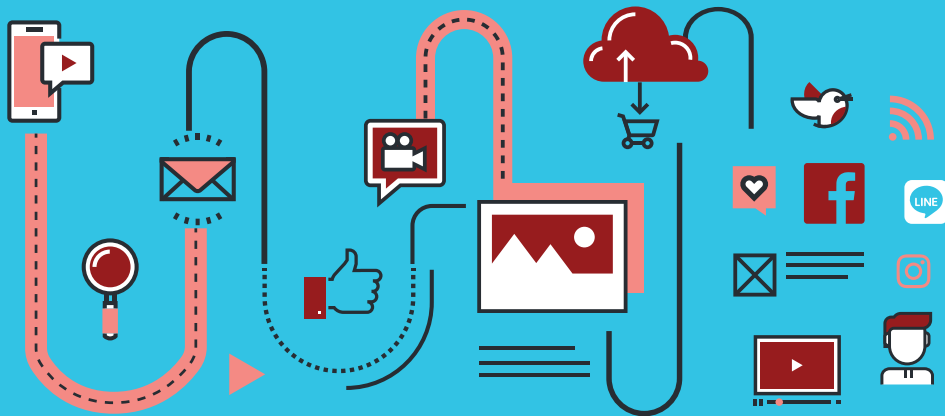


Social Media



Advertising



เพื่อผลลัพธ์ที่คุ้มค่ากับการลงโฆษณาบน Social Media
เลือกให้ตรง สื่อให้โดน วัดผลให้เป็น

โดย ทวีธรา ธิสาคร / บรรณาธิการ ชน: เทคโนโลยี

01 แรงสุด จุดไม่อยู่กับ การโฆษณาบน Social Media



สถิติชี้ชัด ตลาดค้าขายออนไลน์โต
คนไทยติด Social Media 016

มารู้จักกับ Social Media
ยอดฮิตของคนไทย 020

Facebook 020

LINE 021

Instagram 022

YouTube 023

Twitter 024

Social Media
ส่วนหนึ่งของการทำธุรกิจ 026

การโฆษณาใน Social Media
ได้อย่างไร 031

Social Media ไทย
ใช้ลงโฆษณาได้บ้าง 032

02 เตรียมตัวให้พร้อม ก่อนลงโฆษณา

กระบวนการลงโฆษณาให้ได้ผล 036

สร้างโฆษณาอย่างไรให้โดนใจ
ผู้บริโภค 046

ทำให้กลุ่มเป้าหมายรู้สึกว่าเขาได้ประโยชน์ 046

พาดหัวให้น่าสนใจ 047

คลิปวิดีโอต้องดึงดูดความสนใจตั้งแต่
เริ่มต้น 048

ตัวหนังสือต้องอ่านง่าย 049

เขียนคำอธิบายเสมอ อย่าลงแต่ชิ้นงาน 050

อย่าลืมช่องทางกรติดตามติดต่อ 051

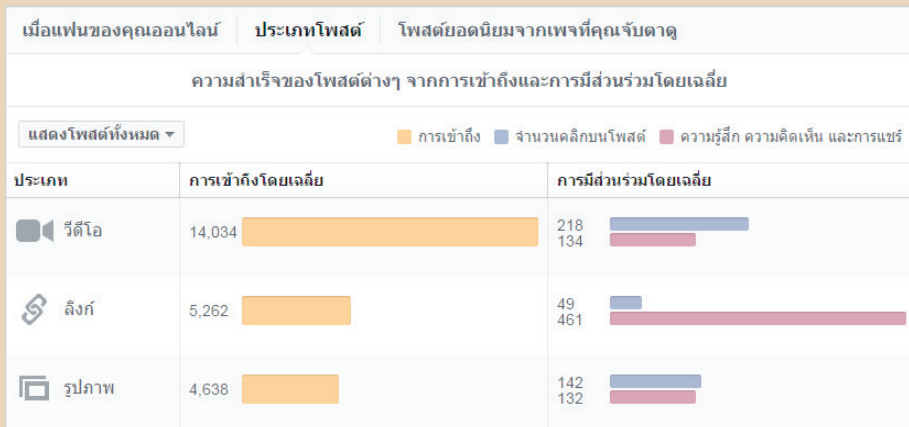
อย่ามองข้ามความสำคัญของ
Landing page 052



สิ่งที่ต้องเตรียมเมื่ออยากทำโฆษณา	053
เงินลงทุน	053
ชิ้นงานโฆษณา	053
บัตรเครดิตหรือบัญชีการจ่ายเงินแบบอื่นๆ	053
Landing Page	053

03 วิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก Page ก่อนลงโฆษณา

อย่าลงโฆษณา ถ้ายังไม่พร้อม !	056
วิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกให้เป็นโฆษณาจะเห็นผลดี	058



04 ตำแหน่งและประเภท ของโฆษณาใน Facebook Ads

ตำแหน่งการแสดงผลโฆษณาใน Facebook 066

พีคข่าวบนเดสก์ท็อป 068

คอลัมน์ด้านขวาของเดสก์ท็อป 070

พีคข่าวบนมือถือ 072

ประเภทของโฆษณาใน Facebook 075

โปรโมทโพสต์ของคุณ 076

โปรโมทเพจของคุณ 077

ส่งผู้คนไปยังเว็บไซต์ของคุณ 078

เพิ่มจำนวนคอนเวอร์ชันบนเว็บไซต์ของคุณ 079

เพิ่มจำนวนการติดตั้งแอปฯ ของคุณ 080

เพิ่มการมีส่วนร่วมในแอปฯ ของคุณ 080

เข้าถึงผู้ที่อยู่ใกล้ธุรกิจของคุณ 081

เพิ่มจำนวนผู้เข้าร่วมงานกิจกรรมของคุณ 082

เพิ่มจำนวนผู้เข้ามารับสิทธิ์ข้อเสนอของคุณ 083

เพิ่มจำนวนการรับชมวิดีโอ 084

โฆษณาประเภทไหนผลตอบรับดี 085



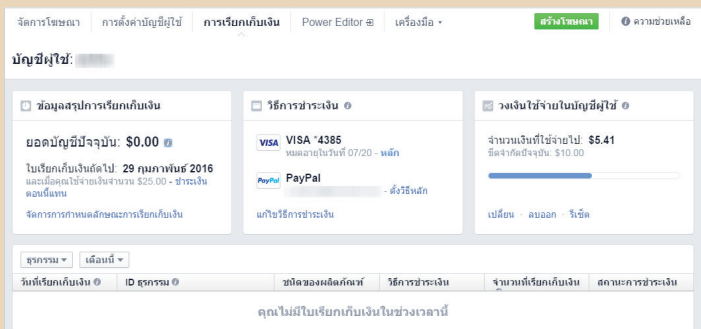
05 ช่องทางชำระสินค้า โฆษณาใน Facebook



บัตรเครดิตหรือบัตรเดบิต	088	คู่มือโฆษณาบน Facebook	088
ชำระเงินผ่าน PayPal	088	ไม่มีบัตร, PayPal และคู่มือจะอย่างไรดี	090

06 Facebook Ads Manager เครื่องมือ ช่วยจัดการโฆษณา

สารพัดประโยชน์จาก Facebook Ads Manager	094	เมนู “จัดการโฆษณา”	098
สำรวจหน้าตา Facebook Ads Manager ก่อนเริ่มใช้งาน	096	เมนู “ตั้งค่าบัญชีผู้ใช้”	099
รู้จักกับเมนูหลักใน Facebook Ads Manager	098	เมนู “การเรียกเก็บเงิน”	103
		เมนู “Power Editor”	104
		เมนู “เครื่องมือ”	105
		ตั้งค่าการชำระเงินให้พร้อม ก่อนลงโฆษณา	107
		กำหนดวิธีการชำระเงิน	107
		ตั้งค่ากำหนดวงเงินในการโฆษณา	110
		เมื่อไรที่ต้องชำระเงินค่าโฆษณา	111



07 ลงโฆษณา Facebook

เลือกวัตถุประสงค์สำหรับแคมเปญของคุณ	ดูรายชื่อเพื่อ การเลือก วัตถุประสงค์
ไปรับโทรศัพท์ของคุณ	
ไปรับโทรเฟรมของคุณ	
ส่งผู้คนไปยังเว็บไซต์ของคุณ	
เพิ่มจำนวนคอนเวอร์ชันบนเว็บไซต์ของคุณ	
เพิ่มจำนวนการติดตั้งแอปของคุณ	
เพิ่มการมีส่วนร่วมในแอปของคุณ	
เข้าถึงผู้ที่อยู่ใกล้ธุรกิจของคุณ	
เพิ่มจำนวนผู้เข้าร่วมงานกิจกรรมของคุณ	

การลงโฆษณาแบบละเอียด	114
เทคนิคการลงโฆษณาให้ได้ผล	132
ออกแบบโฆษณาให้น่าสนใจ	132
เลือกประเภทของโฆษณาให้ถูกต้อง	133
กำหนดกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน	133
เปลี่ยนโฆษณาบ้างอย่าใช้แต่โฆษณาซ้ำๆ	134
อย่าลงโฆษณาติดต่อกันนานเกินไป	134
ตั้งเวลาในการแสดงผลโฆษณา	135
พูดคุยสื่อสารกับคนที่มาคอมเมนต์โฆษณา	135
ประเมินผลของโฆษณาอยู่เสมอ	136

08 ตั้งค่าราคาประมูลและเรียกเก็บเงินจากการลงโฆษณา

ต้องตั้งค่าราคาประมูลและเรียกเก็บเงินจากการลงโฆษณาตอนไหน	138
ทำความเข้าใจกับรูปแบบการตั้งค่าราคาประมูล	139
กำหนดรูปแบบการนำส่งโฆษณา ก่อนตั้งค่าราคาประมูล	140

การคลิกเพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่ต้องการ	142
การมีส่วนร่วมในโพสต์	142
อิมเพรสชัน	143
การเข้าถึงที่ไม่ซ้ำกันต่อวัน	143
รูปแบบการคิดเงินค่าโฆษณาใน Facebook	144
การคิดเงินแบบ CPC	146
การคิดเงินแบบ CPM	147
CPM vs CPC เลือกจ่ายแบบไหนดี	148

09

ดูผลลัพธ์ของโฆษณา

ดูผลลัพธ์หลังจากลงโฆษณา	150
ปรับแต่งและแก้ไขโฆษณาที่แสดงไปแล้ว	154
การดูผลลัพธ์ของโฆษณาโดยกำหนดเอง	156
การส่งออกข้อมูลรายงานของโฆษณา	158

10

ลงโฆษณาใน Instagram

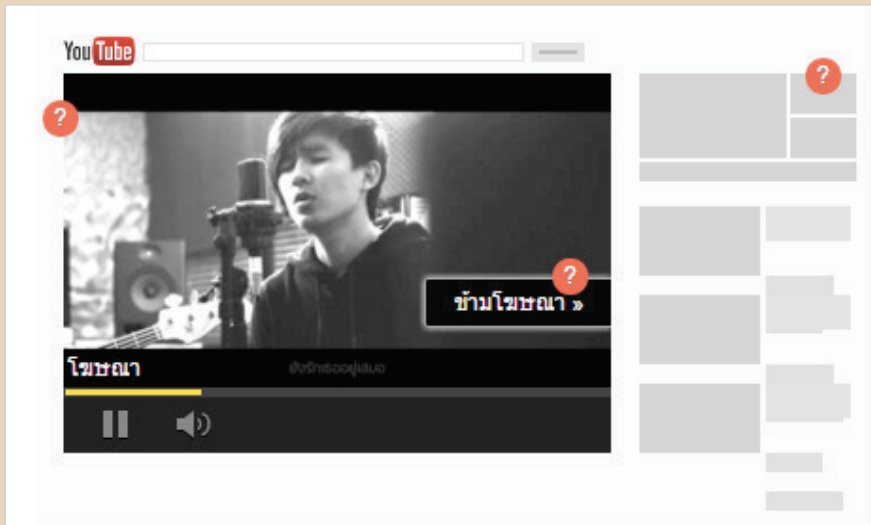
เลิกฝากร้านค้า หันมาลงโฆษณาแทน	162
รูปแบบโฆษณาใน Instagram	164
รูปภาพ	164
วิดีโอ	165
สไลด์โชว์	165
จะเกิดอะไรขึ้นเมื่อกลุ่มเป้าหมายคลิกโฆษณา	166
ลงโฆษณาใน Instagram	168
ลงโฆษณาต่างๆ ผ่าน Facebook Ads Manager	168
การเชื่อมบัญชี Instagram กับ Page เข้าด้วยกัน	169



ขั้นตอนการลงโฆษณาใน Instagram	172
ตอบคอมเมนต์อย่างไร เมื่อโฆษณาไม่ปรากฏใน Instagram	178
ลงโฆษณาทั้ง Page และ Instagram ในแคมเปญเดียวกันดีไหม	180

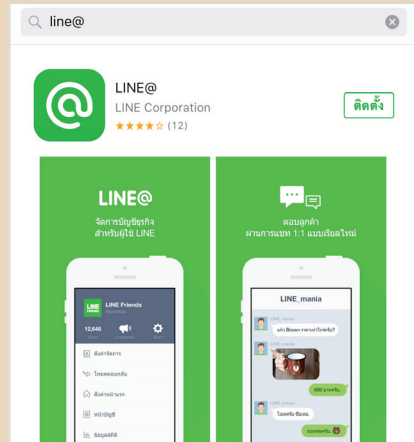
11 โพรโมวิดีโอกับ YouTube Advertising

ใครบ้างที่เหมาะสมจะลงโฆษณากับ YouTube	184	โฆษณาจะปรากฏที่ใดบ้าง	188
ก่อนลงโฆษณาต้องเตรียม อะไรบ้าง	185	คนที่ดูวิดีโอบน YouTube	189
คลิปวิดีโอใน YouTube	185	ผู้คนที่สนใจเทอร์เน็ต	190
บัญชี Google AdWords	185	ผู้คนที่ค้นหาบน YouTube	191
เปิดบัญชี Google AdWords ให้พร้อมก่อนลงโฆษณา	186	ขั้นตอนการโปรโมทคลิปวิดีโอ โดยลงโฆษณากับ YouTube	192
		ดูผลลัพธ์ของโฆษณา	202
		การชำระเงินค่าโฆษณา	204



12 สื่อสารกับลูกค้าง่ายๆ แค่ใช้ LINE@

LINE@ คืออะไร และต่างจาก LINE อย่างไร	208
LINE@ ทำอะไรได้บ้าง	210
ส่งข้อความถึงทุกคนพร้อมกัน	210
โพสต์บนโซเชียลได้	210
Chat แบบ 1 ต่อ 1	210
ตอบกลับข้อความอัตโนมัติ	211
ตั้งเวลาสำหรับการส่งข้อความ	211
สามารถสร้างได้หลายบัญชี	211
สร้างคูปองและโปรโมชั่นได้	212
สร้างแบบสอบถามความคิดเห็นจากสมาชิกได้	212
สามารถเก็บสถิติต่างๆ ได้	212
ใช้งาน LINE@ ผ่านอุปกรณ์ใดก็ได้บ้าง	213
วิธีการสมัครใช้งาน LINE@	214
สมัคร Premium ID กับดีกว่า	219
วิธีการใช้งาน LINE@	226
การเพิ่มบัญชี LINE@	226
วิธีเชิญชวนคนมาเป็นสมาชิก	228



1. บอก ID ของเราโดยตรง	228
2. กดส่งคำเชิญคนที่ เป็นเพื่อนใน LINE ของเรา	228
3. เพิ่มสมาชิกผ่านลิงค์ ID ของเรา	231
4. เพิ่มสมาชิกด้วยคิวอาร์โค้ด	231
บรอดแคสต์ข้อความให้ทุกคน ได้รับรู้	232
ตั้งค่าการตอบกลับเมื่อมีคนส่งข้อความมา	234
ตอบกลับอัตโนมัติแบบสุ่ม	235
ตอบกลับอัตโนมัติตามคีย์เวิร์ด	238
ตั้งค่าส่งข้อความอัตโนมัติทักทายสมาชิกใหม่	239

Social Media ADVERTISING



๐๓

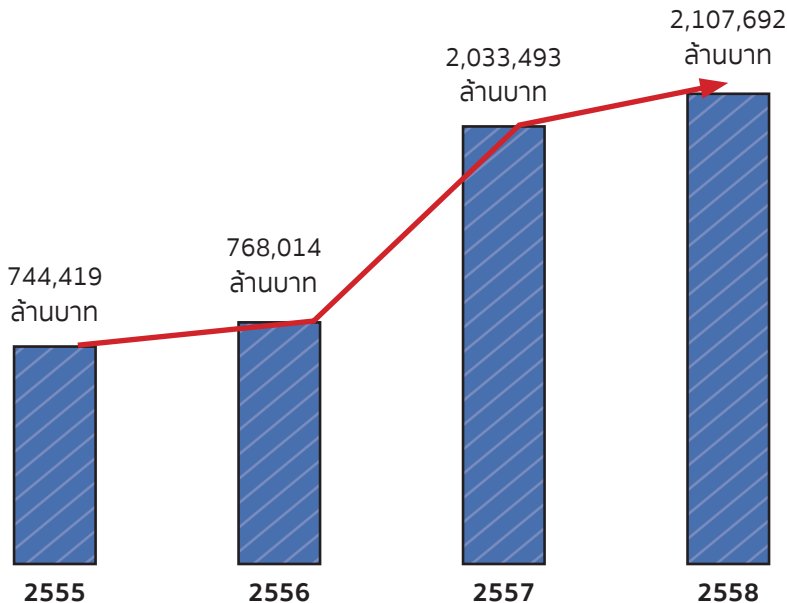
Chapter

แรงสุด จุดไม่อยู่กับ การโฆษณาบน Social Media

สมัยก่อนเราอาจคุ้นเคยกับการประชาสัมพันธ์หรือการโฆษณาแบบออฟไลน์ ไม่ว่าจะเป็นทางโทรทัศน์, วิทยุ, หนังสือพิมพ์, แผ่นพับ หรือป้ายประชาสัมพันธ์ตามที่ต่างๆ ในตอนนี้แม้ว่าการประชาสัมพันธ์แบบออฟไลน์จะยังมีให้เห็นอยู่ แต่ก็ต้องยอมรับว่าการประชาสัมพันธ์ให้ธุรกิจเป็นที่รู้จักในช่องทางออนไลน์เริ่มมีมากขึ้น โดยเฉพาะใน Social Media ต่างๆ มาดูกันว่าเป็นเพราะอะไร

สถิติชี้ชัด ตลาดค้าขายออนไลน์โต คนไทยติด Social Media

จากการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2558 (Thailand Internet User Profile 2015) โดยสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) (สพธอ.) หรือ ETDA (เอ็ตด้า) แสดงให้เห็นพฤติกรรมของคนไทยที่จับจ่ายผ่านตลาดออนไลน์มากขึ้น โดยมีมูลค่าตลาดในธุรกิจ E-commerce ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555-2558 เติบโตขึ้นทุกปี ถึงแม้ว่าสภาวะเศรษฐกิจโดยรวมจะซบเซาก็ตาม



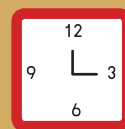
อีกผลสำรวจที่สะท้อนให้เห็นถึงพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ต คือ การใช้งานอินเทอร์เน็ตผ่านอุปกรณ์ต่างๆ โดยการใช้งานอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์มือถือนั้นสูงเป็นอันดับหนึ่ง คิดเป็น 82.1% ใช้งานมากถึงวันละ 5.7 ชั่วโมงต่อวัน อันดับรองลงไป ได้แก่ การใช้งานอินเทอร์เน็ตผ่านคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ โน้ตบุ๊ก และแท็บเล็ตตามลำดับ

1



โทรศัพท์มือถือ

อุปกรณ์ที่เข้า
อินเทอร์เน็ตสูงสุด
คิดเป็น 82.1%

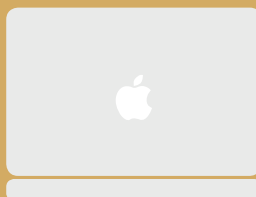


5.7 ชั่วโมงต่อวัน



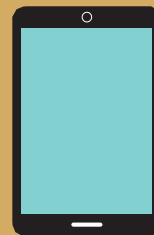
คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ

2



โน้ตบุ๊ก

3



แท็บเล็ต

4

กิจกรรมที่ใช้งานบนอุปกรณ์เคลื่อนที่บนโทรศัพท์มือถือและ
แท็บเล็ต อันดับหนึ่งคือ ใช้บริการ Social Network
สูงเป็นอันดับที่หนึ่ง คิดเป็นสัดส่วนสูงถึง 82.7%
โดยอันดับรองลงไป ได้แก่ ใช้งานสืบค้นข้อมูล
และติดตามข่าวสาร ตามลำดับ

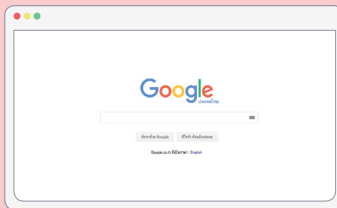
Social Network



Youtube

1

2



Google

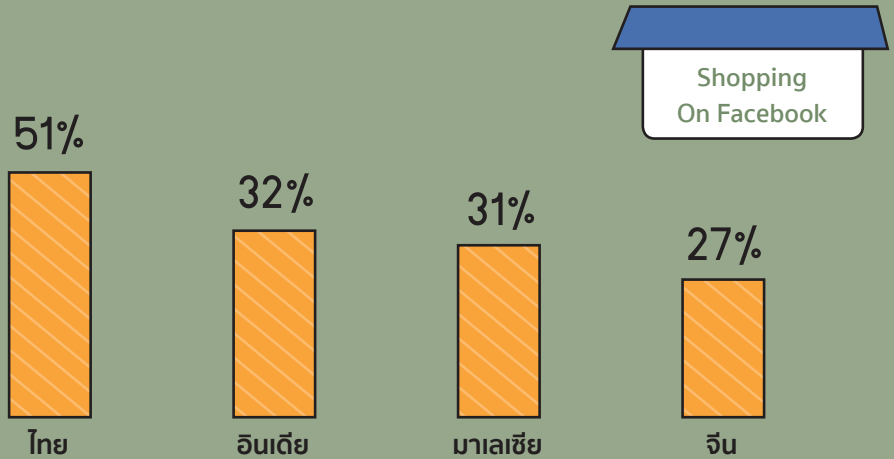


3

ติดตามข่าวสาร



นอกจากนี้ PwC ยังได้สำรวจนักช้อปออนไลน์ 23,000 ราย
ใน 25 ประเทศทั่วโลก ผลปรากฏว่าไทยเป็นประเทศที่มีนักช้อปออนไลน์
ซื้อสินค้าผ่านทาง Social Media มากที่สุดในโลก โดย...



และที่สำคัญ ในปัจจุบัน Social Media มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้า
ของนักช้อปทั่วโลกถึง 78%

4 อันดับ Social Network ยอดฮิตของคนไทย



92.1%



85.1%



43.9%



21%

มารู้จักกับ Social Media ยอดฮิตของคนไทย

Facebook

Facebook เป็น Social Media ที่มีคนใช้งานเป็นจำนวนมาก ทั้งการใช้งานแบบส่วนตัว, การเปิดร้านค้าออนไลน์ รวมไปถึงใช้เป็นเวทีแจ้งเกิดให้คนรู้จัก เราสามารถทำอะไรได้หลายอย่างใน Facebook ไม่ว่าจะเป็นการโพสต์ข้อความ, รูปภาพ, วิดีโอ, สไลด์โชว์, พูดคุยกับเพื่อน, ลงโฆษณา ฯลฯ เรียกได้ว่าครบวงจรเลยทีเดียว ด้วยเหตุนี้เองจึงทำให้ Facebook เป็น Social Media ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในประเทศไทย และยังเป็น Social Media ที่เหมาะสมกับการเปิดร้านค้าหรือทำธุรกิจออนไลน์มากที่สุดด้วยเช่นกัน



LINE

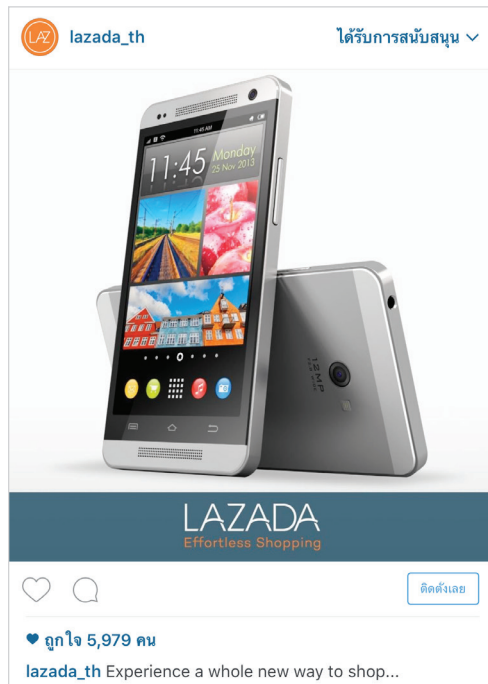
ถ้าพูดถึงการติดต่อสื่อสารแล้ว LINE เป็น Social Media ที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก เรียกว่ารองจากการพูดคุยทางโทรศัพท์ก็ว่าได้ เพราะใช้งานง่ายและสะดวกมาก จะพิมพ์ข้อความ, ส่งรูป, ส่งไฟล์ หรือแม้แต่ใช้พูดคุยแทนโทรศัพท์ก็ยังได้ นอกจากนี้ยังมี App อื่นๆ ในเครือของ LINE ให้ใช้งานอีกมากมาย ทั้ง LINE SHOP สำหรับเปิดร้านค้าออนไลน์ และ LINE@ ที่กำลังมาแรงสำหรับคนที่ทำธุรกิจ เพราะเปรียบเสมือนกับ LINE Official ให้เราใช้ติดต่อสื่อสารกับลูกค้านั่นเอง



A promotional banner for AIS mPAY. At the top left, there is a close button (X) and the AIS logo. Below the logo, it says 'AIS 2 วันที่ผ่านมา 12:00'. The main text in the center reads 'พฤษภาคม! พบกับส่วนลด 50%' in large green font, followed by 'โหลดแอป AIS mPAY ไร้พ้อ' in smaller black font. The background features a hand holding a smartphone displaying the mPAY app icon, with a dinosaur and a Ferris wheel in the background. At the bottom, there are three icons: a fire icon, a wallet icon, and a link icon, each followed by text: 'ลูกค้า AIS mPAY เตรียมพบกับส่วนลดสุดระทึก พฤษภาคม!', 'โหลด AIS mPAY และเติมเงินเข้า mPAY Wallet ไร้รอย', and 'คลิก <http://m.ais.co.th/4RHDbLS8>'.

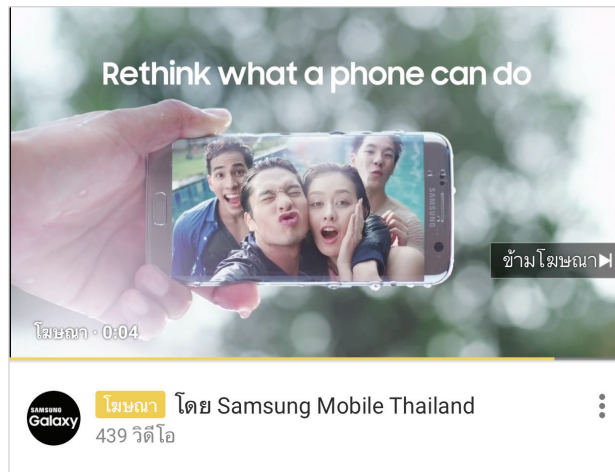
Instagram

Instagram หรือ IG เป็น Social Media ที่มีไว้สำหรับลงรูปภาพหรือคลิปวิดีโอสั้นๆ เป็นหลัก เหล่าดาราเซเลบมักนิยมใช้กันมาก หลายคนก็เลยแห่ไปเล่น IG และพัฒนาจนเปิดร้านออนไลน์และทำธุรกิจต่างๆ ผ่าน IG ถ้าใครเคยเล่น IG คงจะเคยผ่านหูผ่านตาคอมเมนต์ฝากร้านกันมาบ้าง นั่นเป็นสิ่งที่สร้างความรำคาญให้กับเจ้าของ IG เป็นอย่างมาก ปัจจุบัน IG จึงเปิดบริการให้สามารถลงโฆษณาได้แล้ว ซึ่งเป็นเรื่องที่ดีมาก เพราะสามารถเลือกกลุ่มเป้าหมายตามที่ต้องการและไม่สร้างความรำคาญให้กับใคร



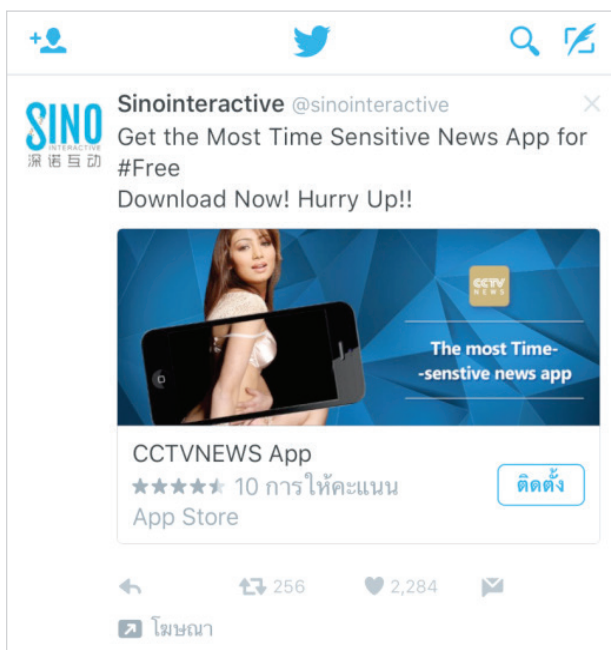
YouTube

ถ้าพูดถึงการดูคลิปหรือวิดีโอต่างๆ ใน Social Media เชื่อว่าทุกคนจะต้องนึกถึง YouTube แน่แน่นอน คนที่มาอัปโหลดวิดีโอของตัวเองใน YouTube มีทั้งคนที่ทำเล่นๆ เพื่อความสนุกสนานในหมู่เพื่อน, คนที่ทำธุรกิจแล้วต้องการโปรโมท, คนที่ใช้เป็นใบเบิกทางแสดงความสามารถ รวมไปถึงคนที่ต้องการหารายได้จากการอัปโหลดวิดีโอโดยตรง จะเห็นได้ว่าใน YouTube มีคลิปมากมายให้เราเลือกดู ทั้งคนที่ไม่มีชื่อเสียงไปจนถึงองค์กรที่มีชื่อเสียงต่างอัปโหลดวิดีโอและสร้าง Channel กันจำนวนมาก ก็เพราะว่า YouTube ได้รับความนิยมมากนั่นเอง



Twitter

อีกหนึ่ง Social Media สุดฮิตในไทย แม้จะจำกัดการโพสต์อยู่ที่ครั้งละไม่เกิน 140 ตัวอักษรก็ตาม แต่ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ก็มีความเคลื่อนไหวอย่างรวดเร็ว นอกจากข่าวสารต่างๆ แล้ว ส่วนใหญ่ Twitter จะเหมาะกับการสร้างตัวตนให้คนติดตาม ไม่ค่อยมีใครใช้ Twitter ในการเปิดร้านออนไลน์อย่างจริงจังเท่าไร แต่ก็มักใช้ Twitter ในการโปรโมทร้านออนไลน์หรือธุรกิจประเภทอื่นๆ มากกว่า อาจเป็นเพราะการจำกัดจำนวนตัวอักษรในการโพสต์แต่ละครั้ง จึงไม่ค่อยเหมาะในการเปิดร้านค้าออนไลน์โดยตรง



นอกจาก Social Media ที่ได้กล่าวมาแล้ว ยังมี Social Media อื่นๆ อีกมากมายที่หลายคนใช้บริการอยู่ เช่น Pinterest, Google+, LinkedIn เป็นต้น

Social Media ก็เหมือนสิ่งอื่นๆ บนโลกนี้ที่ถ้าใช้ให้ถูกวิธีก็จะเกิดประโยชน์มหาศาล แต่ถ้าใช้ผิดวิธีก็จะเกิดโทษมหันต์เช่นกัน ดังนั้น มาใช้งาน Social Media ให้เกิดประโยชน์กันดีกว่า เพราะหลายคนก็ใช้ Social Media นี้ละสร้างรายได้อย่างเป็นกอบเป็นกำให้กับตัวเอง

Social Media

ส่วนหนึ่งของการทำธุรกิจ

เพราะความยอดฮิตของ Social Media นี้เอง จากเดิมที่เป็นเพียงแค่ช่องทางการติดต่อสื่อสารทั้งในหมู่คนรู้จักและการมองหาเพื่อนใหม่ สุดท้าย Social Media ก็กลายมาเป็นส่วนหนึ่งของการทำธุรกิจ เช่น...

ร้าน “เจคิว ปูม้านี้” กับธุรกิจ
การขายอาหาร Delivery ผ่านทาง
Facebook



ร้าน “Morningkiss” กับธุรกิจการ
ขายเสื้อผ้าผ่านทาว Instagram

Instagram



morningkiss_shop [ติดตาม](#) ...

MorningKiss 🇹🇹 Online Clothes & Acc. 🇹🇹 สินค้าทุกชิ้นผ่านการQCตรวจสอบเช็คก่อนส่ง 🇹🇹
Call 080-7750222 🇹🇹 Line :@morningkiss line.me/ti/p/%40morningkiss

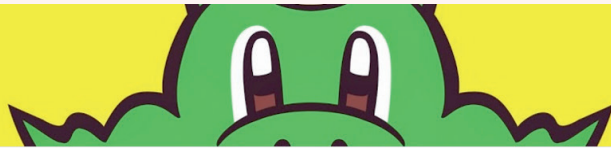
5,496 โฟลว์ ผู้ติดตาม 32.4k คน กำลังติดตาม 277 คน



ร้าน “BarBQPlaza” กับการใช้
YouTube เป็นส่วนหนึ่งในการ
โฆษณาและประชาสัมพันธ์ธุรกิจ



BAR-B-Q
PLAZA



BarBQPlazaThailand

[ดูประวัติ](#) 8,604

หน้าแรก [วิดีโอ](#) [เทลย์ลิสต์](#) [ช่อง](#) [ชุดดูด้วยกัน](#) [เกี่ยวกับ](#)

วิดีโอที่เกี่ยวข้อง

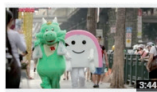
วันที่ใหม่ (ใหม่ที่สุด - เก่าที่สุด) [ดูรายชื่อ](#)



“กินแต่ขนมจอย” Bar B Q fullfil - Bar B Q Plaza (Sub Eng)
ดู 1,353,175 ครั้ง · 1 เดือนที่ผ่านมา



กิจกรรม “มอบคุณผู้ดีตลอด” จากบาร์บีคิวพลาซ่า
ดู 1,403 ครั้ง · 1 เดือนที่ผ่านมา



ของขวัญปีใหม่ดี “ผู้ใจ” ทุกคน
ดู 22,680 ครั้ง · 2 เดือนที่ผ่านมา



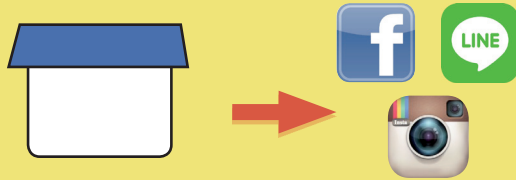
เคล็ดลับทางเชิงอาหารชาวอเมริกัน
ชมฟรีทุกวัน
ดู 4,932 ครั้ง · 2 เดือนที่ผ่านมา



Bar B Q Plaza - Bar BQon Give Set
แจกตามงานทาง “ใจ”
ดู 464,524 ครั้ง · 2 เดือนที่ผ่านมา

ความเกี่ยวข้องกันของ Social Media กับการทำธุรกิจ แบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่

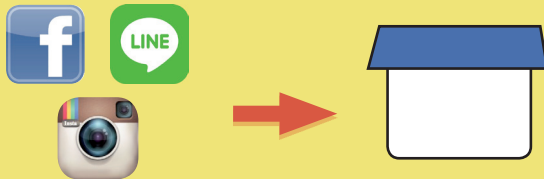
ทำธุรกิจแบบออฟไลน์มาก่อน
แล้วใช้ Social Media ช่วยทำ
ธุรกิจ



เริ่มต้นทำธุรกิจใน
Social Media
และยังใช้ Social Media
ทำธุรกิจต่อไป



เริ่มต้นทำธุรกิจใน
Social Media
จนขยายกิจการมาเปิด
ร้านแบบออฟไลน์



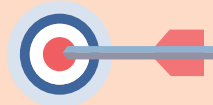
ไม่ว่าเราจะทำธุรกิจแบบออฟไลน์หรือออนไลน์ Social Media ก็ช่วยเราทำธุรกิจได้ทั้งนั้น ทั้งช่วยในเรื่องการสื่อสารไปยังลูกค้า และการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างง่ายดาย จะเห็นได้ว่าไม่ว่าใครที่ทำธุรกิจก็มักจะมีช่องทางการติดต่อทาง Social Media อยู่เสมอ ทั้งองค์กรขนาดใหญ่ที่มีคนรู้จักกันทั่วประเทศ หรือร้านค้าเปิดใหม่ขนาดเล็กที่ยังไม่ค่อยมีคนรู้จัก

ดังนั้น ถ้าใครมีธุรกิจเป็นของตัวเองอยู่แล้ว หรือกำลังจะสร้างธุรกิจ แนะนำให้ใช้ Social Media เป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจได้เลย แม้เราจะไม่ได้เปิดร้านค้าใน Social Media ก็จริง แต่เราก็หนีการประชาสัมพันธ์ให้ธุรกิจเป็นที่รู้จักผ่าน Social Media ไม่ได้หรอก เพราะช่องทางนี้มันคุ้มค่ากับเงินลงทุนในการประชาสัมพันธ์มากที่สุดแล้ว

“เริ่มเห็นความสำคัญของการใช้ Social Media
ในการทำธุรกิจบ้างแล้วใช่ไหม
คำถามต่อมา แล้วจะทำให้ธุรกิจของเราเข้าถึง
ลูกค้าบน Social Media ได้อย่างไร
วิธีการที่ทำแล้วได้ผลตอบแทนเร็วที่สุดคือ
**การโฆษณาบน
Social Media** นั่นเอง”

การโฆษณาใน Social Media ดีอย่างไร

สามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมาย
เองได้



กำหนดงบประมาณได้ตาม
เงินลงทุนที่มี



ราคาไม่แพงเมื่อเทียบกับการ
ลงโฆษณาแบบอื่น



ช่วยกระตุ้นยอดขายไม่ว่าจะทำธุรกิจ
แบบออฟไลน์หรือออนไลน์



เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่ายขึ้น
มีโอกาสดึงลูกค้าใหม่สูง



ช่วยประชาสัมพันธ์ข่าวสาร,
กิจกรรม หรือโปรโมชั่นใหม่ๆ



สามารถจัดการและแก้ไข
โฆษณาได้ตลอดเวลา



Social Media ไท ใช้ลงโฆษณาได้บ้าง

Social Media ที่เปิดให้เราสามารถลงโฆษณาได้โดยตรง ได้แก่



Facebook



Instagram



YouTube

ตัวอย่างการลงโฆษณาใน
Facebook ของ IKEA

IKEA Thailand
ได้รับการสนับสนุน · 🌐

ไม่ว่าวันธรรมดาหรือวันหยุดไหนๆ ก็เต็มความพิเศษได้ง่ายๆ ทุกมื้อ ด้วย
เครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร และเฟอร์นิเจอร์หลากหลายจากอียีเกีย เพิ่มเติม
คลิก http://bit.ly/IKEATH_EDSVDO_m

แชร์ 1.7K ครั้ง รับชม 1.8 ล้าน ครั้ง

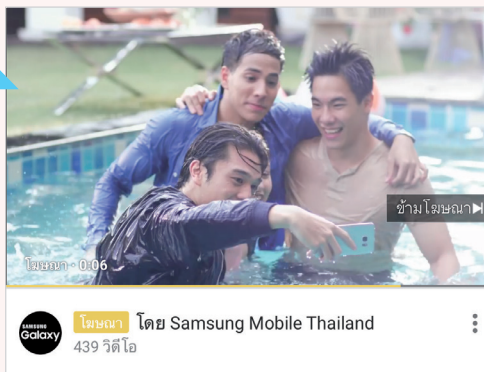
👍 ถูกใจ 💬 แสดงความคิดเห็น ➡ แชร์

ตัวอย่างการโฆษณาใน
Instagram ของ Tesco Lotus



The screenshot shows an Instagram post from the official Tesco Lotus account. The profile name is 'Tesco Lotus - เทสโก้ โลตัส' with a verified badge. The post features a promotional banner for the 'MOBILE300X' campaign, highlighting a 'ส่วนลด 300 บาท*' (300 Baht discount*) on mobile phones. The banner includes images of three smartphones and a shopping cart icon. Below the banner, there are interaction icons for a heart and a comment, and a button that says 'เลือกซื้อเลย' (Buy now). The caption, written in Thai, reads: '♥ gourmetbangkok, nokz_youridea, aim_stagram คุณๆ มือถือเค้ก็สั่งออนไลน์กันได้นะ... สั่งง่าย ส่วนลดดี บริการเด่น ส่งให้ถึงบ้านเลย!!! *เฉพาะในเขตพื้นที่บริการ กรุงเทพฯและปริมณฑล เชียงใหม่ พัทยา ภูเก็ต'.

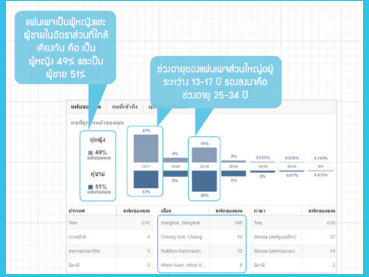
ตัวอย่างการโฆษณาใน
YouTube ของ Samsung



The screenshot shows a YouTube video thumbnail for Samsung. The video title is 'โฆษณา - 006' (Advertisement - 006). The thumbnail image depicts three young men in a swimming pool, smiling and looking at a smartphone held by one of them. A play button icon is overlaid on the bottom right of the image, with the text 'ข้ามโฆษณา' (Skip ad) next to it. Below the video player, the Samsung logo is visible on the left, and the text 'โฆษณา โดย Samsung Mobile Thailand 439 วิดีโอ' (Advertisement by Samsung Mobile Thailand 439 videos) is displayed on the right.

สำหรับรายละเอียดเกี่ยวกับการลงโฆษณาในแต่ละ Social นั้น สามารถติดตามรายละเอียดได้ในบทความต่อไป ไม่ว่าคุณอยากลงโฆษณาใน Social Media ไหน รับรองว่าทำได้อย่างมีประสิทธิภาพดีแน่นอน

นอกจากการลงโฆษณาโดยตรงใน Facebook, Instagram และ YouTube แล้ว ยังมีอีก Social Media หนึ่งที่ไม่เชิงว่าใช้ลงโฆษณาได้ แต่ก็เหมาะสมในการใช้ประชาสัมพันธ์ โดยกำลังได้รับความนิยมในหมู่คนทำธุรกิจ นั่นก็คือ LINE@ นั่นเอง ซึ่งสามารถติดตามวิธีการใช้งานได้ในหนังสือเล่มนี้เช่นกัน



ความสนใจ

เป็นข้อมูลความสนใจในด้านต่างๆ เช่น สนใจเรื่องการช้อปปิ้ง, การช้อปปิ้งกีฬา, การเดินทาง เป็นต้น เมื่อคลิกไปในแต่ละหัวข้อแล้วก็จะมีการเชื่อมโยงไปยังผลิตภัณฑ์ สำหรับเรื่องความสนใจนั้นจะนำโพสที่คลิกหรืออ่านแล้วสามารถเชื่อมโยงไปยังโพสที่เกี่ยวข้องได้ทันที ซึ่งมีความสนใจจริงๆ เพราะคนกลุ่มนั้นคลิกที่ของที่เราขาย

CPC : Cost Per Click

CPM : Cost Per 1,000 Impressions

แต่ในการโฆษณาแบบ Facebook นั้น คุณอาจจะไม่เห็น 2 คำนี้และจะว่าคือสิ่งเดียวกัน แต่ไม่ใช่เพราะจริงๆแล้วมันคือสองอย่างจาก Facebook ค่ะ

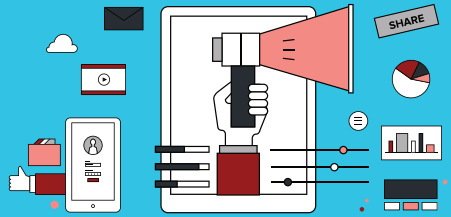
- โฆษณาที่คิดเงินแบบ CPM
- โฆษณาที่คิดเงินแบบ CPC
- โฆษณาที่คิดเงินแบบ CPM
- โฆษณาที่คิดเงินแบบ CPC

โฆษณาที่แสดงแก่ผู้ใช้งานที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่เลือกได้

โฆษณาที่แสดงแก่ผู้ใช้งานที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่เลือกได้

โฆษณาที่แสดงแก่ผู้ใช้งานที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่เลือกได้

- ทำโฆษณาที่ใครๆ ก็ลงโฆษณากับสื่อ Social Media ออนไลน์
- วิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกของ Page เพื่อค้นหากลุ่มเป้าหมาย
- แนวทางการสร้างโฆษณาที่ได้ผลและโดนใจลูกค้า
- เลือกรูปแบบการลงโฆษณาและเช็คพีดแบ็คหลังลงโฆษณา
- ครอบคลุม Social ยอดนิยม ทั้ง Facebook Page, Instagram, Youtube และ Line



Social Media Advertising

โดย : ทวีลา ธิลากร
บรรณาธิการ : ชนะ เทศทอง

จัดจำหน่ายโดย **IDC PREMIER**
ISBN 885-916-100-449-3

240 หน้า