

# E-Marketing Tools

by



Line , Facebook , youtube , Website

# การตลาดอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Marketing) คืออะไร



## ► การตลาดอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Marketing)

ปัจจุบันเทคโนโลยีได้เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วที่เรียกกันว่ายุคนี้ คือ ยุคดิจิทัล ระบบการตลาดก็เช่นเดียวกัน ผลจากเทคโนโลยีทำให้ระบบการตลาดเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีความเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง ทำให้การตลาดต้องปรับตัวให้ทัน กับระบบการค้า บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเสนอแนวคิดทางการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ที่เรียกว่า Electronic Marketing หรือ E-Marketing เพื่อให้ผู้อ่านเข้าใจความแตกต่างระหว่างการตลาดแบบ ดั้งเดิม (Traditional Marketing) กับการตลาดแบบอิเล็กทรอนิกส์ทั้งทางด้านแนวคิด ลูกค้า สินค้าและบริการ และกลยุทธ์การตลาดที่สำคัญ



## ลักษณะพิเศษของการค้าแบบอิเล็กทรอนิกส์

- ▶ 1. ตลาดเป็นตลาดเฉพาะเจาะจง (Niche Market) ลูกค้าที่เว็บไซต์มีจุดมุ่งหมาย จะซื้อสินค้าที่เขายากได้ เช่น ผู้ที่ต้องการซื้อรองเท้าก็จะเข้ามาดูเว็บที่ขายรองเท้า
- ▶ 2. เป็นการแบ่งส่วนตลาดเชิงพฤติกรรม (Behavioral Segmentation) การจัดกลุ่มลูกค้าพิจารณาจากความ สนใจคุณค่าที่ลูกค้าให้ต่อสินค้าหรือ บริการใดบริการหนึ่ง และวิถีชีวิตของลูกค้า ซึ่งปัจจัยเหล่านี้เป็นสิ่งกำหนด พฤติกรรมของลูกค้า
- ▶ 3. เป็นการตลาดแบบตัวต่อตัว (Personalize Marketing / One to One Marketing ) ลูกค้าสามารถ กำหนดรูปแบบของสินค้าและบริการได้ตามความต้องการของตนซึ่งอาจจะแตกต่างกับผู้อื่น
- ▶ 4. ลูกค้ากระจายอยู่ทั่วโลก เพราะระบบอินเทอร์เน็ตสามารถเข้าถึงได้ทุกพื้นที่ทั่วโลก ทำให้ตลาดกว้างใหญ่ไพศาล
- ▶ 5. ทำธุรกิจได้ตลอดเวลา ผู้ขายสามารถเปิดร้านขายได้ 365 วัน 24 ชม. (**24 Business Hours**) โดยมาตรฐานคงที่ ซึ่งคุณลักษณะ ข้อนี้ได้เปรียบกับการค้าแบบดั้งเดิม ซึ่งบุคลากรต้องการพักผ่อน ถ้าจะขาย 24 ชม. ต้องใช้พนักงานขายถึง 2 -3 คน

## ลักษณะพิเศษของการค้าแบบอิเล็กทรอนิกส์

- ▶ 6. ข้อมูลของสินค้าและบริการเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค เพราะผู้บริโภคจะรู้จักและเกิดความรู้ในสินค้า (Product Knowledge) จากข้อมูลบนจอคอมพิวเตอร์ ไม่มีพนักงานขายคอยแนะนำ
- ▶ 7. ธุรกิจออนไลน์เป็นกิจกรรมทางการตลาดแบบผสม บนเว็บไซต์การโฆษณาประชาสัมพันธ์ การขาย การชำระเงินและกิจกรรมอื่นๆ ที่ทำให้เกิดซื้อขายสินค้า อยู่รวมกันบนเว็บไซต์
- ▶ 8. เป็นการสื่อสาร 2 ทาง (2 Way Communication) ผู้ซื้อและผู้ขายสามารถโต้ตอบกันได้ทันที
- ▶ 9. เป็นการดำเนินธุรกิจด้วยต้นทุนต่ำ เพราะใช้บุคลากรจำนวนน้อย การสื่อสารการตลาดทำได้รวดเร็วและเปลี่ยนแปลงได้ง่าย ซึ่งถ้าเป็นการตลาดแบบดั้งเดิมการจัดทำแค็ตตาล็อก หรือชี้ชวนโฆษณาจะต้องใช้เวลานาน และใช้งบประมาณสูง แต่ในระบบอิเล็กทรอนิกส์ผู้ขายสามารถจัดทำได้เร็วและราคาถูก นอกจากนี้ธุรกิจแบบนี้ยังไม่จำเป็นต้องมีทรัพยากรสินถาวรที่ราคาสูง เช่น สถานที่ทำงาน อุปกรณ์สำนักงาน เพราะติดต่อกับลูกค้าบนจอคอมพิวเตอร์เท่านั้น
- ▶ 10. สินค้าบางประเภทจะถูกจัดส่งให้ลูกค้าได้ในระยะเวลาอันรวดเร็ว เช่น การดาวน์โหลดเพลง หรือโปรแกรมคอมพิวเตอร์

## ลักษณะพิเศษของการค้าแบบอิเล็กทรอนิกส์

- ▶ 11. สามารถติดต่อสื่อสาร โต้ตอบ ปฏิสัมพันธ์ได้อย่างรวดเร็ว (Quick Response) 7. ธุรกิจออนไลน์ เป็นกิจกรรมทางการตลาดแบบผสม บนเว็บไซต์การโฆษณาประชาสัมพันธ์ การขาย การชำระเงินและ กิจกรรมอื่นๆ ที่ทำให้เกิดซื้อขายสินค้า อยู่รวมกันบนเว็บไซต์
- ▶ 12. มีต้นทุนต่ำแต่ได้ประสิทธิผล สามารถวัดผลได้ทันที (Low Cost and Efficiency)
- ▶ 13. มีความสัมพันธ์กับกิจกรรมการตลาดแบบดั้งเดิม (Relate to Traditional Marketing)
- ▶ 14. มีการตัดสินใจในการซื้อจากข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ (Purchase by Information)



## ลักษณะพิเศษของการค้าแบบอิเล็กทรอนิกส์

**E-Marketing** เป็นส่วนผสมแนวความคิดทางการตลาด และทางเทคนิค รวมเข้าไว้ด้วยกันทั้งด้าน **การออกแบบ (Design), การพัฒนา (Development), การโฆษณาและการขาย (Advertising and Sales)** เป็นต้น (ตัวอย่างกิจกรรมได้แก่ Search Engine Marketing, E-mail Marketing, Affiliate Marketing, Viral Marketing ฯลฯ) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประโยชน์ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ธุรกิจ และลูกค้า เนื่องจากระบบทางอิเล็กทรอนิกส์สามารถสนับสนุนการร้องขอข้อมูลของลูกค้า การจัดเก็บประวัติ และพฤติกรรมของลูกค้าเอาไว้ รวมถึงการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าได้ ส่งผลต่อ **การเพิ่มและรักษารฐานลูกค้า (Customer Acquisition and Retention)** และอำนวยความสะดวกในการประกอบธุรกิจอย่างครบถ้วน

## ลักษณะพิเศษของการค้าแบบอิเล็กทรอนิกส์

ในขณะที่ **การตลาดแบบดั้งเดิม (Traditional Marketing)** จะมีรูปแบบที่แตกต่างจาก E-Marketing อย่างชัดเจน โดยการตลาดแบบดั้งเดิมนั้นจะมีกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย จะไม่เน้นทำกับบุคคลใดบุคคลหนึ่ง และมักจะใช้วิธี **การแบ่งส่วนตลาด (Marketing Segmentation)** โดยใช้เกณฑ์สภาพประชากรศาสตร์ หรือสภาพภูมิศาสตร์ และสามารถครอบคลุมได้บางพื้นที่ ในขณะที่ถ้าเป็น E-Marketing จะสามารถครอบคลุมได้ทั่วโลกเลยทีเดียว ด้วยเหตุนี้ธุรกิจต่างๆ จึงได้ให้ความสนใจกับอินเทอร์เน็ตเป็นอย่างมาก รวมถึงได้มีการนำเอาแนวคิด E-Marketing มาประยุกต์ใช้อย่างแพร่หลาย เพื่อทำการตลาดออนไลน์ให้ได้ประสิทธิภาพสูงสุด





## ความแตกต่างกันระหว่าง E-Marketing, E-Business และ E-Commerce

**E-Marketing** นั้นคือรูปแบบการทำการตลาดในรูปแบบหนึ่งโดยใช้เครื่องมือทางอิเล็กทรอนิกส์ เครื่องมือดิจิทัลเข้ามาช่วยในการทำการตลาด แต่ในความหมายสำหรับ E-Business หรือ Electronic Business นั้นจะมีความหมายที่ใกล้เคียงกับคำว่า E-Commerce หรือ Electronic Commerce มากกว่า เพียงแต่ว่าความหมายของ **E-Business** จะมีขอบเขตที่กว้างกว่า โดยหมายถึงการทำกิจกรรมในทุก ๆ ขั้นตอนของกระบวนการธุรกิจผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ หรือเรียกว่า “**ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์**” ทั้งการทำการค้า การซื้อขาย การติดต่อประสานงาน งานธุรการต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายในสำนักงาน และการทำธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเป็นกระบวนการในการดำเนินการทางธุรกิจที่อาศัยระบบสารสนเทศทางคอมพิวเตอร์มาใช้ในการดำเนินงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทางธุรกิจ โดยมีจุดมุ่งหมายหลักเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม (Added Value) ตลอดกิจกรรมทางธุรกิจ (Value Chain) และลดขั้นตอนของการที่ต้องอาศัยแรงงานคน (Manual Process) มาใช้แรงงานจากเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ (Computerized Process) แทน รวมถึงช่วยให้การดำเนินงานภายใน ภายนอก มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และยังเป็นการสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้ามากขึ้นอีกด้วย ตัวอย่างเช่นการควบคุมสต็อกและการชำระเงินให้เป็นระบบอัตโนมัติ การดำเนินการได้รวดเร็ว และทำได้ง่าย ลักษณะการนำ E-Business มาประยุกต์ใช้กับธุรกิจได้แก่

## ความแตกต่างกันระหว่าง E-Marketing, E-Business และ E-Commerce

- ▶ • การเชื่อมต่อระหว่างกัน **ภายในองค์กร (Intranet)**
- ▶ • การเชื่อมต่อระหว่างกัน **กับภายนอกองค์กร (Extranet)**
- ▶ • การเชื่อมต่อระหว่างกัน **กับลูกค้าทั่วโลก (Internet)**

ในขณะที่ **E-Commerce** หรือ **พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์** จะหมายถึง การทำธุรกรรมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ในทุกๆ ช่องทางที่เป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เน้นที่การ “ขาย” เป็นหลักตัวอย่างเช่น การซื้อขายสินค้าและบริการ การโฆษณาผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ไม่ว่าจะเป็นทางโทรศัพท์, ทางโทรทัศน์, ทางวิทยุ, หรือแม้แต่ทางอินเทอร์เน็ต เป็นต้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยลดค่าใช้จ่าย และเพิ่มประสิทธิภาพขององค์กร โดยทำการลดบทบาทของความสำคัญขององค์ประกอบทางธุรกิจลง เช่น ท่าเลที่ตั้ง อาคารประกอบการ โต๊ะเก็บสินค้า ห้องแสดงสินค้า รวมถึงพนักงานขาย พนักงานแนะนำสินค้า พนักงานต้อนรับลูกค้าเป็นต้น ดังนั้นจึงลดข้อจำกัดของระยะทางและเวลาในการทำธุรกรรมลงได้ ในบางครั้งมีการตีความหมายของคำว่า E-Commerce กับคำว่า E-Business เป็นคำเดียวกัน ซึ่งในความเป็นจริงแล้วคำว่า E-Commerce ถือเป็นส่วนหนึ่งของคำว่า E-Business โดยคำว่า E-Business จะเป็นคำที่มีความหมายที่กว้างกว่าคำว่า E-Commerce นั่นเอง

## ประโยชน์ของ E-Marketing

นักการตลาดชื่อ Smith and Chaffey (Smith, P.R. and Chaffey, D. 2001 eMarketing eXcellence: at the heart of eBusiness. Butterworth Heinemann, Oxford, UK) ได้กล่าวถึงประโยชน์จากการนำเอาเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตมาช่วยสนับสนุนการทำการตลาดและก่อให้เกิดผลสำเร็จตามเป้าหมาย โดยมองว่า **E-Marketing** เป็นกระบวนการในการจัดการทางการตลาด โดยมีการเน้นย้ำถึงการให้ความสำคัญแก่ลูกค้าเป็นหลัก ในขณะที่แสดงถึงการเชื่อมโยงการทำงานทางธุรกิจ在网上ที่จะช่วยสร้างความสำเร็จในผลกำไรให้กับธุรกิจ ซึ่งสามารถแบ่งกระบวนการในการจัดการทางการตลาดได้ดังนี้

- 1. การจำแนกแยกแยะ (Identifying)** สามารถทำการจำแนกแยกแยะได้ว่าลูกค้าเป็นใคร มีความต้องการอย่างไร อยู่ที่ไหน และมีพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าอย่างไร โดยใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วย
- 2. การทำนายความคาดหวังของลูกค้า (Anticipating)** เนื่องจากความสามารถของอินเทอร์เน็ตนั้นช่วยเพิ่มช่องทางให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงข้อมูล และสามารถซื้อสินค้าได้สะดวกยิ่งขึ้น โดยการเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าถือเป็นหัวใจสำคัญในการทำ E-Marketing ตัวอย่างเช่น เว็บไซต์ สายการบินต้นทุนต่ำ easyJet (<http://www.easyjet.com>) มีส่วนสนับสนุนทำให้มีรายได้จากการผ่านออนไลน์กว่า 90%

## ประโยชน์ของ E-Marketing

**3. การตอบสนองความพอใจของลูกค้า (Satisfying)** ถือเป็นความสำเร็จในการทำ E-Marketing ในการสร้างความพอใจให้แก่ลูกค้าผ่านช่องทางออนไลน์ การเพิ่มขึ้นของลูกค้านั้นอาจจะมาจาก การใช้งาน ง่าย การสนับสนุนการให้บริการแก่ลูกค้า เป็นต้น



## ประโยชน์ของ E-Marketing

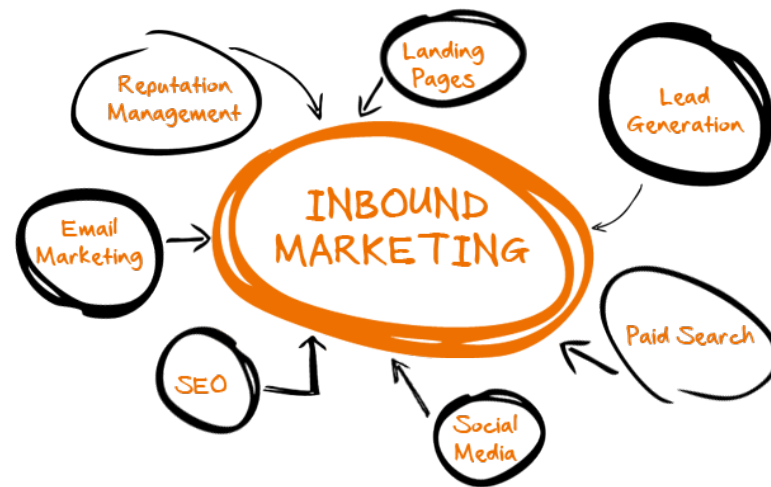
นอกจากนี้ Smith and Chaffey ยังได้กล่าวถึง 5Ss' ซึ่งเป็นประโยชน์ที่ได้รับจากการนำเอากลยุทธ์การตลาดออนไลน์มาใช้ได้แก่

- ▶ **การขาย (Sell)** ช่วยทำให้ยอดขายเพิ่มขึ้นจากการทำการตลาดออนไลน์ ซึ่งจะเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้ทำให้ลูกค้ารู้จักและเกิดความทรงจำ (Acquisition and Retention tools) ในสินค้าบริการเราเพิ่มมากขึ้น ซึ่งนำไปสู่การขายที่เพิ่มขึ้นอีกด้วย
- ▶ **การบริการ (Serve)** การสร้างประโยชน์ที่เพิ่มขึ้นให้แก่ลูกค้า จากการใช้บริการผ่านออนไลน์ไม่ว่าจะเป็น การให้สิทธิพิเศษต่างๆ เป็นต้น)
- ▶ **การพูดคุย (Speak)** การสร้างความใกล้ชิดกับลูกค้ามากยิ่งขึ้น โดยสามารถสร้างแบบสนทนาการโต้ตอบกันได้ระหว่างกันได้ (Dialogue) ทำให้ลูกค้าสามารถเข้ามาสอบถาม ตลอดจนสามารถสำรวจความคิดเห็น ความต้องการของลูกค้า ลูกค้ามีความสนใจในเรื่องใดเป็นพิเศษ



## ประโยชน์ของ E-Marketing

- ▶ **ประหยัด (Save)** การสร้างความประหยัดเพิ่มขึ้นจากงบประมาณการพิมพ์กระดาษ โดยสามารถใช้วิธีการส่งจดหมายข่าว E-Newsletter ไปยังลูกค้าแทนการส่งจดหมายแบบดั้งเดิม
- ▶ **การประกาศ (Sizzle)** การประกาศสัญลักษณ์ ตราสินค้าผ่านออนไลน์ ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างสินค้าของเราให้เป็นที่รู้จัก มีความคุ้นเคยมากยิ่งขึ้น การทำ **E-Marketing** ก่อให้เกิดประโยชน์แก่ธุรกิจใหลายๆ ประการ ทั้งในแง่ของกลุ่มผู้ประกอบการ เจ้าของสินค้า และในแง่ของกลุ่มลูกค้า ทำให้ธุรกิจดำเนินไปได้อย่างรวดเร็ว และด้วยต้นทุนที่ต่ำ



## หลักการของ E-Marketing

- ▶ การตลาดยุค E เน้นการใช้ **Mass Customization** มากกว่า **Mass Marketing** เพราะลูกค้าทุกคนมีสิทธิ์เลือกเว็บไซต์ต่างๆ ทั่วโลกเพื่อหาสินค้าที่ตนเองต้องการ เพราะฉะนั้น เราต้องเน้นระบบที่สนองตอบความต้องการของลูกค้าแต่ละคนเป็นหลัก ทั้งนี้เราจึงต้องสร้าง ระบบโปรแกรมอัตโนมัติ ขึ้นมาตอบสนองความต้องการดังกล่าว โดยให้แต่ละคนสามารถเลือก ทางเลือกที่สนองความต้องการ ได้ด้วยตนเอง
- ▶ การแบ่งส่วนตลาดต้องเป็นแบบ **Micro Segmentation** หรือ **One-to-One Segmentation** หมายถึง หนึ่งส่วนตลาดคือ ลูกค้าหนึ่งคน เพราะในตลาดบนเว็บถือว่าลูกค้า เป็นใหญ่ เนื่องจากมีสิทธิ์ ที่เลือกซื้อสินค้าใครก็ได้ ยกเว้นแต่เราเป็นเพียงรายเดียวที่มีอยู่ใน ตลาด ฉะนั้นการพิจารณาข้อมูล ความต้องการ หรือพฤติกรรมของลูกค้าทุกคน โดยอาศัยระบบฐานข้อมูลที่ตรวจจับพฤติกรรมของ ลูกค้าแต่ละราย ได้ถือเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จที่สำคัญมาก หรือในแง่ของการจัดการแล้วเราเรียกว่า **CRM** หรือ **Customer Relationship Management** นั่นเอง เพราะนี่จะทำให้เราทราบว่า ใครคือ ลูกค้าประจำ

## หลักการของ E-Marketing

- ▶ **การวางตำแหน่งสินค้า (Positioning)** ต้องเป็นไปตามความต้องการแต่ละบุคคล หรือ **Migrationing** การวางตำแหน่งสินค้าเพื่อให้ลูกค้ารับรู้ นั้น ต้องวางตามความต้องการของแต่ละบุคคล และหากความต้องการนั้นเปลี่ยนไป ระบบก็ต้องเคลื่อนตำแหน่งของการวางนั้นไปสนองตอบต่อความต้องการใหม่ด้วย
- ▶ ให้เราเป็นหนึ่งในเว็บที่ลูกค้าทำได้ การสร้างความจดจำเพื่อให้จำเว็บไซต์เราการจดชื่อโดเมนที่ทำให้จดจำง่าย หรือมีความหมายที่สอดคล้องกับเนื้อหาของเว็บไซต์จึงเป็นสิ่งที่จะต้องทำ
- ▶ ต้องรู้ **ความต้องการลูกค้าล่วงหน้า** จำเป็นจกต้องติดตามพฤติกรรมกรซื้อของกลุ่มเป้าหมายโดยตลอด
- ▶ **ต้องปรับที่ตัวสินค้าและราคาเป็นหลัก** สินค้าถือเป็นหัวใจที่สำคัญที่สุด จำเป็นอย่างยิ่งที่จกต้องเทียบกับคุณค่าของสินค้า และคู่แข่งเสมอว่า ใครสนองตอบต่อความต้องการได้ดีกว่ากัน
- ▶ **ต้องให้ลูกค้าตกแต่งสินค้าตามความต้องการได้โดยอัตโนมัติ (Customization & Personalization)** วิธีที่ให้ลูกค้าได้รับ คุณค่า หรือสนองความต้องการได้ดีที่สุด ก็คือ การให้ลูกค้าได้เลือกหรือตกแต่งสินค้าเอง รวมทั้งการคำนวณราคาด้วย ฉะนั้น การให้ Options ให้ลูกค้าได้เลือกมากที่สุด จึงเป็นสิ่งที่สำคัญมาก



## เครื่องมือหลักๆ ในการทำตลาดอิเล็กทรอนิกส์

- ▶ 1.ไลน์ แอปพลิเคชัน (Line Application) เป็นแอปพลิเคชันที่ นิยมมากที่สุดในตอนนี้ สำหรับเมืองไทย สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว
- ▶ 2.เฟสบุค โซเชียล (Facebook) เป็นทั้ง เว็บไซต์ และ Application สามารถใช้ได้ทั้งสองแบบ สามารถนำสินค้า และเข้าถึงการตามตอบโต้โดยตรง
- ▶ 3.ยูทูป (Youtube) เป็น ฐานข้อมูลสื่อ Multimedia สามารถนำข้อมูลภาพและเสียง เพื่อแสดงเป็นสาธารณะ เพื่อให้ผู้ชม ได้เห็นภาพได้มากขึ้น
- ▶ 4. เวิลด์ ไวด์ เว็บ (www) คือ การจัดทำเว็บไซต์เพื่อวัตถุประสงค์ทางการตลาดเช่น เพื่อขายสินค้า เพื่อประชาสัมพันธ์ รวมไปถึงการชำระสินค้า Onlineได้

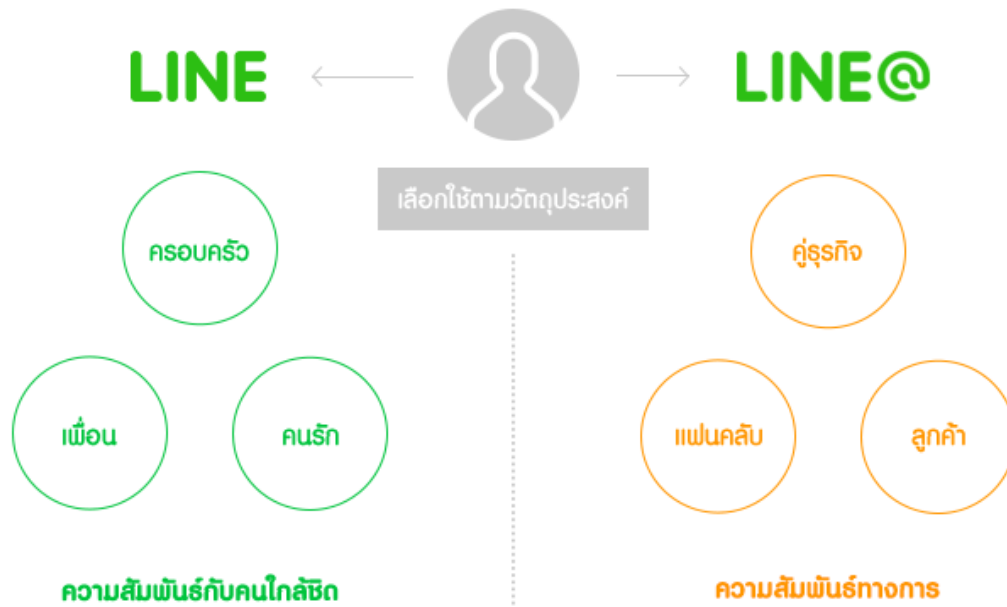
## ไลน์ แอปพลิเคชัน (Line Application)

- ▶ ที่ประเทศญี่ปุ่นบริษัท Naver เป็นบริษัทของญี่ปุ่น ที่มีบริษัทแม่คือบริษัท NHN ของเกาหลี เข้ามาลงทุน บริษัท NHN และ Naver ทำสิ่งต่างๆ เยอะมาก แต่เราคงไม่รู้จกกัน ดังนั้นจึงพูดได้ว่า สองบริษัทนี้ไม่ได้เกิดมาเพื่อทำ LINE และ LINE ไม่ได้เกิดจาก Startup แล้ว LINE เกิดมาตอนไหน?
- ▶ LINE เพิ่งเกิดมาเมื่อช่วงปี 2011 ถือกำเนิดจากเหตุการณ์สึนามิที่ทำให้ระบบการสื่อสารประเภท Voice ล่มจนติดต่อกันไม่ได้ ที่มงาน Naver 100 ชีวิตระดมกำลังสร้างช่องทางสื่อสารผ่าน Data ซึ่งตอนนั้นยังใช้ได้อยู่ เพื่อติดต่อและให้กำลังใจกัน ในที่สุด LINE ก็ถือกำเนิดขึ้นในเวลา 2 เดือน
- ▶ เมื่อแอปฯ LINE ถูกพัฒนาขึ้นจากส่วนที่ทำงานอยู่ในญี่ปุ่น จึงมีส่วนผสมของความน่ารักของญี่ปุ่นที่เป็นจุดขายการส่งออกด้านวัฒนธรรมของญี่ปุ่นมาทั่วเอเชียอยู่แล้ว ทำให้การออกแบบคาแร็กเตอร์ของ LINE เข้าถึงคนไทยได้ไม่ยาก เมื่อเริ่มมีประเทศอื่นเข้ามาโหลดแอปฯ ตัวนี้และแพร่กระจายไปอย่างรวดเร็วชนิดที่หยุดไม่อยู่ เมื่อ Naver เห็นโอกาสนี้

## ไลน์ แอปพลิเคชัน (Line Application)

- ▶ จึงคว้ามันมาทำเป็นธุรกิจจริงจัง และเติบโตอย่างก้าวกระโดดจนถึงทุกวันนี้ เรียกว่าทำออกมาได้จังหวะพอดีและผลงานก็มีคุณภาพที่ดีพอจะทำให้คนอยากใช้ เกิดเป็น Viral พัดกระพือ คนเล่นกันมากขึ้นเรื่อยๆและติดอมเมม
- ▶ \*\*แนวทางของ LINE คือศิลปะและภาพลักษณ์LINE ค่อนข้างเรื่องมากกับการรับสติกเกอร์มาลง ทั้งๆที่ค่อนข้างโด่งดังขนาดนี้แล้ว นั่นก็เพราะ LINE ค่อนข้างเรื่องมากกับ Image ที่จะออกมาสู่สายตาของผู้ใช้ ซึ่งต้องบอกว่าเป็นแนวทางที่ถูกต้อง ไม่ใช่จะทำ Sticker ส่งๆไปเพื่อเอาเงิน แต่ทำให้ Sticker นั้นมีคุณค่าเพียงพอด้วย เพราะตอนนี้คือช่วงเริ่มต้นอยู่ ถ้าหากทำให้ทุกอย่างเละไปตั้งแต่เริ่มอนาคตของ LINE ก็คงไม่มาถึงทุกวันนี้ คงกลายเป็นแอปพชกาทๆที่อุดมไปด้วย Sticker ชยะและผู้ใช้รู้สึกว่ามันไม่มีค่าอะไรเลย เลิกๆใช้ไปดีกว่า
- ▶ นี่คือ Way ที่ผู้ผลิต LINE ดึงเอาความประณีตและศิลปะการตูนแบบญี่ปุ่นออกมาใช้จนทำให้ทุกคนหลงรักและส่งผลให้อิมเมจของ LINE กลายเป็นแอปพชที่มี Value ได้นั่นเอง

# Line@



## Line@

- ▶ LINE ประเทศไทย ประกาศเปิดตัว LINE@ (ไลน์แอด) แอปพลิเคชันใหม่ให้ผู้ใช้สามารถสร้าง Official Account เป็นของตนเอง เพื่อติดต่อสื่อสาร, ส่งข้อมูลข่าวสารทั้งในเชิงส่วนบุคคลและเชิงธุรกิจได้ตรงถึงเป้าหมายอย่างง่ายดาย โดยประกาศเปิดตัวเซอร์วิสพร้อมกันทั่วโลก 17 ภาษาให้ผู้ใช้ทั่วไปได้เข้าสมัครเปิดบัญชี LINE@ (ไลน์แอด) ส่งข้อมูลและจัดการบัญชีดังกล่าวได้ด้วยตนเอง โดยการใช้งานเบื้องต้นไม่มีการคิดค่าใช้จ่าย
- ▶ นอกเหนือจากการให้บริการ Official Account ที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นแบรนด์ธุรกิจขนาดใหญ่และบุคคลผู้มีชื่อเสียง ใช้เพื่อการสื่อสารติดต่อกับผู้ติดตามเป็นจำนวนมาก และการใช้ LINE ส่วนใหญ่จะเป็นเพื่อการสื่อสารระหว่างเพื่อน ครอบครัวและบุคคลที่เรารู้จัก ทำให้วันนี้ LINE ได้ปล่อยเซอร์วิสใหม่ชื่อ “LINE@” เพื่อบริษัท ห้าง ร้าน SME และบุคคลทั่วไป ได้สื่อสาร ส่งข้อความผ่านบัญชี LINE@ ทั้งในเชิงธุรกิจและในเชิงการสื่อสารส่วนบุคคล
- ▶ LINE@ เป็นเซอร์วิสใหม่ที่มาขยายศักยภาพของ LINE ให้กว้างขึ้น เช่น บริษัท ห้าง ร้าน SME สื่อมวลชน รวมถึงแบรนด์ต่างๆ และผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ได้อัพเดท ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ติดต่อสื่อสารกับลูกค้าและติดต่อทางด้านธุรกิจอื่นๆ เป็นต้น ในขณะที่ศิลปิน ดีไซน์เนอร์ นางแบบ แม้กระทั่งฟรีแลนซ์ผู้มีพรสวรรค์ในด้านต่างๆ ก็สามารถใช้บริการนี้เป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารกับผู้ชื่นชอบในผลงานของตนได้อีกด้วย

## Line@

- ▶ ผู้ใช้ทั่วไปสามารถสร้างและจัดการบัญชี LINE@ ได้ด้วยตนเองในแอปฯ LINE@ โดยสามารถส่งข้อความ สนทนา 1 ต่อ 1 กับ Friends ที่ได้กดติดตามบัญชี LINE@ นั้นๆ รวมถึงโพสต์บนไทม์ไลน์ และหน้าโฮมเพจ และอื่นๆ อีกมากมาย (ผู้ใช้งาน LINE สามารถเพิ่มบัญชี LINE@ เป็นเพื่อนเพื่อรับข้อความ ข่าวสารต่างๆ จากแอคเคาท์นั้นได้ผ่านแอป LINE เช่นเดียวกันกับวิธีการเพิ่ม Official Accountทั่วไปเป็นเพื่อน) นอกจากนี้ ผู้ใช้ LINE@ สามารถสร้างได้มากกว่าหนึ่งบัญชี เพื่อจุดประสงค์ที่แตกต่างกันได้
- ▶ จากงาน LINE Conference Tokyo 2014 เมื่อเดือนตุลาคม 2557 ที่ผ่านมา LINE ได้วางกลยุทธ์ในการที่จะเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องกับไลฟ์สไตล์ของผู้ใช้ให้มากยิ่งขึ้น โดยผลักดันทั้งในด้านออฟไลน์และออนไลน์ และ LINE@ ก็เป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ดังกล่าวด้วยเช่นกัน บัญชี LINE@ จะเป็นเซอร์วิสที่ช่วยขยายศักยภาพของแพลตฟอร์ม LINE ในการนำมาใช้ประโยชน์ได้ในหลากหลายสถานการณ์ ทั้งในเชิงธุรกิจและส่วนบุคคล โดย LINE มุ่งมั่นที่จะสร้างเซอร์วิสนี้ให้เป็นจุดเชื่อมโยงใหม่ระหว่างกลุ่มบุคคล ห้างร้าน องค์กร ให้แน่นแฟ้นมากยิ่งขึ้น รวมถึงสร้างโอกาสในด้านการค้าและด้านธุรกิจ ด้วยการเชื่อมต่อกับ LINE Pay บริการการชำระเงินผ่าน LINE รวมถึงโปรแกรมการสะสมไมล์ และอื่นๆ อีกมากมาย

## Line@

- ▶ ผู้ใช้ทั่วไปสามารถสร้างและจัดการบัญชี LINE@ ได้ด้วยตนเองในแอปฯ LINE@ โดยสามารถส่งข้อความ สนทนา 1 ต่อ 1 กับ Friends ที่ได้กดติดตามบัญชี LINE@ นั้นๆ รวมถึงโพสต์บนไทม์ไลน์ และหน้าโฮมเพจ และอื่นๆ อีกมากมาย (ผู้ใช้งาน LINE สามารถเพิ่มบัญชี LINE@ เป็นเพื่อนเพื่อรับข้อความ ข่าวสารต่างๆ จากแอคเคาท์นั้นได้ผ่านแอป LINE เช่นเดียวกันกับวิธีการเพิ่ม Official Accountทั่วไปเป็นเพื่อน) นอกจากนี้ ผู้ใช้ LINE@ สามารถสร้างได้มากกว่าหนึ่งบัญชี เพื่อจุดประสงค์ที่แตกต่างกันได้
- ▶ จากงาน LINE Conference Tokyo 2014 เมื่อเดือนตุลาคม 2557 ที่ผ่านมา LINE ได้วางกลยุทธ์ในการที่จะเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องกับไลฟ์สไตล์ของผู้ใช้ให้มากยิ่งขึ้น โดยผลักดันทั้งในด้านออฟไลน์และออนไลน์ และ LINE@ ก็เป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ดังกล่าวด้วยเช่นกัน บัญชี LINE@ จะเป็นเซอร์วิสที่ช่วยขยายศักยภาพของแพลตฟอร์ม LINE ในการนำมาใช้ประโยชน์ได้ในหลากหลายสถานการณ์ ทั้งในเชิงธุรกิจและส่วนบุคคล โดย LINE มุ่งมั่นที่จะสร้างเซอร์วิสนี้ให้เป็นจุดเชื่อมโยงใหม่ระหว่างกลุ่มบุคคล ห้างร้าน องค์กร ให้แน่นแฟ้นมากยิ่งขึ้น รวมถึงสร้างโอกาสในด้าน การสื่อสารและด้านธุรกิจ ด้วยการเชื่อมต่อกับ LINE Pay บริการการชำระเงินผ่าน LINE รวมถึงโปรแกรมการสะสมไมล์ และอื่นๆ อีกมากมาย

## Line@

- ▶ บัญชี LINE@ สามารถสมัครและใช้ได้ทั้งจากแอปพลิเคชัน LINE@ โดยเฉพาะ (เปิดให้ดาวน์โหลดฟรีทั้งระบบไอโฟนและแอนดรอยด์)
- ▶ ผู้ใช้ LINE สามารถมี LINE@ ได้ง่ายๆ โดยการตั้งชื่อบัญชี เลือกรูปโปรไฟล์ ประเภทของบัญชี โดยระบบจะสุ่มออก LINE@ ID (ไลน์แอดไอดี) ให้กับผู้ใช้ ทั้งนี้ ผู้ใช้สามารถซื้อพรีเมียมไอดี (Premium ID) คือชื่อไอดีที่คุณสามารถตั้งเองได้ ถือเป็นอีกหนึ่งทางเลือกสำหรับผู้ที่ต้องการมี LINE@ ID ตามที่ตนเองต้องการ
- ▶ ข้อความ (Message) – คุณสามารถใช้บัญชี LINE@ ในการส่งข้อความ รูปภาพ ฟิล์ม และโปสเตอร์ผ่านแอปพลิเคชัน LINE@ หรือบน PC ไปยัง Friends ที่ติดตามบัญชี LINE@ ของคุณได้ และยังสามารถตั้งเวลาส่งข้อความล่วงหน้าได้อีกด้วย2
- ▶ สนทนาแบบ 1 ต่อ 1 – คุณสามารถรับข้อความจาก Friends แต่ละคนที่ติดตามบัญชี LINE@ ของคุณได้ และยังสามารถพูดคุยกับ Friends ดังกล่าวแบบ 1 ต่อ 1 ได้อย่างง่ายดาย ทั้งนี้ยังสามารถยกเลิกพีเจอร์สนทนาแบบ 1 ต่อ 1 ในหน้าตั้งค่าได้ตามต้องการ3



## Line@

- ▶ ไทม์ไลน์ (Timeline) – นอกจากส่งข้อความ คุณยังสามารถโพสต์บน HOME และไทม์ไลน์ได้อีกด้วย โดยผู้ติดตามบัญชี LINE@ จะสามารถรับข่าวสารและข้อความของท่านผ่านทางไทม์ไลน์ นอกจากนี้ผู้ใช้อังยังสามารถตั้งค่าให้โพสต์ในไทม์ไลน์พร้อมกับการส่งข้อความได้ด้วย
- ▶ หน้าบัญชี (Account Page) – คุณสามารถสร้างโฮมเพจเพื่อใส่ข้อมูลเกี่ยวกับบัญชีของคุณ เช่น ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ อีเมล เว็บไซต์ ข่าวสารใหม่ๆ ฯลฯ สร้างโฮมเพจได้ง่ายดายเหมือนบนเว็บไซต์ทั่วไป
- ▶ ข้อมูลสถิติ (Statistic) – สามารถตรวจสอบข้อมูลจำนวนเพื่อน จำนวนบล็อก และสถิติบน Timeline เป็นรายวันได้
- ▶ นอกจากนี้ แต่ละบัญชี สามารถมีแอดมินได้มากกว่า 1 คน โดยแอดมินเดิมสามารถเชิญสมาชิกใหม่เข้ามาเป็นแอดมินได้โดยส่งคำเชิญไป หลังจากสมาชิกใหม่ได้กดรับคำเชิญแล้ว สามารถลือคอินเข้าบัญชี LINE@ แล้วเข้าเป็นแอดมินได้โดยทันที
- ▶ ข้อแตกต่างระหว่าง LINE และ LINE@ คือบางคุณสมบัติไม่สามารถใช้ได้กับ LINE@ เช่น สนทนา กลุ่ม การโทรฟรีหรือโทรวิดีโอฟรี การแชร์ข้อมูลผู้ติดต่อ เป็นต้น

## Line@

- ▶ 2. LINE@ สำหรับเวอร์ชัน PC
- ▶ นอกจากนี้ LINE@ ยังมีเพจแอดมินสำหรับเปิดใน PC (<https://admin-official.line.me/>) ให้เจ้าของธุรกิจและผู้ที่มีสิทธิ์ในการบริหารจัดการ LINE@ ได้ใช้ฟังก์ชันของบัญชี LINE@ ได้อย่างเต็มที่ โดยเพจแอดมิน LINE@ ในเวอร์ชัน PC จะมีฟีเจอร์หลักเบื้องต้นของ LINE@ และฟีเจอร์พิเศษเพิ่มเติม ดังนี้
- ▶ คูปองและโปรโมชัน (Coupon and Promotion) – ผู้ใช้สามารถสร้างหน้าคูปอง โปรโมชัน และข้อมูลรายละเอียดที่มีมากจนยากต่อการส่งภายใน 1 ข้อความได้ด้วยฟีเจอร์นี้ โดยสามารถสร้างเป็นคูปองแบบใช้ได้ครั้งเดียว หรือคูปองสุ่มเลือกผู้โชคดีได้เช่นกัน
- ▶ หน้าแบบสอบถาม (Poll & Survey) – ฟีเจอร์นี้ให้ผู้ใช้สามารถสร้างแบบสอบถามหรือ โพล โดยส่งให้ Friends ที่ติดตามบัญชี LINE@ ตอบแบบสอบถามหรือโหวตให้คะแนน และยังสามารถเก็บข้อมูล เช่น เพศ อายุ และเขตที่อยู่ได้อีกด้วย
- ▶ ✖ สามารถสร้างแบบสอบถามได้บน PC เท่านั้น (แต่สามารถส่งในแอปพลิเคชันได้)
- ▶ ข้อมูลสถิติ (Statistic Information) – สามารถตรวจสอบจำนวนเพื่อน จำนวนบล็อก สถิติบน Timeline ในแต่ละวัน ฯลฯ และสามารถดาวน์โหลดข้อมูลสถิติออกมาได้ในรูป CSV โดยเลือกช่วงเวลา

## Line@

- ▶ 3. ประเภทบัญชี LINE@
- ▶ ประเภทของบัญชี LINE@ จะแตกต่างกันตามรูปแบบของธุรกิจที่ได้ลงทะเบียนไว้ตอนสมัครเปิดบัญชี LINE@ โดยเบื้องต้น ผู้ใช้ทุกท่านที่ลงทะเบียนเปิดบัญชีเรียบร้อยแล้วจะจัดอยู่ในประเภท “บัญชีทั่วไป” หรือ Standard Account โดยผู้มีบัญชี LINE@ สำหรับธุรกิจบางประเภท เช่น ร้านอาหาร ร้านเสื้อผ้า ความงาม สถานที่พัก ห้างร้านต่างๆ รวมถึงธุรกิจสื่อบางประเภท สามารถสมัครเข้าเป็น “บัญชีที่ผ่านการรับรอง” หรือ Approved Account ได้ผ่านเว็บไซต์อย่างเป็นทางการ [LINE@ at.line.me/th/](https://at.line.me/th/)
- ▶ Package ค่าใช้บริการ มีทั้งแบบฟรีและแบบเสียเงิน
- ▶ LINE@ มีบริการ 2 แพคเกจ คือแพคเกจแบบไม่เสียค่าบริการ (ฟรี) และแพคเกจแบบเสียค่าบริการ ขึ้นอยู่กับจำนวนข้อความที่ส่งตามแต่ละแพคเกจ

Line@

รูปแบบการ ใช้บริการ	ค่าใช้จ่าย		จำนวนส่งข้อความ		ฟังก์ชันใช้งาน		
	ค่าใช้จ่าย แรกเข้า	ค่าบริการ รายเดือน	จำนวนส่ง ข้อความรายเดือน	ค่าบริการส่งข้อความ การใช้งานจริงส่วนเกิน	ข้อความมีเก็ย	หน้า PR	หน้าวิจัย
ฟรี	0 USD	0 USD	1,000 ข้อความ /เดือน	-	×	○	○
แบบเสีย ค่าบริการ	0 USD	24.99 USD/เดือน	50,000 ข้อความ /เดือน	0.006 USD /ข้อความ	○	○	○

## Line@

- ▶ แพ็กเกจแบบฟรี สามารถส่งข้อความได้เดือนละ 1,000 ข้อความ [1 ข้อความ : การส่ง 1 ข้อความต่อผู้ติดตาม 1 คน]
- ▶ แพ็กเกจแบบเสียค่าบริการ สามารถส่งข้อความได้เดือนละ 50,000 ข้อความ ค่าบริการเดือนละ 24.99 เหรียญสหรัฐ (ประมาณ 799 บาท)
- ▶ \*หากผู้ใช้ส่งข้อความเกินกว่าจำนวนข้อความที่กำหนดในแต่ละแพ็กเกจ จะมีการคิดค่าบริการเพิ่มข้อความละ 0.006 เหรียญสหรัฐ (ประมาณ 0.20 บาท)
- ▶ ✖ วิธีการคำนวณจำนวนข้อความคือ 1 ข้อความ : การส่ง 1 ข้อความต่อผู้ติดตาม 1 คน เช่น หากเลือกแพ็กเกจแบบฟรีที่สามารถส่งได้ 1,000 ข้อความ แล้วมีผู้ติดตาม 100 คน บัญชีนี้จะสามารถส่งข้อความได้ 10 ครั้งต่อ เดือน [100 คน x 10 ครั้ง = 1,000 ข้อความ/เดือน] แต่หากเป็นแพ็กเกจแบบเสียค่าบริการที่สามารถส่งข้อความได้ 50,000 ข้อความ แล้วมีผู้ติดตาม 10,000 คน บัญชีดังกล่าวจะสามารถส่งข้อความได้ 5 ครั้งต่อเดือนเท่านั้น [10,000 คน x 5 ครั้ง = 50,000 ข้อความ/เดือน]
- ▶ ✖ พิเศษสำหรับผู้ที่ใช้ LINE@ ในประเทศไทย คุณสามารถอัปเกรดแพ็กเกจเป็นแบบเสียค่าบริการได้ฟรี ไม่มีค่าใช้จ่าย จนถึงเดือนธันวาคม 2558 นี้ แต่ในส่วนการซื้อ Premium ID และในส่วนการคิดค่าบริการหากส่งข้อความเกินกว่าที่กำหนดนั้น ยังคงมีการเก็บค่าบริการเช่นเดิม

## Line@

- ▶ ด้านความปลอดภัย
- ▶ LINE@ ไม่ได้ให้บริการเพื่อจุดประสงค์ในการหาคู่หรือเพศตรงข้าม หรือส่งเสริมการละเมิดมาตรฐานด้านคุณธรรมและจริยธรรมใดๆ ทั้งสิ้น ด้วยเหตุนี้ LINE@ จึงมีฟีเจอร์ให้ผู้ใช้สามารถบล็อกข้อความจากผู้ใช้อื่นได้ รวมถึงฟีเจอร์รายงานการกระทำที่ไม่เหมาะสมไปยังทีมงาน LINE
- ▶ ทั้งนี้ LINE ยังได้มีการตรวจสอบเนื้อหาข้อความที่ส่งไปยัง Friends ที่ติดตามแต่ละบัญชี และเนื้อหาของโพสต์ในหน้าโฮมเพจและหน้าไทม์ไลน์อีกด้วย เพื่อให้ทีมงานสามารถดำเนินการได้อย่างเหมาะสม เช่น ะบบการใช้งานบัญชี หรือระบบการส่งเนื้อหาที่รุนแรง ขัดต่อข้อตกลงในการใช้งาน LINE เป็นต้น
- ▶ สามารถเข้าไปดาวน์โหลดเพื่อมาใช้งานได้แล้วที่ ...
- ▶ เว็บไซต์อย่างเป็นทางการ : <http://at.line.me/th/>

## Line@

- ▶ ด้านความปลอดภัย
- ▶ LINE@ ไม่ได้ให้บริการเพื่อจุดประสงค์ในการหาคู่หรือเพศตรงข้าม หรือส่งเสริมการละเมิดมาตรฐานด้านคุณธรรมและจริยธรรมใดๆ ทั้งสิ้น ด้วยเหตุนี้ LINE@ จึงมีฟีเจอร์ให้ผู้ใช้สามารถบล็อกข้อความจากผู้ใช้อื่นได้ รวมถึงฟีเจอร์รายงานการกระทำที่ไม่เหมาะสมไปยังทีมงาน LINE
- ▶ ทั้งนี้ LINE ยังได้มีการตรวจสอบเนื้อหาข้อความที่ส่งไปยัง Friends ที่ติดตามแต่ละบัญชี และเนื้อหาของโพสต์ในหน้าโฮมเพจและหน้าไทม์ไลน์อีกด้วย เพื่อให้ทีมงานสามารถดำเนินการได้อย่างเหมาะสม เช่น ะบบการใช้งานบัญชี หรือระบบการส่งเนื้อหาที่รุนแรง ขัดต่อข้อตกลงในการใช้งาน LINE เป็นต้น
- ▶ สามารถเข้าไปดาวน์โหลดเพื่อมาใช้งานได้แล้วที่ ...
- ▶ เว็บไซต์อย่างเป็นทางการ : <http://at.line.me/th/>

## Line@

- ▶ ด้านความปลอดภัย
- ▶ LINE@ ไม่ได้ให้บริการเพื่อจุดประสงค์ในการหาคู่หรือเพศตรงข้าม หรือส่งเสริมการละเมิดมาตรฐานด้านคุณธรรมและจริยธรรมใดๆ ทั้งสิ้น ด้วยเหตุนี้ LINE@ จึงมีฟีเจอร์ให้ผู้ใช้สามารถบล็อกข้อความจากผู้ใช้อื่นได้ รวมถึงฟีเจอร์รายงานการกระทำที่ไม่เหมาะสมไปยังทีมงาน LINE
- ▶ ทั้งนี้ LINE ยังได้มีการตรวจสอบเนื้อหาข้อความที่ส่งไปยัง Friends ที่ติดตามแต่ละบัญชี และเนื้อหาของโพสต์ในหน้าโฮมเพจและหน้าไทม์ไลน์อีกด้วย เพื่อให้ทีมงานสามารถดำเนินการได้อย่างเหมาะสม เช่น ะบบการใช้งานบัญชี หรือระบบการส่งเนื้อหาที่รุนแรง ขัดต่อข้อตกลงในการใช้งาน LINE เป็นต้น
- ▶ สามารถเข้าไปดาวน์โหลดเพื่อมาใช้งานได้แล้วที่ ...
- ▶ เว็บไซต์อย่างเป็นทางการ : <http://at.line.me/th/>



## Facebook Marketing

- ▶ ปัจจุบัน Social Network (สังคมออนไลน์) มีอิทธิพลและได้รับความนิยมอย่างมากกับโลกออนไลน์ ซึ่ง Facebook เป็น Social Network ที่ได้รับความนิยมมากเป็นอันดับ 1 ของโลก โดย Facebook เป็นแหล่งชุมชนของสังคมออนไลน์ เป็นเครื่องมือทำการตลาดที่ดี ต้นทุนต่ำ มีประสิทธิภาพสูง และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายพร้อมทั้งขยายกลุ่มลูกค้าที่ใหม่และเก่าได้อย่างมีประสิทธิภาพ และรวดเร็ว จะเห็นได้ว่าบริษัท ห้างร้านต่างๆ หันมาใช้ในการตลาดออนไลน์ผ่าน Facebook มากขึ้น
- ▶ เหตุผลที่ทำให้ Facebook เป็นที่นิยมในปัจจุบัน เพราะสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานได้อย่างดีเยี่ยม อาทิเช่น Add Friend, Wall Post, Photo Sharing, VDO post, Poll, Personal Message, ติดตามความเคลื่อนไหวต่างๆของเพื่อน สามารถเชื่อมต่อกับระบบอื่นๆ เช่น YouTube ,Twitter เป็นต้น และสามารถใช้ Facebook ผ่านระบบปฏิบัติการบนมือถืออย่างพวก Smart Phone ต่างๆ ที่สามารถทำให้ผู้ใช้งานสามารถออนไลน์ได้ตลอด 24 ชั่วโมง

# Facebook Marketing

## ประโยชน์ของการตลาดบน Facebook Marketing :

- ▶ 1. ช่วยโปรโมทสินค้าและบริการใหม่ นำเสนอข้อมูลองค์กร และสร้างกลุ่มลูกค้าใหม่จำนวนมากในเวลาอันสั้น
- ▶ 2. ช่วยในการสร้าง Brand สินค้าให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น
- ▶ 3. ประหยัดค่าใช้จ่ายในการโปรโมทสินค้ามีต้นทุนและค่าใช้จ่ายต่ำกว่า เมื่อเทียบกับการโฆษณาผ่านสื่ออื่นๆ
- ▶ 4. เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ดี



# Facebook Marketing

## Facebook Fan Page เหมาะกับใคร ?

- ▶ เหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการสร้างแบรนด์ หรือต้องการให้แบรนด์เป็นที่รู้จักมากขึ้น
- ▶ เหมาะกับธุรกิจที่อยากมี Facebook สำหรับธุรกิจ แต่ไม่มีเวลาดูแล
- ▶ เหมาะกับธุรกิจที่อยากสร้าง Facebook Fanpage แต่สร้างเองไม่เป็น
- ▶ เหมาะกับธุรกิจที่อยากขยายตลาดกลุ่มลูกค้าเข้ามาในโลกของ Social Media

Think about it. **People remember...**



**20%**

20% of what they hear



**30%**

30% of what they see



**70%**

An amazing 70% of what they see & hear!

# Facebook Marketing

## ทำไมธุรกิจของท่านควรมีหน้า Facebook Page

- ▶ ปัจจุบันเว็บ Facebook.com เป็นเว็บที่คนเข้ามากที่สุดอันดับ 2 ของโลก (รองจาก Google)
- ▶ เป็นเว็บ Social Network ที่มีอัตราการเติบโตเร็วที่สุดเท่าที่เคยมีมา
- ▶ เป็นเว็บ Social Network อันดับ 1 ของโลก คนทั่วโลกเป็นสมาชิก Facebook แล้วกว่า 500 ล้านคน
- ▶ คนไทยสมัครสมาชิก Facebook แล้ว 4,604,760 คน (ณ 5/8/53)
- ▶ คนไทยอายุ 18-40 ปี คือกลุ่มใหญ่ที่สุดที่นิยมใช้ Facebook กลุ่มคนทำงาน นักศึกษา ในเมืองกรุง ส่วนมากเป็นสมาชิก Facebook แล้ว
- ▶ มีผลสำรวจว่าคนไทยเข้าเฟซบุ๊กบ่อยที่สุดเป็นอันดับสอง รองจากการเช็คอีเมล ผู้คนใช้เวลาอยู่กับ Facebook โดยเฉลี่ย 50 นาทีต่อคนต่อวัน
- ▶ เป็นเครื่องมือการตลาดออนไลน์ที่มีอิทธิพลสูงมากในปัจจุบัน
- ▶ เหมาะกับการทำตลาดแบบเฉพาะกลุ่ม Niche Market
- ▶ Facebook รายงานผลสถิติต่างๆอย่างละเอียด ทั้งจำนวนคน "Like" จำนวนคน Comment จำนวนคนดูหน้า Page

## Facebook Marketing

- ▶ สามารถสร้างโฆษณาใน Facebook Ads ได้ไม่จำกัด ซึ่งขึ้นกับความต้องการของลูกค้า
- ▶ สามารถโฆษณาใน Facebook Ads. ตลอดอายุการให้บริการ
- ▶ สามารถกำหนดงบประมาณในการโฆษณาในแต่ละวันได้ โดยแจ้งงบประมาณให้กับทางเราทราบ
- ▶ สามารถเปลี่ยนแปลงงบประมาณในการโฆษณาในแต่ละวันได้
- ▶ สามารถเลือกประเภทการโฆษณาได้ โดยมี 2 ประเภทคือ จ่ายค่าโฆษณาเมื่อมีคนคลิก (CPC) และ จ่ายค่าโฆษณาเมื่อมีผู้ชมโฆษณาของคุณ (CPM)
- ▶ รายงานผลการโฆษณา สถิติต่างๆอย่างละเอียดทุกสัปดาห์

# การทำ Facebook ให้น่าสนใจ

## ลองทำตามกฎ 80/20 หรือจะขายແຫຼກດີ?

- ▶ ใครที่อ่านหนังสือเกี่ยวกับการบริหารจัดการอยู่ก็น่าจะเคยเห็นชุดตัวเลขนี้ เพราะนี่คือหลักการพาเรโต (Pareto Principle) สำหรับใน Facebook นั่นก็มีการเอากฎนี้มาใช้ด้วย นั่นก็คือการผสมผสานการโพสต์ข้อความระหว่างการพูดถึงเรื่องที่คุณทั่วไปสนใจ 80% และพูดถึงผลิตภัณฑ์หรือบริการของเรา 20% นั่นคือการพูดเรื่องทั่วๆ ไปที่อาจจะมีส่วนเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมหรือวงการที่เราทำอยู่ ส่วนที่เหลือคือการบอกเล่าสิ่งที่เราทำหรือให้บริการอยู่โดยตรง หรือเรียกกันชื่อๆ ว่าเราขายอะไรก็บอกไปเลยแต่ก็มีคนอีกกลุ่มหนึ่งที่คิดว่า Facebook คือช่องทางการขาย เลยผลิตแต่เนื้อหาเพื่อการขายของแต่เพียงอย่างเดียว Scott Hancock บอกได้น่าสนใจครับว่า การพูดถึงแต่การโฆษณาสินค้าตลอดเวลา ก็เหมือนกับเวลาเราเปิดช่องดูรายการโทรทัศน์เรื่องที่เราชอบ แต่กลับได้ดูแต่โฆษณาตลอดเวลา จนในที่สุดคนที่เปิดดูก็เลือกที่จะเปลี่ยนช่องหรือเลิกดูช่องนั้นไปเลยดังนั้นแล้วการแบ่งสัดส่วนเนื้อหานั้นควรถูกนำมาพิจารณาด้วย อาจจะแบ่งเป็น 80/20 หรือแบ่งตามความเหมาะสม ขึ้นอยู่กับเราจะกำหนด

# การทำ Facebook ให้น่าสนใจ

## การตอบสนองต่อผู้มาติดต่อเราอย่างทันทั่วทั้งที

- ▶ ไม่ว่าใครที่มาติดต่อสอบถาม คนคนนั้นก็อยากจะได้รับการตอบรับด้วยคำตอบไม่ว่าอะไรก็ตาม การที่เราบอกแล้วถูกนิ่งเฉยไร้การตอบสนอง เป็นใครก็คงไม่ชอบใช้ไหมล่ะครับ โดยเฉพาะหากเป็นเรื่องที่ได้รับการร้องเรียนหรือเป็นด้านลบ ที่พร้อมจะเป็นดราม่าพันทิปได้ตลอดเวลา ดังนั้นการตอบสนองที่รวดเร็ว รวมทั้งการรับมือกับการร้องเรียนที่ถูกวิธีนั้นจะช่วยให้สิ่งที่เกิดขึ้นจากหนักเป็นเบาได้ครับ โดยมีเวลาที่น่าสนใจคือ เราควรตอบสนองต่อข้อความภายใน 1 ชั่วโมงเพื่อการรับเรื่อง หรืออย่างช้าที่สุดก็ไม่ควรเกิน 24 ชั่วโมงแต่เจ้าของหรือผู้ดูแลบาง Page ก็เลือกที่จะเพิกเฉยกับสิ่งที่ลูกค้าเขียนเข้ามา ไม่ว่าจะเป็นทั้งด้านดีและด้านลบ ซึ่งผลที่ได้นั้นก็ยิ่งทำให้ผู้ที่มาเขียนคำเสนอแนะหรือมาร้องเรียนโมโหกว่าเดิม เพราะสิ่งที่เขามอบอกไม่ได้รับการสนใจ และปลายทางในยุคนี้ก็คือ พันทิป...

## การทำ Facebook ให้น่าสนใจ

### ใช้จำนวนตัวอักษรในข้อความไม่เกิน 80 ตัวอักษร (สำหรับฟร็องต์นะ)

- ▶ ข้อนี้ต้องบอกว่าจะใช้กับ Page ของคนไทยไม่ได้เลยทีเดียว เนื่องจากว่าภาษาไทยของเรา มีทั้งพยัญชนะ, สระ, ตัวอักษรต่างๆ ซึ่งการประกอบรวมเป็นคำก็ใช้ปริมาณที่เยอะพอสมควรและเกิน 80 แน่ๆ
- ▶ สิ่งที่สามารถแนะนำได้คือพิมพ์เนื้อหาที่ไม่เยิ่นเย้อ นำนองเต็มตลิ่งงานเกินไป ให้ผู้อ่านสามารถที่จะเข้าใจเจตนาของเจ้าของ Page ว่าต้องการสื่อสารอะไรได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง



## การทำ Facebook ให้น่าสนใจ

**สร้างคนที่จะมาติดตาม Facebook ของคุณด้วยเนื้อหาที่ดี, ใช้การเผยแพร่แบบพื้นฐานเป็นหลัก (Organically) พร้อมอัด Facebook Ads ไปด้วย**

- ▶ การทำให้คนมาติดตามหน้า Page ของคุณได้ด้วยพื้นฐานแล้วก็คือการบอกต่อ ไม่ว่าจะเป็นเพื่อน, แฟน ทั้งด้วยการพูด หรือการกระจายผ่านทางช่องทางอย่างอีเมล, ทาง Facebook หน้า Profile, หน้าเว็บไซต์ของคุณ แต่ทั้งหมดนี้จะเป็นแค่เพียงตัวเลขลอยๆ เท่านั้น หากคุณไม่มีความต่อเนื่องในการทำอะไรบางอย่างบนหน้า Facebook Page ของคุณอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นการสร้างเนื้อหาหรือ Content ที่มีคุณภาพอย่างต่อเนื่อง, การมีกิจกรรมสำหรับคนที่เป็ Fan ของ Page เราเท่านั้นด้วยการสื่อสารจากช่องทางอื่นแล้วดึงคนเข้ามาหา เป็นต้น

## การทำ Facebook ให้น่าสนใจ

### ตั้งคำถาม + โปสต์ข้อความที่จะให้คนมาตอบ (หลอกล่อนั่นเอง)

- ▶ โดยปกติแล้วถ้ามีคำถามอยู่ภายในเนื้อหาของการโพสต์แล้ว โดยส่วนใหญ่จะมีคนเข้ามาตอบ ซึ่งก็เหมือนกับการกระตุ้นให้คนคิดและพิมพ์ และก็ต้องคิดว่าคนที่พิมพ์ตอบไปนั้นก็คือคนที่สนใจเนื้อหาหรือตัว Page ของเราอยู่แล้วเป็นทุนเดิม โดยที่กลุ่มคนเหล่านี้เกิดขึ้นจากการสร้างแบบ Organically นั่นเอง
- ▶ นอกจากนั้นแล้วมีข้อมูลของ Salesforce Buddy Media บอกว่า การตั้งคำถามไว้ท้ายของเนื้อหานั้น จะช่วยให้มี Interaction Rate โดยรวมมากขึ้น 15% รวมทั้งมีการ Comment มากขึ้นถึง 2 เท่า แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นก็ขึ้นอยู่กับว่าเนื้อหาของเราคืออะไรด้วยนะครับ ตัวเลขนี้เป็นแค่การอ้างอิง

# การทำ Facebook ให้น่าสนใจ

## โพสต์เนื้อหาด้วยจำนวนโพสต์ที่เหมาะสม

- ▶ ตัวเลขความเหมาะสมนั้นก็ไม่สามารถบอกได้อย่างชัดเจนครับ เพราะแต่ละเพจมีเนื้อหาในการนำเสนอที่แตกต่างกัน แต่เหตุผลหลักๆ นั้นหากมีจำนวนน้อยเกินไป ก็จะทำให้ดูเหมือนว่าคนดูแลและเลย แต่ถ้าหากมีมากเกินไปต่อวัน ก็อาจทำให้คนที่เข้ามาอ่านนั้นรำคาญจนเป็นสาเหตุทำให้กด unlike ไปเลยก็ได้
- ▶ จำนวนโพสต์ที่ถูกหยิบยกขึ้นมา ก็อยู่ที่วันละ 1-2 ครั้ง
- ▶ ทั้งหมดนี้ก็คือสิ่งที่ควรและไม่ควรทำเมื่อทำ Facebook Marketing แต่ถ้าถามผมว่ามีมากกว่านี้ไหม? ผมตอบได้เลยครับมีมากกว่านี้เยอะครับ เพราะบนโลกดิจิทัลนั้นมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา และเราเองก็ต้องคอยดูรอบตัวไม่ว่าจะเป็นคู่แข่งของเรา หรือว่า Trend ที่เกิดขึ้นบนโลกออนไลน์เพื่อที่จะได้ปรับตัวในสิ่งที่ตัวเองทำอยู่ แต่เบื้องต้นแล้ว นี่คือสิ่งแรกๆ ที่ควรระลึกถึงเอาไว้เสมอ อาจจะไม่ต้องทำตามหรือต้องเป็นตัวเลขเป๊ะๆ ก็ได้

## E-Marketing ด้วย Youtube

- ▶ การประชาสัมพันธ์ผ่านวิดีโอคลิปเป็นการประชาสัมพันธ์ผ่านโลกออนไลน์ที่มีการลงทุนเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากต้องมีค่าผลิตวิดีโอคลิป นักแสดง หรืออื่นๆ ซึ่งทำให้วิดีโอคลิปที่ออกมาต่างจากโฆษณาโดยปกติ น่าดึงดูด ไม่จางหายสินค้าหรือบริการมากจนเกินไป และทำให้เกิดการส่งต่อไปเรื่อยๆ โดยคนดูเอง
- ▶ จุดเริ่มต้นของการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ผ่านวิดีโอคลิปนี้เริ่มจากการเกิดของ Youtube (ยูทูป) ในปี 2005 ด้วยแนวคิดของผู้ก่อตั้งคือ Chad Hurley (แชด เฮอร์ลีย์) และ Steve Chen (สตีฟ เซน) ที่ต้องการสร้างเว็บไซต์เพื่อไว้แลกเปลี่ยนวิดีโอคลิปกัน แต่กลับกลายเป็นว่าผู้ใช้นำวิดีโอคลิปไปฝากไว้ที่ Youtube แล้วลิงก์จากบล็อกของตัวเองไปยัง Youtube ทำให้ Youtube เติบโตอย่างรวดเร็ว หลังจากนั้นผู้ใช้บริการ Youtube บางรายเริ่มอัพโหลดรายการทีวีของสหรัฐอเมริกาบางรายการเข้าไปอยู่ใน Youtube และมีคนชมจำนวนมาก จึงเริ่มมีบริษัทหลายแห่งหันมาสนใจการทำโฆษณาออนไลน์ด้วยวิดีโอคลิปผ่าน Youtube กันมากขึ้น

## E-Marketing ด้วย Youtube

- ▶ การประชาสัมพันธ์ผ่านวิดีโอคลิปเป็นการประชาสัมพันธ์ผ่านโลกออนไลน์ที่มีการลงทุนเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากต้องมีค่าผลิตวิดีโอคลิป นักแสดง หรืออื่นๆ ซึ่งทำให้วิดีโอคลิปที่ออกมาต่างจากโฆษณาโดยปกติ น่าดึงดูด ไม่จางหายสินค้าหรือบริการมากจนเกินไป และทำให้เกิดการส่งต่อไปเรื่อยๆ โดยคนดูเอง
- ▶ จุดเริ่มต้นของการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ผ่านวิดีโอคลิปนี้เริ่มจากการเกิดของ Youtube (ยูทูป) ในปี 2005 ด้วยแนวคิดของผู้ก่อตั้งคือ Chad Hurley (แชด เฮอร์ลีย์) และ Steve Chen (สตีฟ เซน) ที่ต้องการสร้างเว็บไซต์เพื่อไว้แลกเปลี่ยนวิดีโอคลิปกัน แต่กลับกลายเป็นว่าผู้ใช้นำวิดีโอคลิปไปฝากไว้ที่ Youtube แล้วลิงก์จากบล็อกของตัวเองไปยัง Youtube ทำให้ Youtube เติบโตอย่างรวดเร็ว หลังจากนั้นผู้ใช้บริการ Youtube บางรายเริ่มอัพโหลดรายการทีวีของสหรัฐอเมริกาบางรายการเข้าไปอยู่ใน Youtube และมีคนชมจำนวนมาก จึงเริ่มมีบริษัทหลายแห่งหันมาสนใจการทำโฆษณาออนไลน์ด้วยวิดีโอคลิปผ่าน Youtube กันมากขึ้น

## E-Marketing ด้วย Youtube

- ▶ ในประเทศไทยก็เริ่มมีวิดีโอคลิปใน Youtube ที่ได้รับความนิยมอันดับหนึ่งของต่างชาติ นั่นคือโฆษณาของ Pantene ชุดสาวใบ้ นอกจากจะใช้วิดีโอคลิปเพื่อการโฆษณาแล้ว ยังสามารถใช้วิดีโอคลิปเพื่อรณรงค์โครงการต่างๆ ได้อีกด้วย อย่างเช่น ปี 2009 Volkswagen ได้ทำโครงการเพื่อสังคมชื่อ Fun Theory โดยให้คนทั่วไปร่วมทำวิดีโอคลิปส่งเสริมให้คนในประเทศสวีเดนนั้นเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมเพื่อให้สังคมและตัวเองดีขึ้น โดยวิดีโอคลิปที่คนร่วมส่งมาใน Youtube ทำให้เกิดการส่งต่อกันไปและสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้คนอยากมีส่วนร่วมในการเปลี่ยนแปลงสังคมให้ดีขึ้น
- ▶ ในประเทศไทยเองก็มีการรณรงค์ผ่านวิดีโอคลิปใน Youtube ด้วยเช่นกัน ตัวอย่างคือการรณรงค์ของ "มูลนิธิสร้างความเข้าใจเรื่องสุขภาพผู้หญิง" ในคลิปที่มีชื่อว่า YouSex: Girls and condom ซึ่งมีคนเข้ามาดูจำนวนมาก หรืออย่างงานอีเวนต์ของคนไอทีอย่าง barcampbangkok ครั้งที่ 2 ก็ได้จัดทำวิดีโอคลิปเพื่อประชาสัมพันธ์ ทำให้มีคนร่วมส่งคลิปมาเป็นจำนวนมาก จะเห็นได้ว่าพลังของวิดีโอคลิปก่อให้เกิดการส่งต่อหรือความร่วมมือและมีภาพลักษณ์ที่ดีต่อสินค้าและบริการนั้นได้อย่างทันที

## E-Marketing ด้วย Youtube

- ▶ อย่างไรก็ตามต้องจำไว้ว่าไม่ใช่ทุกวิดีโอคลิปบน Youtube ที่จะได้รับการชม การส่งต่อ หรือการบอกเล่าแบบปากต่อปาก เนื่องจากมีวิดีโอคลิปถูกอัปโหลดบน Youtube เป็นจำนวนมากในแต่ละวัน ซึ่งอาจทำให้วิดีโอคลิปโฆษณาสินค้าและบริการของเราถูก ดูกลับไปในคลื่นยักษ์ของวิดีโอคลิปใน Youtube ที่มีจำนวนมากจนผู้ชมอาจหาไม่เจอก็ เป็นได้ เพราะฉะนั้นการโพสต์วิดีโอคลิปบน Youtube จึงจำเป็นต้องมีเครื่องมืออื่นๆ เพื่อ ทำให้เกิดการกระจายของคลิป เช่นการใช้ บล็อก, Facebook, Twitter หรือการใส่คำ บรรยายเพื่อสื่อถึงคลิป รวมถึงการทำ SEO หรือการใช้คีย์เวิร์ดของคลิปให้เหมาะสมเพื่อ ช่วยให้ค้นหาวิดีโอคลิปใน Youtube ได้ง่ายขึ้น
- ▶ การสร้างวิดีโอคลิปอาจไม่จำเป็นต้องลงทุนสูงเหมือนโฆษณาตามสื่อทั่วไป ไม่จำเป็นต้อง ใช้กล้องแบบมืออาชีพ เพียงแต่เนื้อหาในวิดีโอคลิปต้องมีแรงดึงดูดและไม่เหมือนใคร ดังเช่นวิดีโอคลิปต่างๆ ที่ยกตัวอย่างไปข้างต้น การสร้างเนื้อหาวิดีโอคลิปให้ดีและ น่าสนใจอาจช่วยให้เกิดการพูดถึงและส่งแบบปากต่อปาก

## E-Marketing ด้วย Youtube

- ▶ **เคล็ดลับช่วยให้วิดีโอคลิปเป็นที่นิยม**
- ▶ ทำวิดีโอคลิปให้สั้น โดยทั่วไปแล้ววิดีโอคลิปที่ประสบความสำเร็จสูงมักมีความยาวประมาณ 15-30 วินาที ซึ่งหากเกินกว่านี้เราควรระตัดออกเป็นชุดๆ เพื่อให้เกิดการติดตาม วิดีโอคลิปต้องออกแบบให้ง่ายต่อการดัดแปลง ซึ่งเจ้าของสินค้าหรือบริการต้องยอมรับว่าจะมีการคัดลอกวิดีโอคลิปไปทำใหม่หรือดัดแปลงโดยผู้อื่น ซึ่งยิ่งมีการดัดแปลงมากก็แสดงว่าได้รับความนิยมมากเท่านั้น อย่างเช่นวิดีโอคลิป [David After Dentist](#) ซึ่งมีจำนวนคนชมกว่า 45 ล้านครั้ง และมีการดัดแปลงจากผู้ชมคลิปเป็นรูปแบบต่างๆ กันไป



## E-Marketing ด้วย Youtube

- ▶ **เคล็ดลับช่วยให้วิดีโอคลิปเป็นที่นิยม**
- ▶ อย่างทำวิดีโอคลิปให้เป็นเหมือนโฆษณาทางโทรทัศน์ เพราะคนชมวิดีโอคลิปไม่ได้ต้องการจะดูโฆษณา แต่ต้องการจะดูสิ่งที่น่าตื่นตาตื่นใจและจะส่งต่อวิดีโอคลิปนั้นหากมันดึงดูดความสนใจมากพอ อย่างเช่น Evian Roller Babies ที่มีคนดูกว่า 27 ล้านครั้ง และ หลายๆ สื่อโทรทัศน์ในไทยก็ได้พูดถึงวิดีโอคลิปนี้ หรือโฆษณาของ Dove ที่มีชื่อว่า Dove evolution ซึ่งมีคนชมกว่า 10 ล้านครั้ง
- ▶ สร้างกระแสด้วยการทำให้ซ็อก การทำให้วิดีโอคลิปหักมุมหรือมีเรื่องราวให้คิดต่อเองว่าจะเกิดอะไรขึ้นอย่างคลิปโปรโมตภาพยนตร์เรื่อง District 9 ที่ทำวิดีโอคลิปออกมาให้คิดต่อว่าภาพยนตร์จริงๆ นั้นคืออะไร หน้าเปิดวิดีโอคลิปก่อนจะเล่นและชื่อวิดีโอคลิปควรสร้างแรงดึงดูดให้คนเข้ามาชม

## E-Marketing ด้วย Youtube

- ▶ สินค้าหรือบริการชนิดเดียวกัน คนจะตัดสินใจซื้อจากความคุ้นเคยที่มีต่อแบรนด์นั้นๆ วิธีการสร้างแบรนด์ของเราให้ลูกค้ารู้จัก วิธีที่ดีที่สุดในตอนี้ คือ Youtube เหตุผล คือ
- ▶ 1. ไม่มีค่าใช้จ่ายในการทำวิดีโอ
- ▶ 2. ใน 1 วันมีคนไทยใช้ Youtube ถึงประมาณ 2 ล้านคน
- ▶ 3. สามารถทำได้ทุกที่ทุกเวลา
- ▶ 4. วิดีโอมีโอกาสอยู่ในหน้า 1 ของ Google
- ▶ 5. มีรายได้เสริมจากโฆษณาใน youtube
- ▶ 6. วิดีโอสามารถเข้าใจและเข้าถึงได้ง่าย

<http://youtubemarketing.in.th>

## E-Marketing ด้วย Youtube

- ▶ สินค้าหรือบริการชนิดเดียวกัน คนจะตัดสินใจซื้อจากความคุ้นเคยที่มีต่อแบรนด์นั้นๆ วิธีการสร้างแบรนด์ของเราให้ลูกค้ารู้จัก วิธีที่ดีที่สุดในตอนี้ คือ Youtube เหตุผล คือ
- ▶ 1. ไม่มีค่าใช้จ่ายในการทำวิดีโอ
- ▶ 2. ใน 1 วันมีคนไทยใช้ Youtube ถึงประมาณ 2 ล้านคน
- ▶ 3. สามารถทำได้ทุกที่ทุกเวลา
- ▶ 4. วิดีโอมีโอกาสอยู่ในหน้า 1 ของ Google
- ▶ 5. มีรายได้เสริมจากโฆษณาใน youtube
- ▶ 6. วิดีโอสามารถเข้าใจและเข้าถึงได้ง่าย

<http://youtubemarketing.in.th>

# E-Marketing ด้วย Website

## ทำไมคุณจึงควรใช้ WordPress ?

### Free & Easy

- ▶ WordPress นั้นฟรีและง่ายต่อการใช้งาน ไม่ว่าคุณจะเป็น Developer หรือ User ธรรมดาก็ตาม และ WordPress ยังมี Builder Theme มากมายที่ทำให้คุณสามารถสร้างเว็บไซต์ได้เพียงการลากแล้วก็วาง

### SEO Friendly

- ▶ WordPress เป็นมิตรกับ SEO ทำให้เว็บของคุณมีโครงสร้างที่สนับสนุนต่อการค้นหาของ Search Engine คุณจึงสบายใจและมีเวลาให้กับการทำการโปรโมททางอื่นมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับเว็บไซต์ eCommerce

## E-Marketing ด้วย Website

การเตรียมตัวสำหรับทำเว็บไซต์ ด้วย 4 ขั้นตอนก็มีเว็บไซต์เป็นของตัวเองแล้ว....

- ▶ 1. ต้องเขียนหรือใช้คำสั่ง HTML ได้ หรือใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อออกแบบหน้าเว็บไซต์
- ▶ 2. มีโฮสต์(Host) หรือพื้นที่(Server) สำหรับแสดงไฟล์ HTML บนอินเทอร์เน็ต
- ▶ 3. ต้องมีโดเมนเนม(Domain name) จดทะเบียนชื่อเว็บไซต์ เป็นของตนเอง
- ▶ 4. ใช้โปรแกรม FTP สำหรับถ่ายโอนไฟล์ HTML จากเครื่องเราไปไว้ที่โฮสต์
- ▶ 5.เครื่องมือสำหรับ สร้าง Website (Wordpress)

# E-Marketing ด้วย Website

## ทำไมคุณจึงควรใช้ WordPress ?

### Free & Easy

- ▶ WordPress นั้นฟรีและง่ายต่อการใช้งาน ไม่ว่าคุณจะเป็น Developer หรือ User ธรรมดาก็ตาม และ WordPress ยังมี Builder Theme มากมายที่ทำให้คุณสามารถสร้างเว็บไซต์ได้เพียงการลากแล้วก็วาง

### SEO Friendly

- ▶ WordPress เป็นมิตรกับ SEO ทำให้เว็บของคุณมีโครงสร้างที่สนับสนุนต่อการค้นหาของ Search Engine คุณจึงสบายใจและมีเวลาให้กับการทำการโปรโมททางอื่นมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับเว็บไซต์ eCommerce

# E-Marketing ด้วย Website

## ทำไมคุณจึงควรใช้ WordPress ?

### Flexible

- ▶ WordPress นั้นมีความยืดหยุ่นสูง มีธีมมากมายหลายหมื่นธีมที่สามารถมาปรับแต่งเพิ่มได้ไม่มีที่สิ้นสุด นอกจากนี้ยังมีปลั๊กอินมากมายที่จะช่วยให้คุณปรับเปลี่ยนเว็บไซต์ไม่ว่าจะเป็นธุรกรรมหรือร้านค้าออนไลน์ คุณก็สามารถทำได้โดยไม่ต้องเริ่มต้นทำเว็บใหม่  
SEO Friendly

### Community

- ▶ WordPress ถูกพัฒนาอย่างต่อเนื่องมาสิบปี และมีผู้ใช้งานมากที่สุด ดังนั้นจึงมีแหล่งเรียนรู้มากมาย และเมื่อมีปัญหาจึงสามารถที่จะหาคำตอบได้มากกว่า คุณสามารถหาอ่านบทความและโพลสอบถามเกี่ยวกับปัญหาต่างๆ ได้ตามชุมชนเหล่านั้นเว็บไซต์ eCommerce

# E-Marketing ด้วย Website

## ทำไมคุณจึงควรใช้ WordPress ?

### Security

- ▶ WordPress มีผู้ใช้งานจำนวนมากที่สุดในโลก จึงทำให้เกิดเสมือนเป็นเครือข่ายที่ช่วยในการตรวจสอบระบบความปลอดภัย ดังนั้น WordPress จึงมีการอัปเดตอย่างสม่ำเสมอ เพื่อความปลอดภัยของเว็บไซต์ และมีพันธมิตรอื่นช่วยอีกมากมาย



# E-Marketing ด้วย Website

## ทำไมคุณจึงควรใช้ WordPress ?

### Security

- ▶ WordPress มีผู้ใช้งานจำนวนมากที่สุดในโลก จึงทำให้เกิดเสมือนเป็นเครือข่ายที่ช่วยในการตรวจสอบระบบความปลอดภัย ดังนั้น WordPress จึงมีการอัปเดตอย่างสม่ำเสมอเพื่อความปลอดภัยของเว็บไซต์ และมีพันธมิตรอื่นช่วยอีกมากมาย

## Easy Steps ขั้นตอนง่ายๆ ในการทำเว็บไซต์ด้วย WordPress

### Install WordPress

- ▶ ขั้นตอนที่ต้องเตรียมตัวก่อนการติดตั้ง คือการเลือกโดเมนและโฮสต์สำหรับการติดตั้ง WordPress แล้วทำการติดตั้ง WordPress การติดตั้ง WordPress นั้นสามารถทำได้ง่ายๆ ด้วยการใช้การติดตั้งอัตโนมัติที่โฮสต์ส่วนใหญ่มักมีให้อยู่แล้ว ใช้เวลาไม่กี่นาทีก็เรียบร้อย

### Choose Themes

- ▶ ขั้นตอนสำคัญที่สุดคือการเลือก Theme WordPress สามารถเลือกจากดีไซน์ที่ชอบ WordPress มีธีมให้เราใช้งานมากมายหลายหมื่นธีมซึ่งยังสามารถปรับแต่งได้อีก ทำให้เราสามารถมีเว็บที่ดูเป็น Professional ได้ง่ายๆ โดยเสียค่าใช้จ่ายน้อยกว่าการจ้างออกแบบและเขียนโปรแกรมหลายเท่าตัว

## Easy Steps ขั้นตอนง่ายๆ ในการทำเว็บไซต์ด้วย WordPress

### Content

- ▶ เนื้อหาเป็นส่วนที่สำคัญที่สุดของเว็บ หลังจากการเตรียมตัวเสร็จสิ้น WordPress จะพร้อมเป็นเครื่องมือจัดการเนื้อหาที่ดีที่สุดของคุณ ไม่ว่าจะคุณจะทำเว็บส่วนตัว เว็บบริษัท เว็บบทความ เว็บข่าว นิตยสาร แมกกาซีน หรือร้านค้าออนไลน์ WordPress ก็พร้อมจะจัดการให้คุณ

### Plugin

Wordpress สามารถเลือก ระบบ Plugging เพื่อช่วยในการอำนวยความสะดวกในการร้านค้า Online รวมถึงเรายังสามารถ เชื่อมต่อการชำระเงิน การส่งสินค้าได้อย่างง่ายอีกด้วย

## WordPress E-Commerce Plugins ตัวไหนชนะเลิศ

- ▶ ถ้าพูดถึงการสร้างเว็บไซต์ร้านค้าออนไลน์ หรือเว็บไซต์ E-Commerce หลายๆ ท่าน อาจจะนึกไปถึงเว็บสำเร็จรูปอย่าง Weloveshopping อันโด่งดัง หรือ Lnwshop ที่กำลังมาแรง ไม่ก็จัด CMS Shopping Carts งามๆ ไปเลยด้วย OpenCart, PrestaShop, Magento หรือจะเลือก Joomla + VirtueMart ไปจนถึงการจ้างเขียนขึ้นมาเฉพาะ แล้วแฟนพันธุ์แท้ WordPress ละ นอกจากเขียนบล็อกแล้วขายของด้วยได้มัย ช่างดี! ทำได้สิจ๊ะ

## WordPress E-Commerce Plugins ตัวไหนชนะเลิศ

- ▶ WordPress ไม่ใช่แค่บล็อกอ้ารียะ แน่นอนโอ้เจ้า WordPress นี้ มันสามารถสร้างเว็บไซต์ค้าออนไลน์ได้ด้วย เพราะมีผู้ช่วยอย่าง plugins และ themes เทพๆ อยู่มากมายบนโลกใบนี้ และด้วยความเยอะ วนนี้พี่ผู้จะขอเลือกผู้เข้ารอบมาประเมินด้วยกัน 3 ตัวคือ
  - ▶ **WordPress E-Commerce Plugins**
  - ▶ 1. [WP Marketplace](#)
  - ▶ 2. [WP eCommerce](#)
  - ▶ 3. [WooCommerce](#)

## WordPress E-Commerce Plugins ตัวไหนชนะเลิศ

- ▶ ที่นี้มีหลายคนคงจะรู้ว่า wordpress มันคือ Blog ใช้ทำเว็บ blog ทั่วไปจะสามารถนำมาทำเป็นร้านขายของออนไลน์ หรือที่เรียกอีกอย่างหนึ่งว่า เว็บ **e-Commerce** ได้ด้วย หรือ อาจจะตอบอย่างนี้ครับว่า ความสามารถของ wordpress นั้นเราสามารถทำให้มันเป็นเว็บอะไรก็ได้เท่าที่เราต้องการ ส่วนวิธีที่ผมจะเขียนต่อไปนี้เป็นวิธีที่ใช้ Plugin เข้ามาช่วยครับ (wordpress มีที่เด็ดตรง plugin นี้แหละ) เพราะมันเป็นวิธีที่ง่ายที่สุดแล้ว และบางคนอาจจะสงสัยว่าแล้วจะใช้ Plugin ตัวไหนละในเมื่อ plugin ที่เกี่ยวกับ e-Commerce นั้นมีตั้งหลายตัว อาจจะตอบอย่างนี้ครับว่า plugin e-Commerce เท่าที่ผมเคยลองใช้และลองทดสอบมา ตัวที่ผมจะแนะนำต่อไปนี้เป็นตัวที่ใช้งานง่ายน่าจะใช้ที่สุดแล้ว และที่สำคัญฟรีด้วย

**Plugin ตัวนี้ชื่อว่า “WPe-Commerce” เวลาค้นหาให้ดูชื่อที่ดีนะ เพราะมีตัวซ้ำกันเยอะ เลือกตัวที่ชื่อตรงที่สุด**

## WordPress E-Commerce Plugins ตัวไหนชนะเลิศ

**WP e-Commerce**

**RECENT PRODUCTS**

- 3 THINGS AND TECHNIQUES**  
\$15.00
- DESIGNING FOR EMOTION**  
\$15.00
- CREATING FROM SCRATCH**  
\$21.00

**FOLLOW US**

**LAST TWEET**

- The Twitter API returned an error while processing your request. Please try again.

**SUBSCRIBE MAIL**

Submit your email to get updates from our website.

Your Email  [Sign Up](#)

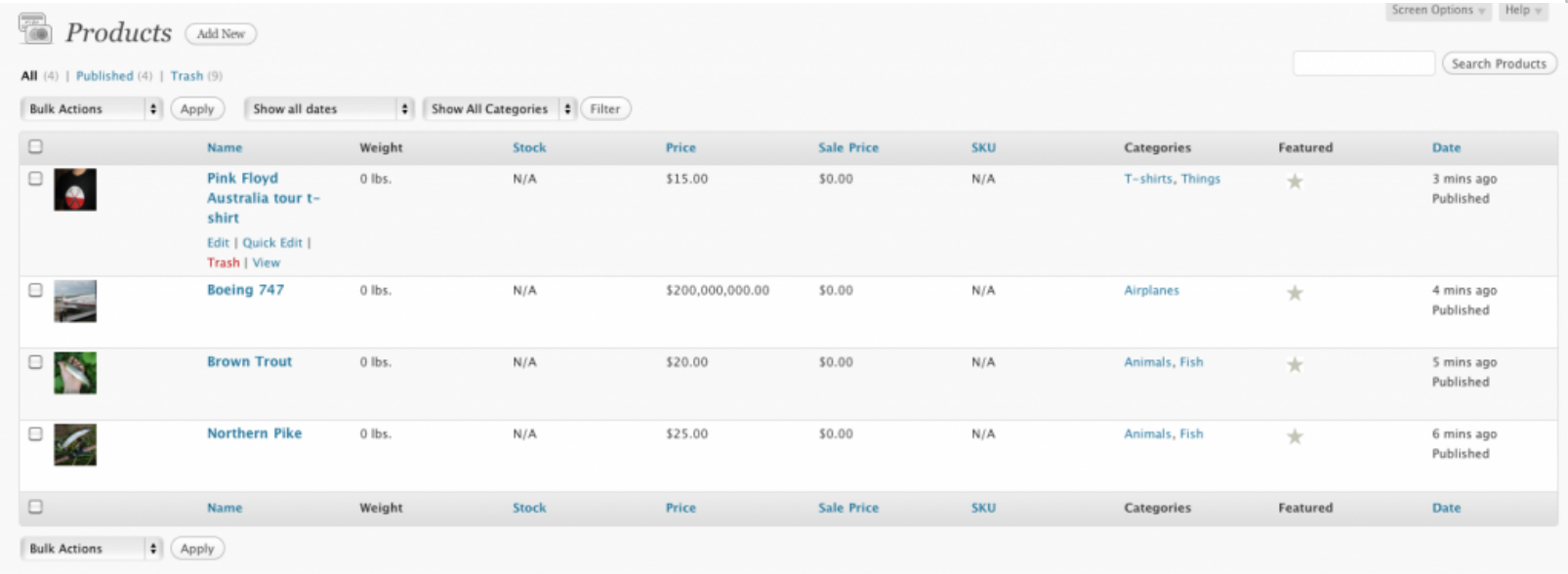
**SUBSCRIBER**

- 316 Subscribers
- 8 Followers





**TESTIMONIAL**

**SL PROTECTED**

# WordPress E-Commerce Plugins ตัวไหนชนะเลิศ



The screenshot shows the WordPress 'Products' management interface. At the top, there is a 'Products' header with an 'Add New' button. Below the header, there are filters for 'All (4)', 'Published (4)', and 'Trash (9)'. A search bar labeled 'Search Products' is also present. The main content is a table with columns for Name, Weight, Stock, Price, Sale Price, SKU, Categories, Featured, and Date. The table lists four products: 'Pink Floyd Australia tour t-shirt', 'Boeing 747', 'Brown Trout', and 'Northern Pike'. Each product row includes a checkbox, a small image, the product name, and links for 'Edit', 'Quick Edit', 'Trash', and 'View'. The 'Boeing 747' product has a notably high price of \$200,000,000.00. At the bottom of the table, there is another 'Bulk Actions' section with an 'Apply' button.

	Name	Weight	Stock	Price	Sale Price	SKU	Categories	Featured	Date
<input type="checkbox"/>	 <b>Pink Floyd Australia tour t-shirt</b> <a href="#">Edit</a>   <a href="#">Quick Edit</a>   <a href="#">Trash</a>   <a href="#">View</a>	0 lbs.	N/A	\$15.00	\$0.00	N/A	T-shirts, Things	★	3 mins ago Published
<input type="checkbox"/>	 <b>Boeing 747</b>	0 lbs.	N/A	\$200,000,000.00	\$0.00	N/A	Airplanes	★	4 mins ago Published
<input type="checkbox"/>	 <b>Brown Trout</b>	0 lbs.	N/A	\$20.00	\$0.00	N/A	Animals, Fish	★	5 mins ago Published
<input type="checkbox"/>	 <b>Northern Pike</b>	0 lbs.	N/A	\$25.00	\$0.00	N/A	Animals, Fish	★	6 mins ago Published
	Name	Weight	Stock	Price	Sale Price	SKU	Categories	Featured	Date



## WordPress E-Commerce Plugins ตัวไหนชนะเลิศ

- ▶ นี่คือหน้าตาของ **WP e-Commerce** เป็นหน้าที่แสดงสินค้าของเราทั้งหมดว่ามีอะไรบ้าง ราคาเท่าไร เป็นต้น เราสามารถเพิ่มสินค้าได้ตามต้องการ ส่วนรูปด้านล่างนี้คือหน้าที่เราใส่รายละเอียดสินค้า ใส่ชื่อสินค้าได้ รายละเอียดของสินค้า ใส่รูปสินค้า กำหนดราคาของสินค้า เป็นต้น

The screenshot shows the WordPress 'Edit Product' interface for a product named 'Optimus Prime'. The interface is divided into several sections:

- Header:** Shows the WordPress logo, the site name 'Amiga', and user information 'Howdy, admin | Log Out'.
- Left Sidebar:** Contains navigation menus for 'Dashboard', 'Posts', 'Media', 'Links', 'Pages', 'Comments', 'Products' (with sub-items like 'Add New', 'Product Tags', 'Categories', 'Variations', 'Coupons'), 'Events', 'Registrations', 'Appearance', and 'Plugins'.
- Main Content Area:**
  - Product Name:** 'Optimus Prime'
  - Permalink:** 'http://localhost:8888/events/?wpcc-product=lux'
  - Visual Editor:** Shows a rich text editor with a toolbar and a paragraph of text describing Optimus Prime as a fictional character from the Transformers franchise.
  - Image:** A red and blue Optimus Prime toy figure is displayed.
  - Path:** 'p'
  - Word count:** 156
  - Draft saved at:** 8:51:46 pm. Last edited by admin on March 7, 2011 at 3:28 am
- Right Sidebar:**
  - Publish:** Status: 'Published', Visibility: 'Public', Published on: 'Sep 23, 2010 @ 23:55'.
  - Price Control:** Price: '56.00', Sale Price: '45.00'. Includes a 'New Currency' button and checkboxes for 'This is a donation' and 'Table Rate Price'.
  - Stock Control:** SKU field, a checked checkbox for 'I have limited stock for this Product', and a Quantity field set to '223'. Includes a checkbox for 'Notify site owner and unpublish this Product if...'

## WordPress E-Commerce Plugins ตัวไหนชนะเลิศ

- ▶ หลังจากเราใส่รายละเอียดของสินค้าเสร็จทั้งหมดแล้วพอกดเผยแพร่แล้ว ก็จะได้หน้าตาของหน้า แสดงสินค้าออกมาแบบนี้ บางคนอาจจะคิดว่าไม่เป็นสวยเลย ความสวยขึ้นอยู่กับธีมที่เราใช้ครับ...อันนี้มันเป็นธีมธรรมดา ถ้าอยากให้อูเลสิคก็ ต้องเลือกธีมที่ดีครับ... และแถมยังมีปุ่ม **“Add To Cart”** อีกนะ เวลาที่มีลูกค้าเข้ามาที่เว็บเราแล้วสนใจสินค้าก็แค่กดปุ่ม **“Add To Cart”** แค่นี้สินค้าก็จะลงไปอยู่ในตระกร้าแล้ว ดังเช่น รูปด้านล่างนี้ เห็นไหมว่า มันมีระบบที่แสดงการซื้อสินค้าและ ระบบเก็บเงิน จำนวนเงิน ให้พร้อม แถมยังสามารถให้ลูกค้า กรอกที่อยู่เพื่อจัดส่งสินค้าได้อีกด้วย

## WordPress E-Commerce Plugins ตัวไหนชนะเลิศ

### ข้อดีของปลั๊กอินตัวนี้ WP e-Commerce

- ▶ ง่ายต่อการติดตั้งเวิร์ดเพรสปลั๊กอิน
- ▶ ทำงานร่วมกับทุกมาตรฐานตาม theme WordPress
- ▶ เล่นได้ดีกับปลั๊กอินอื่น ๆ
- ▶ สนับสนุนเครื่องมือ WordPress
- ▶ ใช้รหัสย่อและเท็กแม่แบบ (เช่นเดียวกับ WordPress)
- ▶ ทำงาน out-of-the-box กับ WordPress MU

## WordPress E-Commerce Plugins ตัวไหนชนะเลิศ

ระบบการชำระเงินมีดังนี้ ถือว่าครบถ้วนเลยทีเดียว

- ▶ ชำระเงินด้วยตนเอง (เช่น โอนผ่านธนาคาร) ก็ปรับแต่งได้
- ▶ มาตรฐานการชำระเงิน PayPal
- ▶ วิธีการชำระเงิน PayPal Pro
- ▶ ชำระเงินด่วน PayPal
- ▶ Google Checkout

## WordPress E-Commerce Plugins ตัวไหนชนะเลิศ

### ลูกเล่นบริการเสริมของร้าน

- ▶ มีระบบคูปอง / ส่วนลดต่างๆ
- ▶ ขายเฉพาะสินค้า (เลือกสินค้าที่เด่นชัดหรือสินค้าที่มีจำนวนจำกัดได้)
- ▶ ส่วนลดปริมาณ (ซื้อเยอะก็ได้ส่วนลดเยอะ ตั้งค่าได้)
- ▶ ตัวเลือกส่งฟรี
- ▶ การกำหนดราคาแบบหลายชั้นสำหรับส่วนลดปริมาณ

## WordPress E-Commerce Plugins ตัวไหนชนะเลิศ

### ระบบการส่งสินค้า

- ▶ รวมกับ UPS, USPS, ออสเตรเลียโพสต์และ Shipwire สำหรับเวลาจริงอัตราค่าจัดส่ง
- ▶ มีความยืดหยุ่นในตัวเครื่องคิดเลขอัตราค่าจัดส่ง (ระบบคิดค่าส่งอัตโนมัติ)
- ▶ ประเทศและทั่วโลกอัตราค่าจัดส่ง (ตั้งค่าได้ว่าค่าบริการส่งประเทศไหนบ้าง)
- ▶ การจัดส่งสินค้าอัตราเร่ง (ตั้งค่าได้ว่าซื้อราคานี้ขึ้นไป จัดส่งฟรี)
- ▶ การจัดส่งสินค้าอัตราจำนวน (ตั้งค่าได้ว่าซื้อจำนวนเท่านี้ขึ้นไปจัดส่งฟรี)
- ▶ การจัดส่งสินค้าอัตราน้ำหนัก

## WordPress E-Commerce Plugins ตัวไหนชนะเลิศ

### ระบบการจัดการของ Admin หรือผู้ขาย อันนี้ดีมาก

- ▶ แดชบอร์ดผู้ดูแลระบบสำหรับภาพรวมยอดขาย แสดงสถิติการขายได้
- ▶ ส่งออกข้อมูลการสั่งซื้อและข้อมูลลูกค้าในรูปแบบที่ CSV, Excel สามารถโหลดมาเก็บไว้ในเครื่องได้ด้วย
- ▶ ประวัติการสั่งซื้อที่มีป้ายชื่อสำหรับสถานะประมวลผลคำสั่ง (แสดงสถานะได้ว่า ลูกค้าชำระเรียบร้อยแล้ว สินค้าจัดส่งไปหรือยัง เป็นต้น)
- ▶ การแจ้งเตือนอีเมลของคำสั่ง (ตั้งค่าระบบแจ้งเตือน Email ให้ลูกค้าได้)
- ▶ พิมพ์ใบแจ้งหนี้ ต่างๆ

ใครสนใจอยากจะลองทำเองดูก่อนก็สามารถโหลดมาติดตั้งได้ โหลดปลั๊กอินตัวนี้ที่ <http://wordpress.org/extend/plugins/wp-e-commerce/>

## WordPress E-Commerce Plugins ตัวไหนชนะเลิศ

### ระบบการจัดการของ Admin หรือผู้ขาย อันนี้ดีมาก

- ▶ แดชบอร์ดผู้ดูแลระบบสำหรับภาพรวมยอดขาย แสดงสถิติการขายได้
- ▶ ส่งออกข้อมูลการสั่งซื้อและข้อมูลลูกค้าในรูปแบบที่ CSV, Excel สามารถโหลดมาเก็บไว้ในเครื่องได้ด้วย
- ▶ ประวัติการสั่งซื้อที่มีป้ายชื่อสำหรับสถานะประมวลผลคำสั่ง (แสดงสถานะได้ว่า ลูกค้าชำระเรียบร้อยแล้ว สินค้าจัดส่งไปหรือยัง เป็นต้น)
- ▶ การแจ้งเตือนอีเมลของคำสั่ง (ตั้งค่าระบบแจ้งเตือน Email ให้ลูกค้าได้)
- ▶ พิมพ์ใบแจ้งหนี้ ต่างๆ

ใครสนใจอยากจะลองทำเองดูก่อนก็สามารถโหลดมาติดตั้งได้ โหลดปลั๊กอินตัวนี้ที่ <http://wordpress.org/extend/plugins/wp-e-commerce/>



## ทำ Website ให้รู้จัก ด้วย Google Adwords และ SEO

### Google AdWords

คือ โฆษณาในรูปแบบ pay per click ข้อดี คือ เสียค่าใช้จ่ายตามจริง เมื่อผู้ใช้บริการค้นหาข้อมูลคลิกเข้าชมเว็บไซต์ของคุณเท่านั้น และโฆษณาจะปรากฏให้ผู้ชมเห็นตามคีย์เวิร์ด (Keyword) หรือ กลุ่มคำที่คุณเลือกไว้ซึ่งเป็นคำที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของคุณ

- ▶ ค่าใช้จ่ายการลงโฆษณา ผ่านเสิร์ช เอนจินในรูปแบบ Cost Per Click ของแต่ละแคมเปญจะแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับกลุ่มคำหรือคีย์เวิร์ดที่เลือกใช้ คีย์เวิร์ดคำใดที่เป็นที่นิยม และมีคู่แข่งเป็นจำนวนมาก ค่าใช้จ่ายต่อการคลิก 1 ครั้งก็จะเพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วย นอกจากนี้ ยังขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่นๆ เช่น ความชำนาญในการเลือกคีย์เวิร์ดและการเจาะจงกลุ่มเป้าหมาย ช่วงระยะเวลาและความต่อเนื่องของแคมเปญ จำนวนชิ้นงานโฆษณาของแต่ละแคมเปญ ระบบการดูแลบริหารแคมเปญ เพื่อให้เกิดราคาต่อคลิกที่มีประสิทธิภาพสูงสุด ทั้งหมดล้วนส่งผลถึงงบประมาณที่ใช้ในการโฆษณาทั้งสิ้น

## ทำ Website ให้รู้จัก ด้วย Google Adwords และ SEO

- ▶ วิธีการสมัคร Google Adwords สมัครที่ลิงค์นี้  
<http://adwords.google.co.th/select/Login>
- ▶ เนื่องจากเราพอจะทราบกันดีอยู่แล้วครับว่า ปัจจุบัน Google มีอิทธิพลกับโลก Online อย่างไม่ข้างมาข้างแล้ว แต่เราละในฐานะคนที่อยู่ในโลก Online เหมือนกันซึ่งนอกจากเรา จะใช้ Google ในการค้นหาข้อมูลแล้ว Google ยังทำอะไรได้อีก
- ▶ เราสามารถใช้ Google เป็นตัวเชื่อมธุรกิจของเราไปสู่ผู้บริโภค ได้ทั้งในและนอกประเทศ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- ▶ ตลาดไม่ได้อยู่แค่วงจำกัดและเราสามารถ ใช้ Google เลือกตลาดใหม่ๆ ได้ตลอดเวลา
- ▶ ค่าโฆษณาสามารถเลือกจ่ายได้ว่าจะโฆษณาก่อนจ่ายทีหลัง หรือแบบเต็มมินก็ ได้ และจ่ายต่อเมื่อมีคนคลิกเข้ามาเท่านั้น ทำให้คุ้มกับมินที่จ่ายออกไป

## ทำ Website ให้รู้จัก ด้วย Google Adwords และ SEO

- ▶ สามารถวัดผลและปรับปรุงได้ง่ายจากข้อมูลที่เป็นตัวเลข หลังจากที่ทราบเราสามารถที่จะทำโฆษณา ออกสู่สายตาของคนทั่วประเทศหรือทั่วโลกได้อย่างไรแล้ว ก็ เริ่มต้นเปิดบัญชีกับ Adword ซึ่งมีค่าเปิดเพียง \$5 หรือ ประมาณ 200 บาท เท่านั้นเอง ซึ่งเป็นเงินเล็กน้อยมากเมื่อเทียบกับประสิทธิภาพและผลตอบแทนที่เราจะได้

The screenshot displays the Google AdWords interface in Thai. At the top, the Google AdWords logo is visible next to a language dropdown menu set to Thai. Below the logo, there is a section titled 'โฆษณาธุรกิจของท่านใน Google' (Your business ads on Google) with a sub-heading 'ลงชื่อสมัครเข้าใช้เดี๋ยวนี้ >' (Sign up now >). The text explains that users can reach a large audience and track results. To the right, there is a 'บัญชี Google' (Google account) section with input fields for email and phone number, and a 'ลงชื่อเข้าใช้งาน' (Sign in) button. Below this, there is a 'หากท่านไม่มีอีเมล' (If you don't have an email) link. In the center, there are three navigation options: 'โฆษณาของท่านปรากฏขึ้นบนผลการค้นหาที่เกี่ยวข้อง' (Your ads appear on related search results), 'ผู้อ่านคลิกที่ตัวโฆษณาของท่าน' (Readers click on your ads), and '...และไปที่ธุรกิจของท่าน' (...and go to your business). A hand cursor points to a search result for 'เว็บไซต์บริษัทของท่าน' (Your company website) with the URL 'www.เว็บไซต์บริษัท-ของท่าน.co.th'. At the bottom, there is a 'ศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับ AdWords' (Learn more about AdWords) section with a 'วิธีการทำงาน' (How it works) link and a 'สร้างตัวโฆษณาของท่าน' (Create your ad) link. A small Google search bar is also visible in the bottom right of the screenshot.

## ทำ Website ให้รู้จัก ด้วย Google Adwords และ SEO

- ▶ โดยหน้าตาภายใน Account ของเราจะเป็นแบบนี้ครับจะมีค่าจำนวน ที่แสดงโฆษณาของเราต่อวันและจำนวนคลิกเท่าไรหรือค่าใช้จ่ายเท่าไร ซึ่งเราสามารถพัฒนาประสิทธิภาพโฆษณาของเราได้ต่อไปครับ หวังว่าแต่และท่านคงจะนำไปใช้ได้หรือมีประโยชน์ไม่มากนักน้อยนะครับ



The screenshot shows a Google AdWords account interface. At the top, it displays the account name 'www.thairat.com' and the date 'วันที่ (27 ธ.ค. 2007)'. Below this, there are search filters and a table of advertising performance data. The table has columns for 'ชื่อแคมเปญ' (Campaign Name), 'สถานะแคมเปญ' (Campaign Status), 'มูลค่ารวมคลิก' (Total Click Value), 'คลิก' (Clicks), 'จำนวน' (Quantity), 'CTR' (Click Through Rate), 'ค่าเฉลี่ย CPC (รวมงบทั้งหมด)' (Average CPC), and 'CPC' (Cost Per Click). The table contains several rows of data, including two rows with redacted campaign names and two rows for 'รวม - 2 แคมเปญที่ปิดการใช้งาน' and 'รวม - ทั้งหมด 0 แคมเปญ'.

ชื่อแคมเปญ	สถานะแคมเปญ	มูลค่ารวมคลิก	คลิก	จำนวน	CTR	ค่าเฉลี่ย CPC (รวมงบทั้งหมด)	CPC
[Redacted]	ปิดการใช้งาน	\$10.00 ค่าเงิน	10	1,410	0.25%	\$0.40	\$0.25
[Redacted]	ปิดการใช้งาน	\$10.00 ค่าเงิน	0	0	0.00%	-	\$0.00
รวม - 2 แคมเปญที่ปิดการใช้งาน	-	\$20.00 ค่าเงิน	10	1,410	0.25%	\$0.40	\$0.25
รวม - ทั้งหมด 0 แคมเปญ	-	\$0.00 ค่าเงิน	0	0,000	0.00%	\$0.40	\$0.25

## ทำ Website ให้รู้จัก ด้วย Google Adwords และ SEO

### ข้อดีของ Google Adwords

- ▶ การทำ Google AdWords ใช้เวลาภายใน 24 ชั่วโมง เพื่อให้โฆษณา ปรากฏได้ทันที
- ▶ การทำ Google AdWords สามารถเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้ทันที โดย
- ▶ สามารถเลือกตลาดที่จะทำได้ เช่น ทำเฉพาะประเทศไทยประเทศเดียว หรือหลายประเทศ
- ▶ สามารถเลือกภาษาของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้ เช่น เป็นภาษาอังกฤษ ภาษาจีน หรือภาษาอื่นๆ ก็ได้
- ▶ สามารถเลือกได้ว่า จะแสดงผลที่ใดบ้าง เช่น ใน Google อย่างเดียว, บริการทุกอย่างของ Google (Google Content Network) และ Partner ของ Google ก็ได้
- ▶ การทำ Google AdWords ไม่ต้องเสียเวลาการปรับแต่งโครงสร้างเว็บไซต์
- ▶ การทำ Google AdWords สามารถเลือกช่วงเวลาที่จะแสดงโฆษณาในแต่ละวันได้

ทำ Website ให้รู้จัก ด้วย Google Adwords และ SEO

### ประโยชน์ของการทำ Google Adwords (PPC)

- ▶ การทำ Google AdWords สามารถโฆษณาได้ตรงตามกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ
- ▶ การทำ Google AdWords ทำให้มีคนรู้จักเว็บไซต์คุณมากขึ้น
- ▶ การทำ Google AdWords เพิ่มโอกาสในการขายและทำให้ผู้คนเข้าถึงธุรกิจได้มากขึ้นอย่างรวดเร็ว
- ▶ การทำ Google AdWords ได้รับผลกำไรกลับคืนมาก แต่เสียค่าใช้จ่ายน้อย
- ▶ การทำ Google AdWords ไม่ต้องเสียเวลาในการปรับแต่งโครงสร้างของเว็บไซต์
- ▶ การทำ Google AdWords สามารถขยายตลาดให้ครอบคลุมทั่วโลกได้

# ทำ Website ให้รู้จัก ด้วย Google Adwords และ SEO

## หากคุณเป็นเจ้าของเว็บไซต์

ที่กำลังขายสินค้าและบริการอยู่ อย่างรอช้าที่จะเรียนรู้โปรแกรม google adwords เพราะโปรแกรมนี้จะทำให้ คุณและลูกค้า มาเจอกันได้โดยตรง แค่ลูกค้าคุณพิมพ์ คำ (keywords) ที่เกี่ยวข้อง กับบริการหรือสินค้าคุณ โฆษณาเว็บของคุณ ก็ะปรากฏ ขึ้นอยู่ด้านบนสุด หรือฝังขวามือทันที (ในภาพ)



## 16 เทคนิคสุดยอดการทำ Google AdWords ให้สำเร็จ

- ▶ 1. พยายามใส่ Keywords ไว้ในโฆษณา – เราจะต้องแสดงให้เห็นกับผู้ค้นหาว่าตัวโฆษณาของเรานั้นสัมพันธ์กับสิ่งที่เค้ากำลังค้นหาอยู่ โดยใส่ Keywords ไว้ในโฆษณาของเราด้วย เพราะว่าทาง Google จะแสดงคีย์เวิร์ดนั้นเป็นตัวหนา แล้วก็จะทำให้ตัวโฆษณาของคุณเห็นมากกว่าของคนอื่นครับ
- ▶ 2. ใช้ Keywords ในแต่ละ Group ไม่มาก – การที่เราใช้ Ad Group แค่ตัวเดียวโดยที่มี Keywords เยอะๆ ประมาณ 1,000 – 2,000 ตัว ไม่เป็นการดีครับ เพราะว่ามันจะทำให้เรามี CTR ที่ต่ำ แล้วก็จะยากต่อการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย ทางที่ดีควรจะแยก Keywords ที่คล้ายๆกันอยู่ในกลุ่มเดียวกัน และถ้าหากทำแบบนี้แล้วก็จะสามารถทำตามเทคนิคข้อที่ 1 ได้ด้วยครับ
- ▶ 3. ใส่ Bid ในตอนเริ่มโฆษณาให้สูงๆ – เนื่องจากว่าทาง Google นั้นจะจัดอันดับโฆษณาจากราคา Bid และ CTR เพื่อที่จะทำให้ CTR ของเราสูง เราจะต้องใส่ราคา Bid ในตอน



## 16 เทคนิคสุดยอดการทำ Google AdWords ให้สำเร็จ

- ▶ 3. ใส่ Bid ในตอนเริ่มโฆษณาให้สูงๆ – เนื่องจากว่าทาง Google นั้นจะจัดอันดับโฆษณาจากราคา Bid และ CTR เพื่อที่จะทำให้ CTR ของเราสูง เราจะต้องใส่ราคา Bid ในตอนเริ่มทดลองสินค้าตัวใหม่ให้มากๆก่อน เพื่อที่จะให้โฆษณาของเราอยู่อันดับ 1 – 8 จากนั้น CTR ของเราจะสูงขึ้นแล้วก็ CPC ของเราจะลดต่ำลงเองครับ
- ▶ 4. ตั้งอัตราค่าโฆษณาต่อวันให้สูงกว่าที่ทาง Google แนะนำ – ถ้าเราตั้งค่าโฆษณาต่อวันน้อยเกินไป โฆษณาของเราอาจจะแสดงไม่ตลอดทั้งวัน และแน่นอนครับเมื่อลูกค้าที่กำลังต้องการสินค้าที่เราขายอยู่เข้ามา แล้วไม่เจอโฆษณาของเรา เราก็จะเสียโอกาสนี้ไป วิธีการลดปริมาณการคลิกจากกลุ่มคนที่ไม่ต้องการซื้อของจริงๆ ก็ให้เราใช้ Negative Keywords , Exact Matches, และกำหนดประเทศในการแสดงโฆษณา

## 16 เทคนิคสุดยอดการทำ Google AdWords ให้สำเร็จ

- ▶ 5. หลีกเลียง Keywords ที่มีการแข่งขันสูง – อย่าเสียเงินโดยใช้เหตุโดยการใส่ Bid สูงๆกับ Keywords ที่มีการแข่งขันกันเยอะ ให้เรากำหา Keywords ที่มีคนค้นหาบ่อย แต่เราหาหลายๆ Keywords ดีกว่าครับ เพราะว่า Keywords ที่มีคนค้นหาบ่อยแต่ว่าหลายตัว ก็จะเท่ากับหรือมากกว่า Keywords ที่มีคนค้นหาเยอะแค่คำเดียว แถมยังมีราคา Bid ถูกมากๆครับ
- ▶ 6. ตั้งราคา Bid ใน Exact Matches Keywords ให้สูงกว่า Keywords แบบอื่น – ให้เราใช้ Exact Matches Keywords ร่วมด้วยกับ Matches แบบอื่นๆ แล้วก็ตั้งราคา Bid ให้สูงกว่าแบบอื่นเล็กน้อย เพราะว่า Google จะให้ความสำคัญกับ Exact Matches Keywords มากกว่า Matches แบบอื่นใน Keywords เดียวกัน เช่นใน group หนึ่งเราตั้งราคา Bid ไว้ที่ 0.10 เราก็กำหนดให้ Bid ของ Exact Matches Keywords เป็น 0.25

## 16 เทคนิคสุดยอดการทำ Google AdWords ให้สำเร็จ

- ▶ 7. ใช้ Negative Keywords – ตัวโฆษณาของเราจะไม่แสดงถ้าเกิดว่าการค้นหา Negative Keywords อยู่ด้วย ให้เราใส่ Negative Keywords ไปด้วย เพราะว่ายังมี Negative Keywords มากเท่าไร CTR ของเราก็จะยิ่งเพิ่มมากขึ้นไปด้วย เป็นการประหยัดเงินแล้วก็ทำให้ตำแหน่งโฆษณาของเราสูงขึ้นด้วย ตัวอย่างเช่นสินค้าของเราเป็นแบบ premium ก็ให้เราใส่ Negative Keywords ที่ไม่เกี่ยวกับ premium ไปด้วย
- ▶ 8. ใช้ Landing Page ให้สัมพันธ์กับสินค้า – เพราะว่าถ้าหากลูกค้าคลิกที่โฆษณาแล้วไปที่หน้าที่ขายสินค้าทันที ก็จะทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าได้ง่าย อย่าลืมนะครับว่าลูกค้าของเรามีเวลาไม่มากในการค้นหา ถ้าเค้าเจอเว็บที่ไม่เกี่ยวข้องกับความต้องการของเค้า เค้าก็จะปิดเว็บนั้นไป เราก็จะเสียโอกาส

## 16 เทคนิคสุดยอดการทำ Google AdWords ให้สำเร็จ

- ▶ 9. แยกการค้นหาแบบ Search และ Content Campaigns – มีหลายๆคนที่เสียเงินโดยใช้เหตุ เพราะว่าไม่ได้แยกการค้นหาแบบ Search และ Content ส่วนมากเราจะไม่รู้จะไม่สังเกตว่า Google นั้นจะให้โฆษณาของเราไปปรากฏที่ Google Content Network ด้วย เราจะต้องปิดบริการตัวนี้หรือว่าแยกเอาไว้เป็น 2 ส่วน
- ▶ 10. ใช้ Ad หลายๆแผ่นแล้วนำมาเปรียบเทียบ (Split) – Google นั้นให้เราสร้างตัวโฆษณาหลายๆแผ่นใน Ad เดียวกัน ให้เราสร้างตัวโฆษณาอย่างน้อย 2 แผ่นเพื่อที่จะได้เปรียบเทียบว่าแผ่นไหนดีกว่ากัน ถ้าโฆษณาแผ่นไหนไม่ดีก็ให้ลบทิ้งแล้วก็สร้างใหม่ อาจจะแค่สลับบรรทัดหรือเปลี่ยนคำเป็นบางคำ

## 16 เทคนิคสุดยอดการทำ Google AdWords ให้สำเร็จ

- ▶ 11. ติดตามผล – อย่าเชื่อในรายงานของ Google มากนัก ไม่ใช่ว่าไม่ดี แต่ว่าข้อมูลแค่นี้ไม่เพียงพอ เพราะว่าอาจจะมีการคลิกแกล้งให้เราเสียเงินแต่ไม่ซื้อสินค้าจากคู่แข่งของเราได้ ถ้าหากว่าไม่มี Tracking Software ก็ให้เราหาดาวโหลดมาใช้ นะครับ
- ▶ 12. ใส่คำที่กระตุ้นให้อยากคลิกไว้ใน Headline – ให้เราเริ่มต้นด้วยคำที่กระตุ้นให้อยากคลิกเข้าไปดู เช่น “Free:, New:, Sale:, ect” แต่เราต้องเช็كدัวยว่าคำที่เราใช้นั้นทาง Google อนุญาตรีเปล่า

## 16 เทคนิคสุดยอดการทำ Google AdWords ให้สำเร็จ

- ▶ 13. ใส่คำที่กระตุ้นให้อยากคลิกไว้ในตัวโฆษณา – ให้เราใส่คำที่ดูแล้วน่าคลิกเข้าไปเช่น “free, cheap, sale, special offer, time limited offer, tricks, you, tips, enhance, discover, fact, learn, at last, free shipping, ect.
- ▶ ตัวอย่างเช่น
- ▶ \* Buy Today – Save 50%
  
- ▶ 14. ใส่คำที่ดูแล้วดูดีกว่าคู่แข่งคนอื่น – อะไรที่จะทำให้สินค้าของคุณดูดีกว่าหรือแตกต่างจากคู่แข่ง ให้เราใส่ไปในข้อความโฆษณาด้วย ตัวอย่างเช่นเว็บไซต์ Amazon.com จะเขียนข้อความไว้ในบรรทัดแรกว่า “Earth’s Biggest Bookstore” นี้เป็นคำที่ดูแล้วน่าเข้าไปดูในเว็บไซต์มาก

## 16 เทคนิคสุดท้ายของการทำ Google AdWords ให้สำเร็จ

- ▶ 15. เอาคำที่ไม่มีประโยชน์ออก – ตัวอย่างเช่น “a, an, in, on, it, of” อย่าใส่คำพวกนี้ลงไปในตัวโฆษณา เพราะจะทำให้สับสนเปลืองค่าเปล่าๆ
- ▶ 16. ใส่ราคาลงไปในตัวโฆษณาด้วย – เพราะจะทำให้คนที่ไม่มีศักยภาพในการซื้อไม่คลิกที่ตัวโฆษณาของเรา

## สรุปยอดการทำ SEO

- ▶ **Search Engine Optimization (SEO)** การทำ SEO คือ กระบวนการที่ทำให้เว็บไซต์ หรือ ชื่อเว็บไซต์ ปรากฏอยู่ในตำแหน่งที่ดีที่สุดของผลการค้นหาผ่าน เว็บเสิร์ชเอนจิน (Search Engine) เช่น Google.com, MSN.com, Yahoo.com, Sanook.com เป็นต้น ด้วย Search Keyword ที่เกี่ยวข้องกับ ธุรกิจ ข้อมูล เนื้อหา บทความ สินค้าและบริการ ที่นำเสนอผ่านเว็บไซต์ของเรา โดยรักษาให้อยู่ในตำแหน่งที่ดีที่สุดเสมอ (ปกติจะพยายามให้อยู่ในหน้าแรกของการค้นหา) ซึ่งการทำ SEO นั้นจะประกอบไปด้วย การปรับปรุง-เพิ่มคำสำคัญ (Keywords) ในหน้าเว็บไซต์ การปรับแต่งหน้าเว็บไซต์ให้มีขนาดเล็กการใช้ meta tag และวิธีอื่นๆ ควบคู่กันไป



## สรุปการตลาดทำ SEO

### ทำไมเราต้องทำ SEO ?

- ▶ ทำ SEO เพื่อให้เว็บไซต์ของเราได้รับการจัดลำดับ ในอันดับที่ดีขึ้น (ยิ่งเป็นอันดับที่ 1 ใน Keyword นั้น ๆ ด้วยยิ่งดี)
- ▶ ทำ SEO เพื่อทำให้เว็บไซต์เราสามารถขายสินค้าและบริการได้มากขึ้น (อันนี้เหมาะกับเว็บ e-Commerce และ e-Marketing ต่าง ๆ )
- ▶ ทำ SEO เพื่อเพิ่มจำนวนคนเข้าเว็บไซต์ และเพิ่มโอกาสทางธุรกิจให้มีมากขึ้น
- ▶ ทำ SEO เพื่อเป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายในการโฆษณาเว็บไซต์ของเรา
- ▶ ทำ SEO เพื่อเป็นการพัฒนาเว็บไซต์ ให้เกิดการใช้งานโดยผู้ใช้ ไม่ใช่แค่เรากับเพื่อนเรา
- ▶ ทำ SEO เนื่องจากการค้นหาข้อมูลผ่าน Search Engine มีคนใช้ถึง 81% เราต้องทำให้คนรู้จัก เราให้ได้มากที่สุด

## สรุปย่อการทำ SEO

### ข้อดีของการทำ Search Engine Optimization (SEO)

- ▶ การทำ SEO ช่วยเพิ่มจำนวนคนเข้าเว็บของคุณ ซึ่งเป็นการเพิ่มโอกาสทางธุรกิจ การพบเห็นโดยผู้ซื้อจากทั่วทุกมุมโลก
- ▶ การทำ SEO ช่วยทำให้เว็บของคุณสามารถค้นหาได้ง่ายๆจากเว็บที่เป็น Search Engine ดังๆ เช่น Google.com ,Bing.com ,Yahoo.com
- ▶ การทำ SEO ช่วยให้ได้ลูกค้าตรงตามกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ
- ▶ การทำ SEO ช่วยให้เว็บของคุณจะเป็นที่รู้จักมากขึ้นทำให้เพิ่มโอกาสในการขาย
- ▶ การทำ SEO ช่วยให้ธุรกิจของคุณเหนือกว่าคู่แข่งในประเภทธุรกิจเดียวกัน
- ▶ การทำ SEO ช่วยเพิ่มช่องทางการตลาด โดยขยายตลาด และขยายฐานลูกค้าไปยังประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก โดยไม่ถูกจำกัดด้วยพื้นที่

**THE END**