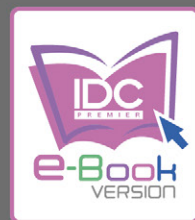


Digital Marketing

: Concept & Case Study



อัปเดตเทรนด์การตลาดออนไลน์ 2015



ปฏริวัติการทำการตลาดแบบเดิมสู่การตลาดยุคใหม่ ตอบโจทย์การตลาดในยุคดิจิทัล
ไม่พลาดทุกช่องทางการสื่อสารส่งตรงถึงกลุ่มเป้าหมาย เลือกใช้เครื่องมือได้อย่างชาญฉลาดและทรงประสิทธิภาพ

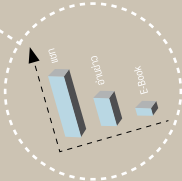
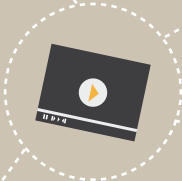
คำนิยมโดย ดร.อาทิตย์ อุไรรัตน์

โดย ณัฐพล ไยไฟโรจน์ / บรรณาธิการ ชมะ เทพทอง

M-MONEY
make more money

Digital Marketing

ডিজিটাল মার্কেটিং



Digital Marketing : Concept & Case Study

อัมพเตค 2015

ผู้แต่ง :

ณัฐพล ไยไฟโรจน์

nattaphon_yai@hotmail.com

บรรณาธิการ :

ชนะ เทศทอง

chana_t@idcpremier.com

GRAPHIC DESIGNER :

วสันต์ พึ่งพลผล

PAGE LAYOUT

จิตรารภรณ์ เหมะจันทร์

PROOFREADERS :

สุนทรี บรรลือศักดิ์, มนฤดี ศรีอุทโยภาส

E-BOOK PRODUCTION :

สุรียรัตน์ จิ๋ว, จิราภรณ์ ไสภา

พิมพ์ครั้งที่ 1 สิงหาคม 2558

ข้อมูลทางบรรณานุกรม :

ณัฐพล ไยไฟโรจน์

Digital Marketing : Concept & Case Study

อัมพเตค 2015

นนทบุรี : โอดีซี, 2558

260 หน้า

1. การตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์

I ชื่อเรื่อง

658.8

ISBN E-Book 978-616-200-594-7

บริษัท โอดีซี พรีเมียร์ จำกัด

200 หมู่ 4 ชั้น 19 ห้อง 1901

จัสมินอินเตอร์เนชั่นแนลทาวเวอร์

ถ.แจ้งวัฒนะ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120

โทรศัพท์ 0-2962-1081 (อัตรา 10 คู่สาย)

โทรสาร 0-2962-1084

ร้านค้าและตัวแทนจำหน่าย

โทรศัพท์ 0-2962-1081-3 ต่อ 112-114

โทรสาร 0-2962-1084

สมาชิกสัมพันธ์

โทรศัพท์ 0-2962-1081-3 ต่อ 121

โทรสาร 0-2962-1084

เครื่องหมายการค้าอื่นๆ ที่อ้างถึงเป็นของบริษัทนั้นๆ

สงวนลิขสิทธิ์ตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537

โดยบริษัท โอดีซี พรีเมียร์ จำกัด ห้ามลอกเลียนไม่ว่า

ส่วนใดส่วนหนึ่งของหนังสือเล่มนี้ ไม่ว่าในรูปแบบใดๆ

นอกจากจะได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรจาก

ผู้จัดพิมพ์เท่านั้น

บริษัท โอดีซี พรีเมียร์ จำกัด จัดตั้งขึ้นเพื่อเผยแพร่

ความรู้ที่มีคุณภาพสู่ผู้อ่านชาวไทย เรายินดีรับงาน

เขียนของนักวิชาการและนักเขียนทุกท่าน ท่านผู้สนใจ

กรุณาติดต่อผ่านทางอีเมลที่ infopress@idcpremier.

com หรือทางโทรศัพท์หมายเลข 0-2962-1081

(อัตรา 10 คู่สาย) โทรสาร 0-2962-1084

ราคา E-Book 195 บาท

คำนิยม

การตลาดสีเขียวใหม่ นับวันยิ่งเพิ่มบทบาทและความสำคัญต่อการเจริญเติบโตของความเจริญรุ่งเรือง และชื่อเสียงของกิจการทุกกิจการ เติบโตการตลาดเน้นรูปแบบของการโฆษณาสินค้าเป็นหลัก แต่เมื่อการแข่งขันเข้มข้นขึ้น ผู้บริโภคตลาดมากขึ้น มีความต้องการและพฤติกรรมมากขึ้น รูปแบบและความลึกซึ้งของการตลาดต้องสามารถเข้าถึงผู้บริโภคโดยไม่รู้ตัวมากขึ้น ในลักษณะ “ถ้าจะรู้ตัวก็รักเสียแล้ว”

ในปัจจุบันเทคโนโลยีก้าวหน้าไปมาก ฝึกหัดหลากหลาย และมีศักยภาพขีดความสามารถลึกซึ้งพิถีพิถัน อย่างที่ไม่เคยพบเคยเห็นมาก่อน การตลาดจึงต้องเปลี่ยนจากรูปแบบที่รู้ และเสนอแต่สิ่งที่เราอยากเสนอแก่ผู้บริโภค มาเป็นต้องรู้จักผู้บริโภค การเข้าถึงผู้บริโภคและเข้าถึงใจของผู้บริโภค ซึ่งมีมากมายหลากหลาย หลากพวง หลากสภาพทางสังคม หลากชนชั้น หลากความสนใจ และหลากหลายความต้องการ

การตลาดและการประชาสัมพันธ์วิธีใหม่ของเทคโนโลยีใหม่มีความสำคัญมาก คนรุ่นใหม่สามารถซึมซับเทคโนโลยีได้อย่างรวดเร็ว ฝึกหัดยังเป็นกลยุทธ์ที่ดีในทางการตลาดสมัยใหม่ เนื่องจากเป็นการสื่อสารการตลาดที่สามารถตอบโต้และเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว

หนังสือของคุณรัฐพล วิชาโพธิ์วงศ์ ได้รับค่านิยมเป็นอย่างยิ่ง จนต้องจัดพิมพ์ใหม่เป็นครั้งที่ 2 ในเวลาอันรวดเร็ว ย่อมเป็นบทพิสูจน์ถึงคุณภาพของหนังสือเล่มนี้ได้อย่างมีพลังสูงส่ง โดยเฉพาะว่าคุณรัฐพลนั้นก็เป็นบุคลากรที่ทรงคุณค่าและเป็นกำลังสำคัญในงานด้านการตลาดของมหาวิทยาลัยรังสิต เนื้อหาที่ถกเถียงการตอบคำถามย่อมเป็นประโยชน์ต่ออนาคต นักศึกษา และผู้อ่านที่สนใจการตลาดบนสีเขียวใหม่ ย่อมเชื่อว่าหนังสือเล่มนี้ประสบความสำเร็จและขายดียิ่งขึ้นไปอีก



ดร.อรรถิษฐ์ ฐิวัธณ
อธิการบดีมหาวิทยาลัยรังสิต

คำนิยม

ความรู้สึกแรกที่ได้รับหนังสือในมือเล่มนี้มาคือ Digital Marketing คืออะไร ? ทำไมถึงต้องเรียนรู้ ? มันสำคัญขนาดที่เราต้องอ่านหนังสือทั้งเล่มจริงหรือ ?

ความรู้สึกที่ตามมาเมื่อพลิกหน้ากระดาษคือ ความสงสัยใคร่รู้ต่อสิ่งที่ผู้เขียนสื่อสารมาในหนังสือ เช่น

ผู้เขียนกล่าวในคำนำว่า “มีกรณีศึกษาทั้งในและต่างประเทศพิสูจน์แล้วว่า การทำการตลาดรูปแบบนี้ส่งผลให้หลายต่อหลายธุรกิจประสบผลสำเร็จมานับไม่ถ้วน” ผมไม่ใช่คนที่เชื่ออะไรง่าย ๆ โดยไม่มีเหตุผล ในฐานะที่ผมใช้ชีวิตอยู่ต่างประเทศมานาน้อยกว่า 20 ปี จึงเกิดความรู้สึกกังขาอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ คำถามคือ จริงหรือ ? และถ้าจริง ความจริงนั้นเป็นอย่างไร ? และอีกเรื่องหนึ่ง ในเมื่อมีผู้กล่าวไว้ว่า “คนไทยอ่านหนังสือเพียงปีละ 8 บรรทัด” หนังสือเล่มนี้ๆ ที่คนไทยเลือกมาอ่าน ก็ควรตอบทุกข้อสงสัยในเรื่องที่ใครรู้ในเวลาอันรวดเร็ว

ผมค้นพบว่า ทั้ง 12 บทในหนังสือเล่มนี้ สามารถตอบทุกโจทย์ของการตลาดในยุคดิจิทัลทั้งผู้ให้บริการและผู้บริโภคให้รู้เท่าทันแบบกระชับ อ่านแล้วไม่สับสน สื่อเรื่องด้วยภาพ สร้างความสนใจตามหลัก “กระบวนการเรียนรู้และจดจำของมนุษย์” อีกทั้งกลยุทธ์โดนใจที่ไม่ควรพลาด เช่น “8 วิธีทำลายธุรกิจบนโลกออนไลน์ให้ล้มไม่เป็นท่า” และ “สิ้นแต่เด็ດ... ทำการตลาดให้เวิร์คบน Social Network” เป็นต้น

แต่เรื่องจริงจะเป็นอย่างไร สามารถค้นพบคำตอบได้ในหนังสือเล่มนี้ด้วยตัวคุณเองครับ

ดร.สุทธิศักดิ์ จันทวงษ์ใส

ผู้อำนวยการหลักสูตรสารสนเทศศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาโซเซียลมีเดียเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยรังสิต

คำนิยม

สำหรับอะตอม หนังสือการตลาดที่ดีที่สุด ไม่จำเป็นต้องเขียนโดย ศาสตราจารย์, ด็อกเตอร์ หรือจากนักบริหารมืออาชีพของบริษัทใดๆ ก็ได้ สำหรับอะตอมแล้วการที่ได้อ่านหนังสือที่เขียนโดย นายณัฐพล ไยไพโรจน์ (พี่ขุน) ถือว่าสุดยอดที่สุดแล้ว โดยปกติก่อนจะอ่านหนังสือทุกเล่มจะชอบเปิดอ่านตรงคำนำก่อน เพราะรู้สึกเหมือนได้เปิดประตูบ้านทักทายกัน ทำความรู้จักกันก่อนแล้วค่อยเข้าไปนั่งคุยกันต่อไปในบ้าน (ถ้าอ่านแล้วไม่ชอบคำนำก็ไม่ค่อยอยากตามเข้าไปอ่านข้างใน) แต่หนังสือเล่มนี้ แค่คำนำก็ได้ใจเลย ที่แรกด้วยขนาดความหนาของหนังสือกะว่าจะอ่านเล่มนี้สัก 3-4 วัน เพราะไม่ค่อยมีเวลา ต้องทำงานทุกวัน อีกอย่างไม่ค่อยชอบอ่านหนังสือเล่มหนาๆ แต่สำหรับหนังสือเล่มนี้เนื้อหาและความรู้ที่ได้รับ มีความเชื่อมโยงต่อเนื่อง น่าสนใจ เขียนเข้าใจง่าย ด้วยเนื้อหาที่ทันสมัยเหมือนผู้เขียนได้ยกโลกของการตลาด Digital มาสรุปไว้ให้แล้วเรียบร้อยในหนังสือเล่มนี้ ทั้งรูปแบบการนำเสนอที่มีสีสันสวยงาม ไม่ลายนตา บางหน้ามีภาพ มีตัวการ์ตูน ทำให้น่าอ่าน และไม่น่าเบื่อ จึงทำให้อะตอมอ่านจบได้ทันทีภายใน 3 ชั่วโมง เพลินจนลืมพัก ผู้เขียนทำให้เข้าใจระบบการตลาด Digital ขึ้นมาอีกเยอะ หนังสือเล่มนี้จึงเหมาะกับนักการตลาดยุคใหม่และผู้ประกอบการรุ่นใหม่ รวมถึงตัวอะตอมเองก็นำความรู้ที่ได้มาปรับใช้กับโรงเรียนสอนร้องเพลงทั้ง 2 สาขาของอะตอมด้วย สุดท้ายนี้ขอบคุณพี่ขุน (ผู้เขียน) มากๆ ที่เขียนหนังสือเล่มนี้ขึ้นมา เพราะจะเสียใจมากถ้าไม่ได้อ่านหนังสือเล่มนี้ และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าคนรุ่นใหม่ที่ดีจะทำธุรกิจ หรือนักศึกษา ก็ควรสละเวลาอ่านหนังสือเล่มนี้ เพื่อเป็นทางลัดของความสำเร็จในการทำการตลาดแบบคนรุ่นใหม่ต่อไป

กฤษฎกนก สวยสด (อะตอม ไมค์ อดอล)

ผู้บริหารสถาบัน We Shine By Atom

คำนิยม

“มัน ใช อะ” เป็นคำที่ผมอุทานขึ้นมาหลังจากอ่านหนังสือเล่มนี้จบ

ต้องยอมรับนะครับว่าในยุคปัจจุบันทุกสิ่งทุกอย่างที่อยู่รอบตัวเรา ล้วนเป็นเครื่องมือทางการตลาดโดยที่เราไม่รู้ตัว (เผลอ^^) ทั้งของกิน ของใช้ รวมไปถึง Social Network ที่เราใช้กันทุกวัน ไม่ว่าจะเป็น Line, Facebook, Instagram, Twitter ที่เป็นเครื่องมือของ “ผู้รู้มากกว่า”

หนังสือ Digital Marketing : Concept & Case Study อัปเดต 2015 เล่มนี้จะช่วยเปลี่ยนคุณจาก “ผู้รู้” ให้กลายเป็น “ผู้รู้มากกว่า” โดยผ่านการถ่ายทอดเรื่องราวประสบการณ์ของพี่หนู ณัฐพล ไยไฟโรจน์ ที่ทำให้ผมอ่านแล้ว... วามโลง... อ่านรวดเดียวจบ... พร้อมด้วยตัวอย่างที่เราเห็นและเคยตกเป็นเครื่องมือทางการตลาดมาแล้วทั้งสิ้น

อ่านจบแล้วคงจะต้องงัดไอเดียเด็ดจากหนังสือเล่มนี้ไปขายของบ้าง.. อีอิ

นพ.กิมณพัชญ์ ธนชาญวิศิษฐ์ (หมอเบิร์ด)

แพทย์/ผู้ประกาศข่าว MCOT

“

Digital

Marketing

Concept &
Case Study

১৭২০১৭

บทบรรณาธิการ

ความเปลี่ยนแปลงและความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต ที่เราเรียกยุคนี้กันติดปากว่า ยุคดิจิทัล ได้เปลี่ยนพฤติกรรมมนุษย์ในยุคนี้ไปจากอดีตมากมายนัก ตัวอย่างที่ชัดเจนที่สุดคือ การค้นหาข้อมูลที่เราต้องการ ยุคสมัยนี้เราสามารถค้นหาข้อมูลที่ต้องการได้อย่างง่ายดายและรวดเร็ว ข่าวสารที่เคยมีให้ติดตามทางโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ (สื่อออฟไลน์) ถูกแทรกด้วยข่าวสารทางสื่อออนไลน์ที่รวดเร็ว และทันเหตุการณ์กว่า เราจะพบเห็นว่าเมื่อข่าวสารถูกอัปเดตขึ้น จะถูกแชร์และบอกต่อๆ กันอย่างรวดเร็ว บนสังคมออนไลน์ยอดนิยมอย่างเฟซบุ๊ก

ก้าวเข้าสู่ยุคดิจิทัล อินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทในการดำเนินชีวิตมากขึ้น จึงไม่แปลกที่หลายสิ่งหลายอย่างจะมีการเพิ่มช่องทางบนอินเทอร์เน็ตไว้ให้ผู้บริโภคได้เข้าถึง โลกของการตลาดก็เช่นกัน แต่เดิมที่มีเฉพาะส่วนของออฟไลน์ จำเป็นจะต้องนำพาตัวเองเข้าสู่โลกออนไลน์ ยิ่งหากใครขยับช้าก็อาจจะโดนคู่แข่งทางธุรกิจนำหน้าไปหลายช่วงตัว ดังนั้น ธุรกิจของคุณจำเป็นต้องมีช่องทางการสื่อสารทางอินเทอร์เน็ต และต้องทำการตลาดบนโลกออนไลน์อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ หนังสือเล่มนี้ตอบโจทย์ความต้องการในเรื่องของการตลาดในยุคนี้ที่เป็นยุคของดิจิทัล นำเอาเนื้อหาการตลาดเดิมๆ มาเปลี่ยนให้นำมาใช้กับยุคดิจิทัลเปลี่ยนให้เป็นการตลาดออนไลน์ แม้ท่านผู้อ่านจะไม่มีความรู้ในเรื่องการตลาดเลยก็ตาม ถ้าโจทย์ของผู้อ่านคือ ต้องการทำการตลาดในยุคดิจิทัลยุคนี้ หนังสือเล่มที่เปิดอ่านอยู่ไม่ทำให้ท่านผิดหวังแน่นอน

สุดท้ายนี้ หนังสือเล่มนี้เป็นเล่มที่ปรับปรุงอัปเดตเนื้อหาให้เป็นไปตามกระแสการตลาดยุคดิจิทัลที่ต้องเปลี่ยนแปลงไปตามพฤติกรรมของผู้บริโภค การตลาดบางอย่างที่เคยใช้ได้ผลแต่ปัจจุบันมันเอาตัวไปแล้ว ก็ถูกปรับออก บางสิ่งที่เป็นกระแสกำลังมา ผู้เขียนก็นำมาเสนอเพื่อให้นำไปใช้แล้วได้ผลในทันที

ยินดีต้อนรับสู่การตลาดยุคดิจิทัล 2015 ครับ

คำนำ

หากพูดถึงเครื่องมือในการทำงานของสาขาอาชีพต่างๆ นั้นแน่นอนว่าต้องแตกต่างกันออกไป เครื่องมือของช่างตัดเสื้อผ้านัก縫ผ้า เครื่องมือของช่างแกะสลักคือ สิ่วและค้อน เครื่องมือของนักข่าวภาคสนามคือ เครื่องบันทึกเสียง เช่นกันครับ นักการตลาดก็มีเครื่องมือทางการตลาดเป็นอาวุธประจำกายเช่นกัน ไม่ว่าจะเป็นการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า ฯลฯ ซึ่งล้วนแต่เป็นทฤษฎีที่มีอยู่ในตำราการตลาดมาช้านานแล้ว ที่ผมกล่าวถึงเครื่องมือของอาชีพต่างๆ เพราะอยากจะบอกว่าไม่ว่าอาชีพไหนก็ตาม หากไม่รู้จักดูแลเครื่องมือของตัวเองให้ดี ปล่ยให้ทิ้งหรือบิ่น งานที่ได้ก็จะขาดซึ่งคุณภาพที่ดีตามไปด้วย ยิ่งการทำการตลาดในยุคสมัยนี้ด้วยแล้ว เราจะต้องหมั่นพัฒนาทักษะทางการตลาดให้มากยิ่งขึ้น ไม่ใช่แค่เคยเรียนมาแบบนี้ เคยทำมาแบบนี้ก็ใช้จำเริญอยู่อย่างนั้น ด้วยเหตุที่ว่ามันเคยได้ผลดี โดยไม่มองว่าตอนนี้โลกได้ก้าวสู่ยุคดิจิทัลโดยสมบูรณ์แล้ว

อันที่จริงแล้วผู้เขียนเองก็ไม่ใช่ นักการตลาดที่จบเลิศจบหรรมาจากเมืองนอกเมืองนา เพียงแต่เป็นคนที่ดีคิดเสมอว่า หากเราทำงานในแบบเดิมๆ ใช้เพียงทฤษฎีการตลาดแบบที่เคยเรียนในตำราสุดท้ายการทำการตลาดนั้นก็ขาดซึ่งความคิดสร้างสรรค์ ไม่ทันโลก ไม่ทันสมัย นานวันไปงานที่เราทำก็จะกลายสภาพเป็นโคลนตม ที่กว่าจะรู้ตัวอีกทีเราก็กลายเป็นนักการตลาดที่จมโคลนตมจนไม่เหลือหูที่จะฟัง และดวงตาที่จะเปิดรับกระแสการทำการตลาดใหม่ๆ เพื่อพัฒนางานของเราแล้ว และเพราะไม่อยากเป็นนักการตลาดที่พึ่งแต่ทฤษฎีเดิมๆ เพียงอย่างเดียว ผมจึงพยายามศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับเทรนด์การทำการตลาดในรูปแบบใหม่ๆ ร่วมกับการนำทฤษฎีและความรู้ในการทำการตลาดมาเล่าสู่ให้คุณได้รับทราบกัน

ซึ่งในปีนี้รวมถึงปีต่อๆ ไปนั้น สิ่งที่นักการตลาดต้องให้ความสำคัญกันมากก็คือ การทำการตลาดแบบ Digital Marketing ที่มีกรณีศึกษาทั้งในประเทศและต่างประเทศ พิสูจน์แล้วว่าการทำการตลาดรูปแบบนี้ส่งผลให้หลายต่อหลายธุรกิจประสบความสำเร็จมานับไม่ถ้วนแล้ว อ้อ แล้วไม่จำเป็นนะว่าผู้อ่านหนังสือเล่มนี้จะต้องเป็นนักการตลาดเท่านั้น เพราะหากคุณเป็นผู้เฝ้าหาความรู้ และต้องการทราบวิธีดำเนินธุรกิจให้ไปรุ่งไปรอดและปลอดภัย หนังสือเล่มนี้ถือว่าช่วยให้แง่มุมทางการทำการตลาดสมัยใหม่ให้กับคุณได้เป็นอย่างดี ป.ล. อย่าเผลอดำดิ่งลงในโคลนตมดูกันนะครับ

ด้วยความปรารถนาดี

ณัฐพล ไยไพโรจน์

Special Thanks

การคิด การวิเคราะห์ และการนำไปปฏิบัติใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดนั้น นอกจากตนเองและองค์กรจะประสบความสำเร็จแล้ว ยังจะทำให้เศรษฐกิจของประเทศชาติมีการพัฒนาไปได้อย่างต่อเนื่อง... นี่คือนสิ่งที่ผู้เขียนคิดไว้อยู่ในใจเสมอ แต่ก็แค่คิดอยู่ในใจของตนเอง จนมาพบกับคุณชนะ เทศทองบรรณาธิการ ผู้ให้โอกาสผมได้นำความคิดที่คิดอยู่ในใจนั้น กลั่นกรองออกมาเป็นหนังสือที่ท่านกำลังถืออยู่ในมือ ซึ่งเป็นหนังสือที่ผมรู้สึกภูมิใจเป็นอย่างยิ่ง ซึ่งเล่มนี้เป็นเล่มที่ 2 แล้ว

นอกจากขอบคุณคุณชนะแล้ว ยังมีองค์กรต่างๆ ที่ผลิตสื่อในหลากหลายรูปแบบที่น่าสนใจให้ผมนำมาเป็น Case Study ในหนังสือเล่มนี้

ทั้งนี้ผู้ที่ขาดไม่ได้ก็คือ ผู้อ่านทุกท่าน ที่ให้การสนับสนุนหนังสือเล่มนี้ โดยผู้เขียนมีความหวังอย่างยิ่งว่า หนังสือเล่มนี้จะเป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจของผู้อ่านทุกท่าน ให้ทันยุคทันสมัย และตอบโจทย์ยุคดิจิทัลได้อย่างในปัจจุบัน

ขอบพระคุณอย่างสูงครับ

ณัฐพล ไยไพโรจน์

01

“ดิจิทัลมาร์เก็ตติ้ง” มากมายเต็มบนกระดานธุรกิจ

- 024 โลกเปลี่ยน วิวัฒนาการทางการตลาด
เปลี่ยนตาม
- 026 จунท์ศนคตปี ค.ศ. 2015 Digital
Marketing ไม่ใช่แค่ทำการตลาดบน
เว็บไซต์เครือข่ายสังคม
- 034 Digital Native เกิดมาเพื่อโลกดิจิทัล
- 038 Digital Marketing การตลาดแบบ
ครองใจคนยุคไซเบอร์

02

รูกมตง่ายๆ ด้วยสารพัดเครื่องมือ การตลาดดิจิทัล

- 047 Online PR
- 048 Website & Landing Page
- 050 Content Marketing
- 051 E-Mail Marketing
- 052 Search Engine Optimization
- 053 Social Media Marketing
- 054 Online Video & Viral
- 055 Mobile & Apps Marketing
- 056 ROI Tracking & Reporting

Contents

03

Marketing Theory เรื่องต้องรู้ก่อน ลุยการตลาดดิจิทัล

- 059 ทฤษฎีควรรู้ก่อนบุกตลาดดิจิทัล ประสมทางการตลาดได้
- 061 “4Ps” สุดยอดคัมภีร์ของนักการตลาด 082 C - Consumer → ผู้บริโภค
- 062 P - Product → ผลิตภัณฑ์ 084 C - Cost → ราคา
- 071 P - Price → ราคา 086 C - Convenience → ช่องทางจัดจำหน่าย
- 075 P - Place → การจัดจำหน่าย 088 C - Communication → ช่องทางการสื่อสาร
- 076 P - Promotion → การส่งเสริมการตลาด 091 ‘พฤติกรรมผู้บริโภค’ เรื่องที่ละเลยไม่ได้
- 079 เทคนิคโปรโมชันให้ได้ผล 103 ทำความเข้าใจกับกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค
- 080 เจาะกลยุทธ์ 4Cs ช่วยส่งเสริมส่วน

04

Online PR + Offline PR เชื่อมโยงลูกค้าได้อยู่หมัด

110 Online PR & Offline PR แตกต่างอย่างไร
ลงตัว

113 ประโยชน์สารพัดของการทำ Online
PR

114 ทำ Online PR อย่างไรให้ถึงใจกลุ่ม
เป้าหมาย

116 Content PR ขับเคลื่อนกลยุทธ์ Online
PR ให้มีประสิทธิภาพ

118 ชื่นเชิง Content PR เพิ่มอัตราความ
ประทับใจ

05

เว็บไซต์หัวใจสำคัญของธุรกิจ

122 ได้(เรื่อง)ดีเมื่อมีเว็บไซต์เป็นของตัวเอง

124 ออกแบบเว็บไซต์อย่างไรให้ถูกใจคนเข้า
ชม

130 Landing Page แรงดึงดูดสำคัญของ
เว็บไซต์

06

Content Marketing ราชาแห่งโลกการตลาดดิจิทัล

- 143 Content Marketing is...
- 146 วิดีโอคือการทำ Content Marketing
ที่ได้ผลที่สุด
- 148 Visual Content
- 149 รูปภาพเข้าข่าย Less is More
- 150 Infographic สื่อสารอย่างสร้างสรรค์
- 152 Content isn't King, Great Content is
King.
- 154 จับจุด Content Marketing ด้วย
ทฤษฎี 6Ws 1H
- 156 ชีวทัศนภาพเนื้อหาเข้าชั้นเทพ

07

สร้างการรับรู้ + กระตุ้นยอดขายให้ พุ่งด้วย E-Mail Marketing

- 158 E-Newsletter ต่อยอดประสบการณ์
เดิมสู่ประสบการณ์ใหม่สุดล้ำ
- 160 ข้อดีของ E-Newsletter
- 161 กฎเหล็กในการทำ E-Newsletter ให้
สำเร็จ

08

SEO เรื่องใหญ่ของคนมีเว็บไซต์

- 170 ครอบหน้าแรก Search Engine =
ครอบใจกลุ่มเป้าหมาย
- 174 3 อันดับ Search Engine ยอดฮิต
- 175 ทำ SEO อย่างไรให้ถูกใจผู้เยี่ยมชม
(ทั้งคน & บอต)
- 176 On Page และ Off Page ต่างกันอย่างไร
- 177 SEO ใครๆ ก็ทำได้

09

Social Media Marketing สื่อสังคมออนไลน์

- 186 จับปลาหลายมือ... มีแต่ได้กับได้
- 188 Top 5 Social Network ครองใจคนไทย
- 189 Facebook ฮิตไม่มีวันเปลี่ยนแปลง
- 190 Line ดึงดูดใจด้วยสติ๊กเกอร์
- 192 Google+ สร้างกลุ่มก้อนตามความสนใจ
- 193 Instagram จับคนดังมาคู่กับสินค้าแบบเนียนๆ
- 194 Twitter สั้น กระชับ กระตุ้นต่อมสงสัย
- 195 การตลาดกับ #Hashtag
- 196 ประโยชน์ดีๆ ของ #Hashtag
- 200 ลงโฆษณากับ Facebook ตัวช่วยสร้างแบรนด์ชั้นดี
- 204 บันได 7 ขั้นเข้าถึงใจกลุ่มเป้าหมายแบบชีวชีว
- 206 8 วิธีทำลายธุรกิจบนโลกออนไลน์ให้ล้มไม่เป็นท่า
- 208 สั้นแต่เด็ด... ทำการตลาดให้เวิร์คบน Social Network

10

Online Video & Viral Marketing

การรับตีแบรนด์ดังด้วยพลังปากต่อปาก

212 ปากต่อปาก... มีแต่เรื่องดี ๆ

214 จั๊บกระแส Viral Marketing ทำอย่างไร
ให้ดังเร็ว อยู่นาน

225 สร้างการรับรู้ผ่าน YouTube

226 สร้างสรรค์คลิปและแชร์กับ
animoto.com

227 เนื้อหาประเภทไหนสร้างแรงดึงดูด

228 Quick Guide ทำการตลาดแบบปากต่อ
ปากอย่างไรให้ดังเร็ว

11

Mobile & Apps Marketing สมการเด็ดเพื่อความสำเร็จของธุรกิจ

- 232 2015 ปีแห่งการทำการตลาดบน
โทรศัพท์มือถือ
- 236 Mobile Marketing สิ่งสามัญ... ไม่
ธรรมดา
- 237 Mobile Application
- 240 Best Apps ในดวงใจ
- 243 การตลาดด้วย SMS
- 245 Mobile Web
- 247 QR Code
- 249 เคล็ดลับไม่ลับสร้าง QR Code ให้
ดึงดูดใจ
- 250 QR Code Best Practice