

howto

# DATA THINKING

ทำธุรกิจให้รุ่ง  
ยอดขายพุ่งด้วยดาต้า



ถ้าขายออนไลน์คุณย่อมมี "ดาต้า" หลังบ้าน  
แค่หยิบใช้ให้เป็น ยอดขายก็โตได้อีกหลายเท่า!

**ณัฐพล ม่วงท่า**

เจ้าของเพจการตลาดวันละตอน

howto

# DATA THINKING

ทำธุรกิจให้รุ่ง  
ยอดขายพุ่งด้วยดาต้า

ณัฐพล ม่วงท่า

เขียน

ตัวอย่าง

ก ร อ ร น ต อ ร ร ก ร ร น ที่ ส ร ก ญ

ในวันที่ดาด้ากลายเป็นเงินสกุลใหม่ที่แม้แต่คนสนใจ  
การที่คุณอ่านเรื่องดาด้าเก็บไว้ อย่างไรก็ตามก็ไม่มีแต่กำไร  
และได้เปรียบเมื่อเทียบกับคนที่ไม่ได้อ่าน

– ณัฐพล ม่วงท่า






หมิวสื่อคุณภาพ  
โดยอมรินทร์กรุ๊ป

## DATA THINKING

ทำธุรกิจให้รุ่ง ยอดขายพุ่งด้วยตาดี

# howto

ในเครือบริษัทอมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน)  
378 ถนนชัยพฤกษ์ (บรมราชชนนี) เขตตลิ่งชัน กรุงเทพฯ 10170  
โทรศัพท์ 0-2422-9999 ต่อ 4964, 4969 E-mail info@amarn.co.th  
[www.amarinbooks.com](http://www.amarinbooks.com)     

สงวนลิขสิทธิ์หนังสือเล่มนี้ตามพระราชบัญญัติ (ฉบับเพิ่มเติม) พ.ศ. 2558  
ห้ามคัดลอกเนื้อหา ภาพประกอบ รวมทั้งดัดแปลงเป็นแถบบันทึกเสียง ตลับวีดิทัศน์  
หรือเผยแพร่ด้วยรูปแบบและวิธีการอื่นใดก่อนได้รับอนุญาต

พิมพ์ครั้งแรก มีนาคม 2564

---

ข้อมูลทางบรรณานุกรมของศูนย์ข้อมูลอมรินทร์

ณัฐพล ม่วงท่า

Data Thinking ทำธุรกิจให้รุ่ง ยอดขายพุ่งด้วยตาดี / ณัฐพล ม่วงท่า: เขียน, กรุงเทพฯ :  
อมรินทร์สแควร์ อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง, 2564.  
(18), 190 หน้า: ภาพประกอบ (สี).

1. การตลาด -- การจัดการข้อมูล. 2. การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. 3. การตลาด -- การบริหาร.  
I. ชื่อเรื่อง.

658.8 ๓6๓63

DDC 658.8

ISBN 978-616-18-4171-3

---

เจ้าของ ผู้พิมพ์/ผู้โฆษณา บริษัทอมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน)  
กรรมการผู้อำนวยการใหญ่ ระวีณัฐ อุทกะพันธุ์ ปิณฑุวงศ์โรจน์ • กรรมการผู้จัดการ อุษณีย์ วิริตภักพันธ์  
ที่ปรึกษาหลายท่านสำนักพิมพ์ในเครือ อองอาจ จีระอร • บรรณาธิการฝ่ายการ สิริกานต์ ผลงาม  
บรรณาธิการบริหาร ชมพูนุท ตีประวัติ • บรรณาธิการ กุลภา ทวลงกระสินธุ์  
ผู้จัดการฝ่ายการผลิต อมรลักษณ์ โหมดตาด • ศิลปกรรม เกติพิบูล โหมดตาด  
คอมพิวเตอร์ จีรณีย์ คำจันทร์ • พิสูจน์อักษร ต่องนภา ภักตร์วิไลย์  
ฝ่ายการตลาด พนิดา ชัยศิริ, กุลพัฒน์ บัวละออ

## คำนิยม

ในโลกของการตลาดนั้น ในช่วงเวลา 3-5 ปีที่ผ่านมาถือว่ามีควมเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นเยอะมากครับ ไม่ใช่แค่วิธีการทำงาน แต่ยังรวมถึงวิถีคิด และเครื่องมือต่าง ๆ ด้วย หลายอย่างที่เคยทำได้ดีเมื่อ 5 ปีที่แล้ว ตอนนี้อย่างนี้ไม่สามารถทำได้อีกต่อไปครับ

ดังนั้นการหาความรู้ใหม่จึงเป็นเรื่องที่สำคัญอย่างยิ่ง

หนังสือเล่มนี้เป็นหนังสือของคนไทยเพียงไม่กี่เล่มที่พูดประเด็นเรื่องนี้ได้ดีมาก และที่สำคัญว่านั่นคือเนื้อหาทันสมัยกับช่วงเวลานี้เป็นอย่างมากครับ

อ่านไม่ยาก และสามารถนำไปคิดต่อยอดได้จริง เรียกว่าสามารถคิดถึงสิ่งที่เป็น actionable ได้ ไม่ใช่แค่อ่านเฉย ๆ ด้วยครับ

สำหรับคนที่อยากเข้าใจเรื่องนี้ เล่มนี้เป็นอีกเล่มที่ไม่ควรพลาด

**วิศ ชาญอุตสาหะ**

กรรมการผู้จัดการ บริษัทศรีจันทร์สโอสถ จำกัด  
และผู้ก่อตั้งเว็บไซต์ Mission to the Moon

## คำนิยาม

หนทางที่ดีที่สุดในการจะศึกษาเรื่องอะไรก็ตาม ก็คือการศึกษาจาก ผู้ที่มีความรู้และมีประสบการณ์จริงในเรื่องนั้น และถ้าพูดถึงการศึกษาเรื่อง การทำการตลาดโดยใช้ดาต้าในยุคนี้ คุณหนู่ย-ณัฐพล ม่วงท่า เจ้าของเพจ การตลาดวันละตอน ก็คือคนคนนั้น

ทิปเองก็มีโอกาสได้อ่านหนังสือของคุณหนู่ยมาตั้งแต่เล่มแรก คือ หนังสือ *Personalized Marketing การตลาดแบบรู้ใจ* และเล่มที่สอง *Data-Driven Marketing การตลาดแบบฉลาดใช้ดาต้า* ยิ่งอ่านก็ยิ่งรู้ดีกว่า นักเขียนคนนี้มีเสน่ห์มาก สามารถเล่าเรื่องยากๆ ให้เป็นเรื่องง่ายได้อย่าง น่าชื่นชม มีรายละเอียดชัดเจน แถมมีเคสการตลาดสนุกๆ ให้ได้ติดตามอีก อ่านจบทีไรก็มีการบ้านให้ไปคิดต่อทุกที

แน่นอนว่าในยุคนี้ เรื่อง "ดาต้า" นับวันจะยิ่งทวีความสำคัญมากยิ่งขึ้น การมีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องจึงเป็นเรื่องสำคัญมาก เหมือนคำพูดที่เรา ชอบพูดกันบ่อยๆ ก็คือ *Data is the new oil* ยิ่งเราฉลาดใช้ดาต้าเท่าไร เราก็จะยิ่งเข้าใจลูกค้าได้ดีขึ้น สร้างสินค้า/บริการที่ตอบโจทย์ได้มากขึ้น รวมถึงตัดสินใจได้แหลมคมขึ้น

พูดง่ายๆ ก็คือ เราจะชกน้อยลง แต่เข้าเป้ามากขึ้น และไม่ต้องกลัว ถ้าเราไม่มีพื้นฐานในเรื่องนี้มาก่อน เพราะหนังสือ *Data Thinking ทำธุรกิจ ให้รุ่ง ยอดขายพุ่งด้วยดาต้า* เล่มนี้เขียนด้วยภาษาแบบเข้าใจได้ง่ายๆ มีสไตล์ การเล่าเรื่องที่เป็นกันเอง ถ้าคุณเป็นคนหนึ่งที่ต้องการปูพื้นฐานเรื่องดาต้าละก็ หนังสือเล่มนี้เหมาะมากค่ะ เพราะคุณจะได้เห็นว่าดาต้าไม่ใช่เรื่องไกลตัวเลย และเราก็เริ่มต้นใช้ประโยชน์จากดาต้ารอบตัวได้ "ทันที" ที่อ่านหนังสือเล่มนี้จบ

ขอบคุณคุณหนู่ยที่เขียนหนังสือดีๆ แบบนี้ขึ้นมา ทิปเชื่อเป็นอย่างยิ่งว่า นี่จะเป็นอาวุธสำคัญที่ช่วยให้ทุกท่านต่อยอดธุรกิจให้เติบโตได้อย่างแน่นอน

ทิป-มันธิตา จินดา

Founder of Digital Tips Academy

## คำนิยม

ผมรู้สึกทึ่งมากเวลาผมอ่านหนังสือของใครที่เขียนแล้วมันดึงให้เราอยู่กับตัวหนังสือได้อย่างไม่อยากจะวาง อยากจะอ่านให้จบเล่มที่เดียวเลย คุณหนูเป็นหนึ่งในนักเขียนที่เขียนได้สนุก ยิ่งเรื่อง "ดาต้า" ที่หลายคนชอบคิดว่ามันยากที่จะเข้าใจ ขอให้อ่านหนังสือเล่มนี้ดู แล้วคุณจะรู้ว่า "ดาต้า" มันเป็นเรื่องสนุกยังไง แล้วแนะนำว่าควรซื้อ 2 เล่มก่อนหน้าีมาอ่านด้วย

*Data Thinking* เล่มนี้ถูกจัดสำหรับคนที่ยังวนเวียนหาคำตอบว่าจะเริ่มยังไง จะใช้ประโยชน์จากดาต้าได้ยังไง กรณีศึกษาหลายๆ อันในหนังสือเล่มนี้จะช่วยให้เราเข้าใจได้มากขึ้น ว่าเราจะตีเซนเซอร์หาข้อมูล การเก็บข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลอย่างไรให้ได้ประโยชน์มากที่สุด ตัวอย่างบางอันนี่อ่านแล้วจุดประกายอย่างมาก

ผมเองในฐานะผู้บริหารองค์กร บอกได้เลยว่า เราไม่สามารถทำ Business Strategy ได้ถ้าเราไม่ทำ Data Strategy ไว้ล่วงหน้า

ย้ำอีกครั้งครับ ดาต้าคือเข็มทิศในการดำเนินธุรกิจ ไม่มีดาต้าอย่าริลงมือทำอะไรทั้งสิ้น

**ฐากร ปิยะพันธ์**

CEO Thai Group Holdings

## คำนิยม

ก่อนอื่นผมต้องขอขอบคุณอาจารย์หนู่ย การตลาดวันละตอน ที่ให้โอกาสผมได้เขียนคำนิยมในหนังสือเล่มนี้ของอาจารย์ครับ ผมติดตามเพจการตลาดวันละตอนและหนังสือทั้งสองเล่มของอาจารย์มาโดยตลอด แต่เพิ่งจะมีโอกาสได้พบกับอาจารย์เมื่อไม่นานมานี้เอง และต้องขอขอบคุณอาจารย์อีกครั้งที่เขียนหนังสือ *Data Thinking ทำธุรกิจให้รุ่ง ยอดขายพุ่งด้วยดาต้า* เล่มนี้ขึ้นมา แม้ว่าจะเป็นเล่มที่ 3 แล้ว แต่ยังมีเนื้อหาที่น่าสนใจซึ่งอาจารย์ได้รวบรวมและเรียบเรียงจากประสบการณ์ตรงมาเขียนอธิบายให้ผู้อ่านเข้าใจได้อย่างง่ายๆ นั่นยิ่งทำให้หนังสือเล่มนี้มีเนื้อหาที่เข้มข้นมากขึ้นกว่าเล่มก่อนๆ อีกครับ

ในหนังสือเล่มนี้ อาจารย์หนู่ยได้แนะนำแนวคิด Data Thinking ซึ่งถือว่าเป็นทักษะสำคัญในการทำงานของยุคนี้ โดยแนวคิดนี้จะเป็นตัวกลางที่ทำให้คนที่อยู่ทั้งฝั่งการตลาดหรือธุรกิจและฝั่งเทคนิคที่เน้นการวิเคราะห์ข้อมูล (เหมือนผม) เข้าใจซึ่งกันและกันมากขึ้น เพื่อจะได้ร่วมกันนำข้อมูลที่มีอยู่มาใช้ประโยชน์ได้มากยิ่งขึ้นครับ นอกจากนี้ในแต่ละบทยังได้หยิบยกตัวอย่างการประยุกต์ใช้งานจริง ในธุรกิจต่างๆ ทั้งของประเทศไทยและต่างประเทศมาอธิบายอีกด้วย จึงทำให้ผู้อ่านทั้ง 2 ฝั่ง (การตลาดและเทคนิค) สามารถเข้าใจได้แบบไม่ยากเลยครับ

สุดท้ายนี้สำหรับผู้ที่ไม่ใช่พนักงานการตลาด ซึ่งอาจจะเป็นนักวิเคราะห์ข้อมูล นักวิทยาศาสตร์ข้อมูล ผมก็ยังขอแนะนำว่าหนังสือ *Data Thinking ทำธุรกิจให้รุ่ง ยอดขายพุ่งด้วยดาต้า* เป็นหนังสืออีกเล่มที่พวกเราควรจะอ่านครับ เพราะจะทำให้เราเข้าใจการนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ได้ดีมากยิ่งขึ้น

**ดร.เอกสิทธิ์ พัทธวงศ์ศักดิ์**

Co-Founder และ Data Science Team Lead

บริษัท คิวบี อนาไลติกส์ คอนซัลติง จำกัด

และเจ้าของเพจ ดาต้า คิวบี

## คำนิยม

ธุรกิจก็เหมือนกับ "อาหาร"  
จะอร่อยถูกใจลูกค้าได้  
ต้องมี "เซฟ" ที่เก่ง มีฝีมือการปรุงอาหารเยี่ยม  
คล้ายกับการมี "ผู้บริหาร" ฝีมือดี ประสบการณ์ยอด  
แต่เซฟจะเก่งแค่ไหน ถ้า "วัตถุดิบ" ไม่มีคุณภาพ  
ก็คงยากที่ "อาหาร" จะออกมาถูกใจลูกค้า

เช่นเดียวกัน

ผู้บริหารรุ่นเก่าก็อาจจะตกม้าตายได้  
ถ้ามีแค่ "ออกความเห็น"

โดยปราศจาก "ข้อมูล" สนับสนุน

หนังสือ "Data Thinking" เล่มนี้ที่คุณหนูเขียน  
บอกเล่าเรื่องราวธุรกิจมากมายที่น่าสนใจ

ทำไม "ข้อมูล" จึงสำคัญ และจะเริ่มทำงานกับ "ข้อมูล" อย่างไร  
เรื่องไม่ง่าย แต่คุณหนูทำให้อ่านสนุก เข้าใจง่าย  
รู้ตัวอีกที จบเล่ม

สารคดี ๆ สำหรับคนทำงานที่แท้ทรู

ต้อง - กวีวุฒิ

เจ้าของเพจและพอดคาสต์ 8 บรรทัดครึ่ง



## คำนิยาม

ความรู้การตลาดเป็นเรื่องที่สนุกอยู่อย่างหนึ่ง คือ เป็นเรื่อง "ดั้นได้" ไม่มีวันจบวันสิ้น

สาเหตุสำคัญที่การตลาดไม่เคยอยู่นิ่งก็เพราะเป็นศาสตร์ที่ต้องคอยเอาอกเอาใจลูกค้าทั้งหลายผู้ไม่เคยหยุดที่จะเปลี่ยนแปลง

จะว่าไป เรื่องการเปลี่ยนแปลงของลูกค้านี่ละคือ "หัวใจ" ของการตลาด ใคร "ตามลูกค้าทัน" เป็นอันว่านำคู่แข่งไปหลายช่วงตัว

จนแล้วจนรอดนักการตลาดทั้งหลายก็ไม่เคยจับลูกค้าได้อยู่หมัด กระทั่งมีเครื่องไม้เครื่องมือทางด้าน **การจัดการดาต้า** ในยุคดิจิทัลที่ช่วยให้ให้นักการตลาดได้เห็นแสงสว่างปลายอุโมงค์ พอจะหาหนทางจัดการข้อมูลลูกค้าได้ถนัดมือขึ้น

อย่างไรก็ดี ถึงจะมีเครื่องมือจับข้อมูลลูกค้าที่มีประสิทธิภาพก็เชื่อว่า จะทำการตลาดได้สมบูรณ์ เพราะหากใช้ข้อมูลที่ได้มาอย่างไม่ "ชาญฉลาด" ก็เหมือนชนมเงินไร้น้ำยา กินกันตายได้ แต่รสชาติก็จะจืดชืดเหมือนเปรี้ยวพิกุล

ดังนั้นการ **เต็มความชาญฉลาด** อย่างสร้างสรรค์ **ลงไปในการจัดการข้อมูลลูกค้า** จะทำให้เกิดความ "กลมกล่อม" ที่ช่วยนำสู่การสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดที่ "ดั่ง - โดด - ดี - เด่น"

หนังสือ **Data Thinking ทำธุรกิจให้รุ่ง ยอดขายพุ่งด้วยดาต้า** ที่ท่านถืออยู่นี้ เป็น "ทางลัด" ในการผสมผสานความชาญฉลาดเข้ากับข้อมูลลูกค้าได้อย่างเหมาะสมเจาะ แถมด้วยกรณีศึกษามากมายทั้งไทย - เทศจากธุรกิจที่หลากหลายอุตสาหกรรม

อ่านแล้วจะได้เข้าใจทั้งมุมมองเชิงกลยุทธ์และการนำไปใช้ประโยชน์  
แก่องค์กรใหญ่ไม่น้อยมากมาย ไม่เสียชื่อผู้เขียนที่เป็นเจ้าของเพจ "การตลาด  
วันละตอน" นำเสนอเรื่องราวการตลาดสนุกๆ ได้วันละ (ตั้งหลาย ๆ) ตอน  
จนเป็นที่ชื่นชอบของคนในวงการการตลาดในปัจจุบัน

ถ้าอ่านหนังสือเล่มนี้แล้วติดใจ แนะนำให้ไปหาอ่าน *Data - Driven  
Marketing* และ *Personalized Marketing* ที่แต่งโดยผู้เขียนท่านเดียวกัน  
ด้วย รับรองว่าท่านจะ "อิมแพ็ค" ในความรู้ และมีความพร้อมสู่กับการ  
เปลี่ยนแปลงในสมรรถุมิการตลาดที่หมุนเปลี่ยนเร็วขึ้นทุกวินาที

ศิวะชัย *ศิวะชัย*

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เอกก์ ภทรธนกุล)  
ผู้ช่วยอธิการบดี และประธานหลักสูตรปริญญาโท  
ด้านแบรนด์และการตลาด (ภาษาอังกฤษ)  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## คำนิยม

ไม่น่าเชื่อว่าสิ่งที่ผมเคยได้ยินมาเรื่องเหตุผลของการใช้ data เมื่อสี่สิบกว่าปีก่อน แต่ไม่เคยมีใครอธิบายว่าต้องทำอย่างไรอย่างเป็นขั้นเป็นตอนนั้น คุณหนู่ย-ณัฐพลจะเอามาอธิบายได้อย่างเห็นภาพ เข้าใจง่าย และสั้นข้อสงสัยที่อยู่ในใจผมมาตลอดหลายสิบปี

เมื่อสี่สิบห้าปีก่อน ผมเคยแอบฟังพี่จิม-สุวภา เจริญยิ่ง เจ้านายเก่าผมในสมัยนั้น สอนน้องคนหนึ่งที่กำลังจะไปเรียนต่อ MBA ว่า การเรียน MBAnั้นก็คือการไปเรียนกระบวนการเปลี่ยน data ซึ่งตัวมันเองไม่ได้มีความหมายอะไรให้เป็น information ก่อน แล้วนำ information นั้นมาเปลี่ยนเป็น knowledge ให้ได้ เพราะไม่เช่นนั้น information นั้นก็จะเป็นแค่ขยะข้อมูลลอยไปลอยมา และที่สำคัญที่สุด กระบวนการคิดโดยใช้ data thinking จะไม่มีประโยชน์อะไรเลยถ้าเราไม่สามารถใช้ knowledge มาเป็นกระบวนการตัดสินใจหรือ decision making ได้ ผมฟังหลักการ data thinking ของพี่จิมในวันนั้นก็ดีแต่ฮือฮาอยู่ในใจ

จวบจนปัจจุบัน ในสมัยที่ data กลายเป็น new oil อย่างที่ใครๆ เขาพูดกัน ความสำคัญของกระบวนการ data - information - knowledge และ decision making จึงกลายเป็นกระบวนการทางการตลาดที่ใครๆ ก็อยากทำให้เป็น หนังสือ *Data Thinking* และหนังสือสองเล่มของคุณหนู่ยก่อนหน้านั้นจึงเป็นเหมือนหนังสือ howto ของกระบวนการนี้ที่มีคู่มือการกำมือใหม่หัดใช้ data อย่างผม คุณหนู่ยเล่าเรื่องได้สนุก มีกระบวนการใช้งาน data แบบไม่ต้องป็นบันไดใช้ แถมมีเคสจริงที่เข้าใจง่าย เห็นการใช้งาน data เพื่อตัดสินใจทางการตลาดแล้วได้ผลจริง เอาไปประยุกต์ใช้ง่าย อ่านเพลินๆ แป๊บเดียวก็จบเล่ม

ที่สำคัญที่สุดในการอ่านหนังสือ *Data Thinking* ของคุณหนูก็คือ ความเชื่อมั่นที่มากขึ้นจากความมั่นใจที่ได้จากตัวอักษรในหนังสือ เพราะในที่สุดแล้ว หัวใจที่สำคัญที่สุดของการใช้ data ให้เป็นประโยชน์ก็คือ ความกล้าในการใช้ data ในการตัดสินใจ ซึ่งหนังสือเล่มนี้มีพลังแฝงในการเรียกความกล้านั้นออกมาหลังจากอ่านจบเป็นของแถมไปพร้อมกัน

อ่าน *Data Thinking* แล้ว ต้องกล้าๆ decision making กันด้วยนะครับ...

ธนา เขียรอัจฉริยะ

# ตัวอย่าง

## คำนำสำนักพิมพ์

ในยุคที่คู่แข่งอยู่ถัดจากเราแค่พีดัดไปบนหน้าจอ การทำธุรกิจแบบไม่รู้เรื่องดาต้าเลยค่อนข้างแน่นอนว่าจะทำให้คุณเสียเปรียบ และด้วยเหตุนี้หลายรายจึงถูกกลืนหายไปอย่างน่าเสียดาย

แต่เคยไหม...ดาต้าเราก็มี แต่กลับไม่รู้จะใช้ยังไง ไม่รู้ว่าต้องเริ่มจากตรงไหน คำตอบคือ...ต้องเริ่มจาก "คิด" อย่างมนุษย์ดาต้าให้เป็นก่อน

*Data Thinking* ทำธุรกิจให้รุ่ง ยอดขายพุ่งด้วยดาต้า เล่มนี้เป็นผลงานเล่มที่ 3 ของคุณหนู - ณัฐพล ม่วงท่า เจ้าของเพจการตลาดวันละตอน ที่ไม่ว่าจะเขียนหนังสือออกมากี่เล่ม ก็มีเคล็ดลับเด็ด ๆ และเทรนด์ใหม่ ๆ ในแวดวงการตลาดมาให้เราว่าทำได้ตลอด ด้วยสไตล์การเขียนแบบเป็นกันเอง แถมยังย่อยเรื่องยากที่หลายคนส่ายหน้าอย่าง "ดาต้า" ให้กลายเป็นเรื่องง่ายและน่าตื่นเต้น

โจทย์หลักของหนังสือเล่มนี้คือ ทำยังไงก็ได้ให้ทุกคนเข้าถึงดาต้าที่มีอยู่รอบตัวและนำมาใช้ประโยชน์ได้ จึงออกมาเป็นหนังสือดาต้าฉบับอ่านง่ายเล่มนี้ ไม่ว่าคุณจะเป็นพ่อค้าแม่ขายออนไลน์ นักศึกษานักการตลาด หรือเจ้าของธุรกิจ ก็นำความรู้ที่ได้ไปต่อยอดเพื่อเพิ่มยอดขายให้กับธุรกิจของตนได้

ในเล่ม คุณจะได้เรียนรู้การใช้เครื่องมือทางการตลาดต่าง ๆ รวมทั้งวิธีดูข้อมูลหลังบ้านเฟซบุ๊กที่ช่วยให้รู้ว่าลูกค้าที่แท้จริงของคุณเป็นใคร อยู่ที่ไหน และนอกจากกดไลก์เพจคุณแล้ว เขายังกดติดตามเพจไหนอีก พร้อมสถิติวิธีตั้งดาต้าแบบง่าย ๆ ที่ทำให้การลือกอินเข้าเฟซบุ๊กของคุณเปลี่ยนไปตลอดกาล รวมทั้ง Case Study ที่น่าสนใจจากแบรนด์ระดับโลกอย่าง NIKE และ McDonald's ไปจนถึงกลยุทธ์การตลาดแบบไทย ๆ ที่ใครจะคิดล่ะว่าวันหนึ่ง AI จะโทรทวงหนี้เราได้

ลองเปิดใจเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ แล้วคุณจะพบว่าชีวิตดีขึ้นได้แค่มีดาต้าเป็นตัวช่วย

howto

## คำนำผู้เขียน

สำหรับคุณที่หยิบหนังสือเล่มนี้ขึ้นมาอ่าน ก่อนอื่นผมต้องขอบอกไว้ ณ ที่นี้เลยว่า “ขอบคุณมากครับ” หนังสือเล่มนี้เป็นเล่มที่ 3 ของผม ซึ่งคุณบางคนอาจไม่รู้ว่ามีผมเขียนหนังสือเกี่ยวกับดาต้ามาแล้วสองเล่ม เล่มแรกคือ *Personalized Marketing การตลาดแบบรู้ใจ* เป็นหนังสือที่เต็มไปด้วยเคล็ดลับทางการทำการตลาดแบบ Personalization มากมาย จากทั้งแบรนด์ไทยและต่างชาติ ตั้งแต่ขนมคุกกี้ของไทยที่ดูทั่วไปไม่น่าตื่นเต้น แต่พอหยิบ Personalization เป็นจุดขายด้วยการทำนายดวงผ่านคุกกี้ ก็ทำให้กลายเป็นเรื่องแปลกใหม่ ลูกค้าใหม่ก็อยากลอง ลูกค้าเก่าก็อยากกลับมาซื้อ หรือเคสเว็บ E-Commerce ไทยอย่าง JD Central ที่ฉลาดในการทำแคมเปญการตลาดแบบ Personalization ด้วยการทำการตลาดเพื่อเก็บดาต้าจากลูกค้ามาก่อน จากนั้นค่อยเอาดาต้าที่ได้ไปทำการตลาดแบบรู้ใจกลับคืนสู่ลูกค้าแต่ละคน

บอกตรงๆว่าเคสของ JD Central ในเล่มแรกเป็นอะไรที่ผมชื่นชอบและประทับใจมาก ถึงขนาดเป็นหนึ่งในเคสสำคัญที่ผมหยิบไปใช้ในการสอนหรือบรรยายให้กับทุกบริษัท และนั่นก็เลยเป็นที่มาของหนังสือเล่มที่ 2 ของผม *Data-Driven Marketing การตลาดแบบฉลาดใช้ดาต้า*

ถ้าพูดกันในเชิงเนื้อหา หนังสือเล่มที่ 2 เป็นการย้อนกลับไปก่อนเล่มแรก เพราะก่อนจะทำ Personalized Marketing หรือการตลาดแบบรู้ใจได้ คุณต้องเริ่มจากดาต้าหรือเอาข้อมูลมาวิเคราะห์ว่าตกลงแล้วลูกค้าของคุณแบ่งออกเป็นกี่กลุ่ม มีลักษณะพฤติกรรมความชอบต่างกันอย่างไร เพราะการที่คุณจะรู้ใจใครสักคนได้ ต้องเริ่มจากรู้จักเขาคอนนั้นให้ดีกว่าจริงไหมครับ

หนังสือเล่มที่ 2 *Data-Driven Marketing การตลาดแบบฉลาดใช้ดาต้า* จึงเป็นการสอนวิธีเก็บดาต้าที่มาพร้อมกับ Canvas ต่างๆ มากมาย ทั้ง Data Collection Canvas ที่กลั่นออกมาจากประสบการณ์ส่วนตัวของผมเอง บวกกับแนะนำเครื่องมือในการเข้าถึงดาต้าแบบง่ายๆ สำหรับนักการตลาดอย่าง Google Trends ที่ใช้ดูเทรนด์การค้นหาของคนไทย กับ Social Listening เครื่องมือในการเข้าถึงโพสต์หรือคอมเมนต์มากมายที่กระจุกกระจายอยู่บนโลกออนไลน์และโซเชียลมีเดียแพลตฟอร์มต่างๆ

หนังสือเล่มที่ 2 จึงออกไปทาง howto นิดๆ แต่กลับถูกใจหลายคน เพราะอ่านแล้วทำตามได้ทันที จนขายดีแซงหน้าเล่มแรก (ขออวดหน่อยนะครับ) และมาตอนนี้ก็คือหนังสือเล่มที่ 3 ซึ่งจะเป็นการเล่าย้อนกลับไปอีกสักนิดของพื้นฐานความเข้าใจเรื่องดาต้าทั้งหมดก่อนจะมาสู่การทำ Data-Driven Marketing ได้

เพราะการจะทำสิ่งใดให้ดีได้ก็ต้องเริ่มจากการเข้าใจแก่นและพื้นฐานอย่างถ่องแท้ ดังนั้นการจะทำ Data-Driven Marketing หรือใด ๆ ได้ ก็ต้องมาจากการเข้าใจเรื่องดาต้าเป็นอย่างดี

ถ้าใครเพิ่งหยิบหนังสือของผมอ่านเป็นครั้งแรกก็ไม่ต้องตกใจนะครับ ว่าตกลงฉันควรจะอ่านเล่มที่ 2 หรือเล่มที่ 1 ก่อนไหม ผมบอกได้เลยว่าคุณไล่อ่านจากเล่มที่ 3 ไปสู่เล่มที่ 2 แล้วก็เล่มที่ 1 ได้เลยครับ

แต่ถ้าจะให้ดีที่สุดคือซื้อทั้ง 3 เล่มไปพร้อมกัน ตั้งแต่ *Personalized Marketing การตลาดแบบรู้ใจ*, *Data-Driven Marketing การตลาดแบบฉลาดใช้ดาต้า* และ *Data Thinking ทำธุรกิจให้รุ่ง ยอดขายพุ่งด้วยดาต้า*

เล่มนี้ รับรองว่าเรื่องดาต้าที่เคยฟังดูเข้าใจและเข้าถึงยากจะกลายเป็นเรื่องง่ายอย่างไม่น่าเชื่อ คุณจะเข้าใจว่าดาต้าคืออะไร เราจะเอาดาตานั้นมาใช้งานได้อย่างไร และเรามีดาต้าของตัวเองอยู่ตรงไหนบ้าง เพื่อจะได้สร้างยอดขายให้เพิ่มขึ้น หรือแม้แต่ทำธุรกิจได้มีประสิทธิภาพมากขึ้นครับ

เพราะหัวใจทั้งหมดของการทำธุรกิจคือการทำให้เรามีกำไรเพิ่มขึ้น และดาต้าจะก้าวเข้ามาเป็นหัวใจสำคัญของการทำธุรกิจและการตลาดตั้งแต่วินาทีไปจนถึงวันหน้า จนกลายเป็นพื้นฐานของการทำงานทุกอย่างที่ทุกคนในศตวรรษที่ 21 ต้องเข้าใจ

ณัฐพล ม่วงท่า

# ตัวอย่าง



# สารบัญ

<u>บทนำ</u>	Data Thinking 101 - Start with Your Data เริ่มต้นคิดต่อยอดจากดาต้าที่มี	1
<u>บทที่ 1</u>	ทักษะสำคัญของคนทำงานในศตวรรษที่ 21 ลูกผสมระหว่าง Design Thinking กับ Data Science	7
<u>บทที่ 2</u>	ก่อนจะเริ่ม Data-Driven Marketing ต้องเข้าใจ Data Thinking ก่อน	18
<u>บทที่ 3</u>	คิดไม่ออก เปิด Facebook Audience Insight เพื่อเข้าใจ Insight ผู้ติดตามเรามากขึ้น	27
<u>บทที่ 4</u>	CPVAI-Data Marketing Framework 5 ขั้นตอนการทำงานกับดาต้า ที่เอาไปประยุกต์ใช้ได้กับทุกงาน	42
<u>บทที่ 5</u>	Sale Data หรือข้อมูลการขายที่อยู่ในมือ นำมาต่อยอดธุรกิจ SME ให้ปรับสินค้า ตาม Insight ของลูกค้าจนขายดีได้	50
<u>บทที่ 6</u>	Shopee Data ชุมทรัพย์ล้าค่า ที่พ่อค้าแม่ขายออนไลน์มองข้ามไป	56
<u>บทที่ 7</u>	แค่ดูจากดาต้าการซื้อก็บอกได้ว่าใครกำลังตั้งครรภ์	66
<u>บทที่ 8</u>	เปลี่ยนดาต้า 200 ล้านคลิก ให้กลายเป็นดีไซน์บ้านที่ถูกใจคนทั้งชาติ	85

<b><u>บทที่ 9</u></b>	NIKE ใช้ดาต้าจากเว็บมาปรับหน้าร้านใหม่ ให้ตรงใจลูกค้า	92
<b><u>บทที่ 10</u></b>	ใช้ Data Capacity เป็นกลยุทธ์ การลงโฆษณาอาหารแบบ Delivery	99
<b><u>บทที่ 11</u></b>	เลือกช่วงเวลาการโทร.ทวงหนี้จากดาต้า กับ Krungsri Consumer	105
<b><u>บทที่ 12</u></b>	รู้ใหม่ว่า KBANK เคยใช้ดาต้า มาช่วยเลือกหน้าบัตรเดบิต	111
<b><u>บทที่ 13</u></b>	ชุดกระแสหือทอดใรน้ำมัน ใครทำให้ตั้งจันทุกบ้านต้องมื ด้วย Google Trends และ Social Listening Tool	117
<b><u>บทที่ 14</u></b>	Mandala Analytics เครื่องมือ Social Listening Tool ตัวใหม่ของคนไทย	140
<b><u>บทที่ 15</u></b>	รู้ใหม่ว่า ชื่อภาษาไทยของหนังสือ <i>Data-Driven Marketing</i> ใช้ดาต้าช่วยเลือก	175
<b><u>ประวัติผู้เขียน</u></b>		186



เริ่มจากดาต้าที่มีในมือ  
เอามาวิเคราะห์ให้เห็น Insight  
แล้วจะรู้ว่า...  
เราควรต้องทำธุรกิจอย่างไร  
ถึงจะรุ่ง

# Data Thinking 101 - Start with Your Data เริ่มต้นคิดต่อยอดจากดาต้าที่มี

ถ้าตอนนี้เราอยู่บ้านแล้วหิว การจะแก้หิวที่ง่ายที่สุดก็คงหนีไม่พ้นเปิดตู้เย็นดูว่ามีอะไรบ้าง หรือสำรวจดูว่าในบ้านมีอะไรที่พร้อมกินได้บ้าง การเริ่มต้นทำงานกับดาต้าก็เช่นเดียวกันครับ สิ่งที้ง่ายที่สุดก็คือการเริ่มจากดาต้าที่เราอยู่กับตัวแต่อาจไม่เคยเอามาใช้งาน หรือไม่เคยมองเห็นค่าของดาต้าที่มีเพราะคิดว่าคงไม่มีประโยชน์อะไร (ถ้ามีทักษะ Data Thinking จะแก้เรื่องนี้ได้) หรือบางคนก็ไม่เคยรู้ตัวมาก่อนว่าตนเองนั้นมีดาต้าอยู่ไม่น้อยเหมือนกัน แต่ด้วยความที่ไม่รู้ว่่านั้นคือดาต้าที่เอามาใช้งานได้ ก็เลยไม่เคยแบ่งเวลาจากการทำงานในแต่ละวันมานั่งจัดเรียงเตรียมดาต้าให้พร้อมใช้งาน พร้อมที่จะเอามาวิเคราะห์หาข้อมูลเชิงลึก หรือ Insight สำคัญของลูกค้ำที่เราไม่เคยรู้มาก่อน