



รายงาน PDCA

โครงการเกี่ยวกับการโปรโมทร้านค้าที่ยังไม่ค่อยมีคนรู้จักเยอะลงสื่อออนไลน์

จัดทำโดย

6605803	น.ส.พรลภัส น้อยแดง
6606282	น.ส.อิงอร เวชศาสตร์
6607316	น.ส.สิรินทร์ยา แซ่มชื่น
6607369	น.ส.จริยา สิงห์โตทอง
6606861	น.ส.แพรวา ดาวดี
6606303	น.ส.ภควดี พัชรวิภาวงศ์
6606318	นายคุณากร จันทรสว่าง

เสนอ

ดร.สมिता กลิ่นพงศ์

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของรายวิชา HRM414 การสร้างทีมงานและการจูงใจ

ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2567

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต

รายงานPDCA

ส่วนที่1 P-Plan โครงการเกี่ยวกับโปรโมชั่นร้านค้าที่ยังไม่ค่อยมีคนรู้จักเยอะลงสื่อออนไลน์

1.1) หลักการและเหตุผล : เนื่องด้วยในสมัยนี้ ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสื่อออนไลน์ในแพลตฟอร์มต่าง ๆ ได้ง่าย จึงเลือกใช้สื่อออนไลน์เป็นตัวกลางในการสร้างการรับรู้ให้กับผู้บริโภค เปิดการมองเห็นให้กับร้านค้าที่ไม่ค่อยมีคนรู้จักผ่านช่องทางที่เราโพสต์รีวิวร้านต่าง ๆ ซึ่งช่วยเพิ่มโอกาสให้กับร้านอาหาร ได้แสดงจุดเด่นของอาหารและราคา อีกทั้งยังเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือและกระตุ้นความสนใจให้ผู้บริโภคอยากมาร้านมากยิ่งขึ้น

1.2) วัตถุประสงค์ :

1. เพื่อเพิ่มการรับรู้ของร้านอาหารให้ผู้บริโภคได้รู้จักและจดจำร้าน ทำให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจมากยิ่งขึ้น
2. การสร้างเนื้อหาและคอนเทนต์ที่น่าสนใจ นำมาโปรโมทผ่านช่องทางสื่อออนไลน์บน Lemon8, TikTok โดยใช้รูปภาพ วิดีโอ และข้อความที่ดึงดูดใจ เพื่อสะท้อนจุดเด่นของร้านอาหาร เช่น เมนูอาหาร บรรยากาศภายในร้าน ให้เกิดความน่าสนใจและสามารถสร้างการมีส่วนร่วมจากผู้บริโภคได้มากขึ้น
3. เพื่อเพิ่มยอดขายของร้านอาหารและเปิดการมองเห็นของร้าน
4. เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับร้านอาหาร โดยโปรโมทผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ ลงบนเพจ “ระเบิดพุง” ผ่านแพลตฟอร์ม Lemon8, TikTok เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับข้อมูลที่น่าเชื่อถือเกี่ยวกับร้านอาหาร ผ่านการโปรโมทและรีวิวที่สะท้อนความเป็นจริงจากผู้ใช้งานจริง ช่วยสร้างความมั่นใจและความสนใจให้กับผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการ.

1.3) กลุ่มเป้าหมาย : กลุ่มผู้ติดตามจากทั้งสองแอปพลิเคชันจำนวน 500 คน

1.4) แผนการดำเนินงาน :

1. สำรวจร้านอาหารที่ยังไม่ได้รับความนิยม และประเมินจำนวนผู้โศกของร้านอาหาร
2. รับประทานอาหารและถ่ายภาพบรรยากาศภายในร้านเพื่อนำไปโพสต์ลงบนช่องทางออนไลน์
3. จัดทำโพสต์และเผยแพร่ลงบนเพจ “ระเบิดพุง” ในแอป Lemon8และtiktok
4. สรุปผลยอดผู้ติดตาม ยอดไลค์ คอมเมนต์ และยอดการมองเห็นของทั้งสองช่องทาง

ส่วนที่2 D-Do การดำเนินงาน

2.1) ประชุมกันภายในกลุ่ม :

โดยที่จะนัดประชุมและพูดคุยถึงการวางแผนดำเนินงานกันในกลุ่มพร้อมแบ่งหน้าที่และลงพื้นที่สำรวจร้านโดยที่จะเน้นร้านที่ไม่ค่อยดัง แต่อาหารรสชาติอร่อย จากนั้นจะสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมจากเจ้าของร้าน เช่น เมนูแนะนำ

2.2) การถ่ายรูปและตกแต่งรูป :

เตรียมอุปกรณ์จะใช้สมาร์ทโฟนที่มีคุณภาพสูงถ่ายภาพอาหารในมุมที่เน้นรายละเอียด (Top View หรือมุมเฉียง 45 องศาและมีการปรับแสงเล็กน้อย) ถ่ายภาพบรรยากาศร้าน เช่น โต๊ะนั่ง พื้นที่รอบร้าน หรือป้ายชื่อร้าน

ในส่วนของการตกแต่งรูปสำหรับโพสต์จะใช้แอปพลิเคชัน Canva ในการตกแต่งรูปและใส่ข้อความสำคัญเช่น ราคา ชื่อเมนู ชื่อร้าน พิกัดร้าน

2.3) สรุปยอดวิวยอดไลค์ คอมเมนต์ :

ในแอป lemon8 ระเบิดพุง มีผู้ติดตาม 40 คน ยอดไลค์รวม 294 (like+save) คอมเมนต์ 47 คน มีการโพสต์ 7 โพสต์ ยอดผู้เข้าชมรวมทั้งหมด 5,540 คน ยอดกดหัวใจเยอะที่สุด 48 ดวง คือร้าน นมหกตอนเมือง กับ นมหวาน เป็นร้านขนมหวานทั้ง 2 โพสต์

ในแอป TikTok ระเบิดพุง มีผู้ติดตาม 31 คน ยอดไลค์รวม 276 คอมเมนต์ 16 คน มีการโพสต์ 7 โพสต์ ยอดกดหัวใจเยอะที่สุด 52 ดวง ยอดผู้เข้าชมรวมทั้งหมด 4,095 คน โพสต์ที่ผู้ชมเยอะสุดคือ ร้านนมหวาน 741 คน

2.4) สรุปผลการดำเนินการ :

กลุ่มได้ดำเนินงานตามแผนที่วางไว้ โดยเริ่มจากการประชุมเพื่อแบ่งหน้าที่ ลงพื้นที่สำรวจร้านอาหาร และเก็บข้อมูลร้านที่มีเอกลักษณ์และคุณภาพดี นอกจากนี้ยังมีการถ่ายภาพอาหารและบรรยากาศร้านอย่างมืออาชีพ พร้อมตกแต่งภาพด้วยแอปพลิเคชัน Canva เพื่อสร้างความน่าสนใจในโพสต์

2.5) ผลลัพธ์ในภาพรวม

1. การโพสต์ใน Lemon8 และ TikTok ส่งผลให้กลุ่มเริ่มมีฐานผู้ติดตาม (รวมกว่า 70 คน) และมียอดการมีส่วนร่วม (Engagement) ค่อนข้างดีในระยะแรก

2. รวมยอดไลค์จากทั้งสองแพลตฟอร์ม 570 คน
3. โพสต์ที่ได้รับความนิยมสูงสุดมักเป็นร้านขนมหวาน เช่น ร้านนมหกตอนเมือง และ ร้านนมหวาน
4. การตกแต่งรูปภาพด้วยข้อความสำคัญและการเน้นมุมถ่ายที่ดึงดูด ช่วยเพิ่มความน่าสนใจให้เนื้อหา
5. โพสต์ใน TikTok มียอดผู้เข้าชมรวมกว่า 4,095 ครั้ง โดยโพสต์ที่มีผู้ชมสูงสุดคือ ร้านนมหวาน (741 คน)

การดำเนินงานครั้งนี้ประสบความสำเร็จในระดับที่ดี โดยเฉพาะด้านการเข้าถึงผู้ชมผ่านแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย ผลตอบรับแสดงให้เห็นว่าคอนเทนต์เกี่ยวกับอาหารขนมหวานได้รับความนิยมสูง การพัฒนาในอนาคตควรมุ่งเน้นที่การเพิ่มความถี่ของการโพสต์ และสร้างความหลากหลายในเนื้อหาเพื่อดึงดูดกลุ่มผู้ชมที่กว้างขึ้น

ส่วนที่3 C-Check การประเมินโครงการ

3.1) เป้าหมายความสำเร็จตามวัตถุประสงค์

จำนวนผู้ติดตาม, ยอดกดถูกใจ, คอมเมนต์, ยอดการมองเห็น ไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ซึ่งค่อนข้างอยู่ในระดับที่น้อย

3.2) เป้าหมายความสำเร็จของโครงการ

1. จำนวนยอดผู้ติดตามเพจ “ระเบิดพุง” กลุ่มเป้าหมาย 500 คน โดยมีผู้ติดตามเพจรวม 72 คน

คิดเป็นร้อยละ 14.40

2. จำนวนยอดกดถูกใจเพจ “ระเบิดพุง” เป้าหมาย 2,000 ไลค์ โดยมียอดไลค์รวม 573 ไลค์

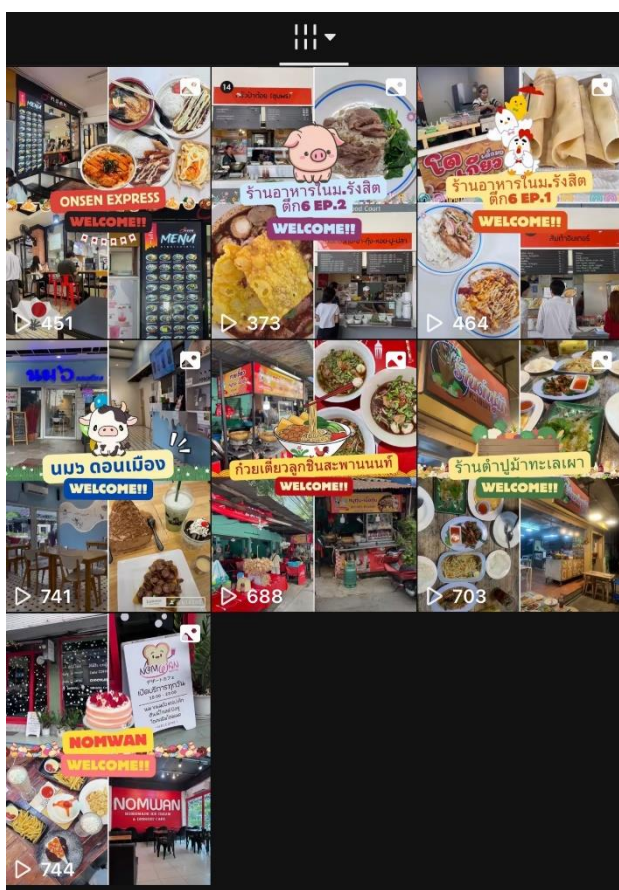
คิดเป็นร้อยละ 28.65

3. จำนวนยอดคอมเมนต์เพจ “ระเบิดพุง” เป้าหมาย 300 คอมเมนต์ โดยมียอดคอมเมนต์รวม 63

คอมเมนต์ คิดเป็นร้อยละ 21

4. จำนวนยอดการมองเห็นเพจ “ระเบิดพุง” เป้าหมาย 20,000 วิว โดยมียอดการมองเห็นรวม 9,635 วิว คิดเป็นร้อยละ 48.17

3.3) หลักฐานที่ใช้แสดงการประเมินความสำเร็จตามวัตถุประสงค์



ส่วนที่4 A-Action การนำข้อเสนอแนะไปปรับปรุงแก้ไข

4.1) ข้อเสนอแนะสำหรับการพัฒนาในครั้งต่อไปและแผนปรับปรุงจากข้อเสนอแนะ

1. เพิ่มความหลากหลายของเนื้อหาคอนเทนต์ เช่น ทำเป็นซีรีส์ตะลุยกินย่านต่างๆ ตัวอย่างเช่น ตะลุยกินร้านเด็ดย่านอารีย์ 1 วัน ด้วยงบ 500 บาท
 2. ทำเนื้อหาวิดีโอ ในส่วนของ Tiktok จะช่วยเพิ่มการเข้าถึง และเข้าใจง่ายขึ้นกว่า พร้อมด้วยคุณภาพวิดีโอ เสียง และแคปชั่นที่ดึงดูด มีการใส่เอกลักษณ์ เดิมตัวตน คาแรคเตอร์ในการรีวิว
 3. เพิ่มการโต้ตอบกับผู้ติดตาม ด้วยการเล่นเกมคำถามกับผู้ติดตามทางเพจ เช่น Feedback “ร้านนี้เต็ม10 ให้เท่าไร”
 4. ลงสื่อ โพสต์ อย่างสม่ำเสมอต่อเนื่อง
 5. อาจสร้างคอนเทนต์ที่สนุกหรือตลกเกี่ยวกับเรื่องที่กำลังเป็นเทรนด์ในบางครั้ง เพิ่มความน่าสนใจของเพจ
-