

— DIGITAL MARKETING —

การตลาด

ยุคใหม่

ทำกำไร

ต้องแบบนี้!

— MARKETING IN THE MOMENT | MICHAEL TASNER —



กลยุทธ์การตลาดแบบใหม่ ใช้ทุนต่ำ แต่ทำกำไรสูง
เพิ่มผู้เข้าชม ยอดขาย และส่วนแบ่งตลาดได้ทันที!

Facebook

Google

LinkedIn

และ

Twitter

DIGITAL MARKETING การตลาดยุคใหม่ ทำอย่างไรต้องแบบนี้!

แปลและเรียบเรียงจาก MARKETING IN THE MOMENT

ผู้เขียน : Michael Tasner

ผู้แปล : คมสัน ขจรชีพนันธุ์งาม

ราคา 250 บาท

พิมพ์ครั้งที่ 1 : กรกฎาคม 2562

สงวนลิขสิทธิ์โดย : บริษัท เอ็กซ์เปอร์เน็ต จำกัด

Authorized translation from the English language edition, entitled MARKETING IN THE MOMENT: THE DIGITAL MARKETING GUIDE TO GENERATING MORE SALES AND REACHING YOUR CUSTOMERS FIRST, 2nd EDITION, ISBN: 9780133889819 by TASNER, MICHAEL, published by Pearson Education, Inc, publishing an Pearson FT Press, copyright © 2015

All rights reserved. No part of this book may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or by any information storage retrieval system, without permission from Pearson Education, Inc.

Thai language edition published by EXPERNET CO., LTD., copyright © 2019

จัดพิมพ์และ : บริษัท เอ็กซ์เปอร์เน็ต จำกัด

จัดจำหน่ายโดย 2387 อาคารรวมทุนพัฒนา ถนนเพชรบุรีตัดใหม่
แขวงบางกะปิ เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310
โทร. 0-2718-1821 (10 คู่สาย)
แฟกซ์ : 0-2718-1831, 0-2318-4809
<http://www.expernetbooks.com>
e-mail: public@expernetbooks.com

พิมพ์ที่ : บริษัท แอคทีฟ พรินท์ จำกัด

โทรศัพท์ 0-2530-4114 (8 คู่สาย)
โทรสาร 0-2108-8950, 0-2108-8951

ข้อมูลทางบรรณานุกรมหอสมุดแห่งชาติ

แทสเนอร์, ไมเคิล.

Digital marketing การตลาดยุคใหม่ ทำอย่างไรต้องแบบนี้! -- กรุงเทพฯ : เอ็กซ์เปอร์เน็ต, 2562.
316 หน้า.

1. การตลาดอินเทอร์เน็ต. I. คมสัน ขจรชีพนันธุ์งาม, ผู้แปล. II. ชื่อเรื่อง.
658.872

ISBN 978-974-414-519-2

หากมีข้อผิดพลาดเนื่องจากการพิมพ์ สามารถนำมาเปลี่ยนได้ที่สำนักพิมพ์เอ็กซ์เปอร์เน็ต
ในกรณีที่ต้องการซื้อเป็นจำนวนมาก เพื่อใช้ในการสอน การฝึกอบรม การส่งเสริมการขาย
หรือเป็นของขวัญพิเศษ กรุณาติดต่อสอบถามราคาพิเศษได้ที่ โทร. 0-2718-1821 (10 คู่สาย)

สารบัญ

บทนำ

9

บทที่

1

กรอบแนวคิดที่เปลี่ยนไป : การตลาดดิจิทัล

19

- เริ่มต้นที่ Web 2.0 19
- ข้อจำกัดของกรอบแนวคิดแบบ Web 2.0 21
- แล้ววันนี้เราอยู่ตรงจุดไหนของการตลาดดิจิทัล ? 26

บทที่

2

การตลาดดิจิทัลของคุณในปัจจุบัน เป็นอย่างไร ?

31

- เวลาทำสิ่งเปลี่ยน 31
- การสำรวจความคิดเห็นที่มีต่อเว็บแบบ 360 องศา
และความพยายามทางด้านการตลาดของคุณ 34
- การลงทุนในเทคโนโลยีใหม่และเทคโนโลยีส่วนเพิ่ม 41
- สิ่งสำคัญสูงสุด 5 อันดับแรกที่คุณต้องทำ
ในโลกการตลาดยุคใหม่ 43

บทที่

3

โซเชียลมีเดียอันทรงพลัง : วิธีใช้ประโยชน์ จากโซเชียลมีเดียอย่างถูกต้อง

45

- สูตรลับสำหรับการตลาดบนโซเชียลมีเดีย 47
- 6 โซเชียลมีเดียยักษ์ใหญ่ 52
- การโฆษณาบนโซเชียลมีเดีย 65

บทที่ 4	ความคลั่งคลีในคอนเทนต์ : ดึงดูดให้ลูกค้าสนใจคุณให้ได้ก่อนคู่แข่ง 73 <ul style="list-style-type: none"> ❖ การเขียนบล็อก (Blog) 75 ❖ อินโฟกราฟิก (Infographics) 87 ❖ พอดแคสติ้ง (Podcasting) 90
บทที่ 5	การตลาดบนมือถือ (Mobile Marketing): กระแสที่ไม่อาจมองข้าม 101 <ul style="list-style-type: none"> ❖ การทำการตลาดบนมือถือคืออะไร ? 102 ❖ โลกกำลังหมุนไปด้วยอุปกรณ์มือถือ 109 ❖ การพัฒนาเว็บไซต์ที่ใช้ได้กับอุปกรณ์มือถือทุกชนิด 110 ❖ วิธีการทำการตลาดบนมือถือเพื่อใช้งานจริง 112
บทที่ 6	โลกแห่งความเป็นจริงเสมือน (Virtual Reality): กลยุทธ์การทำการตลาดแห่งอนาคต 135 <ul style="list-style-type: none"> ❖ พื้นฐานของชุมชนบนโลกแห่งความเป็นจริงเสมือน 141 ❖ วิธีการใช้ประโยชน์จากโลกแห่งความเป็นจริงเสมือน 154 ❖ งานแสดงสินค้าและกิจกรรมส่งเสริมการขายบนโลกแห่งความเป็นจริงเสมือน 158 ❖ โฆษณาบนเนออร์บนโลกแห่งความเป็นจริงเสมือน 173
บทที่ 7	การตลาดโดยใช้วิดีโอ : การเพิ่มกำไรจากวิดีโอ 175 <ul style="list-style-type: none"> ❖ การเติบโตอย่างน่าทึ่งของการใช้วิดีโอ 175 ❖ คุณควรเริ่มจากที่ไหน ? 176

➤ การใช้เครื่องมือในการทำวิดีโอ ติดอันดับการค้นหา ในหน้าแรก (Video Search Engine Optimization)	187
➤ ทำอย่างไรให้วิดีโอเป็นไวรัล ?	192
➤ การเปลี่ยนจาก YouTube เป็น Ustream, Livestream และ Google Hangouts	194
➤ อินเทอร์เน็ตทีวี (Internet TV)	207
➤ การถ่ายทำวิดีโอแบบง่าย ๆ	214
➤ เพิ่มพลังให้การตลาดด้วยวิดีโอ	215

บทที่

8

สุดยอดเครื่องมือการตลาด : เพิ่มความเร็ว และความแรงให้การตลาดของคุณ 219

➤ การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship Management)	220
➤ การติดตามเว็บไซต์ของคุณ	226
➤ เครื่องมือในการทำเว็บไซต์ติดอันดับการค้นหา ในหน้าแรก (Search Engine Optimization, SEO)	234
➤ การตลาดผ่านโซเชียลมีเดีย (Social Media Marketing)	235
➤ การจัดการชื่อเสียงบนโลกออนไลน์	236
➤ การสร้างแลนด์ดิ้งเพจ (Landing Pages)	237
➤ การตลาดโดยใช้อีเมล	238
➤ การฝากวิดีโอไว้กับผู้ให้บริการ (Video Hosting)	239
➤ เครื่องมืออื่น ๆ	240
➤ ตะกร้าสินค้า (Shopping Cart)	241

บทที่ 9	เว็บแอปพลิเคชัน (Web Applications): วิธีการทำให้ธุรกิจของคุณเติบโต โดยการสร้างแอป (App)	243
	<ul style="list-style-type: none"> ❖ อะไรคือเว็บแอป ? ❖ การใช้แอปบนมือถือในการตลาดดิจิทัลของคุณ 	244 244
บทที่ 10	โอเพนซอร์ส (Open-Source Code): วิธีหาและใช้ผลงานของคนอื่นเพื่อให้ได้ผลลัพธ์สูงสุด	259
	<ul style="list-style-type: none"> ❖ อะไรคือโอเพนซอร์ส ? ❖ การใช้โอเพนซอร์ส 	260 261
บทที่ 11	การสร้างความร่วมมือ และความรวดเร็ว : อาวุธลับสำหรับการทำการตลาดยุคใหม่	267
	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Google Apps ❖ เครื่องมือสำหรับการสร้างความร่วมมือ 	269 277
บทที่ 12	7 ธุรกิจต้นแบบในโลกการตลาดดิจิทัล	283
	<ul style="list-style-type: none"> ❖ บริษัท : Fro Knows Photo ❖ บริษัท : Kegworks.com ❖ บริษัท : Lyods Taco Truck ❖ บริษัท : Plastic Printers ❖ บริษัท : River Pool Spas ❖ บริษัท : The Points Guy ❖ บริษัท : TD Bank 	284 285 286 287 289 290 291

บทที่
13

แผนปฏิบัติการของคุณ : ทบทวนกลยุทธ์และการลงมือปฏิบัติ 293

- ❖ การวิเคราะห์ SWOT 294
- ❖ แผนปฏิบัติการของคุณใน 3-6 เดือนข้างหน้า และไกลกว่านั้น 301
- ❖ ข้อคิดสุดท้ายเกี่ยวกับการวิวัฒนาการของเว็บไซต์ต่าง ๆ บนอินเทอร์เน็ต 310

บทสรุป : ศิลปะแห่งการลงมือทำ 313

เกี่ยวกับผู้เขียน 316

บทนำ



ไม่มีช่วงเวลาไหนในประวัติศาสตร์ที่ดีกว่าช่วงเวลาในปัจจุบัน
นี้อีกแล้วสำหรับการนำการตลาดดิจิทัลไปใช้ประโยชน์ในธุรกิจของคุณ
นี่คือกลยุทธ์ทางการตลาดที่เติบโตเร็วที่สุดในโลกและยังคงเป็นตัว
ชี้ชะตาธุรกิจของคุณในอนาคตด้วย

DIGITAL MARKETING การตลาดยุคใหม่ ทำกำไรต้องแบบนี้ !

ฉบับพิมพ์ครั้งแรก ถูกวางขายในปี 2010 ผมรู้สึกภาคภูมิใจมากที่จะบอกว่าเนื้อหาของหนังสือเล่มนั้นคาดการณ์อนาคตได้อย่างแม่นยำ กลยุทธ์บางอย่างในหนังสือเล่มนั้นก้าวล้ำนำสมัยไปสักหน่อย ยกตัวอย่างเช่น การตลาดผ่านมือถือ ซึ่งเป็นจุดที่ทุกคนกล่าวถึงในหนังสือเล่มนั้น เมื่อเวลาผ่านไปหลายปีจนถึงปัจจุบัน ทุกที่ที่คุณไป คุณจะพบว่าผู้รู้ทั้งหลายในด้านการตลาดต่างก็กำลังชี้ว่าการตลาดผ่านมือถือคือกระแสที่ร้อนแรงที่สุด ทำไมผมถึงต้องหยิบยกเรื่องนี้มากล่าวถึง ? เหตุผลก็คือผมอยากให้คุณรู้ว่าคุณกำลังตัดสินใจถูกต้องแล้วที่ได้ซื้อและกำลังอ่านหนังสือเล่มนี้ คุณจะรู้เรื่องเกี่ยวกับกระแสและยุทธวิธีต่าง ๆ ซึ่งจะทำให้คุณก้าวล้ำเหนือกว่าคู่แข่งของคุณไปหลายปี และจะทำให้คุณได้ครอบครองส่วนแบ่งตลาดก่อนที่คู่แข่งของคุณจะรู้ตัวด้วย

ฉบับพิมพ์ครั้งที่สองนี้ได้รับการปรับปรุงให้ครอบคลุมกลยุทธ์ด้านการตลาดดิจิทัลล่าสุดและยอดเยี่ยมที่สุดหลังจากได้ผ่านวิวัฒนาการมาแล้วหลายปี รวมทั้งกระแสที่กำลังจะเกิดขึ้นในอนาคต วัตถุประสงค์สำคัญที่สุดในหนังสือฉบับพิมพ์ครั้งที่สองซึ่งผมตั้งใจมอบให้แก่คุณก็คือ การสร้างความแน่ใจว่าคุณจะได้รับการติดต่อและได้รับความรู้ทุกอย่างที่ทันสมัยที่สุด ซึ่งจำเป็นต่อการเป็นเจ้าของตลาดของคุณเอง

เมื่อคุณมีเป้าหมายในการครอบครองตลาดของคุณแล้ว คุณต้องตระหนักในความท้าทายสองสามอย่างซึ่งอาจทำให้คุณหลุดออกนอกเส้นทางที่จะไปสู่เป้าหมายนั้นด้วย ความท้าทายที่ใหญ่ที่สุดก็คือทุกวันนี้การแข่งขันในตลาดกำลังเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง สมมติว่าคุณเปิดร้านขายดอกไม้ เมื่อไม่กี่ปีก่อน คุณอาจพบว่ามีย่านคู่แข่งในพื้นที่เดียวกับคุณไม่เท่าไร แต่ปัจจุบันคุณจะพบคู่แข่งทั้งที่เป็นร้านเปิดใหม่อยู่ใกล้ ๆ กับคุณ และยังพบคู่แข่งที่เป็นร้านออนไลน์อีกหลายสิบร้าน ซึ่งอาจมีงบประมาณ

ก่อนใหญ่มากจนยากที่คุณจะเทียบได้ เมื่อคุณได้อ่านเนื้อหาในหนังสือเล่มนี้ ผมจะทำให้คุณได้เห็นวิธีการที่คุณจะใช้แข่งขันกับคู่แข่งเหล่านั้นและวิธีการที่จะทำให้ธุรกิจของคุณเติบโตได้เร็วกว่าด้วยกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล

หากคุณมองไปรอบ ๆ ตัวคุณหรือรับฟังข่าวสารต่าง ๆ คุณต้องเคยได้ยินและยังคงจะได้ยินต่อไปเกี่ยวกับเรื่องราวธุรกิจค้าปลีกที่กำลังตกต่ำ แม้ว่าหนังสือเล่มนี้จะไม่ได้อธิบายเรื่องความสำเร็จทางธุรกิจโดยตรง แต่เมื่อผมวิเคราะห์แนวโน้มของการล้มเหลวในธุรกิจหลาย ๆ แห่ง ผมก็พบว่าธุรกิจเหล่านั้นส่วนใหญ่ไม่ได้ปรับตัวให้ทันยุคสมัยของกระแสการตลาดดิจิทัล หากการทุ่มเทในด้านการตลาดดิจิทัลของคุณจะสามารถดึงดูดผู้คนให้เข้าร้านค้าสาขาต่าง ๆ ของคุณได้มากขึ้น มันจะไม่ทำให้คุณยังคงอยู่ในธุรกิจได้ง่ายขึ้นหรือ ? ผมคิดว่ามันใช่

ความท้าทายอีกอย่างหนึ่งที่คุณต้องจำใจไว้ก็คือ การที่ทั้งลูกค้ารายย่อยและลูกค้าที่เป็นธุรกิจได้เปลี่ยนแนวทางการซื้อสินค้าและบริการของตนเองไปแล้ว และที่สำคัญมากกว่านั้น พวกเขาได้เปลี่ยนแนวทางในการทำวิจัยและการค้นหาสินค้าและบริการที่ตนต้องการไปแล้วด้วย นี่คือการที่เราในฐานะนักการตลาดจำเป็นต้องเอาใจใส่ เราจำเป็นต้องแน่ใจว่าเราทำการตลาดไปถูกที่และถูกเวลา ในขณะที่สามารถดึงดูดความสนใจของลูกค้าทั้งรายย่อยและลูกค้าประเภทธุรกิจไปด้วย นี่คือเหตุผลว่าทำไมบริษัทอีคอมเมิร์ซจึงทำได้ดีกว่าในธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม เหล่าธุรกิจอีคอมเมิร์ซสามารถปรับตัวและตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลงนี้ได้ดี และกำลังทำทุกสิ่งทุกอย่างที่สามารถทำได้เพื่อจับลูกค้ารายใหม่ ๆ รวมทั้งทำให้ลูกค้าปัจจุบันซื้อของมากขึ้นด้วย

ทำอย่างไรคุณถึงจะแซงหน้านักการตลาดอีก 98% แล้ว
ครองความได้เปรียบเหนือคู่แข่งของคุณ รวมทั้งได้ส่วนแบ่งตลาด
ก่อนที่คนอื่นจะรู้ตัวว่าควรทำแบบเดียวกับคุณมานานแล้ว ?

ใครบ้างที่ไม่ต้องการเป็นอย่างนั้น ก่อนที่ผมจะบอกคุณถึงวิธีการ
ดังกล่าว โปรดถอยหลังกลับไปเล็กน้อยเพื่อพิจารณามุมมองต่อไปนี้กัน
ก่อน

◀ ยังจำสิ่งเหล่านี้กันได้หรือไม่? ▶

ลองเอนหลังสักหนึ่งวินาทีแล้วคิดถึงคำเหล่านี้ :

**collaboration, blogging, content sharing, online video,
social media**

จากนั้น ให้คิดถึงคำเหล่านี้ :

**mobile browsing, MMS marketing, live streaming
video, social advertising, microblogging, extreme
personalization, retargeting, augmented reality**

เป็นไปได้ว่าคุณอาจรู้จักคำกลุ่มแรกได้ดีกว่ากลุ่มที่สอง ผมมีทั้ง
ข่าวดีและข่าวร้ายจะบอกให้คุณทราบ ข่าวดีคือคุณคุ้นเคยกับคำในกลุ่ม
แรกและกำลังใช้ยุทธวิธีบางอย่างที่เกี่ยวข้องกับคำเหล่านั้นอยู่แล้ว นั่น
แสดงว่าคุณกำลังเคลื่อนที่ไปในทิศทางที่ถูกต้องแล้ว แต่ข่าวที่ไม่ค่อยดี
นักก็คือ คุณต้องนำคำในกลุ่มที่สองมาใส่ไว้ในการทำงานการตลาดของคุณ
และต้องรีบทำด้วย เนื่องจากการตลาดยุคใหม่กำลังมุ่งไปสู่พื้นที่เหล่านั้น

◀ สิ่งนี้มีความหมายต่อคุณอย่างไร? ▶

ในเศรษฐกิจที่มีความไม่แน่นอนสูงเช่นทุกวันนี้ เราไม่สามารถละเลยกระแสใหม่ ๆ ได้ ถ้าผมบอกคุณว่าการตลาดผ่านมือถือคือแนวโน้มที่กำลังร้อนแรงที่สุดในตอนนี้ คุณต้องรีบกระโดดเข้ามาในกระแสนี้ในทันที ผมหมายความว่าอย่างนั้นจริง ๆ คุณไม่สามารถละเลยเทคนิคใหม่ ๆ ทางด้านการตลาดดิจิทัล หากคุณไม่ต้องการปล่อยให้คู่แข่งของคุณคว้าส่วนแบ่งตลาดไปได้ก่อนแล้วผลักดันให้ออกจากการแข่งขัน กฎเกณฑ์สำคัญคือการเข้าไปอยู่ในกระแสนี้ของการตลาดดิจิทัลหลาย ๆ แบบ หากกระแสใดตกไป คุณก็ไม่ต้องกังวล เพราะยังมีอีก 15 แบบซึ่งสามารถหล่อเลี้ยงธุรกิจของคุณได้ จงน้อมรับการเปลี่ยนแปลง แล้วจับตามองธุรกิจของคุณที่จะรุ่งเรืองขึ้น

◀ หลักทางไป หรือ กระโดดขึ้นรถไฟความเร็วสูง ▶

DIGITAL MARKETING การตลาดยุคใหม่ ทำอะไรต้องแบบนี้! มีจุดมุ่งหมายในการรับใช้คุณในฐานะคู่มือที่บอกขั้นตอนแต่ละขั้นให้คุณทำเพื่อสร้างกำไรจากเทคนิคในด้านการตลาดดิจิทัลที่ใหม่ล่าสุดและยอดเยี่ยมที่สุด หากคุณยังไม่พร้อมที่จะอยู่แถวหน้าของโลกการตลาด หนังสือเล่มนี้ก็ยังไม่เหมาะสำหรับคุณในตอนนี

◀ ทำไมคุณจึงควรฟังผม? ▶

ผมเองก็คือนักอ่านตัวยง ผมได้อ่านหนังสือฉบับนี้ ๆ เล่มและเข้าอบรมมาแล้วหลายร้อยหลักสูตร เนื้อหาที่เหมาะกับผมที่สุดก็คือเนื้อหา

ที่มาจากผู้เขียนซึ่งอยู่ในสาขาของผมและอยู่ในสนามรบจริง ๆ ผมต้องการรู้เพียงว่าสิ่งไหนใช้ได้และสิ่งไหนใช้ไม่ได้จริง ๆ โดยมีกรณีศึกษามายืนยัน นั่นคือแนวทางที่ผมใช้ในการเขียนหนังสือเล่มนี้

ถ้าคุณดูจาก **“ประวัติการทำงาน”** ของผมในส่วนต่อไป คุณจะเห็นรายละเอียดที่แสดงว่าผมทำงานอยู่ในสาขานี้มานานและยังจะคงอยู่ต่อไปเพื่อมองหาสิ่งใหม่ ๆ ในอนาคต ผมบอกรายละเอียดดังกล่าวมิใช่เพื่อคุยโวโอ้อวด แต่เพื่อให้คุณรู้ว่าคุณกำลังจะได้รับสาระความรู้จากคนที่ทำงานด้านการตลาดซึ่งอยู่ในอันดับต้น ๆ ของสาขานี้จริง ๆ

ผมเคยเปิดบริษัทขนาดย่อมทำธุรกิจด้านการตลาดออนไลน์และการออกแบบ ผมเริ่มต้นบริษัทนี้ในช่วงแรกของชีวิตการทำงานและสร้างการเติบโตขึ้นมาโดยการใช้อยุทธวิธีต่าง ๆ ที่ผมสอนในหนังสือเล่มนี้ บริษัทนี้ได้เคยทำงานร่วมกับผู้มีชื่อเสียงที่สุดในโลกในวงการต่าง ๆ มาแล้วหลายคน ทั้งนักพูด นักเขียน ที่ปรึกษา และผู้ประกอบการ พวกเขาเหล่านั้นจ้างบริษัทของผมให้ทำการตลาดออนไลน์ให้ทั้งหมดตั้งแต่ต้นจนจบ ผมยังเป็นที่ปรึกษาให้กับบริษัทหลายแห่งที่อยู่ใน 1,000 อันดับแรกของ Fortune โดยสอนให้พวกเขาใช้เทคนิคต่าง ๆ บนเว็บแบบล้ำสุดและแบบที่เยี่ยมที่สุดเพื่อทำการตลาด

ในบรรดาธุรกิจและลูกค้าที่ผมได้เคยทำงานด้วยทั้งหมด ผมประทับใจที่สุดตอนที่ผมได้ร่วมงานกับ Guerrilla Marketing International (บริษัทที่ก่อตั้งโดย เจย์ คอนราด เลวินสัน) ผมได้รับเกียรติให้เป็นผู้ช่วยทำการตลาดดิจิทัลให้กับบริษัทนี้ จนในที่สุดผมได้ดำรงตำแหน่งเป็นหัวหน้าคณะผู้บริหารด้านการตลาดของบริษัทนี้เป็นเวลา 2-3 ปี

สุดท้ายผมยังมีธุรกิจอีกหลายอย่าง (6 ธุรกิจ) ซึ่งผมได้ใช้ยุทธวิธีด้านการตลาดดิจิทัลเพื่อสร้างการเติบโตและเป็นผู้นำตลาดของธุรกิจเหล่านั้น ในตอนนี้ผมจึงต้องการสอนคุณทีละขั้นเพื่อให้คุณบรรลุผลลัพธ์ที่คุณอาจเคยได้แต่เพียงแคฝันถึง

◀ วิธีหนังสือเล่มนี้ ▶

ผมต้องการให้หนังสือเล่มนี้อยู่ในที่ที่คุณหยิบใช้ได้สะดวกเวลาคุณต้องการหาข้อมูลอ้างอิงทุก ๆ ด้านในเรื่องการตลาดดิจิทัล จงอ่านตั้งแต่ปกหน้ายันปกหลังอย่างน้อยสองครั้ง หนังสือเล่มนี้ถูกเขียนขึ้นเพื่อมอบยุทธวิธีต่าง ๆ ให้คุณนำไปใช้งานได้จริง ๆ เพราะผมเคยได้ยินเสียงร้องเรียนจากผู้อ่านหนังสือเล่มอื่น ๆ ว่า เนื้อหาในหนังสือก็ดูดีนะ แต่ไม่แน่ใจว่าจะนำไปใช้การได้อย่างไร ลองนึกถึงภาพยนตร์เรื่อง *The Secret* อันโด่งดังดู นั่นคือภาพยนตร์ที่สร้างมาเพื่อเปลี่ยนแปลงชีวิตของคนดู แต่ไม่มีตอนใดเลยในภาพยนตร์เรื่องนี้ที่บอกคุณว่าจะเริ่มมองเห็นการเปลี่ยนแปลงบางอย่างในชีวิตประจำวันของคุณจริง ๆ ได้อย่างไร สิ่งที่ผมกำลังจะบอกคุณก็คือ คุณจะอ้างไม่ได้ว่าอ่านหนังสือเล่มนี้จบแล้วแต่ไม่สามารถนำไปใช้งานได้ เพราะว่าวิธีการต่าง ๆ ที่อยู่ในหนังสือเล่มนี้ไม่มีอะไรที่ยากเกินไป และมันได้ถูกบ่มเพาะมาเพื่อคุณเรียบร้อยแล้ว ขอเพียงแค่ให้คุณทำตามทีละขั้นและใช้วิธีการเหล่านั้นกับการตลาดดิจิทัลของคุณตั้งแต่วันนี้เลย!

ในหนังสือเล่มนี้ทั้งเล่ม คุณจะเห็นสัญลักษณ์ต่าง ๆ ซึ่งแต่ละสัญลักษณ์มีความหมายดังต่อไปนี้



Checklist

คุณจะทำรายการสำหรับตรวจสอบและรายการทั่ว ๆ ไปเพื่อให้คุณนำไปใช้อ้างอิง



To Do

หนังสือเล่มนี้ไม่เน้นน้ำแต่หนักด้วยเนื้อหาด้านยุทธวิธีต่าง ๆ ซึ่งจะทำให้คุณได้ผลลัพธ์จริง ๆ เราจะพูดถึงวิธีการเพิ่มพลังศักยภาพยุทธวิธีทางการตลาดบางอย่าง ภายใต้สัญลักษณ์ To Do คุณจะเห็นรายการของสิ่งที่คุณต้องทำ เพื่อให้คุณเริ่มต้นนำยุทธวิธีเหล่านั้นไปใช้ได้จริง โดยแต่ละเรื่องจะมีจำนวนรายการไม่เกิน 10 รายการ



Case Study

สำหรับยุทธวิธีการตลาดที่สำคัญ ๆ แต่ละอันที่เราจะนำมาสอนคุณ เราจะให้กรณีศึกษามาด้วยเพื่อให้คุณได้เรียนรู้ว่ายุทธวิธีเหล่านั้นถูกนำไปใช้อย่างไรในโลกแห่งความเป็นจริง นอกจากนี้กรณีศึกษาแต่ละเรื่องยังมีข้อสรุปของผลสำเร็จสำคัญ ๆ จากการใช้ยุทธวิธีเหล่านั้น รวมทั้งบทเรียนที่ผมต้องการให้คุณได้เข้าใจด้วย

TIP

เคล็ดลับ หรือประเด็นสำคัญที่ทำให้คุณ “**ตื่นรู้**” ซึ่งมีอยู่ตลอดทั้งเล่ม

◀ คำถามที่พบบ่อย ▶

ก่อนที่จะเราจะเริ่มต้น โปรดพิจารณาคำตอบสำหรับคำถามที่พบบ่อยต่อไปนี้นีก่อน

ยุทธวิธีทั้งหมดนี้ใช้ได้กับธุรกิจของฉันหรือไม่ ?

คำตอบง่าย ๆ ก็คือ **ใช่** ไม่ว่าธุรกิจประเภทใด ขนาดไหน ก็สามารถใช้ได้ทุก ๆ ยุทธวิธีที่แนะนำเสนอในหนังสือเล่มนี้ได้ทันที แต่ผมคงหลอกตัวเองถ้าคิดว่า คุณจะนำเอาทุก ๆ เทคนิคที่ว่าไปใช้ในทันทีทันใด ดังนั้นจึงมองหายุทธวิธีที่เหมาะสมกับธุรกิจของคุณที่สุดแล้วนำไปปฏิบัติ เมื่อคุณประสบความสำเร็จกับยุทธวิธีนั้นแล้ว จึงมองหายุทธวิธีต่อ ๆ ไปเพื่อนำไปใช้ หัวใจของการตลาดก็คือ การทดลอง การดัดแปลง และการปรับปรุง

การตลาดดิจิทัลต้องใช้เงินมากหรือไม่ ?

ยุทธวิธีที่ผมให้ไว้ในหนังสือเล่มนี้ส่วนใหญ่มีต้นทุนน้อยมากแต่มีผลกระทบสูง การตลาดที่ได้ผลจริง ๆ ไม่จำเป็นต้องใช้เงินเยอะเสมอไป

การใช้เงินจำนวนมากอาจจำเป็นในบางครั้งถ้าต้องการผลลัพธ์มากขึ้นและต้องสามารถติดตามตรวจสอบการใช้เงินนั้นและสามารถปรับยุทธวิธีให้เหมาะสมกับเงินและผลลัพธ์ได้

หนังสือเล่มนี้เหมาะกับใคร ?

ผู้ประกอบการ นักพูด นักเขียน ที่ปรึกษา เจ้าของธุรกิจที่ทำอยู่กับบ้าน องค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ที่ต้องการความได้เปรียบในยุคใหม่ เจ้าของธุรกิจขายข้อมูลหรือความรู้ (infopreneurs) และผู้ประกอบการภายใน (intrapreneurs) ล้วนสามารถได้ประโยชน์จากหนังสือเล่มนี้ทุกคน

มีเครื่องมืออื่น ๆ ที่ไม่ใชการตลาดออนไลน์ ในหนังสือเล่มนี้หรือไม่ ?

มีเครื่องมือทางการตลาดในหนังสือเล่มนี้มากมายทั้งแบบออฟไลน์และออนไลน์ ทั้งทั้งเล่มคุณจะพบคำแนะนำทางธุรกิจที่ใช้ประโยชน์ได้จริงและไม่ไร้สาระสำหรับการทำการตลาดทั่ว ๆ ไปในแบบที่เรียบง่าย เพราะผมต้องการให้คุณทำธุรกิจได้ประสบความสำเร็จจริง ๆ และหนทางง่าย ๆ ที่จะทำให้อธุรกิจของคุณประสบความสำเร็จอย่างรวดเร็วก็คือการเพิ่มศักยภาพยุทธวิธีที่เป็นนวัตกรรมทางการตลาดต่าง ๆ เพื่อเพิ่มยอดคนซื้อและคนแนะนำสินค้าหรือบริการของคุณ

— บทที่ —



กรอบแนวคิดที่เปลี่ยนไป : การตลาดดิจิทัล



◀ **เริ่มที่ Web 2.0** ▶

Web 2.0 คืออะไร ? คำถามนี้เป็นหนึ่งในประโยคยอดนิยม
ที่ได้ยินบ่อยมากในสมัยที่โลกยังเป็นยุค Web 2.0

ยุค Web 2.0 เริ่มต้นเมื่อผู้ใช้เว็บเริ่มเปลี่ยนแปลงวิธีการใช้งานประจำวันจากหน้ามือเป็นหลังมือ กระแสหลัก ๆ ที่เป็นองค์ประกอบของยุค Web 2.0 ได้แก่ การแบ่งปันเนื้อหา ความคิดสร้างสรรค์ที่แหวกแนว การแบ่งส่วนตลาด ส่วนประกอบที่เกี่ยวข้องกับโลกโซเชียล และการเปลี่ยนผ่านครั้งใหญ่ของเว็บไซต์ต่าง ๆ จากแบบที่อยู่นิ่ง ๆ ไปสู่การเป็นเว็บไซต์ที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา คุณสมบัติหลักบางอย่างที่เพิ่มเติมเข้ามาในยุค Web 2.0 ก็คือ การเคลื่อนย้ายหรือทำสำเนา (การแบ่งปัน) ไฟล์ระหว่างเครื่องคอมพิวเตอร์ต่อเครื่องคอมพิวเตอร์ การสื่อสารระหว่างกันและการสร้างเครือข่ายบนโซเชียลเน็ตเวิร์กบางแห่งได้ง่ายขึ้น การแบ่งปันวิดีโอ และการสร้างบล็อก (blogging) โครงสร้างของเว็บไซต์ต่าง ๆ ค่อย ๆ วัฒนาการไปสู่ การแท็ก (tagging) บนโซเชียลเน็ตเวิร์กบางแห่ง การสร้างเว็บไซต์ส่วนตัวซึ่งถูกเปลี่ยนไปเป็นการสร้างบล็อก และการกำเนิดขึ้นของสารานุกรมบนโลกอินเทอร์เน็ตอย่าง Wikipedia ในโลกแห่ง Web 2.0 การให้ความร่วมมือช่วยเหลือกัน (collaborating) ของผู้ใช้งานบนโซเชียลมีเดียต่าง ๆ และการแบ่งปันข้อมูลซึ่งกันและกัน ได้ช่วยให้กระแสการเปลี่ยนแปลงในยุคนั้นเกิดขึ้นเร็วมากเมื่อเทียบกับยุคก่อน ๆ

เมื่อพิจารณาในแง่ความได้เปรียบทางการตลาด Web 2.0 มีองค์ประกอบสำคัญ 4 ประการดังนี้ :

- โซเชียลเน็ตเวิร์ก คือ เว็บไซต์ที่ผู้คนเข้ามารวมตัวกันแล้วแบ่งปันแนวคิด ความคิด และความเห็นให้แก่กันและกัน ตัวอย่างเช่น Facebook, LinkedIn และ MySpace
- โซเชียลมีเดียเป็นที่ที่คุณสามารถแบ่งปันเนื้อหาหรือคอนเทนต์ (content) ให้กับผู้คนบนโลกโดยหวังให้มีการรับรู้เกิดขึ้นอย่าง

แพร่หลาย ตัวอย่างเช่น YouTube, Scribd, Flickr, Instagram และ Pinterest

- ▶ เนื้อหาที่ผู้ใช้งานเป็นคนสร้างเองเป็นสิ่งที่ถูกพูดถึงกันอย่างแพร่หลายบนโลกแห่ง Web 2.0 นี่คือการที่ผู้ใช้งานสร้างสรรค์ผลงาน รวมทั้งจัดการและปรับปรุงข้อมูลของผลงานเหล่านั้นให้ทันสมัยด้วยตัวเอง ยกตัวอย่างเช่น Squidoo, blogs, Tumblr และ Wikipedia
- ▶ ข่าวบนโซเชียลและการสร้างบุ๊กมาร์ก (bookmarking) ซึ่งทำให้ผู้ใช้งานสามารถจัดระเบียบการใช้งานเว็บไซต์ของตนเองได้ ยกตัวอย่างเช่น Digg, Delicious, Technorati และ StumbleUpon

◀ ข้อจำกัดของกรอบแนวคิดแบบ Web 2.0 ▶

คนมากมายเชื่อว่า คงจะไม่มีอะไรใหม่ ๆ อีกแล้วหลังจากยุค Web 2.0 และโลกอินเทอร์เน็ตคงจะมีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นอีกเพียงเล็กน้อย ๆ เท่านั้น ผมจะแสดงให้เห็นว่าทำไมความคิดแบบนั้นจึงเหลวไหลและจะแสดงให้เห็นถึงวิธีการเก็บเกี่ยวผลประโยชน์จากกระแสการเปลี่ยนแปลงอันใหม่ล่าสุดด้วย โปรดจำไว้ว่า ความตั้งใจของผมในหนังสือเล่มนี้ก็คือ การทำให้แน่ใจว่าคุณสามารถนำยุทธวิธีอันหลากหลายในการตลาดดิจิทัลไปใช้ได้จริง รวมทั้งทำให้คุณสามารถครองส่วนแบ่งตลาดได้ก่อนคู่แข่งของคุณโดยใช้เทคนิคที่มีความทันสมัยมากกว่าด้วย

ต่อไปนี้เป็น 5 ปัจจัยที่เป็นข้อจำกัดของ Web 2.0 :

- มีคนใช้งานมากเกินไป
- ความเข้าใจผิด
- จังหวะเวลา
- รูปแบบของการโต้ตอบกัน
- การเปิดเผยความเป็นส่วนตัว

มีคนใช้งานมากเกินไป

เรามาเริ่มต้นจากข้อจำกัดอันแรกซึ่งควรเอาใจใส่ที่สุด นั่นคือ การที่ Web 2.0 มีคนใช้งานมากเกินไป ปัญหาก็คือการที่ทุกคนรวมทั้งญาติพี่น้องของพวกเขาต่างก็อยู่ในโลกแห่ง Web 2.0 กันหมดแล้ว แม้ว่าคนเหล่านั้นอาจเข้าใจดีว่า “Web 2.0” เกี่ยวกับอะไรบ้าง แต่จริง ๆ แล้วไม่ใช่

คนในสังคมของเราต่างใช้ชีวิตอยู่กับ Web 2.0 จนทำให้มันมีผู้ใช้งานกันเกร่อมากไปแล้ว! ความเกร่อนี้เองที่เป็นต้นเหตุให้เกิดการรบกวนมากมายมหาศาล บางคนอาจกำลังพยายามส่งต่อข้อความของคุณไปให้คนอื่น และข้อความนั้นก็อาจก่อให้เกิดความรำคาญกับคนอื่นได้เสมอ

ข้อจำกัดสำคัญของ Web 2.0 ก็คือการมีคนใช้งานมากเกินไป นี่คือตัวอย่าง :

- คุณยายของคุณโทรมาหาคุณเพื่อบอกว่ามีคนบอกให้เธอต้องสร้างบล็อกเพื่อให้เพื่อน ๆ ของเธอได้รู้ข่าวคราวล่าสุดเกี่ยวกับการเดินทางของเธอได้
- เด็กแปดขวบกำลังโพสต์วิดีโอของตัวเองบน YouTube

- ▶ รูปถ่ายวันเกิดลูกของคุณถูกเผยแพร่ไปสู่โลกผ่าน Facebook และ Instagram แทบจะทันทีทันใด

คุณอาจเถียงว่าสุดท้ายแล้วพวกเว็บไซต์เหล่านั้นยังงี้ก็ต้องมีคนเข้าเยี่ยมชมมากมายเพราะทุก ๆ คนต่างก็ต้องเข้าไปใช้งาน อันนี้คุณพูดถูก แต่คุณจะแน่ใจได้อย่างไรว่าคนที่เข้ามายังเว็บไซต์เหล่านั้นเป็นกลุ่มเป้าหมายของคุณจริง ๆ ? นี่คือการแนวคิดที่คุณจะพบไปตลอดหนังสือเล่มนี้ การเข้าชมจากกลุ่มเป้าหมายจริง ๆ (targeted traffic) หรือคนที่เข้าชมซึ่งมีความพร้อม เต็มใจ และสามารถรับข้อความของคุณในแบบที่พวกเขาต้องการจริง ๆ คือความได้เปรียบที่นักวางกลยุทธ์ด้านการตลาดเฝ้าหา

จุดมุ่งหมายที่แท้จริงของนักการตลาดก็คือ การเจาะลึกลงไปเพื่อค้นพบว่าการโต้ตอบกันที่ดีที่สุดระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายควรเป็นแบบไหน Facebook คือสถานที่อันยอดเยี่ยมสำหรับการสร้างเครือข่าย การพบปะผู้คนใหม่ ๆ และการทำธุรกิจ แต่มันจะเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ทรงพลังสำหรับคุณได้จริง ๆ ก็ต่อเมื่อคุณรู้ว่าจะใช้มันอย่างไรเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มคนเฉพาะบางกลุ่มที่คุณต้องการ หรือยิ่งไปกว่านั้น เมื่อคุณเข้าใจวิธีการทำการตลาดไปยังกลุ่มเป้าหมายของคุณโดยที่พวกเขาไม่รู้ตัวด้วยซ้ำว่าคุณกำลังทำการตลาดอยู่

การเข้าใจผิด

การเข้าใจผิดเกี่ยวกับ Web 2.0 นั้นยังทำให้เกิดความยุ่งยาก โดยรวมแล้ว ผมรับรู้ว่าคุณคนจำนวนมากกำลังพูดว่า Web 2.0 ได้วิวัฒนาการมาจนสุดทางแล้วในปัจจุบัน แต่สิ่งที่คุณจะได้เรียนรู้ต่อไปจะบอกคุณว่าเราได้ผ่านพ้นยุคการตลาดบน Web 2.0 มาแล้วและกำลังก้าวเข้าสู่การตลาดยุคใหม่

DIGITAL MARKETING

การตลาดยุคใหม่ **ทำกำไร** ต้องแบบนี้!



เทคนิค ยุทธวิธี แพลตฟอร์ม
กระแส และโอกาสใหม่ ๆ ที่ทำให้คุณ
เพิ่มผู้เข้าชม ยอดขาย
และส่วนแบ่งตลาด ได้ทันที!

สูตรลับการตลาดบนโซเชียลมีเดีย
กลยุทธ์การตลาดแบบใหม่
ที่ใช้ทุนต่ำ แต่**กำไรสูง**จาก

Facebook

Google

LinkedIn

และ

Twitter



ISBN 978-974-414-519-2



9 789744 145192

ราคา 250 บาท

DIGITAL MARKETING
การตลาดยุคใหม่ **ทำกำไร** ต้องแบบนี้!