

[กรุงเทพธุรกิจ]

CON

OVER ALL LEVELS OF MARKETING

NECTED

ดิจิทัลมาร์เก็ตติ้งเชื่อมโลก

พลังแห่งโซเชียลเน็ตเวิร์ค

ไม่เพียงใช้สื่อสารระหว่างเพื่อนกับเพื่อน

แต่ยังนำมาสร้างสรรค้กิจกรรมการตลาดยุค “ดิจิ”

อย่างหลากหลาย

กตিকা สายเสนีย์



[กรุงเทพธุรกิจ]

Connected ดิจิทัลมาร์เก็ตติ้ง เชื่อมโลก กติกาสายเสนา

ข้อมูลทางบรรณานุกรมของสำนักหอสมุดแห่งชาติ

National Library of Thailand Cataloging in Publication Data

Connected ดิจิทัลมาร์เก็ตติ้งเชื่อมโลก.-- กรุงเทพฯ : กรุงเทพธุรกิจ, 2554.
176 หน้า.

1. การตลาดอินเทอร์เน็ต. 2. พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. -- I. ชื่อเรื่อง.

658.872

ISBN 978-616-7536-11-8

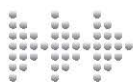
สำนักพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ เลขที่ 1854 ถนนบางนา-ตราด แขวงบางนา เขตบางนา
กรุงเทพฯ 10260 โทรศัพท์ 0-2338-3385 www.bangkokbiznews.com
เจ้าของ ผู้พิมพ์ผู้โฆษณา บริษัท กรุงเทพธุรกิจ มีเดีย จำกัด
ที่ปรึกษา ดวงกมล โชตะนา เป็นุญจวรรณ เป้าจินดา मुख วลัยพร ทิพย์กุลลักษณ์ ปิยาวันทน ประยุกต์ศิลป์
ประธานกรรมการบริหาร อนุชัย อธิพัฒน์วงศ์
กรรมการผู้อำนวยการ ดวงกมล โชตะนา
ผู้จัดการกองบรรณาธิการ กาญจนา สุขเพิ่ม
บรรณาธิการเล่ม มรกต คงสุขเกษม
ออกแบบปก ดนัย นาคุณ
กราฟฟิก/รูปเล่ม รักชล ชำนาญศิลป์
พิสูจน์อักษร อังคณา หมีขันธ์
ฝ่ายขายและการตลาด วิจิตรา ศิริวรกุล เชลลพจน์ บุญเชื้อ
เจ้าหน้าที่ประสานงานอาวุโส ชวิศา เศรษฐบุตร
พิมพ์ที่ บริษัท ดับบลิวพีเอส ประเทศไทย จำกัด เลขที่ 167/5 หมู่ 4 ถนนบางนา-ตราด กม.29.5 ตำบลบางป่อ
อำเภอบางป่อ จังหวัดสมุทรปราการ 10560 โทรศัพท์ 0-2313-4411-4 โทรสาร 0-2313-4415
จัดจำหน่ายโดย บริษัท ซีอีดียูเคชั่น จำกัด (มหาชน) อาคารเนชั่นทาวเวอร์ ชั้น 19 เลขที่ 1858/87-90
ถนนบางนา-ตราด แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260 โทรศัพท์ 0-2739-8222, 0-2739-8000
โทรสาร 0-2739-8356-9, www.se-ed.com
บริหารงานขายโดย บริษัท เนชั่นอินเตอร์ เนชั่นแนล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (มหาชน)

© สงวนลิขสิทธิ์ พ.ศ.2554 โดยบริษัท กรุงเทพธุรกิจ มีเดีย จำกัด

ห้ามลอกเลียนแบบส่วนหนึ่งส่วนใดของหนังสือเล่มนี้ รวมทั้งการจัดเก็บ ถ่ายทอด ไม่ว่ารูปแบบหรือวิธีการใด ๆ ด้วยกระบวนการทาง
อิเล็กทรอนิกส์ การถ่ายภาพ การบันทึก หรือวิธีการอื่นใดโดยไม่ได้รับอนุญาต

หากพบหนังสือมีปัญหาน้ำกัด หน้าสลับ หน้าซ้ำ หรือหน้าหาย สามารถขอเปลี่ยนใหม่ได้จากร้านที่ท่านซื้อ หรือ
ติดต่อสำนักพิมพ์ โทรศัพท์ 0-2338-3385

คำนำสำนักพิมพ์



เครือข่ายสังคม (โซเชียล เน็ตเวิร์ค) หรือสื่อสังคม (โซเชียล มีเดีย) จะทวีตเตอร์ เฟซบุ๊ก ยูทูบ หรืออื่นๆ ได้ดึงดูดผู้คนทั้งโลกมาโยงใยเกี่ยวของ พัวพันในเรื่องที่สนใจ ร่วมกัน แลกสร้างให้เกิดเศรษฐกิจใหม่และเศรษฐกิจรุ่นใหม่แล้ว

ยังไม่พอ แต่กลายเป็นช่องทางการตลาดใหม่ซึ่งนักการตลาด นักโฆษณา เจ้าของผลิตภัณฑ์ต่างพยายามช่วงชิงจับจองจองพื้นที่ทำกิจกรรมเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ไม่เพียงเท่านั้น ยังเป็นศูนย์กลางเชื่อมโยงผู้คนใช้เป็นสื่อกลางทำความดีร่วมกัน โดยไม่แบ่งแยกชนชั้น เพศ ศิพพรรณได้เป็นอย่างดี

จากคอลัมน์ “Connected” ที่ กติกา สายเสนีย์ เขียนลงหน้า นิวมีเดีย หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ ทุกวันพุธเว้นพุธต่อเนื่องมาตั้งแต่ต้นปี 2553 คุณผู้อ่าน จะได้พบความเคลื่อนไหวในแวดวงเครือข่ายสังคมหรือโซเชียลเน็ตเวิร์คที่น่าสนใจอย่างสม่ำเสมอ สลับสับเปลี่ยนกันไปทั้งเรื่องราวที่เกิดขึ้น ณ ต่างแดน โดยเฉพาะ สหรัฐอเมริกา รวมทั้งเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นบนโลกใบนี้ อันเป็นที่สนใจและมีส่วนร่วมของสังคม

คำนำผู้เขียน



การได้มีโอกาสเขียนคำนำในหนังสือเล่มแรกของตัวเองนั้นทำเอาผมถึงกับไปไม่เป็น ทั้งที่เคยเขียนบทความมาเกือบหนึ่งพันเรื่องตลอดชีวิตที่ผ่านมา ทั้งในบล็อกส่วนตัว นิตยสาร ตลอดจนกระทั่งหนังสือพิมพ์ เพราะความที่ไม่เคยเขียนคำนำมาก่อน ทำให้ผมต้องลองเริ่มต้นด้วยการค้นหาในกูเกิล ด้วยคีย์เวิร์ดคำว่า "คำนำ" ซึ่งผลการค้นหาที่พบปรากฏว่าเจอหลายเว็บไซต์ทีเดียวที่แนะนำและให้ตัวอย่างการเขียนคำนำ

เรื่องดังกล่าวทำให้ผมฉุกคิดขึ้นมาได้ว่า ขนาดจะเขียนคำนำทั้งที่ยังค้นหาในเสิร์ชเอนจิน แล้วนับประสาอะไรกับสิ่งต่างๆ มากมายในโลกใบนี้ที่มนุษย์ทุกคนจะต้องงนและค้นหาข้อมูลต่างๆ เพื่อตอบสนองสิ่งที่ตัวเองกำลังต้องการได้ ต้องการรู้ ซึ่งต้องยอมรับว่าทุกวันนี้การใช้งานอินเทอร์เน็ตกลายเป็นเรื่องธรรมดาสามัญของคนส่วนใหญ่ ที่บางครั้งใช้งานอินเทอร์เน็ตแต่ไม่รู้ตัวว่าตัวเองใช้งานอินเทอร์เน็ต งงไหมครับ ผมหมายถึงเราใช้มันในชีวิตประจำวัน จนกลายเป็นปัจจัยเพื่อประกอบการตัดสินใจทำอะไรสิ่งหนึ่งโดยที่เราไม่รู้ตัว

CONTENTS

คำนำสำนักพิมพ์

คำนำผู้เขียน

ภาค 1 Tools : How to go Digital

บทที่ 1	แนวโน้มในการใช้สื่อดิจิทัลในปี 2554 ของผู้บริโภค	15
บทที่ 2	ปีกองของแอปพลิเคชันไทยบนโซเชียลมีเดีย	21
บทที่ 3	Light Blogging วิวัฒนาการล่าสุดของบล็อก	27
บทที่ 4	เมื่อธุรกิจต้องปรับตัวให้เข้ากับโซเชียลมีเดีย	31
บทที่ 5	เชื่อมโลกออนไลน์และออฟไลน์ด้วย Mobile Tag	37
บทที่ 6	พลังของ Viral Video	41
บทที่ 7	โซเชียลมีเดียกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปของสังคมไทย	47
บทที่ 8	โซเชียลมีเดียกับการประชาสัมพันธ์	53
บทที่ 9	ใคร ทำอะไร ที่ไหน... กับไอเดียการใช้โซเชียลเบลส	57
บทที่ 10	สถิติโลกของรูปที่ผู้คนเก็บมากที่สุด	63
บทที่ 11	สื่อดั้งเดิม + โซเชียลมีเดีย	67
บทที่ 12	ชีวิตสนุกและง่ายขึ้นด้วยสื่อดิจิทัล	73

ภาค 2 การตลาดออนไลน์

บทที่ 13	Social Commerce	81
บทที่ 14	อาหารการกินบนโลกแห่งโซเชียลมีเดีย	87
บทที่ 15	Social Auction	93
บทที่ 16	เครือข่ายนักดื่มไวน์	97
บทที่ 17	Twitter Marketing ง่าย ๆ แค่ใช้ไอเดียสุดใหม่	101
บทที่ 18	โลกใหม่ของ Gap?	105
บทที่ 19	สุดยอดรางวัลโฆษณาด้วยโซเชียลมีเดียในงาน Cannes Lions 2010	109

ภาค 3 เกม : คอนเทนต์มันส์ๆ สนุก ได้ใจเป้าหมาย

บทที่ 20	นักสืบช็อกโกแลตแต่ง	117
บทที่ 21	นวัตกรรมบนโซเชียลเกม	123
บทที่ 22	เกมเร็วเกมง่าย ได้ใจสังคมออนไลน์	129
บทที่ 23	ฟุตบอลโลกกับโซเชียลมีเดีย	133
บทที่ 24	เรียนรู้การตลาดจาก Social Game	139

ภาค 4 living with digital media

บทที่ 25	สุขภาพดีออนไลน์	145
บทที่ 26	7 เทคนิคการใช้โซเชียลมีเดียอย่างมีความสุข	151
บทที่ 27	เกาะกระแสยูทูบ (พอดังด้วยคน)	155
บทที่ 28	วิดีโอคลิปไทย มุ่งหน้าสร้างมาตรฐานคนดู 1 ล้านครั้ง	161
บทที่ 29	Social Good การทำสิ่งดีๆ บนโซเชียลมีเดีย	167
บทที่ 30	แชร์ข้อมูลส่วนตัวในโซเชียลมีเดียปลอดภัยจริงหรือ?	173

เกี่ยวกับผู้เขียน



TOOLS :

HOW TO GO DIGITAL



บทที่ 1
แนวโน้มการใช้สื่อดิจิทัล ปี 2554
ของผู้บริโภค



התאחדות

ដ

สื่อข่าวหลายสำนัก ไม่ว่าจะเป็นสำนักข่าวหรือบล็อกต่างๆ เริ่มออกมาให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวโน้มการเจริญเติบโตของสื่อดิจิทัลสำหรับ ปี 2554 กันอย่างครึกโครม เลยทำให้ผมต้องออกมาเขียนบ้างเผื่อจะเขียนเหมือนเขาก็กระไรอยู่ ขอเขียนมุกกลับกันบ้างว่า ปี 2554 ผู้บริโภคจะมีแนวโน้มใช้สื่อดิจิทัลอย่างไรบ้าง โดยข้อมูลเหล่านี้เกิดจากการสังเกตและลองนั่งคิดดูว่า ผู้บริโภคอย่างเรา ท่านๆ นั้น ใช้สื่อดิจิทัลอย่างไรบ้าง

บทที่ 6

พลังของ Viral Video



เมื่อพูดถึงโซเชียลมีเดียแล้วก็ต้องรวมเว็บไซต์ที่ให้บริการพื้นที่สำหรับเก็บไฟล์วิดีโอแล้วให้เราสามารถแบ่งปันให้แก่ผู้คนทั่วโลกได้เห็นอย่างเว็บไซต์ยูทูบ (YouTube.com) ไร้ด้วย ที่ต้องบอกว่าไม่พูดถึงไม่ได้เลยก็เพราะว่าปัจจุบันเว็บไซต์ยูทูบถือได้ว่าเป็นเครื่องมือค้นหาอันดับสองของโลก ด้วยสถิติคนเข้าเว็บไซต์มากกว่า 1 พันล้านครั้งต่อวันเลยทีเดียว

เพราะว่าพฤติกรรมของผู้คนทั่วโลกในการค้นหาข้อมูลนั้นเปลี่ยนไปมากพอสมควร จากที่เคยค้นหาจากเว็บไซด์ประเภทเสิร์ชเอนจินอย่างเดียวนั้น เดี๋ยวนี้ไปค้นหาข้อมูลกันจากยูทูบด้วย

ผลการค้นหาที่ได้จากยูทูบนั้นเป็นเนื้อหาที่เป็นวิดีโอเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งมักจะเป็นเนื้อหาที่ผู้คนทั่วไปได้สร้างกันขึ้นมาเป็นวิดีโอแล้วนำไปอัปโหลดเก็บไว้บนยูทูบบ้างก็แบ่งปันให้คนอื่นเอาไปใส่ไว้ในเว็บไซต์ของตัวเองได้

บทที่ 11

สื่อดั้งเดิม + โซเชียลมีเดีย



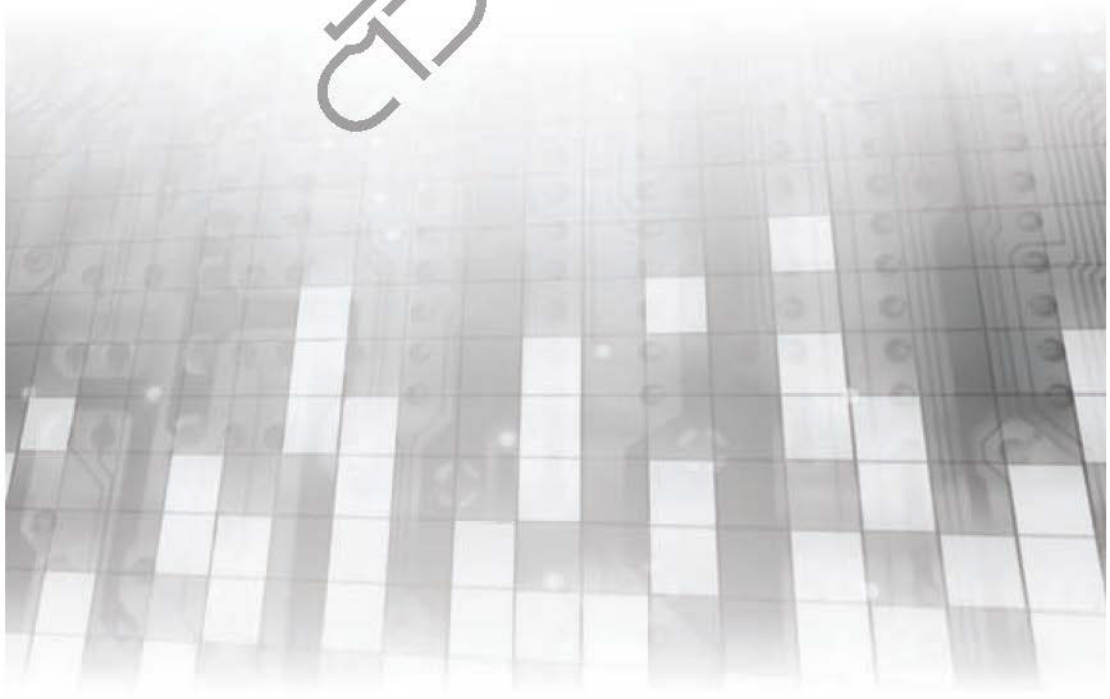
๑๑
๑๒
๑๓
๑๔
๑๕
๑๖
๑๗
๑๘
๑๙
๒๐
๒๑
๒๒
๒๓
๒๔
๒๕
๒๖
๒๗
๒๘
๒๙
๓๐
๓๑
๓๒
๓๓
๓๔
๓๕
๓๖
๓๗
๓๘
๓๙
๔๐
๔๑
๔๒
๔๓
๔๔
๔๕
๔๖
๔๗
๔๘
๔๙
๕๐
๕๑
๕๒
๕๓
๕๔
๕๕
๕๖
๕๗
๕๘
๕๙
๖๐
๖๑
๖๒
๖๓
๖๔
๖๕
๖๖
๖๗
๖๘
๖๙
๗๐
๗๑
๗๒
๗๓
๗๔
๗๕
๗๖
๗๗
๗๘
๗๙
๘๐
๘๑
๘๒
๘๓
๘๔
๘๕
๘๖
๘๗
๘๘
๘๙
๙๐
๙๑
๙๒
๙๓
๙๔
๙๕
๙๖
๙๗
๙๘
๙๙
๑๐๐

โซเชียลมีเดียกำลังตัวเรามากขึ้นเรื่อยๆ คนเริ่มใช้เฟซบุ๊กกันเป็นหมื่นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวัน ไม่ว่าจะไปที่ไหนก็จะได้ยินคนไทยพูดถึงเฟซบุ๊กหรือคุยกันถึงเพื่อนเก่าที่พบเจอกันในเฟซบุ๊ก แต่ละคนดูยิ้มแย้มกันแบบมีความสุข นี่คงเป็นอีกสิ่งหนึ่งที่เฟซบุ๊กคาดหวังไว้ว่าผู้ใช้งานเว็บแห่งนี้จะใช้งานกันให้เกิดประโยชน์ในการสร้างสานความสัมพันธ์ต่างๆ เป็นแน่

เมื่อสิ่งนี้เกิดขึ้นมาในโลกและเริ่มกลายเป็นเรื่องธรรมดาใกล้ตัวผู้ใช้งานมากขึ้นเรื่อยๆ เราก็มักจะเห็นเบาะแสหรือสินค้าต่างๆ ใช้เครื่องหมายโซเชียลมีเดียเหล่านี้แบบใกล้ตัวพวกเรามากขึ้นเรื่อยๆ เช่นกัน



การตลาดออนไลน์



บทที่ 16

เครือข่ายนักดื่มไวน์



รูปแบบของโซเชียลมีเดีย นอกจากจะให้ผู้คนได้มารู้จักและเป็นเพื่อนกันแล้ว ยังทำให้เราได้เจอเพื่อนใหม่ๆ ที่สนใจเรื่องเดียวกัน ไม่เว้นแม้สำหรับกลุ่มคนที่นิยมเครื่องดื่มที่ละเมียดละไมอย่างไวน์ด้วยเช่นกัน

เมื่อเว็บไซต์ **Cork'd** (www.corkd.com) ได้เปิดโอกาสให้คอไวน์ใช้โซเชียลมีเดีย เพื่อมาหาความรู้ตั้งแต่เรื่องพื้นฐานของไวน์ เช่น องุ่นแต่ละสายพันธุ์ ไวน์ที่สมาชิกแนะนำ แบ่งปันประสบการณ์และแนะนำ ไวน์ที่ตัวเองเคยดื่มแล้ว โดยสมาชิกแต่ละคนก็มาร่วมรีวิวและแสดงความคิดเห็นกันอย่างเต็มที่



เรื่องนี้อาจพูดกันถึงรางวัล **Cannes Lions** ซึ่งเป็นสุดยอดรางวัลระดับโลกของวงการโฆษณา ซึ่งตอนที่ผมเขียนต้นฉบับนี้เป็นต้นเดือนกุมภาพันธ์ 2553 และกาประกาศผลรางวัลทั้งสิ้นสุดไปเมื่อวันที่ 26 มิถุนายน 2553 ผมจึงขอพาท่านผู้อ่านไปดูว่ามีแคมเปญโฆษณาใดบ้างที่ได้ประโยชน์จากโซเชียลมีเดียแล้วได้รับรางวัล Cannes Lions ประจำปี 2553 กันบ้าง



ภาค 3

เกม : คอนเทนต์มันส์ๆ
สนุก ได้ใจเป้าหมาย

Copyright © 2013

บทที่ 20

นักสืบช็อกโกแลตแท่ง

๒๕
๒๕๒๕ ๒๕๒๕ ๒๕๒๕
๒๕๒๕ ๒๕๒๕ ๒๕๒๕ ๒๕๒๕
๒๕ ๒๕๒๕ ๒๕๒๕

[โซเชียลมีเดีย (Social Media) ถือได้ว่าเป็นสื่อโฆษณาอย่างหนึ่งที่ได้รับ ความสนใจอย่างมากจากเจ้าของสินค้าและเอเจนซีโฆษณาในช่วงสองสามปีหลังมานี้ และยิ่งในปี 2553 การโฆษณาโดยใช้สื่อโซเชียลมีเดียนี้ก็ยิ่งได้รับความสนใจมากขึ้นไปอีก โดยเฉพาะในประเทศไทยของเรา ที่ถือได้ว่าเป็นอีกป ระเทศหนึ่ง ที่จำนวนผู้ใช้งานโซเชียลมีเดียมีอัตราเจริญเติบโตที่สูงมากขึ้นเป็นอันดับ ตื่นๆ ของโลกเลยทีเดียว

ประเด็นสำคัญที่ทำให้สื่อประเภทโซเชียลมีเดียได้รับความนิยมมากขึ้น ก็เป็นเพราะว่าพักหลังๆ มานี้ ผู้บริโภคส่วนใหญ่เริ่มไม่ค่อยเชื่อถือโฆษณาทั่วไป มากเหมือนเมื่อก่อนและหันมาเชื่อผู้บริโภคด้วยกันเอง

บทที่ 23

ฟุตบอลโลกกับโซเซียลมีเดีย

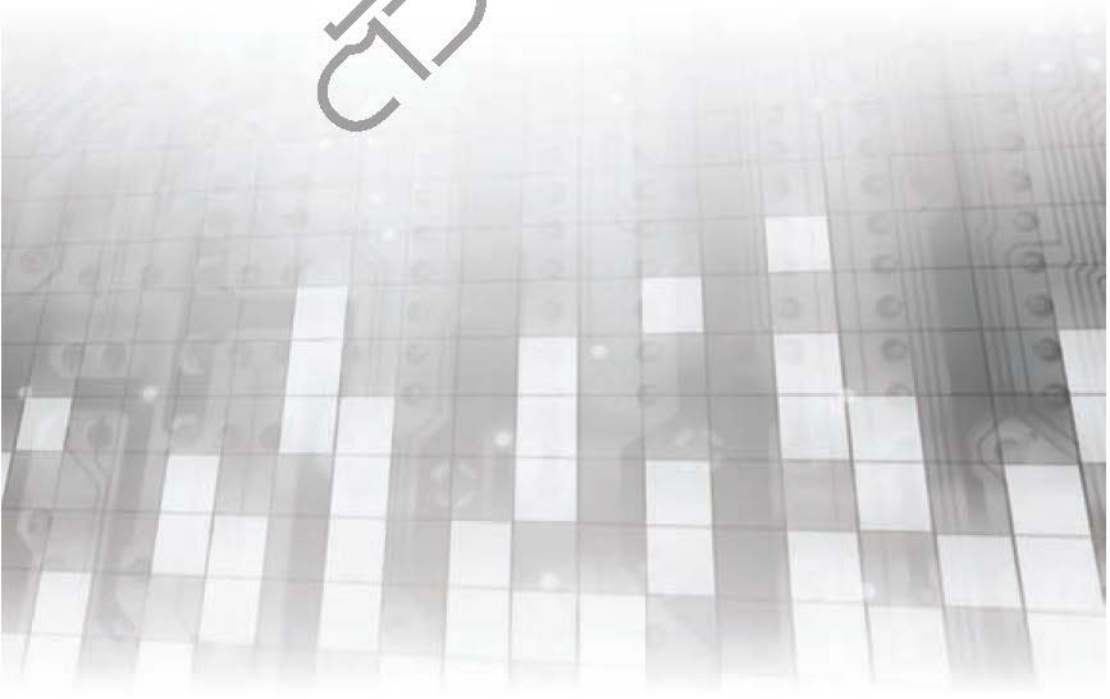


01	02	03
04	05	06
07	08	09
10	11	12
13	14	15
16	17	18
19	20	21
22	23	24
25	26	27
28	29	30
31	32	33
34	35	36
37	38	39
40	41	42
43	44	45
46	47	48
49	50	51
52	53	54
55	56	57
58	59	60
61	62	63
64	65	66
67	68	69
70	71	72
73	74	75
76	77	78
79	80	81
82	83	84
85	86	87
88	89	90
91	92	93
94	95	96
97	98	99
100	101	102
103	104	105
106	107	108
109	110	111
112	113	114
115	116	117
118	119	120
121	122	123
124	125	126
127	128	129
130	131	132
133	134	135
136	137	138
139	140	141
142	143	144
145	146	147
148	149	150
151	152	153
154	155	156
157	158	159
160	161	162
163	164	165
166	167	168
169	170	171
172	173	174
175	176	177
178	179	180
181	182	183
184	185	186
187	188	189
190	191	192
193	194	195
196	197	198
199	200	201
202	203	204
205	206	207
208	209	210
211	212	213
214	215	216
217	218	219
220	221	222
223	224	225
226	227	228
229	230	231
232	233	234
235	236	237
238	239	240
241	242	243
244	245	246
247	248	249
250	251	252
253	254	255
256	257	258
259	260	261
262	263	264
265	266	267
268	269	270
271	272	273
274	275	276
277	278	279
280	281	282
283	284	285
286	287	288
289	290	291
292	293	294
295	296	297
298	299	300
301	302	303
304	305	306
307	308	309
310	311	312
313	314	315
316	317	318
319	320	321
322	323	324
325	326	327
328	329	330
331	332	333
334	335	336
337	338	339
340	341	342
343	344	345
346	347	348
349	350	351
352	353	354
355	356	357
358	359	360
361	362	363
364	365	366
367	368	369
370	371	372
373	374	375
376	377	378
379	380	381
382	383	384
385	386	387
388	389	390
391	392	393
394	395	396
397	398	399
400	401	402
403	404	405
406	407	408
409	410	411
412	413	414
415	416	417
418	419	420
421	422	423
424	425	426
427	428	429
430	431	432
433	434	435
436	437	438
439	440	441
442	443	444
445	446	447
448	449	450
451	452	453
454	455	456
457	458	459
460	461	462
463	464	465
466	467	468
469	470	471
472	473	474
475	476	477
478	479	480
481	482	483
484	485	486
487	488	489
490	491	492
493	494	495
496	497	498
499	500	501
502	503	504
505	506	507
508	509	510
511	512	513
514	515	516
517	518	519
520	521	522
523	524	525
526	527	528
529	530	531
532	533	534
535	536	537
538	539	540
541	542	543
544	545	546
547	548	549
550	551	552
553	554	555
556	557	558
559	560	561
562	563	564
565	566	567
568	569	570
571	572	573
574	575	576
577	578	579
580	581	582
583	584	585
586	587	588
589	590	591
592	593	594
595	596	597
598	599	600
601	602	603
604	605	606
607	608	609
610	611	612
613	614	615
616	617	618
619	620	621
622	623	624
625	626	627
628	629	630
631	632	633
634	635	636
637	638	639
640	641	642
643	644	645
646	647	648
649	650	651
652	653	654
655	656	657
658	659	660
661	662	663
664	665	666
667	668	669
670	671	672
673	674	675
676	677	678
679	680	681
682	683	684
685	686	687
688	689	690
691	692	693
694	695	696
697	698	699
700	701	702
703	704	705
706	707	708
709	710	711
712	713	714
715	716	717
718	719	720
721	722	723
724	725	726
727	728	729
730	731	732
733	734	735
736	737	738
739	740	741
742	743	744
745	746	747
748	749	750
751	752	753
754	755	756
757	758	759
760	761	762
763	764	765
766	767	768
769	770	771
772	773	774
775	776	777
778	779	780
781	782	783
784	785	786
787	788	789
790	791	792
793	794	795
796	797	798
799	800	801
802	803	804
805	806	807
808	809	810
811	812	813
814	815	816
817	818	819
820	821	822
823	824	825
826	827	828
829	830	831
832	833	834
835	836	837
838	839	840
841	842	843
844	845	846
847	848	849
850	851	852
853	854	855
856	857	858
859	860	861
862	863	864
865	866	867
868	869	870
871	872	873
874	875	876
877	878	879
880	881	882
883	884	885
886	887	888
889	890	891
892	893	894
895	896	897
898	899	900
901	902	903
904	905	906
907	908	909
910	911	912
913	914	915
916	917	918
919	920	921
922	923	924
925	926	927
928	929	930
931	932	933
934	935	936
937	938	939
940	941	942
943	944	945
946	947	948
949	950	951
952	953	954
955	956	957
958	959	960
961	962	963
964	965	966
967	968	969
970	971	972
973	974	975
976	977	978
979	980	981
982	983	984
985	986	987
988	989	990
991	992	993
994	995	996
997	998	999
1000	1001	1002
1003	1004	1005
1006	1007	1008
1009	1010	1011
1012	1013	1014
1015	1016	1017
1018	1019	1020
1021	1022	1023
1024	1025	1026
1027	1028	1029
1030	1031	1032
1033	1034	1035
1036	1037	1038
1039	1040	1041
1042	1043	1044
1045	1046	1047
1048	1049	1050
1051	1052	1053
1054	1055	1056
1057	1058	1059
1060	1061	1062
1063	1064	1065
1066	1067	1068
1069	1070	1071
1072	1073	1074
1075	1076	1077
1078	1079	1080
1081	1082	1083
1084	1085	1086
1087	1088	1089
1090	1091	1092
1093	1094	1095
1096	1097	1098
1099	1100	1101
1102	1103	1104
1105	1106	1107
1108	1109	1110
1111	1112	1113
1114	1115	1116
1117	1118	1119
1120	1121	1122
1123	1124	1125
1126	1127	1128
1129	1130	1131
1132	1133	1134
1135	1136	1137
1138	1139	1140
1141	1142	1143
1144	1145	1146
1147	1148	1149
1150	1151	1152
1153	1154	1155
1156	1157	1158
1159	1160	1161
1162	1163	1164
1165	1166	1167
1168	1169	1170
1171	1172	1173
1174	1175	1176
1177	1178	1179
1180	1181	1182
1183	1184	1185
1186	1187	1188
1189	1190	1191
1192	1193	1194
1195	1196	1197
1198	1199	1200
1201	1202	1203
1204	1205	1206
1207	1208	1209
1210	1211	1212
1213	1214	1215
1216	1217	1218
1219	1220	1221
1222	1223	1224
1225	1226	1227
1228	1229	1230
1231	1232	1233
1234	1235	1236
1237	1238	1239
1240	1241	1242
1243	1244	1245
1246	1247	1248
1249	1250	1251
1252	1253	1254
1255	1256	1257
1258	1259	1260
1261	1262	1263
1264	1265	1266
1267	1268	1269
1270	1271	1272
1273	1274	1275
1276	1277	1278
1279	1280	1281
1282	1283	1284
1285	1286	1287
1288	1289	1290
1291	1292</	



ภาค 4

Living With Digital Media



บทที่ 25 สุขภาพดีออนไลน์

บทที่ 25
สุขภาพดีออนไลน์

V ณะที่เขียนบทความนี้ ผมเพิ่งไปพบแพทย์ที่โรงพยาบาลมา เพราะเกิดอาการเจ็บคอและเหมือนจะเป็นไข้ ตลอดจนคนรอบข้างหรือเพื่อนๆ ก็ออกมาบอกในเฟซบุ๊กว่าเป็นหวัดเป็นไข้กันมาก ก็เลยเกิดแรงบันดาลใจที่จะเขียนบทความเกี่ยวกับดูแลสุขภาพโดยใช้เครื่องมือต่างๆ ที่มีออนไลน์ ไปจนถึงความคิดดีๆ เกี่ยวกับการให้บริการทางด้านสุขภาพกันครับ เผื่อว่าคุณผู้อ่านจะได้มุมมองแปลกใหม่ในการใช้ประโยชน์จากโลกออนไลน์ เพื่อเสริมสร้างให้สุขภาพดีขึ้นได้

บทที่ 28

วิดีโอคลิปไทย

มุ่งหน้าสร้างมาตรฐานคนดู 1 ล้านครั้ง

00:00 00:00 00:00
00:00 00:00 00:00
00:00 00:00 00:00
00:00 00:00 00:00
00:00 00:00 00:00
00:00 00:00 00:00
00:00 00:00 00:00
00:00 00:00 00:00
00:00 00:00 00:00
00:00 00:00 00:00

ผมได้มีโอกาสดูหนังชุดบรรยายให้แก่งานประชุมสัมมนาที่จัดขึ้นโดยบริษัทที่ผมทำงานอยู่ ซึ่งงานนี้บรรยายหลายหัวข้อถึงแนวโน้มการตลาดดิจิทัลที่น่าจะมาแรงในปี 2554 หัวข้อที่ผมได้รับมอบหมายให้พูดก็คือเรื่องเนื้อหาแบบเป็นรูปแบบวิดีโอ ประเด็นนี้มีเรื่องที่น่าสนใจอยู่หลายเรื่อง และประเด็นเรื่องความนิยมในเนื้อหาประเภทวิดีโอออนไลน์นั้น มีให้เราเห็นมากขึ้นเรื่อยๆ

ปัจจุบันนี้เราจะเห็นว่าผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตต่างแข่งขันกันนำเสนอบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ด้วยราคาที่ใช้จ่ายถูกลงเรื่อยๆ นั่นเลยทำให้คนไทยเราสามารถดูเว็บหรือไฟล์ขนาดใหญ่ได้สะดวกมากขึ้น ซึ่งหากพูดถึงเรื่องขนาดไฟล์ที่ใหญ่แล้วคงหนีไม่พ้นเรื่องราวของวิดีโอ นั่นเอง

CON NECTED

OVER ALL LEVELS OF MARKETING

ดิจิทัลมาร์เก็ตติ้งออนไลน์



ไม่ว่าคุณจะเป็นนักการตลาด
นักกิจกรรมเพื่อสังคมหรือผู้บริโภคสื่อทั่ว ๆ ไป
ที่ฝึกฝนการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ
อย่างไม่ยอมตกกระแส

กติกาสายเส้นนี้

จับกลยุทธ์การตลาดหลากหลายรูปแบบ
ทั้งเพื่อธุรกิจ เพื่อสร้างสรรค์สิ่งดี ๆ ต่อกัน
หรือปรับใช้ให้เหมาะกับไลฟ์สไตล์ของตัวเอง
ด้วยนานาเรื่องราวให้ได้สัมผัสกัน
อย่างไม่มีพลาดสิ่งดี ๆ ที่เกิดขึ้นบนโลกใบนี้
ซึ่งสังคมเชื่อมโยงถึงกันเป็นเครือข่าย
ผ่าน Connected ดิจิทัลมาร์เก็ตติ้ง เชื่อมโลก
เล่มที่คุณถืออยู่นี้

กรุงเทพธุรกิจ

103379 0270 8810-75000-111 01

9 1 8 6 1 6 7 1 5 3 6 1 1 8

CONNECTED
ดิจิทัลมาร์เก็ตติ้งเชื่อมโลก
KT 013 ราคา 189 บาท
หมวด : บริหารจัดการ-การตลาด