



หลังบ้าน YouTuber



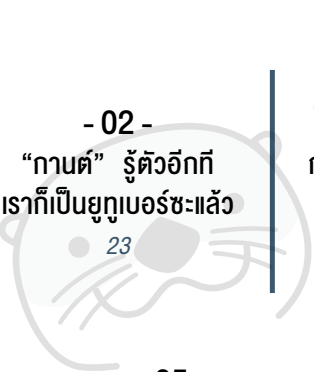
Bearhug

เขียน

สำนักพิมพ์อินทรีฮาวทู
กรุงเทพมหานคร



หนังสือคุณภาพ
โดยอินทรีกรุป



03

23

34

48

79

95



- 07 -
สิ่งที่แบร์ฮักทำ
และจะไม่ทำเด็ดขาด!

110

- 08 -
สารพัดปัญหาบนเส้นทาง
ที่เรียกว่า “ยูทูเบอร์”

128



- 09 -
วิธีทำเงินจากยูทูบ

147

- 10 -
ในวันที่ชีวิตมีขึ้นมีลง
รับมือยังไง จะไปต่อยังไง

178

- 11 -
จากใจแบร์ฮัก
ถึงแฟนคลับ

189

- ตอนพิเศษ -
จากยูทูเบอร์สู่การทำ
ธุรกิจ Bear House

202

บทส่งท้าย

227

Special Photobook

230

คำนำ

สำนักพิมพ์

มีคนกล่าวเอาไว้ว่า ในยุคนี้เราไม่ควรถามเด็ก ๆ แล้วว่า โตขึ้นเขาอยากจะเป็นอะไร เพราะเราไม่มีทางรู้เลยว่า เมื่อเวลาผ่านไป 10 ปี 20 ปีข้างหน้า จะมีอาชีพใหม่ๆ แบบไหนเกิดขึ้นบ้าง เช่นเดียวกับถ้าย้อนเวลากลับไป เมื่อราว ๆ 10 ปีก่อนหน้านี้อ หากใครสักคนบอกว่า อาชีพที่เขาอยากเป็นคือ “YouTuber” คงยากที่จะจินตนาการออกว่าอาชีพนี้เป็นอย่างไร แล้วจะหาเลี้ยงตัวเองได้อย่างไร

แต่ในวันนี้ยูทูเบอร์กลายเป็นอาชีพที่เด็กรุ่นใหม่หลายคนใฝ่ฝัน เพราะนอกจากจะเป็นอาชีพที่อิสระ และไม่ต้องลงทุนมากแล้ว หากคุณสามารถก้าวไปสู่การเป็นยูทูเบอร์ชั้นนำได้ คุณจะมีทั้งชื่อเสียง แฟนคลับ และเงินทองมากมายมหาศาล

เช่นเดียวกับ Bearhug (แบร์ฮัก) แชนแนลยูทูบ ที่มีผู้ติดตามล่าสุดในปี 2020 นี้ถึง 3.16 ล้านคน ก่อตั้งขึ้นโดยเด็กรุ่นใหม่ที่เลือกเดินออกจากเซฟโซน เพื่อทำสิ่งที่ต้องการ ในวันที่คนไทยส่วนใหญ่ยังไม่รู้จัก อาชีพยูทูเบอร์ และหุ้มเหทำงานที่ตัวเองชอบอย่างเต็มที่ จนประสบความสำเร็จในวันนี้

อะไรคือความลับเบื้องหลังความสำเร็จของ
แบร์ธัก กว่าจะมีวันนี้ทั้งคู่ต้องพบเจออะไร
มาบ้าง และก้าวต่อไปของทั้งคู่ในเส้นทางสาย
ยูทูเบอร์จะเป็นอย่างไร หนังสือเล่มนี้จะพาคุณไปทำ
ความรู้จักกับมุมมองความคิดดี ๆ และเทคนิคการเป็น
ยูทูเบอร์ที่คุณเองก็ทำได้

แล้วคุณจะรู้ว่า หากคุณมุ่งมั่นที่จะทำอะไร
สักอย่างให้สำเร็จ ลงมือทำอย่างจริงจัง และหนักแน่น
ในความเชื่อของตัวเอง คุณก็สามารถยืนหยัดอยู่
บนเส้นทางที่คุณเลือกเดินได้ โดยไม่จำเป็นต้องจ้อ
“เซฟโซน”

AMARIN
HOW ▶ TO

มีนาคม 2563



คำนำ

ผู้เขียน

ตอนแรกที่เราคิดจะทำหนังสือ pocketbook เราเองก็ยังคงๆ อยู่เหมือนกันว่าจะเขียนอะไรลงไปดี จะมีคนอ่านมั้ยนะ เรื่องราวของพวกเขาเรามั่นว่าอ่านขนาดนั้นเลยหรือ

การ brain strom ของกานต์กับชาร์ตก็เกิดขึ้นทันทีที่มีคำถามนี้ขึ้นมา...

“งั้นถ้าเปลี่ยนจากเรื่องราวของเรา มาเป็นการทำหนังสือ How to ผ่านการเล่าเรื่องราวของเราด้วยล่ะ?” กานต์ออกไฉเดียว

“เออดี ต้องเป็นประโยชน์ต่อคนอ่านแน่ๆ เลย ผู้อ่านที่ไม่ได้เป็นแฟนคลับแบร์ฮักเองก็จะได้อ่านแล้ว เกิดไปด้วย” ชาร์ตเสริม

“งั้นเขียนให้ผู้อ่านที่เป็นคนทั่วไป ที่ไม่ใช่ยูทูเบอร์ อ่านแล้วเกิดด้วยเลยละกัน หนังสือเล่มนี้จะได้มีประโยชน์ในวงกว้างๆ” จบการประชุม

คอนเซ็ปต์ของหนังสือเล่มนี้เกิดขึ้นมาง่าย ๆ แบบนี้แหละครับ

กานต์ อรรถกร

ชาร์ต ปัทมพร

มีนาคม 2563





05

ก้าวแรก
บนเส้นทางของ
“ยูทูเบอร์”



“สิ่งที่หลายคนก้าวข้ามไปได้ยากมาก ๆ
คือการทำความรู้จักกับยูทูป”

ถ้าอยากเป็นนักตกปลา ก็ต้องรู้จักเบ็ดตกปลา อยากเป็นหน่วยรบ ก็ต้องรู้จักปืนที่ใช้ ยูทูเบอร์ก็เช่นกัน หากอยากจะทำวิดีโอ เราก็ต้องรู้จักยูทูบ และโซเชียลมีเดียอื่นๆ ให้มากขึ้น

ตลอดเวลาที่พวกเราทำงานนี้มา มีคนรู้จักมากมาย เข้ามาปรึกษาถึงหนทางที่จะประสบความสำเร็จในโลกออนไลน์ ไม่เว้นแม้แต่ดารารุ่นพี่ ผมพบว่า สิ่งที่ทำให้หลายคนก้าวข้ามไปได้ยากมาก ๆ คือ การทำความเข้าใจกับยูทูบ เพราะก่อนเราจะทำงานกับอะไร เราต้องรู้จักอุปกรณ์ของเราให้ดีกว่า

หากวันนี้ใครยังไม่รู้จักยูทูบ ลองเข้าไปเล่นไปทำความเข้าใจก่อนว่า ยูทูเบอร์ท่านอื่นๆ เขาทำอะไรกันบ้าง คนดูคอมเมนต์ตรงไหน การสมัครรับข้อมูล (Subscribe) นั้นทำยังไง แชนแนลคืออะไร ไม่ต้องรู้ลึกถึงกระบวนการลึกซึ้งก็ได้ครับ ถือว่าไปเป็นลูกค้าของยูทูบก่อน

หลายคนที่อ่านมาถึงตรงนี้อาจจะรู้สึกขำอยู่เล็กๆ ว่าทำไมถึงไม่รู้จักยูทูบกันล่ะ ง่ายจะตายไป

เอาจริง ๆ ทุกวันนี้ผมก็ใช้ยูทูบไม่เป็น 100 เปอร์เซ็นต์นะครับ แม้แต่ชาร์ตเองยังงงอยู่เลยว่า ช่องทั้งหลายที่เรากด subscribe มันหาดูตรงไหนวะ (ฮา)

ต้องเข้าใจอย่างนี้ครับ แอปโซเซียลมีเดียทุกวันนี้มีเกิดใหม่ตลอด แคมยังอัปเดตกันอย่างไม่หยุดหย่อน ยูทูบเมื่อ 5 ปีที่แล้วกับวันนี้ หน้าตามันต่างกันโดยสิ้นเชิง บางทีมีปุ่มเพิ่มเข้ามาแค่ 1 ปุ่ม ก็เท่ากับต้องรู้จัก ต้องศึกษาเพื่อนใหม่เพิ่มอีกคน ฉะนั้นก่อนเราจะอยากเป็นยูทูเบอร์ ผมจึงแนะนำให้ทำความรู้จักบ้านหลังนี้กันก่อน

หากใครงเรื่องวิธีใช้ วิธีสมัคร ผมแนะนำให้ใช้การถามครับ ถามจากเพื่อน ถามจากลูก จากภูเกิ้ล มีข้อมูลมากมายให้เราได้ค้นหา ซึ่งหัวข้อการสมัคร การใช้งาน เราจะไม่ลงรายละเอียดกันนะครับ เพื่อให้หนังสือเล่มนี้เป็นหนังสือที่คุณผู้อ่านจะได้รับข้อมูลที่ไม่มีในภูเกิ้ลจริง ๆ

แต่ถ้าเป็นคนไม่ถนัดเรื่องเทคโนโลยีก็ไม่ผิดเลยครับ ผมแนะนำให้ขอคนใกล้ตัวมาช่วยดูแลก็ได้ อย่างทีมแบร์ฮัก ชาร์ตที่ไม่เก่งเรื่องเทคโนโลยีก็จะฝากทีมดูแล แล้วเอาเวลาไปทำในสิ่งที่ตัวเองถนัดแทน

เราจะเห็นได้ว่าในยูทูบมีผู้คนมากหน้าหลายตา ไม่ว่าจะเป็นทำอาชีพขายสวน ตกปลา ทำอาหารตามสั่ง ก่อสร้าง ฯลฯ คนเหล่านี้หน้าตาดูมีอายุ ขนาดจะกดมือถือยังต้องใส่แว่นสายตายาว แล้วเพิ่งอ่านทีละบรรทัด แล้วคนเหล่านี้ชำนาญกับยูทูบได้ยังไง เอาเวลาที่ไหนมาศึกษา

คำตอบง่าย ๆ คือ “ลูก” หรือ “เพื่อนร่วมงาน” นั่นเอง รวมถึงการติดต่อต่าง ๆ ถ้าหากติดไม่เป็น ผมแนะนำให้ใช้การจ้างเอาครับ อาจจะประหยัดเวลาว่าการศึกษาเองหลายปีเลย

ทีนี้เราจะเริ่มต้นยังไงดี ผมแนะนำว่าเราต้องรู้จักตัวเราก่อนครับ ว่าเราอยู่ในกลุ่มคนแบบไหน

ยูทูเบอร์แบ่งออกเป็น 2 แบบ เพื่อให้เข้าใจง่าย ๆ ดังนี้



ไม่อยากติดต่อเอง มีงานอื่นที่สร้าง รายได้อยู่แล้ว แบ่งเวลาไม่ได้แน่ ๆ

คำถาม : ถ้าถนัดงานศิลปะ แต่ไม่เก่งเลข เราควรจะทำเวลาไปทำงานศิลปะให้เติบโตขึ้น หรือเอาเวลาไปเรียนพิเศษวิชาเลขดี

สำหรับการศึกษาในโรงเรียนนั้น เกรดวิชาเรียนจะต้นที่ A ไม่ว่าเราจะเก่งศิลปะแค่ไหน เกรดก็จะไปไม่ได้ไกลมากกว่า A เราเลยมีแนวคิดพื้นฐานที่จะเน้นการตัวเลขให้มากขึ้น เพื่อให้เกรดเฉลี่ยของเราสูงขึ้น

แต่ในชีวิตจริง ถ้าเราสังเกตดี ๆ คนที่ประสบความสำเร็จไม่ใช่คนที่เก่งรอบด้าน แต่มักจะเป็นคนเก่งเฉพาะทางแบบสุดๆ มากกว่า ไม่ว่าจะเป็นโรนัลโดที่ไปสุดด้านฟุตบอลบรูโน มาร์ส ที่เก่งสุดๆ ด้านการร้อง การแสดง สตีฟ จ๊อบส์ ที่เก่งด้านการบริหาร การตลาด แต่ไม่ได้เก่งเรื่องวิศวกรรม แม้แต่แบร์รี่เอง ผมงกับซาร่าก็มีเรื่องที่ทำได้และทำไม่ได้เหมือนกันครับ

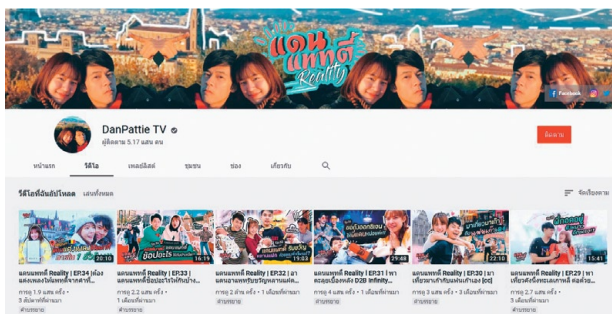
เท่าที่ผมเคยพบเจอ ผมคิดว่าในประเทศไทยมีนักทำวิดีโอแบบนี้แทบจะ 90 เปอร์เซนต์ และคนเหล่านี้ก็ประสบความสำเร็จมากๆ เพราะว่าเวลาในชีวิตนั้นแน่นอนจนแทบไม่สามารถแบ่งเวลาไปเรียนโปรแกรมตัดต่อได้ เมื่อจะทำวิดีโอขึ้นมามีจริง ๆ จึงถือกล้องถ่ายเอง แล้วค่อยจ้างคนตัดต่อ หรือบางทีอาจจะจ้างทั้งคนถือกล้อง คนถ่ายเลยก็ได้

Peach Eat Leak คือหนึ่งในยูทูเบอร์ที่ประสบความสำเร็จอย่างรวดเร็ว เขาทำคอนเทนต์ไลฟ์เกี่ยวกับการกินจุเป็นหลัก (ซึ่งเป็นสิ่งที่เจ้าของช่องนั้นทำอยู่แล้วเป็นชีวิตประจำวัน) และมีการอัปโหลดคอนเทนต์อย่างต่อเนื่อง และมีการหาทีมงานมาช่วยถ่ายทำติดต่อ ตั้งแต่คลิปแรกที่เริ่มทำ ซึ่งทำให้ตัวพีทเองนั้นหมดห่วงเรื่องงานติดต่อ และโฟกัสกับการทำคอนเทนต์คุณภาพให้คนดูได้มากขึ้นนั่นเอง



ที่มาของรูป : https://www.youtube.com/results?search_query=Peach+Eat+Leak+

DanPattieTV เป็นอีกหนึ่งแชนแนลที่พีธีกรเป็นคนมีชื่อเสียงต่างคนต่างมีงานประจำ (ที่สร้างรายได้) อยู่แล้ว เมื่อหันมาทำวิดีโอจึงสรรหาทีมมาช่วยงาน ทำให้เจ้าของช่องเองมีเวลามากขึ้น และโฟกัสกับการท่องเที่ยวทำเพื่อถ่ายวิดีโอได้มากขึ้น



ที่มาของรูป : <https://www.youtube.com/channel/UCUmR6Iuicbk50QnYkdNTww>

รวมถึงแบร์อีกเอง แม้จะเริ่มจากการตัดต่อวิดีโอเอง แต่เมื่องานมากขึ้น มีรายได้เข้ามา มีคนดูมากขึ้น เราก็ใช้วิธีสร้างทีมขึ้นมาเช่นกัน เพราะทั้งกานต์และชาร์ตต่างก็มีความรู้เรื่องวิดีโอระดับหนึ่ง แต่ไม่ได้ชำนาญมากพอ จึงต้องใช้วิธีจ้างคนที่ถนัดเรื่องวิดีโอเข้ามาเสริมทีมแทน

ข้อดีของการจ้างทีมช่วยตัดต่อ

- ประหยัดเวลา รวดเร็ว
- หากมีคนที่ชำนาญมาช่วยงาน จะทำให้ได้ผลงานระดับมืออาชีพ
- ผลิตผลงานออกมาได้ปริมาณเยอะ เพราะมีทีมช่วยงาน
- ไม่ต้องลงทุนกล้อง (ส่วนมากมืออาชีพมักจะมิกกล้องแถมมาให้ด้วย)

ข้อเสียของการจ้างทีมช่วยตัดต่อ

- ต้องมีเงินทุนสำหรับจ้างงานและการเริ่มต้น ยังไม่มีใครรู้ว่า จะสำเร็จหรือไม่ อาจทำให้สุดท้ายแล้วเป็นการสร้างรายจ่ายที่ไม่มีประโยชน์แทน
- คนที่ตัดต่อวิดีโอเป็นมีเยอะ แต่หาคนที่เก่งและเข้าใจสไตล์ของตัวเองยาก
- ควบคุมยาก เสี่ยงกับการจ่ายเงินไปแล้วได้ผลงานที่ไม่ตรงความต้องการกลับมา

ทั้งนี้ทั้งนั้นแบร์อีกเรามีทริคให้เล็ก ๆ น้อย ๆ สำหรับการ
จ้างงานฟรีแลนซ์เพื่อให้เราเป็นลูกค้าที่น่ารักมากขึ้น นั่นคือ
“การพูดภาษาเดียวกัน” กับผู้รับงานให้ได้ ไม่ว่าคุณผู้อ่านจะคุยกับ
โปรแกรมเมอร์ เกมเมอร์ ทีมโปรดักชั่น สถาปัตย์ การพูดภาษา
เดียวกันเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้การสื่อสารง่ายขึ้น (แถมบางที่ได้
ลดราคาด้วย)

เอจี้ เคยขึ้นรถแดงที่เชียงใหม่กันมั้ยล่ะครับ ถ้าคุณผู้อ่านพูด
ภาษาเหนือได้นิดหน่อย รถแดงจะคิดราคาอย่างเป็นธรรม แต่ถ้า
คุณผู้อ่านแสดงให้เห็นว่าเป็นคนต่างถิ่นละก็...กระเป๋าบานแน่นอนครับ

ในทุกวงการจะมีศัพท์เฉพาะของวงการนั้น ๆ อยู่ และเรา
ควรศึกษาศัพท์เหล่านั้นมาเบื้องต้น รวมถึงใช้ศัพท์เหล่านี้ในการ
พูดคุย จะทำให้คุยกันง่ายขึ้นจริง ๆ (อันนี้พิสูจน์มาแล้วครับ)



ตัวอย่างศัพท์ในวงการติดต่อ

Footage : ไฟล์วิดีโอ

ตัวอย่างประโยค : Footage ทั้งหมดของคลิปคือ 3 ชั่วโมงละ ตรงนี้คิดค่าติดต่อเท่าไรละ

Insert : รูปประกอบในวิดีโอ หรือการขึ้น text ประกอบความเข้าใจ

ตัวอย่างประโยค : อยากให้ขึ้นภาพ insert ประกอบตอนพูดถึงจำวนโกให้หน่อยครับ

Render : การทำวิดีโอที่อยู่ในคอมพิวเตอร์ออกมาเป็นไฟล์ .mp4 .mov

เพื่อเอาไปอัปโหลด หรือเอาไปเปิดดูต่อ

ตัวอย่างประโยค : จบงานแล้ว Render ส่งมาได้เลยค่า

Draft : วัสดุคร่าว ๆ ยังไม่ได้ลงรายละเอียด ปกติเวลาจ้างคนติดต่อ

เขาจะส่งมาเป็น Draft มาให้พิจารณาแก้ก่อนลงรายละเอียดเพื่อให้งานจบไวมากขึ้นครับ

ตัวอย่างประโยค : ลองดู footage แล้วพิจารณาให้หน่อยค่า ว่าส่ง Draft ได้วันไหน

มีความรู้เรื่องการโปรดักชันอยู่แล้ว หรือมีความเพียรมากพอที่จะเรียนรู้โปรแกรม ด้วยตัวเอง

สำหรับผู้ที่เป็นสายไม่อยากเปย์ อยากค่อยๆเดินทาง และมีความเพียรมากพอจะศึกษาหาความรู้ ผมแนะนำวิธีนี้ครับ!

เรื่องการเรียนรู้โปรแกรมนั้น ขอข้ามหัวข้อไปนะครับ เนื่องจากมีวิดีโอสอนเยอะมากใน Google และมีโปรแกรมให้เลือกมากมาย ไม่ว่าจะเป็น Adobe Premiere Pro (แบร์ยังใช้ตัวนี้), Final cut, Sony Vegas, Movie Maker ซึ่งแล้วแต่ความถนัดและสไตล์ของแต่ละคนครับ

การเรียนด้วยตัวเองอย่างเดียวไม่สามารถทำให้เราตัดต่อวิดีโอได้เก่งขึ้น 100 เปอร์เซ็นต์ แน่นนอนครับ ต่อให้เรียนมากแค่ไหน ความเก่งจะตันอยู่ที่ประมาณ 30 เปอร์เซ็นต์ ที่เหลือคือช่วงที่สนุกที่สุด นั่นคือ “การเก็บรอบบิน”

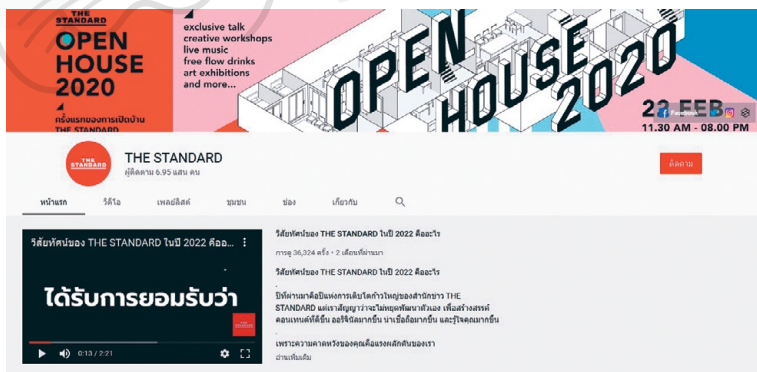
สมัยเริ่มต้นแรกๆ ผมเริ่มจากการฝึกด้วยตัวเองวันละนิดวันละหน่อย เหตุผลที่เลือกทางนี้เพราะตอนนั้นไม่มีเงิน และไม่มีความรู้ใดๆ มีแต่ความหลงใหลในการพัฒนาตัวเอง ใช้เวลาประมาณ 1-2 ปีในการเก็บรอบบิน



อีกด้านหนึ่งที่เป็นโจทย์ใหญ่ต่อมาสำหรับคนที่ฝันจะเป็น ยูทูเบอร์ นั่นคือ เรื่องของอุปกรณ์ในการถ่ายทำ

จริงๆ แล้ว “มีสมาร์ตโฟนเครื่องเดียวก็รอด” ได้ครับ แต่สิ่งที่สำคัญมากกว่าความสวยงามคือ “เสียง” ต่างหาก ทุกวันนี้ภาพจะห่วยแตกแค่ไหน เราก็ดูวิดีโอกันผ่านมือถือจอเล็กๆ อยู่แล้ว แต่เสียงนั้นต่างกัน จะเปิดจอใหญ่หรือจอเล็ก สิ่งที่ทำให้เรารู้เรื่องได้มากกว่าภาพก็คือเสียงนั่นเอง ถ้าดูวิดีโอคลิปคุณภาพแค่มือถือแต่เสียงเบาจนไม่ได้ยิน ก็ไม่มีใครรู้เรื่องใช้มั้ยล่ะครับ

รายการ **The Secret Sauce** ของ The Standard คือตัวอย่างที่ดีของการเป็นครีเอเตอร์ที่ไม่ต้องใช้ภาพใดๆ ในการรับชม รูปแบบของรายการทำเป็นแบบ Podcast (Audio on demand) เลยมีแต่เสียงให้ฟังกัน แต่กลับมียอดผู้ฟังถล่มทลาย และได้รับรางวัลคนบันเทิงบนโซเชียลมีเดียยอดเยี่ยม สาขารายการพอดแคสต์ ปี 2019 อีกด้วย



ที่มาของรูป : <https://www.youtube.com/channel/UCk1v3FzIMu3r34LYgoHpH2w>

ทั้งนี้ทั้งนั้นอุปกรณ์ก็เป็นแค่ส่วนหนึ่งเท่านั้น ผมไม่อยากให้ทุกคนเอาอุปกรณ์เป็นตัวตั้ง เพราะแบร์รี่บางครั้งก็จัดเต็มอุปกรณ์ครบมือ แต่บางคลิป บทจะมีนิมัลก็น้อยขึ้นมาชะนั้นั้นแล้วแต่ความสะดวกในแต่ละช่วง แต่ที่ต้องจริงจังเลยคือ ห้ามละเลยเรื่อง “เสียง” เด็ดขาดนะครับ จำให้ขึ้นใจเลย

ข้อดีของการตัดต่อด้วยตัวเอง

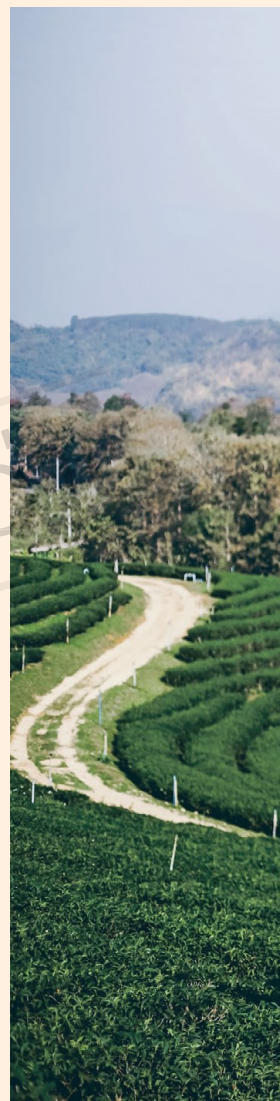
- ใช้เงินลงทุนน้อย ได้ความรู้ติดตัวตลอดชีวิต ต่อยอดอนาคตได้ (สกิลติดตัวนี้ ถ้าเราอยากจ้างคนตัดต่อ จะทำให้เราคุยกับคนตัดต่อรู้เรื่องและไม่โดนโกงราคาเอาง่ายๆ ครับ)
- สไตล์ถูกใจตัวเองแน่นอน เพราะทำเองตั้งแต่ต้น
- การถ่ายทำสะดวก รวดเร็ว ไม่ต้องขึ้นกับคนอื่น และไม่ต้องใช้ความกล้าเยอะ ถ้าพูดผิดพูดถูกก็สามารถตัดทิ้งเองได้ง่ายๆ
- ตีสต์แตกได้เต็มที่ เพราะทำเองตัดต่อเอง เนื้อเรื่องจะซับซ้อนแค่ไหนก็ได้

ข้อเสียของการตัดต่อด้วยตัวเอง

- ใช้เวลาศึกษาและเก็บรอบบินนาน
- อาจต้องลงทุนซื้อคอมพ์ กล้อง และไม้ค์เพิ่มเอง
- ต้องใช้ความเพียร ความอดทนสูง

ทั้งนี้ทั้งนั้น ลองพิจารณาเลือกแบบ
ที่ถนัดกับตัวเอง ดูต้นทุนที่เรามี โดยไม่ต้อง
น้อยใจฟ้าดินนะครับ คนเราเกิดมาต้นทุน
ไม่เท่ากันอยู่แล้ว ทั้งร่างกาย หน้าตา
เงินทอง แต่เรามีต้นทุนเวลาเท่ากัน การ
เดินทางล้วนใช้เวลา ฉะนั้นจะเลือกทางไหน
เอาที่บริหารเวลาให้เหมาะสมกับความสุ
ปัจจุบันของเราได้ก็พอครับ

อย่างไรก็ตาม คลิปที่ยากที่สุดของ
ยูทูปเบอร์คือ “คลิปแรก” ถ้าคลอดคลิปแรก
ออกมาได้แล้ว คลิปที่สอง สาม สี่ ก็จ
ตามมา ในบทต่อไป เราจะพาไปดูกันครั
บว่า เบื้องหลังคลิป 1 คลิปของแบร์ฮัก มี
แนวคิดอะไรอยู่ในนั้นบ้าง เพื่อจะได้เป็น
แนวทางให้คุณผู้อ่านเอาไปทำตามครับ









ทดลองอ่าน
06

**กว่าจะออกมา
เป็น 1 คลิป
(แบบเจาะลึก)**



“การทำคลิปที่ตอบ Why ได้
จะทำให้สปอนเซอร์เข้าเยอะมากๆ”

หัวใจสำคัญที่สุดของการทำคอนเทนต์คือ การตอบตัวเองให้ได้ว่าทำไมคนต้องดูเรา...

คำว่า “Why” เป็นเครื่องมือที่ช่วยตกตะกอนความคิดให้ไม่หลงทาง เป็นหนึ่งในเทคนิคการทำคอนเทนต์ของแบร์รี่ คือ ถ้าตอบตัวเองไม่ได้ว่าเราทำสิ่งนี้ทำไม เชื้ออะไรในสิ่งที่กำลังจะทำ แล้วทำไมคนถึงต้องมาดูเรา คอนเทนต์เราจะมีแค่ยอดวิว แต่ไม่มีมูลค่าในระยะยาวครับ

เมื่อเราคิดจะทำกิจการสักอย่างหนึ่ง เรามักจะคิดด้วยคำถามแรกว่า “เราจะทำร้านอะไรดีนะ” แต่ในมุมมองของลูกค้า เขาจะคิดกลับกันว่า

“ทำไมฉันถึงต้องซื้อกระเป๋าใบนี้นะ”

“ทำไมฉันถึงควรซื้อมือถือรุ่นนี้”

“ทำไมฉันถึงควรกินข้าวร้านนี้”

แม้จะไม่ได้แปลงเสียงออกมา แต่เบื้องลึกของสมองจะสั่งให้คิดแบบนี้จริงๆ ครับ ไม่เชื่อลองสังเกตตัวเองดู เวลาเราซื้อบั้ง บางทีเราก็นั่งมัตตามัว ชื่อของราคาแพงๆ มาโดยไม่รู้จะซื้อทำไม ที่บ้านก็มีอยู่แล้ว อารมณ์มันพาไปก็จริง แต่ถ้ามานั่งคิดลึกๆ แล้ว เราจะตอบได้ว่า ทำไมอารมณ์เราถึงพาไปซื้อแบรนด์นี้ มันเท่ มันดี มันเป็นกระแส หรือมันช่วยอะไรบางอย่างเราได้ใช่ไหม เราถึงซื้อมัน