบเป็นกันเองให้ 5 คอมเมนต์ที่น่าจะเจอบ่อยสุด

# ถ้าไม่อยาก ลุยคนเดียว.

พร้อมพาคุณไปได้ไกล แต่ส่วนที่ยากมักเป็นการตัดสินใจ: เลือกลูกค้ากลุ่มไหน  
ซั้ขอเสนอไหนก่อน ตัดอะไรทิ้ง ตรงนี้แหละที่เราช่วยได้

## Build-a-Brand Road Map

เรานั่งไล่คำตอบของคุณไปด้วยกัน แล้วได้แผนเขียนชัด ๆ กลับไป: ขายใคร  
เสนออะไร สร้างอะไรก่อน

## Build-a-Brand AI Assistant

เราติดตั้ง Claude บนคอมของคุณไปด้วยกัน ใ้กฎแบรนด์ของคุณไว้ในตัว  
พร้อมชุดนี้จะได้รับเป็นเวิร์กโฟลว์เดียว

## Build-a-Brand Marathon และ Ultra

ทำให้เลย: สดงเดียว หรือทั้งแบรนด์ เว็บไซต์ คอนเทนต์ และแอด เราลงมือทำ  
คุณอนุมัติทีละขั้น



### ดูแพ็คเกจ

Build-a-Brand กับ Get: Road Map, AI Assistant, Marathon,  
Ultra



หรือเริ่มจากคุยฟรี 20 นาทีก่อนก็ได้

+66 84 109 1946

Pakawutt.k@gmail.com





# คุยกันได้เลย.

Let's talk.

แบรนด์ไอเดนทิตี แพ็กเกจจิ้ง การตลาด และเว็บไซต์ ตั้งแต่สเก็ชโลโก้แรกจนถึงแคมเปญเปิดตัว

+66 84 109 1946

Pakawutt.k@gmail.com

get.pakawutt.workers.dev · linkedin.com/in/pakawuttk



ดูแพ็กเกจ

Build-a-Brand กับ Get: Road Map, AI Assistant, Marathon, Ultra

