

แนวทางการส่งเสริมกิจกรรม “#ภูมิใจแต่งไทยทั้งแผ่นดิน#”



1) BRIEF 1 หน้า

หัวข้อ: TH “แต่งไทยทั้งแผ่นดิน”

(Dress Thai. The World Will Follow.)



สถานการณ์

- วัฒนธรรม + สงกรานต์ = Global Attention อยู่แล้ว
- โอกาส: เปลี่ยนจาก “Festival” → “Global Cultural Participation”



เป้าหมาย

- Participation \geq 10 ล้าน
- UGC \geq 200,000 ชิ้น
- Global Engagement เด็บโตชัดเจน



แนวคิดหลัก

“วัฒนธรรมไทย = สนุก เข้าถึงง่าย และมีส่วนร่วมได้”



TIMELINE (แกนหลักนี้ “ต้องตรงกันทั้งประเทศ”)



2 เมษายน



DAY OF NATION (จุดระเบิดพร้อมกัน)

- แต่งไทยทั่วประเทศ
- 12:00 = Post พร้อมกัน
- Drone / Landmark / Group Shot



Outcome:

“ภาพประเทศไทยแต่งไทยพร้อมกัน”



2-8 เมษายน




THAI HERITAGE WEEK (มีงานจริง)

- พิพิธภัณฑ / กรมศิลป์ / พื้นที่วัฒนธรรม
- กิจกรรม “สนุก + เข้าถึงง่าย”
- มีจัดงานจริงที่พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ พระนคร ด้วย

- หน่วยงานหรือจังหวัดสามารถจัดกิจกรรมของตัวเองเพิ่มเติมได้

 Outcome:

“เริ่มมีส่วนร่วมทั่วประเทศ”


 13-15 เมษายน (สงกรานต์พร้อมกันทั่วประเทศ)

 SONGKRAN GLOBAL PEAK

- เล่นน้ำ + ชุดไทย
- Influencer / ต่างชาติ
- Viral Content

 Outcome:

“ภาพความสนุกของไทยไปสู่โลก”


 ช่วงสงกรานต์ “ของแต่ละพื้นที่”

 LOCAL EXTENSION (จัดกิจกรรมเพิ่มเติมตามช่วงเวลาของสงกรานต์จริงในแต่ละพื้นที่ได้ด้วย จะยิ่งดีมาก)

- บางพื้นที่จัดก่อน/หลัง 13-15 เม.ย.
- จังหวัด “ต่อกระแสได้” จัดตามช่วงสงกรานต์จริงของพื้นที่ด้วย

 Outcome:

“Momentum ไม่ตก”


 21 เมษายน

 RATTANAKOSIN DAY (Moment เชิงสัญลักษณ์)

- แต่งไทยในพื้นที่ประวัติศาสตร์
- กรุงเทพฯ / เมืองเก่า / Landmark สำคัญ

 Outcome:

“ภาพวัฒนธรรมไทยในมิติประวัติศาสตร์”

 22-26 เมษายน


 CULTURAL WEEK EXTENSION (Deep Participation)

- กิจกรรมวัฒนธรรม / เวิร์กช็อป / ชุมชน
- “เล่น + เรียนรู้ + มีส่วนร่วม”

- มีงานจริงที่กรุงเทพมหานคร 3 แห่ง ได้แก่ อุทยาน 100 ปีจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ พระนคร และวัดยุวศาวาส

 Outcome:

“จากสนุก → สู่อุณหภูมิ”


 27-30 เมษายน

 SUSTAIN & GLOBAL PUSH


- รวม Best Moments
- PR ต่างประเทศ
- Highlight ประเทศไทย


 Outcome:


“ภาพประเทศไทยสู่เวทีโลก”

 หลักการ (ห้ามหลุด ขอให้เน้นตามนี้เป็นหลัก)


- สมัครงใจ 100%
- ใส่แบบที่มี (ไทยแท้ / ไทยพระราชานิยม / ไทยพระราชทาน / ไทยพื้นถิ่น ไทยประยุกต์ / ตามสะดวก)
- สนุก ไม่พิธีการ ไม่บังคับ

 2) TALKING POINTS (สามารถนำไปใช้ในหน่วยงาน/พื้นที่ได้)


 Opening “เมษายนนี้ ประเทศไทยไม่ได้จัดแค่งาน แต่กำลังชวนทั้งโลก ‘มาสนุกกับวัฒนธรรมไทย’”

 2 เม.ย.


“เราจะเห็นภาพคนไทยแต่งไทยพร้อมกันทั้งประเทศ”

 2-8 เม.ย.


“สัปดาห์มรดกไทย คือช่วงที่ทุกคนเริ่มเข้ามามีส่วนร่วม”

 13-15 เม.ย.

“สงกรานต์จะเป็นช่วงที่โลกเห็นความสุขของไทยชัดที่สุด”

 Local Songkran (ตามช่วงเวลาของสงกรานต์แต่ละพื้นที่)

“แต่ละพื้นที่มีเอกลักษณ์ และสามารถต่อยอดได้”

 21 เม.ย.

“เราจะเห็นความงดงามของวัฒนธรรมไทยในมิติประวัติศาสตร์”

● 22-26 เม.ย.

“ต่อยอดจากความสุข สู่อารมณ์ดีและมีส่วนร่วมมากขึ้น”

🎯 Closing

“ใส่แบบที่คุณมี แล้วมาสนุกไปด้วยกัน”

💬 3) LINE ผู้บริหาร (ใช้สื่อสารภายในหน่วยงาน)

ช่วงนี้หลายพื้นที่เริ่มมีสี่สັນมากขึ้นครับ TH 2 เม.ย. จะเป็นวันที่แต่งไทยพร้อมกันทั่วประเทศ ต่อเนื่อง 2-8 เม.ย. (สัปดาห์มรดกไทย) ช่วงสงกรานต์ 13-15 เม.ย. และของแต่ละพื้นที่ รวมถึง 21 เม.ย. และกิจกรรมต่อเนื่อง 22-26 เม.ย. ใครสะดวกแบบไหน ทำแบบนั้นได้เลยครับ สนุก ๆ #แต่งไทยทั้งแผ่นดิน

📄 4) SCRIPT LINE

◆ ผู้บริหาร → หน่วยงาน

เดือนเมษายนมี Moment สำคัญต่อเนื่อง

2 เม.ย. (พร้อมกันทั่วประเทศ)

2-8 เม.ย. (สัปดาห์มรดกไทย)

สงกรานต์ (รวมช่วงพื้นที่)

และ 21-26 เม.ย. (กิจกรรมวัฒนธรรม)

ขอเชิญร่วมในแบบที่สะดวกและสนุกครับ

◆ จังหวัด → เครือข่าย

จังหวัดเรามี 4 ช่วงหลัก 2 เม.ย. (พร้อมกัน)

2-8 เม.ย. สงกรานต์ (ตามพื้นที่)

และ 21-26 เม.ย.

ทำในแบบของจังหวัดเราได้เต็มที่ครับ

◆ เครือข่าย → ประชาชน

เริ่ม 2 เม.ย. จะเห็นคนไทยแต่งไทยพร้อมกัน ต่อเนื่องสัปดาห์มรดกไทย สงกรานต์ และกิจกรรมปลายเดือน ใส่แบบที่มี สนุก แล้วมาแชร์กันครับ 😊



5) CONTENT CALENDAR (FINAL ครบ)

Phase 1: Warm-up (25-31 มี.ค.)

- Tease / Influencer



Phase 2: 2 เม.ย.



Peak พร้อมกัน

- Post 12:00



Phase 3: 2-8 เม.ย.

- Cultural Content • Challenge



Phase 4: 9-15 เม.ย.

- Build → Peak (สงกรานต์)



Phase 5: Local Songkran

- จังหวัดปล่อยต่อเนื่อง



Phase 6: 21 เม.ย.

- Historical Moment Content



Phase 7: 22-26 เม.ย.

- Deep Cultural Participation



Phase 8: 27-30 เม.ย.

- Best Moments / Global PR



PLAYBOOK จังหวัด (FINAL ชัดที่สุด)



2 เม.ย.

- ต้องทำพร้อมกัน
- Landmark จังหวัด



2-8 เม.ย.

- กิจกรรมวัฒนธรรม
- “เล่นได้”

สงกรานต์

- เล่นน้ำ + ชุดไทย
- เน้นเอกลักษณ์พื้นที่

21 เม.ย.

- จุดประวัติศาสตร์
- ภาพ “งดงาม”

22-26 เม.ย.

- เวิร์กช็อป / ชุมชน
- “มีส่วนร่วมจริง”

DASHBOARD (FINAL ครบ Timeline)

2 เม.ย.

- Volume Post / นาทิ
- จังหวัด Active %

2-8 เม.ย.

- Participation Growth

สงกรานต์

- Viral + Global Reach

Local Songkran

- Late Peak จังหวัด

21-26 เม.ย.

- Engagement เชิงคุณภาพ
- Cultural Participation

Alert

- ดราม่า
- Viral ผิด Narrative

FINAL STRATEGIC SUMMARY (ชัดที่สุด)

“2 เม.ย. = จุดระเบิดทั้งประเทศ

2-8 เม.ย. = สร้างการมีส่วนร่วม

13-15 เม.ย. = ระเบิดสู่โลก สงกรานต์แต่ละพื้นที่ = ต่อกระแส

21 เม.ย. = สร้างภาพเชิงประวัติศาสตร์

22-26 เม.ย. = ลงลึกสู่วัฒนธรรม”

ประโยค ขอความร่วมมือ

“ทำให้ต้นเดือนเห็นทั้งประเทศ กลางเดือนให้โลกเห็น ปลายเดือนให้คนเข้าใจวัฒนธรรมไทยจริง”