



Content Marketing



Branding



Viral

# twitter



SEO

**advertising**  
*#ทวิตแอดให้ปัง*  
*#ดังได้อย่างมืออาชีพ*



Social media



Advertise

ในขณะที่เราต้องเพิ่มเงินค่าโฆษณาบน Social Media อื่นๆ เพราะการแข่งขันสูงมาก แต่สำหรับ Twitter นั้น เป็น Blue ocean ของนักการตลาด จะช่วยคุณประหยัดค่าโฆษณาบนโลกออนไลน์ได้มหาศาล

ศุภณัฐ สุโข



มีเพียง “ความรู้” เท่านั้นที่มนุษย์ใช้พลิก “โลก” และเปลี่ยน “ชีวิต”  
เราจึงสร้างสรรค์ และส่งมอบ “ความรู้” ในรูปแบบที่ดีกว่า  
เพื่อให้คนไทย “เรียนรู้” ได้ตลอดชีวิต

ตัวอย่าง



# Twitter Advertising

ทวิตแอดให้ปัง ดังได้อย่างมืออาชีพ

**ผู้แต่ง :**

ศุภณัฐ สุขโช  
sunlimine@gmail.com

**บรรณาธิการ :**

ชณะ เทศทอง  
chana\_t@idcpremier.com

**GRAPHIC DESIGN :**

ยุทธนา เกิดประดิษฐ์

**PAGE LAYOUT :**

กมลชนก ชัยสาครสมุทร

**PROOFREADER :**

มนฤดี ศรีอุทโยภาส

**PUBLISHING COORDINATORS :**

วรพล ณธิกุล, สุพัตรา อาจปรู, พิพัฒน์ อ้อสลิติย์

**จัดพิมพ์และจัดจำหน่ายโดย**

บริษัท ไอดีซี พรีเมียร์ จำกัด  
200 หมู่ 4 ชั้น 19 ห้อง 1901  
จัสมินอินเตอร์เนชั่นแนลทาวเวอร์  
ถ.แจ้งวัฒนะ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120  
โทรศัพท์ 0-2962-1081 (อัตราโน้ต 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

# ตัวอย่าง

**พิมพ์ครั้งที่ 1** มีนาคม 2563

ข้อมูลทางบรรณานุกรม :

ศุภณัฐ สุขโช

Twitter Advertising

ทวิตแอดให้ปัง ดังได้อย่างมืออาชีพ

นนทบุรี : ไอดีซีฯ, 2563

220 หน้า

1. การตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์

| ชื่อเรื่อง

658.8

ISBN 885-916-100-743-2

2 4 6 8 10 9 7 5 3 1

ราคา 250 บาท

เครื่องหมายการค้าอื่นๆ ที่อ้างถึงเป็นของบริษัทนั้นๆ

สงวนลิขสิทธิ์ตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537  
โดยบริษัท ไอดีซี พรีเมียร์ จำกัด ห้ามลอกเลียนไม่ว่า  
ส่วนใดส่วนหนึ่งของหนังสือเล่มนี้ ไม่ว่าในรูปแบบใดๆ  
นอกจากจะได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรจาก  
ผู้จัดพิมพ์เท่านั้น

บริษัท ไอดีซี พรีเมียร์ จำกัด จัดตั้งขึ้นเพื่อเผยแพร่ความรู้  
ที่มีคุณภาพสู่ผู้อ่านชาวไทย เรายินดีรับงานเขียนของ  
นักวิชาการและนักเขียนทุกท่าน ท่านผู้สนใจกรุณาติดต่อ  
ผ่านทางอีเมลที่ infopress@idcpremier.com หรือทาง  
โทรศัพท์หมายเลข 0-2962-1081 (อัตราโน้ต 10 คู่สาย)  
โทรสาร 0-2962-1084

# บรรณาธิการ

ในบรรดาโซเชียลมีเดียยอดนิยมในบ้านเรา Twitter อยู่ในอันดับ 5 รองจาก Facebook, Youtube, Line และ Instagram ตามสถิติที่ในจำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต 100 คน จะมีคนใช้งาน Facebook 93 คน และจะมีผู้ใช้งาน Twitter 52 คน น้อยกว่ากันเกือบครึ่งเลยทีเดียว มีคำกล่าวว่าเราต้องตกปลาในที่ที่มีปลา แน่นอนว่าถ้าดูเพียงแค่ตัวเลขผู้ใช้งานทุกคนก็มุ่งทุ่มเงินโฆษณาไปยัง Facebook ที่มีผู้ใช้งานมากกว่า

เมื่อทุกคนมุ่งไปยัง Facebook กันเสียหมด การแข่งขันก็สูงขึ้นเป็นธรรมดา ผลที่ตามมาแน่นอนว่าค่าโฆษณาย่อมสูงขึ้นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เทียบได้กับ Red ocean น่านน้ำสีแดงที่มีการแข่งขันกันอย่างดุเดือด ตรงกันข้ามกับ Twitter ที่แม้จะมีผู้ใช้งานน้อยกว่าแต่กลับมีผู้โฆษณาบน Twitter จริงจังเพียงหยิบมือเท่านั้น การแข่งขันน้อยมาก ใช้เงินเพียงเล็กน้อยเท่านั้น กลับได้ผลลัพธ์ที่ดีกว่ามาก เทียบได้กับ Blue ocean น่านน้ำสีน้ำเงิน ที่แม้จะมีปลาน้อยกว่าแต่คนจับปลาก็น้อยกว่ามากเช่นกัน

เข้าประเด็นสำคัญเลยดีกว่า หากคุณเริ่มเหนื่อยที่จะต้องทุ่มเม็ดเงินมากขึ้น และมากขึ้นไปเรื่อยๆ เพื่อให้ได้ผลลัพธ์เท่าเดิมในโซเชียลมีเดียอื่นๆ ลองเจียดเงินแค่บางส่วนมาลงโฆษณาบน Twitter ดู บางที Blue ocean อาจจะเหมาะกับธุรกิจของเราก็ได้ และหนังสือเล่มนี้มีพร้อมทั้งวิธีและเทคนิคต่างๆ ให้คุณอยู่แล้ว

ชนะ เทศทอง

บรรณาธิการ

## คำนำ

เราอยู่ในยุคที่การทำโฆษณาผ่าน Social Media กำลังได้รับความนิยมอย่างมาก เป็นยุคที่ธุรกิจ SMEs รวมถึงพ่อค้าแม่ค้าออนไลน์ทั่วไปสามารถทำโฆษณาไปยังกลุ่มเป้าหมายของตัวเองได้ในราคาที่ประหยัดและสะดวกรวดเร็ว โดยเฉพาะเมื่อเราเทียบกับช่องทางการทำโฆษณาแบบดั้งเดิมในปัจจุบันธุรกิจเล็กๆ มีโอกาสที่จะสร้างตัวตนในโลกธุรกิจได้ง่ายและเร็วกว่าในอดีตมาก

แต่สิ่งหนึ่งที่มาพร้อมกับการเติบโตของการยิงโฆษณาใน Social Media คือมันเต็มไปด้วยการแข่งขันที่สูง โดยเฉพาะการทำโฆษณาในช่องทางหลักอย่าง Facebook, Youtube, Instagram และ Google มีการแข่งขันที่สูงมากจากจำนวนผู้ลงโฆษณาที่แข่งขันกันอยู่ในช่องทางเหล่านี้ นั่นย่อมหมายถึงโอกาสที่โฆษณาของคุณจะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ยากขึ้น เพราะมีธุรกิจของคู่แข่งที่พร้อมจะจับเขี้ยวแย่งพื้นที่โฆษณาไปจากคุณ

สิ่งที่จะเกิดขึ้นตามมาอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ก็คือราคาค่าโฆษณาที่สูงขึ้นตามไปด้วย เพราะอย่างที่เรารู้กันว่าระบบการทำโฆษณาใน Media เหล่านี้เป็นการประมูลที่ต้องแข่งขันกันเพื่อแย่งชิงพื้นที่โฆษณาในฟีดของกลุ่มเป้าหมาย เมื่อมีผู้ลงโฆษณาเยอะนั่นหมายความว่า การประมูลก็จะมีการแข่งขันที่สูงขึ้นตาม จึงไม่แปลกเลยที่ในช่วง 2-3 ปีมานี้จะมีหลายคนมาบ่นให้ผู้เขียนฟังว่า “เดี๋ยวนี้ค่าโฆษณาใน Facebook กับ Google แพงจริงๆ”

การทำโฆษณาใน Twitter จึงเป็นช่องทางหนึ่งที่ผู้เขียนอยากแนะนำเพราะนอกจากจะมีจำนวนผู้ใช้งานที่เยอะมากเป็นอันดับต้นๆ ของ Social Media ในโลกแล้ว ยังมีรูปแบบการทำโฆษณาที่หลากหลาย ทำอะไรได้หลายอย่าง ชนิดที่ว่าหลายฟีเจอร์ที่คุณเคยเห็นใน Media อื่นก็สามารถที่จะทำได้ใน Twitter เกือบทั้งหมด และมีการแข่งขันที่น้อยกว่ามาก Twitter จึงเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่น่าสนใจสำหรับธุรกิจต่างๆ ในประเทศไทยที่อยากจะขยายช่องทางในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และหนังสือเล่มนี้ก็จะบอกคุณว่าต้องทำอะไรครับ

ขอขอบคุณในทุกการสนับสนุน

คุณณัฐ สุโข

---

## CHAPTER

# 01

## ทำไมต้องโฆษณาบน Twitter.... 9

|                                                    |    |
|----------------------------------------------------|----|
| Twitter อีกหนึ่งช่องทางทางการตลาดที่ต้องจับตา..... | 14 |
| จุดเด่นของโฆษณา Twitter ที่หาไม่เจอ                |    |
| จากช่องทางอื่นๆ.....                               | 17 |
| สรุปเหตุผลที่ทำให้โฆษณาใน Twitter น่าสนใจ          |    |
| มากขึ้นเรื่อยๆ.....                                | 18 |
| แบรนด์ต่างๆ ทำการตลาดใน Twitter อย่างไรบ้าง.....   | 20 |
| Twitter การแข่งขันน้อยกว่า Facebook.....           | 24 |
| โฆษณา Twitter เหมาะกับธุรกิจแบบไหน.....            | 26 |
| ผู้ใช้งาน Twitter เป็นกลุ่มไหน.....                | 28 |
| ลูกค้าของคุณอยู่บน Twitter หรือเปล่า.....          | 32 |
| โฆษณา Twitter คิดราคาอย่างไร.....                  | 33 |
| ไม่ต้องปวดหัวเรื่อง Business Account .....         | 34 |

---

## CHAPTER

# 02

## พื้นฐานการทำโฆษณา ใน Twitter ..... 35

|                                                |    |
|------------------------------------------------|----|
| โฆษณาแบบ Native Ad ใน Twitter.....             | 36 |
| Objective ของโฆษณาใน Twitter Ads.....          | 38 |
| รูปแบบของทวีตโฆษณาและสเปค (Creative spec)..... | 42 |

|                                                  |    |
|--------------------------------------------------|----|
| Tweet ด้วยวิธีโอไม่จำเป็นต้องซื้อโฆษณา Objective |    |
| แบบวิธีโอ.....                                   | 50 |
| ตำแหน่งของโฆษณาใน Twitter.....                   | 52 |
| การเจาะกลุ่มเป้าหมายแบบต่างๆ ใน Twitter.....     | 56 |
| รู้จักการประมูลและการคิดค่าโฆษณาใน Twitter.....  | 60 |
| เข้าใจเรื่องคะแนนโฆษณา (Ad Score).....           | 63 |
| การคิดเงินค่าโฆษณาของ Twitter ตาม Objective..... | 66 |

---

## CHAPTER

# 03

## ลงมือสร้าง โฆษณาใน Twitter ..... 67

|                                                             |     |
|-------------------------------------------------------------|-----|
| โครงสร้างแคมเปญ (Campaign Structure).....                   | 68  |
| เริ่มต้นสร้างแคมเปญโฆษณาแรก พร้อมเซตอัพ                     |     |
| Account.....                                                | 71  |
| ทำความเข้าใจ Twitter Ads Manager.....                       | 89  |
| วิธีสร้างโฆษณาเพื่อเพิ่มผู้ติดตาม (Follower).....           | 91  |
| ควรกำหนดราคาประมูลเท่าไรดี.....                             | 95  |
| ควรกำหนดงบประมาณโฆษณาเท่าไรดี.....                          | 97  |
| วิธีสร้างโฆษณาเพื่อเพิ่มคนเข้าเว็บไซต์ (Website click)..... | 100 |
| ขยายโฆษณาด้วย Twitter Audience Platform.....                | 109 |
| วิธีสร้างโฆษณาเพื่อสร้างการรับรู้ (Awareness).....          | 111 |
| วิธีสร้างโฆษณาเพื่อโปรโมท (Video views).....                | 114 |
| วิธีสร้างโฆษณาเพื่อโปรโมท                                   |     |
| (In-Stream Video Views).....                                | 119 |
| แก้ไขแคมเปญโฆษณาที่สร้างไปแล้ว.....                         | 124 |
| กฎ กติกา สิ่งที่ทำห้ามทำถ้าไม่อยากโดนแบน.....               | 126 |

CHAPTER

# 04

## วิเคราะห์ตัวเลขและวัดผล

### โฆษณา .....127

|                                                         |     |
|---------------------------------------------------------|-----|
| การวัดผลช่วยให้เราพัฒนาโฆษณาให้ดียิ่งขึ้น.....          | 128 |
| วิธีการอ่านตารางวัดผลโฆษณา Twitter.....                 | 129 |
| Metrics ต่างๆ ที่ควรรู้เพื่อใช้วัดผลโฆษณา Twitter ..... | 132 |
| ราคาจริงที่ต้องจ่ายหลังจากการประมูล.....                | 138 |
| การเปลี่ยน Time frame ของข้อมูล.....                    | 139 |
| การ Filter ข้อมูลในตาราง.....                           | 140 |
| การ Export ข้อมูลเป็นไฟล์ Excel.....                    | 141 |
| Twitter Analytics อีกหนึ่งตัวช่วยวิเคราะห์.....         | 143 |

CHAPTER

# 05

## เทคนิค Conversion, Tailored Audiences และ

### Retargeting .....145

|                                                    |     |
|----------------------------------------------------|-----|
| ทำความเข้าใจ Conversion ในมุมการตลาด.....          | 146 |
| การทำ Conversion Tracking ใน Twitter.....          | 148 |
| วิธีการติดตั้ง Conversion tracking ในเว็บไซต์..... | 150 |

|                                                        |     |
|--------------------------------------------------------|-----|
| ตรวจสอบการติดตั้ง Conversion tracking.....             | 154 |
| การเพิ่ม Conversion metric ในตาราง.....                | 157 |
| อีกหนึ่งอาวุธเด็ดคือ Conversion Campaign.....          | 161 |
| วิธีการสร้าง Conversion campaign.....                  | 163 |
| ทำความเข้าใจ Tailored Audiences.....                   | 165 |
| การสร้าง Tailored Audiences จากอีเมล และเบอร์โทร ..... | 167 |
| การทำ Tailored Audiences จากคนเข้าชมเว็บไซต์ ....      | 170 |
| ทำความเข้าใจ Retargeting Campaign.....                 | 176 |
| การทำ Retargeting Campaign ใน Twitter Ads.....         | 178 |

CHAPTER

# 06

## เทคนิคในการทำโฆษณาบน

### Twitter .....181

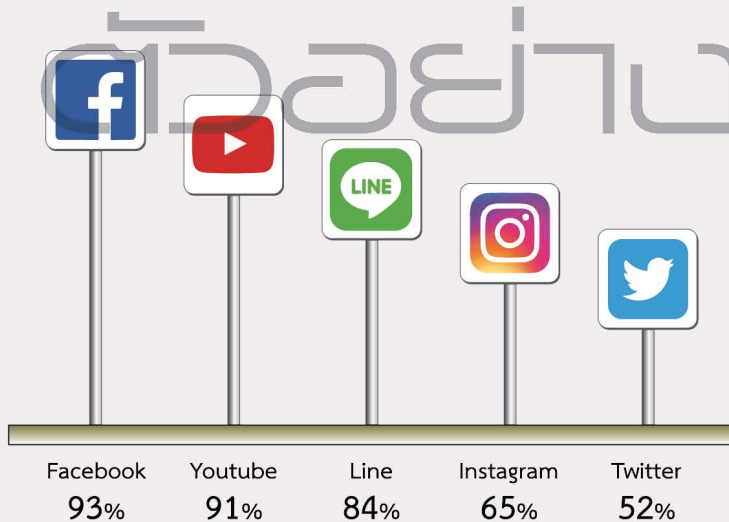
|                                                       |     |
|-------------------------------------------------------|-----|
| Craft โฆษณาขั้นยอดแล้วปลอดภัยมันให้มันทำที่เหลือ..... | 182 |
| ตัวอย่างของโฆษณาที่ดีใน Twitter.....                  | 188 |
| ใช้โฆษณา Twitter เป็นช่องทางในการสร้างการรับรู้.....  | 194 |
| เขียนโฆษณาใน Twitter ต้องสั้น กระชับ และตรงเป้า... .. | 197 |
| ทำการตลาดใน Twitter ต้องเน้นที่ Mobile เป็นหลัก... .. | 201 |
| เทคนิคการปรับแต่งโฆษณาให้สร้างผู้ติดตามเยอะๆ .....    | 205 |
| เทคนิคการปรับแต่งโฆษณาให้สร้างผู้ชมเว็บไซต์เยอะๆ.. .. | 208 |
| เทคนิคการทำโฆษณา Twitter ให้ประหยัด.....              | 210 |
| คำแนะนำในการ Optimize แคมเปญโฆษณา Twitter... ..       | 212 |
| วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายด้วย Audience Insight .....     | 214 |
| วิธีใช้ Twitter Ads Companion.....                    | 217 |
| แหล่งค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมของการทำโฆษณา Twitter... ..  | 219 |



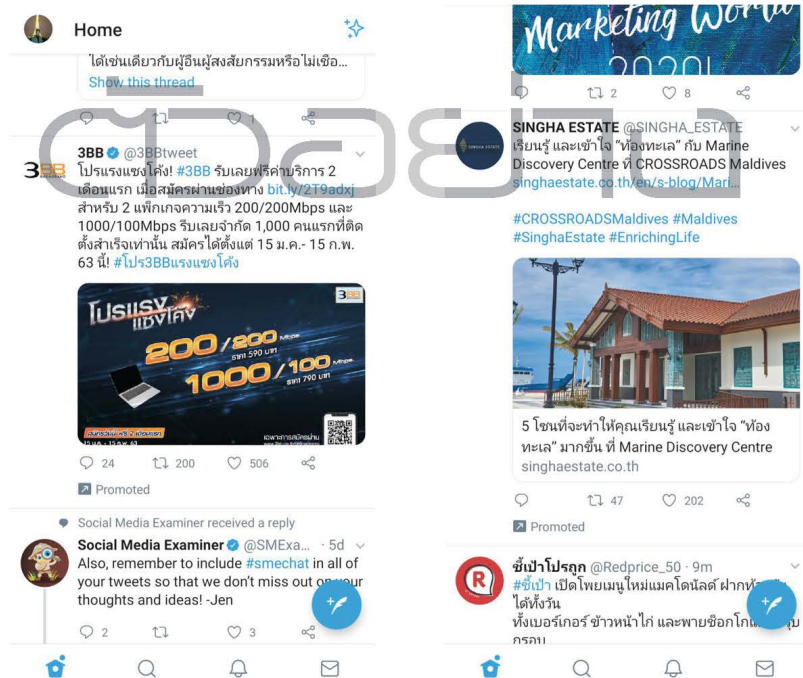
# ทำไมต้อง โฆษณาบน Twitter

จำนวนผู้ใช้งาน Twitter ในประเทศไทยเวลานี้มีอยู่ประมาณ 10 ล้านคน ถ้าเทียบกับ Facebook ที่เป็น Social Media อันดับ 1 ของประเทศไทยที่มีผู้ใช้งานประมาณ 50 ล้านคนแล้วอาจจะรู้สึกว่าจำนวนผู้ใช้ Twitter นั้นน้อยกว่ากันมาก จนทำให้หลายๆ คนมองข้ามการทำการตลาดในสื่อตัวนี้ไป แต่อันที่จริงแล้วจำนวน 10 ล้านคนก็ถือว่าไม่น้อยเลย โดยเฉพาะเมื่อเปรียบเทียบกับเว็บไซต์อื่นๆ ที่นิยมในประเทศไทยแล้ว Twitter ถือเป็นหนึ่งในเว็บไซต์ที่มีจำนวนผู้ใช้งานที่มากพอสำหรับธุรกิจและแบรนด์ต่างๆ ที่จะใช้เป็นช่องทางในการสื่อสารการตลาด ขายสินค้า โปรโมทสินค้า และแนะนำให้กลุ่มเป้าหมายได้รู้จักกับบริการใหม่

ที่จริงแล้ว Twitter มีจำนวนผู้ใช้งานน้อยกว่า Instagram อีกหนึ่ง Social Media ยอดนิยมในประเทศไทยเพียงเล็กน้อยเท่านั้น ในปัจจุบัน Instagram มีจำนวนผู้ใช้งานในประเทศไทยประมาณ 13 ล้านคน เทียบกับ Twitter ที่มีจำนวนผู้ใช้งาน 10 ล้านคน แล้วจะเห็นว่าแตกต่างกันเพียงเล็กน้อยเท่านั้น แต่สิ่งที่แตกต่างกันมากเลยคือความนิยมในการเข้าไปทำโฆษณาใน Twitter นั้นน้อยกว่า Instagram มาก ส่วนหนึ่งต้องบอกว่า Instagram เป็นบริษัทลูกในเครือของ Facebook ทำให้นักการตลาดสามารถที่จะทำโฆษณาจากเครื่องมือตัวเดียวกันได้อย่างสะดวก



หลังจากที่ Twitter เปิดให้นักการตลาดรายย่อยทั่วไปอย่างเราสามารถเข้าไปจ่ายเงินซื้อโฆษณาได้ ทำให้ Social Media ตัวนี้กลายเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่ธุรกิจและแบรนด์ในประเทศไทยเริ่มให้ความสนใจกันมากยิ่งขึ้น จากเดิมที่การสื่อสารผ่านช่องทาง Social Media จะเน้นไปที่ Facebook และ Instagram เป็นหลัก และเทรนด์ในช่วง 1-2 ปีหลังมีดเงินก็เริ่มที่จะกระจายมายัง Twitter มากขึ้น แต่ก็ยังถือว่าน้อยมากถ้าเทียบกับความนิยมในการทำโฆษณาบน Facebook อย่างไรก็ตามคนที่ทำโฆษณาเลย คนที่อยากศึกษา อยากลองทำหลายคนค้นพบว่ามีแหล่งเรียนรู้การทำโฆษณา Twitter น้อยมาก นี่จึงเป็นเหตุผลหนึ่งที่เกิตหนังสือเล่มนี้ขึ้นมา



ตัวอย่างโฆษณา บน Twitter

แต่สิ่งหนึ่งที่คุณต้องเรียนรู้ก่อนที่จะเริ่มบุกเข้ามาทำการตลาดในโลกของ Twitter คือ Social Media ตัวนี้มีความแตกต่างทั้งในแง่ของพฤติกรรมการใช้งาน และกลุ่มผู้ใช้งาน การตลาดเพื่อสื่อสารและโปรโมทใน Twitter จึงไม่สามารถใช้วิธีการเดียวกับ Facebook หรือ Instagram ได้ ภายในโลกของ Twitter คุณไม่สามารถที่จะโพสต์ตัวอักษร (เราเรียกว่าเป็นการ Tweet) ได้เกินกว่า 280 ตัวอักษร และการ Tweet แต่ละครั้งจะนิยมติด Hashtag เพื่อ Mention ไปเชื่อมโยงกับเรื่องต่างๆ ที่กำลังเป็นกระแสอยู่ในสังคมหรือเป็นเรื่องที่ได้รับความนิยมจากชาว Twitter จำนวนมาก

ด้วยความแตกต่างของพฤติกรรมในการใช้งาน เราจึงเริ่มเห็นความครีเอทีฟในการทำโฆษณาใน Twitter ที่แตกต่างไปจากสื่ออื่นๆ นักการตลาดเริ่มต้องปล่อยข้อความการตลาดสั้นๆ แต่โดนใจ หลายครั้งที่จะมีการสร้าง Hashtag ใหม่ๆ แล้วก็ดึงดูดให้คนมาโพสต์โดย Mention มายัง Hashtag ตัวนี้ รวมถึงเริ่มมีการประชาสัมพันธ์จากแบรนด์ต่างๆ ที่ใช้ Twitter เป็น Platform ในการเปิดตัวสินค้า ประชาสัมพันธ์ข่าวประกาศอัปเดตต่างๆ เพราะ Twitter เป็น Platform ที่สามารถแพร่กระจายได้อย่างรวดเร็ว



ตัวอย่างการใช้ Hashtag

อีกหนึ่งเรื่องที่ทำให้ Twitter แตกต่างจาก Social Media ตัวอื่นอย่างมาก คือ พฤติกรรมการเล่น Twitter ที่ผู้ใช้งานจะไม่ได้มีความนิยม Tweet อะไรที่เป็นด้านดีของตัวเอง ไม่ได้ลงรูปภาพสวยหล่อ ไม่ได้แชร์แต่ประสบการณ์ในด้านดีของตัวเองเหมือนกับเวลาที่เราเล่น Facebook แต่สำหรับการเล่น Twitter นั้นจะมีมุมที่โพสต์ต่ออะไรที่เป็นความจริงมากกว่า กลับเป็นเรื่องที่เป็นด้านลบมากกว่า และมันก็แพร่กระจายได้เร็วกว่า

ถ้าผู้ใช้งานสักคนจะบ่นสินค้านักค้าตัวที่เขาใช้งานแล้วได้รับประสบการณ์ที่ไม่ได้ การบนใน Twitter จึงเป็นการพูดถึงสินค้าในมุมจริงๆ มากกว่า ไม่ชอบคือไม่ชอบ ไม่มีการรักษากฎลักษณะเหมือนเวลาโพสต์ใน Instagram และที่สำคัญคือสังคม Twitter เป็นสังคมที่เชื่อมต่อกับผู้อื่นได้มากกว่า มีโอกาสที่จะสนทนากับคนที่ไม่รู้จักได้ง่ายกว่า และผู้ใช้งานแชร์เรื่องความเป็นส่วนตัวน้อยกว่าใน Facebook ที่อยากจะเล่นกับเพื่อนเท่านั้น จึงเป็นธรรมชาติที่ทำให้หลายคนเริ่มที่จะติดใจ Twitter กันมากยิ่งขึ้น



# Twitter อีกหนึ่งช่องทาง การตลาดที่ต้องจับตา

ในฝั่งของธุรกิจและนักการตลาดต้องบอกว่า Twitter เป็นพื้นที่ที่ยังมีโอกาสให้เราเข้าไปทำอะไรได้อีกมาก และเป็นสื่อตัวหนึ่งที่นักการตลาดต้องเริ่มต้นให้ความสนใจกันได้แล้ว ประเด็นแรกคือความนิยมในการใช้งาน Twitter ที่จะเพิ่มสูงมากขึ้น และมีแนวโน้มที่จะ Active มากยิ่งขึ้น ผู้ใช้งาน Twitter หลายคนเปิดใช้งานวันละหลายครั้ง ทำให้เป็นโอกาสของนักการตลาดที่จะใช้ช่องทางนี้ในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ด้วยการทำโฆษณาเข้าไปสื่อสารกับคนกว่า 10 ล้านคน

ผู้ใช้งาน Twitter ส่วนใหญ่จะเป็นคนที่นิยมเข้ามาติดตามข่าว รวมถึงเข้ามาพูดคุยกันเกี่ยวกับละครและซีรีส์ที่ตัวเองเพิ่งดูจบไป เราจะเห็นว่าเวลามีข่าวด่วนหรือประเด็นสำคัญอะไรที่กำลังเป็น Talk of the town มักจะถูกจุดติดเป็นประเด็นใน Twitter ได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งจุดนี้ Twitter เหมาะกว่า Facebook มาก เพราะถูกสร้างขึ้นมาเพื่อการนี้โดยเฉพาะอยู่แล้ว ต่างจาก Facebook ที่เป็น Social Media ที่มีความเป็นส่วนตัวและใช้พูดคุยกับเพื่อนมากกว่า ผู้เขียนอยากตั้งข้อสังเกตอย่างนี้ แต่ไหนแต่ไรตั้งแต่ยุคสมัยโทรทัศน์กับวิทยุ ถ้าสื่อไหนมีข่าวมีละครให้เสพ สื่อนั้นมักจะมีย่านการตลาดเข้ามาทำโฆษณา ทั้ง 3 สิ่งนี้มักจะอยู่คู่กันอยู่เสมอ และใน Twitter ที่มีข่าวให้เสพทุกวัน มีคอมมูนิตี้ของคนดูละครแทบจะทุกสัญชาติ จะไม่ใช่เรื่องแปลกถ้าจะมีโฆษณาเข้าไปร่วมอยู่ด้วย


  
 Home
   
 Explore
   
 Notifications
   
 Messages
   
 Bookmarks
   
 Lists
   
 Profile
   
 More
   
  
 Tweet

## Home



Voice TV @VoiceTVOfficial · 59m

สำนักอุดมัยมหาวิทยาลัยออสเตรเลียนตั้งแตกลางสปีดาหน้า (18 ธ.ค.) ออสเตรเลียนมีคลื่นความร้อนหลายพื้นที่ที่ คาดอุณหภูมิสูงสุดมีโอกาสทุบสถิติปี 2503 ที่เคยแตะระดับ 50.7 องศาเซลเซียส

[voicetv.co.th/read/68NgvO6Ca](http://voicetv.co.th/read/68NgvO6Ca)  
#VoiceOnline #คลื่นความร้อน



ออสเตรเลียนเตรียมรับมือ 'คลื่นความร้อน' คาดอุณหภูมิอาจสูงทะลุ 50.7 องศา สำนักอุดมัยมหาวิทยาลัยออสเตรเลียนเผยตั้งแตกลางสปีดาหน้า (18 ธ.ค.) ออสเตรเลียนจะมีคลื่นความร้อนหลายพื้นที่ที่ คาดอุณหภูมิสูงสุดมีโอกาสทำลายสถิติปี 2503 ที่...  
👤 voicetv.co.th



13



14



🔍 #รักจุดใจนายฉุกเฉิน



Home



Explore



Notifications



Messages



Bookmarks



Lists



Profile



More

Tweet

Top

Latest

People

Photos

Videos



supreeya @supreeya03544253 · Dec 11

ดูคอนนอนอีกรอบ ชื่นนี้บ้องสายเล่นดีมาก โดยเฉพาะตอนนำดาหยดลงเมฆังคือดีมาก ทำให้อร่อยไปตามเลย เข้าใจอารมณ์ความรู้สึกตัวละครตอนนั้นมาก 🍷🍷🍷🍷

#รักจุดใจนายฉุกเฉิน

#skywongravee

#ก่อนเมฆของสกาย



0:21

408 views



4



33



22



Show this thread

ปัจจัยข้อที่ 2 ที่ทำให้ Twitter น่าสนใจสำหรับนักการตลาดก็คือ “การหลีกเลี่ยงการแข่งขันใน Facebook, Google และ Instagram” ที่ธุรกิจและแบรนด์ต่างๆ กำลังแข่งขันกันอย่างดุเดือด ทุกวันนี้ค่าโฆษณาใน Facebook กับ Google มีราคาที่สูงกว่า 4-5 ปีที่แล้วอย่างมาก และมีแนวโน้มที่จะสูงมากขึ้นไปอีก Twitter จึงเป็นช่องทางหนึ่งที่น่าสนใจสำหรับนักการตลาด และคนที่ทำงานในเอเจนซีโฆษณาที่จะมองหาช่องทางใหม่ๆ ในการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย ได้ด้วยการแข่งขันที่น้อยกว่า ไม่ได้หมายความว่า Facebook, Google, Instagram, Youtube แพงจนไม่คุ้มค่า อันที่จริงแล้วทั้ง Social Media ยอดนิยมเหล่านี้ยังคงให้ผลลัพธ์ที่ดีเหมือนเดิมแม้จะมีราคาที่สูงขึ้น แต่มันจะดีกว่ามากถ้าเราเริ่มมองหาช่องทางใหม่ในการสื่อสารที่มากกว่าเดิมเอาไว้ด้วย

ปัจจัยที่ทำให้ Twitter น่าสนใจอีกเรื่องก็คือความสามารถของโฆษณา Twitter ทำได้เกือบทุกอย่างที่โฆษณาใน Platform อื่นๆ ทำได้ ถึงแม้จะเป็นน้องเล็กในวงการ Social Media แต่ Twitter ก็มีทั้ง Format และ Features ที่ไม่ได้มีน้อยหน้าไปกว่าโซเชียลมีเดียอื่นแต่อย่างใด ถ้าคุณอยากจะทำโฆษณาโปรโมทวิดีโอแบบ Youtube คุณก็สามารถทำได้บน Twitter ถ้าคุณอยากทำโฆษณาสร้างการมีส่วนร่วมจากกลุ่มเป้าหมายเหมือนกับการ Boost Post ใน Facebook คุณก็สามารถทำได้ที่ Twitter ถ้าคุณอยากทำโฆษณาโปรโมทเว็บไซต์เหมือน Google Ads คุณก็สามารถทำได้ที่ Twitter ถ้าคุณอยากจะทำโปรโมทให้โหลดแอปพลิเคชันมือถือ ถ้าคุณอยากจะทำออฟโหลด Customer Data อย่างเบร็ทและอีเมลทั้งหมดนี้ Twitter สามารถทำได้ และมีอีกหลายอย่างที่ Twitter สามารถทำได้มากกว่าโซเชียลตัวอื่นด้วยซ้ำ

# จุดเด่นของโฆษณา Twitter ที่หาไม่เจอจากช่องทางอื่นๆ

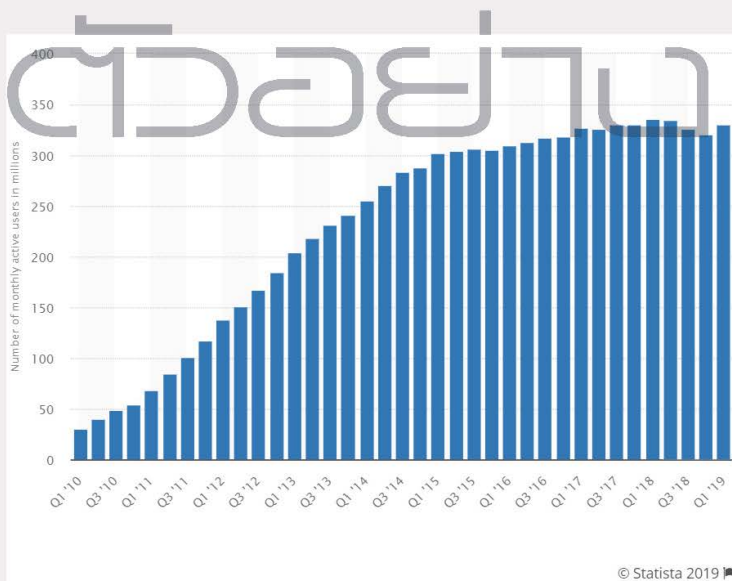
คราวนี้เรามาดูจุดเด่นที่ทำให้โฆษณา Twitter มีความแตกต่างไปจากโฆษณาในสื่ออื่นกันบ้าง จุดเด่นแรกของโฆษณา Twitter ที่อยากจะแนะนำก็คือ ระบบการประมูลที่ผู้ลงโฆษณาจะจ่ายเงินเฉพาะเมื่อได้ผลลัพธ์ที่เป็นจุดประสงค์ของแคมเปญโฆษณาเท่านั้น ตัวอย่างเช่น ถ้าคุณทำโฆษณาแบบ Website click หรือการโปรโมทให้คนคลิกโฆษณาจาก Twitter ไปยังเว็บไซต์ คุณจะเสียเงินเฉพาะเมื่อมีคนคลิกที่โฆษณานั้น ถ้าคนไม่ได้คลิกที่โฆษณาคุณก็จะได้ไม่เสียเงิน แม้ว่าโฆษณาจะแสดงหลายครั้งก็ตาม การแสดงผลเหล่านั้นถือเป็นการแสดงผลที่ได้รับไปแบบฟรีๆ

จุดเด่นต่อมาคือการต่อยอดพีแอร์โฆษณาดีๆ ที่มาจาก Social Media ตัวอื่นๆ Twitter ได้เอาพีแอร์เด็ดๆ ของแต่ละ Platform มารวมร่างกันจนกลายเป็นพีแอร์เจ๋งๆ อันใหม่ที่น่าสนใจกว่า ตัวอย่างเช่น ถ้าคุณทำโฆษณาใน Facebook คุณจะไม่สามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมายด้วย Keyword ได้เหมือนกับโฆษณาใน Google สิ่งที่คุณจะทำได้มากที่สุดคือ Target ไปยังกลุ่มเป้าหมายที่มีความสนใจในเรื่องต่างๆ เช่น คนชอบดูหนัง แต่ใน Twitter คุณสามารถ target ไปยังคนที่ Tweet เกี่ยวกับหนังแต่ละเรื่องได้ เช่น ถ้าผู้เขียนอยากทำโฆษณาไปหาคนที่ชอบดูหนังไทย สามารถกำหนด Keyword เป็น “อ้อเจ้า” ได้ในเรื่องของการทำ Targeting ซึ่งจะกลับมาเล่าเรื่องนี้ให้ฟังอีกทีแบบละเอียดๆ



# สรุปเหตุผลที่ทำให้โฆษณาใน Twitter น่าสนใจมากขึ้นเรื่อยๆ

- 1 จำนวนผู้ใช้งาน Twitter มีแนวโน้มที่จะเพิ่มสูงมากยิ่งขึ้นในอนาคต ในปัจจุบันทั่วโลก มีจำนวนผู้ใช้งาน Twitter อยู่ประมาณ 330 ล้านคน ส่วนประเทศไทยมีจำนวนอยู่ที่ 10 ล้านคน ถึงแม้จะไม่ได้เยอะมากเท่ากับ Social Media ยักษ์ใหญ่อื่นๆ แต่ในมุมมองของการใช้ทำการตลาดเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายก็ต้องบอกว่าจำนวนไม่น้อยเลยทีเดียว



- 2 ราคาค่าโฆษณาใน Facebook, Google, Instagram, Youtube มีแนวโน้มที่จะเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ ตอนนี้ไม่ว่าจะไปถามเอเจนซีโฆษณาเจ้าไหนก็มักจะได้ยินเสียงบ่นเหมือนกันว่า ราคาค่าโฆษณาในสื่อดิจิทัลหลายตัวมีราคาที่เพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ สาเหตุหนึ่งก็เป็นเพราะว่ามีกรโยกเงินค่าโฆษณาจากสื่อออฟไลน์มายังโฆษณาออนไลน์มากยิ่งขึ้น และเงินจำนวนมากจากทั้งธุรกิจขนาดใหญ่และธุรกิจ SME ถูกใช้ไปกับโฆษณาในสื่ออย่าง Facebook และ Google เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายทำให้เกิดการประมูลที่มีราคาโฆษณาส่งขึ้นเรื่อยๆ
- 3 Twitter เป็น Platform ที่มีคนใช้งานทั่วโลก คุณสามารถใช้โฆษณา Twitter ในการบุกตลาดต่างประเทศได้ โดยเฉพาะตลาดในประเทศที่พัฒนาแล้ว (มีกำลังซื้อสูง) หลายประเทศที่นิยมใช้งาน Twitter กันเป็นจำนวนมาก และด้วยความที่เป็น Platform ระดับโลกทำให้มีบริษัทพัฒนาซอฟต์แวร์เพื่อมาทำงานประสานกับ Twitter เป็นจำนวนมาก ตัวอย่างเช่น ถ้าคุณทำการเก็บข้อมูลลูกค้าเอาไว้ในซอฟต์แวร์ CRM คุณสามารถโอนข้อมูลเหล่านั้นเข้ามายัง Twitter ได้อย่างสะดวกเพราะมี CRM หลายตัวที่สามารถทำงานร่วมกับ Twitter ได้นอกจากนี้ยังมีอีกหลายซอฟต์แวร์ที่สร้างขึ้นมาเพื่อช่วยให้คุณใช้งาน Twitter ได้สะดวกมากยิ่งขึ้นและจะมีเพิ่มขึ้น

# แบรนด์ต่างๆ ทำการตลาดใน Twitter อย่างไรบ้าง

คราวนี้เราไปดูกันว่าแบรนด์ต่างๆ เข้ามาใช้ Twitter เพื่อทำการตลาดอย่างไรกันบ้าง เพื่อเป็นไอเดียให้กับผู้อ่านหลายคนที่อาจจะยังนึกไม่ออก รวมถึงผู้อ่านที่อาจจะไม่ได้เล่น Twitter เป็นประจำได้เห็นว่าภายใต้ Platform ของนกสีฟ้านี้มีการทำการตลาดกันอย่างไรบ้าง

เริ่มต้นที่แบรนด์ไก่ทอดชื่อดังอย่าง KFC ที่มีการซื้อโฆษณาใน Twitter เพื่อกระตุ้นกลุ่มเป้าหมายด้วยภาพไก่ทอดชวนหิว หรือบางครั้งก็เป็นเมนูใหม่ที่เห็นแล้วช่างยั่วชวนใจเหลือเกิน ถ้าถามว่าโฆษณาตัวนี้ใช้ได้ผลแค่ไหน ผมเองเป็นคนหนึ่งที่มักจะเห็นโฆษณาจาก KFC ตอนกำลังหิวๆ แล้วสุดท้ายก็ห้ามใจไม่ไหว มุ่งหน้าไปใช้บริการอย่างรวดเร็ว



ในยุคที่ต้องบอกว่า “วิดีโอครองเมือง” นักการตลาดจำนวนมากเลือกใช้วิดีโอเป็น Format ในการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายแน่นอนว่าใน Twitter ก็เป็นอีกหนึ่ง Platform ที่แบรนด์ต่างๆ นิยมเข้ามาโปรโมทโดยใช้ Twitter เช่นเดียวกัน แบรนด์ Smooth E ก็ใช้ช่องทางนี้ในการเจาะกลุ่มเป้าหมายที่เป็นวัยรุ่น



เมื่อพูดถึงการตลาดใน Social Media วิธีการหนึ่งที่ค่อนข้างได้รับความนิยมก็คือการทำ Awareness เพื่อสร้างการรับรู้ไปยังกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายรู้จัก รับรู้ถึงสินค้าและบริการ ซึ่งจะทำให้มีโอกาสด้านแบรนด์จะขายสินค้าและบริการได้มากยิ่งขึ้น เหมือนเช่นที่ BEC-Tero ได้ทำโฆษณาใน Twitter เพื่อโปรโมทคอนเสิร์ตของนักร้องดัง



ธนาคารกรุงศรีก็เข้ามาเลือกใช้ Twitter เป็นอีกช่องทางหนึ่งในการสื่อสาร ที่น่าสนใจคือ Message ที่สื่อสารออกไปเป็นการแนะนำสิทธิพิเศษที่ดูเข้าใจง่าย ๆ อ่านสบาย ๆ ไม่ได้เป็นการขายประกันหรือบริการทางการเงินที่ซับซ้อน ซึ่งแน่นอนว่าย่อมเป็นที่ถูกใจชาว Twitter ได้มากกว่า และเป็นแนวทางที่ดีที่คุณผู้อ่านสามารถดูเป็นตัวอย่างได้



# Twitter การแข่งขันน้อยกว่า Facebook

ประเด็นเรื่องการแข่งขันใน Facebook เป็นอีกหนึ่งเรื่องที่หลายคนพูดถึง เพราะถ้าพูดกันตรงๆ ในยุคปัจจุบันเป็นยุคที่ธุรกิจขนาดเล็ก บริษัท SME สามารถที่จะทำโฆษณาสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายได้มากกว่าในยุคก่อน แม้ว่าจะไม่ได้มีงบประมาณสูงมาก แต่ก็ยังอิงโฆษณาไปยังลูกค้าได้จำนวนมาก ร้านอาหารเล็กๆ ที่ตั้งอยู่ในซอยเล็กๆ ก็สามารถโปรโมททางออนไลน์จนคนพากันไปกินจนแน่นร้านมาหลายร้านแล้ว เป็นช่วงเวลาที่ธุรกิจขนาดเล็กมีโอกาสรสร้างตัวตนได้มากกว่าช่วงเวลาใดๆ ในอดีต

แต่แน่นอนว่ามันย่อมมาพร้อมกับการแข่งขันที่สูงขึ้นเป็นธรรมดา เพราะใครก็พากันเข้าไปทำโฆษณาใน Facebook ทำให้เกิดการแข่งขันที่สูงมาก ราคาประมูลเพื่อที่จะแสดงโฆษณาของตัวเองไปยังกลุ่มเป้าหมายก็เพิ่มมากยิ่งขึ้น ถึงแม้ว่าจำนวนผู้ใช้งาน Facebook จะมีเยอะมาก แต่แน่นอนว่าแบรนด์ที่เข้าไปทำโฆษณาก็มีเยอะเช่นเดียวกัน ไล่ตั้งแต่แบรนด์ยักษ์ใหญ่ระดับโลกไปจนถึงแบรนด์เล็กของธุรกิจ SME ระดับท้องถิ่นที่พร้อมใจกันเข้าไปใช้โฆษณา Facebook เป็นช่องทางในการโปรโมท สิ่งที่เกิดขึ้นตามมาคือ ราคาประมูลที่ถูกผลักดันให้สูงขึ้นมาก

LINE TODAY

Top ดูดวง ทั่วไป ลอตเตอรี่ บันเทิง กีฬา ไลฟ์สไตล์ More ▾

## เตรียมตัวให้พร้อม! ค่าโฆษณา Facebook แพงขึ้นแน่ๆ อาจสูงถึง 79% ใน 1 ปี สวนทางการใช้งานสั้นลง ?

Positioningmag

เผยแพร่ 29 มกราคม 2561 เวลา 6.15 น.

แก้ไข 28 มกราคม 2561 เวลา 19.19 น.

4

0

