

ตอนที่ 11.3 สื่อสังคมออนไลน์สำหรับผู้ประกอบการ

โปรดอ่านหัวเรื่อง แนวคิด และวัตถุประสงค์ของตอนที่ 11.3 แล้วจึงศึกษารายละเอียดต่อไป

หัวเรื่อง

- 11.3.1 ลิงค์อินสำหรับผู้ประกอบการผลิตดิจิทัล
- 11.3.2 เฟสบุ๊กสำหรับผู้ประกอบการผลิตดิจิทัล
- 11.3.3 ทวิตเตอร์สำหรับผู้ประกอบการดิจิทัล
- 11.3.4 อินสตราแกรมสำหรับผู้ประกอบการดิจิทัล
- 11.3.5 ยูทูปสำหรับผู้ประกอบการดิจิทัล
- 11.3.6 เว็บบล็อกสำหรับผู้ประกอบการดิจิทัล

แนวคิด

1. การใช้สื่อสังคมออนไลน์นั้นเป็นที่นิยมและมีผู้ใช้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี ด้วยเป็นช่องทางที่สามารถติดต่อสื่อสารได้สะดวกง่ายดาย ไม่จำกัดเวลาและสถานที่ ทั้งยังสามารถ ส่งเสริมอาชีพและธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการดิจิทัลสามารถใช้สื่อสังคมออนไลน์สร้างประโยชน์ได้อย่างมหาศาล

2. หากแต่การใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่ปราศจากการไตร่ตรองให้รอบคอบสำหรับผู้ประกอบการอาจสร้างปัญหาให้เกิดขึ้นได้เพราะด้วยในความเป็นจริงแล้วผู้ใช้จะแยกเรื่องส่วนตัวออกจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการทำงานเพียงอย่างเดียว

3. สิ่งที่เคยแพร่ออกมาในสังคมออนไลน์นั้นไม่ว่าจะเรื่องดีหรือไม่ดีก็จะส่งผลกระทบต่อเจ้าของธุรกิจ แม้ว่าจะมีการตั้งค่าความเป็นส่วนตัวแล้วก็ตาม ดังนั้นควรมีสติและพิจารณาถึงผลเสียทุกครั้งก่อนกระทำกิจกรรมและธุรกิจผ่านสื่อสังคมออนไลน์

วัตถุประสงค์

เมื่อศึกษาตอนที่ 11.3 จบแล้ว นักศึกษาสามารถ

- 1. อธิบายการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการทำธุรกิจได้
- 2. อธิบายประโยชน์ของสื่อสังคมออนไลน์ในการทำธุรกิจได้
- 3. ลงมือปฏิบัติการสร้างสื่อสังคมออนไลน์ในการทำธุรกิจได้

เรื่องที่ 11.3.1

ลิงค์อินสำหรับผู้ประกอบการผลิตดิจิทัล

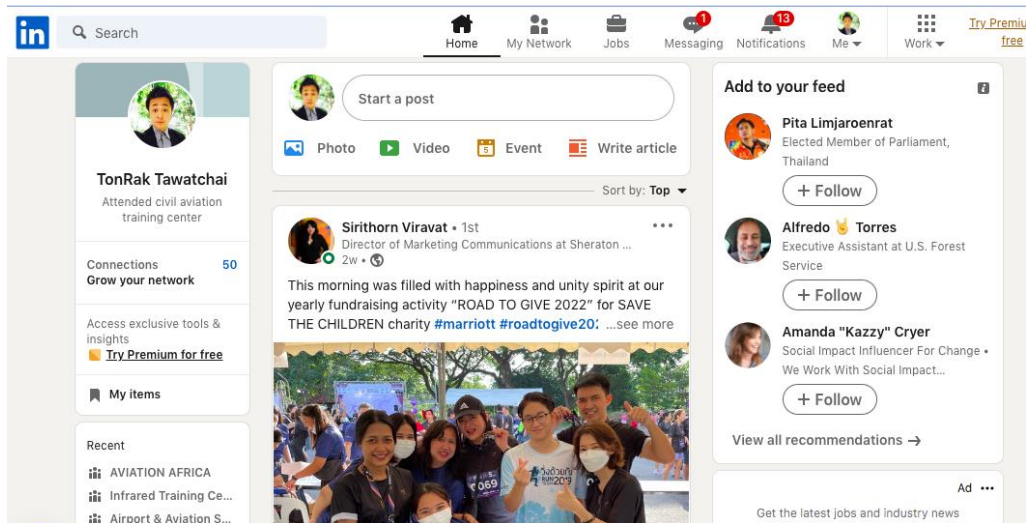
อริสโตเติล นักปราชญ์ผู้ยิ่งใหญ่ของกรีก ได้กล่าวว่า “มนุษย์เป็นสัตว์สังคม (Human being is social animal)” แต่ในปัจจุบันนี้คงไม่ผิด หากจะกล่าวเพิ่มเติมขึ้นไปอีกว่ามนุษย์ จำนวนหนึ่งเป็นสัตว์สังคมออนไลน์ เนื่องจากอินเทอร์เน็ตได้เข้ามามีอิทธิพลต่อการใช้ชีวิต ตั้งแต่ตื่นนอนจนเข้านอน วิถีชีวิตของผู้คนเริ่มเปลี่ยนแปลง จากการเข้าสังคมเพื่อพบปะพูดคุย ด้วยกันแบบพบหน้ากัน ก็สามารถใช้อีเมลสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ในการสร้างปฏิสัมพันธ์โดยไม่ ต้องรู้จักตัวตนกันจริง ๆ แต่นอกจากการใช้งานเพื่อความบันเทิงแล้วสื่อสังคมออนไลน์นี้ยังสามารถสร้างประโยชน์ได้อย่างมากเช่นกัน โดยเฉพาะการนำมาประยุกต์กับการทำงาน เช่น

- การค้นหาไอเดีย เทรนด์หรือกระแสสังคม
- การเชื่อมต่อกับกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนขึ้น
- สร้างช่องทางนำเสนอผลงานและการโฆษณาของตน รวมทั้งใช้สร้างแบรนด์
- เพื่อให้ธุรกิจก้าวทันต่อกลไกสังคมและกลุ่มเป้าหมาย

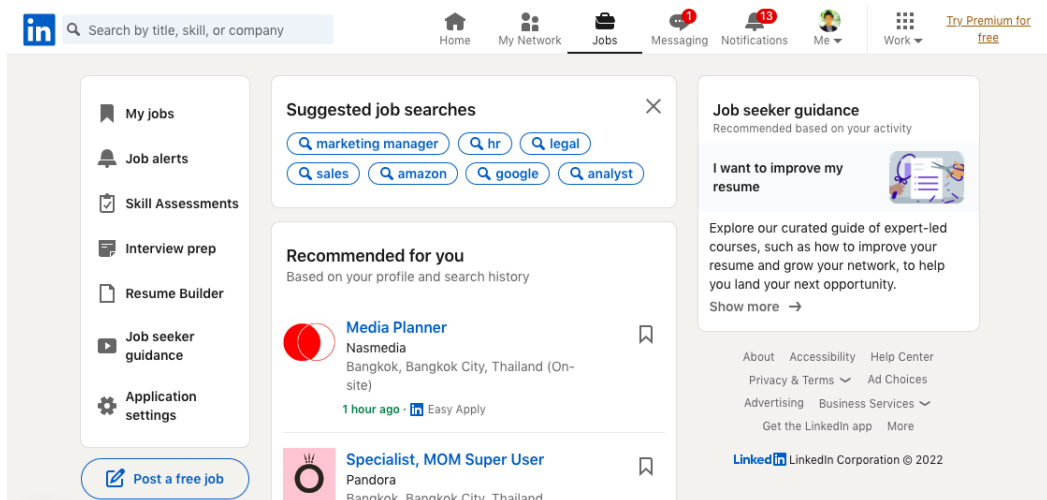
สื่อสังคมออนไลน์มีให้เลือกใช้อย่างหลากหลายและมีวัตถุประสงค์การใช้งานที่แตก ต่างกัน ตัวอย่างที่สามารถนำมาเป็นองค์ประกอบของการพัฒนาด้านอาชีพและศักยภาพใน การทำงาน ได้แก่

11.3.1 ลิงค์อิน (LinkedIn)

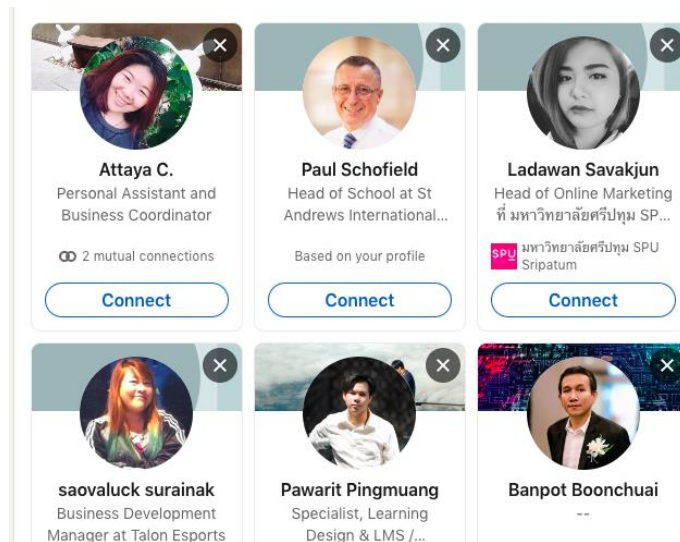
ลิงค์อิน เป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่มีความสำคัญในด้านการหางานทำและสร้างเครือข่าย ในการทำงานทั้งในระดับประเทศและต่างประเทศ โดยมีวิสัยทัศน์คือ “สร้างโอกาสทาง เศรษฐกิจให้กับสมาชิกทุกคน” และมีพันธกิจคือ “เชื่อมโยงมืออาชีพระดับโลก เพื่อผลักดันสู่ ความสำเร็จ” ปัจจุบันลิงค์อินมีสมาชิกมากกว่า 500 ล้านคนใน 200 ประเทศทั่วโลก การเข้าใช้งานสามารถเข้าได้จากเว็บไซต์ <https://linkedin.com> ซึ่งเมื่อเข้าไป จะพบ หน้าหลัก (Home) ซึ่งเป็นหน้าที่แสดงข้อมูลที่มีการอัปเดตจากสังคมออนไลน์ในลิงค์อิน เช่น มีใครที่เสนอผลงาน มีใครที่พัฒนาโปรเจกต์อะไรบ้าง เป็นต้น โดยด้านบนจะเป็นเมนู ย่อยต่าง ๆ เช่น เครือข่ายที่มีอยู่ ตำแหน่งงาน กล่องข้อความ การแจ้งเตือน และการปรับข้อมูลส่วนตัว



ลิงค์อินเปรียบเสมือนเฟสบุ๊คของวงการธุรกิจการสมัครสามารถทำได้ง่ายโดยใช้เพียง ชื่อ นามสกุลและ อีเมล เมื่อสมัครเรียบร้อยจึงเพิ่มข้อมูลประวัติส่วนตัว การศึกษาและ ประสบการณ์การทำงาน รวมถึงเรื่องที่น่าสนใจ สำหรับนักศึกษาที่ยังเรียนไม่จบ อาจมองว่าลิงค์ อินนั้นยังห่างไกลตนเอง แต่หากมองให้เห็นประโยชน์ นั้นจะเห็นได้ว่าสามารถใช้เป็นช่องทางใน การทำความรู้จักกับบริษัทต่าง ๆ ทั้งในประเทศและนานาชาติ ทั้งจะ ได้เห็นวิธีการเขียนประวัติ การทำงาน (Resume) แบบมืออาชีพของผู้ที่ทำงาน ได้รู้จักตำแหน่งงานต่าง ๆ ซึ่ง อาจไม่เคย ทราบมาก่อนแม้จะอยู่ในสายที่ตนเองเรียนอยู่ หรือหากโชคดีอาจได้งานทำก่อนเรียนจบก็ เป็นได้ สำหรับผู้ที่เรียนจบแล้ว สามารถใช้ลิงค์อินค้นหาหางานได้โดยไปที่เมนู Jobs ที่อยู่ ด้านบน ซึ่งเมื่อเข้าไป จะปรากฏหน้าตาต่างสำหรับค้นหา ตำแหน่งของสถานที่ หรือมีงานที่ ระบบพิจารณาว่าใกล้เคียงกับประวัติ และประสบการณ์ที่เคยกรอกไว้หรือไม่



คำแนะนำในการใช้งานลิงค์อินคือควรเขียนคำอธิบายแบบย่อของตนเองให้ชัดเจน กระชับรัดกุมถึงความสามารถหรือตำแหน่งในอาชีพที่ทำได้ ซึ่งอาจเป็นชื่อตำแหน่งงานปัจจุบัน หรือความเชี่ยวชาญ คำอธิบายนี้จะปรากฏได้รูปภาพใบหน้าแสดงตัวตน



ในส่วนของเครือข่าย ควรเพิ่มคนที่รู้จักจริง ๆ เท่านั้น และควรเข้าร่วมกลุ่มความสนใจ ต่าง ๆ เพราะจะสามารถช่วยในการสร้างเครือข่ายได้มากขึ้น ที่สำคัญในระบบของลิงค์อินนั้น ผู้อื่นสามารถเขียนรับรองศักยภาพได้ทำให้เกิดความน่าเชื่อถือมากขึ้น

กิจกรรม 11.3.1

1. ลิงค์อินมีประโยชน์อย่างไรในทางธุรกิจ
2. ลิงค์อินเหมาะกับใครบ้าง

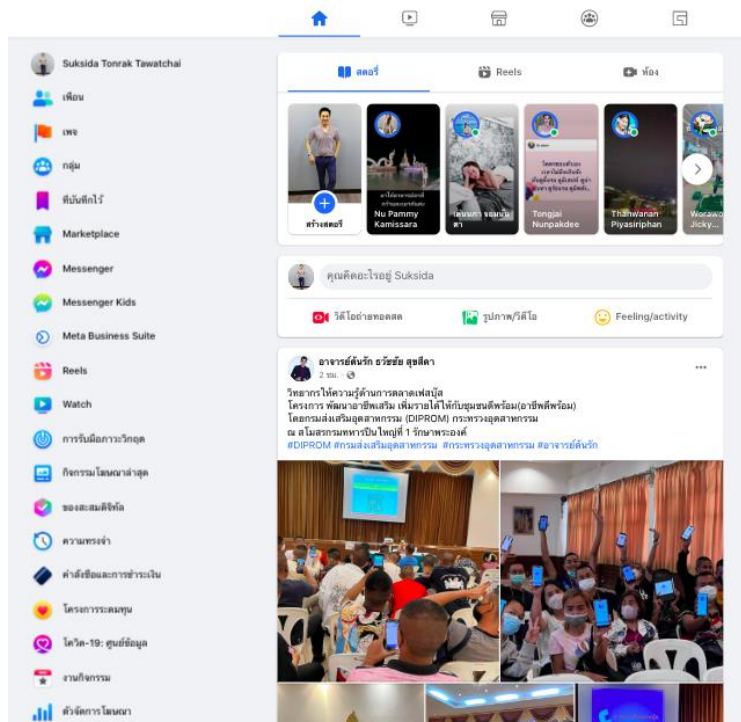
แนวตอบกิจกรรม 11.3.1

1. ลิงค์อินเปรียบเสมือนเฟสบุ๊คของวงการธุรกิจการสมัครสามารถทำได้ง่ายโดยใช้เพียง ชื่อ นามสกุล และอีเมลล์
 2. ลิงค์อิน เป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่มีความสำคัญในด้านการหางานทำและสร้างเครือข่าย ในการทำงานทั้งในระดับประเทศและต่างประเทศ
-

เฟสบุ๊กสำหรับผู้ประกอบการผลิตดิจิทัล

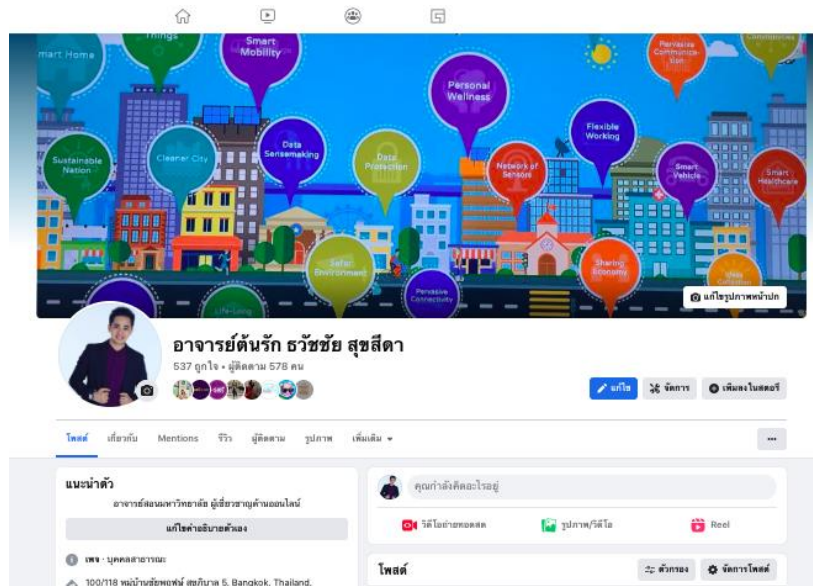
ด้วยจำนวนผู้ใช้ที่มีมากที่สุดถึงสองพันกว่าล้านคนทั่วโลก ทำให้เฟสบุ๊กเป็น สื่อสังคมออนไลน์ขนาดใหญ่และมีอิทธิพลมากที่สุด เป็นช่องทางที่มีประสิทธิภาพในการติดต่อ กับครอบครัว เพื่อนฝูง ไม่ว่าจะเพื่อนที่เคยห่างหายไปนานก็มีความเป็นไปได้ที่จะสามารถค้นหา พบเจอได้ หรือสามารถพบเพื่อนใหม่ที่มีความชอบหรือมีความสนใจร่วมกัน นอกจากนี้เฟสบุ๊ก ยังมีการปรับปรุงหลักการทำงานของ (Algorithm) ในการนำเสนอข้อมูล (Feed) ให้ผู้ใช้ตลอดเวลา เช่น การแสดงข่าวสารของครอบครัวและเพื่อนมาก่อน ตามมาด้วยข้อมูลที่มีประโยชน์ และ ข้อมูลที่มีผู้ชื่นชอบ แต่หากเป็นข้อมูลที่สร้างเพื่อหลอกลวงเรียกยอดไลค์การพบเห็นอาจน้อยลง การสมัครเฟสบุ๊กทำได้ง่ายเพียงแค้ใช้เบอร์โทรศัพท์หรืออีเมลก็สามารถสมัครใช้งานได้ แล้ว

ตัวอย่างหน้าตาของเฟสบุ๊กในภาพ ด้านซ้ายจะเป็นเมนูส่วนตัว เพื่อน เพจ และรายการกลุ่มที่เป็นสมาชิกอยู่ ส่วนตรงกลางเป็นบริเวณแสดงข้อมูลที่มีการอัปเดตตลอดเวลาจากเพื่อนและผู้ที่เราติดตาม ส่วน

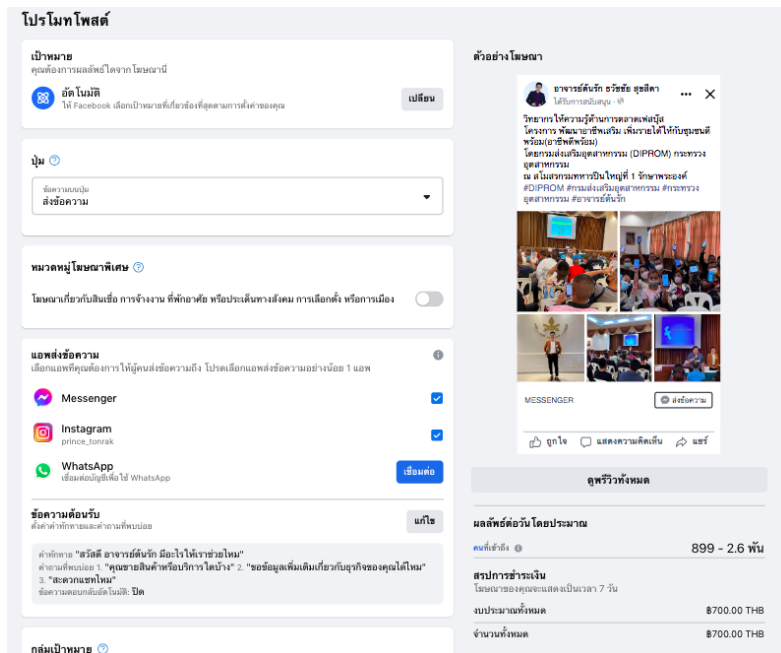


นอกจากเฟสบุ๊กจะถูกใช้เพื่อวัตถุประสงค์ส่วนตัวแล้วยังมีประโยชน์อย่างยิ่งในการ สร้างธุรกิจและ

ความก้าวหน้าทางอาชีพ เช่น การสร้างบัญชีเฟสบุ๊กเป็นสินค้าและบริการ หรือ การสร้างแฟนเพจซึ่งสามารถกระตุ้นการมองเห็นสู่กลุ่มเป้าหมายโดยตรงด้วยการจ่ายค่า โฆษณา รวมทั้งการสร้างกลุ่มเพื่อรวบรวมสมาชิกที่มีความสนใจร่วมกัน จากภาพ ตัวอย่างของแฟนเพจ “อาจารย์ต้นรัก ธวัชชัย สุขสีดา” เป็นเพจที่สร้างขึ้นเพื่อเผยแพร่ผลงานเกี่ยวกับการบริการวิชาการและธุรกิจด้านการบริการการศึกษา



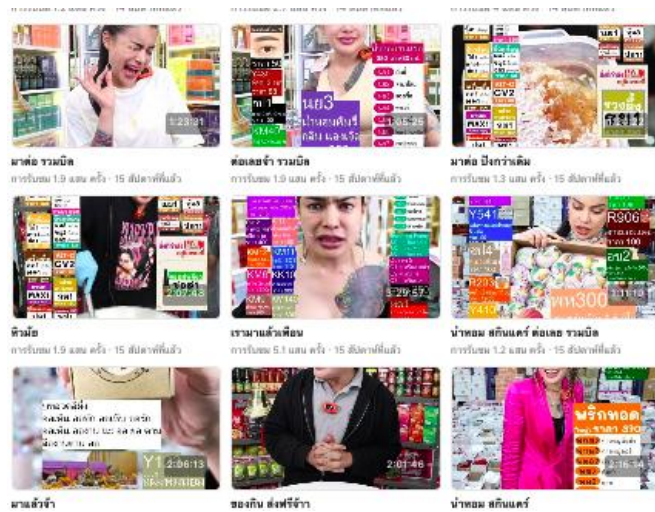
ในปัจจุบันเฟสบุ๊กได้ปรับเปลี่ยนวิธีการเข้าถึงแฟนเพจของผู้ใช้งาน ทำให้จำนวนการเห็นโพสต์ในแฟนเพจลดลง ทั้งนี้เป็นการตลาดของเฟสบุ๊กที่ต้องการให้เจ้าของธุรกิจจ่ายเงิน เพื่อเร่งการมองเห็น (Boost post) มากขึ้น ซึ่งในการเร่งการมองเห็นสามารถกำหนด กลุ่มเป้าหมายได้ด้วยการเลือกช่วงอายุ และสิ่งที่สมาชิกสนใจ



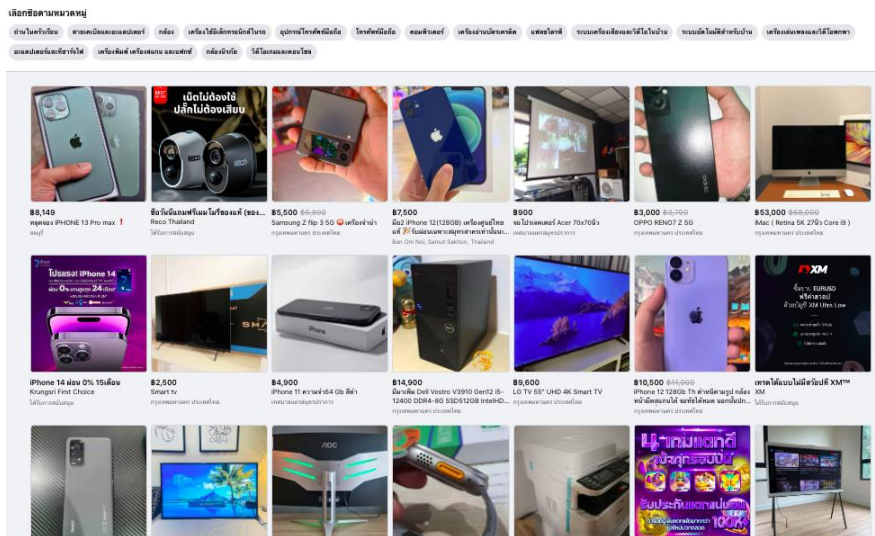
นอกจากการผลิตสินค้าเพื่อทำธุรกิจออนไลน์ผ่านระบบแฟนเพจของเฟสบุ๊คแล้ว การใช้ไอเดียในการดึงดูดให้มีคนเข้ามามีปฏิสัมพันธ์และกดไลค์ในเพจให้มีจำนวนมากก็สามารถสร้างรายได้จากการรับฝากโฆษณาได้เช่นกัน ยังมีจำนวนผู้กดไลค์ให้กับเพจมาก อัตราค่าจ้างในการลงโฆษณาก็มีสูงขึ้น ดังตัวอย่างเพจ “รบกวนติดต่อภาพนี้ให้หน่อยสิ” ในภาพ ซึ่งมีแนวคิดให้ผู้ใช้โพสต์รูปภาพที่ต้องการให้สมาชิกคนอื่นติดต่อ ซึ่งแต่ละคนก็จะใช้ไอเดียในการสร้างสรรค์ติดต่อรูปภาพให้ตกลง แลก แหวกแนว เพื่อให้เกิดความสนุกสนาน ซึ่งก็ได้ผลตอบรับเป็นอย่างดี ในปัจจุบันมีแฟนเพจที่ติดตามถึงประมาณหนึ่งล้านหกแสนคน



เฟซบุ๊กยังคงมีลูกเล่นเพื่อดึงดูดความสนใจจากผู้ใช้เสมอ เช่น การเพิ่มช่องทางให้ สมาชิกคนอื่นเห็นผ่านระบบเฟซบุ๊กไลฟ์ (Facebook live) ซึ่งเป็นการถ่ายทอดสดที่มีการแจ้ง เตือนให้เพื่อนสมาชิกรับรู้ที่กำลังมีการออกอากาศอยู่ เมื่อพิมพ์คำสำคัญบางอย่าง เช่น แสดง ความยินดี หรือ Congratulations ก็จะมีภาพรีวรับบิ้นพุ่งออกมา หรือมีปุ่มแสดงความรู้สึก รัก รู้สึกเศร้า การแจ้งเตือนวันเกิด การสร้างวิดีโอครบรอบการเป็นเพื่อน เป็นต้น ตัวอย่างการทำธุรกิจขายของผ่านการทำ Facebook live เพจ “พิมรี่พายขายทุกอย่าง”



หรือแม้แต่จะทำธุรกิจสร้างรายได้จากเฟซบุ๊กมาร์เก็ตเพลสแหล่งรวมประกาศขายสินค้าออนไลน์บน Facebook เป็นฟีเจอร์ที่ใคร ๆ ก็สามารถค้นหา หรือโพสต์ขายสินค้า โดยไม่จำเป็นต้องมีเพจร้านค้า เพียงใช้ Facebook ส่วนตัวก็สามารถโพสต์ขายของใน Marketplace Facebook ได้เลย แค่อัปโหลดรูปพร้อมรายละเอียดสินค้า ที่สำคัญสามารถลงขายสินค้าได้ฟรี! แถมยังเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายลูกค้าได้เป็นจำนวนมากและเร็วที่สุดเหมาะเป็นช่องทางหารายได้ทางธุรกิจอีกทางหนึ่งด้วย



แม้เฟซบุ๊กจะเป็นเครื่องมือที่สร้างความสนุกสนานบันเทิงได้ แต่ก็สามารถใช้พัฒนา ศักยภาพและการทำงานได้อย่างดีเยี่ยมเช่นกัน เช่น การติดตามบุคคลที่ให้ความรู้ การติดตาม ผู้ที่สร้างแรงบันดาลใจในสายงานที่เกี่ยวข้อง เฟซบุ๊กยังช่วยสร้างภาพพจน์ที่บุคคลภายนอก มองเห็น การสร้างกิจกรรมต่าง ๆ ให้ผู้อื่นได้เข้าร่วม สร้างภาพลักษณ์ความเป็นมืออาชีพใน ด้านการทำงานให้เกิดขึ้น ดังนั้นทุก ๆ สิ่งที่เคยแพร่ออกไปให้สังคมได้เห็น ควรมีการถ่วงรอง เสียก่อน

กิจกรรม 11.3.2

1. เฟซบุ๊กมีประโยชน์อย่างไรในทางธุรกิจ
2. ทำธุรกิจขายของออนไลน์ทางเฟซบุ๊กแบบไหนเข้าถึงลูกค้าได้มีประสิทธิภาพ

แนวตอบกิจกรรม 11.3.2

1. สื่อสังคมออนไลน์ขนาดใหญ่และมีอิทธิพลมากที่สุดเป็นช่องทางธุรกิจที่มีประสิทธิภาพ
2. เฟซบุ๊กยังคงมีลูกเล่นเพื่อดึงดูดความสนใจจากผู้เข้าชม เช่น การเพิ่มช่องทางให้ สมาชิกคนอื่นเห็นผ่านระบบเฟซบุ๊กไลฟ์

เรื่องที่ 11.3.3

ทวิตเตอร์สำหรับผู้ประกอบการดิจิทัล

ทวิตเตอร์เป็นเครือข่ายสังคมที่สามารถแชร์ข่าวสาร รูป หรือส่งข้อความได้เหมือน เครือข่ายสังคมอื่น ๆ แต่มีจุดเด่นที่การกระจายข้อมูลนั้นทำได้ในลักษณะข้อมูลที่สรุปแล้ว เพราะไม่สามารถพิมพ์ตัวอักษรได้เกิน 280 ตัว มีการสร้างปฏิสัมพันธ์นอกจากการโพสต์ข้อความ ทั่วไป 3 ช่องทางได้แก่

1. การรีทวีต (Retweets, RTs) เป็นการแชร์ข้อความต้นฉบับหรือสามารถเพิ่มความ คิดเห็นเพิ่มเติม เข้าไปได้ เรียกว่า “quote tweet” หมายถึงการแทรกข้อความความเห็นก่อน ตามด้วยข้อความต้นฉบับที่จะ อยู่ในเครื่องหมายข้อความ “ ”

2. การตอบ (Reply) เป็นการตอบข้อความต่อโพสต์แบบสาธารณะที่ผู้อื่นสามารถ มองเห็นได้

3. การส่งข้อความส่วนตัว (DM หรือ Direct Message) เป็นการส่งข้อความส่วนตัว กับสมาชิกคนอื่น โดยสามารถส่งรายบุคคลหรือเป็นกลุ่มก็ได้

ทวิตเตอร์มีส่วนในการส่งเสริมการทำงานหากใช้อย่างเหมาะสม เพราะสามารถ ติดตามแนวโน้มของ สังคมได้ทันเวลา ซึ่งสามารถระบุและค้นหาสิ่งที่สนใจได้ โดยพิมพ์หลัง เครื่องหมาย #

สำหรับตัวอย่างของทวิตเตอร์ดังภาพ

ทวิตเตอร์สำหรับธุรกิจอย่างไรให้เกิดประสิทธิภาพที่สุด

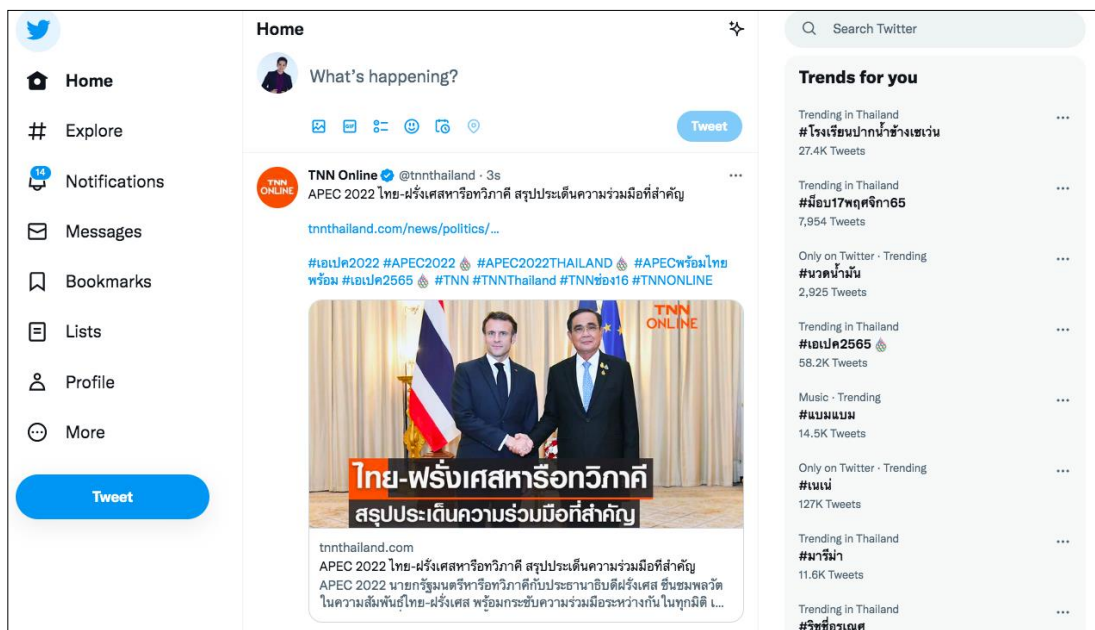
ทวิตเตอร์ (Twitter) ถือเป็นหนึ่งในโซเชียลมีเดียแพลตฟอร์มที่เป็นที่นิยมไปทั่วโลกและสำหรับในประเทศไทยเองก็ถือเป็นแพลตฟอร์มที่มีคนใช้เป็นอันดับต้นๆ และหลายๆธุรกิจได้นำทวิตเตอร์มาใช้ในการโปรโมทแบรนด์สินค้ารวมไปถึงบริการต่างๆ ที่ไม่ใช่แค่การอัพเดทข่าวสารเหมือนในอดีตเพียงอย่างเดียว และสำหรับแบรนด์หรือธุรกิจไหนที่เพิ่งจะเริ่มหัดใช้ทวิตเตอร์เป็นเครื่องมือสำหรับสื่อสารการตลาดอีกช่องทางหนึ่ง เราลองมาดูกันว่าหากจะสร้างบัญชีทวิตเตอร์สำหรับธุรกิจจำเป็นต้องทำความเข้าใจอะไรกันบ้าง

วิธีใช้ทวิตเตอร์สำหรับธุรกิจ

ก่อนอื่นต้องเข้าใจก่อนครับว่าทวิตเตอร์นั้นเป็นโซเชียลมีเดียแพลตฟอร์มที่ใช้ในการแบ่งปันข้อมูลข่าวสารเป็นหลัก ซึ่งเจ้าของบัญชีสามารถกำหนดหัวข้อและเนื้อหาในการสื่อสารได้ไม่เกิน 280 ตัวอักษร โดยคนทั่วไปรวมไปถึงหน่วยงานบริษัทหรือองค์กรก็สามารถเป็นเจ้าของบัญชีได้ ตั้งแต่การแบ่งปันเรื่องราวที่น่าสนใจ แบ่งปันข่าวสารที่กำลังเป็นเรื่องยอดนิยมในสังคม แบ่งปันข้อมูลสินค้าหรือบริการ ที่สามารถพูดโต้ตอบ (Reply) ส่งข้อความส่วนตัว (Direct Message – DM) บอกรับทวิต (Re-Tweet) ติดแฮชแท็กยอดนิยม (#Hashtag) และยังสามารถพูดถึงชื่อคนหรือแบรนด์ (@Name) ได้อีกต่างหาก ซึ่งมันกลายเป็นหนึ่งในแพลตฟอร์มยอดฮิตที่สามารถเข้ามาดูความเคลื่อนไหวของคนบนโลกออนไลน์ได้แบบเรียลไทม์ และหลายๆไอเดียที่เราเห็นในแคมเปญการตลาดนั้นก็มาจากทวิตเตอร์

1. กำหนดแผนการตลาดสำหรับ Twitter

หากธุรกิจวางแผนที่จะใช้ทวิตเตอร์เป็นช่องทางการในการสื่อสารการตลาดแล้วนั้น ก็ต้องทำเหมือนการวางแผนการตลาดในด้านต่างๆที่ทำอยู่เป็นประจำด้วยการวางแผนสำหรับการใช้ทวิตเตอร์ให้เป็นหนึ่งในกลยุทธ์ของธุรกิจ ที่ต้องมีการวางแผนเป้าหมายและผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการใช้ Twitter การวางแผนการทำคอนเทนต์ให้เหมาะสม การจัดสรรงบประมาณสำหรับการซื้อโฆษณา เป็นต้น



2. สร้าง Brand Voice ให้เป็นของตัวเอง

Brand Voice ก็คือน้ำเสียงของแบรนด์ซึ่งมันหมายถึงบุคลิกภาพและความรู้สึกเชิงอารมณ์ที่หลวมรวมกันผ่านการสื่อสาร ที่ครอบคลุมไปถึงคำและภาษาที่ใช้จนไปถึงบุคลิกภาพของแบรนด์และรูปภาพที่ใช้ในงานด้านการตลาด เพื่อสร้างให้เกิดความประทับใจกับลูกค้า โดยคุณจำเป็นต้องหาสิ่งเหล่านี้ให้เจอไม่เช่นนั้นแนวทางการสื่อสารของคุณก็อาจจะซ้ำๆกับแบรนด์หรือธุรกิจต่างๆในทวีตเตอร์จนกลายเป็นไม่มีความแตกต่างและอาจทำให้คนที่เห็นจำผิดก็ได้

3. ลองใช้ Twitter Lists

ในทวีตเตอร์เองก็มีฟังก์ชันที่ชื่อว่า Twitter Lists ซึ่งมันจะช่วยอำนวยความสะดวกในการบริหารจัดการคอนเทนต์บนไทม์ไลน์ การเลือกกลุ่มเป้าหมายในการสื่อสารและวัดผลการตอบสนองได้ (Engagement) หากลองนำมาใช้ดูก็จะช่วยให้การทำงานนั้นง่ายขึ้น

4. ลองใช้ Twitter Spaces เพื่อสื่อสารกับผู้ฟังแบบเรียลไทม์

Twitter Spaces เป็นอีกหนึ่งฟีเจอร์ใหม่ที่สามารถให้คุณพูดคุยกับกลุ่มผู้ฟังผ่านเสียงแบบสดๆ (Live Audio Conversations) ในลักษณะ Audio Events ซึ่งมันเป็นอีกหนึ่งตัวช่วยให้แบรนด์และธุรกิจเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี

5. ซื้อโฆษณาผ่าน Twitter Ads

การซื้อโฆษณาก็ยังคงมีความจำเป็นในการโปรโมทธุรกิจครับ และยิ่งหากคุณเลือกทำการตลาดบนทวีตเตอร์แล้วก็เท่ากับคุณมีคู่แข่งเหมือนกับแพลตฟอร์มอื่นๆ งบประมาณก็นับเป็นหนึ่งสิ่งที่คุณต้องวางแผนควบคู่ไปกับคอนเทนต์ที่จะใช้ในการโปรโมทด้วยเช่นเดียวกัน

6. การใช้ Twitter's Advanced Search

ด้วยความที่ทวีตเตอร์นั้นมีคนทวีตมากกว่า 7,000 ครั้งใน 1 นาที ซึ่งอาจทำให้คุณไม่อาจค้นหาคอนเทนต์ที่คุณสนใจได้เจอ และทางเลือกที่ดีก็คือการลองใช้ Advanced Search ดูครับ ซึ่งมันสามารถค้นหาคนที่พูดถึงคุณได้อีกด้วย เพื่อนำมาวางแผนการตลาดต่อไป

7. วัดผลผ่าน Twitter Analytics

การทำการตลาดออนไลน์และการตลาดบนโซเชียลมีเดียที่ดีต้องวัดผลได้เสมอ และทวีตเตอร์เองก็มีเครื่องมือที่ชื่อว่า Twitter Analytics ที่ช่วยให้คุณตรวจสอบและวัดผลแคมเปญการตลาดในมุมมองต่างๆ อาทิ จำนวนคนที่พูดถึงคุณ จำนวนการเข้าถึง จำนวนการมีส่วนร่วม จำนวนลึค์ที่ถูกคลิก เป็นต้น

8. เชื่อมต่อ Twitter API

เพื่อให้การตรวจสอบและติดตามผลเป็นแบบปัจจุบันทันด่วน (Real-time) และง่ายต่อทีมการตลาดในการบริหารจัดการ สำหรับตัวทวีตเตอร์ก็มี API ไว้เชื่อมต่อกับเครื่องมือต่างๆเพื่อให้คุณและทีมงานนั้นง่ายต่อการติดตามผลแบบเรียลไทม์ โดยคุณสามารถตั้งค่าตัววัดผลได้ตามที่ต้องการซึ่งก็ต้องให้ทีมโปรแกรมเมอร์นั้นช่วยติดตั้งตรงส่วนนี้

สรุปทั้ง 8 วิธีนี้ถือเป็นเคล็ดลับสำหรับการประกอบธุรกิจที่สามารถช่วยให้คุณทำการตลาดเพื่อโปรโมทแบรนด์หรือธุรกิจผ่านทวิตเตอร์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เทคนิคเพื่อช่วยธุรกิจคุณบน Twitter

ด้วยความที่ทวิตเตอร์นั้นสามารถโพสต์ได้แค่เพียงไม่เกิน 280 ตัวอักษรเท่านั้น จึงจำเป็นต้องทำทุกวิธีทางเพื่อให้ได้ประโยชน์มากที่สุดในขอบเขตที่จำกัดกับ 9 เทคนิคดังต่อไปนี้

1. รวบรวมทุกอย่างให้สั้นกระชับที่สุด

280 ตัวอักษรนั้นถือว่าน้อยมากแต่มันเป็นข้อบังคับของทวิตเตอร์ซึ่งเอาไว้อัดแน่นข้อความสั้นๆ ดังนั้นคุณควรคิดคำให้ได้ใจความที่ต้องการจะสื่อสารมากที่สุดที่ต้องตอบวัตถุประสงค์ที่ตั้งเอาไว้ด้วย

2. เขียนแบบเพียวคอนเทนต์

การเขียนข้อความแบบไม่มีสิ่งใดๆเลยจะส่งผลให้เกิดการมีส่วนร่วมได้ดีกว่า ซึ่งนั่นก็ต้องขึ้นอยู่กับการวางแผนคอนเทนต์เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในลักษณะการพูดคุยหรือ Retweet มากกว่าจะให้เกิด Call-to-Action ในรูปแบบอื่นๆ

3. สร้างการมีส่วนร่วมด้วยบทสนทนา

การแค่เขียนอะไรลงไปบนโลกทวิตเตอร์อาจทำให้คนฟังไม่สนใจคุณเท่าที่ควร แต่วิธีการที่จะเปลี่ยนให้คนมาสนใจฟังคุณก็คือการสร้างบทสนทนาให้เกิดการโต้ตอบขึ้น เช่น การตั้งคำถาม การทำโพลสำรวจความเห็น เป็นต้น

4. อย่าลืม Call-to-Action (CTA)

ทุกๆ การทำการตลาดออนไลน์และโซเชียลมีเดียย่อมต้องมี Call-to-Action หรือผลลัพธ์ที่อยากให้เกิดขึ้นกับเรื่องนั้นๆ เช่น การใส่ลิงค์เพื่อเชื่อมโยงมาที่เว็บไซต์ การใส่เบอร์โทร ซึ่งมันเหมาะกับการทำ Advertorial สำหรับการโฆษณาบนทวิตเตอร์และสามารถปรับใช้กับการทวิตแบบอื่นๆ ได้

5. ทวิตด้วย Emojis

ข้อความเพียงอย่างเดียวไม่สามารถสื่อสารอารมณ์ได้เท่ากับการใส่ Emojis เข้าไปด้วย ซึ่งสถิติที่ทวิตเตอร์ได้ทำการสำรวจออกมานั้นก็น่าแปลกใจครับว่า การทวิตที่มี Emojis นั้นช่วยให้เกิดการมีส่วนร่วมของผู้ฟังได้ดีกว่า

6. ติด #Hashtag ยอดฮิต

จุดเด่นเรื่องหนึ่งของทวิตเตอร์ คือ #Hashtag ที่กลายเป็นปรากฏการณ์ของโลกออนไลน์มานักต่อนักแล้ว ซึ่งคุณสามารถลองนำมาใช้กับการทวิตแต่ละครั้งดูได้ แต่ก็ต้องเลือกที่เหมาะสมกับสิ่งที่คุณจะทวิตด้วยนะครับ ไม่งั้นนั่นอาจทำให้คุณงานเข้าโดยไม่รู้ตัว โดยคุณสามารถหา #hashtag ได้จาก Twitter's Advanced Search ดูได้

7. ทวิตด้วยรูปแบบ Visual

ภาพและเสียงช่วยให้คอนเทนต์ของคุณนั้นดูมีชีวิตชีวาและดึงดูดผู้ฟังได้มากมายเสมอ แม้ว่าทวิตเตอร์นั้นเป็นแพลตฟอร์มสำหรับข้อความเป็นหลักก็ตาม ตัวอย่างเช่น การใช้ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหวในแบบ GIF หรือวิดีโอสั้นๆ ก็ได้ผลดีเช่นกัน

8. รู้จังหวะในการ Tweet

แม้ความสดใหม่ (Recency) ถือเป็นปัจจัยสำคัญในการทำให้สิ่งที่คุณทวิตถูกพบเห็นอย่างรวดเร็วก็จริง แต่ก็ควรเลือกเวลาในการทวิตให้เหมาะสมและตรงกับเวลาของกลุ่มเป้าหมายที่เปิดทวิตเตอร์ด้วย ไม่ใช่ทวิตในช่วงเวลาที่ทุกคนหลับกันหมดหรือไม่ได้อยู่บนโลกทวิตเตอร์ และโดยส่วนใหญ่ในช่วงวันจันทร์ 8 โมงเช้าถือว่าเป็นเวลาที่ดีที่สุดในการทวิตข้อความต่างๆ ซึ่งคุณอาจลองดูใน Twitter Analytics ดูก็ได้ครับว่าช่วงเวลาที่คุณทวิตช่วงใดสร้างการมีส่วนร่วมได้มากที่สุด ก็ลองเลือกเวลานั้นทำการทวิตข้อความของคุณดู

9. เลือกความถี่ที่เหมาะสม

การทวิตข้อความบ่อยๆอาจสร้างความรำคาญและความเบื่อหน่ายให้กับผู้ฟังได้ ก็เหมือนกับทุกๆ แพลตฟอร์มครับที่ต้องมีการวางแผนการทำคอนเทนต์ โดยส่วนใหญ่หากเป็นการทวิตก็อาจสัก 2-3 ครั้งใน 1 วัน และก็ไม่จำเป็นต้องครบทั้งอาทิตย์ อาจเป็นเวลาทำงานแค่ 3-5 วันก็ได้ ซึ่งก็ขึ้นอยู่กับความน่าสนใจของคอนเทนต์นั้นๆ ด้วย

กิจกรรม 11.3.3

1. วิธีใช้ทวิตเตอร์สำหรับธุรกิจทำได้อย่างไรบ้าง
2. ประโยชน์ของทวิตเตอร์ช่วยธุรกิจเกี่ยวกับอะไรบ้าง

แนวตอบกิจกรรม 11.3.3

1. ทวิตเตอร์ (Twitter) ถือเป็นหนึ่งในโซเชียลมีเดียแพลตฟอร์มที่เป็นที่นิยมไปทั่วโลกและสำหรับในประเทศไทยเองก็ถือเป็นแพลตฟอร์มที่มีคนใช้เป็นอันดับต้นๆ และหลายๆธุรกิจได้นำทวิตเตอร์มาใช้ในการโปรโมทแบรนด์สินค้ารวมไปถึงบริการต่างๆ

2. เทคนิคเพื่อช่วยธุรกิจคุณบน Twitter สามารถโพสต์ได้แค่เพียงไม่เกิน 280 ตัวอักษรเท่านั้น จึงจำเป็นต้องทำทุกวิธีทางเพื่อให้ได้ประโยชน์มากที่สุดในขอบเขตที่จำกัดกับ 9 เทคนิค
