



YouTube & Video Marketing

เพิ่มยอดวิวและยอด Subscribe, ได้ทั้งแบรนด์ ได้ทั้งเงิน



ครองการตลาดด้วยวิดีโอออนไลน์ สร้างคอนเทนต์ที่ตอบโจทย์ เข้าได้ถึงทุกกลุ่มเป้าหมาย วัตถุประสงค์อย่างแม่นยำ
บทวิเคราะห์คอนเทนต์และโฆษณาอย่างละเอียด ให้ Channel หรือธุรกิจของคุณนำหน้าคู่แข่งเสมอ

ผู้เขียน : ฤกษ์วิภา สุขใจ
บรรณาธิการ : นน เทกทอง

CHAPTER

01

Video & YouTube Marketing Overview..... 11

Video เป็นผลดีต่อธุรกิจ ในหลายๆ Platform	16
ใช้วิดีโอทำการตลาดอะไรได้บ้าง.....	24
ตัวอย่างของแบรนด์ที่ทำวิดีโอการตลาดใน	
YouTube	25
Will It Blend?	25
Wix.com	26
BigcameraTV	27
20 Something Bar	28
Apple.....	29
Customer Journey กับ YouTube.....	30
Content Marketing กับการใช้วิดีโอ.....	34
ตัวอย่างที่ดีของการทำ Content เพื่อขาย	34
Tasty	35
New York First Time	36
WineLibraryTV	37
ช่องทางเข้าถึงลูกค้าที่มีคุณภาพ.....	38
เป็น Search Engine อันดับสองของโลก.....	38
YouTube เป็นพันธมิตรกับ Google	38
สามารถยิงโฆษณาไปยังกลุ่มเป้าหมายได้	39
ระบบแนะนำวิดีโอ	39
อายุของวิดีโอยาวนาน.....	39
วิดีโอเป็นเรื่องของแบรนด์ใหญ่เท่านั้นหรือเปล่า? ...	39
สิ่งที่ต้องเตรียมก่อนลุย Video & YouTube marketing	42

อัปวิดีโอลง YouTube หรือ Facebook?.....	44
การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่าง	44
Facebook เก่งในบ้านของตัวเอง	44
YouTube เหมาะกับวิดีโอที่มีความยาว	45
ความตั้งใจในการดูวิดีโอ	45
อายุของวิดีโอ	45
ความต่างของวิดีโอ Facebook กับ YouTube	46

CHAPTER

02

วางกลยุทธ์การทำ YouTube Marketing 49 |

ตั้งเป้าหมาย	50
Goal สำหรับการทำการตลาดผ่านวิดีโอใน	
YouTube	52
เพิ่มยอดขาย.....	52
เพิ่มการรับรู้	52
เพื่อเพิ่มจำนวน Lead	53
เพิ่มคนเข้าเว็บไซต์.....	54
เพิ่มการมีส่วนร่วม	54
เพิ่มคนติดตั้งแอปฯ	55
ประชาสัมพันธ์.....	56
วิเคราะห์รูปแบบวิดีโอที่จะตอบสนองเป้าหมาย....	58
กลุ่มเป้าหมายอยากดูวิดีโออะไร	61
จะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเหล่านั้นได้อย่างไร.....	67
ทำให้คนค้นหาวิดีโอของเราเจอ.....	67
ใช้ Tag ให้เป็นประโยชน์.....	68
โปรโมทวิดีโอในช่องทางอื่นๆ	68

วิดีโอที่ดีคนจะช่วยส่งต่อกันเอง.....	68
ยิงโฆษณาใน YouTube.....	68
การวัดผลของวิดีโอ.....	70
กรณีสมมติการทำ YouTube Strategy.....	72
Micro-moment.....	75
วิเคราะห์วิดีโอของคู่แข่ง.....	78
องค์ประกอบของวิดีโอที่ดี.....	79
7 องค์ประกอบที่วิดีโอการตลาดที่ดีควรมี.....	80

CHAPTER

03

บริหารจัดการ YouTube

Channel.....83

สมัคร Google Account.....	84
YouTube Channel คืออะไร.....	85
เข้าสู่ Channel ของเรา.....	86
อัปโหลดภาพ Profile Picture.....	88
อัปโหลด Channel Art.....	90
เปลี่ยนชื่อของ Channel.....	93
ปรับข้อความหน้า About.....	96
อัปโหลด Video แรกเข้าสู่ YouTube.....	99
Verified Account ยืนยัน Channel ของเรา....	102
วิดีโอแนะนำ - Channel Trailer.....	105
เทคนิคในการทำ Channel Trailer.....	108
รู้จักเครื่องมือ Creator Studio.....	109
ส่วนประกอบต่างๆ ของ Creator Studio.....	110
เปิด-ปิดการแสดงความคิดเห็น.....	112

CHAPTER

04

อัปโหลดวิดีโออย่าง

มืออาชีพ.....115

กลุ่มเป้าหมายสนใจเรื่องอะไร.....	116
เป็นวิดีโอที่กลุ่มเป้าหมายอยากดู.....	118
มีประโยชน์ต่อกลุ่มเป้าหมาย.....	118
ตั้งชื่อวิดีโอให้น่าสนใจ.....	118
ใช้ภาพ Thumbnail ที่ดี.....	118
มี Key Message อยู่ในวิดีโอ.....	119
เนื้อหาเข้าใจง่าย.....	119
ปรับแต่งวิดีโอตอนอัปโหลดเป็นอย่างดี.....	119
ความยาวของวิดีโอ.....	120
วิธีการอัปโหลดวิดีโอ.....	123
สเปคของวิดีโอที่ YouTube รองรับ.....	128
เทคนิคการตั้งชื่อ Title ของวิดีโอ.....	131
ใส่ Keyword เข้าไปใน Title ของวิดีโอ.....	131
Title ต้องชัดเจน.....	132
ใส่ข้อความกระตุ้นให้รู้สึกอยากดู.....	132
สรุปเนื้อหาของวิดีโอในบรรทัดเดียว.....	133
ใส่ข้อความที่ทำให้วิดีโอดูเฉพาะตัว.....	133
Focus ไปแค่สิ่งเดียว.....	133
ตั้งเวลาเผยแพร่วิดีโอ.....	134
บริหารจัดการวิดีโอผ่าน Video Manager.....	135
วิธีลบวิดีโอที่ได้อัปโหลดไปแล้ว.....	135
แก้ไขวิดีโอที่อัปโหลดไปแล้ว.....	137
ควรทำอย่างไรกับ Metadata ของวิดีโอ.....	139

CHAPTER

05

สร้างโฆษณาบน YouTube.....141

โฆษณาเป็นทั้งทางลัดและยาวิเศษ.....	142
ช่วยเพิ่มยอด View ให้มากขึ้น	142
เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้แม่นยำ	143
กระตุ้นให้เกิด Action จากกลุ่มเป้าหมาย.....	143
เป็นโฆษณาที่มีราคาประหยัด	144
สนับสนุนธุรกิจ	144
สามารถวัดผลได้อย่างแม่นยำ.....	145
การก่อกวนของโฆษณาใน YouTube	146
สิ่งที่จะต้องทำก่อนเริ่มทำโฆษณา YouTube.....	148
เปิดใช้บัญชี Google AdWords.....	150
การเชื่อมต่อ YouTube Channel กับ	
AdWords	157
วิธีเชื่อมต่อ YouTube Channel กับ	
AdWords	157
ประเภทของโฆษณาใน YouTube.....	161
TrueView In-stream	161
TrueView Video Discovery.....	162
Bumper Ads	162
วิธีการสร้างโฆษณาวิดีโอแบบ TrueView	
In-stream Ads	163
วิธีการสร้างโฆษณาวิดีโอแบบ TrueView	
Discovery Ads.....	175
วิธีการสร้างโฆษณาวิดีโอแบบ Bumper Ads	178
รูปแบบการคิดเงินของโฆษณา.....	182

เพิ่มเติมวิดีโอที่น่าสนใจด้วย Interactive

Features.....	183
วิธีใส่ Card เข้าไปในวิดีโอ.....	184
วิธีใส่ End Screen เข้าไปในวิดีโอ	188

CHAPTER

06

YouTube Analytics193

อะไรคือ YouTube Analytics	194
เปิดเข้าใช้งาน YouTube Analytics.....	195
Watch-time reports.....	198
Watch time	198
Audience retention	199
Playback locations	200
Traffic sources	201
Devices	202
Interaction reports	203
Subscribers	203
Likes and Dislikes	204
Videos in playlists	205
Comments	206
Sharing	207
Cards	207
วิเคราะห์ข้อมูลแบบ Realtime	208
ปรับ Time period เลือกดูสถิติตามช่วงเวลา	
ที่ต้องการ.....	210
Filter ดูเฉพาะข้อมูลที่เกิดจากแต่ละอุปกรณ์.....	211
เปรียบเทียบสถิติด้วยการ Comparison	212

ใช้ฟังก์ชัน Export ไปวิเคราะห์ด้วย Excel....	214
วัดผลโฆษณาใน AdWord	215
Metric ที่เกี่ยวข้องกับโฆษณาวิดีโอ.....	218
เพิ่ม Metric สถิติอื่นๆ เข้าไปในตาราง.....	220

CHAPTER

07

เทคนิคทำโฆษณาบน

YouTube223

การทำ SEO ให้วิดีโอ YouTube.....	224
ใส่ Keyword เข้าไปใน Metadata.....	226
ผู้ติดตามส่งผลต่ออันดับของวิดีโอ	227
อัปโหลดวิดีโอคุณภาพ HD.....	227
Engagement ของวิดีโอ	227
CTR ส่งผลต่ออันดับของวิดีโอ.....	228
วิดีโอยังมีเนื้อหาหายยิ่งได้เปรียบ	228
ยิ่งคนดูเยอะยิ่ง Ranking สูง	228
เพิ่มอัตราการคลิกเข้ามาดูวิดีโอ	230
Title และ Description ที่ดึงดูด	231
ภาพ Thumbnails	231
Keyword.....	232
ยอด View.....	232
ระยะเวลาของวิดีโอ.....	232
ใช้เครื่องมือคัดเลือก Keyword	234
YouTube Keyword Suggestion.....	234
Google Trends	235
Keywordtool.io.....	236
YouTube Trends.....	238

วิธีโปรโมทวิดีโอให้มียอด View สูงๆ	239
ทำวิดีโอให้ค้นหาเจอได้ง่าย	240
เอาชนะในสนามแข่ง	240
โปรโมทวิดีโอในช่องทางอื่น.....	240
ทำโฆษณาโปรโมทวิดีโอ	241
ฝังวิดีโอลงในเว็บไซต์.....	241
End Screen โปรโมทวิดีโออื่นๆ.....	241
ทำอะไรให้มีคนมาติดตาม Channel ของเรา .	242
ขอร้องให้กดติดตาม	242
อย่าลืมใช้ Card และ End Screen	242
ข้อความ Description ก็ช่วยได้.....	243
ชัดเจนกับสิ่งที่นำเสนอ	243
โพสต์วิดีโอที่มีเนื้อหาดีอยู่เสมอ	243
Checklist สิ่งที่ต้องทำทั้งหมด.....	244
แหล่งค้นหาข้อมูลเพิ่มเติม.....	246

ใช้วิดีโอทำการตลาดอะไรได้บ้าง

แต่ละธุรกิจ แต่ละแบรนด์ มีวิธีการใช้งานวิดีโอเพื่อทำการตลาดที่แตกต่างกันไป มีทั้งความคิดสร้างสรรค์และรูปแบบที่น่าสนใจเป็นจำนวนมาก ผมได้รวบรวมเอารูปแบบต่างๆ ของวิดีโอการตลาดที่น่าสนใจมาเป็นตัวอย่าง ผู้อ่านสามารถใช้เป็นไอเดียในการใช้วิดีโอเพื่อทำการตลาดให้กับแบรนด์และธุรกิจของคุณได้เช่นกัน

- ใช้บอกเล่าเรื่องราวของธุรกิจและสินค้า
- ใช้สำหรับขายสินค้าว่ามันคืออะไร ใช้ทำอะไร มีข้อดีอย่างไร วิดีโอย่อมน่าได้เปรียบตัวหนังสืออยู่แล้ว เหมือนมีพนักงานขายไปอธิบายให้ลูกค้าฟัง แต่ข้อดีคือ วิดีโอสามารถเข้าถึงลูกค้าได้เลย ไม่ต้องรอให้ลูกค้ามาที่สาขา
- ใช้สำหรับ Hard Sale เช่น บอกรีวิว ส่วนลด เป็นวิธีการแบบดั้งเดิมที่เราเห็นกันในทีวีมาอย่างยาวนานคือ วิดีโอสำหรับขายสินค้า โดยการบอกรีวิวให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความสนใจ
- ใช้เล่าเบื้องหลังของธุรกิจ
- ใช้สำหรับสอนใช้สินค้าของคุณ
- ใช้สัมภาษณ์ผู้ใช้งานสินค้าของคุณ นิยมมากสำหรับคนที่ทำธุรกิจขายคอร์สเรียน และคอร์สออนไลน์ต่างๆ ด้วยการขอสัมภาษณ์กับคนที่เคยเรียนมาก่อน

สิ่งที่ต้องเตรียมก่อนลุย

Video & YouTube marketing

อยากทำ Video Marketing ผ่าน YouTube จะต้องเตรียมอะไรบ้าง

1. Google Account

การจะเปิด YouTube Channel ได้ คุณจำเป็นจะต้องมี Google Account เสียก่อน สำหรับคนที่มี Gmail อยู่แล้วสามารถนำมาใช้งานได้เลย เนื้อหาในบทที่ 3 เราจะมาพูดถึงวิธีการสร้าง YouTube Channel กันอย่างละเอียดว่ามีการตั้งค่าในการใช้งานอย่างไร

2. เครื่องมือสำหรับจัดทำวิดีโอ

สำหรับการจัดทำวิดีโอขึ้นอยู่กับความถนัดและทักษะของแต่ละคน บางคนอาจจะถนัดการใช้งานโปรแกรมตัดต่อวิดีโอต่างๆ ส่วนบางคนอาจจะใช้โปรแกรมตัดต่อวิดีโอแบบง่ายๆ ที่มีติดมากับเครื่อง หรือถ้าจะตัดต่อวิดีโอผ่านโทรศัพท์มือถือก็สามารถที่จะทำได้เช่นกัน ส่วนการถ่ายทำวิดีโอคุณสามารถที่จะใช้กล้องดิจิทัลหรือมือถือเพื่อถ่ายทำวิดีโอได้เช่นกัน

3. สินค้าและบริการ

จะทำวิดีโอเพื่อโปรโมทสินค้าหรือบริการอะไร หรือในบางครั้งอาจจะเป็นเพียงแค่การทำวิดีโอเพื่อโปรโมทแบรนด์สินค้าก็ได้ สำคัญคืออะไรเป็นจุดมุ่งหมายทางการตลาดที่คุณเข้ามาใช้ YouTube เพื่อเป็นช่องทาง

4. เนื้อหาของวิดีโอ

สิ่งที่สำคัญที่สุดของวิดีโอโฆษณาทุกตัวก็คือ สารที่จะใช้ส่งไปยังกลุ่มเป้าหมายของเรา ถ้ากลุ่มเป้าหมายได้ดูวิดีโอโฆษณาของเราแล้ว เขาจะได้รับรู้อะไร คุณจะต้องวางแผนเอาไว้ให้ดีกว่าก่อนที่จะทำวิดีโอขึ้นมา

5. ไอเดียในการถ่ายทำวิดีโอ

ความน่าสนใจของวิดีโอจะขึ้นอยู่กับความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างวิดีโอการตลาดขึ้นมา การขายของแบบตรงๆ นับเป็นไอเดียที่ไม่ดีเท่าไรและมีโอกาสที่ผู้ชมจะกดปิดได้มาก แต่การสร้างความสุขและความแปลกใจเหมือนที่ Will It Blend ทำการปั่นอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ จะสร้างความน่าสนใจให้ผู้ชมเข้ามาดูวิดีโอกันได้มากกว่า

Goal สำหรับการทำการตลาด ผ่านวิดีโอใน YouTube

เพิ่มยอดขาย

การใช้วิดีโอสำหรับการขายของ คือสิ่งที่อยู่คู่กับวงการสื่อบ้านเราอย่างยาวนานและทุกคนก็คุ้นเคยกันเป็นอย่างดี ก็คือโฆษณาทางโทรทัศน์นั่นเอง หน้าที่หลักของวิดีโอประเภทนี้คือการกระตุ้นและโน้มน้าวให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความรู้สึกอยากที่จะซื้อสินค้าไปใช้ ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารข้อดีของสินค้าว่ามันมีดีอย่างไร หรือการแจ้งโปรโมชั่นส่วนลดต่างๆ เพื่อกระตุ้นกลุ่มเป้าหมายให้เกิดความรู้สึกคุ้มค่ามากยิ่งขึ้น สิ่งที่ต้องระวังให้ดีคือ วิดีโอประเภทนี้มักจะถูกด Skip ข้ามอยู่เสมอ

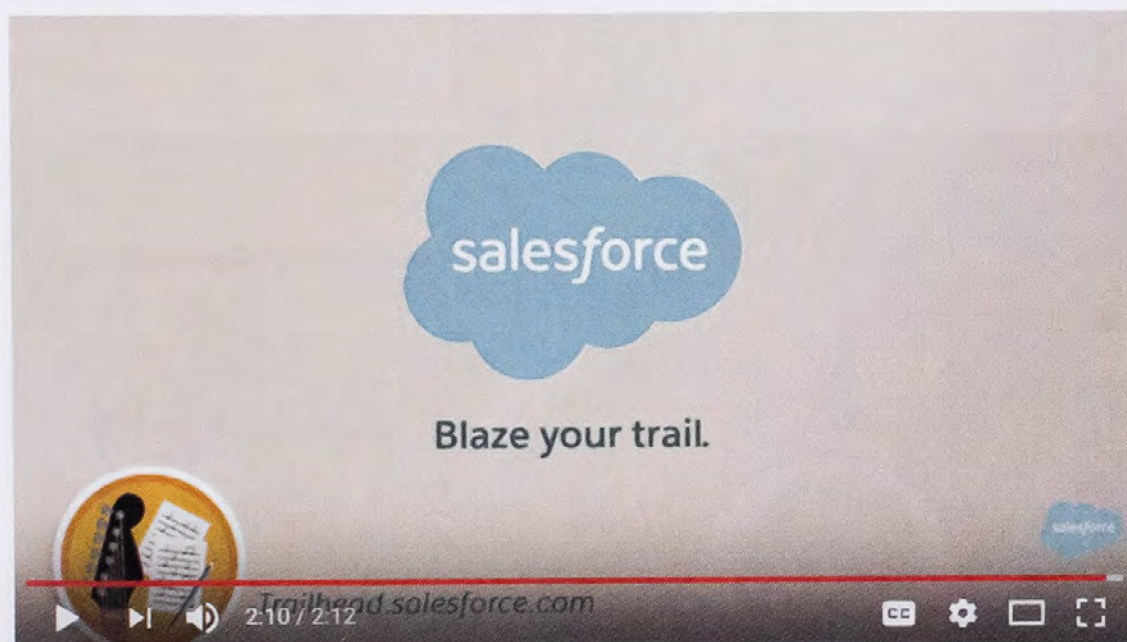
เพิ่มการรับรู้

ทำวิดีโอเพื่อสร้างการรับรู้ให้กลุ่มเป้าหมายรู้จักเรามากยิ่งขึ้น วิดีโอเป็นสื่อที่ดีมากที่จะช่วยเพิ่มการรับรู้จากกลุ่มเป้าหมายให้รู้จักธุรกิจของเรามากยิ่งขึ้น เพราะวิดีโอมีทั้งภาพเคลื่อนไหวและเสียง ทำให้ง่ายที่จะอธิบายว่าธุรกิจของเราเกี่ยวกับอะไร สินค้าตัวนี้จะช่วยลูกค้าได้อย่างไร มีโอกาสน้อยมากที่ลูกค้าจะซื้อสินค้าจากแบนด์ที่เขาไม่รู้จัก อย่างน้อยเขาต้องรู้เสียก่อนว่ามันคืออะไร ใช้ทำอะไร และมันจะช่วยให้ประโยชน์อะไรกับเขา เมื่อเขาเกิดความรับรู้ในตัวสินค้าแล้วเกิดความประทับใจ ก็มีโอกาสมากขึ้นที่เขาจะทำการสั่งซื้อสินค้า

5 ขั้นตอนในการเพิ่ม Lead

เพื่อเพิ่มจำนวน Lead

ทำวิดีโอเพื่อเพิ่มฐานของคนที่มีความสนใจและมีโอกาสกลายเป็นลูกค้าในภายหลัง
 ทางการตลาดเราเรียกว่าเป็นการเก็บ Lead ยกตัวอย่างเช่น บริษัทอสังหาริมทรัพย์อาจจะออก
 แคมเปญการตลาดเพื่อดึงดูดให้คนที่สนใจอยากซื้อบ้านมาเยี่ยมชมบ้านตัวอย่างและลงทะเบียน
 อีเมลกับเบอร์โทรเอาไว้ หรือผู้ผลิตรถยนต์อาจจะทำแคมเปญการตลาดเพื่อกระตุ้นให้คนมา
 ทดลองขับรถ คนที่มาลองขับคือ Lead ที่มีโอกาสซื้อรถได้มากขึ้นในอนาคต



รู้จักเครื่องมือ Creator Studio

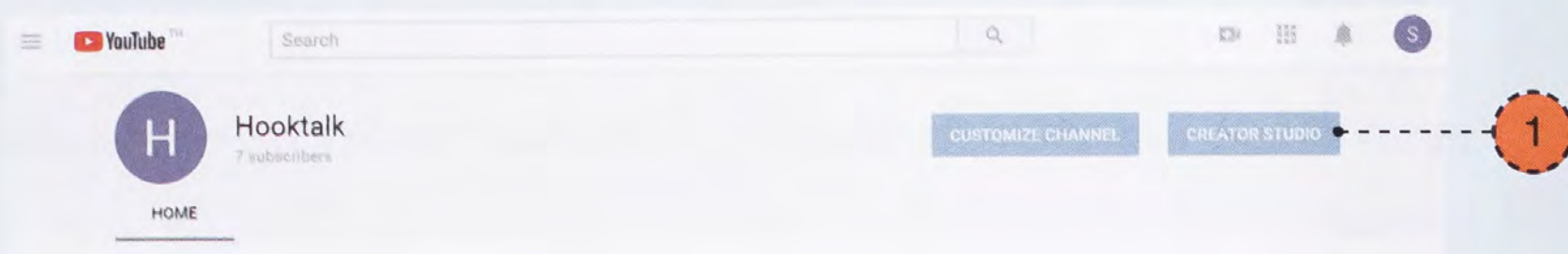
Creator Studio เป็นเครื่องมือใน YouTube ที่ใช้สำหรับบริหารจัดการ Channel ของเราไม่ว่าจะเป็น

- การจัดการวิดีโอทั้งหมดใน Channel
- การจัดการผู้ติดตาม Channel
- การตั้งค่าต่างๆ ของ Channel
- การจัดการ Live สดผ่าน YouTube
- การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติต่างๆ ที่เกิดขึ้นกับ Channel

สามารถจัดการเกือบทุกอย่างที่อยู่ภายใน Channel ของเราผ่าน Creator Studio ได้เกือบทั้งหมด เป็นอีกหนึ่งเครื่องมือสารพัดประโยชน์ที่คนใช้ YouTube จะต้องเปิดแล้วเปิดอีก เปิดจนเบื่อหน้ากันไปข้างหนึ่งเลยทีเดียว

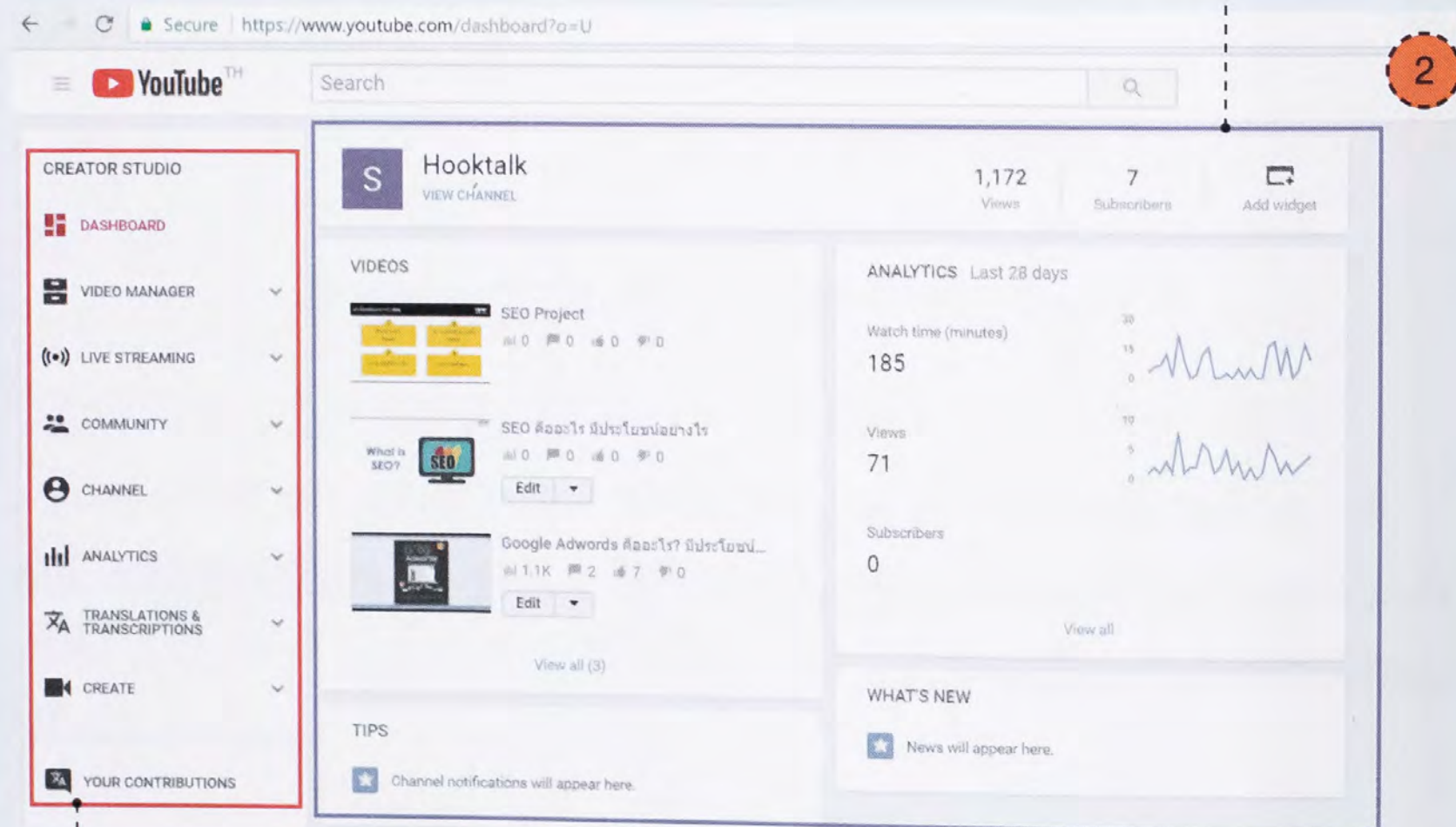
ส่วนประกอบต่างๆ ของ Creator Studio

1 มุมขวาด้านบนสุดให้คลิกที่รูปโปรไฟล์ของเราคลิกที่ My Channel และคลิกที่ Creator Studio



2 เข้ามาสู่หน้าแรกของเครื่องมือ Creator Studio ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ส่วนหลักคือ

ส่วนหน้าจอแสดงผล หน้าจอในส่วนแสดงผลจะเปลี่ยนไปตามเมนูที่เราเลือกในกรอบสีแดง



แถบเมนูที่จะรวมเครื่องมือทั้งหมดที่เราจะต้องใช้ในการบริหารจัดการ Channel ของเรา

สร้างโฆษณาบน YouTube

เราทุกคนน่าจะคุ้นเคยกับโฆษณาใน YouTube กันเป็นอย่างดี ถึงแม้คุณอาจจะไม่ใช่ผู้ลงโฆษณา แต่อย่างน้อยในฐานะผู้ชม คุณก็น่าจะเคยเห็นโฆษณาใน YouTube มาบ้าง ก็เวลาที่เราเปิด YouTube เพื่อจะดูวิดีโอที่เราอยากดู สักพักก็จะมีวิดีโอโฆษณาโผล่มาคั่นก่อนที่วิดีโอหลักของเราจะเริ่มเล่น นั่นแหละครับโฆษณาใน YouTube ซึ่งอันที่จริงวิดีโอที่โผล่มาคั่นวิดีโอหลักมันเป็นเพียงแค่รูปแบบหนึ่งของโฆษณาเท่านั้น แต่โฆษณาใน YouTube ยังมีโฆษณารูปแบบอื่นๆ ให้เราเลือกใช้อีกด้วย

โฆษณาเป็นกึ่งทางลัดและยาวิเศษ

เป็นเรื่องธรรมดาที่ใครก็อยากให้วิดีโอของตัวเองถูกเปิดดูมากที่สุด อยากให้วิดีโอของตัวเองมียอด View สูง เพราะจำนวน View บ่งบอกถึงความสำเร็จของวิดีโอตัวนั้นได้ในระดับหนึ่ง วิดีโอที่ถูกอัปโหลดใน Platform ของ YouTube มีอยู่มากมายมหาศาล ไม่ใช่เรื่องง่ายที่วิดีโอของเราจะถูกค้นเจอ ยิ่งสำหรับ Channel ใหม่ๆที่เพิ่งสร้างขึ้นมานับไม่นาน โอกาสที่จะไปแข่งกับ Channel ที่มีผู้ติดตามมหาศาลก็ไม่ใช่เรื่องง่าย การทำโฆษณาใน YouTube จึงเป็นหนึ่งในทางออกและเป็นเหมือนทางลัดที่จะทำให้วิดีโอของเราเข้าถึงคนดูได้มากยิ่งขึ้น นอกจากนี้มันยังช่วยให้กลุ่มเป้าหมายรู้จักแบรนด์ของเรามากยิ่งขึ้นอีกด้วย จึงไม่แปลกเลยที่ในช่วง 2-3 ปีหลัง หลายแบรนด์ทั้งเล็กและใหญ่เลือกที่จะเข้าไปทำโฆษณาใน YouTube กันมาก

142

เราไปดูกันดีกว่าว่าข้อดีของการทำโฆษณาใน YouTube มีอะไรบ้าง และอะไรเป็นเหตุผลที่ทำให้แบรนด์และเจ้าของสินค้าจำนวนมากเลือกที่จะมาทำโฆษณาใน YouTube กันมากขึ้นในช่วง 2-3 ปีหลัง

ช่วยเพิ่มยอด View ให้มากขึ้น

วิดีโอที่เราอัปโหลดใน YouTube ย่อมต้องการให้มีคนเข้ามาดูมากๆ ยิ่งเป็นวิดีโอที่เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการของเราด้วยแล้ว ยิ่งต้องการให้กลุ่มเป้าหมายเปิดมาดู เพราะจะช่วยให้กลุ่มเป้าหมายซึมซับข้อความการตลาดเข้าไป และแน่นอนว่ามันอาจจะช่วยเพิ่มยอดขายได้เป็นอย่างมาก การทำวิดีโอการตลาดออกมาทั้งที่ เราคงไม่อยากจะเก็บเอาไว้ดูคนเดียวแน่ๆ แต่เพียงแค่อัปโหลดวิดีโอเข้าไปใน YouTube มันยังไม่พอ การทำโฆษณาเป็นวิธีหนึ่งที่จะช่วยให้วิดีโอของเราไปถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น

YouTube Analytics

ในบทที่ 2 ได้กล่าวไว้ว่าการวัดผลข้อมูลมีความสำคัญต่อการทำการตลาดผ่านวิดีโอใน YouTube เป็นอย่างมาก การวัดผลจะช่วยให้เรารู้ว่าประสิทธิภาพของวิดีโอที่อัปโหลดขึ้นไปมี ประสิทธิภาพมากน้อยแค่ไหน มีคนคลิกเข้าดูกี่ครั้ง คนที่เปิดเข้ามาดูวิดีโอแล้วส่วนใหญ่ชอบ หรือไม่ชอบ ข้อมูลเหล่านี้ทำให้เรารู้จักกับผลงานของตัวเองมากยิ่งขึ้น เพื่อนำไปปรับปรุงและ ต่อยอดกับวิดีโอที่จะทำขึ้นมาในอนาคต

อะไรคือ YouTube Analytics

เครื่องมือที่จะดึงเอาข้อมูลที่เกิดขึ้นจากวิดีโอของเราใน YouTube มาแสดงผลเป็นกราฟและตารางข้อมูลเพื่อให้เจ้าของ Channel ได้เปิดเข้าไปดูว่าวิดีโอที่ปล่อยออกไปมีประสิทธิภาพมากแค่ไหน ทำผลงานเป็นอย่างไร ตัวอย่างเช่น ระบบจะรวบรวมสถิติว่ามีคนเปิดดูวิดีโอแต่ละตัวกี่ View ผู้ชมเหล่านั้นดูวิดีโอจนจบเป็นจำนวนกี่เปอร์เซ็นต์ของผู้เข้าชมทั้งหมด และถ้าดูไม่จบส่วนใหญ่เขาดูวิดีโอจนถึงนาทีที่เท่าไร ข้อมูลเหล่านี้จะถูกนำมาสร้างเป็นกราฟและตารางข้อมูลให้เราสามารถเข้าไปเปิดดูได้ผ่าน YouTube Analytics

หน้าที่ของเราคือ การเข้าไปเปิดดูข้อมูลใน YouTube Analytics แล้ววิเคราะห์หาข้อมูลในเชิงลึกว่ากระบวนการทั้งหมดที่เราทำออกไปตั้งแต่วางแผน > เผยแพร่วิดีโอ > โพรโมทวิดีโอ ได้ผลลัพธ์ออกมา่าพึงพอใจมากน้อยแค่ไหน ถ้ายังไม่ดีจะปรับปรุงให้ดีขึ้นอย่างไร ตัวอย่างเช่น ถ้าเราพบว่าวิดีโอของเรามีคนคลิกเปิดเข้ามาดูเยอะมาก แสดงว่าเราเขียน Title และใช้ภาพ Thumbnail ได้น่าสนใจจนไปกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายคลิกเข้ามาดู แต่ในขณะเดียวกันกลุ่มเป้าหมายเหล่านี้ดูวิดีโอไปแค่ประมาณ 20% ของความยาวทั้งหมด แสดงว่าวิดีโอของเราอาจจะไม่น่าสนใจเพียงพอที่จะรั้งให้กลุ่มเป้าหมายเหล่านั้นดูวิดีโอจนจบได้

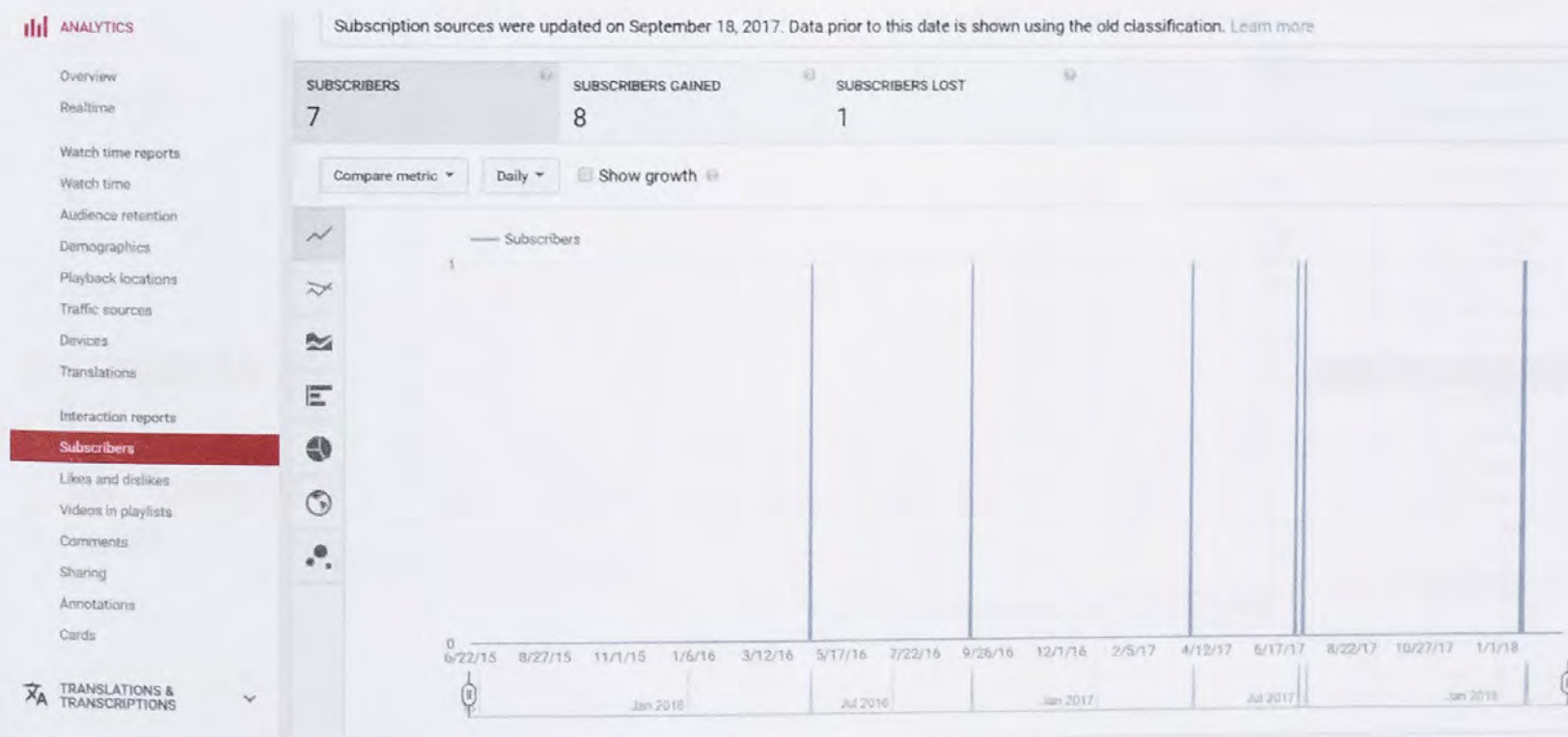
พอเราได้ข้อมูลมาแล้ว ก็ต้องกลับไปดูวิดีโอว่าทำไมคนจึงดูแค่ 20% ของเนื้อหาทั้งหมด วิดีโอน่าเบื่อเกินไปหรือเปล่า เข้าประเด็นเข้าไปหรือไม่ หรือในช่วง 20% ของเนื้อคุณพูดอะไรไม่ถูกใจผู้ชมหรือไม่ ข้อมูลจะเป็นตัวนำทางในการวิเคราะห์เพื่อปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้น เพื่อไม่ให้เป็นการเสียเวลาไปมากกว่านี้ เราไปเปิดเครื่องมือ YouTube Analytics เพื่อเข้าสู่โลกแห่งข้อมูลใน YouTube กันเลย

Interaction reports

Subscribers

แสดงสถิติการกดติดตาม YouTube Channel ของเราว่ามีคนเข้ามากดติดตามมากน้อยแค่ไหน ยังมีผู้ติดตามมากก็ยิ่งเป็นเรื่องดีต่อ YouTube Channel ของเรามากเท่านั้น วิธีการหนึ่งที่จะเพิ่มผู้ติดตาม YouTube Channel ได้ดีก็คือ การขอรับรองให้ผู้ชมช่วยกดติดตามวิดีโอหลังจากที่ดูวิดีโอของเราจบแล้ว ตามที่คุณจะเห็น Channel ดังๆ หลายแห่งมักจะใช้วิธีนี้ในวิดีโอของพวกเขาอยู่เสมอ

203



ตัวอย่างของแบรนด์ที่ทำวิดีโอ การตลาดใน Youtube

Will it blend?

แบรนด์ไม่ใช่ว่าจะทำการตลาดบนโซเชียลมีเดียได้ทั้งหมด แต่แบรนด์ที่ประสบความสำเร็จนั้นจะไม่ได้มีวิดีโอที่ทำการตลาดเท่านั้น แต่การนำเสนอในรูปแบบที่สร้างสรรค์และมีคุณค่าให้กับผู้บริโภคต่างหาก และนี่คือการนำเสนอในรูปแบบที่ประสบความสำเร็จกับแบรนด์ Will it Blend? Youtube Channel ของแบรนด์นี้ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากใน YouTube, Facebook, Twitter, Instagram, และบนเว็บไซต์ของแบรนด์เอง นอกจากนี้ยังมีการเปิดตัวสินค้าร่วมกับแบรนด์อื่น ๆ อีกด้วย

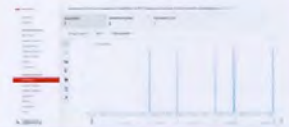


1. วิเคราะห์ YouTube Channel ของแบรนด์อื่นที่ประสบความสำเร็จใน YouTube
2. ดูว่าทำคอนเทนต์ที่ดึงดูดใจคนอย่างไร ใน YouTube

3. ศึกษาถึง Customer Channel

Subscribers

แบรนด์มีการตลาดบน Youtube Channel ของแบรนด์ที่ประสบความสำเร็จนั้น จะไม่ได้มีคอนเทนต์ที่ดึงดูดใจผู้บริโภคเท่านั้น แต่การนำเสนอในรูปแบบที่สร้างสรรค์และมีคุณค่าให้กับผู้บริโภคต่างหาก และนี่คือการนำเสนอในรูปแบบที่ประสบความสำเร็จกับแบรนด์ Will it Blend? Youtube Channel



- วิดีโอที่จัดทำ
- วิดีโอที่ได้รับความนิยม
- การตอบโต้กับความคิดเห็น
- วิดีโอชุดใหม่ที่ได้รับความนิยม
- วิดีโอชุดที่ได้รับความนิยม
- วิดีโอชุดใหม่ที่นำเสนอ
- วิดีโอชุดที่ได้รับความนิยม
- วิดีโอชุดที่ได้รับความนิยม
- วิดีโอชุดที่ได้รับความนิยม
- วิดีโอชุดที่ได้รับความนิยม
- วิดีโอชุดที่ได้รับความนิยม

ประเภทของโฆษณาใน Youtube

TrueView in-stream

คือโฆษณา TrueView ใน-stream ที่แสดงก่อนหรือระหว่างวิดีโอ YouTube ที่ผู้ใช้เลือกดู โดยผู้ใช้สามารถข้ามโฆษณาได้หลังจากดูวิดีโอได้ 30 วินาที หรือคลิกที่ปุ่มข้ามโฆษณาได้

วิดีโอกลายเป็นมีเดียที่ทรงพลังที่สุดในยุคปัจจุบัน เพราะสามารถสื่อสารได้เกือบทุกที่เหมือน ทำให้หลาย Platform หันมาให้ความสำคัญกับวิดีโอมากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม YouTube ก็ยังเป็นผู้นำอันดับหนึ่งของวิดีโอออนไลน์ เมื่อดูก็เกี่ยวกับทั้งทางทุก Platform จะทุกความต้องการของ YouTube Channel ได้รวมไว้ในหนังสือเล่มนี้ทั้งหมดแล้ว

- วางกลยุทธ์ก่อนสร้างคอนเทนต์
- วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายว่าเขาอยากดูอะไร
- จะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างไร
- รหัสโอทีที่ต้องมีองค์ประกอบอย่างไร
- บริหารจัดการ
- เข้าใจโฆษณาและเลือกรูปแบบโฆษณาให้ตรงกลุ่ม
- วัดผลและวิเคราะห์รหัสโอที เพื่อแก้ไขและปรับปรุงให้ดีขึ้น
- เทคนิคสร้างโฆษณาให้คุ้มค่าที่สุด

ทุกวิถี สูงโย

เป็นบริการการตลาดที่ทำงานในวงการโฆษณา มีความเชี่ยวชาญด้านการใช้สื่อออนไลน์เพื่อการโปรโมท รวมทั้งพร้อมสายของมายท์กับเว็บไซต์ของแบรนด์และสินค้าต่างๆ โดยมีประสบการณ์ทำงานให้กับหน่วยงานและองค์กรที่หลากหลายในประเทศไทย อาทิ Central.co.th, iTruemart.com, Zalora.co.th, Robinson.co.th, Mister Donut, Auntie Annie, Supersport, Central Embassy และ Central World เป็นต้น



เพิ่มยอดวิวและยอด Subscribe ได้ทั้งแบรนด์ ได้ทั้งเงิน

ทุกวิถี สูงโย
บรรณาธิการ ช.น. เทพทอง

จัดจำหน่ายโดย **IDC**
ISBN 978-616-200-941-9

260 หน้า