

วิธีใช้ Social Listening และ Virtual Persona ของ Wisesight

ทดสอบครีเอทีฟโฆษณา ก่อนเสียเงินทำ A/B Test ช่วยประหยัดงบ

ก่อนทุ่มงบยิงแอดที่เราสร้างขึ้นมาจาก Insight ลูกค้าหลายๆ แบบ เราจะทำอย่างไรให้รู้ว่าครีเอทีฟชิ้นไหนเวิร์กหรือไม่เวิร์ก หนึ่งในวิธีปกติของนักการตลาดคือทำโฆษณาหลายเวอร์ชัน แล้วนำทั้งหมดไป A/B Test บนแพลตฟอร์มจริง จากนั้นค่อยดูว่าชิ้นไหนให้ผลลัพธ์ดีที่สุด แต่ปัญหาคือการทดสอบแบบนี้ต้องใช้เงินจริง และแบรนด์อาจเสียเงินไปกับครีเอทีฟที่ไม่ตอบโจทย์ผู้บริโภค ใน Session “How Can Marketers Make Every Penny Count with Ad Simulation?” ที่งาน Techsource Global Summit 2026 กล้า ตั้งสุวรรณ CEO, Wisesight Thailand นำเสนอ Workflow ที่ใช้ Social Listening, AI และ Virtual Persona จำลองเสียงตอบรับของกลุ่มเป้าหมาย ก่อนนำครีเอทีฟไปซื้อสื่อจริง Marketing Oops! สรุปวิธีการดังกล่าวมาให้อ่านในบทความนี้แบบเข้าใจง่าย

เริ่มจาก Social Listening เพื่อหาว่าลูกค้าสนใจอะไร ตัวอย่างบนเวทีเป็นธุรกิจฟิตเนสที่ต้องการหาว่าโฆษณาแบบไหนมีแนวโน้มกระตุ้นให้คนสมัครสมาชิกได้มากที่สุด ขึ้นแรกจึงเริ่มจากการใช้ Social Listening วิเคราะห์บทสนทนาเกี่ยวกับการออกกำลังกายและบริการฟิตเนส เพื่อค้นหา Pain Point, Trigger และภาษาที่ผู้บริโภคใช้จริง กล้าระบุว่าเครื่องมือของ Wisesight มี MCP ที่สามารถเชื่อมต่อกับ AI อย่าง Claude ได้โดยตรง ทำให้วิเคราะห์ข้อมูลจากแคมเปญในระบบ ZO CIAL EYE ได้ หลังจาก AI วิเคราะห์แคมเปญแล้ว ข้อมูลที่พบมีตั้งแต่เรื่องลดพุง ลดน้ำหนัก สร้างกล้ามเนื้อ ต้องการ Personal Trainer ปัญหาไม่มีเวลา ความกังวลเรื่องสัญญาระยะยาว ไปจนถึงราคา การผ่อนชำระและดอกเบี้ย 0% จากนั้นจึงสั่งให้ AI สังเคราะห์ข้อมูลออกมาเป็น Pain Point, Message Hook, Visual Direction และ Creative Angle เพื่อนำไปทดลองสร้างครีเอทีฟที่ตอบโจทย์เป้าหมาย

เปลี่ยนอินไซต์ให้เป็นครีเอทีฟ 3 แนว

จากข้อมูลที่ได้ ทีมสร้างโฆษณาขึ้นมาทดสอบ 3 สมมติฐาน ได้แก่

1.รูปร่าง Personal Trainer และความสำเร็จ โดยครีเอทีฟเน้นปัญหาด้านรูปร่าง พร้อมนำเสนอ Trainer ที่ช่วยพาไปถึงเป้าหมาย

2.ไม่มีเวลาและไม่อยากผูกสัญญาระยะยาว โดยครีเอทีฟเน้นความยืดหยุ่น เปิดให้ใช้บริการตลอด 24 ชั่วโมง และลดความกังวลเรื่องสัญญา

3.ราคาและความสามารถในการจ่าย โดยครีเอทีฟเน้นผ่อนชำระ ดอกเบี้ย 0% และการเริ่มออกกำลังกายได้โดยไม่ต้องจ่ายเงินก่อน

ใช้ Virtual Persona ทดสอบก่อนซื้อสื่อ แทนที่จะส่งโฆษณาทั้ง 3 ชิ้นเข้าสู่แพลตฟอร์มทันที กล้าแนะนำให้นำครีเอทีฟไปทดสอบผ่าน Virtual Persona หรือกลุ่มเป้าหมายจำลองของ Wisesight ก่อน ตัวอย่างในการทดสอบระบบ Virtual Persona เลือกพื้นที่เป็นประเทศไทย กำหนดกลุ่มเป้าหมายเป็นพนักงานออฟฟิศในกรุงเทพฯ อายุ 25–40 ปี รายได้ 30,000–60,000 บาท แล้วตั้งคำถามว่า “โฆษณาชิ้นไหนทำให้อยากสมัครสมาชิกฟิตเนสทันที” ผลจาก Virtual Respondents จำนวน 50 รายพบว่า

-เรื่องรูปร่างและ Personal Trainer ได้ 0% หรือ 0 จาก 50

-เรื่องไม่มีเวลาและไม่อยากผูกสัญญาได้ 34% หรือ 17 จาก 50

-เรื่องราคาและการผ่อนชำระได้ 66% หรือ 33 จาก 50

(ที่มา : MarketingOops!)



ឆ្នាំ ៧២

หนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียนการพิมพ์
ตามพระราชบัญญัติจดทะเบียนการพิมพ์ พุทธศักราช ๒๕๕๐

เลขทะเบียน ๙๙๙ ๙๙๙ ๙๙๙๐

หนังสือสำคัญนี้ออกให้ไว้เพื่อแสดงว่า บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด โดยนางสาววรรณ เดชานันต์
เลขประจำตัวประชาชน ๓๑๐๘ ๐๐๖๖๔ ๔๓๖ เชื้อชาติ ไทย สัญชาติ ไทย อายุ ๓๕ ปี อาชีพ นักธุรกิจ
ถิ่นที่อยู่บ้านเลขที่ ๔๖๗/๔ หมู่ที่ - ซอย - ถนน บางแวก
แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานคร
เป็น เจ้าของ หนังสือพิมพ์ชื่อ Prakard365 ประกาศ365

วัตถุประสงค์ เพื่อเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับ ด้านเศรษฐกิจ ธุรกิจ บัญชี สังคม และลงประกาศ

ภาษาที่หนังสือพิมพ์จะออก_____ภาษาไทย

ชนิดของหนังสือพิมพ์ที่ออก _____ เป็นแผ่น

ระยะเวลาที่ออกหนังสือพิมพ์ _____ รายวัน

ชื่อสำนักงานของหนังสือพิมพ์ _____ บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด

ตั้งอยู่ ณ ที่ _____ เลขที่ _____ ฝั่ง/๑ หมู่ที่ _____ - _____ ขอบ _____ - _____

ถนน _____ แขวง / ตำบล _____ บางไผ่ _____ เขต / อำเภอ _____ บางแค _____ จังหวัด _____ กรุงเทพมหานคร _____

ชื่อสำนักงานของผัโษษณา _____ บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด

ตั้งอยู่ ณ ที่ _____ เลขที่ _____ หมู่ที่ _____ ซอย _____

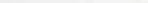
ถนน _____ แขวง / ตำบล _____ บางไผ่ _____ เขต / อำเภอ _____ บางแค _____ จังหวัด _____ กรุงเทพมหานคร _____

ชื่อโรงพยาบาลที่พิมพ์ _____ บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด

ตั้งอยู่ ณ ที่ _____ เลขที่ _____ หมู่ที่ _____ - _____ ซอย _____ - _____

ถนน _____ แขวง / ตำบล _____ บางไผ่ _____ เขต / อำเภอ _____ บางแค _____ จังหวัด _____ กรุงเทพมหานคร _____

นางสาววรรณพร เตชะแก้ว	เป็นผู้พิมพ์
นางสาววรรณพร เตชะแก้ว	เป็นผู้โฆษณา
นางสาววรรณพร เตชะแก้ว	เป็นบรรณาธิการ
บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด	เป็นเจ้าของกิจการหนังสือพิมพ์

ออกให้ตั้งแต่ วันที่ ๑๖ เดือน พฤษภาคม พุทธศักราช ๒๕๖๐
(ลงชื่อ) 

(นางสาวกนกอร ศักดาเดช)

ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดแห่งชาติ

พนักงานเจ้าหน้าที่จัดแจ้งการพิมพ์สำหรับจังหวัด กรุงเทพมหานคร

