

YouTube & Video Marketing



เพิ่มยอดวิวและยอด Subscribe, ได้กึ่งแบรนด์ ได้กึ่งเงิน



ครองการตลาดด้วยวิดีโอออนไลน์ สร้างคอนเทนต์ที่ตอบโจทย์ เข้าได้ถึงทุกกลุ่มเป้าหมาย วัดผลได้อย่างแม่นยำ
บทวิเคราะห์คอนเทนต์ละเอียด เสนอแนะอย่างละเอียด ให้ Channel หรือธุรกิจของคุณนำพาไปสู่เป้าหมาย

ผู้เขียน : ศุภณัฐ สุขโข
บรรณาธิการ : เช่น ฤกษ์ทอง

M-MONEY
make more money

YouTube & Video Marketing :

เพิ่มยอดวิวและยอด Subscribe,
ได้ทั้งแบรนด์ ได้ทั้งเงิน



ผู้แต่ง :

ศุภณัฐ สุขโข

sunelimine@gmail.com

บรรณาธิการ :

ชนะ เทศทอง

chana_t@idcpremier.com

GRAPHIC DESIGNS :

วสันต์ พึ่งพุดผล, ยุทธนา เกิดประดิษฐ์,

จิตรกรรณ์ เหมะจันทร์

PAGE LAYOUT :

กมลชนก ชัยสาครสมุทร

PROOFREADERS :

มนฤดี ศรีอุทโยภาส, พรรณรัตน์ ชูราชี

PUBLISHING COORDINATORS :

วรพล นิธิกุล, สุพัตรา อาจปรุ, มงคล แก้วพลอย

พิมพ์ครั้งที่ 1 กรกฎาคม 2561

ข้อมูลทางบรรณานุกรม :

ศุภณัฐ สุขโข

YouTube & Video Marketing : เพื่อยอดวิวและยอด

Subscribe, ได้ทั้งแบรนด์ ได้ทั้งเงิน

นนทบุรี : โอดีซีฯ, 2561

250 หน้า

1. การตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์

1 ชื่อเรื่อง

658.8

ISBN 885-916-100-523-0

2 4 6 8 10 9 7 5 3 1

ราคา 260 บาท

จัดพิมพ์และจัดจำหน่ายโดย

บริษัท โอดีซี พรีเมียร์ จำกัด

200 หมู่ 4 ชั้น 19 ห้อง 1901

จัสมินอินเตอร์เนชั่นแนลทาวเวอร์

ถ.แจ้งวัฒนะ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120

โทรศัพท์ 0-2962-1081 (อัตโนมัติ 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 จัดตั้งขึ้นเพื่อเผยแพร่ความรู้

ที่มีคุณภาพสำหรับผู้อ่านชาวไทย เรายินดีรับงานเขียนของ

นักวิชาการและนักเขียนทุกท่าน ท่านผู้สนใจกรุณาติดต่อ

ผ่านทางอีเมลที่ infopress@idcpremier.com หรือทาง

โทรศัพท์หมายเลข 0-2962-1081 (อัตโนมัติ 10 คู่สาย)

โทรสาร 0-2962-1084

บรรณาธิการ

ย้อนไปช่วงก่อนหน้านี้ ท่านผู้อ่านเริ่มจะพบเห็นโฆษณาในรูปแบบวิดีโอบนโซเชียลมีเดีย จนมาถึงปัจจุบันไม่ว่าจะเข้าโซเชียลมีเดียแพลตฟอร์มอะไร เราจะพบเห็นโฆษณาที่เป็นวิดีโอจนเป็นเรื่องปกติ ทั้ง Facebook, Instagram, Twitter และที่จะไม่พูดถึงไม่ได้เลยคือ YouTube ที่ในช่วงสองปีหลังนี้ก้าวเข้ามาเป็นโซเชียลมีเดียอันดับหนึ่งในประเทศไทย มีผู้ใช้งานสูงโด่งนำหน้าโซเชียลแพลตฟอร์มอื่น

- นอกจาก YouTube จะเป็นโซเชียลมีเดียแข่งหน้า Facebook แล้ว วิดีโอมาร์เก็ตติ้งบน YouTube ยังเจ๋งกว่า Facebook หรือแพลตฟอร์มอื่นในเกือบจะทุกด้าน
- จำนวนคนเห็นโฆษณาที่มากกว่า เพราะผู้ใช้งานที่มากกว่า
- เลือกรูปแบบการแสดงผลการโฆษณาได้มากกว่า
- การวัดผลโฆษณาที่แม่นยำกว่า แม่นยำขนาดที่บอกได้ว่ามีคนดูถึงนาทีเท่าไรจึงกดปิด มีคนดูวิดีโอจนจบกี่คน
- ด้วยการวัดผลโฆษณาที่แม่นยำ การคิดเงินโฆษณาจึงสะท้อนความเป็นจริงมากกว่า เราแทบจะไม่จ่ายเงินทิ้งไปฟรีๆ เลย
- อยู่ในเครือของ Google โฆษณาจึงแสดงผลในการค้นหาบน Search Engine อันดับหนึ่งของโลกอย่าง Google ด้วย
- ฯลฯ

ในมุมมองของการตลาด การชิงลงมือก่อนได้เปรียบเสมอ จะทำให้เรานำหน้าคู่แข่งหนึ่งก้าวอย่างช้าๆ ที่จะทำให้การตลาดด้วยวิดีโอและถ้าพูดถึง Video Marketing ต้อง YouTube Marketing และหนังสือเล่มนี้คือคำตอบ

คำนำ

ถ้าพูดถึงมีเดียหรือสื่อที่กำลังมาแรงที่สุดในยุคปัจจุบันคงปฏิเสธไม่ได้ว่า วิดีโอ เป็นหนึ่งในมีเดียที่มีคนเสพและใช้งานกันมากที่สุด ชีวิตของผู้คนในปัจจุบัน สามารถที่จะเข้าถึงวิดีโอได้ตลอดเวลา ไม่ว่าจะเป็นช่วงเช้าหลังจากตื่นนอน ในระหว่างเข้าห้องน้ำตอนเช้า ระหว่างเดินทางไปทำงาน ช่วงพักเที่ยงที่กำลังพัก ทานอาหาร หรือแม้กระทั่งช่วงกลางคืนก่อนนอน นั่นก็เพราะอินเทอร์เน็ตและ อุปกรณ์โทรศัพท์มือถือทำให้เราสามารถเข้าถึงวิดีโอออนไลน์ได้ตลอดเวลา

เมื่อวิดีโอกลายเป็นสื่อยอดนิยม กลายเป็นกระแสหลักของการเสพเนื้อหาในปัจจุบัน ความสนใจของนักการตลาดในการใช้วิดีโอเพื่อโปรโมทสินค้าและบริการก็เพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย เป็นไปตามหลักการตลาดสุดคลาสสิกที่บอกว่า “จงตกปลาในที่ที่มีปลาอยู่” เมื่อกลุ่มเป้าหมายใช้วิดีโอออนไลน์ในแต่ละวัน มากยิ่งขึ้น ก็ย่อมเกิดเป็นโอกาสที่ดีสำหรับนักการตลาดที่จะเข้าไปตกปลาใน บ่อที่กำลังเต็มไปด้วยโอกาสทางธุรกิจนี้

YouTube จึงเป็น Video Platform อันดับหนึ่งของโลก อีกทั้ง YouTube ยังเป็น Search Engine อันดับ 2 ของโลกรองจาก Google อีกด้วย จึงแทบไม่ต้อง แปลกใจถึงความนิยมในการใช้ YouTube และในช่วง 5-10 ปีที่ผ่านมา ยังมี นักการตลาดเก่งๆ ที่นำการตลาดเข้าไปผนวกรวมกับวิดีโอเพื่อหาโอกาสใหม่ ใน YouTube เป็นจำนวนมาก ดังที่คุณจะเห็นได้จากตัวอย่างในหนังสือเล่มนี้

YouTube จึงเป็น Platform ที่ทรงพลังอย่างมากในยุคปัจจุบัน เป็นช่องทาง ที่นักการตลาดไม่สามารถมองข้ามได้อีกต่อไป ธุรกิจทั่วไปก็สามารถที่จะใช้ ประโยชน์จาก YouTube เพื่อเพิ่มยอดขายให้กับธุรกิจของตัวเองได้เช่นกัน แต่อย่างไร วิธีการเป็นอย่างไร มีคำตอบอยู่ในหนังสือเล่มนี้ ขอให้คุณสนุก กับหนังสือการตลาดที่ไม่เหมือนใคร

ขอขอบพระคุณ

ศุภณัฐ สุขโข

CHAPTER

01

Video & YouTube

Marketing Overview..... 11

Video เป็นผลดีต่อธุรกิจ ในหลายๆ Platform16

ใช้วิดีโอทำการตลาดอะไรได้บ้าง..... 24

ตัวอย่างของแบรนด์ที่ทำวิดีโอการตลาดใน

YouTube 25

Will It Blend? 25

Wix.com 26

BigcameraTV 27

20 Something Bar 28

Apple..... 29

Customer Journey กับ YouTube..... 30

Content Marketing กับการใช้วิดีโอ..... 34

ตัวอย่างที่ดีของการทำ Content เพื่อขาย 34

Tasty 35

New York First Time 36

WineLibraryTV 37

ช่องทางเข้าถึงลูกค้าที่มีคุณภาพ..... 38

เป็น Search Engine อันดับสองของโลก..... 38

YouTube เป็นพันธมิตรกับ Google 38

สามารถยิงโฆษณาไปยังกลุ่มเป้าหมายได้..... 39

ระบบแนะนำวิดีโอ 39

อายุของวิดีโอยาวนาน..... 39

วิดีโอเป็นเรื่องของแบรนด์ใหญ่เท่านั้นหรือเปล่า? ...39

สิ่งที่ต้องเตรียมก่อนลุย Video & YouTube

marketing 42

อ่ววิดีโอ YouTube หรือ Facebook? 44

การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน 44

Facebook เก่งในบ้านของตัวเอง 44

YouTube เหมาะกับวิดีโอที่มีความยาว 45

ความตั้งใจในการดูวิดีโอ 45

อายุของวิดีโอ 45

ความต่างของวิดีโอ Facebook กับ YouTube 46

CHAPTER

02

วางแผนกลยุทธ์การทำ YouTube Marketing 49

ตั้งเป้าหมาย 50

Goal สำหรับการทำการตลาดผ่านวิดีโอใน

YouTube 52

เพิ่มยอดขาย..... 52

เพิ่มการรับรู้..... 52

เพื่อเพิ่มจำนวน Lead 53

เพิ่มคนเข้าเว็บไซต์..... 54

เพิ่มการมีส่วนร่วม 54

เพิ่มคนติดตั้งแอปฯ 55

ประชาสัมพันธ์..... 56

วิเคราะห์รูปแบบวิดีโอที่จะตอบสนองเป้าหมาย... 58

กลุ่มเป้าหมายอยากดูวิดีโออะไร 61

จะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเหล่านั้นได้อย่างไร..... 67

ทำให้คนค้นหาวีดิโอของเราเจอ..... 67

ใช้ Tag ให้เป็นประโยชน์..... 68

โปรโมทวิดีโอในช่องทางอื่นๆ 68

วิดีโอที่ดีคนจะช่วยเหลือตัวเอง.....	68
อิงโฆษณาใน YouTube	68
การวัดผลของวิดีโอ	70
กรณีสมมติการทำ YouTube Strategy	72
Micro-moment.....	75
วิเคราะห์วิดีโอของคุณแข่ง	78
องค์ประกอบของวิดีโอที่ดี	79
7 องค์ประกอบที่วิดีโอการตลาดที่ดีควรมี	80

CHAPTER

03

บริการจัดการ YouTube Channel.....83

สมัคร Google Account	84
YouTube Channel คืออะไร	85
เข้าสู่ Channel ของเรา	86
อัปโหลดภาพ Profile Picture.....	88
อัปโหลด Channel Art	90
เปลี่ยนชื่อของ Channel.....	93
ปรับข้อความหน้า About.....	96
อัปโหลด Video แรกเข้าสู่ YouTube	99
Verified Account ยืนยัน Channel ของเรา	102
วิดีโอแนะนำ - Channel Trailer	105
เทคนิคในการทำ Channel Trailer.....	108
รู้จักเครื่องมือ Creator Studio	109
ส่วนประกอบต่างๆ ของ Creator Studio.....	110
เปิด-ปิดการแสดงความคิดเห็น	112

CHAPTER

04

อัปโหลดวิดีโออย่าง

มืออาชีพ.....115

กลุ่มเป้าหมายสนใจเรื่องอะไร	116
เป็นวิดีโอที่กลุ่มเป้าหมายอยากดู.....	118
มีประโยชน์ต่อกลุ่มเป้าหมาย	118
ตั้งชื่อวิดีโอให้น่าสนใจ	118
ใช้ภาพ Thumbnail ที่ดี.....	118
มี Key Message อยู่ในวิดีโอ	119
เนื้อหาเข้าใจง่าย.....	119
ปรับแต่งวิดีโอตอนอัปโหลดเป็นอย่างดี.....	119
ความยาวของวิดีโอ	120
วิธีการอัปโหลดวิดีโอ.....	123
สเปคของวิดีโอที่ YouTube รองรับ.....	128
เทคนิคการตั้งชื่อ Title ของวิดีโอ	131
ใส่ Keyword เข้าไปใน Title ของวิดีโอ.....	131
Title ต้องชัดเจน.....	132
ใส่ข้อความกระตุ้นให้รู้สึกอยากดู.....	132
สรุปเนื้อหาของวิดีโอในบรรทัดเดียว	133
ใส่ข้อความที่ทำให้วิดีโอเฉพาะตัว	133
Focus ไปแค่สิ่งเดียว.....	133
ตั้งเวลาเผยแพร่วิดีโอ	134
บริหารจัดการวิดีโอผ่าน Video Manager	135
วิธีลบวิดีโอที่ได้อัปโหลดไปแล้ว	135
แก้ไขวิดีโอที่อัปโหลดไปแล้ว	137
ควรทำอย่างไรกับ Metadata ของวิดีโอ	139

CHAPTER

05

สร้างโฆษณาบน YouTube.....141

โฆษณาเป็นทั้งทางลัดและยาวิเศษ.....	142
ช่วยเพิ่มยอด View ให้มากขึ้น	142
เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้แม่นยำ	143
กระตุ้นให้เกิด Action จากกลุ่มเป้าหมาย.....	143
เป็นโฆษณาที่มีราคาประหยัด	144
สนับสนุนธุรกิจ.....	144
สามารถวัดผลได้อย่างแม่นยำ.....	145
การก่อวนของโฆษณาใน YouTube	146
สิ่งที่จะต้องมาก่อนเริ่มทำโฆษณา YouTube.....	148
เปิดใช้บัญชี Google AdWords.....	150
การเชื่อมต่อ YouTube Channel กับ	
AdWords	157
วิธีเชื่อมต่อ YouTube Channel กับ	
AdWords	157
ประเภทของโฆษณาใน YouTube.....	161
TrueView In-stream.....	161
TrueView Video Discovery	162
Bumper Ads	162
วิธีการสร้างโฆษณาวิดีโอแบบ TrueView	
In-stream Ads	163
วิธีการสร้างโฆษณาวิดีโอแบบ TrueView	
Discovery Ads.....	175
วิธีการสร้างโฆษณาวิดีโอแบบ Bumper Ads.....	178
รูปแบบการคิดเงินของโฆษณา.....	182

เพิ่มเติมวิดีโอที่น่าสนใจด้วย Interactive

Features.....	183
วิธีใส่ Card เข้าไปในวิดีโอ.....	184
วิธีใส่ End Screen เข้าไปในวิดีโอ	188

CHAPTER

06

YouTube Analytics.....193

อะไรคือ YouTube Analytics.....	194
เปิดเข้าใช้งาน YouTube Analytics.....	195
Watch-time reports.....	198
Watch time	198
Audience retention	199
Playback locations	200
Traffic sources	201
Devices	202
Interaction reports	203
Subscribers	203
Likes and Dislikes	204
Videos in playlists	205
Comments	206
Sharing	207
Cards	207
วิเคราะห์ข้อมูลแบบ Realtime	208
ปรับ Time period เลือกดูสถิติตามช่วงเวลา	
ที่ต้องการ.....	210
Filter ดูเฉพาะข้อมูลที่เกิดจากแต่ละอุปกรณ์.....	211
เปรียบเทียบสถิติด้วยการ Comparison.....	212

ใช้ฟังก์ชัน Export ไปวิเคราะห์ด้วย Excel	214
วัดผลโฆษณาใน AdWord	215
Metric ที่เกี่ยวข้องกับโฆษณาวิดีโอ.....	218
เพิ่ม Metric สถิติอื่นๆ เข้าไปในตาราง.....	220

CHAPTER

07

เทคนิคทำโฆษณาบน

YouTube.....223

การทำ SEO ให้วิดีโอ YouTube.....	224
ใส่ Keyword เข้าไปใน Metadata.....	226
ผู้ติดตามส่งผลต่ออันดับของวิดีโอ	227
อัปโหลดวิดีโอคุณภาพ HD.....	227
Engagement ของวิดีโอ	227
CTR ส่งผลต่ออันดับของวิดีโอ.....	228
วิดีโอยังมีเนื้อหาขายยังได้เปรียบ.....	228
ยังคงดูเยอะยัง Ranking สูง	228
เพิ่มอัตราการคลิกเข้ามาดูวิดีโอ	230
Title และ Description ที่ดึงดูด	231
ภาพ Thumbnails	231
Keyword.....	232
ยอด View.....	232
ระยะเวลาของวิดีโอ.....	232
ใช้เครื่องมือคัดเลือก Keyword	234
YouTube Keyword Suggestion	234
Google Trends.....	235
Keywordtool.io.....	236
YouTube Trends.....	238

วิธีโปรโมทวิดีโอให้มียอด View สูงๆ	239
ทำวิดีโอให้ค้นหาเจอง่าย	240
เอาชนะในสนามแข่ง	240
โปรโมทวิดีโอในช่องทางอื่น.....	240
ทำโฆษณาโปรโมทวิดีโอ	241
ฝังวิดีโอลงในเว็บไซต์	241
End Screen โปรโมทวิดีโออื่นๆ	241
ทำอะไรให้มีคนมาติดตาม Channel ของเรา .	242
ขอรับรองให้กดติดตาม	242
อย่าลืมใช้ Card และ End Screen	242
ข้อความ Description ก็ช่วยได้.....	243
ชัดเจนกับสิ่งที่นำเสนอ	243
โพสวิดีโอที่มีเนื้อหาดีอยู่เสมอ	243
Checklist สิ่งที่ต้องทำทั้งหมด.....	244
แหล่งค้นหาข้อมูลเพิ่มเติม.....	246



Video & YouTube Marketing Overview

วิดีโอกลายเป็นมีเดียที่มาแรงที่สุดในยุคปัจจุบัน เพราะด้วยความสามารถในการสื่อสารที่เหนือกว่ามีเดียอื่นๆ อย่างรูปภาพ และตัวหนังสือ ทำให้หลายๆ Platform หันมาให้ความสนใจกับวิดีโอมากยิ่งขึ้น ถึงขนาดที่มาร์ก ซักเคอร์เบิร์ก CEO ของบริษัท Facebook ได้ออกมาประกาศว่าวิดีโอคืออนาคตของ Facebook คงไม่ต้องอธิบายให้ยาวว่าปัจจุบันการเติบโตของการดูวิดีโอออนไลน์มีเยอะแค่ไหน

ผู้ชมไม่ได้เปิดดูวิดีโอเฉพาะในคอมพิวเตอร์เท่านั้น ปัจจุบันคนนิยมดูวิดีโอออนไลน์กันผ่านมือถือมากยิ่งขึ้น เพราะความเร็วของระบบ 4G ที่ครอบคลุมทั่วประเทศไทย จำนวนจุดรับสัญญาณ Wifi ที่มีมากขึ้นเรื่อยๆ รวมถึงคุณภาพของสมาร์ตโฟนในปัจจุบันที่สามารถดูวิดีโอออนไลน์พร้อมกับเล่นแอปฯ อื่นๆ ไปด้วยได้



The Driver EP.9 - อะดอม ชนกันต์

800K views



10K



215



Share



Download



Add to



P RANGERS

237K subscribers



SUBSCRIBE

Up next

Autoplay ☐



The Driver EP.4 -

ป๊อปปองกุล

P RANGERS

2.2M views



The Driver EP.7 - คุณ

มารค อภิสสิทธิ์

ในฝั่งของนักการตลาด วิดีโอได้กลายมาเป็นสื่อที่นักการตลาดหลายคนให้ความสนใจมากขึ้น หลายแบรนด์เริ่มที่จะโฆษณาผ่านวิดีโอแล้วปล่อยออกไปตาม Platform ต่างๆ เพราะความนิยมของผู้บริโภคที่นิยมเสพวิดีโอ ทำให้หลายแบรนด์เลือกที่จะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายด้วยสื่อแบบวิดีโอ

บางคนอาจจะบอกว่าวิดีโอไม่ใช่สื่อใหม่แต่อย่างใด ถูกต้องครับ เพราะการทำการตลาด การทำโฆษณาผ่านวิดีโอเกิดขึ้นมานานแล้ว ตั้งแต่มีทีวีเกิดขึ้นบนโลกนี้ แต่สิ่งที่แตกต่างออกไปอย่างมากคือ ในปัจจุบันวิดีโอของเราสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทุกที่ทุกเวลา

ไม่ว่าจะเป็นช่วงเช้าระหว่างที่กำลังขึ้น BTS เพื่อไปทำงาน ช่วงเที่ยงในระหว่างที่กำลังรอแม่ค้าทำอาหาร ช่วงบ่ายในระหว่างที่เปิดมือถือดูผลสลากกินแบ่ง หรือจะเป็นช่วงดึกที่กลุ่มเป้าหมายจะเปิดวิดีโอดูก่อนที่จะนอนพักผ่อน วิดีโอได้กลายเป็นสื่อที่อยู่คู่กับผู้บริโภคเกือบทุกคนไปแล้ว และนี่เป็นโอกาสอันดีที่ธุรกิจจะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยใช้วิดีโอเป็นสื่อกลาง

วิดีโอยังมีความสามารถในการขายสินค้าได้ดีมากด้วย หลายแบรนด์เริ่มหันมาใช้วิดีโอขายของแทนที่จะใช้ภาพนิ่งที่มีแต่โปรโมชั่น ก็เปลี่ยนมาใช้วิดีโอที่มีชีวิตชีวามากกว่า ตัวอย่างเช่น ธุรกิจร้านอาหารหลายแห่งเริ่มถ่ายทำอาหารเป็นรูปแบบวิดีโอง่ายๆ แล้วก็แชร์ผ่าน Platform ต่างๆ ทำให้คนที่ได้ดูพากันแห่ไปกินตามกันเป็นจำนวนมาก เพราะวิดีโอเป็นมีเดียสามารถโน้มน้าวผู้คนได้ดีกว่ารูปภาพและตัวหนังสือ ถ้าเราเห็นรูปภาพอาหาร เราอาจจะรู้สึกเฉยๆ แต่เราเห็นผ่านวิดีโอ เห็นการตักอาหารร้อนๆ ขึ้นมาโชว์ เห็นการหันอาหารแล้วควั่นฟุ้งออกมา เห็นการเอาส้อมจิ้มซอสแล้วตักเข้าปาก เราอาจจะรู้สึกอยากทานมากยิ่งขึ้น สุดท้ายก็หำมใจตัวเองไม่อยู่ ต้องขับรถไปต่อคิวถึงหน้าร้าน นี่คือพลังของวิดีโอในการทำการตลาด



เมื่อพูดถึงวิดีโอแล้ว ก็คงจะปฏิเสธไม่ได้ว่า YouTube คือ Platform อันดับหนึ่งในโลกของวิดีโอ ถึงแม้ในช่วงปีสองปีที่ผ่านมา Facebook จะพยายามเข้ามาตีตลาดวิดีโอออนไลน์ แต่ก็ยังห่างไกลจากสิ่งที่ YouTube ได้ทำเอาไว้มาก YouTube ไม่ใช่แค่ Platform ที่เผยแพร่วิดีโอเท่านั้น แต่ YouTube ยังเป็นคลังวิดีโอออนไลน์ของโลกใบนี้ไปแล้ว เราสามารถค้นหาวิดีโอเรื่องต่างๆ ผ่าน YouTube ได้ไม่ต่างจากเวลาที่เราค้นหาเว็บไซต์ผ่าน Google และที่สำคัญ YouTube เป็นเว็บไซต์ Search Engine อันดับ 2 ของโลก รองจาก Google อีกด้วย

ในมุมมองของการตลาด YouTube มีอะไรมากกว่าที่คุณคิด นอกจากใช้เพื่อฟังเพลง ดูหนัง ดูรายการทีวีย้อนหลัง ดูวิดีโอเพื่อความสนุกสนานแล้ว YouTube ยังเป็นพื้นที่ทองคำสำหรับนักการตลาดในทุกวันนี้อีกด้วย มีนักการตลาดหลายคนจากธุรกิจต่างๆ ทั่วโลกพยายามที่จะใช้ YouTube เป็นช่องทางในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ดังคำพูดที่เขาบอกเอาไว้ว่า ที่ไหนมีคน ที่นั่นมีการตลาด และที่ YouTube ก็มีคนมหาศาล นั่นหมายความว่า โอกาสทางการตลาดก็มหาศาลตามไปด้วย

ลองจินตนาการดูสิว่าในแต่ละวันเราเปิดเข้าใช้ YouTube กันกี่ครั้ง มีหลายคนที่เปิดเข้า YouTube กันทุกวัน ในแต่ละครั้งกินเวลานานหลายสิบนาทีหรืออาจจะเป็นชั่วโมง YouTube จึงเป็นสื่อที่ใกล้ชิดและอ่อนไหวต่อการสร้างประสบการณ์ให้กับผู้ใช้ไม่น้อยกว่า Platform ตัวอื่นๆ อย่าง Facebook, Instagram และ Google เลย ในแต่ละ Platform มีการนำเอาวิดีโอไปใช้ในรูปแบบที่แตกต่างกัน แต่สิ่งที่เหมือนๆ กันคือ วิดีโอเป็นมีเดียที่มีประโยชน์กับ Platform นั้นๆ



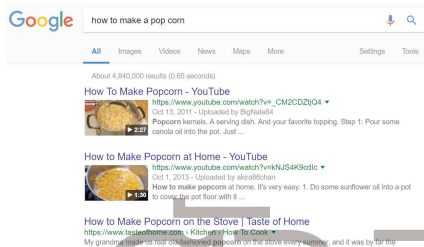
Video เป็นพลดีต่อ ธุรกิจในทุกๆ Platform

นอกจากวิดีโอจะเป็นสื่อที่ผู้คนในปัจจุบันชอบเสพ เพราะความสะดวกและสามารถรับชมได้ครบทั้งภาพเคลื่อนไหว เสียง ข้อบรรยาย วิดีโอยังเป็นสื่อที่หลายๆ Platform ในยุคปัจจุบันขึ้นชอบด้วยในปัจจุบันไม่ว่าจะทำการตลาดผ่าน Platform ใดก็ตาม การใช้สื่อแบบวิดีโอจะทำให้เราได้เปรียบกว่าตัวหนังสือ หรือรูปภาพธรรมดาๆ อยู่เสมอ

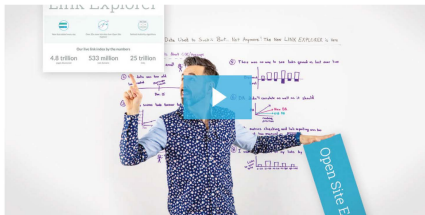
- Facebook ชอบสื่อในแบบวิดีโอมากและมักจะแสดงวิดีโอมากเป็นพิเศษ เพราะวิดีโอมี Engagement จากผู้ชมที่ดี ผู้ชมมักจะกดถูกใจ แสดงความคิดเห็น และแชร์โพสต์ที่เป็นวิดีโอกันเป็นจำนวนมาก



- Google เองก็ชอบแสดงผลการค้นหาเป็นวิดีโอเหมือนกัน ในปัจจุบันถ้าเราสังเกตการทำงานของ Google มันมักจะแสดงผลเป็นวิดีโอจาก YouTube โดยเฉพาะถ้าเป็นการค้นหาที่เกี่ยวกับ How to ต่างๆ



- การทำ SEO ในเว็บไซต์ ถ้ามีการใช้ Video ในเว็บไซต์ด้วยก็จะเป็นผลดีต่ออันดับของเว็บไซต์ เนื่องจากเว็บไซต์ใดที่มีวิดีโอฝอยจะช่วยดึงดูดให้ผู้ชมอยู่ในเว็บไซต์นานยิ่งขึ้น ส่งผลให้อันดับของเว็บไซต์ในผลการค้นหาของ Google ดียิ่งขึ้น



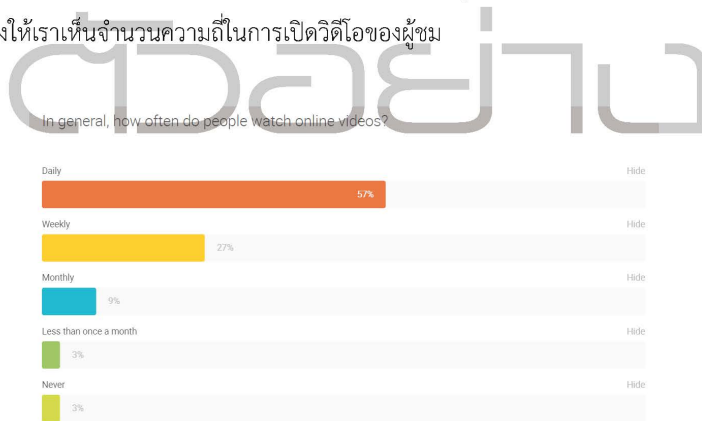
- Twitter เองก็ชอบสื่อในรูปแบบวิดีโอ ถึงขนาดที่เคยพัฒนาระบบวิดีโอที่แสดงใน Twitter ขึ้นมาเลย



จะเห็นว่า Video กลายเป็นที่โปรดปรานของหลาย Platform สำหรับธุรกิจและแบรนด์ต่างๆ ถ้าหากไม่ได้ทำการตลาดผ่านวิดีโอ ในอนาคตคุณกำลังจะเสียเปรียบคู่แข่งแน่นอน เพราะพื้นที่ในการเข้าถึงลูกค้ากำลังปรับตัวและหมุนเข้ามาหาวิดีโอกันมากขึ้นเรื่อยๆ การปรับตัวเพื่อสร้าง Video Content จึงเป็นเรื่องที่นักการตลาดควรให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก

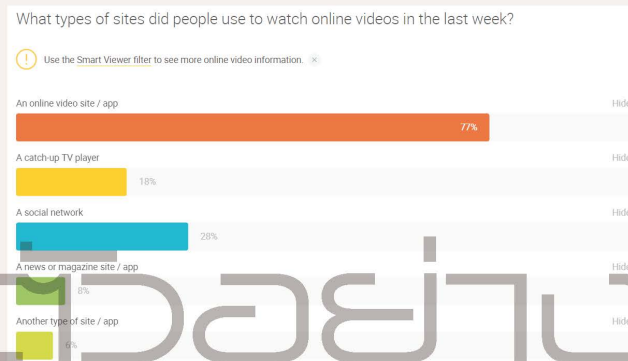
ก่อนที่จะลงลึกเนื้อหาและวิธีการทำการตลาดผ่านวิดีโอที่อยู่ในหนังสือเล่มนี้ ผมอยากจะพาคุณผู้อ่านไปดูสถิติต่างๆ ที่น่าสนใจของการเข้าชมวิดีโอในประเทศไทยที่ถูกเก็บรวบรวมจาก Google และนำข้อมูลมาเปิดเผยให้ผู้ที่สนใจเข้าไปค้นดูได้ผ่านเครื่องมือฟรีที่มีชื่อว่า Customer Barometer เราไปดูกันว่ามีสถิติเกี่ยวกับวิดีโอออนไลน์อะไรบ้างที่น่าสนใจ

จากภาพด้านล่างคือ สถิติที่เก็บรวบรวมโดย Google Customer Barometer ที่แสดงให้เห็นจำนวนความถี่ในการเปิดวิดีโอของผู้ชม



- ผู้ชมที่เปิดวิดีโอออนไลน์ดูทุกวันมากถึง 57%
- 27% สำหรับคนที่ดูวิดีโอออนไลน์ทุกสัปดาห์
- ส่วนคนที่ไม่เคยดูวิดีโอออนไลน์เลยมีเพียงแค่ 3% เท่านั้น

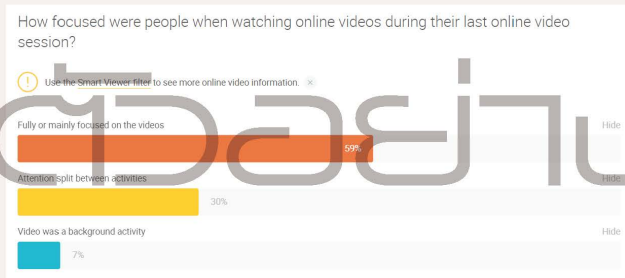
คราวนี้เรามาดูกันว่าจำนวนผู้ชมที่เปิดดูวิดีโอออนไลน์นั้นส่วนใหญ่จะชมวิดีโอออนไลน์จากเว็บไซต์ประเภทไหน จากสถิติที่ Google สืบรวมมาให้เราพบว่า



- ผู้ชมจำนวนมากถึง 77% เข้าชมวิดีโอออนไลน์ผ่านเว็บไซต์แชร์วิดีโอออนไลน์อย่าง YouTube
- มากกว่าการดูวิดีโอออนไลน์ผ่าน Social Network อย่าง Facebook, Twitter, Instagram เกือบ 3 เท่า

ทั้งทางเว็บไซต์ประเภทอื่นๆ จนแทบจะไม่เห็นฝุ่น YouTube จึงเป็นช่องทางที่หลีกเลี่ยงไม่ได้เลยสำหรับนักการตลาด หรือบรรดาสื่อที่ต้องการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายด้วยวิดีโอ

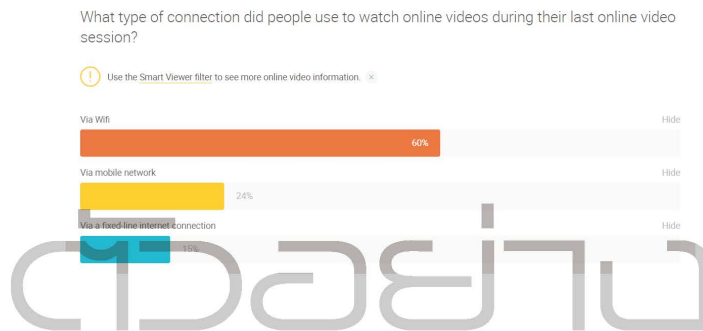
เวลาพูดถึงสื่ออย่างโทรทัศน์ มีประเด็นที่มักจะเป็นข้อถกเถียงกันมาโดยตลอด นั่นคือ พฤติกรรมของผู้ชมโทรทัศน์ที่ไม่ได้ตั้งใจชมจริงๆ ไม่ได้ตั้งใจดูโทรทัศน์ แต่เปิดเอาไว้เป็น Background ไม่ให้เหงาเท่านั้น บางคนเปิดเอาไว้ให้มีเสียงเพื่อให้รู้สึกมีสีสัน แต่จริงๆ แล้ว กำลังไฟก็สอยอยู่กับคอมพิวเตอร์หรือมือถือ หรือแม้แต่เวลากินข้าวก็จะเปิดโทรทัศน์เป็นเสียงประกอบเท่านั้น สิ่งนี้แตกต่างไปจากการดูวิดีโอออนไลน์มาก เพราะจากการสำรวจพบว่า



- มีผู้ชมมากถึง 59% ที่ไฟกัสไปยังวิดีโอออนไลน์แบบเต็มๆ
- มีผู้ชมเพียง 7% เท่านั้นที่เปิดวิดีโอออนไลน์เป็นเพียง Background

ถ้าจะพูดว่าการดูวิดีโอออนไลน์มีความจริงจังมากก็คงไม่ผิดนัก

นอกจากประเภทของเว็บไซต์และระดับความสนใจของผู้ชมในการเปิดดูวิดีโอออนไลน์แล้ว อีกหนึ่งเรื่องที่น่าสนใจไม่แพ้กันก็คือ คำถามที่ว่าผู้ชมจะเปิดวิดีโอเมื่อมีการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตแบบไหน จากข้อมูลพบว่า

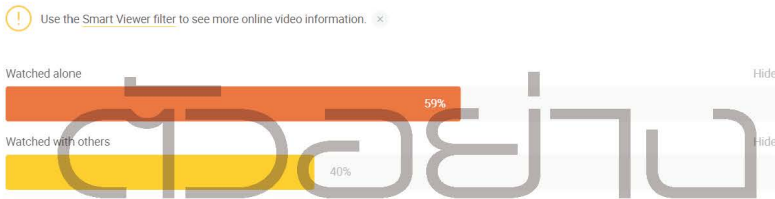


- กว่า 60% ของผู้ชมจะเลือกเปิดดูวิดีโอเมื่ออุปกรณ์ทำการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตผ่าน Wifi
- มีเพียง 24% ของผู้ชมเท่านั้นที่จะดูวิดีโอผ่านการเชื่อมต่อสัญญาณมือถือ (3G/4G)

อาจจะดูเป็นตัวเลขที่ยังน้อย แต่เชื่อว่าการพัฒนาของเทคโนโลยีและการแข่งขันของบริษัทที่ให้บริการเครือข่าย เชื่อว่าในอนาคตการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตผ่านเครือข่าย 3G และ 4G จะยังมีราคาที่ถูกลงและได้แพ็คเกจที่คุ้มค่ามากขึ้น ส่งผลต่อจำนวนผู้ชมวิดีโอผ่านเครือข่าย 3G และ 4G ที่จะมากขึ้นตามไปด้วย

อีกหนึ่งสถิติที่น่าสนใจไม่แพ้กันคือ การสำรวจว่าผู้ชมที่เปิดดูวิดีโอออนไลน์ส่วนใหญ่แล้วจะเปิดดูเมื่ออยู่คนเดียว หรือเปิดดูวิดีโอออนไลน์ร่วมกับคนอื่นๆ สถิตินี้ถือว่าน่าสนใจไม่น้อย เพราะโดยปกติแล้วเรามักจะดูวิดีโอออนไลน์ผ่านคอมพิวเตอร์หรือมือถือ ซึ่งเป็นอุปกรณ์สำหรับดูคนเดียว

Did people watch online videos alone or with others during their last online video session?



- 59% ของผู้ชมจะดูวิดีโอออนไลน์เมื่ออยู่คนเดียว
- อีก 40% ที่ดูวิดีโอร่วมกับคนอื่นๆ

นั่นหมายความว่ายอด View ในแต่ละครั้งอาจจะหมายถึงจำนวนผู้ชมที่มากกว่าแค่ 1 คนก็ได้ ก็เหมือนกับหนังสือพิมพ์ 1 ฉบับก็สามารถที่จะอ่านได้หลายคน ตัววิดีโอออนไลน์ก็สามารถที่จะชมพร้อมกันหลายคนเช่นกัน และนั่นจะยิ่งทำให้วิดีโอที่เราปล่อยออกไป สามารถเข้าถึงผู้ชมปริมาณมากยิ่งขึ้นไปอีก

จากสถิติหลายเรื่องที่ Google ได้ทำการสำรวจดังกล่าว ทำให้เราเห็นถึงค่านิยมในการรับชมวิดีโอผ่านออนไลน์ นำมาซึ่งโอกาสในการใช้วิดีโอออนไลน์เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย เพื่อทำการตลาด และเพื่อโปรโมทแบรนด์สินค้าของเรา แน่นอนว่าเมื่อพูดถึงวิดีโอออนไลน์แล้ว YouTube คือ Platform อันดับหนึ่ง การเอาวิดีโอของเราไปโพสต์อยู่ใน YouTube จึงเป็นพื้นที่สำคัญในการทำการตลาดออนไลน์ในยุคปัจจุบัน เป็นเหมือนทำเลทองอีกหนึ่งแห่งที่จะขาดไปไม่ได้เลยสำหรับทุกๆ ธุรกิจที่อยากจะพาตัวเองเข้าไปอยู่ในโลกออนไลน์

ตัวอย่าง

เชื่อว่าผู้อ่านหลายท่านที่หยิบหนังสือเล่มนี้มาอ่าน ก็น่าจะมีความต้องการอยากทำการตลาดผ่านวิดีโอกันอยู่บ้างแล้ว เพราะถ้าไม่อย่าง คุณก็คงจะไม่สนใจหนังสือเล่มนี้แน่ๆ เพราะฉะนั้นตัวเลขสถิติต่างๆ ดังกล่าวอาจจะไม่ได้ทำให้ผู้อ่านหลายท่านแปลกใจแม้แต่น้อย หลายคนน่าจะเคยเห็นสถิติต่างๆ เหล่านี้มาบ้างแล้ว คำถามคือถ้าเราอยากจะทำการตลาดออนไลน์โดยใช้วิดีโอใน YouTube เป็นช่องทาง เราจะทำอะไรได้มาน้อยแค่ไหน เนื้อหาต่อไปนี้ผู้เขียนจะพาคุณสู่โลกของการตลาดที่ใช้วิดีโอออนไลน์เป็นสื่อ และในตอนท้ายของบทนี้จะหยิบเอาตัวอย่างจริงของธุรกิจที่ใช้วิดีโอทำการตลาดออนไลน์ได้อย่างน่าสนใจมาให้อ่านได้คู่กันด้วย

ใช้วิดีโอทำการตลาดอะไรได้บ้าง

แต่ละธุรกิจ แต่ละแบรนด์ มีวิธีการใช้งานวิดีโอเพื่อทำการตลาดที่แตกต่างกันไป มีทั้งสร้างสรรค์และรูปแบบที่น่าสนใจเป็นจำนวนมาก ผมได้รวบรวมเอารูปแบบต่างๆ ของวิดีโอการตลาดที่น่าสนใจมาเป็นตัวอย่าง ผู้อ่านสามารถใช้เป็นไอเดียในการใช้วิดีโอเพื่อทำการตลาดให้กับแบรนด์และธุรกิจของคุณได้เช่นกัน

- ใช้บอกเล่าเรื่องราวของธุรกิจและสินค้า
- ใช้สำหรับขายสินค้าว่ามันคืออะไร ใช้ทำอะไร มีข้อดีอย่างไร วิดีโอย่อมได้เปรียบตัวหนังสืออยู่แล้ว เหมือนมีพนักงานขายไปอธิบายให้ลูกค้าฟัง แต่ข้อดีคือ วิดีโอสามารถเข้าถึงลูกค้าได้เลย ไม่ต้องรอให้ลูกค้ามาที่สาขา
- ใช้สำหรับ Hard Sale เช่น บอกโปรโมชั่น ส่วนลด เป็นวิธีการแบบดั้งเดิมที่เราเห็นกันในทีวีมาอย่างยาวนานคือ วิดีโอสำหรับขายสินค้า โดยการบอกโปรโมชั่นให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความสนใจ
- ใช้เล่าเบื้องหลังของธุรกิจ
- ใช้สำหรับสอนใช้สินค้าของคุณ
- ใช้สัมภาษณ์ผู้ใช้งานสินค้าของคุณ นิยมมากสำหรับคนที่ทำธุรกิจขายคอร์สเรียน และคอร์สออนไลน์ต่างๆ ด้วยการขอสัมภาษณ์กับคนที่เคยเรียนมาก่อน