01 • CANDIDATE OVERVIEW & ROLE ALIGNMENT

ครีเอทีฟโฆษณา 15 ปี ที่ทำช่องการเงินของตัวเองด้วย พร้อมนำประสบการณ์มาช่วยงาน Social Media & Content ให้ AURORA อย่างไร?

สินค้าของ **ออโรร่า** มีทั้งมิติคุณค่าทางใจ (*"ของขวัญแห่งความสุขที่มีคุณค่า"*) และมิติการเก็บออมสินทรัพย์ (ทองคำและบริการ *"ทองมาเงินไป"*) ครับ แม้ผมจะยังไม่ได้ทำเพจขายทองโดยตรง แต่จากประสบการณ์ครีเอทีฟโฆษณา 15 ปี บวกกับการปั้นช่องการเงิน @watit.watt จนมีคนดูหลักเป็นวัยทำงาน 25–44 ปีกลุ่มเดียวกับลูกค้าออโรร่า ผมจึงพร้อมเข้ามาช่วยทีมวางแผนคอนเทนต์ คุมมาตรฐานแบรนด์ และเปลี่ยนคนดูบนโซเชียลให้เป็นลูกค้าทั้งออนไลน์และหน้าร้าน 488 สาขาครับ

STRENGTH 01 • 15 YEARS IN COMMERCIAL CRAFT

คิดแคมเปญ เขียนบท และดูแลมาตรฐานแบรนด์

ประสบการณ์ 15 ปีจาก **Wakeup Rabbit Studio (10 ปี)** และ **Kamikaze / RS (5 ปี)** ในการคิดไอเดีย ตีโจทย์การตลาด วาง Mood & Tone ดูแลงบประมาณ และส่งมอบงานตรงตามมาตรฐานแบรนด์

สิ่งที่ผมพร้อมนำมาช่วยทีมออโรร่า:
- วาง Editorial Calendar ล่วงหน้า 30 วัน คุม Tone of Voice ให้สอดคล้องกันทุกช่องทาง
- บรีฟทีมกระชับ ผลิตงานรวดเร็ว และคุมคุณภาพชิ้นงานก่อนเผยแพร่อย่างสม่ำเสมอ

STRENGTH 02 • WEALTH & SOCIAL STORYTELLER

เล่าเรื่องการเงินและสินทรัพย์ให้คนดูจนจบ

พิสูจน์จากการทำช่อง **Book Your Future (@watit.watt — ผู้ติดตาม 13,000+ คน)** เปลี่ยนเรื่องการออมและวางแผนสินทรัพย์ให้เป็นไวรัล **210,636 Views** (+7,857 Follows จากคลิปเดียว โดยไม่ยิงแอด)

ความเข้าใจพฤติกรรมคนดูบนโซเชียล:
- รู้จังหวะเปิด Hook 3 วินาทีแรก ย่อยเรื่องการออมและแผนการเงินที่คนมักเลื่อนผ่านให้เข้าใจง่าย และพร้อมนำวิธีเล่าเรื่องเดียวกันมาใช้กับทองคำและจิวเวลรีครับ
- เข้าใจพฤติกรรมคนทำงานวัย 25–44 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักที่มีกำลังซื้อทองคำและเครื่องประดับ

STRENGTH 03 • PERFORMANCE & SOCIAL COMMERCE

เข้าใจตัวเลขหลังบ้าน ประสานงานทีม Paid Ads และดูแล KOLs

อ่านค่าสถิติหลังบ้านเพื่อจับจุดว่าคอนเทนต์แบบไหนที่คนดูจบและกดเซฟจริง แล้วส่งต่อข้อมูลให้ทีม Media Buyer นำไปวางแผนใช้งบโฆษณาเพื่อทำค่า CPE และ ROAS ให้คุ้มค่า พร้อมช่วยคัดเลือกและบรีฟ KOLs ให้สื่อสารตรงโจทย์แคมเปญครับ

การเชื่อมต่อออนไลน์สู่หน้าร้านจริง:
- เชื่อมโยงคอนเทนต์เข้าสู่ TikTok Shop, LINE OA และกระตุ้นลูกค้าเข้าสาขาหน้าร้าน
- พร้อมทำงานร่วมกับทีม Marketing, Media Buyer, Designer และ Production In-House



วาทิต วัฒนสกลพันธุ์ (บุ๊ค)
วารสารศาสตรบัณฑิต (ภาพยนตร์และภาพถ่าย) ม.ธรรมศาสตร์ • โทร 085-558-1114

Social Media & Content Manager Candidate • พร้อมเริ่มงาน Full-Time สำนักงานใหญ่ บางนา

02 • COMMERCIAL CREATIVE, SCRIPTWRITING & DIRECTING (15 YEARS)

ผลงานคิดคอนเซปต์ เขียนบท และกำกับโปรดักชันโฆษณา

คัดสรร 5 ผลงานจริง — คลิกเล่นวิดีโอบนหน้าเว็บ หรือคลิกลิงก์ Vimeo เพื่อเปิดดูแยกได้ทุกชิ้นครับ

FEATURED COMMERCIAL WORK #01

Heroes of Cloud : โหด เร็ว ดี

รับหน้าที่คิดคอนเซปต์ เขียนบท และกำกับภาพยนตร์โฆษณาออนไลน์

ชมคลิปเต็มที่: https://vimeo.com/766428436

1. Heroes of Cloud : โหด เร็ว ดี (คิดไอเดีย • เขียนบท • กำกับ) เปิดดูบน Vimeo ↗

โจทย์และวิธีเล่าเรื่อง: เปลี่ยนบริการที่ดูเข้าใจยากให้เป็นหนังโฆษณาที่คนดูจบ — ใช้การเปรียบเทียบให้เห็นภาพชัด ดึงความสนใจตั้งแต่ 3 วินาทีแรก และคุมจังหวะตัดต่อให้กระชับ

01 / Heroes of Cloud : โหด เร็ว ดี — คิด • เขียน • กำกับ
ย่อยเรื่องเข้าใจยาก ให้เป็นเรื่องเล่าที่สนุกและกระชับ — vimeo.com/766428436 ↗

02 / Knightsbridge : The Ultimate Urban — คิด • กำกับ
คุม Mood & Tone และงานภาพระดับ Luxury / Premium — vimeo.com/637306208 ↗

03 / Grab Thailand : ขอบคุณทุกพลังใจ — คิด • โครงเรื่อง • กำกับ
ถ่ายทอดความผูกพันและของขวัญแทนใจ (Emotional Gifting) — vimeo.com/719386407 ↗

04 / Traveloka Xperience (TVC 30 วินาที) — คิดคอนเซปต์ • เขียนบท
ขมวดแคมเปญโปรโมชันหลายหมวด ให้จำได้ใน 30 วินาที — vimeo.com/370799344 ↗

05 / Ys 6 Mobile : NPC ก็มีหัวใจ — คิดไอเดีย • เขียนบท
บิดมุมมองใหม่ให้น่าสนใจและชวนคนกดแชร์ต่อ — vimeo.com/706834105 ↗

วิเคราะห์ตัวเลขหลังบ้าน จาก Reel การเงินที่เวิร์ก

เคสจริงจากช่อง @watit.watt: คลิป *"เงินเดือน 50,000 เก็บเงินเกษียณ"* ทำยอด **210,636 Views**, ดึงดูดผู้ติดตามใหม่ **+7,857 คน** จากคลิปเดียว — [คลิกเปิดดูคลิปจริงบน Instagram ↗]

HOOK • SKIP RATE 34.9% (ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของช่อง)

1. เปิดด้วยตัวเลขเงินเดือน 50,000 บาท ดึงคนวัยทำงานให้หยุดดูใน 3 วินาทีแรก

คนวัยทำงานเลื่อนผ่านคลิปเร็วมากครับ การเปิดด้วยตัวเลขเงินเดือนที่จับต้องได้ พร้อมท่าทางเปิดคลิปที่ดึงสายตา ช่วยลดอัตราการปัดหนี (Skip Rate) ลงมาอยู่ที่ **34.9%** (ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของช่องตัวเอง) ทำให้อัลกอริทึมช่วยดันยอดเข้าถึงแบบไม่ได้ยิงแอดไปถึง 210,636 Views ครับ

UTILITY • +7,857 FOLLOWS • 2.1K SHARES • 1.6K SAVES

2. ย่อยเรื่องเกษียณให้เอาไปทำตามได้จริง คนจึงกด Save และ Share

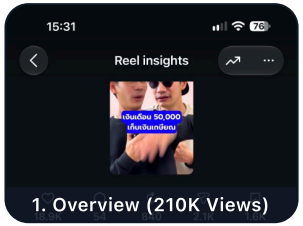
คนไม่ได้แชร์เพราะคลิปสนุกอย่างเดียว แต่แชร์เพราะเนื้อหามีประโยชน์และเอาไปคิดต่อได้จริงครับ คลิปนี้ได้ยอดกดเซฟเก็บไว้ดูซ้ำ **1,600+ ครั้ง** ยอดแชร์ส่งต่อให้ครอบครัว **2,100+ ครั้ง** และดึงคนกดติดตามเพจเพิ่ม **7,857 คน** จากคลิปเดียวครับ

AUDIENCE • NON-FOLLOWERS 97.9% • วัย 25–44 ปี (76.8%)

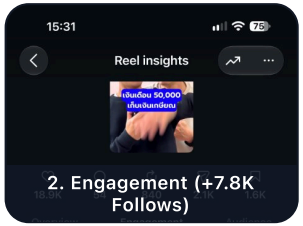
3. วัยทำงาน 25–44 ปี คือกลุ่มเป้าหมายตรงของออโรร่า

สถิติหลังบ้านยืนยันว่าผู้ชม **76.8% คือคนทำงานวัย 25–44 ปี** ที่กังวลเรื่องเงินเฟ้อและต้องการเก็บออมสินทรัพย์ ซึ่งเป็นฐานลูกค้ากลุ่มเดียวกับที่ซื้อทองคำแท่ง ทองรูปพรรณ และแหวนเพชรของ AURORA

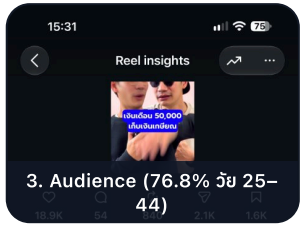
210,636	+7,857	18,974	2.1K / 1.6K
Views (Organic)	Follows / คลิปเดียว	Likes (Rate 10.9%)	Shares / Saves



1. Overview (210K Views)



2. Engagement (+7.8K Follows)



3. Audience (76.8% วัย 25–44)

การนำ Data นี้มาต่อยอดให้ AURORA:

นำวิธีเปิดคลิปด้วยปัญหาการเงินใกล้ตัวแล้วตามด้วยทางออกที่ทำได้จริง มาต่อยอดเป็นซีรีส์ **"Gold Hack 60 วิ"** และ **"ออมทองงบหลักพัน"** เพื่อเปลี่ยนความตั้งใจเก็บเงินของคนทำงาน ให้เป็นการตัดสินใจซื้อทองคำแท่งหรือการ์ดทองคำของออโรร่าครับ

04 • MULTI-BRAND CONTENT STRATEGY & STANDARDIZATION

วางทิศทางคอนเทนต์และ Tone of Voice ให้ 3 กลุ่มธุรกิจของ AURA

แยกบทบาทการสื่อสารในแต่ละแบรนด์ให้ชัดเจน เพื่อขยายฐานลูกค้าใหม่ควบคู่กับการรักษาความน่าเชื่อถือของแบรนด์แม่

BRAND 01 • MODERN GOLD & GIFTS

ห้างเพชรทองออโรร่า (AURORA)

จุดยืน: ของขวัญแห่งความสุขที่มีคุณค่า
Tone of Voice: อบอุ่น จริงใจ เข้าถึงคนทุกเจเนอเรชัน

ทิศทางคอนเทนต์หลัก:
- **Seasonal & Gifting:** เล่าโมเมนต์การให้ทองเป็นของขวัญในเทศกาลสำคัญ (วันแม่ ตรุษจีน รับปริญญา วันเกิด)
- **First Gold Buyer:** แนะนำการ์ดทองคำและแผ่นทองงบหลักพัน ชวนคนรุ่นใหม่เริ่มสะสมทองชิ้นแรก

BRAND 02 • HIGH-MARGIN JEWELRY

AURORA Diamond & ทองดีไซน์

จุดยืน: เพชรแท้มีใบเซอร์และจิวเวลรีที่ใส่ได้ทุกวัน
Tone of Voice: ทันสมัย มีรสนิยม เป็นกันเอง (ไม่ดูเกร็ง)

ทิศทางคอนเทนต์หลัก:
- **Everyday Styling:** คลิปและภาพจับคู่แหวนเพชรและทองดีไซน์มินิมอลเข้ากับลุคทำงานและวันพักผ่อน
- **Trust & Knowledge:** สไลด์ Carousel แนะนำวิธีดูเพชรแท้ ใบเซอร์สากล และการดูแลเครื่องประดับ

BRAND 03 • GOLD FINANCING (NEW S-CURVE)

ทองมาเงินไป (บริการขายฝากทอง)

จุดยืน: เปลี่ยนทองเป็นเงินหมุนเวียนอย่างโปร่งใสในห้าง
Tone of Voice: พึ่งพาได้ ชัดเจน ให้เกียรติลูกค้า

ทิศทางคอนเทนต์หลัก:
- **Financial Solution:** สื่อสารว่าทองคำคือสินทรัพย์สำรองที่ช่วยเสริมสภาพคล่องยามจำเป็นในการค้าขาย
- **Clear Benefits:** ย่อยจุดเด่นใน 3 วินาที: ให้ราคาสูง ดอกเบี้ยเริ่มต้น 1.25%/เดือน ปลอดภัย สะดวกในห้าง

การจัดสรรบทบาทคอนเทนต์ในแต่ละช่องทาง (Omni-Channel Strategy):

Facebook (1.3M+): แคมเปญเทศกาล, คอนเทนต์ครอบครัว, โปรโมชันหน้าร้าน และตอบข้อความดูแลลูกค้า

TikTok & Reels: คลิปสั้นเปิด Hook ไว, รีวิวใส่จริง, ทริก (ไม่) ลับการดูแลทอง และเชื่อมตะกร้า TikTok Shop

Instagram: ภาพลักษณ์จิวเวลรีดีไซน์สวย (Visual Showcase) และสไลด์ Carousel ความรู้ที่คนกด Save

LINE OA & YouTube: สิทธิพิเศษสมาชิก, คูปอง ดึงคนเข้าสาขาในห้าง (O2O) และคลิปเล่าเรื่องแบรนด์

05 • CREATIVE SCRIPTWRITING & CAROUSEL SAMPLE FOR AURORA

ตัวอย่างแนวคิดชิ้นงาน: ต่อยอดจากสิ่งที่ออโรร่าทำอยู่แล้ว ให้คนหยุดดูและอินตามได้มากขึ้น

เพิ่มมิติจากรูปสินค้าและโพสต์แจ้งราคาทองประจำวัน มาเป็นคลิปสั้นเล่าเรื่อง 45 วินาที และสไลด์ความรู้ 6 หน้าที่ตอบโจทย์คนวัยทำงานครับ

FORMAT 01 • SHORT-FORM VIDEO SCRIPT (45S) ตอน “ของขวัญที่แม่ไม่เคยบ่นว่าเปลือง”

0:00 – 0:08 HOOK

ภาพ: ลูกยื่นของขวัญให้ แม่พูดประโยคคลาสสิก *“ซื้อมาทำไม เปลืองตังค์!”*
ข้อความขึ้นจอ: [สังเกตไหม? มีของขวัญอยู่ชิ้นเดียวในบ้าน... ที่แม่ไม่เคยบ่นว่าเปลือง]

0:08 – 0:24 INSIGHT

ภาพ: ตัดมาตอนลูกหยิบ **กล่องสีส้ม AURORA** ยื่นให้แทน แม่ชะงักแล้วค่อยๆ เปิดเห็นสร้อยข้อมือทองคำแท้
แม่ (ยิ้มแก้มปริ รีบยื่นแขนให้ลูกใส่ให้): *“เออ... ถ้าจะซื้อ ซื้อแบบนี้สิ เก็บไว้มีแต่เพิ่มค่า!”*

0:24 – 0:36 PRODUCT

Macro Shot: แสงตกกระทบสร้อยทอง 96.5% และการ์ดทองคำของขวัญในกล่องสีส้มเอกลักษณ์
เสียงบรรยาย (VO): *“ทองไม่ใช่แค่ของสวย... แต่เป็นของขวัญที่แม่เก็บไว้ได้นานกว่าใคร”*

0:36 – 0:45 CTA

ข้อความท้ายคลิป: [AURORA ของขวัญแห่งความสุขที่มีคุณค่า • รับซื้อคืนราคาสูงสุดตามเกณฑ์สมาคมฯ กว่า 488 สาขาทั่วไทย]

วิธีคิดของบทนี้: หยิบประโยคติดปากของแม่ที่ทุกคนคุ้นเคยมาเปิดคลิป เพื่อดึงอารมณ์ร่วมและตอกย้ำภาพจำ *“กล่องสีส้ม = ของขวัญที่มีมูลค่าเพิ่มตามเวลา”*

FORMAT 02 • HIGH-SAVE CAROUSEL (6 SLIDES)

SLIDE 01 / COVER HOOK — **GOLD SAVING GUIDE**

“เงินเดือนออกทีไร เผลอแป๊บเดียวหมด... เทียบ 4 วิธีเปลี่ยนเงินสดเป็นทองคำ ตามงบในกระเป๋า”

ภาพประกอบ: เทียบธนบัตรที่มูลค่าลดลงตามเงินเฟ้อ กับทองคำในกล่องสีส้ม AURORA แบ่งตามระดับงบประมาณตั้งแต่หลักพันถึงหลักหมื่น
ไม่ต้องรอมีเงินก้อนใหญ่ ก็เริ่มเก็บทองชิ้นแรกได้ตั้งแต่เดือนนี้ →

ห้างเพชรทองออโรร่า (AURORA) — กดลูกศรบนขวาเพื่อดูสไลด์ 2–6 →

เหตุผลที่คนกด Save & Share: ต่อยอดจากคลิปไวรัล 210K วิว เปลี่ยนความตั้งใจเก็บเงินของคนทำงานให้กลายเป็นการเลือกซื้อสินค้าทองคำของออโรร่าตามงบจริง

06 • CAMPAIGN MANAGEMENT, 90-DAY ROADMAP & CONTACT

ระบบบริหารแคมเปญ งบโฆษณา และ KOLs สู่แผนงาน 90 วันแรก

พร้อมนำประสบการณ์มาเริ่มงาน Social Media & Content Manager ที่สำนักงานใหญ่ บางนา

01 • 30-DAY CALENDAR & BRAND STANDARDS

วางแผนล่วงหน้า 30 วัน & คุมมาตรฐานแบรนด์

จัดทำ Monthly Editorial Calendar ล่วงหน้า 30 วัน ให้สอดคล้องกับเทศกาลขาย พร้อมตรวจเช็กความถูกต้องของข้อมูลก่อนเผยแพร่

02 • PAID MEDIA ALIGNMENT & KOLS

เชื่อมต่อทีม Paid Ads & บรีฟพาร์ตเนอร์ KOLs

คัดสรร Creative ชิ้นงานศักยภาพสูงส่งต่อให้ทีม Media Buyer ต่อยอดแคมเปญ พร้อมคัดเลือก บรีฟ และคุมทิศทางคอนเทนต์ KOLs ให้คุ้มค่าเงินลงทุน

90-DAY ONBOARDING ROADMAP

- **เดือนที่ 1 (Days 01–30):** ศึกษาข้อมูลแบรนด์ วิเคราะห์ Performance ย้อนหลังทุกช่องทาง รับฟังเป้าหมายยอดขายจากทีมการตลาด และวาง Editorial Calendar ล่วงหน้า 30 วัน
- **เดือนที่ 2 (Days 31–60):** เริ่มปล่อยซีรีส์คลิปสั้นชุดใหม่ ส่งต่อ Insight ชิ้นงานศักยภาพสูงให้ทีม Paid Ads ต่อยอด และวางมาตรฐานการบรีฟและตรวจงาน KOLs
- **เดือนที่ 3 (Days 61–90):** ขยายผลแคมเปญสู่ TikTok Shop, LINE OA และเชื่อมโยงสู่ยอดขายหน้าร้าน 488 สาขา พร้อมสรุปผลการดำเนินงานต่อผู้บริหาร

ข้อมูลติดต่อผู้สมัคร / CONTACT

วาทิต วัฒนสกลพันธุ์ (บุ๊ค)

ผู้สมัครตำแหน่ง **Social Media & Content Manager**
บริษัท ออโรร่า ดีไซน์ จำกัด (มหาชน) — สำนักงานใหญ่ บางนา

โทรศัพท์: 085-558-1114

อีเมล: bookbigggg@gmail.com

Instagram (13K): instagram.com/watit.watt ↗

• **พร้อมเริ่มงาน Full-Time In-House ทันที**

ยินดีพูดคุยแลกเปลี่ยนมุมมองและทำโจทย์ทดสอบ (Content Strategy / Campaign Brief) เพิ่มเติมตามที่ทางทีมเห็นสมควรครับ

ส่งอีเมลนัดสัมภาษณ์ | @watit.watt ↗