

แค่คำว่า “ขอบคุณ”

Posted on 13 April 2014.

รู้ไหมแค่คำว่า “ขอบคุณ” แค่คำเดียว สามารถเปลี่ยนเป็นกำลังใจในวันที่ท้อได้

หลายครั้งที่เวลาเกิดปัญหา สมถะ ความคิด จิตใจ
เราจะเฝ้าไปขยายภาพความทุกข์ให้ใหญ่โตขึ้นจนลืมไปว่าในชีวิตที่ผ่านมา
มันก็มีทั้งความสุข และความทุกข์ปะปนกันไป

บางคนเฝ้าโทษตัวเอง เฝ้าตำหนิตัวเอง เฝ้าให้คำพูดร้ายๆกับตัวเอง
ฉันเป็นคนแบบนี้ ฉันเป็นคนแบบนี้ในด้านลบ ทำให้ตัวเองหมดกำลังใจ

ลองกลับกันดูวันนี้เราแค่เปลี่ยนความคิดที่จดจ่อกับสิ่งที่ทำให้เราทุกข์
หันกลับมามองสิ่งดีที่มีมันยังมีอยู่ มองความสำเร็จเล็กน้อยของตัวเองที่ผ่านมา

เช่น วันนี้ทานอาหารกับขอทานข้างทาง
ไปรับไปส่งพ่อแม่ ลูกหลาน ด้วยความรักทุกวัน
ทำอาหาร ทำานบ้าน ลูกศิษย์ให้ครอบครัว
ช่วยเหลือคนแก่ข้ามถนน
ลูกให้เด็ก คนท้อง คนชรา นั่งในรถให้พี่
ให้ผู้หญิงมีโอกาสเดินเข้าลิฟท์ก่อน
เดินไปถ่ายเอกสารให้เจ้านาย
ก้าวเท้าออกจากบ้านมาทำงาน
บอกขอบคุณเวลาใครทำอะไรดีดีให้
ไปโรงเรียนแม้ไม่อยากเรียนแต่ก็เดินเข้าเรียน

ฯลฯ

ทุกวันนี้ความดีในตัวอีกด้านเสมอ มีเรื่องอีกมากมายในชีวิตที่เป็นสิ่งดี บางครั้งเราคิดว่ามันเป็นหน้าที่ แต่เราก็ได้เลือกที่จะทำมัน
และ บางคนทำอย่างเต็มที่ทุกครั้งในหน้าที่ บทบาทของตัวเอง

“กำลังใจไม่ต้องรอให้ใครสร้าง”
เคยไหมวันนี้เหนื่อย ท้อ หาโทษตัวเอง... โทษคนอื่น
ก็กลับมาพูดกับตัวเองว่า ...
วันนี้เหนื่อยไหมตัวเรา
ขอบคุณนะที่ยังสู้ไม่ถอย
ขอบคุณที่เกิดขึ้นมา

ภาพที่ 4-39 กลยุทธ์ด้านการกำหนดวัตถุประสงค์ประเภทกลยุทธ์การแสดงอารมณ์ความรู้สึก

บล็อก erk-erk

ที่มา: www.erk-erk.com

เผยแพร่เมื่อ: วันที่ 13 เมษายน 2557

จากภาพแสดงกลยุทธ์ด้านการกำหนดวัตถุประสงค์ประเภทกลยุทธ์การแสดงอารมณ์
ความรู้สึก (Feeling) ของบล็อก erk-erk เป็นการแสดงอารมณ์ความรู้สึก (Feeling) เกี่ยวกับทำให้
ความหมาย และความสำคัญของคำว่า “ขอบคุณ” กล่าวถึง ปัญหา ความทุกข์ ที่เกิดขึ้น การให้
กำลังใจตนเองเป็นสิ่งสำคัญ เป็นบทความที่แสดงความรักขอบคุณต่อตนเอง ขอบขอบคุณที่ยังสู้ไม่ถอย
ขอบคุณที่เกิดขึ้นมา

จากภาพแสดงกลยุทธ์ด้านแหล่งสาร (Source strategy) ประเภทประสบการณ์ตรง ของ บล็อก erk-erk แสดงประสบการณ์ในการฟอกสีฟัน (Teeth whitening) ที่คลินิก Prince of smile dental บอกเล่าเรื่องราวความรู้และวิธีการ รวมไปถึงการดูแลรักษาการฟอกสีฟัน

ผลไม่อย่างแสบเป็ดและกล้วยนั้นจะเปลี่ยนเป็นสีน้ำตาลภายในเวลาเพียงไม่กี่นาที เมื่อถูกปล่อยให้สัมผัสกับอากาศภายนอก ซึ่งเกิดจากกระบวนการทางธรรมชาติที่เรียกว่า ปฏิกริยาออกซิเดชัน นั่นเอง ด้วยปัจจัยที่กระตุ้นให้เกิดความตึงเครียดจากปฏิกริยาออกซิเดชันในผิวจากรังสียูวี จะทำให้เกิดการก่อตัวของอนุมูลอิสระ ที่นำไปสู่ความอ่อนล้า หมองคล้ำ เป็นสัญญาณของผิวที่เริ่มร่วงโรย

การทดลองโดยใช้กล้วยเป็นส่วนประกอบหลักนี้จึงถูกออกแบบขึ้นเพื่อทดสอบประสิทธิภาพของพลังจากพิเทร่าเข้มข้นในการปกป้องผิวจากอนุมูลอิสระของ Facial Treatment Essence



ภาพที่ 4-41 กลยุทธ์ด้านแหล่งสาร ประเภทการใช้ผู้เชี่ยวชาญ บล็อก erk-erk

ที่มา: www.erk-erk.com

เผยแพร่เมื่อ: วันที่ 7 กุมภาพันธ์ 2557

จากภาพแสดงกลยุทธ์ด้านแหล่งสาร (Source strategy) ประเภทการใช้ผู้เชี่ยวชาญ ของ บล็อก erk-erk เป็นการใช้อุบายผู้เชี่ยวชาญซึ่งเป็นทีมนักวิทยาศาสตร์มาประกอบการนำเสนอข้อมูล เพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือในการกล่าวถึงประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์จากแบรนด์เอสเค-ทู

ศัลยกรรมจุดซ่อนเร้นผู้หญิงเป็นอย่างไร ? ว่ากันด้วยเรื่อง REPAIR ของ STMSTYLE

Posted on 07 October 2013.

ค่าเดือน เนื่องจากเนื้อหาอาจเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เกิดการตัดสินใจกระทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงของร่างกายได้ (ศัลยกรรม) ขอแสดงความรับผิดชอบในเนื้อหาด้วยการบังคับให้ทุกคนอ่านค่าเดือนก่อนทุกครั้ง การทำศัลยกรรมที่เป็นการผ่าตัดทุกชนิด จะเป็นการกระทำที่เกิดขึ้นบริเวณเนื้อเยื่อในร่างกาย เกิดบาดแผลเมื่อผ่าตัด เมื่อตัดสินใจแล้วผลของแผลทั้งที่มองเห็นและมองไม่เห็นจะคงอยู่ตลอดไป ไม่สามารถเรียกเนื้อเยื่อเก่าให้กลับมา หรือ ลบเลือนแผลเป็นที่เกิดขึ้นได้ผิวหนัง (ทั้งผิด) บนผิวหนัง (แผลเป็น) ให้น้ำไปหมดได้ การผ่าตัดยิ่งใหญ่มากเท่าไร โอกาสมีแผลบนผิวหนังแน่นอน 100% การศัลยกรรมทุกชนิดเป็นเรื่องที่ต้องดูแล และ สังเกตความเปลี่ยนแปลงที่ไม่ปกติตลอดชั่วชีวิตเหมือนสุขภาพร่างกายของคนเรา วัสดุบางชิ้น ไม่ได้เกิดมาเพื่ออยู่กับเราไปจนตาย อาจต้องมีการเอาออก เอาใส่เข้าไปใหม่ หรือ ถึงช่วงอายุขัยหนึ่ง เราอาจจะนำมันออกไปและไม่ใส่เข้าไปใหม่อีกเลย ก่อนตัดสินใจทำอะไรกับชีวิต คุณมีข้อมูลเพียงพอ ยัง ให้ถามตัวเองอยู่เสมอ

ด้วยความรัก และ ปราบดาพิทักษ์อย่างสูง

erk-erk

เกิดเป็นหญิงแท้จริงแสนลำบาก ออกท้องรู รูดองทิต 55555555



ภาพที่ 4-42 กลยุทธ์ด้านแหล่งสาร หาข้อมูลเพิ่มเติมจากแหล่งข้อมูลอื่นที่น่าเชื่อถือ/ งานวิจัย)

บล็อก erk-erk

ที่มา: www.erk-erk.com

เผยแพร่เมื่อ: วันที่ 7 ตุลาคม 2556

จากภาพแสดงกลยุทธ์ด้านแหล่งสาร (Source strategy) ประเภทหาข้อมูลเพิ่มเติมจากแหล่งข้อมูลอื่นที่น่าเชื่อถือ/งานวิจัย ของบล็อก erk-erk เป็นการนำเสนอเรื่องเกี่ยวกับการศัลยกรรมจุดซ่อนเร้นโดยการอ้างอิงจากข้อมูลจาก STMSTYLE เป็นศูนย์เลเซอร์ RIZ ที่อยู่ในเครือโรงพยาบาลแห่งหนึ่งในประเทศไทย

ตารางที่ 4-18 จำนวน และร้อยละเกี่ยวกับกลยุทธ์สาร การตั้งชื่อบทความจากบล็อกสาขาข้อปึง
ปีวดี (n=259)

กลยุทธ์สาร	ชื่อบล็อก						รวม	
	Erk-erk		Kirarista		PuPe			
การตั้งชื่อบทความ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
การตั้งคำถาม	-	-	-	-	-	-	-	-
สรุปสาระสำคัญ	22	24.2	6	5.9	-	-	28	10.8
การตั้งตามชื่อของสินค้าและบริการ	22	24.2	64	62.7	48	72.7	134	37.5
แบบเรียกร้องความสนใจด้วยการตั้งชื่อแปลก ๆ คำวลีที่ไม่คุ้น หรือการเล่นคำ	47	51.6	32	31.4	18	27.3	97	51.7

จากตารางที่ 4-18 รูปแบบกลยุทธ์สาร ด้านการตั้งชื่อบทความ พบการตั้งชื่อบทความแบบเรียกร้องความสนใจด้วยการตั้งชื่อแปลก ๆ คำวลีที่ไม่คุ้น หรือการเล่นคำ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.7 รองลงมา คือ การตั้งตามชื่อของสินค้าและบริการ คิดเป็นร้อยละ 37.5 และสรุปสาระสำคัญ คิดเป็นร้อยละ 10.8

Beauty News เปิดกล่อง กับ ETUDE HOUSE - Bling in the sea วิ้งๆ บิ้งค์ๆ

ภาพที่ 4-43 กลยุทธ์การตั้งชื่อบทความแบบเรียกร้องความสนใจด้วยการตั้งชื่อแปลก ๆ คำวลีที่ไม่คุ้นหรือการเล่นคำ บล็อก erk-erk

ที่มา: www.erk-erk.com

เผยแพร่เมื่อ: วันที่ 23 ตุลาคม 2557

จากภาพแสดงกลยุทธ์การตั้งชื่อบทความแบบเรียกร้องความสนใจด้วยการตั้งชื่อแปลก ๆ คำวลีที่ไม่คุ้นหรือการเล่นคำ ของบล็อก erk-erk ตั้งชื่อโดยใช้คำว่า วิ้ง ๆ บิ้งค์ ๆ เป็นคำที่ใช้ความ

หมายถึง สิ่งที่สองแสงระยิบระยับ ซึ่งผู้เขียนได้นำมาใช้เพื่อสื่อถึงความรู้สึกของผู้เขียนเมื่อได้รับผลิตภัณฑ์จาก ETUDE HOUSE

Skintime Refreshing Daily Foam

BY KIRARISTA.COM ON OCTOBER 31, 2013 • (LEAVE A COMMENT)

ภาพที่ 4-44 กลยุทธ์การตั้งชื่อบทความแบบการตั้งตามชื่อของสินค้าและบริการ บล็อก Kirarista
ที่มา: <http://www.kirarista.com>
เผยแพร่เมื่อ: วันที่ 31 ตุลาคม 2556

จากภาพแสดงกลยุทธ์การตั้งชื่อบทความโดยการตั้งตามชื่อของสินค้าและบริการ ของบล็อก Kirarista เป็นการตั้งชื่อตามชื่อผลิตภัณฑ์โฟมล้างหน้า จากแบรนด์ใหม่ คือ แบรนด์ Skintime

REVIEW & HOW TO : SATINIQUE ผลิตภัณฑ์ดูแลสภาพ เส้นผมจาก AMWAY

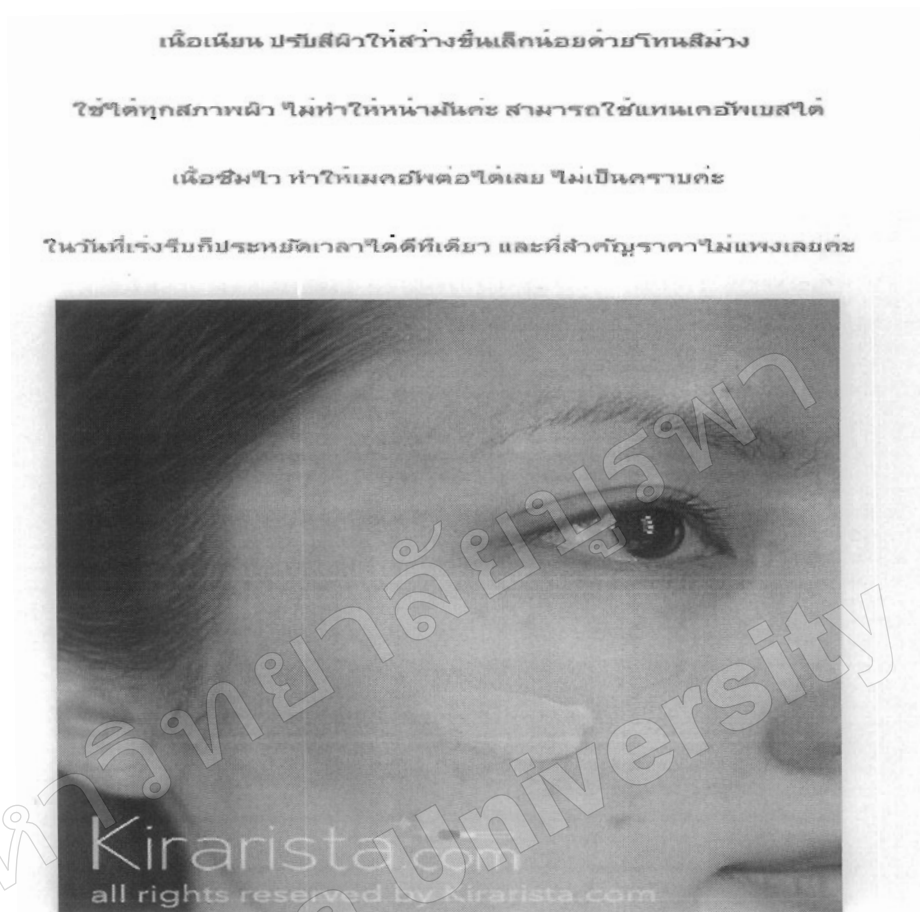
ภาพที่ 4-45 กลยุทธ์การตั้งชื่อบทความแบบสรุปสาระสำคัญ บล็อก erk-erk
ที่มา: www.erk-erk.com
เผยแพร่เมื่อ: วันที่ 19 พฤศจิกายน 2556

จากภาพแสดงกลยุทธ์การตั้งชื่อบทความโดยสรุปสาระสำคัญของบล็อก erk-erk เป็นการตั้งชื่อบทความแบบสรุปสาระสำคัญของเรื่องทั้งหมด ซึ่งจากตัวอย่างเป็นเรื่องเกี่ยวกับการรีวิวผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผมของแบรนด์ AMWAY

ตารางที่ 4-19 จำนวน และร้อยละเกี่ยวกับกลยุทธ์สาร ด้านการนำเสนอเนื้อหาจากสื่อภาษาข้อป
ปึงบิวตี้ (n=259)

กลยุทธ์สาร	ข้อบสื่อ						รวม	
	Erk-erk		Kirarista		PuPe			
การนำเสนอเนื้อหา	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
นำเสนอข้อมูลผ่าน	-	-	-	-	-	-	-	-
ประสบการณ์ตรงที่ได้ใช้								
สินค้าหรือบริการ								
อธิบายวิธีการใช้งานของ	20	22	67	65.7	6	9.1	93	35.9
สินค้า สารคดีการใช้งาน								
เชิงสารคดีโดยให้ความรู้	28	30.8	9	8.8	20	30.3	57	22
ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์								
หรือบริการ								
ให้ข้อมูลเพิ่มเติมหรือมี	2	2.2	-	-	-	-	2	0.8
การอ้างอิงจาก								
แหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ								
บทความเชิงวิชาการโดย	9	9.9	2	2	27	40.9	38	14.7
ให้ความรู้ผลิตภัณฑ์หรือ								
บริการ								
บทความแสดงอารมณ์	32	35.2	24	23.5	13	19.7	69	26.6
ความรู้สึก								

จากตารางที่ 4-19 รูปแบบกลยุทธ์สาร ด้านการนำเสนอเนื้อหา ภาษาข้อปึงบิวตี้ พบการอธิบายวิธีการใช้งานของสินค้า สารคดีการใช้งานมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.9 รองลงมา คือ บทความแสดงอารมณ์ความรู้สึก คิดเป็นร้อยละ 26.6 เชิงสารคดีโดยให้ความรู้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการ คิดเป็นร้อยละ 22 บทความเชิงวิชาการ โดยให้ความรู้ผลิตภัณฑ์หรือบริการ คิดเป็นร้อยละ 14.7 และให้ข้อมูลเพิ่มเติมหรือมีการอ้างอิงจากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ คิดเป็นร้อยละ 0.8



ภาพที่ 4-46 กลยุทธ์การนำเสนอเนื้อหาประเภทอธิบายวิธีการใช้งานของสินค้า สารคดีการใช้งาน
บล็อก Kirarista

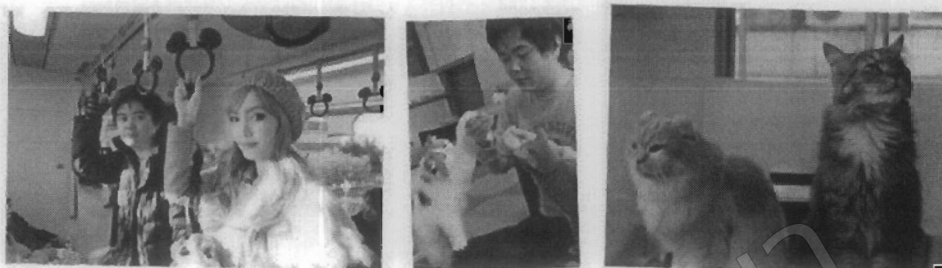
ที่มา: <http://www.kirarista.com>

เผยแพร่เมื่อ: วันที่ 20 กันยายน 2556

จากภาพแสดงกลยุทธ์การนำเสนอเนื้อหาประเภทอธิบายวิธีการใช้งานของสินค้า สารคดี
การใช้งาน ของบล็อก Kirarista เป็นเนื้อหาที่อธิบายถึงวิธีการทาครีม ประสิทธิภาพครีมของ แบ
รด์ Neutrogena รุ่น Light lotion นำเสนอผลิตภัณฑ์ออกใหม่ 3 ชิ้น ได้แก่ เอสเซนส์ ครีมบำรุงผิว
ทริมกันแดด ซึ่งเป็นสูตรใหม่ล่าสุดของแบรนด์ Neutrogena



KIRARI TRIP: TOKYO WINTER TRIP '13 - DAY 2



ผาตอกันที่ Tokyo Winter Trip ในวันที่ 2

ในวันนี้จะไปกันที่ย่าน Kichijoji เพื่อไปเล่นกับน้องเหมียวที่ Calico Cat Cafe'

ช้อปปิ้งย่านของหารักราคาไม่แพง และต่อด้วยการไปชิลๆกันที่ Tokyo Disney Sea

ในวันนี้ก็เริ่มจากการไปเล่นกับน้องเหมียวที่ Calico กันก่อน

ตอนแรกก็กลัวว่าจะไม่ที่สาขา Shinjuku ดิฉัน ยหระสาขานี้ มีแมวอยู่ 50 กว่าตัว

เป็น Cat Cafe' อันดับหนึ่งในโตเกียวด้วย แต่เดินไกลจากสถานี

เราเลยไปอีกสาขานึงที่อยู๋ย่าน Kichijoji (吉祥寺) ย่านนี้เรามาเดินกับเพื่อนบ่อย

ภาพที่ 4-47 กลยุทธ์การนำเสนอเนื้อหาประเภทบทความแสดงอารมณ์ความรู้สึก บล็อก Kirarista
ที่มา: <http://www.kirarista.com>

เผยแพร่เมื่อ: วันที่ 30 ธันวาคม 2556

จากภาพแสดงกลยุทธ์การนำเสนอเนื้อหาประเภทบทความแสดงอารมณ์ความรู้สึก ของ
บล็อก Kirarista เนื้อหาที่แสดงความรู้สึกของการเดินทางไปต่างประเทศญี่ปุ่น ความรู้สึก ความ
ประทับใจที่ได้ไปคาเฟ่แมวครั้งแรก ซึ่งที่นี่เป็นคาเฟ่อันดับหนึ่งในโตเกียว มีแมวอยู่ประมาณ 50
กว่าตัว

STMSTYLE – บริษัทเอเจนซีพาหัตถ์ศัลยกรรมที่เกาหลี อันดับ1ในไทย

Posted on 18 April 2013.

ในทุกวงการแพทย์ เมื่อมีแพทย์ มีคนไข้ คุณหมอดึงดูดสำคัญที่สุด การที่เรามา
ทำธุรกิจเอเจนซีหัตถ์ศัลยกรรมเกาหลีเพื่อดูแลลูกค้าคนไทยนั้น แม่เรามาจาก
เกาหลีก็จริงแต่เรามองว่าลูกค้าทุกคนที่เข้ามาไม่ว่าจะเชื้อชาติไหน เปียบ
เสมือน แม่ และพี่สาวแท้ๆของเรา ที่เรายากให้เขาได้รับการดูแลกับคุณหมอ
ที่เชี่ยวชาญในเรื่องนั้นจริงๆ ที่สำคัญต้องปลอดภัย และ ดีที่สุดในการรักษาให้กับ
คนในครอบครัวของเรา คิมซอนฮา Kim sun ha (กิซ ฮี) ผู้บริหาร STM
STYLE MT CO.,LTD



ภาพที่ 4-48 กลยุทธ์การนำเสนอเนื้อหาบทความเชิงสารคดีโดยให้ความรู้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์
หรือบริการ บล็อก erk-erk

ที่มา: www.erk-erk.com

เผยแพร่เมื่อ: วันที่ 18 เมษายน 2556

จากภาพแสดงกลยุทธ์การนำเสนอเนื้อหาบทความเชิงสารคดีโดยให้ความรู้ข้อมูล
เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการของบล็อก erk-erk เป็นเนื้อหาที่ให้ความรู้เกี่ยวกับศัลยกรรมที่
ประเทศเกาหลี เล่าเรื่องราวผ่านประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวไปกับบริษัทเอเจนซี ได้เรียนรู้
ขั้นตอนของการศัลยกรรม การได้รับการดูแลจากแพทย์ และการให้ความสำคัญกับความปลอดภัย
ของผู้เข้ารับการศัลยกรรม

ส่วนผสมหลักในกลุ่ม **Neutrogena Clinical Fine Fairness** มีอยู่ทั้งหมด 2 ส่วน นั่นก็คือ เทคโนโลยี **Vital Ions** ซึ่งเคลมว่าช่วยในเรื่องของการกระตุ้นการสร้างพลังงานของเซลล์ผิว ส่วนผสมของเทคโนโลยีนี้ ประกอบไปด้วย **Zinc Gluconate** และ **Copper Gluconate** ซึ่งเมื่อผสมรวมกันแล้วจะปล่อยประจุเหมือนกับ แบตเตอรี่ขนาดเล็กที่ช่วยกระตุ้นการสร้าง ATP หรือพลังงานในเซลล์ผิว เพื่อให้การแบ่งตัวของเซลล์เป็นไปตามปกติที่ควรจะเป็นนั่นเอง ทาง Neutrogena เคลมถึงผลการศึกษาของตัวเองว่า ส่วนผสมของ **Zinc Gluconate** และ **Copper Gluconate** โดยลำพังแล้วสามารถกระตุ้นได้ แต่เมื่อผสมทั้งสองอย่างนี้เข้าด้วยกัน จะได้ผลที่ดีกว่าหลายเท่าตัว

อย่างไรก็ดี นี่เป็นเพียงข้อมูลภายในจากทางแบรนด์เท่านั้น ปุเป่ยังไม่เจอข้อมูลจากแหล่งอื่นที่จะมาสนับสนุนในส่วนนี้



ส่วนผสมหลักอีกกลุ่มก็คือ **Whitening Actives** ซึ่งประกอบไปด้วย สารสกัดจากดอกลิลลี่ขาว (**Lillium Candidum Flower Extract**) และ **Portulaca Oleracea Extract** กับ **Dipotassium Glycyrrhizate** และ **Avena Sativa (Oat) Kernel Extract** ที่เน้นในการปกป้องผิว ลดการระคายเคือง และลดการอักเสบของเซลล์อันมาจากทำร้ายของรังสี UV สารสกัดจากดอกลิลลี่ยังมีคุณสมบัติเป็นสารต้านอนุมูลอิสระ ด้านแบคทีเรียทาง **Neutrogena** ยังเคลมถึงคุณสมบัติในการบล็อกการส่งสัญญาณไปยัง **Receptor** ของเซลล์

ภาพที่ 4-49 กลยุทธ์การนำเสนอเนื้อหาประเภทบทความเชิงวิชาการ โดยให้ความรู้ผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ที่มา: <http://pupesweet.bloggang.com>

เผยแพร่เมื่อ: วันที่ 19 กันยายน 2556

จากภาพแสดงกลยุทธ์การนำเสนอเนื้อหาบทความเชิงวิชาการ โดยให้ความรู้ผลิตภัณฑ์หรือบริการ ของบล็อก PuPe เนื้อหาดังกล่าวเป็นการนำเสนอความรู้ทางวิชาการ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของแบรนด์ **Neutrogena Clinical Fine Fairness** บอกถึงส่วนผสมหลักในกลุ่ม **Neutrogena Clinical Fine Fairness** มีอยู่ทั้งหมด 2 ส่วน นั่นก็คือ เทคโนโลยี **Vital Ions** ช่วยในเรื่องของการกระตุ้นการสร้างพลังงานของเซลล์ผิว ส่วนผสมของเทคโนโลยีนี้ประกอบไปด้วย **Zinc Gluconate** และ **Copper Gluconate**



เลเซอร์ฟันฟุกระชับช่องคลอด

- ท่านที่มีกล้ามเนื้อช่องคลอดเสียหาย ไม่กระชับเต่งตึงเนื่องจากการตั้งครรภ์ คลอดบุตร หรือการแท้งจากการผ่าตัด ?
- ท่านที่มีช่องคลอดหย่อนคล้อย เนื่องมาจากการมีเพศสัมพันธ์บ่อยๆหรือ มีอายุมากขึ้น ?
- ท่านที่ไม่เคยรู้สึกถึงจุดสุดยอดในการมีเพศสัมพันธ์เลย ?
- ท่านที่มีลมออกจากช่องคลอดหรือมีเสียงลมในขณะมีเพศสัมพันธ์ ?
- ท่านที่ขณะมีเพศสัมพันธ์ ต้องใช้แรงตลอดเพื่อให้กล้ามเนื้อช่องคลอดหดตัวกระชับ ?
- ท่านที่ขณะมีเพศสัมพันธ์ ไม่สามารถทำให้ฝ่ายชายรู้สึกถึงอารมณ์ทางเพศ จนทำให้รู้สึก ว่าเหวในที่สุด ?

ศัลยกรรมจุดซ่อนเร้น กำลังเป็นที่นิยมมากไม่ใช่แค่สาวเกาหลี

เมืองไทยก็เช่นกัน ทุกคนคงจะรู้จัก ศัลยกรรมช่องคลอด หรือรีแพร์ กันอยู่แล้ว

ภาพที่ 4-50 กลยุทธ์การนำเสนอเนื้อหาประเภทให้ข้อมูลเพิ่มเติมหรือมีการอ้างอิงจากแหล่งข้อมูล
ที่น่าเชื่อถือ บล็อก erk-erk

ที่มา: www.erk-erk.com

เผยแพร่เมื่อ: วันที่ 7 ตุลาคม 2556

จากภาพแสดงกลยุทธ์การนำเสนอเนื้อหาประเภทให้ข้อมูลเพิ่มเติมหรือมีการอ้างอิงจากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ ของบล็อก erk-erk นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับเลเซอร์ฟันฟุกระชับช่องคลอด เป็นการแนะนำขั้นตอนอย่างละเอียดในการเข้ารับบริการ เป็นการอ้างอิงข้อมูลจากศูนย์แลเซอร์ RIZ ตั้งกััด STMSTYLE

ตารางที่ 4.20 จำนวน และร้อยละเกี่ยวกับกลยุทธ์ด้านการนำเสนอเนื้อหาตามหลัก 4 P (Marketing mix) จากบล็อกสาขาซื้อปิ้งบิวตี้ (n=259)

กลยุทธ์สาร	ชื่อบล็อก						รวม	
	Erk-erk		Kirarista		PuPe			
การนำเสนอเนื้อหาตามหลัก 4 P (Marketing mix)	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
บทความด้านผลิตภัณฑ์	2	2.2	76	74.5	56	84.8	134	51.7
บทความด้านราคา	53	58.2	1	1	-	-	54	20.8
บทความด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	22	24.2	1	1	3	4.5	26	10
บทความด้านการส่งเสริมการตลาด	2	2.2	2	2	5	7.6	9	3.5
บทความด้านอื่น ๆ	12	13.2	22	21.6	2	3	36	13.9

จากตารางที่ 4.19 รูปแบบกลยุทธ์สาร ด้านการนำเสนอเนื้อหาตามหลัก 4 P (Marketing mix) สาขา ซื้อปิ้งบิวตี้ พบบทความด้านผลิตภัณฑ์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.7 รองลงมา คือ บทความด้านราคา คิดเป็นร้อยละ 20.8 บทความด้านอื่น ๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องหลัก 4 P (Marketing mix) คิดเป็นร้อยละ 13.9 บทความด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 10 และบทความด้านการส่งเสริมการตลาด คิดเป็นร้อยละ 3.5

[Beauty Talk] 3 Musketeers from Jergens for this winter

ช่วงไม่กี่วันมานี้สังเกตได้ว่าอากาศแห้งลงอย่างรู้สึกได้ สภาพอากาศที่มีความชื้นน้อยลงนี้จะดึงน้ำจากในผิวให้ระเหยออกไปได้มากขึ้น ดังนั้นการปรับการดูแลผิวรวมถึงการเปลี่ยนมอยซ์เจอไรเซอร์ที่ใช้จากเนื้อบางเบาแห้งสนิทที่ชื่นชอบในช่วงที่อากาศชื้นไปเป็นมอยซ์เจอไรเซอร์เนื้อเข้มข้นขึ้นจึงเป็นสิ่งที่ควรปฏิบัติ



พอดีทาง Jergens ได้ส่งโลชั่นบำรุงผิวสารพัดสูตรมาให้มาเป็นเดือนแล้ว ยังมีตัวเลือกเยอะก็ยิ่งสร้างทางเลือกอันแสนสับสนว่าตัวไหนกันที่จะเหมาะกับเราที่สุด วันนี้เป็เลยเลือก 3 สูตรที่น่าสนใจขึ้นมาแนะนำให้ทุกคนได้ลองดูเป็นตัวเลือกกันดีกว่า (ส่วนใครจะหาทุกสูตรมาครอบครองแล้ววางขวดเรียงสีแบบนี้ก็สวยดีนะเคอะ!!!)

ภาพที่ 4-51 การนำเสนอเนื้อหาตามหลัก 4 P (Marketing mix) ประเภทบทความด้านผลิตภัณฑ์ บล็อก PuPe

ที่มา: <http://pupesweet.bloggang.com>

เผยแพร่เมื่อ: วันที่ 5 พฤศจิกายน 2556

จากภาพแสดงกลยุทธ์การนำเสนอเนื้อหาประเภทให้ข้อมูลเพิ่มเติมหรือมีการอ้างอิงจากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ ของบล็อก PuPe นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของแบรนด์ Jergens เป็นโลชั่นบำรุงผิวที่มีปริมาณของวิตามิน A C E ที่เป็นสารต้านอนุมูลอิสระ ให้ข้อมูลส่วนประกอบของครีมโดยอ้างอิงแหล่งที่มาของส่วนประกอบต่างๆ จากแบรนด์ Jergens โดยตรง



ความปลอดภัยของ Gwiyomi Collagen

Gwiyomi Collagen ได้รับการรับรองจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ประเทศไทย อย่างถูกต้องตาม"อย 1310295410239"พร้อมผลผลิตจากโรงงานที่ได้รับมาตรฐาน ISO 9001 และ GMP ผ่านการรับรองของกฎหมายไทย ไม่มีผลข้างเคียงเมื่อรับประทานอย่างต่อเนื่อง หรือหยุดรับประทาน ควรระวังในผู้ที่แพ้อาหารทะเล

คุณภาพคุ้มค่า

Gwiyomi Collagen 1 ขวดจำนวน 60เม็ด ราคา 990 บาท

**** สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมและสมัครเป็นตัวแทนจำหน่ายของ Gwiyomi Collagen และ ได้ที่ 085 196 6556 , 080 626 6565 ****

ติดตามข่าวสารได้ที่ www.facebook.com/Gwiyomi Collagen
และ <http://www.gwiyomicollagen.com>

ภาพที่ 4-52. การนำเสนอเนื้อหาตามหลัก 4 P (Marketing mix) ประเภทบทความด้านราคา บล็อก erk-erk

ที่มา: www.erk-erk.com

เผยแพร่เมื่อ: วันที่ 22 พฤศจิกายน 2556

บล็อกของ erk-erk ใช้การนำเสนอเนื้อหาตามหลัก 4 P (Marketing mix) ประเภทบทความด้านราคา นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับความคุ้มค่าด้านราคาของผลิตภัณฑ์ Gwiyomi Collagen ตลอดจนเงินที่ได้รับการรับรองจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ประเทศไทย

ความรู้เรื่องแผ่นดินไหวที่ญี่ปุ่น Shindo 震度 vs ริคเตอร์ Richer scale

BY KIRARISTA.COM ON OCTOBER 28, 2013 • [LEAVE A COMMENT]



เมื่อช่วงเที่ยงคืนที่ผ่านมา (ตามเวลาไทย) ที่ญี่ปุ่นก็เกิดแผ่นดินไหวสะเทือนถึงไปทั่วเกาะ

ตามชาวญี่ปุ่นจะออกข่าวเป็นระดับชินโดะ (Japanese Shindo Scale)

แน่นอนว่าญี่ปุ่นเป็นประเทศที่แผ่นดินไหวบ่อยมาก เฉลี่ยแล้ว 400 ครั้งต่อวัน

ภาพที่ 4-53 การนำเสนอเนื้อหาตามหลัก 4 P (Marketing mix) ประเภทบทความด้านอื่น ๆ บล็อก Kirarista

ที่มา: <http://www.kirarista.com>

เผยแพร่เมื่อ: วันที่ 26 ตุลาคม 2556

จากภาพแสดงกลยุทธ์การนำเสนอเนื้อหาประเภทให้ข้อมูลเพิ่มเติมหรือมีการอ้างอิงจากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ ของบล็อก Kirarista เป็นการให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องของแผ่นดินไหวที่เกิดขึ้นในประเทศญี่ปุ่น ให้ข้อมูลเกี่ยวกับหน่วยวัดระดับการสั่นสะเทือนในแต่ละพื้นที่ โดยอ้างอิงแหล่งที่มาของข้อมูลจาก Majiroxnews

Shiseido Integrate Sweet Trick Eye: #Honey & Cranberry - review

BY KIRARISTA.COM ON NOVEMBER 15, 2013 • (4 COMMENTS)



กลับจากญี่ปุ่นที่ไร้มีของเล่นใหม่มาเล่นเขียนค่ะ

รอบนี้ได้อะไรกลับมาแต่ไอเท็มที่หมดซะหมดทั้งนั้นเลย บลาบปี้ทุกแบรนด์ดูสิซิมูและพลัม

เป็นจุดเด่นกันแทบทั้งนั้น และมีอีกแบรนด์ที่โปรดที่เผื่อว่าเมื่อไหร่จะเข้าไทย

นี่คือ Integrate จาก Shiseido แบนด์นี้ขายตามร้านขายยาที่ญี่ปุ่น

ภาพที่ 4-54 การนำเสนอเนื้อหาตามหลัก 4 P (Marketing mix) ประเภทบทความด้านช่องทางการจัดจำหน่าย บล็อก Kirarista

ที่มา: <http://www.kirarista.com>

เผยแพร่เมื่อ: วันที่ 10 พฤศจิกายน 2556

จากภาพแสดงกลยุทธ์การนำเสนอเนื้อหาประเภทบทความด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของบล็อก Kirarista นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับช่องทางการจัดจำหน่ายของ Integrate จาก Shiseido แบนด์ที่มีขายตามร้านขายยาที่ญี่ปุ่น และทางเว็บไซต์ Shiseido เท่านั้น

เมื่อปลายเดือนตุลาคมที่ผ่านมา ทาง Nivea ได้มีการจัดงาน Nivea Sassy Day ขึ้นเพื่อเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ในสองกลุ่มด้วยกัน หนึ่งคือสินค้าในกลุ่ม Hydration เพื่อเตรียมพร้อมช่วงที่อากาศแห้งปลายปี และสินค้าใหม่ล่าสุดในกลุ่มของ Nivea Sun เพราะไม่ว่าจะช่วงใดของปี แสงแดดก็เป็นปัจจัยร้ายอันดับหนึ่งในการทำลายผิวอยู่เสมอ งานนี้จัดขึ้นที่ Flow House ซึ่งเป็นเครื่องเล่นทางน้ำที่จำลองคลื่นมาให้เล่นเซิร์ฟบอร์ดได้ (แต่เรามีฐานะต่อเลยไม่ได้เล่นละ)



ผลิตภัณฑ์กลุ่มแรกที่ถูกนำเสนอให้เราได้ยินโลมกันก็คือ Nivea Aqua Sensation ซึ่งนำเข้ามาจากประเทศเยอรมัน และโปแลนด์ แต่ใครที่เคยแวะไปประเทศเพื่อนบ้านใกล้ ๆ ตัวอย่างสิงคโปร์หรือฮ่องกง ก็อาจจะเห็นสินค้าในกลุ่มนี้กันมานานพอสมควรแล้ว (มาส์กของ Nivea Aqua Sensation ใช้ได้ดีและไม่แพ้งด้วย น่าเสียดายที่ไม่ได้นำมาแนะนำ)

ภาพที่ 4-55 การนำเสนอเนื้อหาตามหลัก 4 P (Marketing mix) ประเภทบทความด้านการส่งเสริม

การตลาด บล็อก PuPe

ที่มา: <http://pupesosweet.blogspot.com>

วันที่เผยแพร่: วันที่ 4 พฤศจิกายน 2556

จากภาพแสดงกลยุทธ์การนำเสนอเนื้อหาประเภทบทความด้านการส่งเสริมการตลาดของบล็อก PuPe นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดกับทาง Nivea ได้มีการจัดงาน Nivea Sassy Day เพื่อเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ในสองกลุ่มด้วยกัน หนึ่งคือสินค้าในกลุ่ม Hydration เพื่อเตรียมพร้อมช่วงที่อากาศแห้งปลายปี และสินค้าใหม่ล่าสุดในกลุ่มของ Nivea Sun

ตารางที่ 4-21 จำนวน และร้อยละเกี่ยวกับกลยุทธ์สาร ด้านการสาธิตสินค้า จากบล็อกสาขาข้อปึง
บิวตี้ (n=259)

กลยุทธ์สาร	ชื่อบล็อก						รวม	
	Erk-erk		Kirarista		PuPe			
การสาธิตสินค้า (Demonstration)	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มี	48	52.75	57	55.88	55	83.33	160	61.78
มี	43	47.25	45	44.12	11	16.67	99	38.22
การอธิบาย	14	32.6	31	68.9	7	63.6	52	52.5
การสาธิตเชิงปฏิบัติการ	22	51.2	14	31.1	3	27.3	39	39.4
การสาธิตเชิงเปรียบเทียบ	1	2.3	-	-	-	-	1	1
การเปรียบเทียบระหว่าง	-	-	-	-	-	-	-	-
2 สินค้า								
ก่อนใช้/ หลังใช้	6	14	-	-	1	9.1	7	7.1

จากตารางที่ 4-20 รูปแบบกลยุทธ์สาร การสาธิตสินค้า (Demonstration) สาขาข้อปึง
บิวตี้ พบการอธิบาย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.5 รองลงมา คือ การสาธิตเชิงปฏิบัติการ คิดเป็นร้อยละ 39.4 ก่อนใช้/หลังใช้ คิดเป็นร้อยละ 7.1 และการสาธิตเชิงเปรียบเทียบ คิดเป็นร้อยละ 1

” นิยามของผมที่มีสุขภาพดี จะมีน้ำหนัก อ่อน นุ่มสลาย

เงางามเป็นประกาย จัดทรงง่าย “

เส้นผมที่งอกยาวออกมาคลุมศีรษะ คือ เซลล์ที่ตายแล้ว

อายุเส้นผมเฉลี่ยต่อเส้นประมาณ 36 เดือน หรือ 3 ปี

และ ต่อมรากผมจะลดจำนวนลงเมื่ออายุมากขึ้น

♥ บางคนตกใจผมที่เคยสวยเจอเคมีมากเสียแล้วเสียเลย

♥ บางคนตกใจมีอายุมากขึ้นผมบาง

♥ บางคนตกใจทุกวันผมร่วงตลอด

ข้อความข้างต้นคร่าวๆ คือ ความจริงที่เกี่ยวกับเส้นผมและผม ที่หลายคนต้องทำความเข้าใจไว้เพื่อที่จะได้ทราบว่า ตัวเองมีปัญหาดตรงจุดไหน ส่วนไหนเป็นธรรมชาติของเส้นผม ส่วนไหนที่เราสามารถที่จะบำรุงเพิ่ม และแก้ไข เส้นผมเรามีสุขภาพที่ดีขึ้นได้ ทั้งที่ยังมีปัจจัยอีกมากที่มีผลต่อสุขภาพเส้นผมของเรา ทุกคนก็ต้องทำความเข้าใจ ตรงจุดนี้ด้วย .. จะได้ไม่ตกใจ และ แก้ไขก่อนเกิดปัญหา 😊

ดูแลผมยังงี้ดีให้มีสุขภาพที่ดีขึ้น หรือ ด้อยอยู่แล้วก็ดียิ่งขึ้นไปอีก

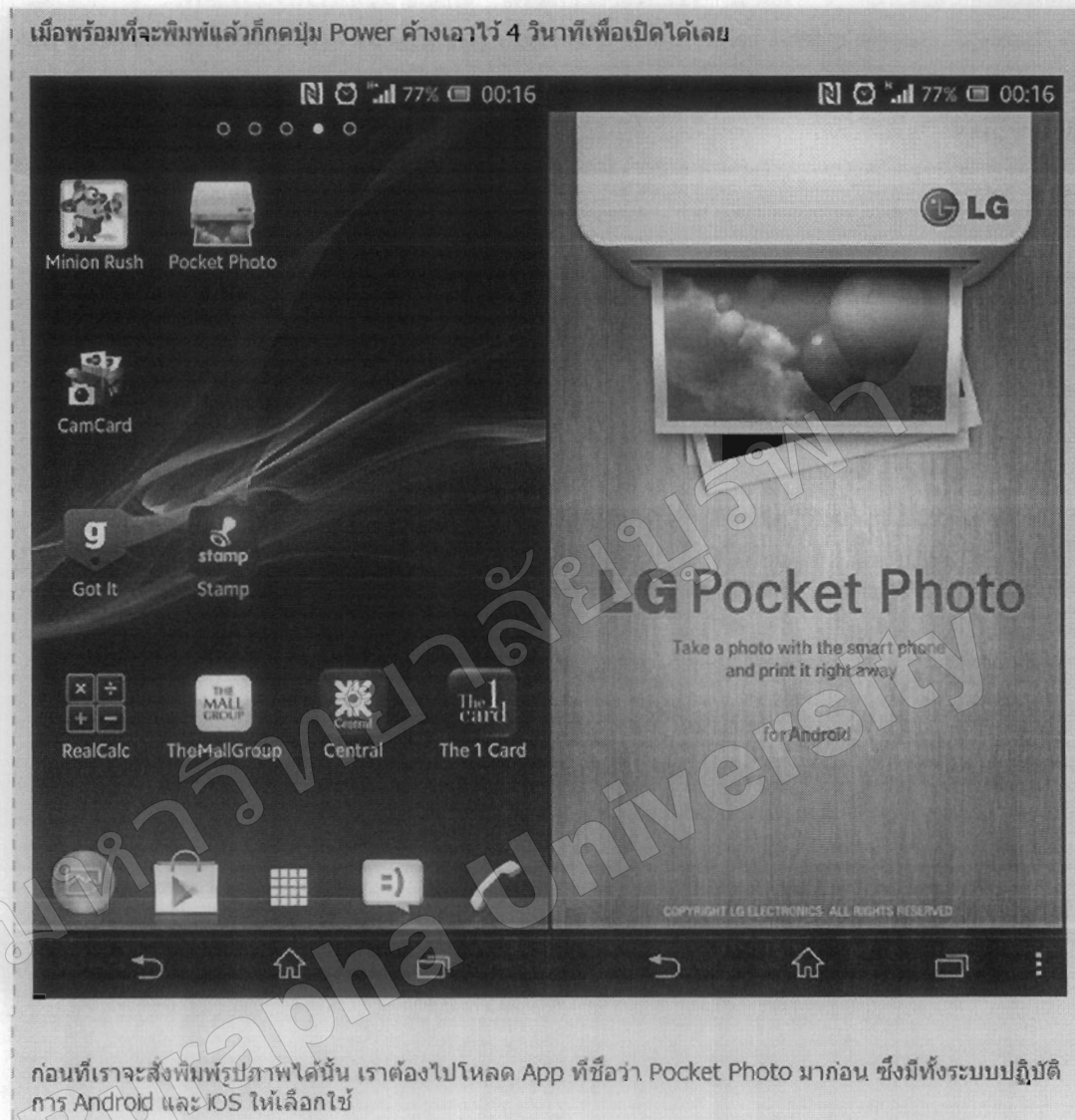
1. ใช้ผลิตภัณฑ์ที่เหมาะกับสภาพเส้นผม และ เส้นผมมีทั้ง แห้ง มัน ธรรมดา เหมือนผิวหน้าเลยต้องดูแลให้เหมาะกับสภาพ เส้นผม ปัญหาเส้นผม หนึ่งศีรษะ บางคนใช้ผลิตภัณฑ์ผมธรรมดา หนึ่งศีรษะก็ไม่มันไม่แห้ง เส้นผมชุ่มชื้น ดูแลง่าย ส่วนบางคนก็ อาจต้องมีการดูแลแยก เช่น ถ้าหนึ่งศีรษะมัน แต่ เส้นผมอาจจะแห้งก็ได้ บางครั้งก็อาจต้องดูถึงค่าความเป็นด่างสมดุล PH BALANCE เช่น ทรีทเมนท์ หรือ ครีมนวด จะทำให้ผมชุ่มชื้นขึ้น
2. นวดหนังศีรษะเวลาสระผม ด้วยอุ้งนิ้วมือ ไม่เกาเพราะเดี๋ยวจะเป็นแผล การนวดเลือดไหลเวียน และนำมันตามธรรมชาติ เคลือบดูแลเส้นผมได้ดีขึ้น
3. ไม่นวดผมอ่อนเปียก ถ้าหัวควรใช้หวีซี่ห่าง [มาก] จะลดการขาด และ ร่วงของผม
4. ใช้ผลิตภัณฑ์ปกป้องความร้อน เวลาไดร์ผม หนีบผม ก็ช่วยลดการเสียของเส้นผมได้ระดับนึง

ภาพที่ 4-56 การสาธิตสินค้า ประเภทการอธิบาย บล็อก erk-erk

ที่มา: www.erk-erk.com

เผยแพร่เมื่อ: วันที่ 19 พฤศจิกายน 2556

จากภาพแสดงการสาธิตสินค้า (Demonstration) ประเภทการอธิบายของบล็อก erk-erk เนื้อหาดังกล่าวอธิบายถึงวิธีการดูแลเส้นผมให้มีสุขภาพดี จะมีน้ำหนัก อ่อน นุ่มสลายเงางามเป็นประกาย จัดทรงง่าย กล่าวถึงการดูแลผมอย่างไรให้มีสุขภาพดีขึ้น หรือเส้นผมที่ด้อยอยู่แล้วให้ดียิ่งขึ้นไปอีก



ภาพที่ 4-57 การสาธิตสินค้า ประเภทการสาธิตเชิงปฏิบัติการ บล็อก PuPe

ที่มา: <http://pupesosweet.bloggang.com>

เผยแพร่เมื่อ: วันที่ 28 กรกฎาคม 2556

จากภาพแสดงการสาธิตสินค้า (Demonstration) ประเภทการสาธิตเชิงปฏิบัติการของ บล็อก PuPe เนื้อหาดังกล่าวสาธิตการปฏิบัติงานของผลิตภัณฑ์ตัวใหม่จากทาง LG Electronics ประเทศไทย ชื่อว่า LG Pocket Photo ซึ่งเป็นเครื่องพิมพ์ภาพขนาดพกพา ไม่จำเป็นต้องใช้หมึก ไม่มีแถบหมึก รีบบิ้น ก็สามารถพิมพ์ภาพถ่ายได้

****หมายเหตุ:** เปอร์เซ็นต์มากถือว่าดี ไม่ค่อยมีปัญหา แต่ถ้าเปอร์เซ็นต์น้อยถือว่าค่อนข้างมีปัญหา ถ้าต่ำกว่า 50% จะถือว่าค่อนข้างมีปัญหาเยอะค่ะ **

ภาพ 2 ภาพนี้ เป็นการเปรียบเทียบระหว่างก่อนทำครั้งที่ 1 และครั้งที่ 2



ภาพที่ 4-58 การสาธิตสินค้า ประเภทก่อนใช้/ หลังใช้ บล็อก erk-erk

ที่มา: www.erk-erk.com

เผยแพร่เมื่อ: วันที่ 7 พฤศจิกายน 2556

จากภาพแสดงการสาธิตสินค้า (Demonstration) ประเภทการสาธิตเชิงปฏิบัติการของ บล็อก erk-erk เพื่อให้เห็นถึงความแตกต่างของเทคโนโลยี EXILIS II เป็นเทคโนโลยีกระชับ ใบหน้าตัวล่าสุดในประเทศไทย

เมื่อเดือนพฤศจิกายนที่ผ่านมา ทาง Dove ได้มีการโปรโมทผลิตภัณฑ์ในกลุ่ม Body Lotion ขึ้นมาใหม่อีกครั้ง เพื่อรับช่วงปลายปีทีอากาศจะแห้งและเป็นลม ในงานนี้มี Senior Personal Care Technical Management Manager ประจำประเทศไทยและเวียดนาม มาให้ข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องของผิวและหลักการทำงานของ Dove Body Lotion (250ml / 159THB, 400ml / 235THB) อีกด้วย



ภาพที่ 4-59 การสาธิตสินค้า ประเภทการสาธิตเชิงเปรียบเทียบ บล็อก PuPe

ที่มา: <http://pupesosweet.bloggang.com>

เผยแพร่เมื่อ: วันที่ 6 ธันวาคม 2556

จากภาพแสดงการสาธิตสินค้า (Demonstration) ประเภทการสาธิตเชิงเปรียบเทียบ ของ บล็อก PuPe เนื้อหาดังกล่าวสาธิตโดยใช้กليبกุหลาบในการเปรียบเทียบแทนผิวมนุษย์ เป็นการสาธิตประสิทธิภาพของ Dove body lotion โดยการใช้กليبกุหลาบมาเป็นตัวแทนของผิว และทาโลชั่นของ Dove เทียบกับ โลชั่นบำรุงผิวทั่วไปในท้องตลาดอีก 2 ชนิด และอันสุดท้ายคือตัวควบคุมที่ไม่ทาโลชั่นใด ๆ เลย หลังจากนำเข้าเตาอบแล้วผลปรากฏว่า กลิปกุหลาบที่ไม่ทาโลชั่นใด ๆ เลยจะมีลักษณะแห้ง กรอบ ใหม้ อย่างชัดเจน ส่วนกลิปกุหลาบที่ทาโลชั่นอื่น ๆ มีรอยไหม้และแห้งอยู่บ้าง ส่วนกลิปที่ทา Dove body lotion ยังคงมีสภาพสมบูรณ์ที่สุด

ตารางที่ 4-22 จำนวน และร้อยละเกี่ยวกับกลยุทธ์สาร ด้านการสาธิตสินค้า จากบล็อกสาขาซื้อปิ้ง บิวตี้ (n=259)

กลยุทธ์สาร	ซื้อบล็อก						รวม	
	Erk-erk		Kirarista		PuPe			
รูปแบบบทความ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
One side	72	79.1	90	88.2	32	48.5	194	74.9
Two side	19	20.9	12	11.8	34	51.5	65	25.1

จากตารางที่ 4-21 รูปแบบกลยุทธ์สาร ด้านรูปแบบบทความสาขาซื้อปิ้ง บิวตี้ พบแบบผลิตภัณฑ์ในด้านเดียว (กล่าวถึงผลิตภัณฑ์ในด้านเดียว) มากที่สุด side คิดเป็นร้อยละ 74.9 รองลงมา คือ แบบข้อเด่นและกล่าวถึงข้อดีข้อเดียว (กล่าวถึงผลิตภัณฑ์ทั้งสองด้านแสดงข้อเด่นและกล่าวถึงข้อดีข้อเดียว) คิดเป็นร้อยละ 25.1



ชุดผลิตภัณฑ์ในกลุ่มของ Somerset Meadow ประกอบด้วย 5 ผลิตภัณฑ์

- Somerset Meadow Eau De Toilette (THB 1,685 / 60mL)
- Somerset Meadow Parfum Gel (THB 1,075 / 12mL)
- Somerset Meadow Bath & Shower Gel (THB 925 / 200mL)
- Somerset Meadow Body Lotion (THB 1,250 / 200mL)
- Somerset Meadow Hand Therapy (THB 890 / 100g)

ซึ่งตัวที่น่าสนใจคือ Parfum Gel เพราะเป็นครั้งแรกที่ทาง Crabtree & Evelyn ได้นำเสนอในรูปแบบเจล ซึ่งผู้บริโภคสามารถนำมาสวมใส่ได้ทันที และกำหนดจุดที่ต้องการทาได้ง่ายด้วยละ

ภาพที่ 4-60 รูปแบบบทความประเภทแบบผลิตภัณฑ์ในด้านเดียว บล็อก PuPe

ที่มา: <http://pupesweet.bloggang.com>

เผยแพร่เมื่อ: วันที่ 2 พฤษภาคม 2556

จากภาพแสดงรูปแบบบทความประเภทแบบผลิตภัณฑ์ในด้านเดียว ของบล็อก PuPe เป็นการนำรูปแบบข้อความในลักษณะที่นำเสนอให้เห็นเพียงด้านบวกของผลิตภัณฑ์เพียงด้านเดียว ภาพดังกล่าว คือ คอลเลกชันซัมเมอร์และ Limited Edition จากทางแบรนด์ Crabtree & Evelyn ที่ได้นำเสนอ Somerset Meadow Bath & Body Collection ที่ถ่ายทอดความงดงามของพืชพรรณในช่วงแบ่งบานของเกาะอังกฤษที่หอมละมุนด้วย กลิ่นใบไม้สีเขียวและผลไม้รสเปรี้ยวที่สุกนํ้ารับแสงอาทิตย์

สำหรับใครที่มีความกังวลเรื่องริ้วรอยและสนใจผลิตภัณฑ์ตัวนี้จริง ๆ ปุเปก็อยากแนะนำให้ลองมองเป็นรุ่น Perfect & Protect Intense ที่มีส่วนผสมของสาร Anti-Aging ที่หลากหลายกว่า รวมถึงการศึกษาที่ทาง Boots ได้ทำออกมานั้นก็ใช้แบบ Double-Blind Placebo ในกลุ่มทดสอบระยะเวลา 12 เดือน ซึ่งดูน่าเชื่อถือทีเดียว (และถ้าจำไม่ผิด ราคาก็ไม่ได้น่าตกใจนัก)

(Source : A cosmetic 'anti-ageing' product improves photoaged skin: a double-blind, randomized controlled trial)

สำหรับคำถามว่า "จะแพ้ยัย" "ใช้แล้วอุดตันรึเปล่า?" เป็นคำถามที่ปุเปบอกไม่ได้ครับ อาการแพ้เป็นสิ่งที่แตกต่างกันไปในทุก ๆ คน สำหรับการอุดตันนั้นก็ขึ้นอยู่กับสภาพผิวและการดูแลผิวโดยรวมของแต่ละคนเอง นอกจากนี้คนเรายังไวต่อการอุดตันของสารแต่ละตัวไม่เหมือนกันด้วย ดังนั้นก่อนจะซื้อผลิตภัณฑ์ใด ๆ ก็ตาม ควรทดสอบและทดสอบใช้ก่อนทุกครั้ง

ข้อดี

- มีการศึกษาและตีพิมพ์ถึงประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์
- สาร Active รวม 6% ซึ่งก็ถือว่าน่าพอใจสำหรับราคาระดับนี้
- บรรจุภัณฑ์หลอดบีบที่บีบง่าย ใช้งาน สะอาด (สำหรับเซรัม)
- เหมาะกับทุกสภาพผิวที่มีปัญหา ริ้วรอยแรกเริ่มหรือต้องการชะลอการเกิดริ้วรอยก่อนวัย
- อ่อนโยน ปราศจากน้ำหอม (เซรัม)
- ราคาสสมเหตุผล มีโปรโมชั่นบ่อยครั้ง

ข้อเสีย

- การศึกษาที่มีการสนับสนุนจากผู้ผลิตสินค้า และจำนวนผู้ทดสอบมีจำนวนไม่มาก
- มีส่วนผสมของน้ำหอม (ครีม)
- บรรจุภัณฑ์แบบกระปุก (ครีม)

Sponsored Item

- Boots No7 : Protect & Perfect Serum
- Boots No7 : Protect & Perfect Day Cream SPF15

ภาพที่ 4-61 รูปแบบบทความประเภทแบบข้อเด่นและกล่าวถึงข้อด้อยด้วย บล็อก PuPe

ที่มา: <http://pupesweet.blogspot.com>

เผยแพร่เมื่อ: วันที่ 6 พฤษภาคม 2556

จากภาพแสดงรูปแบบบทความประเภทแบบข้อเด่นและกล่าวถึงข้อด้อยด้วย ของบล็อก PuPe เป็นการนำรูปแบบข้อความในลักษณะที่นำเสนอให้เห็นข้อเด่น ข้อด้อย ของแบรนด์ Boots No7 Protect & Perfect พร้อมคำอธิบายข้อดี ข้อเสียเมื่อได้ทดลองใช้สินค้าอย่างชัดเจน

การเปรียบเทียบรูปแบบการนำเสนอและกลยุทธ์สารระหว่างบล็อกสาขาไอที และสาขา ซ้อปิ้งบิวตี้

1. การเปรียบเทียบรูปแบบการนำเสนอระหว่างบล็อกสาขาไอที และสาขาซ้อปิ้งบิวตี้

1.1 ผลการวิเคราะห์ รูปแบบการนำเสนอที่ใช้ในบล็อกสาขาไอที และสาขาซ้อปิ้ง บิวตี้

จากการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างบล็อก ประเภท สาขา ไอที และสาขาซ้อปิ้งบิวตี้สามารถพิจารณารายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 4-23 จำนวน และร้อยละการเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการนำเสนอ ประเภทของ
สื่อจากบล็อกสาขา ไอที และสาขาซ้อปิ้งบิวตี้

รูปแบบการนำเสนอ	ร้อยละ			
	ไอที		ซ้อปิ้งและบิวตี้	
ประเภทของสื่อ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ภาพ	106	93.8	210	81.1
วิดีโอ	7	6.2	49	18.9
เสียง	-	-	-	-
สไลด์	-	-	-	-
รวม	113	100	259	100

จากตารางที่ 4-23 รูปแบบการนำเสนอ ด้านประเภทของสื่อของสาขาไอที และสาขาซ้อปิ้งบิวตี้ พบว่า สาขาไอทีใช้สื่อประเภทภาพ คิดเป็นร้อยละ 93.8 มากกว่า สาขาซ้อปิ้งบิวตี้ ที่พบเพียงร้อยละ 81.1 แต่ในขณะที่สาขาซ้อปิ้งบิวตี้ ใช้สื่อประเภทวิดีโอ คิดเป็นร้อยละ 18.9 มากกว่า สาขาไอทีที่พบเพียงร้อยละ 6.2

ตารางที่ 4-24 จำนวน และร้อยละการเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการนำเสนอ ประเภทของ
การนำเสนอสื่อ จากบล็อกสาขา ไอที และสาขาข้อปึงบิวตี้

รูปแบบการนำเสนอ	ร้อยละ			
	ไอที		ข้อปึงบิวตี้	
ประเภทของการนำเสนอสื่อ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
บรรจุภัณฑ์สินค้า	-	-	-	-
สารัตถะการใช้สินค้าหรือบริการ	84	74.3	54	21.5
ภาพฟรีเซ็นเตอร์	18	15.9	160	61.3
ภาพก่อนและหลังการใช้สินค้าหรือบริการ (Review)	11	9.7	45	17.2
รวม	113	100	259	100

จากตารางที่ 4-24 รูปแบบการนำเสนอ ด้านประเภทการนำเสนอสื่อ ของสาขาไอที และสาขาข้อปึงบิวตี้ พบว่า สาขาไอทีใช้การสารัตถะการใช้สินค้าหรือบริการมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 74.3 มากกว่า สาขา ข้อปึงบิวตี้ ที่พบเพียงร้อยละ 21.5 แต่ในขณะที่สาขาข้อปึงบิวตี้ใช้สื่อประเภทภาพฟรีเซ็นเตอร์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 61.3 และมากกว่า สาขาไอที ที่พบเพียงร้อยละ 15.9

ตารางที่ 4-25 จำนวน และร้อยละการเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการนำเสนอ ประเภทการ
วางตำแหน่งของสื่อ จากบล็อกสาขา ไอที และสาขาข้อปึงบิวตี้

รูปแบบการนำเสนอ	ร้อยละ			
	ไอที		ข้อปึงบิวตี้	
การวางตำแหน่งของสื่อ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ด้านซ้าย	73	64.6	-	-
ตรงกึ่งกลางหน้า	40	35.4	259	100
ด้านขวา	-	-	-	-
รวม	113	100	259	100

จากตารางที่ 4-25 รูปแบบการนำเสนอ ด้านประเภทการวางตำแหน่งของสื่อ ของสาขาไอที และสาขาซอฟต์แวร์ พบว่า สาขาไอทีที่ใช้การวางตำแหน่งของสื่อด้านซ้ายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 64.6 และไม่พบการวางตำแหน่งของสื่อทางซ้ายในสาขาซอฟต์แวร์ ขณะที่สาขาซอฟต์แวร์ที่ใช้การวางตำแหน่งของสื่อตรงกึ่งกลางหน้าเพียงประเภทเดียว คิดเป็นร้อยละ 100 มากกว่า สาขาไอที ที่พบเพียงร้อยละ 35.4

ตารางที่ 4-26 จำนวน และร้อยละการเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการนำเสนอ ประเภทการใช้ภาษาอังกฤษ จากบล็อกสาขา ไอที และสาขาซอฟต์แวร์

รูปแบบการนำเสนอ	ร้อยละ			
	ไอที		ซอฟต์แวร์และไอที	
การใช้ภาษาอังกฤษ	$\bar{x}$	SD	$\bar{x}$	SD
0.01 - 7 น้อย	-	-	-	-
8.01 - 14 ปานกลาง	8.66	4.32	12.13	2.00
14.01 - 20 มาก	-	-	-	-

จากตารางที่ 4-26 รูปแบบการนำเสนอ ด้านการใช้ภาษาอังกฤษ ของสาขาไอที และซอฟต์แวร์ พบว่า ทั้งสองสาขาใช้การใช้ภาษาอังกฤษในระดับปานกลาง โดยสาขาไอทีที่มีค่าเฉลี่ยของการใช้ภาษาอังกฤษ คือ 8.66 น้อยกว่าสาขาซอฟต์แวร์ มีค่าเฉลี่ยของการใช้ภาษาอังกฤษ คือ 12.13

2. การเปรียบเทียบกลยุทธ์สาระหว่างบล็อกสาขาไอที และสาขาซอฟต์แวร์

2.1 ผลการวิเคราะห์ กลยุทธ์สาระที่ใช้ในบล็อกสาขาไอที และสาขาซอฟต์แวร์

ตารางที่ 4-27 จำนวน และร้อยละการเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์สาร ด้านกลยุทธ์การกำหนดวัตถุประสงค์ จากบล็อกสาขา ไอที และสาขาซอฟต์แวร์

กลยุทธ์สาร	ร้อยละ			
	ไอที		ซอฟต์แวร์และไอที	
กลยุทธ์ด้านการกำหนดวัตถุประสงค์	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
กลยุทธ์การให้ข้อมูลข่าวสาร (Information)	13	11.5	65	25.1
กลยุทธ์การให้ความรู้ (Knowledge)	17	15	53	20.5

ตารางที่ 4-27 (ต่อ)

กลยุทธ์สาร	ร้อยละ			
	ไอที		ช้อปปิ้งและบิวตี้	
กลยุทธ์ด้านการกำหนดวัตถุประสงค์	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
กลยุทธ์การแสดงอารมณ์ความรู้สึก (Feeling)	21	18.6	38	14.7
กลยุทธ์การสาธิต (Demonstration)	62	54.9	103	39.8
รวม	113	100	259	100

จากตารางที่ 4-27 กลยุทธ์สาร ด้านกลยุทธ์การกำหนดวัตถุประสงค์ ของสาขาไอที และสาขาช้อปปิ้งบิวตี้ พบว่า สาขาไอที และสาขาช้อปปิ้งบิวตี้ ใช้กลยุทธ์การสาธิต (Demonstration) มากที่สุด สาขาไอทีใช้ร้อยละ 54.9 สาขาช้อปปิ้งบิวตี้ พบการใช้กลยุทธ์ดังกล่าว ร้อยละ 39.8 กลยุทธ์การกำหนดวัตถุประสงค์รองลงมาที่สาขาไอทีใช้ คือ กลยุทธ์การแสดงอารมณ์ความรู้สึก (Feeling) คิดเป็นร้อยละ 18.6 มากกว่าสาขาช้อปปิ้งบิวตี้ที่พบเพียงร้อยละ 14.7 โดยที่วัตถุประสงค์รองลงมาของสาขาช้อปปิ้งบิวตี้ คือ กลยุทธ์การให้ข้อมูลข่าวสาร (Information) คิดเป็นร้อยละ 25.1 มากกว่าสาขาไอทีที่พบเพียง ร้อยละ 11.5

ตารางที่ 4-28 จำนวน และร้อยละการเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์สาร ด้านกลยุทธ์แหล่งสาร จากบล็อกสาขา ไอที และสาขาช้อปปิ้งบิวตี้

กลยุทธ์สาร	ร้อยละ			
	ไอที		ช้อปปิ้งและบิวตี้	
กลยุทธ์ด้านแหล่งสาร (Source strategy)	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ประสบการณ์ตรง	95	84.1	179	69.1
ผู้เชี่ยวชาญ	6	5.3	13	5
หาข้อมูลเพิ่มเติมจากแหล่งข้อมูลอื่นที่น่าเชื่อถือ/ งานวิจัย	12	10.6	67	25.9
รวม	113	100	259	100

จากตารางที่ 4-28 กลยุทธ์สาร ด้านกลยุทธ์ด้านแหล่งสาร (Source strategy) ของสาขาไอที และสาขาช้อปปิ้งบิวตี้ พบว่า ทั้งสองสาขาใช้กลยุทธ์ด้านแหล่งสาร (Source strategy) ด้าน

ประสบการณ์ตรงมากที่สุดเหมือนกัน โดยที่สาขาไอที มีการใช้กลยุทธ์ด้านประสบการณ์ตรง คิดเป็นร้อยละ 84.1 มากกว่า สาขา ช้อปปิ้งบิวตี้ ที่พบการใช้กลยุทธ์ดังกล่าวคิดเป็นร้อยละ 69.1 กลยุทธ์การกำหนดวัตถุประสงค์รองลงมา ของสาขาไอที คือ หาข้อมูลเพิ่มเติมจากแหล่งข้อมูลอื่นที่น่าเชื่อถือ/งานวิจัย คิดเป็นร้อยละ 10.6 น้อยกว่า สาขา ช้อปปิ้งบิวตี้ที่พบร้อยละ 25.9

ตารางที่ 4-29 จำนวน และร้อยละการเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์สาร ด้านการตั้งชื่อบทความ จากบล็อกสาขา ไอที และสาขาช้อปปิ้งบิวตี้

กลยุทธ์สาร	ร้อยละ			
	ไอที		ช้อปปิ้งและบิวตี้	
การตั้งชื่อบทความ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
การตั้งคำถาม	-	-	-	-
สรุปสาระสำคัญ	73	64.60	28	10.8
การตั้งตามชื่อของสินค้าและบริการ	-	-	134	37.5
แบบเรียกร้องความสนใจด้วยการตั้งชื่อแปลก ๆ ด้วยวลีที่ไม่คุ้น หรือการเล่นคำ	40	35.40	97	51.7
รวม	113	100	259	100

จากตารางที่ 4-29 กลยุทธ์สาร ด้านการตั้งชื่อบทความของสาขาไอที และสาขาช้อปปิ้งบิวตี้ พบว่า สาขาไอทีใช้การตั้งชื่อบทความแบบสรุปสาระสำคัญ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 64.60 ซึ่งมากกว่าสาขาช้อปปิ้งบิวตี้ ที่ใช้การตั้งชื่อบทความแบบสรุปสาระสำคัญน้อยที่สุด พบเพียงร้อยละ 10.8 รองลงมาของสาขาไอที คือ การตั้งชื่อบทความแบบเรียกร้องความสนใจด้วยการตั้งชื่อแปลก ๆ ด้วยวลีที่ไม่คุ้น หรือการเล่นคำ คิดเป็นร้อยละ 35.40 แต่น้อยกว่าสาขาช้อปปิ้งบิวตี้ ที่พบการใช้การตั้งชื่อดังกล่าวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.7 นอกจากนี้ยังพบการตั้งชื่อบทความโดยการตั้งตามชื่อของสินค้าและบริการจากสาขาช้อปปิ้งบิวตี้ พบร้อยละ 37.5 ในขณะที่ไม่พบการตั้งชื่อบทความลักษณะดังกล่าวจากสาขาไอที

ตารางที่ 4-30 จำนวน และร้อยละการเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์สาร ด้านการนำเสนอ
เนื้อหาจากบล็อกสาขา ไอที และสาขาซอฟต์แวร์

กลยุทธ์สาร	ร้อยละ			
	ไอที		ซอฟต์แวร์และบีบี	
การนำเสนอเนื้อหา	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
นำเสนอข้อมูลผ่านประสบการณ์ตรงที่ได้ใช้สินค้าหรือบริการ	-		-	
อธิบายวิธีการใช้งานของสินค้า สารคดีการใช้งาน	60	53.1	93	35.9
เชิงสารคดีโดยให้ความรู้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการ	23	20.4	57	22
ให้ข้อมูลเพิ่มเติมหรือมีการอ้างอิงจากแหล่งข้อมูลที่นำเชื่อถือ	1	0.9	2	0.8
บทความเชิงวิชาการ โดยให้ความรู้ผลิตภัณฑ์หรือบริการ	3	2.7	38	14.7
บทความแสดงอารมณ์ความรู้สึก	26	23	69	26.6
รวม	113	100	259	100

จากตารางที่ 4-30 กลยุทธ์สาร ด้านการนำเสนอเนื้อหาของสาขาไอที และสาขาซอฟต์แวร์ พบว่า ทั้งสองสาขาใช้การอธิบายวิธีการใช้งานของสินค้า สารคดีการใช้งาน มากที่สุด ซึ่งสาขาไอทีใช้การนำเสนอเนื้อหาดังกล่าว คิดเป็นร้อยละ 53.1 มากกว่าสาขาซอฟต์แวร์ที่พบการใช้เพียงร้อยละ 35.9 รองลงมาของทั้งสองสาขา คือ บทความแสดงอารมณ์ความรู้สึก สาขาไอทีพบ ร้อยละ 23 น้อยกว่า สาขาซอฟต์แวร์ที่พบร้อยละ 26.6

ตารางที่ 4-31 จำนวน และร้อยละการเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์สาร ด้านการนำเสนอ
เนื้อหาตามหลัก 4 P (Marketing mix) จากบล็อกสาขา ไอที และสาขาช้อปปิ้งบิวตี้

กลยุทธ์สาร	ร้อยละ			
	ไอที		ช้อปปิ้งและบิวตี้	
การนำเสนอเนื้อหาตามหลัก 4 P (Marketing mix)	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
บทความด้านผลิตภัณฑ์	81	71.7	134	51.7
บทความด้านราคา	-	-	54	20.8
บทความด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	-	-	26	10
บทความด้านการส่งเสริมการตลาด	-	-	9	3.5
บทความด้านอื่น ๆ	32	28.3	36	13.9
รวม	113	100	259	100

จากตารางที่ 4-31 กลยุทธ์สาร ด้านการนำเสนอเนื้อหาตามหลัก 4 P (Marketing Mix) สาขา ไอทีและสาขาช้อปปิ้งบิวตี้ พบว่า ทั้งสองสาขาใช้การนำเสนอเนื้อหาตามหลัก 4 P (Marketing Mix) ประเภทบทความด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด โดยที่สาขาไอทีพบการใช้ คิดเป็นร้อยละ 71.7 มากกว่า สาขาช้อปปิ้งบิวตี้ ซึ่งสาขาช้อปปิ้งบิวตี้พบร้อยละ 51.7 การนำเสนอเนื้อหาตามหลัก 4 P (Marketing Mix) รองลงมาของสาขา ช้อปปิ้งบิวตี้ คือ บทความด้านราคา คิดเป็นร้อยละ 20.8 และยังพบบทความด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 10 บทความด้านการส่งเสริมการตลาด คิดเป็นร้อยละ 3.5 และสาขาไอทีพบบทความด้านอื่น ๆ ถึงร้อยละ 28.3 มากกว่า สาขาช้อปปิ้งบิวตี้ ที่พบเพียงร้อยละ 13.9

ตารางที่ 4-32 จำนวน และร้อยละการเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์สาร ด้านการสาธิตสินค้า จากบล็อกสาขา ไอที และสาขาซอฟต์แวร์

กลยุทธ์สาร	ร้อยละ			
	ไอที		ซอฟต์แวร์และบีบี	
การสาธิตสินค้า (Demonstration)	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
การอธิบาย	2	3.12	52	52.5
การสาธิตเชิงปฏิบัติการ	62	96.88	39	39.4
การสาธิตเชิงเปรียบเทียบ	-	-	1	1
การเปรียบเทียบระหว่าง 2 สินค้า	-	-	-	-
ก่อนใช้/ หลังใช้	-	-	7	7.1
รวม	64	100	92	100

จากตารางที่ 4-32 กลยุทธ์สาร ด้านการสาธิตสินค้า (Demonstration) สาขา ไอทีและสาขาซอฟต์แวร์ พบว่า สาขาไอทีใช้การสาธิตเชิงปฏิบัติการมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 96.88 มากกว่า สาขาซอฟต์แวร์ ที่พบเพียงร้อยละ 39.4 ด้านการสาธิตสินค้า (Demonstration) รองลงมาที่สาขาไอทีใช้ คือ การอธิบาย คิดเป็นร้อยละ 3.12 น้อยกว่าสาขาซอฟต์แวร์ ที่ใช้การอธิบาย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.5

ตารางที่ 4-33 จำนวน และร้อยละการเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์สาร ด้านรูปแบบบทความ จากบล็อกสาขา ไอที และสาขาซอฟต์แวร์

กลยุทธ์สาร	ร้อยละ			
	ไอที		ซอฟต์แวร์และบีบี	
รูปแบบบทความ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
One side	113	100	194	74.9
Two side	-	-	65	25.1
รวม	113	100	259	100

จากตารางที่ 4-33 กลยุทธ์สาร ด้านรูปแบบบทความสาขา ไอทีและสาขาซอฟต์แวร์ พบว่า ทั้งสองสาขาใช้รูปแบบบทความแบบผลิตภัณฑ์ในด้านเดียว มากที่สุด สาขาไอทีพบการใช้ คิดเป็นร้อยละ 100 มากกว่าสาขาซอฟต์แวร์ ที่พบการใช้รูปแบบบทความแบบผลิตภัณฑ์ในด้านเดียว คิดเป็นร้อยละ 74.9 นอกจากนี้สาขาซอฟต์แวร์ ยังพบรูปแบบบทความแบบข้อเด่นและ กล่าวถึงข้อด้วยด้วย คิดเป็นร้อยละ 25.1