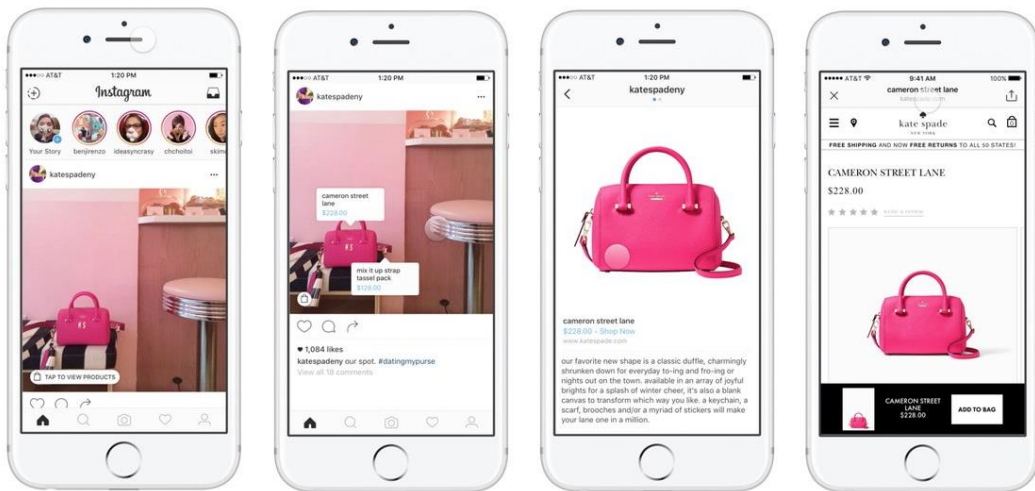


## เรื่องที่ 11.3.4

### อินสตราแกรมสำหรับผู้ประกอบการดิจิทัล

อินสตราแกรม (Instagram) อินสตราแกรมเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่มีจุดเด่นในด้านการสื่อความด้วยรูปภาพ วิดีโอ พร้อมกับข้อความสั้น ๆ (Caption) โดยมีผู้ใช้ 800 ล้านคน นอกจากความสวยงามของรูปภาพ ที่สมาชิกนามาลงเผยแพร่แล้ว ปัจจุบันอินสตราแกรมเป็นอีกสื่อหนึ่งที่มีศักยภาพในการ สร้างสรรค์ธุรกิจได้ บริษัทใหญ่หลายบริษัทเลือกใช้อินสตราแกรมในการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร ดังภาพแสดง



#### เหตุผลว่าทำไมควรมาใช้

เมื่อ Facebook เข้าสู่จุดสูงสุดของตลาด โดยการครองผู้ใช้งานด้าน Social Media มากที่สุดในโลกขึ้นมา และทำให้เกิดการเชื่อมต่ออย่างมากมายกับผู้คนต่าง ๆ ทั่วโลก ทำให้คนที่ไม่เคยได้เจอ ก็มาเจอกันภายใน Facebook ทำให้เกิดการรู้จักเพื่อนใหม่ ๆ มากมาย และเกิดเป็นเครือข่ายของเพื่อนอยู่ทั่วโลก ซึ่งแน่นอนเมื่อนำคนมาเจอกันด้วยระบบเหล่านี้ ทำให้หลาย ๆ คนไม่อยากจะเจอคนต่าง ๆ ก็มี หรือไม่อยากจะหนีออกจากคนต่าง ๆ ตัวอย่างเช่น คนที่ไม่อยากให้พ่อแม่มาติดตาม หรือ คนที่ไม่อยากให้เจ้านายมาติดตาม รวมทั้งคนที่เบื่อเนื้อหาตรงมาต่าง ๆ ที่แชร์ผ่าน Facebook ทำให้คนเหล่านี้ ย้ายมา Platform อื่น ๆ แทน ซึ่ง Instagram กลายเป็นพื้นที่ใหม่ที่ผู้บริโภคมักจะไป

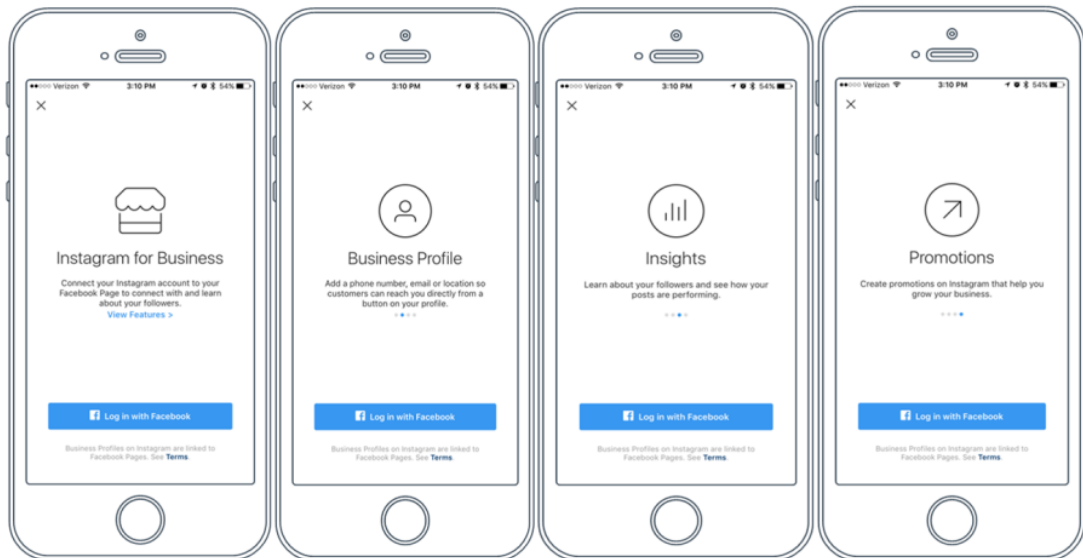
ด้วย Instagram กำลังกลายเป็นพื้นที่ที่กำลังมีความสำคัญอย่างมาก และเริ่มเข้าไปมี Activity และ Engagement ต่าง ๆ ที่สูงกว่าใน Facebook ทำให้เริ่มมีความสนใจของแบรนด์ต่าง ๆ ในประเทศไทยที่เข้าไปสร้างตัวตนใน Instagram แต่ก็ยังไม่มีความเข้าใจมากพอในการใช้งานให้กลมกลืนกับสังคมของ Instagram

#### Instagram

#### สำหรับธุรกิจ

ต่าง ๆ ไม่ว่าจะการโพสรูปภาพที่ยังใช้ภาพโฆษณา หรือภาพที่ไม่สามารถอ่านได้ใน Instagram นั้นเอง นอกจากนี้ยังใช้ Instagram ผิดไปด้วยการใช้ Profile Account แทนที่จะเป็น Business Account ที่จะให้ประโยชน์มากกว่า การโพสปกติมากมาย ซึ่งนี่คือ 5 เหตุผลว่าทำไม แบนด์ธุรกิจจึงควรปรับเปลี่ยนมาใช้ Instagram สำหรับคนทำธุรกิจกัน

1. ทำให้ธุรกิจดูน่าเชื่อถือ : สิ่งสำคัญของการทำ Instagram ของแบรนด์ขึ้นมาคือการสร้างความน่าเชื่อถือต่าง ๆ ขึ้นมา ด้วย Instagram Business Profile นั้นทำให้แบรนด์จะถูกยืนยันว่าเป็นธุรกิจจริง ๆ ขึ้นมา และทำให้เกิดความน่าเชื่อถือต่อผู้บริโภคที่เข้ามาดู เนื้อหาของแบรนด์ใน Instagram หรือติดตามเรื่องราวของ Instagram ของแบรนด์ว่า เนื้อหาเหล่านี้มาจากแบรนด์จริง ๆ และสามารถเอาไปใช้อ้างอิงหรือแชร์ต่อเพื่อสร้างกระแสโดยไม่กังวลว่าจะเป็นข่าวปลอมอีกด้วย

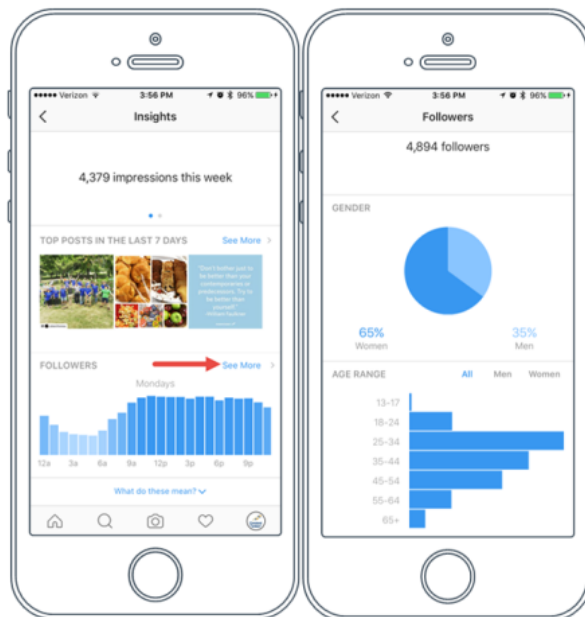


2. เชื่อมกับ Feature Stories : สิ่งหนึ่งที่เป็นข้อดีของการใช้ Instagram สำหรับธุรกิจนั้นคือการสามารถเชื่อม Link ต่าง ๆ ไปกับ Feature Stories ของ Instagram ได้ ซึ่งฟีเจอร์นี้ทำได้เฉพาะ account สำหรับธุรกิจเท่านั้น แนนอนข้อดีของการใส่ Link เข้าไป ทำให้สามารถเชื่อมโยงเนื้อหาที่ผู้บริโภคที่กำลังสนใจใน Feature Stories ของ Instagram อยู่ไปยังหน้าที่วางไว้รองรับข้อมูลที่สนใจเพิ่มเติมได้ ซึ่งอาจจะนำไปสู่การจบการขาย หรือการเพิ่มสมาชิกได้ทันที สร้างโอกาสให้แบรนด์อย่างมากมายในการใช้ Instagram ขึ้นมา

3. ได้ Feature ใหม่ ๆ เร็ว : เมื่อทำ Instagram ให้กลายเป็น Account สำหรับธุรกิจขึ้นมา สิ่งหนึ่งที่จะได้คือการได้ใช้ Feature ใหม่ ๆ ที่ออกแบบมาสำหรับแบรนด์โดยเฉพาะ เช่นล่าสุดที่ Instagram ออกแบบปุ่มซื้อขายให้กับแบรนด์ได้โดยตรง ทำให้แบรนด์สามารถสร้างการขายทางธุรกิจผ่าน Instagram ได้ทันที และได้ลูกค้าใหม่ ๆ ผ่านเนื้อหาของการดูรูปและวิดีโอที่สร้างขึ้นไปแล้วกระตุ้นให้จบในการที่จะซื้อได้เลย แทนที่จะรอให้ออกจากแอป ไปที่เว็บไซต์ต่าง ๆ เพื่อซื้อของหรือรอไปดูตามห้างสรรพสินค้า

4. ได้ Insight ที่สำคัญ : ถ้าใช้ Profile Account ใน Instagram นั้นสิ่งหนึ่งที่จะไม่เคยได้จากระบบเลยคือการได้มาซึ่งข้อมูลเบื้องหลังต่าง ๆ ในการวัดผลว่ารูปที่ขึ้นไปได้ผลอย่างไร ซึ่งด้วย Instagram สำหรับธุรกิจนั้นสามารถให้ผลข้อมูล Insight ต่าง ๆ สำหรับนักการตลาดได้ไม่ว่าจะเป็น post reach, stats ของ stories, audience demographic, impression และคนคลิกที่ซื้อเท่าไร ข้อมูลนี้สามารถสร้างความได้เปรียบเสียเปรียบต่าง ๆ ของการทำงานได้ทันที และทำให้นักการตลาดนั้นสามารถทำงานในการสร้างภาพและวิดีโอที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายและได้ผลทางธุรกิจมากขึ้นได้

5. ทำให้ใช้ 3rd party tools ต่าง ๆ ได้ดีขึ้น : สิ่งหนึ่งที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงของ Profile Instagram ธรรมดาไปยัง Business Profile นั้นคือการทำให้อุปกรณ์มือต่าง ๆ ที่ใช้ผ่าน 3rd Party ในการหาข้อมูล Insight หรือวัดผลในค่าอื่น ๆ เพิ่มเติมที่อยากรู้นั้นทำได้ง่ายมากขึ้น และด้วยข้อมูลเหล่านี้ทำให้นักการตลาดสามารถนำมาใช้วางแผนต่างๆ ในการสร้างเรื่องราวของ Instagram ที่จะได้ผลมากขึ้นไปอีกจากการแค้ใช้ Insight ของ Instagram ที่ได้มา



สุดท้ายนี้เครื่องมืออย่าง Instagram กำลังทวีความสำคัญขึ้นอย่างมากในปัจจุบันสำหรับผู้ประกอบการดิจิทัลและนักการตลาดต้องรีบหาทางที่จะครองใจผู้บริโภคใน Instagram เอาไว้ให้ได้ การเปลี่ยนจาก Profile ธรรมดาเป็น Business Account ใน Instagram นั้นมีข้อดีหลาย ๆ อย่างที่จะเชื่อมแบรนด์ธุรกิจกับผู้บริโภคเข้าด้วยกัน เพื่อที่จะบริหารจัดการการสื่อสารทางการตลาดและทำ Digital Marketing ได้แม่นยำมากขึ้นไปอีก

#### กิจกรรม 11.3.4

1. ทำไมควรมาใช้ Instagram สำหรับธุรกิจ
  2. แบรรณต์ธุรกิจควรเปลี่ยนมาใช้ Instagram สำหรับคนทำธุรกิจกันเพื่ออะไร
- 

#### แนวตอบกิจกรรม 11.3.4

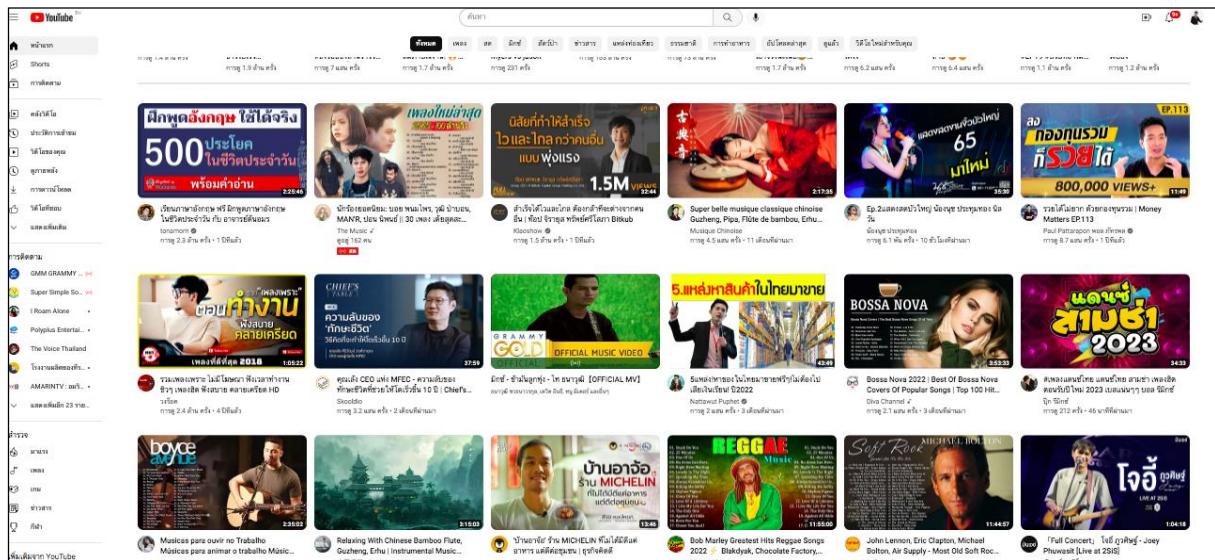
1. อินสตราแกรม (Instagram) อินสตราแกรมเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่มีจุดเด่นในด้านการสื่อความด้วยรูปภาพ วิดีโอ พร้อมกับข้อความสั้น ๆ (Caption) โดยมีผู้ใช้ 800 ล้านคน นอกจากความสวยงามของรูปภาพ ที่สมาชิกนามาลงเผยแพร่แล้ว ปัจจุบันอินสตราแกรมเป็นอีกสื่อหนึ่งที่มีศักยภาพในการ สร้างสรรค์ธุรกิจได้

2. ทำให้ธุรกิจดูน่าเชื่อถือ : สิ่งสำคัญของการทำ Instagram ของแบรรณต์ขึ้นมานั้นคือการสร้างความน่าเชื่อถือต่าง ๆ ขึ้นมา

---

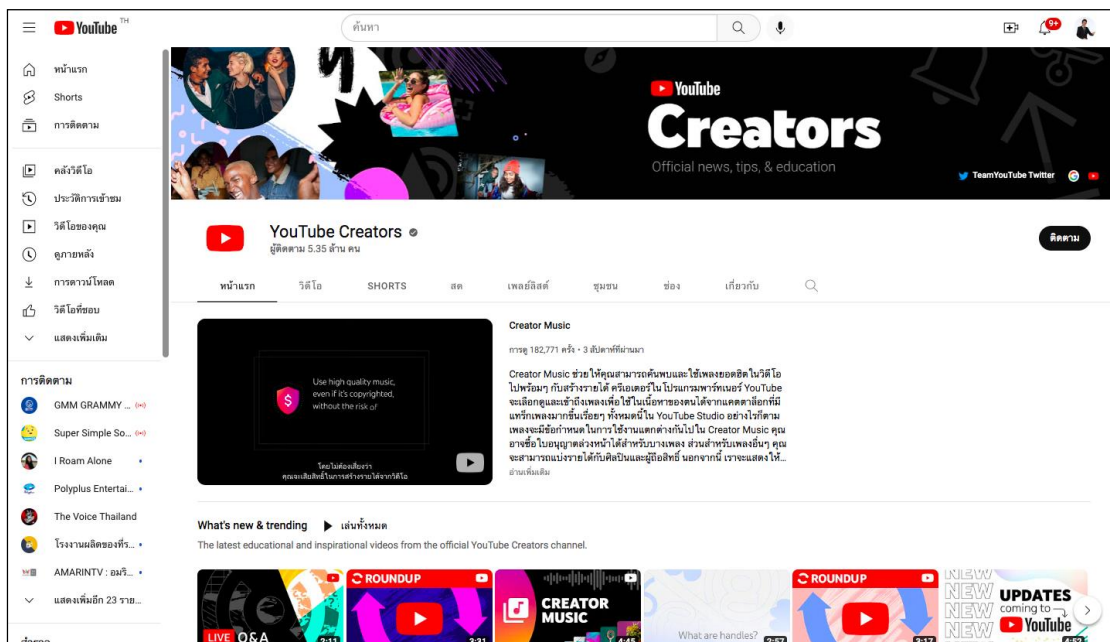
# ยูทูปสำหรับผู้ประกอบการดิจิทัล

ยูทูป (YouTube) ยูทูปเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่มีจุดเด่นคือการให้บริการชมวิดีโอออนไลน์ ซึ่งมีหลากหลายประเภทให้เลือกเข้าชม เช่น ภาพยนตร์ ข่าว มิวสิควิดีโอ สารคดี คลิปรีวิวสินค้า ต่าง ๆ โดยมีข้อดีว่าการเข้าชมผ่านโทรศัพท์มือถือสามารถชมรายการย้อนหลังได้ตามที่ต้องการ สามารถบันทึกช่องที่ชื่นชอบได้ สามารถเขียนความคิดเห็นหรือคอมเมนต์ได้ ซึ่งรูปแบบของยูทูปประกอบไปด้วยส่วนเมื่อย่อยคือ หน้าหลัก (Home) รายการที่เป็นที่นิยม (Trending) รายการที่ติดตาม (Subscriptions) รายการที่ชมไปแล้ว (History) รายการที่เก็บไว้ดูทีหลัง (Watch later) วิดีโอที่ไลค์กดชอบไป (Liked videos) และรายการโปรด (Favorites) ส่วนด้าน บริเวณกึ่งกลางหน้าเว็บเป็นรายการวิดีโอ ดังภาพแสดง



จุดที่น่าสนใจสำหรับการใช้ยูทูปให้เกิดประโยชน์ทางธุรกิจ คือ สมาชิกสามารถผลิตสื่อ วิดีโอออนไลน์ เผยแพร่โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย ทั้งยังสามารถสร้างรายได้จากการรับฝากโฆษณาด้วย เพียงแต่การสร้างรายได้มากหรือน้อยย่อมขึ้นอยู่กับกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงความคิดสร้างสรรค์ และความมุ่งมั่นเป็นตัวตั้ง คลิปที่มียอดวิว โดยคนไทยจำนวนหนึ่งล้านวิว อาจได้ค่าตอบแทน น้อยกว่าการมีผู้ชมจากต่างประเทศเข้ามา ซึ่งแปรผันตามค่าเงินของประเทศนั้น ๆ ด้วย ดังนั้น หากผลิตคลิปและต้องการให้ได้ค่าตอบแทนที่สูงขึ้นควรฝึกฝนการใช้ภาษาอังกฤษ โดย กฎเกณฑ์การสร้างรายได้จากการแทรกโฆษณานั้นก็มีเงื่อนไขหลายประการ เช่น หลังจากการ เช็ตค่าในยูทูปให้ยื่นเรื่องการเปิดการสร้างรายได้ จำเป็นต้องมีชั่วโมงในการรับชมจากผู้ชมใน 12 เดือน

จำนวน 4,000 ชั่วโมง และมีสมาชิกติดตามจำนวน 1,000 คน ระบบจึงนำช่องยูทูปที่ ยื่นเรื่องนี้ไปพิจารณาว่า จะอนุมัติให้ได้รับรายได้จากการแทรกโฆษณาหรือไม่ ถึงแม้ว่าเงื่อนไข จำนวน 4,000 ชั่วโมงนี้จะดูใช้เวลา มาก แต่หากผลิตคลิปที่มีความยาว 4 นาที และมีคนดูจบ จำนวน 60,000 คนก็จะเท่ากับ 4,000 ชั่วโมงแล้ว ซึ่งยูทูป จะจ่ายเงินให้เมื่อเงินก้อนแรกสะสม ได้ 100 เหรียญสหรัฐ และค่าเฉลี่ยจำนวนการชมหรือยอดวิวที่แปลงเป็น เงินแล้วจะประมาณ 60 – 100 ครั้งต่อ 1 บาท ดังนั้นไม่ใช่เรื่องง่ายที่จะสร้างสื่อให้มีความนิยมและยอดผู้ชมสูง แต่ ก็ไม่ใช่เรื่องที่เป็นไปไม่ได้สำหรับผู้ที่ชื่นชอบงานด้านถ่ายทำสื่อวิดีโอ ตัดต่อเสียง คิดเนื้อหาที่ น่าสนใจ รวมถึงมีความอดทนในการผลิตผลงานอย่างสม่ำเสมอ สำหรับการลงทะเบียนเพื่อให้ คลิปที่ผลิตสามารถแทรก โฆษณาและหารายได้นั้นสามารถเข้าได้ที่เว็บไซต์ <https://www.youtube.com/yt/creators/> ซึ่งมีวิดีโอสอน



## การใช้งาน ดังภาพ

ในกรณีเป็นผู้ผลิตสินค้าและบริการ หากต้องการจ้างให้ยูทูปลงโฆษณาให้ ยูทูปจะมี พื้นที่ในการ โฆษณาให้เลือกดังต่อไปนี้

1. Mastheads เป็นการโฆษณาบนหน้าแรกของเว็บไซต์ยูทูป โดยมีขนาดพื้นที่ในการ ลงโฆษณาขนาด มาตรฐาน (standard) 970×250 pixel และขนาดที่มีความสูงของภาพมาก ขึ้นคือ 970×500 pixel

### กิจกรรม 11.3.5

1. การใช้ยูทูปให้เกิดประโยชน์ทางธุรกิจอย่างไร
  2. การทำธุรกิจสามารถหารายได้จากยูทูปได้อย่างไร
- 

### แนวตอบกิจกรรม 11.3.5

1. ยูทูป (YouTube) ยูทูปเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่มีจุดเด่นคือการใช้บริการชมวิดีโอออนไลน์ ซึ่งมีหลากหลายประเภทให้เลือกเข้าชม เช่น ภาพยนตร์ ข่าว มิวสิควิดีโอ สารคดี คลิปรีวิวสินค้า ต่าง ๆ
  2. สร้างสื่อให้มีความนิยมและยอดผู้ชมสูง ถ่ายทำสื่อวิดีโอ ตัดต่อเสียง คิดเนื้อหาที่ให้น่าสนใจ รวมถึงมีความอดทนในการผลิตผลงานอย่างสม่ำเสมอ
-

## เรื่องที่ 11.3.6

### เว็บบล็อกสำหรับผู้ประกอบการดิจิทัล

---

**เว็บบล็อก (Weblog)** เว็บบล็อก (Weblog) เป็นคำที่มาจากคำว่า เว็บ (Web) กับคำว่า บล็อก (Blog) นำมา ร่วมกัน เกิดเป็นคำว่า “เว็บบล็อก” (Weblog) เป็นเว็บไซต์สำหรับเขียนบันทึกเล่าเรื่องราวประจำวันหรือกิจกรรมต่างๆ บทความ ความรู้ ข้อมูลข่าวสาร เป็นต้น ในเรื่องของผู้จัดทำเว็บ บล็อก (Blogger) ให้ความสนใจ มีความเป็นส่วนตัวและเป็นกันเองระหว่างผู้เป็นเจ้าของบล็อก กับผู้เข้ามาอ่านบล็อก เนื่องจากจะเป็นการใช้ภาษาที่เรียบง่าย

#### เว็บบล็อก ต่างจาก เว็บไซต์ อย่างไร...?

เว็บบล็อก คือ รูปแบบของเว็บไซต์ประเภทหนึ่ง แตกต่างกันตรงที่บล็อกมีความเป็น กันเองระหว่างผู้เขียนกับคนอ่าน ซึ่งผู้เขียนจะเขียนบันทึกเรื่องราวประจำวันเพื่อสื่อสาร ความรู้สึกนึกคิด มุมมอง ประสบการณ์ ความรู้ ข่าวสาร ในเรื่องที่น่าสนใจ ซึ่งในส่วนนี้เอง จึงทำให้บล็อกต่างจากเว็บไซต์

#### ประเภทของการสร้างเว็บบล็อก

เว็บบล็อกมีการจัดสร้างในหลายรูปแบบ มีการนำไปใช้งานในหลายประเภท การจัดทำเว็บบล็อกนั้นสามารถจัดทำได้หลายรูปแบบ โดยแบ่งประเภทของการสร้างเว็บบล็อก เป็น 3 รูปแบบ ได้แก่

1. เว็บบล็อกที่สร้างจากเว็บไซต์ของผู้ให้บริการ โดยจะมีผู้ให้บริการทางด้านเว็บไซต์ เปิดให้บริการทางด้านการจัดทำเว็บบล็อกโดยเฉพาะ โดยเว็บไซต์ที่ให้บริการจะให้ผู้ต้องการ สร้างบล็อกสมัครใช้งาน และทำการจัดสรรพื้นที่และลักษณะรูปแบบของบล็อกให้อยู่ในกรอบ แนวทางตามที่คุณให้บริการจัดเตรียมไว้ให้ เว็บบล็อกในลักษณะนี้จะมีผู้ให้บริการ ได้แก่ Pantip.com Blogger.com Storylog.co Medium.com และ BlogGang.com เป็นต้น

2. เว็บบล็อกที่สร้างจากโปรแกรมสร้างเว็บบล็อก ผู้ที่ต้องการสร้างเว็บบล็อกในลักษณะ ติดตั้งโปรแกรมเองสามารถเข้าไปดาวน์โหลดโปรแกรมสำหรับนำมาใช้ในการสร้างเว็บบล็อก จากผู้ให้บริการทางด้านโปรแกรมบล็อก โดยการดาวน์โหลดโปรแกรมจากผู้ให้บริการ แล้ว นำมาติดตั้งบนเครื่องเซิร์ฟเวอร์เอง ซึ่งผู้ให้บริการโปรแกรมสร้างเว็บบล็อก ได้แก่ WordPress.org

3. เว็บบล็อกที่เป็นหนึ่งของเครือข่ายสังคมออนไลน์ ปัจจุบันเครือข่ายสังคมออนไลน์ (social networking) ได้เข้ามามีบทบาทในด้านการสื่อสารเป็นอย่างมาก ผู้ให้บริการทางด้าน นี้ก็ได้จัดทำส่วนเสริมที่ให้ผู้ที่เป็นสมาชิกได้จัดทำแฟนเพจ (fan page) เพื่อให้ผู้ที่ต้องการเขียน เรื่องราวต่าง ๆ ได้บันทึกและเผยแพร่เรื่องราวเหล่านั้นให้กับผู้เป็นสมาชิก หรือผู้ติดตามได้ โดยตรง ซึ่งช่วยเพิ่มในเรื่องของการติดต่อสื่อสาร ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เขียนบล็อกกับผู้ติดตามได้ ทั้งนี้ ปัจจุบันเว็บบล็อกลักษณะนี้สามารถสร้างรายได้ ในเรื่องของการขายสินค้า หรือการ ประชาสัมพันธ์ได้เป็นอย่างดี ผู้ให้บริการ ได้แก่ Facebook.com ซึ่งมีบริการ



### ประโยชน์ของเว็บบล็อก

1. เป็นเครื่องมือสร้างความรู้ การเขียนบล็อกเป็นการบันทึกเรื่องราวข่าวสาร ความรู้ และประสบการณ์ต่าง ๆ ในสิ่งที่เจ้าของบล็อกสนใจ เป็นการถ่ายทอดองค์ความรู้จากบุคคลไป เป็นตัวหนังสือและบันทึกจัดเก็บไว้ภายใต้บล็อกเพื่อให้ผู้ที่สนใจได้เข้ามาอ่าน
2. เป็นเครื่องมือเผยแพร่ความรู้ เนื่องจากบล็อกจัดเป็นเว็บไซต์ประเภทหนึ่ง ซึ่งเป็นการบันทึกเรื่องราว ความรู้ ประสบการณ์ต่าง ๆ ของผู้เป็นเจ้าของบล็อก ดังนั้น ข้อมูลต่าง ๆ ที่ถูกบันทึกจะถูกเผยแพร่ผ่านทางระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งผู้ที่ใช้งานอินเทอร์เน็ต สามารถเข้าถึงจากที่ใด ๆ ก็ได้ โดยไม่มีข้อจำกัดทั้งทางด้านเวลาและสถานที่ทำให้เป็น เครื่องมือเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารได้เป็นอย่างดี
3. สามารถแลกเปลี่ยนความรู้ในสิ่งที่สนใจร่วมกัน เว็บบล็อกจะประกอบด้วยผู้เขียน บล็อกและผู้อ่าน หรือผู้ติดตามบล็อก ในการเขียนบล็อกก็จะมีผู้ที่มีความคิดเห็นที่แตกต่างกัน ซึ่งเว็บบล็อกสามารถให้ผู้ที่มีความเห็นสามารถแสดงความคิดเห็นผ่านบล็อกได้ ทำให้เกิดการ แลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกัน
4. เป็นคลังความรู้ขนาดย่อม เว็บบล็อกเกิดจากผู้สร้างบล็อกที่มีความสนใจในเรื่องใด เรื่องหนึ่งทำการจดบันทึกองค์ความรู้ที่เจ้าของบล็อกเก็บไว้ และมีผู้ติดตามอ่านบล็อก มีการ แลกเปลี่ยนข้อคิดเห็นผ่านทางบล็อก ซึ่งความรู้หรือสิ่งต่าง ๆ ก็จะถูกขัดเกลา ทำให้เกิดเป็น คลังความรู้ขึ้นมาได้
5. เป็นเครื่องมือในการรวบรวมและแยกความรู้ โดยปกติผู้ที่เขียนบล็อก หรือสร้าง บล็อกจะมีความสนใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง และได้จดบันทึกความรู้เหล่านั้น โดยที่การจดบันทึก แต่ละครั้งจะมีการตั้งชื่อระบุคีย์เวิร์ด เพื่อแยกเรื่องราวต่าง ๆ ออกเป็นหัวข้อ สกัดเป็นความรู้ และความสัมพันธ์ของความรู้ออกเป็นหมวดหมู่
6. เป็นเครื่องมือในการจัดเก็บและเผยแพร่อย่างเป็นระบบ ปัจจุบันระบบบล็อกถือว่า เป็นเครื่องมือเสริมสร้างประสิทธิภาพในการเล่าเรื่อง เป็นเทคนิคที่ได้รับการยอมรับอย่าง แพร่หลายในการจัดการความรู้ซึ่งเกิดจากการสกัดความรู้ฝังลึก (tacit knowledge) ที่มีความ ซับซ้อนที่อยู่ภายใต้บุคคลออกมาเป็นข้อความเรื่องเล่าได้เป็นอย่างดี
7. เป็นสื่อในการนำเสนอผลงานของตนเอง เว็บบล็อกเป็นเครื่องมือที่ทำให้ผู้สร้าง สามารถเผยแพร่ผลงานของตนเองได้อย่างง่ายดาย และประหยัดค่าใช้จ่าย เพียงแค่สมัครเป็น สมาชิกเว็บบล็อกและสร้างเว็บบล็อกแล้วเขียนผลงาน หรือเผยแพร่สิ่งต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับงาน ของเราลงไปได้ทันที โดยที่ผู้สร้างบล็อกไม่จำเป็นต้องมีความรู้ทางด้านเขียนโปรแกรม หรือ ทางด้านไอที
8. ใช้เป็นสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ สำหรับหน่วยงานหรือองค์กร สามารถนำเอา บล็อกมาประยุกต์ใช้ในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารให้กับลูกค้า ช่วยเพิ่มความเชื่อมั่นให้กับ ลูกค้า เสริมสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร
9. ช่วยสร้างรายได้ ผู้ที่สร้างบล็อกหากมีผู้ติดตามเป็นจำนวนมาก สามารถหารายได้ จากโฆษณาผ่านทางเว็บบล็อกของตนเองได้ ซึ่งการโฆษณาสามารถทำผ่านผู้ให้บริการได้ เช่น Google AdSense
10. สร้างความสัมพันธ์ ผู้ที่เข้ามาอ่านในบล็อกเป็นผู้ที่สนใจในเรื่องเดียวกัน ทำให้เกิด ความอยากรู้จัก

อยากเป็นเพื่อน ก่อให้เกิดเพื่อนใหม่ที่มีความชอบที่เหมือนหรือคล้ายกัน

### แนะนำเว็บบล็อกสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจ

ปัจจุบันมีผู้ให้บริการทางด้านเว็บบล็อกอยู่หลายแห่ง แต่ละแห่งก็มีข้อดีข้อด้อยต่างกัน บางครั้งหากต้องการเขียนบล็อก ส่วนใหญ่ไม่ทราบว่าจะเริ่มต้นตรงจุดไหน มักจะเกิดคำถามว่า ถ้าจะเริ่มเขียนบล็อก ควรสมัครเข้าไปเขียนบล็อกที่ไหนดี ? ในยุคนี้การเขียนบล็อกง่ายมาก ผู้เขียนบล็อกไม่จำเป็นต้องมีความรู้ทางด้านเว็บ หรือทางการเขียนโปรแกรม ไม่ต้องมีความรู้ทางด้านเทคนิคเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ก็สามารถสร้างบล็อกได้ ซึ่งสามารถทำได้โดยการ ไปสมัครใช้งานเว็บบล็อกออนไลน์ ซึ่งมีให้เลือกใช้งานอยู่มากมาย ได้แก่ Pantip.com Blogger.com GotoKhow.org Storylog.co BlogGang.com Medium.com Facebook.com หรือ WordPress.org เป็นต้น

---

#### กิจกรรม 11.3.6

1. เว็บบล็อก ต่างจาก เว็บไซต์ อย่างไร
2. เว็บบล็อกสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจมีที่ไหนบ้าง

---

#### แนวตอบกิจกรรม 11.3.6

1. เป็นเครื่องมือสร้างความรู้ การเขียนบล็อกเป็นการบันทึกเรื่องราวข่าวสาร ความรู้ และประสบการณ์ต่าง ๆ ในสิ่งที่เจ้าของบล็อกสนใจ เป็นการถ่ายทอดองค์ความรู้จากบุคคลไป เป็นตัวหนังสือและบันทึกจัดเก็บไว้ภายใต้บล็อกเพื่อให้ผู้ที่สนใจได้เข้ามาอ่าน
2. ปัจจุบันมีผู้ให้บริการทางด้านเว็บบล็อกอยู่หลายแห่ง แต่ละแห่งก็มีข้อดีข้อด้อยต่างกัน ผู้เขียนบล็อกไม่จำเป็นต้องมีความรู้ทางด้านเว็บ หรือทางการเขียนโปรแกรม ไม่ต้องมีความรู้ทางด้านเทคนิคเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ก็สามารถสร้างบล็อกได้

---

สรุปการใช้สื่อสังคมออนไลน์นั้นเป็นที่นิยมและมีผู้ใช้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี ด้วยเป็นช่องทางที่สามารถติดต่อสื่อสารได้สะดวกง่ายดาย ไม่จำกัดเวลาและสถานที่ ทั้งยังสามารถ ส่งเสริมอาชีพและธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการดิจิทัล กล่าวได้ว่าหากผู้ประกอบการมีแนวคิดที่ดีย่อมสามารถใช้สื่อสังคมออนไลน์นี้สร้างประโยชน์ได้อย่างมหาศาล หากแต่การใช้งานที่ปราศจากการไตร่ตรองให้รอบคอบก็สร้าง ปัญหาให้เกิดขึ้นต่อผู้ใช้ได้ด้วยเช่นกัน เพราะด้วยในความเป็นจริงแล้ว แทบจะเป็นไปไม่ได้เลย ที่ผู้ใช้จะแยกเรื่องส่วนตัวออกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการงานเพียงอย่างเดียว ซึ่ง สิ่งที่เผยแพร่ออกมาในสังคมออนไลน์นั้นไม่ว่าจะ

เรื่องดีหรือไม่ดีก็จะส่งผลกระทบต่อกลับมาหา เจ้าของธุรกิจ แม้ว่าจะมีการตั้งค่าความเป็นส่วนตัวแล้วก็ตาม  
ดังนั้นควรมีสติและพิจารณาถึงผล เสียหายทุกครั้งก่อนกระทำกิจกรรมและธุรกิจผ่านสื่อสังคมออนไลน์

## ตอนที่ 11.4 เครื่องมือการตลาดดิจิทัลสำหรับผู้ประกอบการ

โปรดอ่านหัวเรื่อง แนวคิด และวัตถุประสงค์ของตอนที่ 11.4 แล้วจึงศึกษารายละเอียดต่อไป

### หัวเรื่อง

- 1.1.1 ความหมายของการตลาด
- 1.1.2 เครื่องมือการตลาดดิจิทัลสำหรับผู้ประกอบการ

### แนวคิด

1. ความหมายของการตลาดในยุคดิจิทัลอินเทอร์เน็ตนับเป็นสื่อกลางที่ช่วยให้ผู้บริโภคและผู้ประกอบการมาพบกันในการสื่อสารทางธุรกิจ
2. เครื่องมือการตลาดดิจิทัลถือเป็นหัวใจสำคัญของการดำเนินธุรกิจผู้ประกอบการจำเป็นต้องศึกษาลักษณะการทำงานของเครื่องมือ การตลาดดิจิทัลให้มีความเชี่ยวชาญและมีความเข้าใจ

### วัตถุประสงค์

- เมื่อศึกษาตอนที่ 1.1 จบแล้ว นักศึกษาสามารถ
1. อธิบายความหมายของการตลาดได้
  2. จำแนกเครื่องมือการตลาดดิจิทัลได้
  3. อธิบายลักษณะการทำงานของเครื่องมือได้

## เรื่องที่ 11.4.1

### ความหมายของการตลาดดิจิทัล

---

ในยุคดิจิทัลอินเทอร์เน็ตนับเป็นสื่อกลางที่ช่วยให้ผู้บริโภค สามารถโต้ตอบกับผู้ขายได้ โดยเป็น ช่องทางในการแสดงความคิดเห็น และผู้บริโภคสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายและต้นทุนต่ำ ผู้บริโภคในยุค ดิจิทัล จึงให้ความสำคัญในการเลือกซื้อสินค้า พวกเขาจะเลือกซื้อสินค้าที่ถูกต้องและมีคุณค่าคุ้มกับเงินที่ จ่ายไป ผู้บริโภคยุคนี้ต้องการผู้ประกอบการที่พร้อมจะช่วยเหลือพวกเขาตลอดเวลาแบบทันทีทันใด (Realtime) ในลักษณะของสมาชิกของเครือข่ายสังคมที่เชื่อมต่อกันด้วยสื่อดิจิทัลที่หลากหลาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ที่พวกเขาใช้หาความรู้ หาคำแนะนำ หาความบันเทิง บันทึกรายการของตนเอง แบ่งปันข้อมูล และประสบการณ์ ซึ่งกันและกัน พวกเขาจะเป็นทั้งผู้บริโภคข่าวสาร (Consumer) เป็นผู้สร้างข่าวสาร (Creator) เป็นผู้ชื่นชมตราสินค้า (Brand Curator) และเป็นผู้ วิพากษ์วิจารณ์สินค้า (Brand Critic) พวกเขาต้องการความคิดเห็นจากเพื่อน ๆ ทั้งเพื่อนจริงและเพื่อน เสมือน ทำให้การตัดสินใจของผู้บริโภคยุคนี้เป็นการตัดสินใจอย่างผู้มีข้อมูลดี พวกเขาต้องการคำตอบ ของความอยากรู้อยากเห็นแบบทันที (Realtime) การที่ผู้บริโภคเป็นคนในยุคดิจิทัลเป็น Netizen (Internet Citizen) เปิดโอกาสสำหรับการทำการตลาดในรูปแบบใหม่มากมายหลายวิธี ผู้บริโภค 4.0 ให้ ให้ความสำคัญกับเรื่องสุขภาพ (Health) การอยู่ดีมีสุข (Wellness) มากขึ้นต้องการสินค้าที่เหมาะสมกับความ เป็นตัวตนของพวกเขา ทำให้การทำการตลาดต้องเปลี่ยนจาก Mass Marketing สำหรับคนหมู่มาก โดยทั่วไป มาเป็นการตลาดที่เหมาะสมกับกลุ่มคนเป็นกลุ่ม ๆ โดยเฉพาะ (Mass Customization Marketing) ทำให้สินค้าแต่ละชนิดต้องมีรุ่น (Variants) มากขึ้น ผู้บริโภคยุคนี้ต้องการประสบการณ์ใหม่ ๆ พร้อมทั้งจะทดลองสินค้าใหม่ ๆ ที่พวกเขาเชื่อว่า จะพัฒนาคุณภาพชีวิตของพวกเขา (เสรี วงษ์มณฑา, 2564: (ออนไลน์))

จากพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์เกือบตลอดเวลาของผู้บริโภค ยิ่งจะทำให้เครื่องมือการตลาด ดิจิทัล เข้ามามีบทบาทในการทำการตลาดในยุคปัจจุบันเพิ่มขึ้น และยังสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภค กับแบรนด์ของสินค้าและบริการ มากกว่าสื่อการตลาดแบบเดิม (ณัฐพล ไยไพโรจน์, 2562) ดังนั้น ในวันนี้ “เครื่องมือการตลาดดิจิทัล” จึงตอบโจทย์ทุกความต้องการของแบรนด์ที่ต้องการจะสื่อสารระหว่างแบรนด์ กับผู้บริโภค เช่น สร้างการรับรู้ สร้างยอดขายผ่านช่องทางการตลาดดิจิทัล ด้วยข้อเสนอพิเศษด้านราคา และสินค้า และอีกความสามารถหนึ่งของเครื่องมือการตลาดดิจิทัลคือการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย (Targeting) ได้ตรงและมีประสิทธิภาพกว่าสื่ออื่น ๆ และสามารถวัดผลได้ ผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องอย่างยิ่ง ที่ผู้ประกอบการต้องเลือกใช้เครื่องมือการตลาดดิจิทัลให้เหมาะสมกับการทำการตลาดในปัจจุบัน (Positioning, 2020)

ดังนั้น เมื่ออินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของผู้บริโภคมากขึ้น ภาคธุรกิจจึงต้องมี การปรับตัวให้ทันต่อพฤติกรรมและเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลง ผู้ประกอบการต้องศึกษาเรียนรู้ถึงรูปแบบ การทำ การตลาดออนไลน์ การปรับกลยุทธ์ในการนำเสนอขายสินค้าและบริการ การสื่อสารให้ผู้บริโภค สามารถเข้าถึง สินค้า และตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันจะทำให้ ผู้ประกอบการธุรกิจสามารถ ที่จะเลือกใช้เครื่องมือการตลาดดิจิทัล ไปใช้ในการกระตุ้นในกระบวนการ ตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการออนไลน์ ของผู้บริโภคที่ตรงกับความต้องการให้ดียิ่งขึ้นไปในอนาคต

## ความหมายของการตลาดดิจิทัล

Wertime and Fenwick (2008) ได้ให้ความหมายของ การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing) คือ “พัฒนาการของตลาดในอนาคตเกิดขึ้นเมื่อบริษัทดำเนินงานทางการตลาดส่วนใหญ่ผ่านช่องทางสื่อสารดิจิทัล ทำให้นักการตลาดสามารถสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication) กับลูกค้าได้อย่างต่อเนื่องเป็น รายบุคคล ข้อมูลที่ได้จากการสื่อสารกับลูกค้าแต่ละคนในแต่ละครั้งเป็นการเรียนรู้ร่วมกัน ซึ่งอาจจะเป็น ประโยชน์กับลูกค้าคนต่อไป ต่อเนื่องและสอดคล้องกัน เหมือนการทำงานของเครือข่ายเซลล์ประสาทสั่งการ นักการตลาดสามารถนำข้อมูลที่ทราบแบบเรียลไทม์นี้ รวมทั้งความคิดเห็นที่รับตรงจากลูกค้ามาใช้ให้เกิด ประโยชน์สูงสุดแก่ผู้บริโภคในโอกาสต่อ ๆ ไป”

รัตติยา อังกุลานนท์ (2559) วิธีการในการส่งเสริมสินค้าและบริการโดยอาศัยช่องทางฐานข้อมูล ออนไลน์เพื่อเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน และใช้ ต้นทุน อย่างมีประสิทธิภาพ

Reitzen. J. (2007: Online) ได้ให้ความหมายของคำว่า การตลาดดิจิทัล คือ การตลาดที่ได้ พัฒนามา จากการตลาดในอดีต เป็นการทำการตลาดผ่านสื่อดิจิทัล โดยใช้ช่องทางดิจิทัลในการติดต่อกับ ผู้บริโภค ทั้งยัง นำหลักการตลาดแบบดั้งเดิมมาประยุกต์ใช้ ปรับเปลี่ยนช่องทางในการติดต่อสื่อสารกับ ผู้บริโภค

จากความหมายดังกล่าว สามารถสรุปได้ว่า การตลาดดิจิทัล คือ การทำตลาดผ่านช่องทาง การ ติดต่อกับ หลากหลายผ่านทางอินเทอร์เน็ตเพื่อติดต่อสื่อสารกับผู้บริโภคแบบสองทาง และนำข้อมูลจากการ ติดต่อกับ ใช้ ประโยชน์แก่ผู้บริโภคคนอื่น ๆ ในโอกาสต่อไปได้

---

### กิจกรรม 11.4.1

1. การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing) หมายถึงอะไร

---

### แนวตอบกิจกรรม 11.1.4

1. ในยุคดิจิทัลอินเทอร์เน็ตนับเป็นสื่อกลางที่ช่วยให้ผู้บริโภค สามารถโต้ตอบกับผู้ขาย ผู้ประกอบการ  
ได้

---

## เรื่องที่ 11.4.2

### เครื่องมือการตลาดดิจิทัลสำหรับผู้ประกอบการ

---

#### เครื่องมือการตลาดดิจิทัล (Digital marketing tools)

##### 1. ด้านการตลาดเชิงเนื้อหา (Content Marketing)

การทำตลาดไม่มีใครสื่อสารแบรนด์ด้วยความว่างเปล่า การกำหนดกลยุทธ์ด้าน Content จึงเป็น  
สิ่งจำเป็นที่ละเลยไม่ได้ ทั้งการนำเสนอเนื้อหา การกำหนดภาพและสีของกราฟิก การจัดทำคลิป วิดีโอ การคิด  
เปอร์เซ็นต์ของไรท์วิดีโอที่สำคัญอย่าประมาทว่า Content ยาวจะไม่มีใครสนใจ เพราะโลก เปลี่ยนไปแล้ว ยุคนี้  
เป็นยุคแห่งการกระหายข้อมูล และมนุษย์มีความพยายามที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่เพื่อพัฒนา ตนเอง

##### 2. ด้านเว็บไซต์ (Website)

ปัจจุบันคนเริ่มคุ้นเคยกับการเรียน การสอน หรือการซื้อสินค้าออนไลน์มากขึ้น การชำระค่า สินค้าและ  
บริการผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ ก็อยู่ในขั้นเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ การพัฒนาเว็บไซต์ เพื่อให้สอดคล้อง รักับยุค e-  
commerce จึงเป็นสิ่งสำคัญ อย่างไรก็ตามในการจัดทำเว็บไซต์นั้นต้องดูวัตถุประสงค์ของแบ ร์นหรือองค์กร  
เป็นหลักด้วยว่าเป้าหมายคืออะไร จากนั้นจึงพัฒนาเว็บไซต์ให้สอดคล้องเหมาะสมกับ เป้าหมายที่ตั้งไว้  
โดยทั่วไปและเว็บไซต์จะแบ่งออกเป็นหมวดหมู่ย่อยได้ดังนี้

2.1 เว็บไซต์ e-commerce เน้นการขายสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์มีช่องทางการจ่ายเงิน แบบครบ  
จบในขั้นตอนเดียว

2.2 เว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์เน้นการสร้างภาพลักษณ์ให้กับองค์กร Online PR แจ้ง เว็บไซต์  
แจ้งข้อมูลเกี่ยวกับองค์กร แจ้งข่าวสารว่าตอนนี้องค์กรทำกิจกรรมอะไร ผู้บริหารได้ร่วมทำ กิจกรรมใดบ้างทั้ง  
ภายนอกและภายในองค์กร

2.3 เว็บไซต์ Content การนำเสนอบทความ เพื่อให้ความรู้โดยตรงกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น เว็บไซต์แม่  
และเด็ก เว็บไซต์การดูแลสุขภาพ เว็บไซต์ท่องเที่ยว เว็บไซต์ทำอาหาร

2.4 เว็บไซต์เพื่อการบริการเปิดขึ้นเพื่อให้บริการด้านต่าง ๆ เช่นบริการจองตั๋วเครื่องบินบริการ จองที่  
พักบริการทำความสะอาด นี่เป็นตัวอย่างของเว็บไซต์ที่จำแนกตามวัตถุประสงค์การใช้งาน อย่างไรก็ตามไม่ว่า  
คุณตั้งใจจะทำ สินค้าหรือบริการเสนอขายแบบใดก็ตาม เว็บไซต์เป็นสิ่งสำคัญที่คุณจะต้องใส่ใจและ  
จำเป็นต้องมี เพราะ นอกจากทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นในแบรนด์แล้วยังช่วยในเรื่องของเพิ่มโอกาสที่ลูกค้า

จะค้นเจอสินค้า หรือบริการของคุณบน Google ได้อีกด้วย

### 3. ด้านการตลาดสื่อสังคม (Social Media Marketing)

แพลตฟอร์มที่ได้รับความนิยมของไทยหลัก ๆ มีอยู่ด้วยกัน ได้แก่ Line, Facebook, Instagram, Twitter ซึ่งก่อนหน้านี้กิจการจะไม่ค่อยให้ความสำคัญกับ Twitter เท่าที่ควร แต่ตอนนี้ Twitter จะทำให้อีกกิจการสามารถพัฒนาสู่ที่มีความสดใหม่ตลอดเวลา เนื่องจากเป็นแพลตฟอร์มที่ใช้ใน การพูดคุยเกี่ยวกับกระแสหลักที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง และที่สำคัญมีการเติบโตของผู้ใช้งานที่ เพิ่มขึ้นด้วย

การทำตลาดผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่าง ๆ นั้นต้องขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ในการทำ การตลาดด้วย ซึ่งผู้เขียนขอสรุปตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

- 3.1 Facebook แจ้งข่าวสารโปรโมชั่น/สร้างแบรนด์/สร้างยอดขาย
- 3.2 Instagram สร้างแบรนด์/สร้างยอดขาย
- 3.3 Twitter แจ้งข่าวสาร/โปรโมชั่น
- 3.4 Line และ Line OA ปิดการขาย/CRM

### 4. ด้านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail Marketing)

เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในรูปแบบของ E-mail เพื่อต้องการประชาสัมพันธ์ โฆษณา หรือเผยแพร่ ข้อมูลข่าวสาร ไปยังที่อยู่ E-mail ของผู้รับเป้าหมาย อาจจะส่งครั้ง ละจำนวนน้อย ๆ ถึงคราวละมาก ๆ ค่าใช้จ่ายในการจัดทำและการจัดส่งไม่แพง มีความรวดเร็วและ แม่นยำในการส่งไปถึงผู้รับข่าวสาร ตรงกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งถ้าเทียบกระบวนการจัดทำ E-mail นั้น ยัง ง่ายกว่าการทำสื่อ โฆษณาอื่น ๆ ซึ่งต้องอาศัยความชำนาญและเกิดข้อผิดพลาดได้ง่าย ยกตัวอย่างเช่น แผ่น พับ โฆษณาสื่อสูงพิมพ์ ซึ่งจะต้องเสียค่าใช้จ่ายในจำนวนที่มากและก็ไม่สามารถตรวจสอบการเข้าถึงของ กลุ่มเป้าหมาย หรือการตอบรับสื่อต่าง ๆ ได้

E-mail Marketing เป็นกลยุทธ์การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ จึงทำให้บริการดังกล่าว เหมาะสมกับทุกธุรกิจที่ต้องการประชาสัมพันธ์สินค้าเว็บไซต์ บริการ ข้อมูล ข่าวสาร หรือหน่วยงานองค์กร ธุรกิจ และยังรวมไปถึง champagne ต่าง ๆ โดยต้องการส่งกระจายข่าวถึงผู้รับครั้งละมาก ๆ หรือ แม้กระทั่งส่งข่าวสารให้ลูกค้า หรือทีมงานของท่าน และยังช่วยรักษฐานลูกค้าเก่าและสร้างฐานลูกค้าราย ใหม่ การหมั่นส่งข่าวสารไปให้ลูกค้า ทำให้ลูกค้ารู้สึกที่เรายังคงเอาใจใส่ลูกค้าอยู่เสมอ โดย E-mail Marketing มีประโยชน์ ดังนี้

- 4.1 เพิ่มโอกาสในการขายได้มากขึ้น การทำ E-mail Marketing ในลักษณะแจ้งโปรโมชั่นหรือ ส่วนลดพิเศษประจำเดือน จะส่งผลให้เพิ่มโอกาสในการขายสินค้าหรือบริการได้มากขึ้น
- 4.2 สามารถจัดกลุ่มเป้าหมายได้ตรงกว่าการทำตลาดประเภทอื่น ๆ การทำ E-mail Marketing สามารถคัดแยกรายชื่อ E-mail เป็นประเภทตามของลูกค้าได้กรอกข้อมูลมา
- 4.3 กำหนดงบประมาณในการโฆษณาได้แน่นอน สามารถควบคุมเงินค่าโฆษณาได้ 100% ผล คือผู้โฆษณาสามารถจัดสรรเงินค่าโฆษณาได้อย่างมีประสิทธิภาพ



4.4 วัตถุประสงค์ที่ได้ง่ายและรวดเร็ว สามารถวัดและติดตามผลได้ โดยเข้าไปดูสถิติว่า E-mail ที่ส่งไปนั้นมีการเปิดอ่านกี่ฉบับ คิดเป็นกี่เปอร์เซ็นต์

#### 5. ด้านการติดอันดับการค้นหาหน้าแรก (Search Engine Optimization: SEO)

“SEO” หรือ “Search Engine Optimization” คือ วิธีการปรับแต่งเว็บไซต์ ซึ่งรวมถึงการ ปรับปรุงเนื้อหาและการเพิ่ม Backlink ซึ่งเป็นลิงค์ที่มีคุณภาพมายังเว็บไซต์ เพื่อให้เว็บไซต์ติดอยู่ในอันดับ ต้น ๆ บน Search Result Page (หน้าแสดงผลการค้นหา) เมื่อกรอก Keyword (คำค้นหา) ที่ต้องการ ผ่าน Search Engine (เครื่องมือค้นหา) ต่าง ๆ อาทิ Google, Yahoo!, Bing เป็นต้น โดยเป็นวิธีการที่มี ประสิทธิภาพในการเพิ่มยอดผู้เข้าชมเว็บไซต์ในระยะยาว เนื่องจากในปัจจุบันมีผู้ค้นหาข้อมูลผ่าน Google มากเป็นอันดับหนึ่งในหลาย ๆ ประเทศ การทำ SEO เป็นการทำให้เว็บไซต์ถูกค้นเจอด้วย Keyword ที่ ค่อนข้างเฉพาะเจาะจง ผู้ที่เข้าชมเว็บไซต์ผ่าน Search Engine ย่อมมีความสนใจใน Keyword นั้นอยู่แล้ว ก็ย่อมมีโอกาสสูงที่จะซื้อสินค้า หรือใช้บริการจากเว็บไซต์ที่เข้าไปชม นอกจากนั้นแล้ว การที่มีผู้เข้าชม เว็บไซต์มากขึ้น ก็มีโอกาที่จะขายสินค้าหรือบริการได้เพิ่มขึ้นอีกด้วย

---

#### กิจกรรม 11.4.2

1. เครื่องมือการตลาดดิจิทัล (Digital marketing tools) ประกอบด้วยด้านใดบ้าง
2. E-mail Marketing เป็นกลยุทธ์การโฆษณา ประชาสัมพันธ์สำหรับการสื่อสารของผู้ประกอบการดิจิทัล มีประโยชน์อย่างไร

---

#### แนวตอบกิจกรรม 11.4.2

1. เป็นช่องทางในการทำการตลาดของธุรกิจที่ผู้ประกอบการเลือกใช้ให้เหมาะสมกับลูกค้า
2. E-mail Marketing เป็นช่องทางที่ธุรกิจต้องใช้ในการประชาสัมพันธ์สินค้าเว็บไซต์ บริการ ข้อมูล ข่าวสาร หรือหน่วยองค์กร ธุรกิจ และยังรวมไปถึง champagne ต่าง ๆ โดยต้องการส่งกระจายข่าวถึงผู้รับครั้งละมาก ๆ

---

สรุปการตลาดดิจิทัล คือ การทำตลาดผ่านช่องทางการติดต่อที่หลากหลายผ่านทาง อินเทอร์เน็ตเพื่อติดต่อสื่อสารกับผู้บริโภคแบบสองทาง และนำข้อมูลจากการติดต่อไปใช้ประโยชน์แก่ ผู้บริโภคคนอื่น ๆ ในโอกาสต่อไปได้ ซึ่งประกอบไปด้วย คือ เครื่องมือการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing) แบ่งตามลักษณะการทำงานของการตลาดดิจิทัล 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการตลาดเชิงเนื้อหา (Content Marketing) 2) ด้านเว็บไซต์ (Website) 3) ด้านการตลาดสื่อสังคม (Social Media Marketing) 4) ด้านการตลาดผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail Marketing) และ 5)

ด้านการติดอันดับการค้นหาหน้าแรก (Search Engine Optimization: SEO) ดังนั้น ผู้ประกอบการควรศึกษาลักษณะ  
การทำงานของเครื่องมือ การตลาดดิจิทัลให้มีความเชี่ยวชาญและมีความเข้าใจก็จะสามารถสื่อสารการตลาดไปยัง  
ผู้บริโภคได้อย่าง เหมาะสม

## บรรณานุกรม

กิตติ ภัคศิวิฒนะกุล. (2552). เทคโนโลยีมีลติมีเดีย. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ เคทีพี.

ณัฐพล ไยไพโรจน์. (2562). ดิจิทัลมาร์เก็ตติ้ง พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

พิสิทธ์ วัฒน บัวกนก. (2555). เอกสารประกอบการสอน DIGITAL MEDIA PRODUCTION. สื่อประสมในงานส่งเสริมการเกษตร ที่มา [https://ag.kku.ac.th/Extension/images/146325/สื่อประสม \(Multimedia\).pdf](https://ag.kku.ac.th/Extension/images/146325/สื่อประสม (Multimedia).pdf).

รัตติยา อังกุลานนท์. (2559). “ดิจิทัล” ตอบทุกโจทย์สื่อสารแบรนด์. ค้นเมื่อวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564, จาก <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/694947>.

สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน โดยพระราชประสงค์ในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว.2561). [ระบบออนไลน์] . แหล่งที่มา [http://kanchanapisek.or.th/kp6/sub/other\\_sub.php?file=contactus/contactus.html](http://kanchanapisek.or.th/kp6/sub/other_sub.php?file=contactus/contactus.html)

เสรี วงษ์มณฑา และ ชุษณะ เตชคณา. (2560). การตลาด 4.0 ในบริบทประเทศไทย 4.0. ค้นเมื่อวันที่ 2 มีนาคม 2564, จาก <file:///C:/Users/Admins/Downloads/117795-Article%20Text-304152-1-10-20180403.pdf>.

Jovan Kurbalija. (2558). เปิดประตูสู่การอภิบาลอินเทอร์เน็ต (An Introduction to Internet Governance. (พิภพ อุดมอิทธิพงศ์). กรุงเทพฯ: เครือข่ายพลเมืองเน็ต มูลนิธิเพื่ออินเทอร์เน็ตและวัฒนธรรมพลเมือง

Hermida, A. (2010). Twittering the News. *Journalism Practice*, 4(3), 297-308.

Positioning. (2020). Penetrate the “passenger transport” trend, extremely intense. Retrieved on 2 March 2021, from <https://www.positioningmag.com/62974>

Rietzen. J. ( 2007) . What is digital marketing. Retrieved on 21 March 2021, from <http://www.mobilestorm.com/resouces/digital-marketing-blog/what-isdigitalmarketing>.

Romiszowski, A.J. (1992). Developing Interactive Multi-Media Courseware and Networks. Proceeding of the First International Symposium on Interactive Multimedia for Education, Perth. Western Australia, January 1992.

Samuel Greengard. (2560). THE INTERNET OF THINGS อินเทอร์เน็ตแห่งสรรพสิ่ง. (ปกร วุฒิพิทยามงคล). พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์โอเพ่นเวิลด์.

Steve Case. (2561). คลื่นลูกที่สามแห่งยุคอินเทอร์เน็ต (THE THIRD WAVE). (นรา สุภัคโรจน์). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์เนชั่นบุ๊ค.

Wertime, K. & Fenwick, L. (2008). *Digital Marketing the Essential Guide to New Media & Digital Marketing* New Jersey: Wiley & Son.

Y. Hu, L. Manikonda, and S. Kambhampati. (2014). What we instagram: A first analysis of instagram photo content and user types. In International AAAI Conference on Weblogs and Social Media

