

## บทที่ 6

### บทสรุปและข้อเสนอแนะ

สิ่งแรกที่ต้องคำนึงถึงทุกครั้งก่อนที่จะจัดงานโฆษณา ก็คือ วัตถุประสงค์ทางการตลาด จำไว้ว่าโฆษณาเป็นกิจกรรมส่วนหนึ่งของการตลาด โฆษณาที่ดีต้องตอบสนองวัตถุประสงค์ทางการตลาด

โดยทั่วไปแล้ว โฆษณามีหน้าที่หลักอยู่ 2 ประการ คือ เพิ่มจำนวนลูกค้า อาจโดยการดึงมาจากสินค้าคู่แข่ง หรืออาจจะขยายตลาดไปสู่กลุ่มเป้าหมายใหม่ อีกประการหนึ่ง คือ การเพิ่มอัตราการใช้ โดยการย้ำเตือนหรือนำวิธีใช้สินค้าในลักษณะที่ต่างจากเดิม

จากหน้าที่หลัก 2 ประการที่กล่าวมาจะเป็นตัวกำหนดกลยุทธ์ในการโฆษณา คือเมื่อโฆษณามีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มปริมาณลูกค้า กลยุทธ์ที่สำคัญก็คือการสร้างความแตกต่าง ซึ่งแบ่งเป็น 3 ประเภท คือ

1. ความแตกต่างทางภาพ
2. ความแตกต่างทางหน้าที่
3. ความแตกต่างทางบุคลิก

เมื่อกลยุทธ์ถูกกำหนดแล้ว สิ่งต่อไปก็คือหน้าที่ของฝ่ายครีเอทีฟ การคิดฝันของครีเอทีฟแต่ละคนจะไม่เหมือนกัน และไม่มีตำราที่ไหนสอนให้คนมีความคิดสร้างสรรค์ได้ เพราะฉะนั้น ความคิดสร้างสรรค์จึงเป็นเครื่องของความสามารถเฉพาะตัวมากกว่าแต่สิ่งที่สำคัญก็คือสิ่งที่ฝันจะต้องสามารถแปลเป็นความหมายได้อย่างเดียวกับกลยุทธ์ที่วางไว้

สำหรับงานโฆษณาของฟิล์มสีโฆษณาในสารนิพนธ์เล่มนี้ ถูกกำหนดไว้ภายใต้แนวคิดของความแตกต่างทางบุคลิก คือเป็นฟิล์มของคนที่มีมั่นคงในความรัก เป็นคนรักเดียวใจเดียวสำหรับเหตุผลที่เลือกใช้กลยุทธ์นี้เนื่องจากผู้เขียนมีความเชื่อว่า คนที่มีกล้องถ่ายรูปมักจะถ่ายรูปคนที่ตัวเองรัก ตัวเองชอบ และต้องการให้อีกฝ่ายรู้ว่าเขามีความจริงใจและการใช้ฟิล์มสีโคนิก้าก็คือสัญลักษณ์ของความรักที่มีมั่นคง