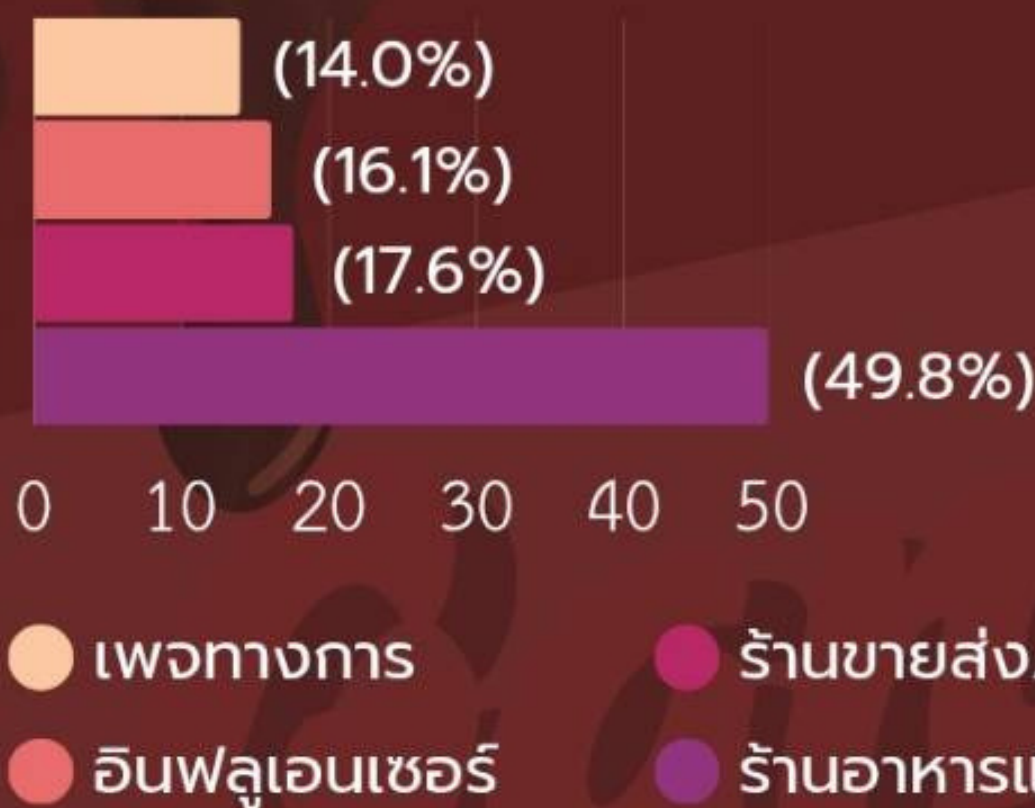


วาทกรรมและกลยุทธ์ทางภาษาในการตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ออนไลน์

รวบรวมโพสต์สาธารณะการขายและการตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ช่วง กค. 2567 - กพ. 2568 จำนวน 4,425 โพสต์

ผู้โพสต์หลัก



การใช้แพลตฟอร์ม



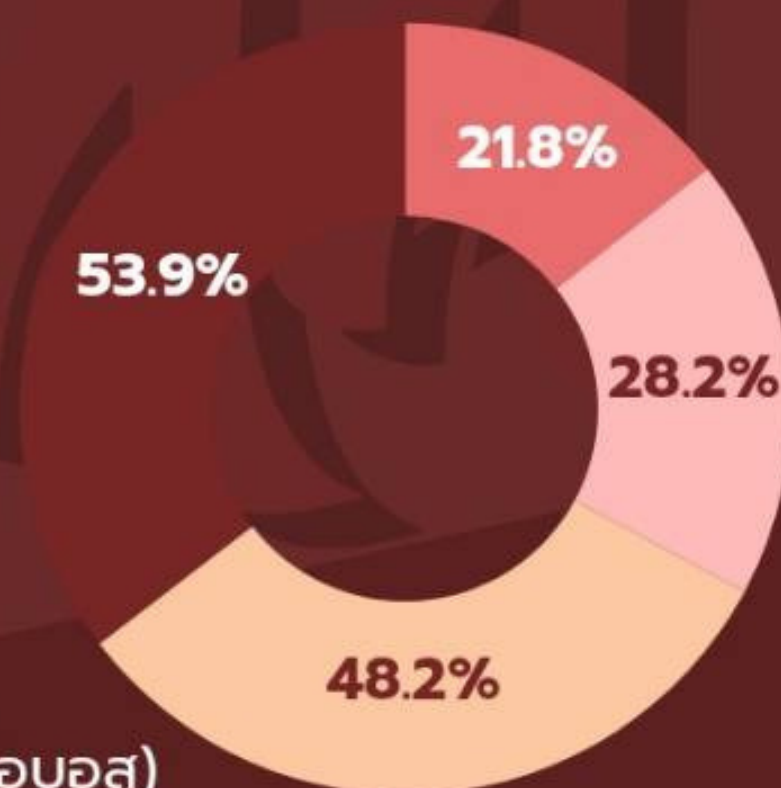
วาทกรรมหลัก

- เป็นมิตร (ภาษาไม่เป็นทางการ, คำแสลง)
- เป็นกันเอง (ยัดเสียง, คำพูดสนิทสนม)
- กระตุ้นความสนใจ (เล่นคำ, ภาษาเร้าใจ)

กลยุทธ์ทางภาษา

- การยัดเสียง/ซ้ำคำ ("ค๊าา", "ดีดี")
- คำแสลง ("ปัง", "เด็ด", "จัดหนัก")
- วลีฮิต ("หมดแก้วแล้วไปต่อ", "ยาวไปไม่จ้อบอส")

กลยุทธ์การตลาด



ผลกระทบของวาทกรรม

- ลดทอนภาพลักษณ์สินค้าควบคุม
- ทำให้การดื่มเป็นเรื่องปกติ
- สร้างความเชื่อมโยงกับแบรนด์
- กระตุ้นกระซื้อซ้ำ

- บอกสถานที่ขาย
- Brand DNA
- แจกแถม
- รีวิว

อ้างอิง :

- กนิษฐา ไทยกล้า และนิษฐา ทรัพย์เกษม.(2568). การศึกษาแบบโน้ม กลยุทธ์ และวาทกรรมในการสื่อสารการตลาด ออนไลน์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์. สงขลา : ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)