



Digital Marketing

: Concept & Case Study

4.0th
Edition

Update Online Marketing Trend 2017



ในยุค 4.0 เราต้อง 'ทำน้อย แต่ได้มาก' ซึ่งทำได้ไม่ยากหากเข้าใจหลักการ พร้อมเน้นย้ำผ่านเคล็ดลับอย่างที่คุณสัมผัสได้จริง มาเปลี่ยนวิธีการสร้าง สื่อ และส่งมอบ 'คุณค่า' ด้วยวิธีการใหม่ๆ กับเทรนด์ใหม่ๆ ใ้กับลูกค้าที่นับวันจะยิ่งกระจัดกระจาย

โดย วัชรพล ไผ่ไพโรจน์ / บรรณาธิการ ชนะ เทคโนโลยี



Digital 4.0

ใครใคร่ค้า ค้า

บัญชีของ 4.0 คืออะไรกันแน่..... 3

 Shortcut วิวัฒนาการของการทำการตลาด
 ดิจิทัลอล 15

ข้อดีของการเลือกใช้สื่อออนไลน์อย่าง
เหมาะสม..... 17

Digital Marketing Tools เสี่ยง... รถด่วน
ขบวนสุดท้าย 19

Basic Marketing in Digital World

รากฐานที่ดี ห้อยอดได้บ้าง

เรียนรู้ทฤษฎีการตลาด ถ้าไม่ยากเป็น
'ตบอดคลำช้าง' 25

กลยุทธ์ 4Ps Product, Price, Place และ
Promotion 27

 P >>> Product >>> ผลิตภัณฑ์ 28

 องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ (Levels of
 Product / Product Component) 30



ตัวอย่างวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ของตุ๊กตาลูกเทพ .. 33

P >>> Price >>> ราคา..... 35

รูปแบบการตั้งราคา 37

P >>> Place..... 39

P >>> Promotion 40

กลยุทธ์ 4Cs เสริม 4Ps ให้ธุรกิจเข้มแข็ง
ยิ่งขึ้น 41

C-Consumer >>> ผู้บริโภค 43

C-Cost >>> ราคา 45

C-Convenience >>> ช่องทาง
จัดจำหน่าย..... 46

C-Communications >>> ช่องทาง
การสื่อสาร..... 47

‘พฤติกรรมผู้บริโภค’ เรื่องที่ละเอียด
ไม่ได้ 49

ทำความเข้าใจกับกระบวนการตัดสินใจซื้อ
ของผู้บริโภค 55

ช่วงก่อนการซื้อ 56

ช่วงกำลังซื้อ 57

ช่วงภายหลังการซื้อ 58

‘จิตวิทยาแห่งสี’ 59

วัตถุประสงค์ชัดเจน เนื่องานชัดเจน 60

Content Marketing

ศึกนี้อีกนาน

Content Marketing ในยุคผู้บริโภคกุม
อำนาจไว้ในมือ..... 69

Who >>> ใครคือลูกค้าของคุณ..... 74

What >>> นำเสนออะไร..... 75

Where >>> เผยแพร่ที่ไหน..... 76

When >>> เผยแพร่เมื่อไร..... 77

Why >>> ทำไมจึงเผยแพร่..... 78



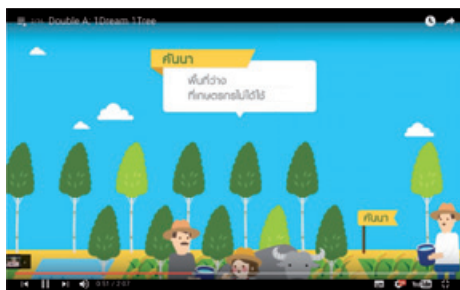
Whom >>> ใครมีส่วนร่วมในการ ตัดสินใจซื้อ.....	79
How >>> นำเสนออย่างไร	80

7 องค์ประกอบสำคัญในการสร้าง คอนเทนต์	86
---	----

‘SMART’ วิชาชีพของการสร้างเนื้อหาอย่าง สร้างสรรค์.....	87
---	----

Online Article	88
How To Video	89
เล่าเรื่องด้วยภาพ	92

Shortcut SMART DIGITAL MARKETER.....	99
---	----



Online PR

ผู้ช่วย (สร้างภาพ) แบนด์

Online PR สร้างภาพลักษณ์ แบนด์	105
---	-----

Shortcut Content PR ที่ดี.....	108
--------------------------------	-----

Shortcut ประโยชน์ของการทำ Online PR (ทั้งทางตรงและทางอ้อม).....	109
--	-----

CSR กับ Online PR ในยุคดิจิทัล.....	110
--	-----

Website

ศูนย์บัญชาการใหญ่

บางสิ่งหายไป เว็บไซต์ฮินยง	119
2017 ปีแห่งการกำหนดศูนย์ บัญชาการ	123
มีเว็บไซต์ มีเรื่องดี	127
ทำเว็บไซต์ให้ได้ครึ่งหนึ่งของ โด้ราเอมอน	129
สร้างเว็บไซต์แบบมืออาชีพ	133
กำหนดกลยุทธ์เว็บไซต์ให้สอดคล้องกับแผน ธุรกิจ	133
สร้างสรรค์ให้เหมือนงานศิลปะ	135
มีรูปแบบหลากหลาย	137
เน้นสั้นๆ ได้ใจความ	137
เข้าถึงข้อมูลรวดเร็ว	138
จ้างเว็บมาสเตอร์มืออาชีพ	138
สู่เป้าหมายด้วย Landing Page	139
สร้างสรรค Landing Page ให้เวิร์ค	141



เปิดประสบการณ์ที่น่าประทับใจ แห่งโลก
ของการถ่ายภาพ ด้วยการถ่ายภาพต่อเนื่อง
ความเร็วสูง: Olympus OM-D E-M1
Mark II

Mobile & Apps Marketing

ยุคสมาร์ทโฟนครองเมือง

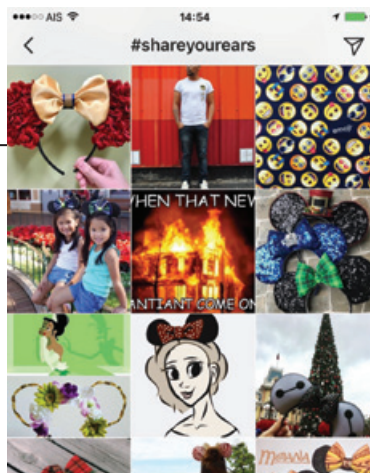
Mobile & Apps Marketing	
สำคัญไฉน	147
การตลาดผ่านมือถือกับสิ่งที่ต้องพัฒนา (ให้ได้) ในยุค 4.0	154
SMS	155
Mobile Web.....	157
Mobile App.....	159



Social Media

ติดตาม ต้องใจ วาง (มือถือ) ไม่วาง

สสนิยม Social Media.....	167
Shortcut 5 อันดับ Social Media ยอดนิยมปี 2016 เทียบกับปี 2015.....	169
แฟนเพจที่ผมรัก กับ 129 ปีที่ไม่เคยหยุด พัฒนา	171



เจาะกลยุทธ์ Social Media อย่างไร
ให้เวิร์ค179

Shortcut Social Media Strategy179

ทำให้แบรนด์เป็นคนที่ถูกค่ารัก181

Live อีกฟังก์ชันที่พลาดไม่ได้183

แฮชแท็กสร้างแบรนด์189

ประโยชน์ดีๆ ของ #Hashtag194

รับมือวิกฤตบนโลกโซเชียล.....195

Shortcut วิธีทำลายธุรกิจบนโลกออนไลน์ให้
ล้มไม่เป็นท่า.....197

Step ง่ายๆ ทำการตลาดบน Social Media ได้
ทุกแบรนด์198

E-Mail Marketing

เมื่ออีเมลเป็นมากกว่าอีเมล

จัดว่าเด็ด ! เมื่อ E-Mail Marketing ก้าว
ข้ามคำว่า ‘ธรรมดา’203

AB Testing เพื่อผลลัพธ์ที่ดียิ่งขึ้น 209

 AB Testing คืออะไร ?209

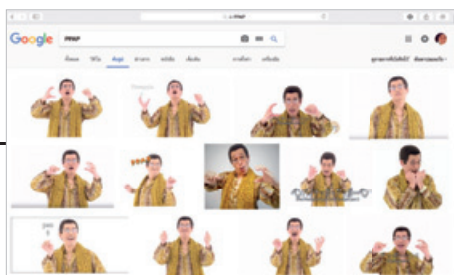
 เกร็ดเล็กผสมน้อย215



Viral Marketing

#ความปัง

Viral Marketing โด่ผลจริงในโลก ดิจิทัล223
Shortcut ข้อควรทำก่อนสร้าง Viral Marketing225
Shortcut เรื่องไม่ควรแตะ ถ้าไม่ยากล้ม กึ่งยั้ง.....229
Shortcut ข้อดีของ Viral Marketing231



จับตาความปังของ Viral Marketing ที่คาดว่าจะไม่หายไปไหนในปี 2017 แน่นอน !.....235
เชื้อสี Video 1:1 จะอยู่อีกนาน241

5 เทรนด์ที่ต้องจับตามองในปี 2018

Content Marketing247	Social Media250
Mobile & Apps Marketing248	Internet of Thing251
Online PR249	



Digital 4.0

ใครใคร่ค้า ค้า

1

ปีที่ผ่านมาผมเชื่อว่าหลายๆ คนคงได้ยินคำว่า 4.0 จนชินหู
เป็นปีทีอะไรๆ ก็พากัน 4.0

Thailand 4.0

Industrial 4.0

Digital 4.0

... 4.0

นิยามของ 4.0 คืออะไรกันแน่

ก่อนจะเล่าเรื่อง 4.0 เรามาย้อนไล่ไปตั้งแต่ยุคการตลาดเริ่มต้นกันก่อนครับ

ยุค 1.0 เน้นที่ตัวโปรดักส์

ยุค 2.0 มองว่าลูกค้าคือทุกอย่าง ต้องเอาใจลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าชอบสินค้าและรักแบรนด์

ยุค 3.0 ยุคปฏิวัติทางอินเทอร์เน็ต นักการตลาดเริ่มมีเครื่องมือที่ทันสมัยยิ่งขึ้น เน้นเอาชนะใจลูกค้าด้วยกลวิธีต่างๆ อาทิ การแจ้งสิทธิพิเศษผ่านอีเมล ใช้โซเชียลมีเดียเพื่อแจ้งโปรโมชั่นให้ลูกค้าเห็น เข้าใจ และไปซื้อ

ยุค 4.0 เป็นยุคที่โลกออนไลน์ เข้ามามีบทบาทแทบจะทุกองศาของวิถีชีวิตมนุษย์ ธุรกิจจึงหันมาปรับตัวเองเข้าสู่โลกออนไลน์ ใครปรับก่อนได้เปรียบกว่า

คำถามก็คือ แล้วบริษัทควรจะยึดอะไรเป็นแกนหลักระหว่างโลกออฟไลน์และโลกออนไลน์

ล่าสุดในหนังสือ **Marketing 4.0** ที่แต่งโดย ดร.ฟิลิป คอตเลอร์ และนักเขียนร่วมอีก 2 คน ได้อธิบายไว้อย่างชัดเจนว่า การตลาด 4.0 คือ วิธีการเชื่อมต่อกับโลกออนไลน์และออฟไลน์เข้าด้วยกัน เพื่อใช้เป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างบริษัทและลูกค้า

เล่มที่ผ่านๆ มาผมได้เขียนว่านักการตลาดต้องปรับตัวเข้ามาทำการตลาดบนโลกออนไลน์กัน
สักที เพราะมันคืออย่างนั้นอย่างนี้ ขณะเดียวกันก็ต้องไม่ทิ้งออฟไลน์ เพราะทำอะไรแบบ 360
องศา มันย่อมดีกว่าทำอะไรทางเดียวอยู่แล้ว

ปีนี้ผมก็ยังคงยืนยันเจตนารมณ์เดิม ที่เพิ่มเติมคือ ขอเปลี่ยนจากคำว่า **‘ปรับตัวให้ทัน’** เป็น
‘พัฒนาให้ไว’

ไวกว่าชาวบ้านเท่าไรก็ยิ่งดี

ล้ากว่าชาวเมืองยิ่งดีเข้าไปใหญ่

พัฒนาในที่นี้หมายความถึงการพัฒนาบนพื้นฐานของคำว่า **‘นวัตกรรม’** และ **‘ความคิด
สร้างสรรค์’** ซึ่งถือเป็นนโยบายหลักของภาครัฐที่ต้องการขับเคลื่อนประเทศให้เข้าสู่การเป็น
‘Digital Thailand’

ด้วยนโยบายภาครัฐนี้เองทำให้ตอนนี้ประเทศไทยของเรามีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้าน
อินเทอร์เน็ตให้เข้าถึงคนไทยมากขึ้น

และนี่ย่อมหมายถึงโอกาสที่เพิ่มขึ้น

หากคุณเป็นเจ้าของกิจการ

เป็นนักการตลาด

หรือแม้แต่เป็นแค่คนที่มีไอเดียว่าต้องการทำอะไรขาย อยากหารายได้เสริมจากงานอดิเรก

ขอบอกเลยว่า... โอกาสมาถึงแล้ว

เครื่องมือเครื่องมือออนไลน์ก็เยอะ ระบบอินเทอร์เน็ตก็เข้าถึงได้ทั่วประเทศ

ดังนั้น ใครใคร่ค้า ค้าเลยครับ !

ก้าวกระโดด (ไกลๆ)

ใครๆ ก็ชอบพูดเรื่องการก้าว ก้าวทีละก้าว แบบค่อยเป็นค่อยไป

คำว่าก้าวทีละก้าว จริงอยู่ว่าเป็นคำที่ให้ความหมายในเชิงบวก แต่ยุค 4.0 ที่หลายๆ บริษัทเขาพัฒนากันไปถึงไหนต่อไหน เมื่อเทียบกับเขาแล้วหากคุณยังคงยึดหลัก ‘ก้าวทีละก้าว’ ก็อาจสู้เขาไม่ได้

ผมจะเล่าอะไรให้ฟัง...

ผมได้ยินคำว่า...

‘ก้าวทีละก้าว’

‘ค่อยๆ ทำไป’

‘ไม่รู้’

ฯลฯ

มานานก่อนนี้ เป็นสิ่งที่ขัดแย้งในใจ แต่ก็ต้องอธิบายให้เข้าใจ (แม้ต้องพูดหลายรอบก็ตาม)

งานที่ผมทำอยู่นอกเหนือจากงานประจำก็คือ การให้คำปรึกษาด้านการตลาด บางบริษัทเห็นความสำคัญและเข้าใจอย่างถ่องแท้ถึงข้อดีของการทำดิจิทัล มาร์เก็ตติ้ง บางบริษัทยังไม่ค่อยเข้าใจนัก และมักมีความเชื่อส่วนบุคคลที่ต้อง ปรับจูนกันบ่อยครั้ง

มาดูตัวอย่าง (บางส่วน) กัน

ความเชื่อ : ค่อยๆ ทำไป ไม่ต้องรีบ เดี่ยวใครสนใจเขาก็กดไลค์เอง

ความจริง : โลกนี้ไม่มีอะไรได้มาฟรีๆ รายได้ของผู้พัฒนาหรือเรียกง่ายๆ ว่าเป็นเจ้าของโซเชียลมีเดียคือการขายโฆษณา ถ้าคุณอยากให้เห็นคุณมากเท่าไร คุณก็ต้องจ่ายมากเป็น ‘เงาตามตัว’

การตัดสินใจลงโฆษณากับสื่อโซเชียลมีเดียแม้จะด้วยงบประมาณต่ำสุด สามารถช่วยให้คุณเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ เพิ่มยอดไลค์เพจ ไลค์โพสต์ได้ดีกว่าการปล่อยให้คนมาเห็นเองชนิดที่ว่า ‘ไม่เห็นฝุ่น’ หรือเทียบกันไม่ได้ สรุป อยากได้ยอดไลค์ต้องจ่ายนะครับ

ความเชื่อ : เว็บไซต์ไม่จำเป็น ใช้แค่สื่อโซเชียลมีเดียก็ขายของได้

ความจริง : แบ่งเป็น 2 เรื่อง เรื่องแรก เว็บไซต์ยังจำเป็นกับยุคนี้ไหม สมัยก่อนบริษัทไหนมีเว็บไซต์เป็นของตัวเองคนจะมองว่าเป็นบริษัทที่มีความมั่นคง น่าเชื่อถือ ยุคนี้ก็ยังมีเชื่อเช่นนั้นอยู่ เรื่องที่ 2 แค่สื่อโซเชียลมีเดียก็ขายของได้แล้ว คำตอบก็คือ ใช่ครับ ขายของได้ แต่ถ้าจู่ๆ โซเชียลมีเดียอื่นๆ ปิดตัวลง คุณจะทำอย่างไรต่อ เเทงโฆษณาไปก็มาก ค่าทำคอนเทนต์กราฟิกเสียไปก็ไม่ใช่น้อย ข้อความที่คุยกับลูกค้าก็อยู่ในกล่องข้อความบนโซเชียลมีเดียทั้งหมด แล้วจะทำยังไงกันต่อ ผมว่า... งานนี้กำชับมดดีกว่ากำตดแน่นอน อย่าประมาท

ความเชื่อ : คนส่วนใหญ่ใช้เฟซบุ๊ก เราทำแต่แฟนเพจก่อนก็ได้ แล้วค่อยพัฒนาไปแบบอื่น

ความจริง : คนส่วนใหญ่ที่คุณว่าคือ ‘กลุ่มเป้าหมายหลัก’ ของคุณหรือเปล่า ถ้ามั่นใจว่าในวันฮันเดร็ดเปอร์เซ็นต์ก็ทำตามนั้น แต่อย่ายังไม่แน่ใจ... การเลือกใช้เครื่องมือที่หลากหลายคุ้มค่ากับการลงทุนอย่างมาก และการใช้คอนเทนต์เดียวกับหลายๆ เครื่องมือก็ไม่ใช่เรื่องยุ่งยากเลยสักนิด

ความเชื่อ : ถ่ายภาพ ทำอาร์ต แล้วก็เขียนกันไปเองก่อนประหยดงบประมาณ

ความจริง : ธรรมเนียมเป็นสิ่งที่คนยุคนี้ไม่เอา การสร้างคอนเทนต์ (ภาพ + เนื้อหา) ที่ได้คุณภาพจะดึงดูดใจคนได้มากกว่า หากคุณมีสเกลข้างต้นมากก็โชคดีไป แต่ถ้าไม่มี คุณก็มีสองทางเลือก คือ ไปลงเรียนคอร์สระยะสั้นกับปล่อยให้มืออาชีพทำงาน แบบไหนง่ายกว่ากันลองประเมินดูครับ

ทั้งหมดนี้คือคำถามที่ผมพบบ่อย แต่อธิบายไม่เคยเบื่อ เชื่อว่า... อ่านถึงตรงนี้
หลายๆ คนอาจมีคำถามอื่นๆ อีกหลายคำถามเกี่ยวกับการพัฒนาธุรกิจสู่ยุค
ดิจิทัล

คำตอบแบบรวมๆ ก็คือ ตอนนี้โลกมันเปลี่ยนไป อะไรๆ ก็วิ่งไวไปเสียหมด
พฤติกรรมผู้บริโภคจึงเปลี่ยนตามโลกไปด้วย

ดังนั้น ทุกธุรกิจจึงต้องใส่ใจกับพฤติกรรมของผู้บริโภคเป็นอันดับแรก

พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนไปอย่างไรบ้าง มาดูกันครับ

ไม่ชอบรออะไรนานๆ >>> แอปฯ เปิดเข้าพจนานุกรมหัด / แอดมินไม่ยอมตอบ
เท่ากับไม่ใส่ใจลูกค้า

ไม่ชอบความยุ่งยากหยาบคาย >>> ก่อนได้ส่วนลดต้องลงทะเบียนแจ้ง
อีเมล ใส่เบอร์โทร เพศ อายุ อาชีพ เงินเดือน ฯลฯ หยาบหยาบ น่ารำคาญ ไม่รับ
ส่วนลดสบายกว่าเยอะ

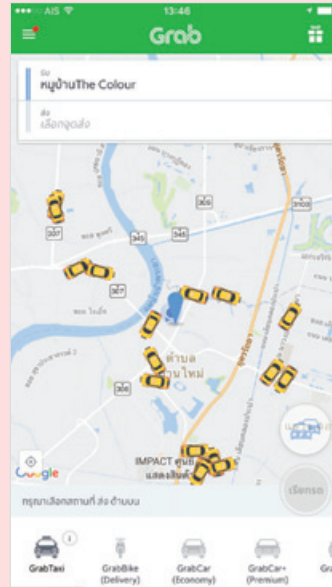
อยากให้เป็นส่วนตัวเอาใจ >>> บริการไม่ดี หน้าบึ้ง โดนประจานออกสื่อ (ออนไลน์)
แน่ / ยกมือเรียกเช็คบิลแล้วทำไมไม่มา นี่ซ้ำเป็นลูกค้านะเพี้ย !

ชอบความสะดวกสบาย >>> ถามปุ๊บตอบปั๊บ / คลิกเดียวสนใจ

ชื่อน้อยแต่ต้องได้เยอะๆ >>> ฟังก์ชันการใช้งาน โปรโมชั่น ส่วนลด ของแถม
ต้องเพียบ

ไม่ต้องไปมองถึงผู้บริโภครู้จักทั่วไปก็ได้ เพราะพฤติกรรมของตัวเราก็ไม่ต่างกัน

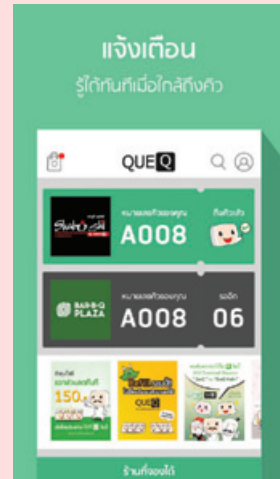
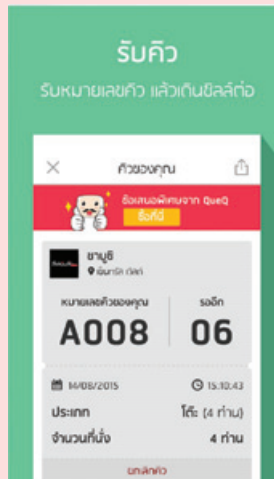
เมื่อ 4-5 ปีที่แล้วเคยต้องออกไปรอแท็กซี่ ตอนนี้แค่เปิดแอปฯ ก็เรียกรถมารับถึงหน้าบ้านได้แล้ว สะดวกสบาย แถมยังมั่นใจว่าต้องได้รับบริการที่ดีด้วย



Grab Taxi ช่วยทำให้การเดินทางของเราสะดวกสบายขึ้น ทั้งยังมีบริการให้เลือกมากมาย ทั้ง Taxi มอเตอร์ไซด์ และรถยนต์



เพื่อรอคิวที่ร้านอาหาร
ตอนนี้ก็มีแอปฯ จองคิว
ร้านอาหาร แจ็งเต็อน
ล่วงหน้าก่อนถึงคิว ไม่
ต้องเสียเวลามุง แถมยัง
ฆ่าเวลาด้วยการชอปปิง
รอได้สบายๆ



QueQ แอปฯ จองคิวร้านอาหาร ลดความเบื่อหน่ายจากการรอคิวได้
เยอะ NO MORE QUEQ LINE !

ที่สำคัญคือ อนาคตเทคโนโลยีล้ำๆ จากต่างประเทศจะยิ่งทำให้เราสะดวกสบายมากขึ้นไปอีก เพราะตอนนี้ที่ต่างประเทศมีทั้ง...

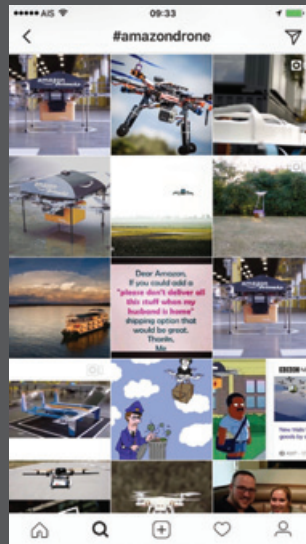
โดรนบินเพื่อจัดส่งสินค้าทางอากาศจากอเมซอนที่ชื่อว่า Amazon Prime Air

มีห้างสรรพสินค้าที่ไม่ต้องทำอะไรนอกจากเปิดแอปฯ แล้วเดินตัวปลิวเข้าไปเลือกสินค้า ใส่ถุงเดินออกโดยไม่ต้องรอจ่ายสตางค์อย่าง Amazon Go

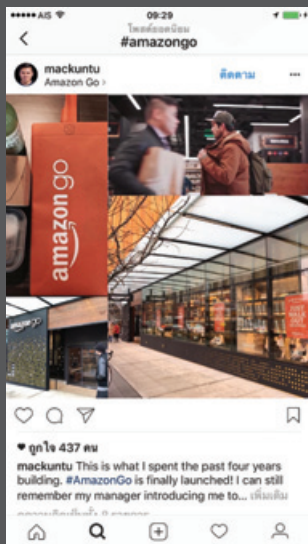
ใกล้เข้ามาหน่อยก็ญี่ปุ่น มีเทคโนโลยีที่ชื่อว่า Reji Robo เทคโนโลยีเครื่องคิดเงินอัตโนมัติในร้านสะดวกซื้อและซูเปอร์มาร์เก็ตที่ตั้งมากในตอนนี

ผมว่าอีกไม่นานเราคงได้เห็นเทคโนโลยีเทพๆ ที่เข้ามาเปลี่ยนไลฟ์สไตล์ของคนไทยในเร็ววันนี้ อย่างแน่นอน... เชื่อผมมกินได้เลย

Amazon ทดลองส่งสินค้าด้วยโดรนเป็นครั้งแรก โดยมีการปล่อยโดรนบินเพื่อจัดส่งสินค้าทางอากาศด้วยโดรนของ Amazon Prime Air ในเมืองเคมบริดจ์ ประเทศอังกฤษ ใช้เวลาในการส่งแค่ 13 นาทีเท่านั้น



Amazon Go บริการใหม่ของ Amazon ที่ลูกค้าสามารถเดินตัวปลิวเข้าไปในร้าน จากนั้นก็เปิดแอปพลิเคชัน Amazon Go หยิบสินค้าลงตะกร้า แล้วเดินออกจากร้านโดยไม่ต้องทำอะไร เพราะ Amazon Go จะตัดเงินออกจากบัญชีลูกค้าแบบอัตโนมัติ



จับเทรนด์ผู้บริโภคให้ทัน ปรับเปลี่ยนให้เร็ว รู้ทันการตลาดออนไลน์ ด้วย Digital Marketing



- Who >>> ใครบ้าง
- What >>> อะไรบ้าง
- Where >>> ที่ไหน
- When >>> เมื่อไหร่
- Why >>> ทำไม
- Whom >>> ใครบ้าง
- How >>> อย่างไร

- Basic Marketing to Digital World นกหวีดพื้นฐานการตลาดก่อนก้าวสู่โลกออนไลน์
- Content Marketing คอนเทนต์ดีๆ มีชัยไปกว่าครึ่ง
- Mobile & Apps Marketing ยุคสมาร์ตโฟนครองเมือง
- Social Media ตัดตา ต้องใจ วาง (มือคือ) โปลง
- Viral Marketing #ความปัง
- สำรวจ Trend การตลาด 2017 & 2018



Digital Marketing 4.0th Edition

: Concept & Case Study

Update Online Marketing Trend 2017

นักเขียน: ณัฐพล ไขไฟโรจน์
บรรณาธิการ: ชนุญ เทกทอง

จัดจำหน่ายโดย **IDC**
ISBN 885-916-100-345-8

260 บาท