LINE Marketing

ครบเครื่องทุกเรื่องการตลาดทั้ง LINE Official Account และ LINE Ads Platform

ขับเคลื่อนธุรกิจด้วย LINE Official Account (LINE OA) และยิงโฆษณาด้วย LINE Ads Platform ได้ด้วยตนเอง ทำง่าย ยอดขายปัง แบรนด์ดัง ลูกค้าประทับใจ จากเนื้อหาที่คัดสรรด้วยประสบการณ์ของมืออาชีพ

ศุภณัฐ สุขโข

สารบัญ

CHAPTER
LINE Marketing Overview 01

Platform ที่มีผู้ใช้งานมากกว่า 49 ล้านคน....4

LINE กับการเป็น Super Apps ในประเทศไทย 8

จากเกมรับเปลี่ยนเป็นเกมรุก 10

Broadcast.... 11

โฆษณาผ่าน LINE Ads Platform.... 12

การสร้างคูปองส่วนลดเพื่อแจกให้กับลูกค้า.... 13

การสร้างบัตรสะสมแต้ม 14

Chat Commerce เทรนด์ใหม่ของโลกธุรกิจ 16

ธุรกิจจะใช้ LINE ทำอะไรได้บ้าง.... 20

ใช้ LINE เพื่อทำ CRM.... 20

ใช้ LINE เพื่อเป็นช่องทางปิดการขาย 21

ใช้ LINE เพื่อเป็นช่องทางหาลูกค้าใหม่.... 21

ใช้ LINE เพื่อเก็บรักษาฐานลูกค้าเก่า.... 21

ตัวอย่างการใช้ LINE ในมุมธุรกิจ.... 22

Case 1 - ใช้ LINE สำหรับบริหารจัดการลูกค้า.... 22

Case 2 - ทำโฆษณาใน Platform ของ LINE.... 23

Case 3 - ใช้ LINE เป็นช่องทางให้บริการลูกค้าของห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล.... 24

Case 4 - ใช้ LINE สำหรับการทำ CRM.... 25

รู้จัก LINE Official Account 26

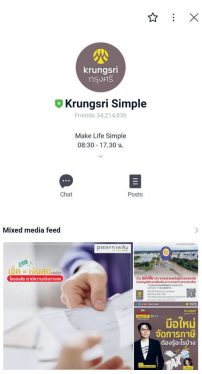
แพ็กเกจของ LINE OA 28

ความแตกต่างระหว่าง LINE@ กับ LINE OA.... 29

LINE Ads Platform ทางออกใหม่นักการตลาด.... 30

เปรียบเทียบ LINE OA กับ Facebook Messenger...32

CHAPTER
เตรียมพร้อมก่อนเริ่มต้นทำการตลาดผ่าน LINE 02



LINE Account กับการใช้งานเชิงธุรกิจ 34

ทำความรู้จัก LINE Official Account Manager 39

ทำความรู้จัก LINE Official Account (LINE OA).... 40

สมัคร Premium ID เพื่อตั้งชื่อ @ไอดี ให้จดจำง่าย...46

มาทำความรู้จักโล่ทั้ง 3 สีของ LINE Official Account.... 52

การอัพเกรดเป็นบัญชีรับรอง (Verified Account)...53

บริหารจัดการด้วย LINE Official Account Application 58

ตั้งค่าบัญชี LINE OA 61

จัดการแชทใน LINE OA..... 66
สร้าง Chat Tag เพื่อแบ่งกลุ่มลูกค้า..... 68

CHAPTER
ทำการตลาดผ่าน LINE Official Account 03

LINE Official Account ทำอะไรได้บ้าง..... 74
เริ่มต้นสร้าง Mini Website ด้วยฟีเจอร์ Account Page..... 76
สร้างข้อความทักทาย Greeting Message (ข้อความทักทายเพื่อนใหม่)..... 85
อำนวยความสะดวกให้ลูกค้าด้วยปุ่ม Quick Replies..... 88
ตอบอัตโนมัติทันทีด้วย Auto-Response Messages...93
ตอบกลับเมื่อลูกค้าพิมพ์ Keyword ที่เราระบุ..... 96
ตั้งเวลาใช้งาน Auto-Response Messages..... 98
ตอบกลับโดยการใช้ระบบปัญญาประดิษฐ์ AI Response Messages..... 100
บันทึกข้อมูลลูกค้าด้วย Notes..... 104
โทรผ่าน LINE OA Call..... 106
เมนูต้อนรับ Rich Menus..... 110
สื่อสารกับลูกค้าผ่าน Timeline..... 116
กระตุ้นยอดขายด้วย LINE Coupon..... 119
ทำบัตรสะสมแต้มด้วย Reward Cards..... 122
สร้างแบบสอบถามใน LINE OA ด้วย Surveys..... 127
การให้สิทธิ์ผู้ใช้งานรายอื่นเข้ามาบริหารจัดการ LINE OA..... 135

CHAPTER
LINE Broadcast แบบมืออาชีพ 04

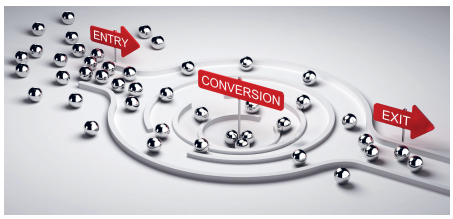
รู้จักการ Broadcast..... 140
Package ของการ Broadcast..... 142
คำนวณ Package ที่เหมาะสม..... 143
การ Broadcast แต่ละครั้ง ส่งข้อความได้ 3 บอลลูน..... 144
ซื้อ Package สำหรับทำ Broadcast..... 145
เริ่มต้น Broadcast ไปหา Audience..... 147
เพิ่มความน่าสนใจด้วย Rich Message..... 150
Broadcast ด้วย Rich Message..... 155
เล่าเรื่องด้วย Rich Video Message..... 157
Broadcast ด้วย Rich Video..... 161
โปรโมทหลายสินค้าพร้อมกัน Card Messages..... 164

ยิงแบบสอบถาม (Surveys) 172
แจก Coupon ผ่านการ Broadcast 174
กำหนดกลุ่มเป้าหมายของการ Broadcast.....175
ข้อจำกัดของการทำ Broadcast.....181
3 องค์ประกอบสำคัญของการ Broadcast ผ่าน LINE OA ให้ปัง.....182

CHAPTER
ยิงโฆษณา LINE Ads Platform 05

จุดเด่นของ LINE Ads Platform 187
จำนวนผู้ใช้ LINE มีมากถึง 50 ล้านคน.....187
เป็นทางเลือกที่นอกเหนือไปจาก Platform ที่ใช้กันอยู่แล้ว 187
โฆษณาของ LINE มีลูกเล่นไม่แพ้ Platform อื่นๆ.....188
จ่ายค่าโฆษณาแบบประมูล และสามารถกำหนดงบรายวันได้ 189
ประโยชน์ของการทำโฆษณา LINE Ads Platform...190
เปิดบัญชีโฆษณา LINE Ads Platform 191
รู้จักโฆษณาใน Objective แบบต่างๆ 197
การกำหนดกลุ่มเป้าหมายของโฆษณา LINE.....201
ตำแหน่งโฆษณาใน LINE Ads Platform.....203
รูปแบบการประมูลโฆษณาของ LINE.....207
โครงสร้างโฆษณาใน LINE Ads Platform.....209
เริ่มต้นสร้างแคมเปญโฆษณา 210
สร้างโฆษณาแบบเพิ่มเพื่อน (Gain Friends).....212
การประมูลโฆษณาใน LINE Ads Platform 221
สร้างโฆษณาแบบคลิกไปเว็บไซต์ (Website Visit)...224
สร้างโฆษณาแบบวิดีโอ (Video Views).....230
วัดผลโฆษณาที่ปล่อยออกไป และรู้จักคำศัพท์ที่ควรต้องรู้.....237
กฎกติกาของการทำโฆษณาใน LINE Ads Platform.....241

CHAPTER
โฆษณาเชิงลึกด้วย Custom Audience และ LINE Tag 06



ทำความรู้จักกับ LINE Tag.....245
วัดผล Conversion ของโฆษณา LINE 246
การติดตั้ง LINE Tag 247
เพิ่ม Metrics สำหรับวัดผล Conversion.....254
สร้างโฆษณาใน Objective แบบ Website Conversion 255
Custom Audience อาวุธเด็ดของ LINE Ads Platform.....263
สร้าง Custom Audience จาก LINE OA.....265
สร้าง Custom Audience จากเว็บไซต์ด้วย LINE Tag 267
สร้าง Custom Audience จากข้อมูลลูกค้า.....269
ทำโฆษณาแบบ Remarketing ด้วยใน LINE Ads Platform.....275

Lookalike Audience อาวุธเด็ดของ LINE Ads Platform 278
สร้าง Lookalike Audience ขยายฐานลูกค้า 278
ทำโฆษณาไปยัง Lookalike Audience 281
ใช้โฆษณา LINE Ads Platform เพื่อต่อยอดธุรกิจของคุณ 283

CHAPTER
รวมเทคนิค LINE Marketing 07

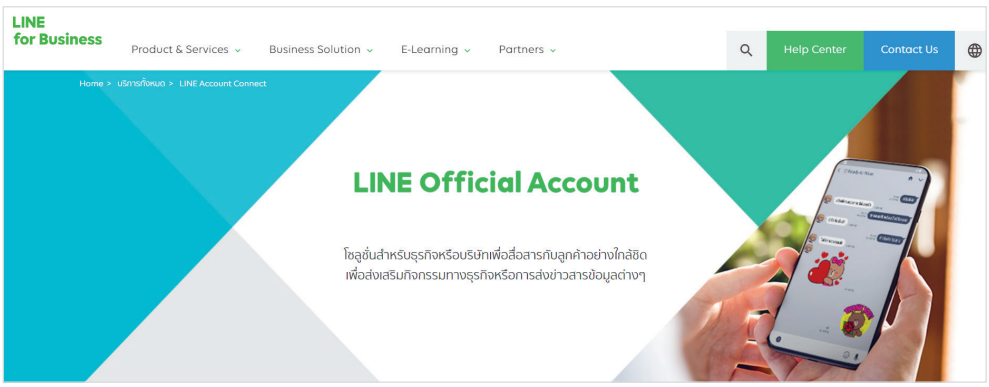
จะเพิ่มเพื่อนใน LINE OA ให้มากขึ้นได้อย่างไร 287
อยากให้เขาติดตาม ก็ต้องเอ่ยปากชวน 288
สร้าง Link เพิ่มเพื่อน 289
สร้าง QR Code เพิ่มเพื่อน 292
สร้างปุ่มเพิ่มเพื่อน 295
เทคนิคการเพิ่มจำนวนผู้ติดตามแบบที่ 1 298
เทคนิคการเพิ่มจำนวนผู้ติดตามแบบที่ 2 299
เทคนิคการเพิ่มจำนวนผู้ติดตามแบบที่ 3 299
เทคนิคการเพิ่มจำนวนผู้ติดตามแบบที่ 4 300
กำหนดกลุ่มเป้าหมายโฆษณาอย่างไรให้แม่นยำ 302
ไอเดียที่ 1 กำหนดกลุ่มเป้าหมายตั้งแต่ 3 เกณฑ์ขึ้นไป 302
ไอเดียที่ 2 ใช้กลุ่มเป้าหมายด้วย Custom Audience ร่วมกับกลุ่มเป้าหมายแบบปกติ 303
ไอเดียที่ 3 กำหนดกลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มลูกค้าใหม่ที่ยังไม่เคยเข้าเว็บไซต์ของเรา 303
โฆษณาแบบไหนเหมาะกับตำแหน่งโฆษณาไหน 304
โฆษณาในตำแหน่ง Chats 305
โฆษณาในตำแหน่ง Timeline 306
โฆษณาในตำแหน่ง LINE TODAY 307
โฆษณาในตำแหน่ง Wallet 308
โฆษณาในตำแหน่ง OpenChat 309
แนวทางการทำ CRM ด้วย LINE 310
ปิดการขายผ่าน LINE OA อย่างไรให้เวิร์ค 313
ทดลองสร้าง Custom Audience หลายแบบ 316
Custom Audience ของคนที่เคยเข้าเว็บไซต์ของเราเฉพาะบางหน้า 316
Custom Audience ของคนที่เคยสั่งซื้อสินค้าจากเว็บไซต์ 318
Custom Audience ของคนที่เคยดูวิดีโอโฆษณาของเรา 321
Custom Audience ของคนที่เคยคลิกที่รูปโฆษณา 323

รู้จัก LINE Official Account

ถ้าอยากทำการตลาดผ่าน LINE เราจำเป็นต้องรู้จัก LINE Official Account หรือที่เรียกกันสั้นๆ ว่า LINE OA ซึ่งเป็นบัญชีไลน์สำหรับธุรกิจที่องค์กร บริษัท ร้านค้าออนไลน์ สามารถเปิดบัญชีนี้ขึ้นมาเพื่อใช้สร้างฐานผู้ติดตามเป็นของตัวเองได้

การเปิด LINE OA ขึ้นมาจะเหมาะกับคนที่ต้องการใช้งาน LINE ในมุมธุรกิจมากกว่าการใช้บัญชี LINE ส่วนตัว สาเหตุก็เพราะว่า LINE OA จะมีฟีเจอร์และระบบที่สร้างขึ้นมาเพื่อสนับสนุนการใช้งานในเชิงธุรกิจมากกว่า LINE ที่เป็นบัญชีส่วนตัว

บัญชีส่วนตัวมีจำนวนเพื่อนสูงสุดได้ 5,000 คนเท่านั้น ซึ่งอาจจะไม่เหมาะในมุมธุรกิจที่อาจจะมีผู้ติดตามมากกว่า 5,000 คน และแน่นอนว่าการบริการจัดการแชทผ่าน LINE OA ก็สามารถทำได้สะดวกกว่า LINE ที่เป็นบัญชีส่วนตัวที่เราไม่ต้องพะวงว่าคนที่ทักไลน์มา คนไหนเป็นเพื่อน คนไหนเป็นลูกค้า



LINE OA เป็นพื้นที่สำหรับใช้งานติดต่อกับลูกค้า แต่ LINE ส่วนตัวก็ให้เอาไว้ใช้ในงานส่วนตัว ถ้าให้เปรียบเทียบกับ LINE OA ก็เหมือนเป็น Facebook Page ที่เราเปิดเพจขึ้นมาเพื่อใช้ติดต่อกับกลุ่มลูกค้าของเรา ใช้เป็นพื้นที่ศูนย์กลางในการสื่อสารข้อความทางการตลาดของเราออกไปยังกลุ่มเป้าหมาย โดยไม่ต้องให้ลูกค้า Add Friend Facebook ในบัญชีส่วนตัวของเรา

ดังนั้น ถ้าใครต้องการจะใช้ LINE เพื่อจุดประสงค์ทางธุรกิจแล้วละก็ ควรเริ่มต้นเปิดใช้งาน LINE OA กันเตรียมเอาไว้ตั้งแต่ตอนนี้ สำหรับวิธีการลงทะเบียนเพื่อเปิดใช้งาน LINE OA เราจะอธิบายกันอีกครั้งในบทที่ 2

ch01.indd 26 2/25/2565 BE 10:54 AM

ฟีเจอร์เด็ดของ LINE OA ที่จะทำให้เราติดใจมีอะไรบ้าง

ระบบต่างๆ นี้เป็นเพียงแค่ตัวอย่างเล็กน้อย เรียกว่า เป็นอาหารออร์เดิร์ฟที่เสิร์ฟให้เราได้เรียกน้ำย่อยกันก่อน เพราะว่า LINE OA ยังทำฟีเจอร์เจ๋งๆ ให้ได้เล่นได้อีกมาก ซึ่งเราจะกลับมาเล่นฟีเจอร์ต่างๆ ของ LINE OA กันอย่างละเอียดในบทที่ 3 และ 4

ch01.indd 27 2/25/2565 BE 10:54 AM

เมนูต้อนรับ Rich Menus

Rich Menus เป็นการสร้างเมนูที่นำเอาไอคอน รวมถึงรูปภาพมาใช้เป็นเมนูให้ลูกค้าสามารถเลือกคลิกเมนูที่สนใจได้ เราสามารถใช้ Rich Menus เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าในการเข้าถึงสิ่งที่เราให้บริการได้อย่างรวดเร็ว

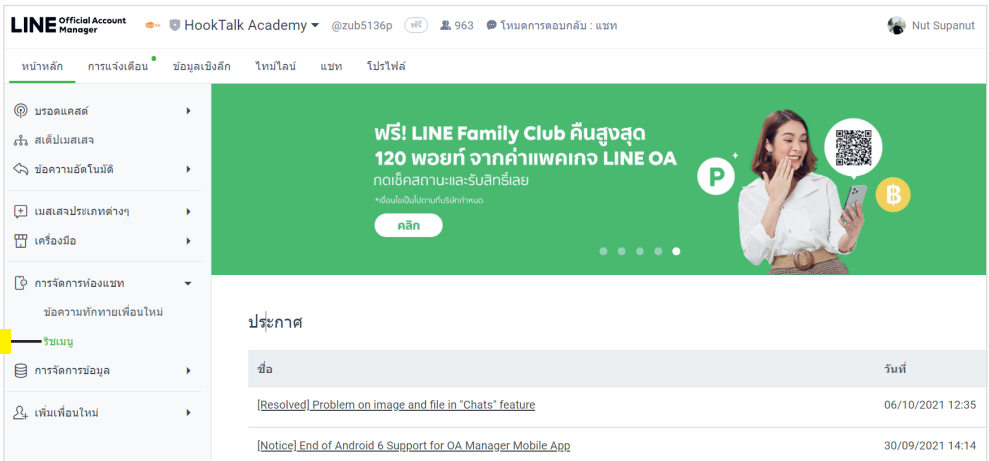
ในตัวอย่างด้านล่างนี้เมื่อเปิดช่องแชทที่คุยกับ LINE OA Easy Invest ของ บลจ. ไทยพาณิชย์ ก็จะมี Rich Menus แสดงขึ้นมาด้านล่าง ทำให้เราสามารถคลิกที่ Rich Menus ที่ผ่านการตั้งค่านี้เพื่อเข้าสู่เว็บไซต์หรือสมัครบริการต่างๆ ของ บลจ. ไทยพาณิชย์ ได้อย่างรวดเร็วโดยไม่ต้องพิมพ์ถามแอดมินเลย

ประโยชน์ของ Rich Menus จะช่วยให้ธุรกิจของเราสามารถสร้างปุ่ม Shortcut เพื่อเข้าไปยังบริการต่างๆ ทั้งที่อยู่ใน LINE OA และในเว็บไซต์ได้อย่างรวดเร็ว การแสดงผลด้วยรูปภาพจะช่วยให้ดึงดูดสายตาของ User มากยิ่งขึ้น

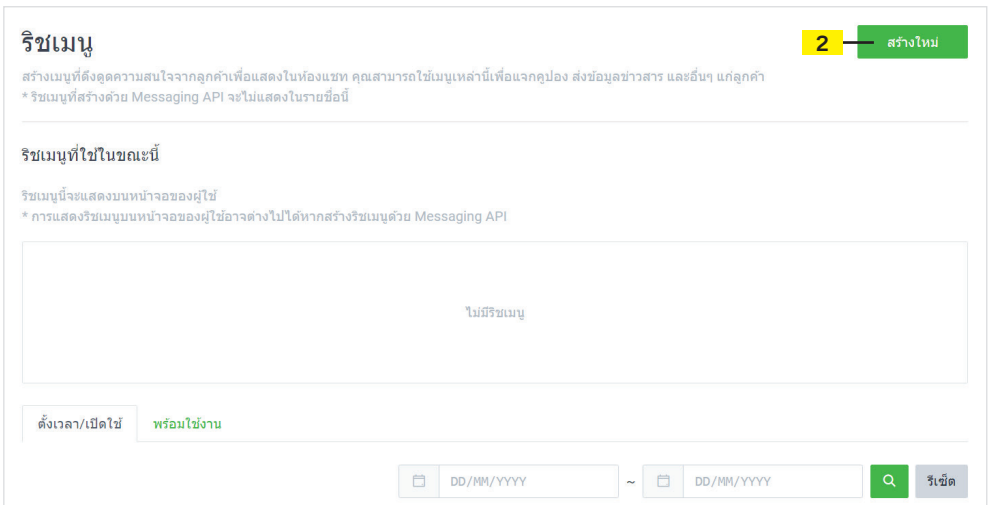
การใช้ Rich Menus เป็นอีกทางเลือกที่ดีมากๆ ถ้าไม่ได้สร้าง Rich Menus ไว้ เมื่อลูกค้าเปิดเข้ามาใน LINE ของเรา ก็จะเจอกับช่องแชทว่างเปล่า ทำให้บางครั้งดูไม่เป็นมืออาชีพและไม่มี Action อะไรเกิดขึ้นจากลูกค้าด้วย แนะนำว่าไม่ควรพลาดการใช้งาน Rich Menus

ch03.indd 110 2/25/2565 BE 10:55 AM

1. เข้าไปที่ Line Official Account Manager แล้วคลิกที่ การจัดการห้องแชท > ริชเมนู



2. จะเข้ามาสู่หน้าเพจของริชเมนู ซึ่งในช่อง ริชเมนูที่ใช้ในขณะนี้ จะยังว่างเปล่าอยู่ ให้คลิกปุ่ม สร้างใหม่ เพื่อเริ่มต้นการสร้างริชเมนู



ch03.indd 111 2/25/2565 BE 10:55 AM

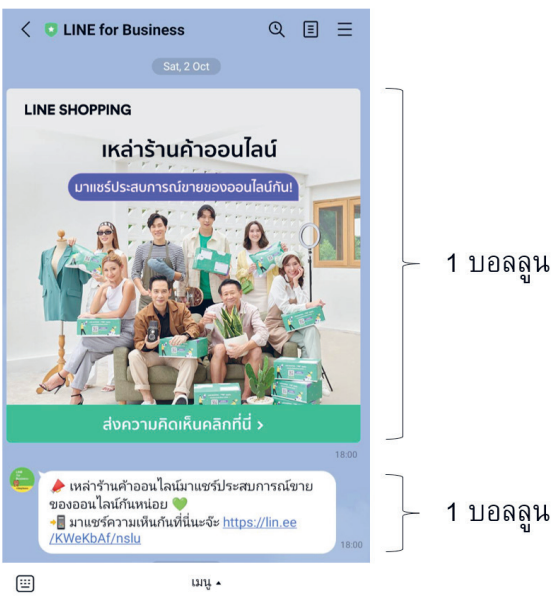
ข้อควรรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับแพ็กเกจรายเดือนของ LINE OA

- แพ็กเกจของ LINE OA นี้จะเป็นแพ็กเกจรายเดือน จะนับวันหมดแพ็กเกจในวันสิ้นเดือน ไม่ใช่การนับ 30 วันหลังจากการสมัคร หมายความว่าถ้าสมัครแพ็กเกจในวันที่ 10 ของเดือน แพ็กเกจนี้จะหมดในวันสิ้นเดือน ไม่ใช่วันที่ 10 ของเดือนถัดไป
- ในเดือนแรกสุด เช่น สมมุติว่าสมัครแพ็กเกจในวันที่ 15 (กลางเดือนพอดี) ระบบจะคำนวณค่าบริการที่ต้องชำระจากจำนวนวันที่ใช้บริการในเดือนนั้น
- ถ้าเราเปลี่ยนแพ็กเกจรายเดือนในขณะที่แพ็กเกจเก่ายังไม่หมดระยะเวลา เราจะต้องใช้แพ็กเกจเก่าต่อไปจนถึงสิ้นเดือนก่อน ระบบจึงจะเริ่มต้นแพ็กเกจใหม่ให้

การ Broadcast แต่ละครั้ง ส่งข้อความได้ 3 บอลลูน

ในการ Broadcast แต่ละครั้งเราสามารถส่งข้อความได้ 3 บอลลูน ถามว่าบอลลูนคืออะไร มันก็คือข้อความ รูปภาพ วิดีโอ สติกเกอร์ หรืออื่นๆ ที่เราส่งไปหาลูกค้านั่นเอง ดูตามภาพประกอบนี้ จะเห็นว่ามีทั้งหมด 2 บอลลูนด้วยกัน

บอลลูนแรกเป็นรูปภาพ (จะเป็นรูปภาพแบบ Rich Message) และบอลลูนที่ 2 เป็นข้อความ ในการส่งข้อความ Broadcast แต่ละครั้งจะสามารถส่งบอลลูนได้สูงสุด 3 บอลลูน ถ้าต้องการที่จะส่งมากกว่า 3 บอลลูน จะต้องส่งใหม่อีก 1 ครั้งไปเลย ดังนั้นพยายามใช้โควตา 3 บอลลูนนี้ให้คุ้มค่าที่สุดในการ Broadcast แต่ละครั้ง

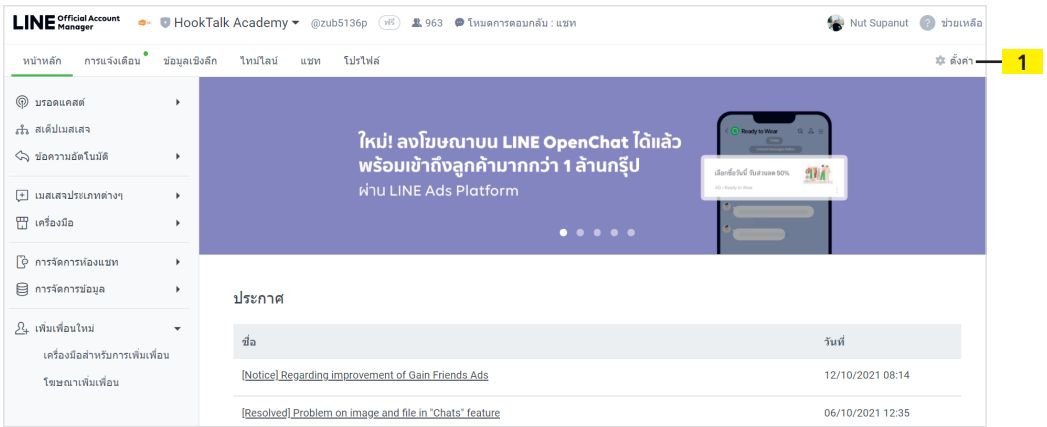


ch04.indd 144 2/25/2565 BE 10:55 AM

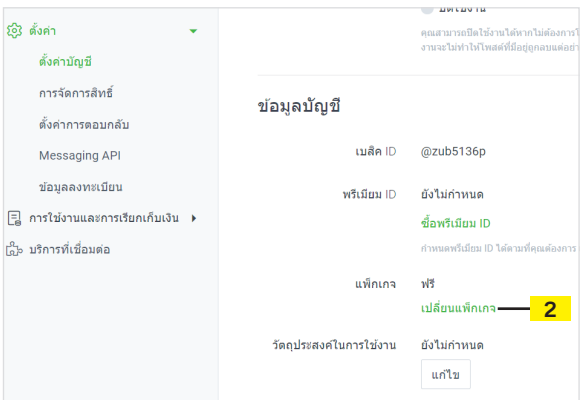
ซื้อ Package สำหรับทำ Broadcast

เมื่อรู้วิธีคำนวณและได้แนวทางในการวางแผนกันไปแล้วว่า จะเลือกใช้ Package ไหนดี คราวนี้จะอธิบายวิธีซื้อ Package ในการทำ Broadcast ของ LINE กัน แต่สำหรับผู้อ่านท่านใดที่ยังไม่เคย Broadcast และลองทำเป็นครั้งแรกแนะนำให้ลองใช้ Package ฟรีไปก่อน

1. สามารถสั่งซื้อ Package รายเดือนของ LINE ได้ที่ https://manager.line.biz/ คลิกปุ่ม “ตั้งค่า”



2. เมื่อเข้ามาสู่หน้าจอตั้งค่าบัญชีแล้ว เลื่อนหน้าจอลงมาในส่วนของ ข้อมูลบัญชี > แพ็กเกจ ซึ่งจะแสดงคำว่า ฟรี อยู่ ให้คลิกที่ เปลี่ยนแพ็กเกจ เพื่อเข้าสู่ขั้นตอนในการซื้อแพ็กเกจใหม่ของ LINE OA

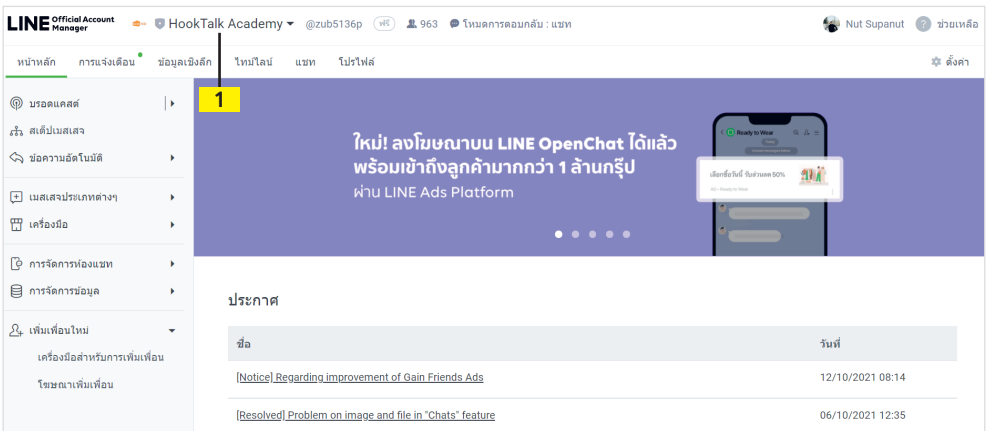


ch04.indd 145 2/25/2565 BE 10:55 AM

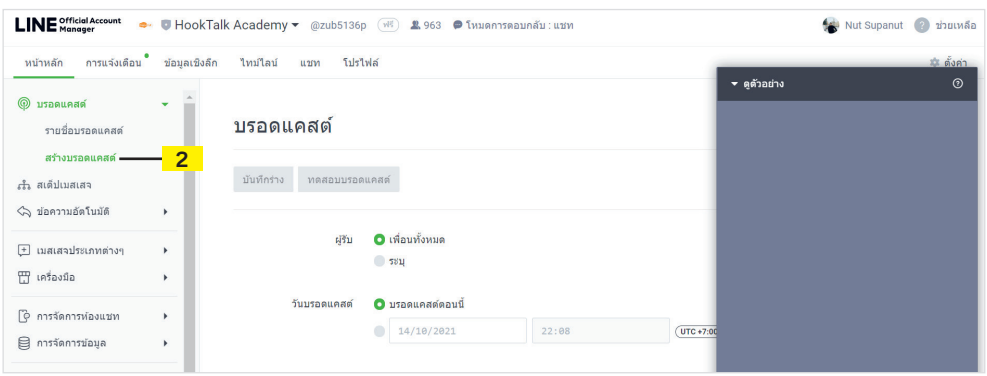
เริ่มต้น Broadcast ไปหา Audience

ตอนนี้เราก็ได้เลือกซื้อ Package ที่เหมาะสมกับเราได้แล้ว ถึงเวลาที่จะมา Broadcast เพื่อส่งข้อความไปหากลุ่มเป้าหมายที่เป็นเพื่อนกับ LINE OA ของเรากัน (ผู้อ่านที่ไม่ได้ซื้อแพ็กเกจก็สามารถทำตามได้ เพราะเราสามารถใช้แพ็กเกจฟรีในการ Broadcast ได้ถึง 1,000 ข้อความ ฉะนั้นสามารถทดสอบ Broadcast ตามวิธีการในหนังสือเล่มนี้ได้เลย)

1. เข้าไปที่ Line Official Account Manager



2. คลิกที่ บรอดแคสต์ > สร้างบรอดแคสต์ เพื่อเข้าสู่หน้าจอการสร้าง Broadcast



ch04.indd 147 2/25/2565 BE 10:56 AM

กำหนดกลุ่มเป้าหมายของการ Broadcast

อีกฟีเจอร์หนึ่งที่มีประโยชน์มากของการ Broadcast ใน LINE OA ก็คือ การกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการส่ง Broadcast ข้อความของเราไปหาได้ โดยไม่จำเป็นต้องส่งไปหาทุกคน แต่เลือกเฉพาะบางคนที่มีคุณสมบัติตามที่เราตั้งค่าเอาไว้ได้ ถ้าเราไม่ได้มีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายเอาไว้ เวลาที่ยิง Broadcast ออกไป ระบบจะส่งข้อความของเราไปยังผู้ติดตามทุกคน นอกจากจะทำให้เปลืองแพ็กเกจรายเดือนของเราแล้ว ในบางครั้งเราอาจจะมีความต้องการที่จะส่งข้อความ Broadcast ไปยังเฉพาะผู้ติดตามบางกลุ่มที่เหมาะสมกับสินค้านั้นๆ เท่านั้น

การกำหนดกลุ่มเป้าหมายของการ Broadcast เราสามารถทำเกณฑ์เพื่อเลือกกลุ่มเป้าหมายเฉพาะบางคนได้ เช่น เลือก Broadcast ตามเพศ อายุ สถานที่ ระบบปฏิบัติการที่ใช้งาน รวมถึงระยะเวลาที่เขาติดตาม LINE OA ของเรา

ตัวอย่างเช่น เลือกให้ Broadcast เฉพาะผู้ติดตามที่เป็นผู้หญิงเท่านั้น เพราะสินค้าที่จะโปรโมทตัวใหม่นี้เหมาะกับผู้หญิงมากกว่าผู้ชาย เราก็สามารถที่จะกำหนดกลุ่มเป้าหมายของการ Broadcast เป็นเฉพาะผู้หญิงเท่านั้นได้ หรืออาจจะ Broadcast เฉพาะคนที่เพิ่งจะเป็นเพื่อนกับ LINE OA ของเราไม่เกิน 6 วันก็ได้

LINE รู้ได้อย่างไรว่าผู้ใช้แต่ละคนเพศอะไรหรืออายุเท่าไร เพราะตอนที่เราสมัครใช้งาน LINE เราไม่ได้กรอกข้อมูลเพศและอายุให้กับ LINE ไม่เหมือนกับ Facebook และ Google ที่เราจะต้องระบุเพศอายุของเราตอนสมัครใช้งาน

วิธีการที่ LINE ใช้คือ การวิเคราะห์โดยการใช้อัลกอริทึมในการประเมินพฤติกรรมการใช้งาน LINE ของผู้ใช้แต่ละคนว่าน่าจะเป็นผู้หญิงหรือผู้ชาย เพราะฉะนั้นก็มีโอกาสเป็นไปได้ที่ความแม่นยำอาจจะไม่ 100% แต่ความแม่นยำที่จะ “ใช่” สูงกว่า “ไม่ใช่”

ไปดูวิธีการ Broadcast แบบกำหนดกลุ่มเป้าหมายกัน

ch04.indd 175 2/25/2565 BE 10:56 AM

ข้อจำกัดของการทำ Broadcast

Broadcast มีประโยชน์กับการใช้ LINE OA เพื่อทำการตลาดให้สินค้า บริการให้กับธุรกิจได้อย่างมาก แต่ในขณะเดียวกันก็มีข้อจำกัดหลายอย่างตามที่ได้กล่าวถึงไปก่อนหน้านี้แล้ว หลายข้อจำกัดค่อนข้างส่งผลต่อการทำ Broadcast พอสมควรและผู้เขียนเองก็สังเกตว่า มีหลายคนที่ยังเข้าใจข้อจำกัดในการทำ Broadcast ผิดอยู่ ในหัวข้อนี้จะขอสรุปข้อจำกัดทั้งหลายเกี่ยวกับการทำ Broadcast ใน LINE OA

ch04.indd 181 2/25/2565 BE 10:57 AM

3 องค์ประกอบสำคัญของการ Broadcast ผ่าน LINE OA ให้ปัง

มีอยู่ 3 องค์ประกอบที่สำคัญมากกับการทำ Broadcast ผ่าน LINE OA ที่จะช่วยให้ข้อความที่ Broadcast ออกไปสร้าง Impact กับผู้อ่านได้ทั้งการเปิดอ่าน และการทำ Action ที่แทรกอยู่ในข้อความ

ch04.indd 182 2/25/2565 BE 10:57 AM

ประโยชน์ของการทำโฆษณา LINE Ads Platform

ก่อนที่เราจะเริ่มต้นทำโฆษณา หลายคนคงน่าจะอยากรู้ว่าโฆษณาใน LINE มีประโยชน์อย่างไร ช่วยอะไรเราได้บ้าง แล้วเราควรจะคาดหวังผลลัพธ์แบบไหนจากการจ่ายเงินเพื่อซื้อโฆษณาใน LINE Ads Platform ผู้เขียนสรุปตัวอย่างของประโยชน์ที่จะได้จากการทำโฆษณาผ่าน LINE มาให้ดูกันก่อนที่เราจะไปเริ่มต้นทำโฆษณา เพื่อช่วยให้พอมองภาพออกว่า LINE Ads Platform จะช่วยเราได้อย่างไรบ้าง

1. ช่วยเพิ่มเพื่อนให้กับ LINE OA : ใครที่เคยทำการตลาดผ่าน LINE จะรู้ดีว่าหนึ่งในอุปสรรคสุดเบสิคที่หลายคนจะต้องพบเจอก็คือ การหาคนมาติดตามและเป็นเพื่อนกับ LINE OA ของเรา เพราะถ้าเราไม่ใช่ธุรกิจขนาดใหญ่ที่มีคนรู้จักเป็นอย่างดีอยู่แล้ว การจะหาผู้ติดตาม LINE OA ไม่ใช่เรื่องง่ายเลย หลายคนจึงเลือกที่จะทำโฆษณาใน Platform อย่าง Facebook เพื่อเอา LINE OA ของตัวเองไป Boost Post โปรโมทใน Facebook ให้ลูกค้ามากดติดตาม (เพราะก่อนหน้าไม่สามารถยิงโฆษณามน LINE ได้ด้วยตัวเอง)

2. ช่วยเพิ่มการรับรู้ : เพื่อช่วยสร้าง Awareness ให้กับธุรกิจของเราได้ เพราะการทำโฆษณา LINE Ads Platform จะช่วยให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายใหม่ๆ ที่ยังไม่ใช่เพื่อนใน LINE OA ของเรา และอาจจะยังไม่รู้จักสินค้าและบริการของเรา การทำโฆษณาจะช่วยเพิ่มการรับรู้ให้กับสินค้าและธุรกิจของเรามากยิ่งขึ้น

3. ช่วยโปรโมทสินค้าและบริการ : เราอาจจะมีสินค้าหรือบริการที่เพิ่งเปิดตัวขึ้นมาใหม่ และต้องการที่จะทำให้เป็นที่รู้จักในกลุ่มลูกค้า สามารถใช้โฆษณา LINE Ads Platform เพื่อโฆษณาสินค้าของเราได้

4. ช่วยโปรโมทเว็บไซต์ : โฆษณาใน LINE สามารถที่จะช่วยโปรโมทเว็บไซต์ได้ด้วยการสร้าง Traffic ไปที่เว็บไซต์ LINE Ads Platform ก็เป็นอีกช่องทางหนึ่งที่น่าสนใจ

5. ช่วยเพิ่มยอดขายให้กับธุรกิจ : แน่นอนว่าสุดท้ายแล้วยอดขายเป็น Goal ที่ทุกคนให้ความสนใจ การทำโฆษณาก็เพื่อจุดประสงค์คือ การเพิ่มยอดขายให้กับธุรกิจของเราจะมีหลายๆ Solution ที่ตอบโจทย์การเพิ่มยอดขายเป็นอย่างมาก

ch05.indd 190 2/25/2565 BE 10:57 AM

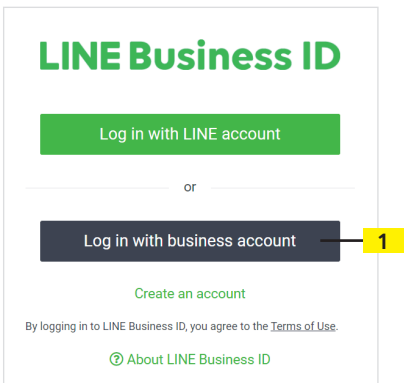
เปิดบัญชีโฆษณา LINE Ads Platform

ในบทที่ 2 เราได้มีการลงทะเบียนเพื่อเข้าใช้งาน LINE Business ID รวมถึงเปิด LINE OA กันไปแล้ว ทำให้เราสามารถเข้าไปใช้เครื่องมือของ LINE OA เพื่อทำการตลาดได้ตามบทที่ 3 ที่ผ่านมา

สำหรับการทำโฆษณาใน LINE Ads Platform จำเป็นจะต้องมี LINE OA ก่อนและจะต้องเปิดใช้อีกอย่าง นั่นก็คือ การเปิดบัญชีผู้ใช้โฆษณาเพิ่ม จึงจะเริ่มต้นทำโฆษณาใน LINE Ads Platform ได้

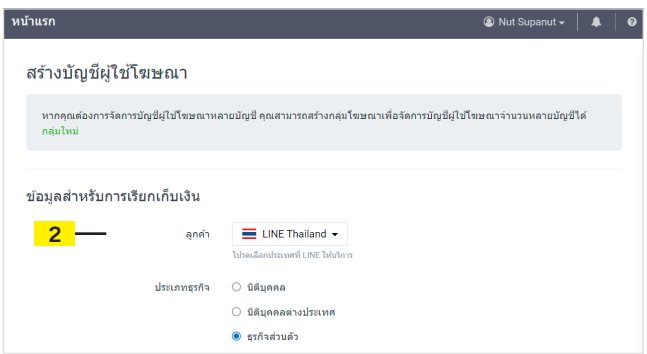
สำหรับวิธีการเปิดบัญชีผู้ใช้โฆษณาก็สามารถทำได้ใน LINE Business ID เลย

1. เข้าไปที่ https://admanager.line.biz/ แล้วล็อกอินด้วย Business Account หรือ LINE Account ที่ใช้สำหรับ LINE OA ของเรา (ย้ำว่าควรเป็น Account เดียวกับที่ใช้ LINE OA)



2. สำหรับการล็อกอินครั้งแรก ในกรณีที่ยังไม่เคยเปิดบัญชีโฆษณามาก่อน เราจะต้องกรอกรายละเอียดเพื่อเปิดบัญชีผู้ใช้โฆษณาเสียก่อน

- ลูกค้า : สำหรับการทำโฆษณาในประเทศไทย ให้เลือกเป็น LINE Thailand
- ประเภทธุรกิจ : เลือกตามประเภทของธุรกิจของเราเลย

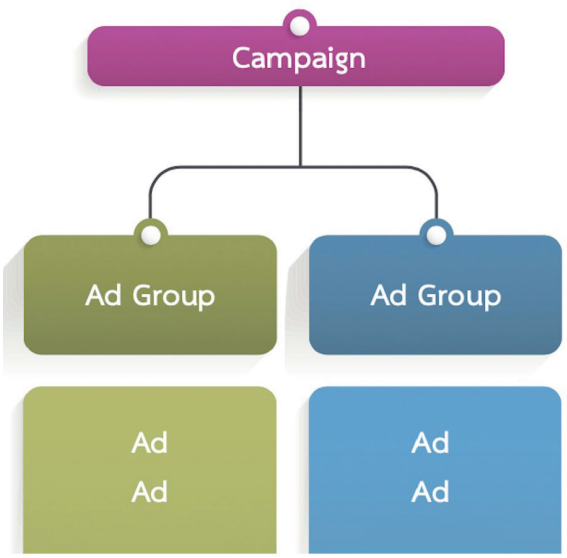


ch05.indd 191 2/25/2565 BE 10:57 AM

โครงสร้างโฆษณาใน LINE Ads Platform

เรื่องสุดท้ายที่ผู้เขียนอยากจะอธิบายให้ฟังอย่างละเอียด ก่อนที่เราจะเริ่มต้นสร้างแคมเปญโฆษณาใน LINE Ads Platform กันก็คือ โครงสร้างโฆษณาใน LINE Ads Platform จะแบ่งออกเป็น 3 ลำดับ จะคล้ายกับการสร้างโฆษณาใน Facebook กับ Google ซึ่งเราจะต้องสร้างโฆษณาโดยเรียงจากทั้ง 3 ลำดับนี้ก็คือ

1. แคมเปญโฆษณา : เริ่มต้นจากการสร้างแคมเปญโฆษณา โดยสิ่งที่สำคัญในแคมเปญโฆษณาเราจะต้องเลือก Objective ว่าจะสร้างโฆษณาไปเพื่อจุดประสงค์อะไร จากนั้นจึงเลือกวันเริ่มต้น-วันสิ้นสุดของแคมเปญโฆษณา งบประมาณสำหรับใช้ทำโฆษณา (เป็นงบประมาณรวมของทั้งแคมเปญ)
2. กลุ่มโฆษณา : เมื่อสร้างแคมเปญโฆษณาเรียบร้อยแล้ว เราจะสร้างกลุ่มโฆษณาใส่เข้าไปในแคมเปญโฆษณา โดยหน้าที่ของกลุ่มโฆษณาก็คือ การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย การตั้งค่าการประมูล และการกำหนดงบประมาณสำหรับใช้โฆษณา (เป็นงบประมาณในระดับกลุ่มโฆษณา)
3. โฆษณา : เมื่อสร้างกลุ่มโฆษณาแล้ว เราจะสร้างโฆษณาใส่เข้าไปในกลุ่มโฆษณา ตัวโฆษณานี้จะเป็นชิ้นงานที่เราใช้โชว์ไปยังกลุ่มเป้าหมาย มันก็คือ รูปภาพ, ข้อความ, ลิงก์ URL, ปุ่ม Call to action ที่จะแสดงผล



ตอนนี้ถึงเวลาที่จะมาเริ่มต้นสร้างแคมเปญโฆษณาแรกกันแล้ว เพราะตอนนี้เราได้เข้าใจพื้นฐานที่สำคัญทั้งหมดเกี่ยวกับระบบโฆษณาของ LINE Ads Platform กันไปแล้วไม่ว่าจะเป็น Objective ของโฆษณา, การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย, พื้นที่แสดงโฆษณา และการประมูลโฆษณา เราจะได้ใช้ความรู้เหล่านี้ตอนที่สร้างแคมเปญโฆษณากัน ถ้าพร้อมแล้วไปเริ่มต้นสร้างแคมเปญโฆษณาแรกใน LINE Ads Platform กันเลย

ch05.indd 209 2/25/2565 BE 10:58 AM

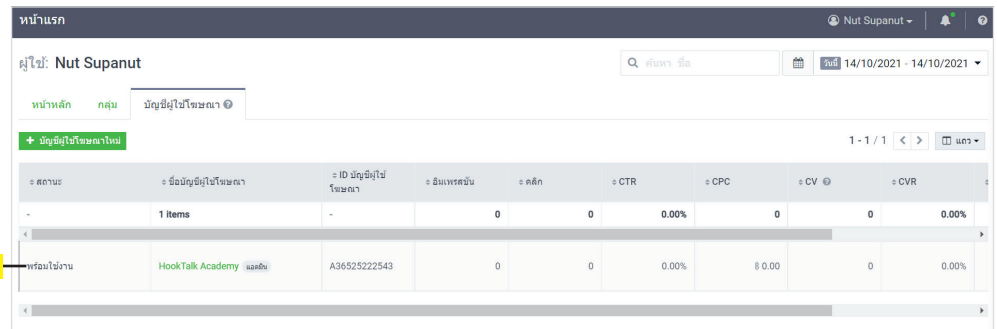
เริ่มต้นสร้างแคมเปญโฆษณา

ในหนังสือเล่มนี้จะสาธิตการสร้างแคมเปญโฆษณาใน Objective แบบ Gain Friends, Website Visit, Video View และ Website Conversion ซึ่งเป็น 4 Objectives ที่ได้รับความนิยมมากใน LINE Ads Platform ถ้าสามารถใช้งานทั้ง 4 Objectives นี้ได้แล้ว ก็จะรองรับกับการโปรโมทแทบทุกรูปแบบความต้องการแล้ว เพราะทั้ง 4 Objectives นี้เป็น Objective แบบที่ผู้ใช้งานทั่วไปอย่างเรานิยมทำโฆษณากัน

ในการทำโฆษณาแบบ Website Conversion จะขอยกไปไว้ในบทที่ 6 เพราะต้องมีการอธิบายเกี่ยวกับ LINE Tag ให้เข้าใจเสียก่อน ส่วน Objective แบบอื่นที่เหลือจะอยู่ในบทที่ 5 นี้

สำหรับใครได้เปิดบัญชีโฆษณาเรียบร้อย และพร้อมที่จะทำโฆษณาแล้วก็มาเริ่มกันเลย

1. เราจะทำโฆษณา LINE Ads Platform ผ่านเครื่องมือที่ชื่อว่า LINE Ad Manager (ตัวจัดการโฆษณา) ให้เข้าไปที่ https://admanager.line.biz คลิกที่ชื่อบัญชีโฆษณาที่ได้สร้างเอาไว้ในหัวข้อก่อนหน้านี้ ผู้เขียนสร้างเอาไว้ว่า HookTalk Academy ให้สังเกตตรงคอลัมน์ สถานะ ตอนนี้ได้ถูกอนุมัติเรียบร้อยและระบุสถานะว่า พร้อมใช้งาน ถ้าของผู้อ่านแสดงผลเป็น พร้อมใช้งาน เหมือนในภาพตัวอย่างนี้ ก็ขอแสดงความยินดีด้วย ตอนนี้เราพร้อมสำหรับการสร้างแคมเปญโฆษณากันแล้ว



ch05.indd 210 2/25/2565 BE 10:58 AM

วัดผลโฆษณาที่ปล่อยออกไป และรู้จักคำศัพท์ที่ควรต้องรู้

หลังจากที่เราได้สร้างแคมเปญโฆษณาใน LINE Ads Platform กันไปแล้ว เราสามารถวัดผลลัพธ์ของโฆษณาได้ว่าแคมเปญที่สร้างขึ้นมานั้น เราได้อะไรกลับมาบ้าง มีการแสดงผลกี่ครั้ง มีคนคลิกกี่ครั้ง มีคนดูวิดีโอกี่ครั้ง ผลลัพธ์ของโฆษณาเป็นที่น่าพึงพอใจหรือไม่ อย่างไร การวัดผลก็เพื่อที่เราจะได้รู้ว่าเงินที่จ่ายออกไปนั้นคุ้มค่าแค่ไหน

เราสามารถเปิดเข้าไปดูผลลัพธ์จากการทำโฆษณาได้ที่หน้า Dashboard ของ Ad Manager ได้เลย

1. เข้าไปที่ Ad Manager จะมี Dashboard ที่แสดงผลลัพธ์ของโฆษณาอยู่ ในส่วนด้านบนจะเป็นกราฟที่แสดงสถิติของโฆษณาว่ามีค่าใช้จ่ายแต่ละวันกี่บาท

2. เลื่อนหน้าจอลงมาด้านล่าง จะเป็นตารางที่แสดงผลลัพธ์ของแต่ละแคมเปญโฆษณา ในตารางนี้จะมีแคมเปญโฆษณาที่เราสร้างเอาไว้ (แต่ละแคมเปญจะแสดงผลเป็น 1 แถว) และในตารางนี้จะมี Metric ที่จะบอกค่าของข้อมูล (อยู่ในแต่ละคอลัมน์) เราสามารถดูสถิติของแต่ละแคมเปญได้ว่ามีผลลัพธ์จากการทำโฆษณาอย่างไร เช่น แสดงผลกี่ครั้ง มีคนคลิกกี่ครั้ง

ch05.indd 237 2/25/2565 BE 10:58 AM

สร้างโฆษณาใน Objective แบบ Website Conversion

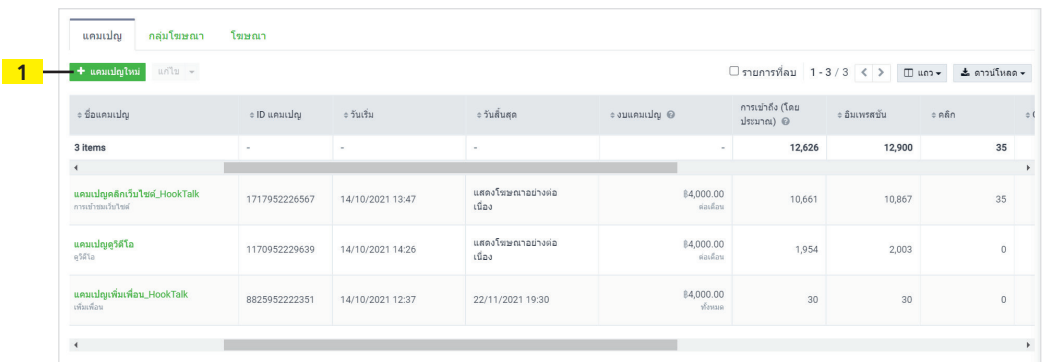
เมื่อเราติดตั้ง LINE Tag เพื่อวัดผล Conversion ในเว็บไซต์เรียบร้อยแล้ว เราจะสามารถสร้างแคมเปญโฆษณาอีก Objective ที่โดยส่วนตัวผู้เขียนค่อนข้างชอบมาก นั่นก็คือ Website Conversion

การทำงานของ Objective นี้จะคล้ายกับ Website Visit ที่ตัวโฆษณาจะลิงก์ไปที่เว็บไซต์ เมื่อกลุ่มเป้าหมายคลิกที่โฆษณาแล้วจะเข้าไปที่เว็บไซต์ แต่ใน Objective นี้จะไม่ได้เน้นการสร้างคลิกให้เยอะที่สุดเหมือนกับ Website Visit แต่จะเน้นการเพิ่ม Conversion ในเว็บไซต์ให้มากที่สุด นั่นหมายความว่าโฆษณาใน Objective แบบ Website Conversion จะเน้นการทำให้เว็บไซต์ได้รับ Conversion มากกว่าแค่สร้าง Click ที่สร้าง Traffic เข้าเว็บไซต์เฉยๆ เท่านั้น

โฆษณาแบบนี้จะมีจุดเด่นคือ การเพิ่ม Conversion ไม่ใช่ Traffic ดังนั้น ถ้าเทียบกับ Objective ที่เป็น Website Visit แล้ว โฆษณาแบบนี้อาจจะมี Click ที่น้อยกว่า (ใน Budget เท่ากัน) เนื่องจากระบบจะไม่ได้โฟกัสแค่การทำให้โฆษณามีคนคลิกมากๆ เหมือนกับ Website Visit แต่จะโฟกัสที่คนคลิกที่มีโอกาสสร้าง Conversion ด้วย

ไปดูวิธีสร้างแคมเปญแบบนี้กันเลย

1. เปิดเครื่องมือ LINE Ad Manager (ตัวจัดการโฆษณา) ให้เข้าไปที่ https://admanager.line.biz แล้วคลิกปุ่ม + แคมเปญใหม่ เพื่อสร้างแคมเปญโฆษณาอันใหม่



ch06.indd 255 2/25/2565 BE 10:59 AM

Custom Audience อาวุธเด็ดของ LINE Ads Platform

ในตัวอย่างของการสร้างโฆษณา LINE Ads Platform ที่ผ่านมาตั้งแต่บทที่ 5 และในหัวข้อสร้างแคมเปญด้วย Objective แบบ Website Conversion ที่เพิ่งจบไปเมื่อสักครู่นี้ เป็นการสร้างโฆษณาโดยเลือกกลุ่มเป้าหมายตามเกณฑ์ที่ LINE Ads Platform เตรียมเอาไว้ เช่น เพศ อายุ สถานที่ ความสนใจ ระบบปฏิบัติการ เป็นต้น

นอกเหนือจากเกณฑ์ที่ LINE Ads Platform เตรียมเอาไว้ให้แล้ว เรายังสามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมายแบบที่อยู่นอกเหนือจากในระบบได้ด้วย อีกวิธีในการกำหนดกลุ่มเป้าหมายของโฆษณาที่ดีมาก เรียกว่า การทำ Custom Audience

Custom Audience เป็นการสร้างกลุ่มเป้าหมายของโฆษณาขึ้นมาเอง โดยการใช้ข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้าที่เรามี หรือใช้การมีส่วนร่วมของลูกค้าที่มีกับ LINE OA ของเรา ตัวอย่างของ Custom Audience เช่น คนที่เคยเข้าเว็บไซต์ของเรา หรือคนที่เป็นเพื่อนกับ LINE OA ของเรา โดยสามารถนำทั้ง 2 กลุ่มนี้มาสร้างเป็นกลุ่มเป้าหมายโฆษณาใน LINE Ads Platform ได้ เป็นการกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่นอกเหนือไปจากที่ระบบเตรียมเอาไว้ให้ ทำให้เราสามารถเจาะกลุ่มเป้าหมายได้ลงลึกยิ่งขึ้น และที่สำคัญคือ มีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจของเรามากยิ่งขึ้น ไม่ซ้ำกับของใคร

ความเจ๋งของการสร้าง Custom Audience คือ ความเฉพาะของแต่ละบัญชีโฆษณา เพราะการกำหนดกลุ่มเป้าหมายแบบ Custom Audience ของแต่ละบัญชีโฆษณาจะไม่เหมือนกัน ขึ้นอยู่กับข้อมูลที่แต่ละธุรกิจมี

ตัวอย่างเช่น คนเข้าเว็บไซต์ของผู้เขียนกับคนที่เข้าเว็บไซต์ของผู้อ่านจะไม่เหมือนกัน ดังนั้น ถึงแม้จะสร้าง Custom Audience ของคนที่เข้าเว็บไซต์เหมือนกัน แต่ Custom Audience ที่ได้ก็จะเป็นคนละชุดกัน

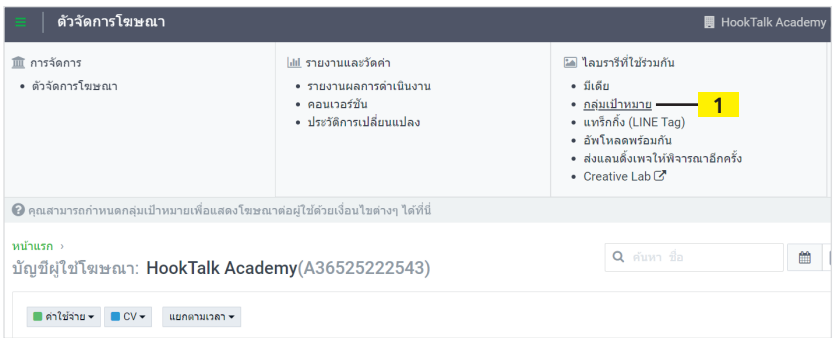
ดังนั้น แต่ละคนก็จะมี Custom Audience ที่ไม่เหมือนกัน ต่างจากการกำหนดกลุ่มเป้าหมายแบบปกติที่เป็นการเลือกเพศ อายุ สถานที่ ความสนใจ ซึ่งถ้าผู้อ่านกับผู้เขียนเลือกเหมือนกันทั้งหมด กลุ่มเป้าหมายโฆษณาของเราก็จะเป็นกลุ่มเดียวกัน

ch06.indd 263 2/25/2565 BE 10:59 AM

สร้าง Custom Audience จาก LINE OA

เริ่มต้นที่การสร้าง Custom Audience จาก LINE OA กันก่อน เพื่อที่จะได้นำเอาผู้ติดตามของเรามาสร้างเป็น Custom Audience แล้วกำหนดเป็นกลุ่มเป้าหมาย

1. เข้าไปที่ LINE Ad Manager (ตัวจัดการโฆษณา) https://admanager.line.biz จากนั้นคลิกปุ่ม Settings สัญลักษณ์รูปสามขีดที่อยู่หัวมุมบนซ้ายสุด แล้วคลิกที่ กลุ่มเป้าหมาย



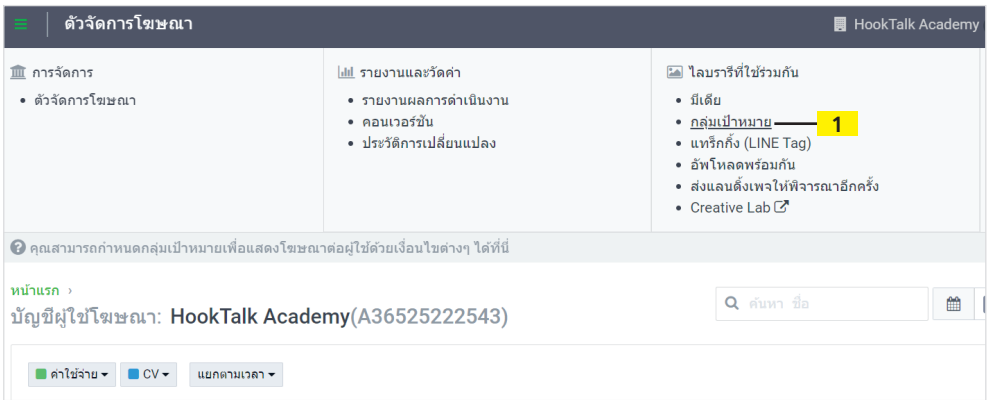
2. ในหน้าจอนี้จะรวบรวม Custom Audience ทั้งหมดที่เราสร้างเอาไว้ ซึ่งถ้าได้ทำตามเนื้อหาในหนังสือเล่มนี้มาเรื่อยๆ จะพบว่ามี Custom Audience ถูกสร้างเอาไว้แล้วคือ Friends Audience (ตามด้วยเลขรหัส) นี่คือ Custom Audience ของคนที่เป็นเพื่อนใน LINE OA กับเราถูกสร้างขึ้นมาให้อัตโนมัติ ดังนั้น เราไม่จำเป็นต้องสร้าง Custom Audience แบบนี้ซ้ำ แต่เราจะสร้าง Custom Audience ของคนที่บล็อก LINE OA ของเราแทน ให้คลิกปุ่ม + สร้างกลุ่มเป้าหมาย

ch06.indd 265 2/25/2565 BE 10:59 AM

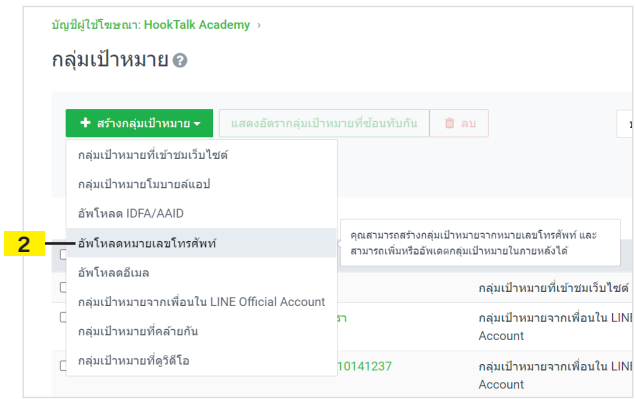
สร้าง Custom Audience จากข้อมูลลูกค้า

เราได้สร้าง Custom Audience ทั้งจาก LINE OA และจาก LINE Tag กันไปแล้ว คราวนี้มาดูการสร้าง Custom Audience จากข้อมูลลูกค้ากันบ้าง ถ้าธุรกิจของเรามีการเก็บข้อมูลลูกค้าอยู่แล้วไม่ว่าจะเป็นเบอร์โทรศัพท์หรืออีเมล สามารถนำข้อมูลของลูกค้าที่มีอยู่นี้มาสร้างเป็น Custom Audience ได้

1. เข้าไปที่ LINE Ad Manager (ตัวจัดการโฆษณา) https://admanager.line.biz จากนั้นคลิกปุ่ม Settings สัญลักษณ์รูปสามขีดที่อยู่หัวมุมบนซ้ายสุด แล้วคลิกที่ กลุ่มเป้าหมาย



2. เราจะเริ่มต้นจากเบอร์โทรศัพท์กันก่อน ให้คลิกปุ่ม + สร้างกลุ่มเป้าหมาย > อัพโหลดหมายเลขโทรศัพท์



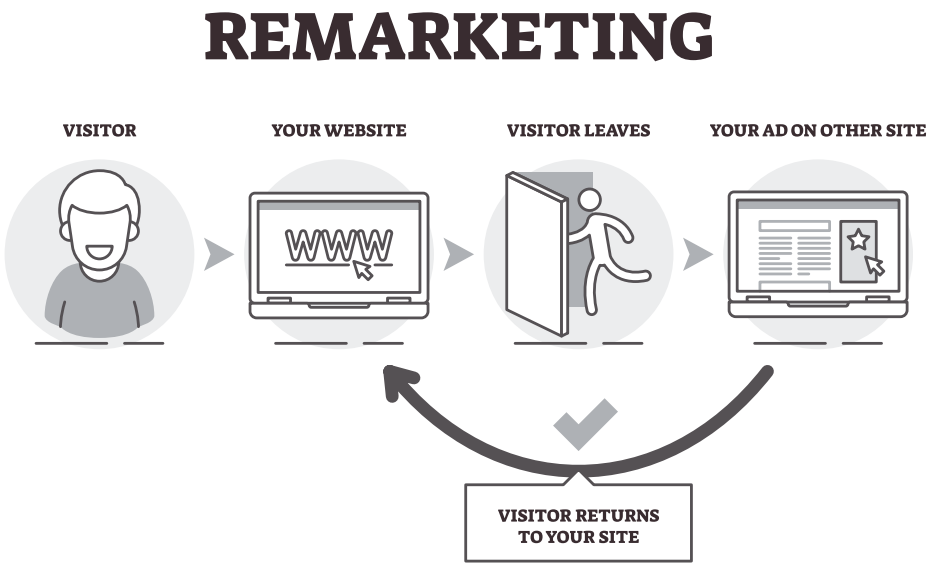
ch06.indd 269 2/25/2565 BE 10:59 AM

ทำโฆษณาแบบ Remarketing ด้วยใน LINE Ads Platform

Remarketing คือ การที่เราทำโฆษณาไปยังกลุ่มเป้าหมายที่เป็นคนที่เคยมี Engagement (ปฏิสัมพันธ์) กับธุรกิจของเรา เช่น คนที่เคยเข้าเว็บไซต์ของเรามาก่อน, คนที่เป็นเพื่อนใน LINE OA ของเราอยู่แล้ว, คนที่เคยซื้อสินค้าจากเว็บไซต์ของเรา หรือคนที่เคยเปิดอ่านข้อความ Broadcast ของเรา

โดยปกติแล้วการทำโฆษณาไปยังกลุ่มเป้าหมายกลุ่มนี้ มักจะให้ผลลัพธ์ที่ยอดเยี่ยมกว่าการเลือกกลุ่มเป้าหมายแบบตามเพศ อายุ ความสนใจ สถานที่ ระบบปฏิบัติการ เหตุผลก็เพราะว่าคนที่รู้จักเราอยู่แล้วมักจะให้ความสนใจโฆษณาของเรามากกว่าคนที่ไม่เคยรู้จัก หรือไม่เคยมี Engagement ใดๆ กับธุรกิจของเราเลย

การทำโฆษณาใน LINE Ads Platform ก็สามารถที่จะทำ Remarketing ได้เหมือนกับ Platform อื่นๆ ดังนั้น การทำ Remarketing ใน LINE Ads Platform จะอาศัยการสร้าง Custom Audience ที่เราได้สร้างเอาไว้ก่อนหน้านี้ ไม่ว่าจะเป็นจากเว็บไซต์ด้วย LINE Tag หรือจาก LINE OA ก็ตาม ถ้าเราสร้าง Custom Audience ตามวิธีในหัวข้อที่ผ่านมาแล้ว ก็ต้องบอกว่าการทำ Remarketing ของเราเกือบจะเสร็จแล้ว ในหัวข้อนี้เราจะมาสร้างโฆษณา Remarketing โดยการใช้ Custom Audience ที่สร้างเอาไว้ในหัวข้อที่แล้วกัน



ch06.indd 275 2/25/2565 BE 11:00 AM