



# Marketing

— ครอบคลุมเรื่องการตลาดทั้ง —  
**LINE Official Account** และ **LINE Ads Platform**

ขับเคลื่อนธุรกิจด้วย LINE Official Account (LINE OA) และยังโฆษณาด้วย LINE Ads Platform  
ได้ด้วยตนเอง ทำง่าย ยอดขายปัง แบนด์ดัง ลูกค้าประทับใจ จากเนื้อหาที่คัดสรรด้วย  
ประสบการณ์ของมืออาชีพ

ศุภณัฐ สุขโช

# LINE Marketing

ครบเครื่องทุกเรื่องการตลาดทั้ง LINE Official Account และ LINE Ads Platform

## AUTHOR :

ศุภณัฐ สุขโช  
sunelimine@gmail.com

## EDITORIAL :

ชนะ เทศทอง  
chana\_t@idcpremier.com

## GRAPHIC DESIGNER :

ชวรินทร์ รัตนะ

## PAGE LAYOUT :

สิริลักษณ์ วาระเลิศ

## PROOFREADER :

สุนทรี บรรลือศักดิ์

## PUBLISHING COORDINATORS :

วรพล ณิชกุล, สุพิศตรา อางปรุ, วิชรพงศ์ ยงปัญญาสกุล



## ข้อมูลทางบรรณานุกรม :

ศุภณัฐ สุขโช  
LINE Marketing ครบเครื่องทุกเรื่องการตลาด  
ทั้ง LINE Official Account และ LINE Ads Platform  
นนทบุรี : ไอดีซี, 2565  
336 หน้า

1. การตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์  
I ชื่อเรื่อง  
658.8

ISBN 885-916-100-961-0

พิมพ์ครั้งที่ 1 กุมภาพันธ์ 2565

ราคา 365 บาท



## จัดพิมพ์และจัดจำหน่ายโดย

บริษัท ไอดีซี 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 โดย  
บริษัท ไอดีซี พรีเมียร์ จำกัด ห้ามลอกเลียนไม่ว่าส่วนใด  
ส่วนหนึ่งของหนังสือเล่มนี้ ไม่ว่าในรูปแบบใดๆ นอกจากนี้  
จะได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรจากผู้จัดพิมพ์เท่านั้น

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

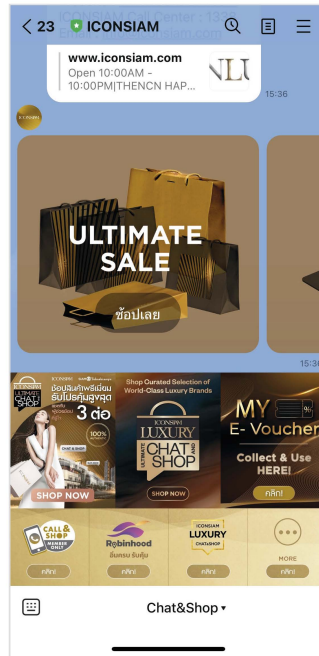
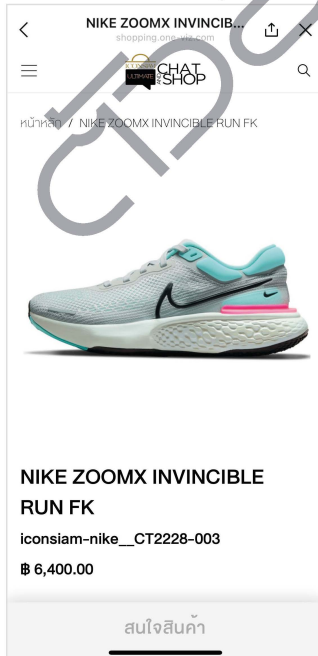
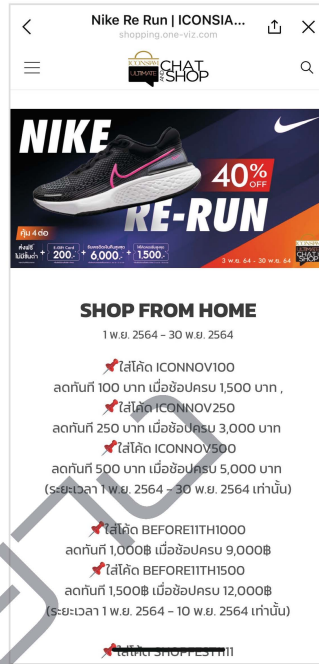
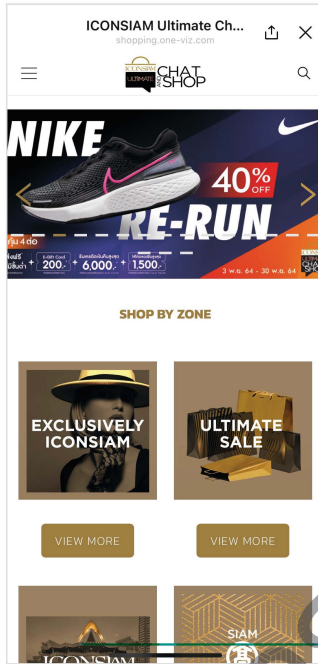
หลายคนใช้ LINE ในการติดต่อสื่อสารกับครอบครัวและเพื่อนๆ และยังมีอีกหลายๆ คนที่ใช้ LINE เพื่อพูดคุยเรื่องงานกับคนที่ทำงาน นอกจากนี้ LINE ยังมี Platform อื่นๆ ในเครือ เช่น LINE TODAY สำหรับอ่านข่าว, LINE TV สำหรับดูภาพยนตร์และซีรีส์, Rabbit LINE Pay สำหรับชำระค่าบริการต่างๆ เรียกได้ว่า LINE เข้ามาอยู่ในชีวิตประจำวันของเราแทบทุกจังหวะของชีวิตเลย ยังไม่รวม LINE MAN ที่ร่วมกับ Wongnai ใช้สำหรับเพิ่มความสะดวกในการสั่งอาหาร รับประทานอาหาร และผู้เขียนเชื่อว่า LINE จะพยายามเพิ่มเติมฟีเจอร์อื่นในอนาคตตาม Concept การเป็น Super Apps อย่างแน่นอน

คราวนี้เรามาดูในมุมมองของธุรกิจกันบ้าง เพราะในช่วง 4-5 ปีที่ผ่านมา ต้องบอกว่าหลายๆ บริษัทใช้ LINE เป็นช่องทางการขาย การซื้อขายผ่านช่องทางออนไลน์ หรือที่เรียกว่า E-commerce เติบโตเป็นอย่างมาก และมันยิ่งบูมระเบิดเมื่อโรคระบาด Covid-19 เข้ามาเร่งกระบวนการจากการปิดเมืองและเว้นระยะห่างทางสังคม บีบให้ลูกค้าต้องสั่งซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์มากยิ่งขึ้น

นอกจากการขายสินค้าผ่านเว็บไซต์แล้ว เราจะเห็นบริษัทขนาดใหญ่หลายแห่งเริ่มให้ลูกค้าสั่งซื้อสินค้าผ่านการแชทโดยใช้ LINE เป็น Platform ในการอำนวยความสะดวกให้ลูกค้า ถ้ามองในมุมมองของ SME และพ่อค้าแม่ค้าออนไลน์ทั่วไป ต้องบอกว่าวิธีการนี้เป็นสิ่งที่ทำกันมานานแล้ว แต่การที่บริษัทขนาดใหญ่หลายแห่งเริ่มใช้ LINE เป็นช่องทางในการ Chat for shopping นั้นแสดงให้เห็นถึงเทรนด์ใหญ่ที่จะมาทางนี้อย่างแน่นอน



บริการ Chat & Shop ของ  
ห้างสรรพสินค้าไอคอนสยาม  
ที่เราสามารถ All LINE OA  
เพื่อสั่งซื้อสินค้าในไอคอนสยาม  
ผ่านการแชทได้เลย

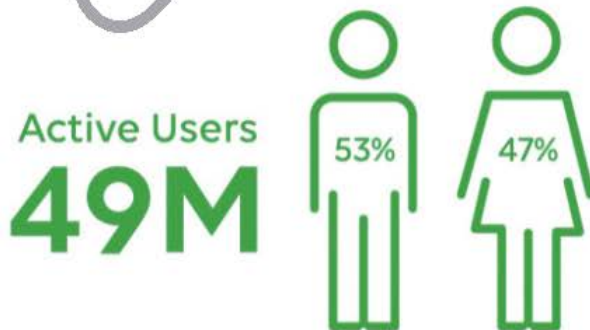


# Platform ที่มีผู้ใช้งานมากกว่า 49 ล้านคน

จากสถิติที่โชว์อยู่บนเว็บไซต์ของ LINE ประเทศไทยระบุว่า LINE มีผู้ใช้งานในประเทศไทยมากกว่า 49 ล้านคน จำนวน 49 ล้านคนนี้คิดเป็นสัดส่วนที่มากกว่าครึ่งหนึ่งของประชากรไทย ดังนั้น คงไม่ผิดนักถ้าจะบอกว่า LINE เป็น Platform สำคัญที่ทุกธุรกิจต้องเข้ามาใช้งานในทางใดทางหนึ่ง เพราะกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของเราต้องอยู่ใน Platform นี้อย่างแน่นอน

แต่หลายคนอาจจะยังเกิดความสงสัยว่าแอปแชทอย่าง LINE ที่ใช้พูดคุยกับเพื่อนอยู่ทุกวันนี้ เราจะสามารถนำไปใช้ในเชิงธุรกิจเพื่อเสริมอาวุธทางการตลาดได้อย่างไร ผู้เขียนอยากบอกไว้ตรงนี้เลยว่า “มีอะไรให้ทำใน LINE เพื่อต่อยอดธุรกิจของเราได้เยอะมาก” และจะมาเผยทั้งหมดในหนังสือเล่มนี้

นอกจากการทำตลาดออนไลน์ผ่าน Platform ระดับโลกอย่าง Facebook, Google, Instagram, YouTube ที่หลายธุรกิจใช้เป็นช่องทางหลักในการทำตลาดแล้ว LINE ยังเป็นอีกหนึ่ง Platform ที่กลายเป็นช่องทางที่เราไม่สามารถมองข้ามได้อีกต่อไป บางคนอาจจะแย้งว่า “ธุรกิจของฉันไม่ได้มีอะไรที่ต้องไปแชทกับลูกค้านะ แล้วฉันจะใช้ LINE ทำการตลาดได้อย่างไร” หรือบางคนอาจจะเป็นธุรกิจที่ไม่เคยต้องแชทคุยกับลูกค้ามาก่อนอาจจะเกิดความสงสัยว่า “แล้วฉันจะใช้ LINE กับธุรกิจของฉันไปทำไม” ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา ผู้เขียนเจอนักการตลาดและคนทำธุรกิจมาเยอะมาก ที่ยังมองว่า LINE เป็นเพียงช่องทางเสริม เป็นสิ่งที่ “ควรมี” แทนที่จะ “ต้องมี” เพราะส่วนใหญ่มักคิดว่า LINE เป็นเพียงแค่แอปแชทเท่านั้น



แต่จริงๆ แล้ว LINE ยังมีฟีเจอร์อื่นอีกมากมายที่ช่วยเสริมพลังการตลาดให้กับธุรกิจได้ ยิ่งโดยเฉพาะหลังการอัปเดตใหญ่ในช่วงที่ผ่านมา ทำให้มันเป็นมากกว่าแค่ Chat Platform สำหรับทำ CRM แต่เพียงอย่างเดียวเท่านั้น จริงอยู่ที่ว่าธุรกิจของเราอาจจะไม่มีเหตุผลอะไรให้ต้องพูดคุยกับลูกค้าผ่านการแชท แต่เราก็คงควรที่จะใช้ LINE เพื่อต่อยอดธุรกิจในด้านใดทางหนึ่งอยู่ดี ในหนังสือเล่มนี้จะทำให้ได้เห็นว่ายังมีเครื่องมือทางการตลาดอีกหลายอย่างที่ LINE เตรียมเอาไว้ให้พวกเราได้ใช้เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีกับกลุ่มเป้าหมายของเรากัน

ผู้เขียนชอบประโยคการตลาดประโยคหนึ่งที่เป็น Concept ทางการตลาดสุดคลาสสิกที่มันฝังค้างอยู่ในหัวของผู้เขียนมาตลอด 10 กว่าปี นั่นคือ ประโยคที่บอกว่า “จงตกปลาในที่ที่มีปลาอยู่” คำว่า ปลา เปรียบเปรยได้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ผู้เขียนอาจจะไม่รู้ว่าคุณอ่านแต่ละท่านทำธุรกิจจะอะไรกันบ้าง แต่สิ่งหนึ่งที่มันใจคือ กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของเราจะแทรกอยู่ใน 49 ล้านคนที่ใช้งาน LINE อยู่บ้างอย่างแน่นอน เมื่อกลุ่มเป้าหมายของเราอยู่ในนี้แล้ว เราก็ต้องทำตัวเป็นนักการตลาดที่ฉลาดด้วยการใช้จ่ายงบการตลาดของเราในที่ที่มีปลา ดีกว่าเอาทรัพยากรทางธุรกิจของเราไปเสี่ยงกับบ่อปลาที่เราเองก็ไม่มั่นใจว่าจะมีปลาแบบที่เราต้องการอยู่หรือไม่

ก่อนที่จะไปพูดถึงการใช้เครื่องมือต่างๆ ของ LINE เพื่อไปทำการตลาดให้กับธุรกิจของเรา เรามาวิเคราะห์กันก่อนว่าในชีวิตประจำวันของคนไทยส่วนใหญ่ใช้ LINE ทำอะไรกันบ้าง ซึ่งจะช่วยให้เราเห็นช่องทางที่จะเอาแบรนด์และสินค้าของเราเข้าไปแทรกในแต่ละโมเมนต์ของลูกค้า

### LINE ประเทศไทย >



เปิดประเทศแล้ว! ออกนอกบ้านอย่างไรให้ปลอดภัย  
จาก COVID-19  
15 พ.ย. เวลา 14.08 น.



ประกาศ เรื่องปรับเปลี่ยน การตั้งค่า "การติดตามบัญชี" แบบใหม่ ใน TIMELINE บนแอปพลิเคชัน LINE  
15 พ.ย. เวลา 09.00 น.





1  
STEP

แน่นอนว่าอย่างแรกสุดคงหนีไม่พ้นการใช้ LINE สำหรับติดต่อสื่อสารกับเพื่อนและครอบครัว ด้วยความที่เป็นแอปพลิเคชันแชทที่ได้รับความนิยมมากที่สุด จึงไม่แปลกที่คนไทยจะนิยมใช้ไลน์ในการติดต่อสื่อสารกับเพื่อนและครอบครัวเป็นหลัก



2  
STEP

ใช้ LINE สำหรับทำงาน ไม่ว่าจะเป็นการติดต่อสื่อสารเรื่องงาน หรือประชุมสาย ส่งไฟล์เอกสาร



3  
STEP

เป็นช่องทางสำหรับการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ ด้วยความที่ชาวเอเชีย (โดยเฉพาะคนไทย) มีวัฒนธรรมในการพูดคุยกับผู้ชายเพื่อช้กดตามรายละเอียดก่อนที่จะสั่งซื้อสินค้า จึงไม่แปลกที่หลายร ครั้งผู้ชายจะแอดไลน์ผู้ชาย (LINE ของร้านชาย) เพื่อสอบถามรายละเอียดของสินค้า การจัดส่ง การชำระเงิน หรือแม้กระทั่งต่อรองราคา เรียกได้ว่ากลายเป็น CRM Tools (Customer Relationship Management) ขนาดย่อมๆ ไปได้เลย LINE จึงเป็น Platform หนึ่งที่ธุรกิจในประเทศไทยจะขาดไปไม่ได้เลย



4  
STEP

นอกจากการเติบโตขึ้นมาเป็นแอปพลิเคชันแชทแล้ว ความพยายามหนึ่งของ LINE ก็คือ การพยายามที่จะเป็น Super Apps ที่ตอบโจทย์หลายเรื่องในชีวิตประจำวันของผู้ใช้งาน ไม่ว่าจะเป็นการอ่านข่าว การเสพเนื้อหาเพื่อความบันเทิง การชำระเงิน สามารถทำได้ผ่านแอป LINE และแอปอื่นที่อยู่ในเครือของ LINE ทั้งสิ้น หลายคนมักจะเปิดเข้ามาอ่านข่าวทุกเช้าใน LINE TODAY และมีคนอีกจำนวนมากที่ชอบดูภาพยนตร์ และซีรีส์ผ่าน LINE TV ส่วนหนุ่มสาวออฟฟิศก็มักจะคุ้นเคยกับการใช้กระเป๋าตังค์ดิจิทัล Rabbit LINE Pay ในการชำระเงินหลากหลายบริการได้อย่างสะดวกรวดเร็ว



จะเห็นว่า LINE ได้เข้ามาแทรกอยู่ในชีวิตประจำวันของ User ในประเทศไทยหลากหลายมิติเลยทีเดียว และด้วย Use Case ของการใช้ LINE กับชีวิตประจำวันเหล่านี้ ทำให้เรามั่นใจได้อย่างหนึ่งว่า LINE จะได้รับความนิยมในประเทศไทยไปอีกนาน และคงไม่เสื่อมความนิยมลงในเร็ววันแน่ๆ เมื่อผู้คนอยู่ใน Platform นี้กันเป็นจำนวนมาก นักการตลาดอย่างเราก็ต้องหาทางเข้ามาใช้ประโยชน์ให้ได้มากที่สุด เหมือนตั้งประโยคการตลาดสุดคลาสสิกตลอดกาลที่ผู้เขียนเล่าไปก่อนหน้านี้ว่า “ตกปลาในที่ที่มีปลาอยู่” ในเมื่อคนไทยใช้ LINE กันเกือบ 50 ล้านคน (ข้อมูลในปี 2021) นี่ก็คือบ่อปลาที่ใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่งที่นักการตลาดชาวไทยจะหาได้ในเวลานี้ หนังสือเล่มนี้จะพาไปพบกับวิธีการอีกมากมาย ที่จะช่วยให้สามารถใช้ LINE เพื่อต่อยอดการตลาดธุรกิจของเราได้



## CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT



# LINE กับการเป็น Super Apps ในประเทศไทย

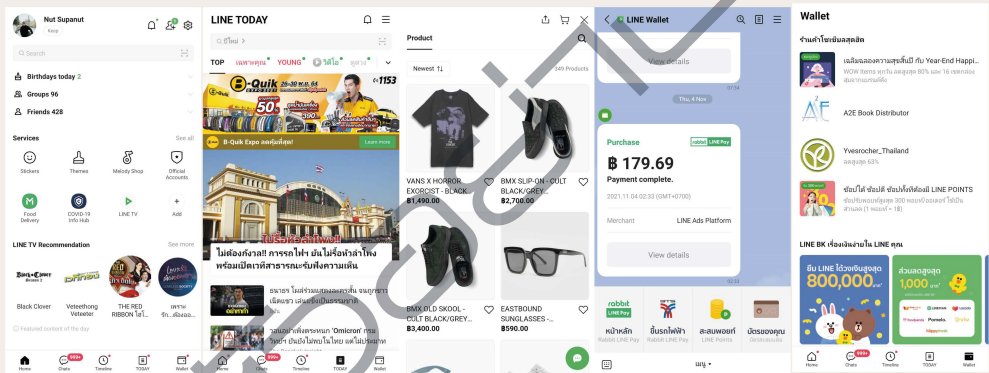
Super Apps เป็นคำเรียกแอปพลิเคชันที่สามารถทำได้หลายอย่างภายในแอปเดียว ความนิยมของ Super Apps เกิดขึ้นในประเทศจีนที่บริษัทผู้พัฒนาแอปแซทยักษ์ใหญ่อย่าง WeChat เพิ่มบริการต่างๆ เข้าไปภายในแอปของตัวเองไม่ว่าจะเป็นโซเชียลมีเดีย, กระเป๋าเงินออนไลน์, เรียกรถแท็กซี่, จองตั๋วเครื่องบิน, จ่ายค่าอุปโภคบริโภค, จองตั๋วเครื่องบิน, จองตัวโรงแรม, เล่นเกม, ปรึกษาปัญหากฎหมาย, นัดพบคุณหมอ และอีกมากมาย ใน WeChat เราสามารถทำได้หลากหลายกิจกรรมที่ไม่ใช่แค่แชทพูดคุยกับเพื่อนๆ เท่านั้น แต่ WeChat เข้าไปอยู่แทบทุกจังหวะของชีวิตของผู้ใช้งานเลย

Super Apps จึงเป็นการรวบรวมฟีเจอร์ที่ผู้บริการจำเป็นต้องใช้งานเอาไว้ภายในแอปเดียว ไม่ต้องไปโหลดแอปอื่นให้รกเครื่อง เพียงแอปเดียวแล้วทำได้ทุกอย่างที่ต้องการ หลังจาก Concept ของการเป็น Super Apps ประสบความสำเร็จในประเทศจีนอย่างล้นหลาม หลายบริษัทในประเทศอื่นรอบข้างก็เริ่มนำเอา Concept นี้ไปใช้งานกับแอปพลิเคชันของตัวเองกันบ้าง ในประเทศไทยเองก็มีหลายบริษัทที่พยายามพัฒนาแอปพลิเคชันของตัวเองให้เป็น Super Apps แม้แต่ธนาคารหลายแห่งก็พยายามพัฒนาแอปของตัวเองให้ทำได้มากกว่าแค่โอน ถอน จ่ายเงินเท่านั้น แต่ถ้าถามว่าแอปตัวไหนที่โดดเด่นที่สุดในมุมมองของผู้เขียนคิดว่าปัจจุบันระหว่างที่เขียนหนังสือเล่มนี้ มีอยู่ 2 เจ้าที่ต้องแข่งขันกันอย่างดุเดือดแน่นอน นั่นก็คือ LINE กับ Grab



ถ้าย้อนกลับไปเมื่อสัก 7-8 ปีที่แล้ว ถ้าพูดถึง LINE ในเวลานั้นหลายๆ คนอาจจะนึกถึงแอปพลิเคชันที่ใช้สำหรับแชทพูดคุยทางโทรศัพท์มือถือ (ช่วงแรกที่ไลน์มาเปิดให้บริการในไทยใหม่ๆ หลายคนในเวลานั้นยังอธิบายแบบทับศัพท์สั้นๆ ว่า LINE คือ MSN เวอร์ชันมือถือด้วยซ้ำ) แต่ถ้าพูดถึง LINE ในปัจจุบันที่มีความพยายามเป็น Super Apps เราจะเห็นว่า LINE มีการเพิ่มบริการต่างๆ เข้ามาในแอปพลิเคชันของตัวเองเป็นอย่างมาก โดยกำลังรวบรวมกันเพื่อทำให้ LINE กลายเป็น Super Apps ให้ได้ในอนาคต

นอกจากแชทกับเพื่อนๆ ตั้งกลุ่มพูดคุยกันในทีมแล้ว ปัจจุบันเรายังสามารถใช้งาน LINE ในจุดประสงค์อื่นๆ ที่ไม่ใช่การแชทได้อีกมากมายไม่ว่าจะเป็นการอ่านข่าวผ่าน LINE TODAY, การเลือกซื้อสินค้าผ่าน LINE SHOP แล้วก็จ่ายเงินด้วย Rabbit LINE Pay, ดูยอดเงินคงเหลือใน LINE Wallet ได้อย่างสะดวก, ดูซีรีส์ผ่าน LINE TV และอื่นๆ อีกมากมาย



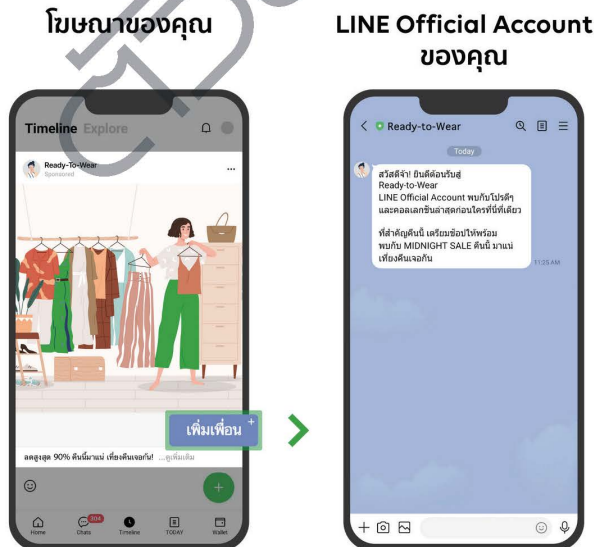
แล้วจะเป็นประโยชน์กับธุรกิจของเราได้อย่างไร หลายคนอาจจะเกิดคำถามและความสงสัยว่าเราจะใช้ประโยชน์อะไรได้บ้างจากการที่ LINE พยายามขยายตัวเองเป็น Super Apps คำตอบก็คือ อ่านหนังสือเล่มนี้ให้จบ เพราะเนื้อหาที่เหลือเป็นต้นไปเราจะโฟกัสที่เรื่องนี้กันเป็นหลัก นั่นคือ การใช้ LINE เพื่อส่งเสริมธุรกิจของเรา เราต้องเอาธุรกิจของเราเข้ามาใช้ประโยชน์จากเครื่องมือที่ LINE เตรียมเอาไว้ให้เราใช้งานมากมายให้ได้ แน่นอนว่าจะช่วยให้เราสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมายใหม่ๆ ได้ รวมถึงบริหารจัดการกลุ่มลูกค้าต่างๆ ที่รู้จักธุรกิจของเราอยู่แล้วได้เป็นอย่างดีอีกด้วย

# จากเกมรับเปลี่ยนเป็นเกมรุก

เราได้เห็นการใช้งานในมุมมองของ User ซึ่งเป็นผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน LINE กันไปแล้ว คราวนี้เราลองมาดูในฝั่งของธุรกิจ องค์กร และพ่อค้าแม่ค้าออนไลน์กันบ้างว่าจะใช้ LINE เพื่อต่อยอดธุรกิจของตัวเองในด้านไหนได้บ้าง

ก่อนหน้านี้การใช้ LINE ในมุมมองธุรกิจมักจะเป็นเครื่องมือการตลาดแบบเกมรับเสียเป็นส่วนใหญ่ เช่น การโพสต์ไลน์ LINE ID ทางเว็บไซต์และ Social Media รอให้ลูกค้าที่เปิดเข้าเว็บไซต์แล้ว Add Friend เข้ามาเพื่อสอบถามคำถาม จากนั้นจึงค่อยนำเสนอสินค้าให้กับลูกค้า หรือลูกค้าอาจจะทักไลน์เข้ามาเพื่อสั่งซื้อสินค้าเองโดยตรง

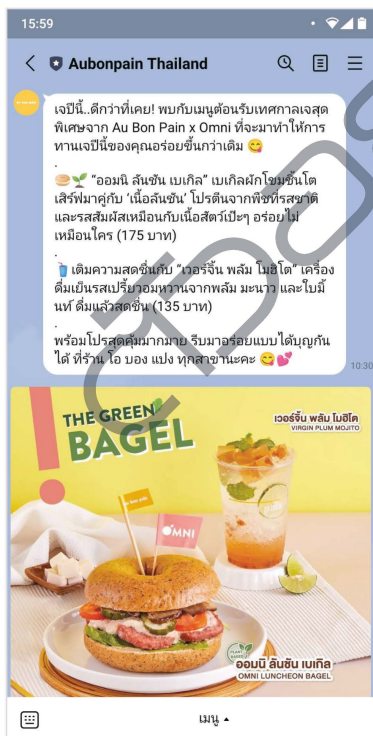
แต่ทั้งคู่ก็เป็นการเล่นเกมรับที่รอให้ลูกค้าทักเข้ามาทั้งคู่ แต่สำหรับในปัจจุบัน LINE เป็นมากกว่าแค่การทำธุรกิจเกมรับเท่านั้น เพราะ LINE มีฟีเจอร์ใหม่ๆ ที่ทำหน้าที่เป็นเครื่องมือการตลาดเกมรุกได้อีกด้วย อย่างเช่นการทำ Broadcast ที่เราสามารถส่งข้อความไปหาผู้ติดตามของเราทุกคน รวมถึงการทำโฆษณาผ่าน LINE Ads Platform ที่เราสามารถทำโฆษณาบุกออกไปหาลูกค้าผ่านช่องทางต่างๆ ที่อยู่ในแอปพลิเคชันไลน์ได้ โดยไม่ต้องรอให้ลูกค้าทักเข้ามาหาเราเพียงอย่างเดียวเท่านั้น ไปดูตัวอย่างส่วนหนึ่งกันว่าเราจะใช้ LINE ในการเล่นเกมรุกเพื่อขยายฐานลูกค้าของเราได้อย่างไรบ้าง



## Broadcast

เป็นการกระจายข้อความ รูปภาพ วิดีโอ และ Rich Message ไปยังกลุ่มลูกค้าที่เป็นเพื่อนผู้ติดตาม LINE OA ของเรา ทำให้เราสามารถกระจายข้อความไปยังลูกค้าที่หลายคนได้ โดยไม่ต้องส่งข้อความไปหาลูกค้าทีละคน เหมาะกับการใช้เพื่อสื่อสารข้อความการตลาดที่เราต้องการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายครั้งละมากๆ

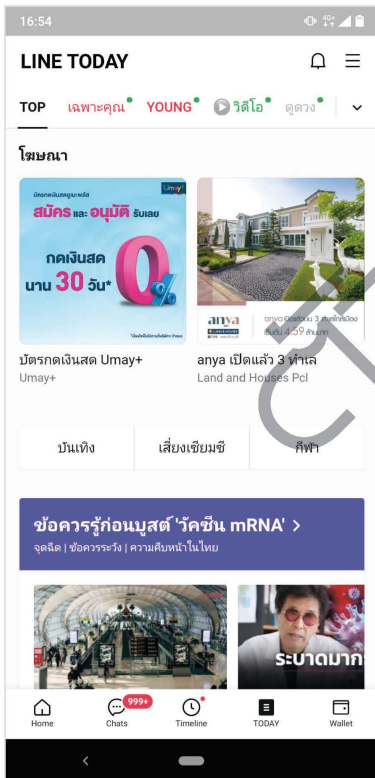
ตัวอย่างเช่น ในภาพประกอบร้านเป็นการทำ Broadcast ของร้าน Au bon pain เพื่อกระจายข่าวสารและโปรโมชั่นให้กลุ่มเป้าหมายไปลองทานอาหารเจของร้านที่ออกใหม่ ในช่วงเทศกาลกินเจปีล่าสุด กลุ่มผู้ติดตามที่ได้เปิดอ่านข้อความที่ส่งมาด้วยการ Broadcast นี้ก็มีแนวโน้มที่จะสนใจและไปลองทานที่ร้านได้ หรือข่าวสารแจ้งโปรโมชั่นส่วนลดของ Bridgestone เป็นต้น



## โฆษณาผ่าน LINE Ads Platform

ถ้าอยากเพิ่มยอดขายด้วยการขยายฐานลูกค้าให้มากขึ้นกว่าเดิม สามารถทำได้ด้วยการยิงโฆษณาผ่าน LINE Ads Platform ซึ่งเป็นเครือข่ายโฆษณาของ LINE ถ้าย้อนกลับไปในอดีต (ที่จริงก็ไม่นานนัก) เวลาที่ธุรกิจขนาดเล็กรต้องการโฆษณาออนไลน์เพื่อขยายฐานลูกค้า ช่องทางที่ได้รับความนิยมคงหนีไม่พ้น Facebook กับ Google เพราะทั้ง 2 Platforms เปิดให้ผู้ลงโฆษณาทั่วไปทั้งรายเล็กและรายใหญ่เข้าไปทำโฆษณาได้อย่างได้สะดวก

แต่เมื่อปี 2020 ที่ผ่านมา LINE ก็เปิดให้บุคคลทั่วไปสามารถเข้าไปทำโฆษณาผ่าน LINE Ads Platform ได้ด้วยตัวเองโดยไม่จำเป็นต้องจ้างเอเจนซีที่เป็น Partner กับ LINE เท่านั้น ทำให้ธุรกิจทั้งขนาดใหญ่และเล็กมี LINE เป็นช่องทางเพิ่มเติมในการทำโฆษณาออนไลน์



เช่น ในรูปภาพ ถ้าเราเปิดเข้าไปที่ Tab LINE TODAY เพื่อจะเข้าไปอ่านข่าวสารประจำวัน ในขณะที่เลื่อนหาข่าวมาอ่านอยู่นั้น ก็เจอกับโฆษณา 2 ตัวคือ โฆษณาบัตรเครดิตเงินสด และโฆษณาขายบ้าน ซึ่งเป็นโฆษณาที่อยู่ในแอปของ LINE (และเครือข่ายอื่นของ LINE) เราสามารถทำโฆษณาได้ด้วยตัวเอง ดังนั้น การทำโฆษณาใน LINE จึงเป็นอีกหนึ่งวิธีที่ใช้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ใช้งาน LINE ได้เป็นอย่างดี

## การสร้างคูปองส่วนลดเพื่อแจกให้กับลูกค้า

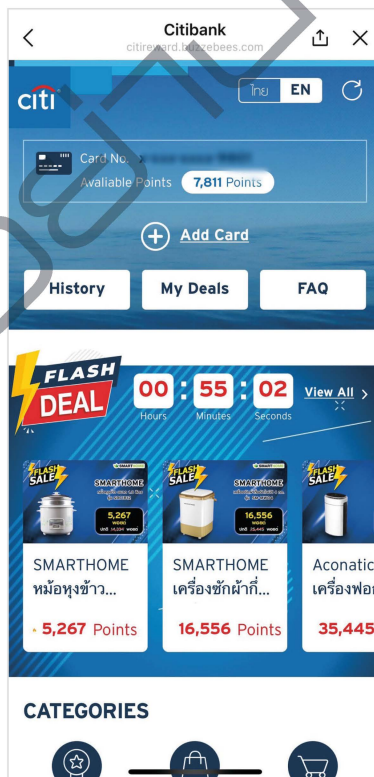
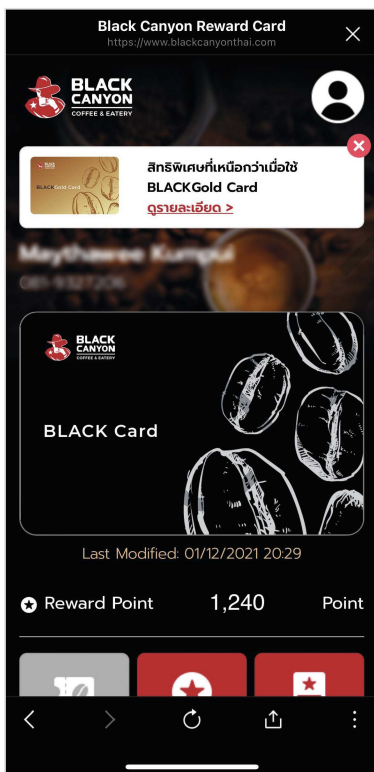
ใครๆ ก็ชอบสินค้าลดราคาและจะยิ่งชอบมากเป็นพิเศษ ถ้าสินค้านั้นลดราคาให้เฉพาะผู้ที่ได้สิทธิพิเศษเท่านั้น โดยเฉพาะการเป็น Personal Privilege ตัวอย่างที่เราเห็นกันจนชินก็คือ คูปองส่วนลดที่ใช้สำหรับลดราคาสินค้าในเว็บไซต์ E-commerce

ซึ่งใน LINE Ads Platform เอง ก็สามารถที่จะสร้างคูปองเพื่อมอบส่วนลดให้กับลูกค้าของเราได้เช่นกัน เป็นอีกหนึ่งวิธีที่จะช่วยกระตุ้นยอดขายได้เป็นอย่างดี ในภาพนี้เป็นตัวอย่าง Coupon ของธุรกิจหนึ่งที่ใช้ LINE OA แจกผ่าน LINE App มอบส่วนลด 150 บาท เมื่อใช้บริการตั้งแต่ 1,000 บาท เป็นต้นไป เราสามารถ Copy Coupon Code นี้ไปขอรับส่วนลดจากพนักงานได้เลย สะดวกมากๆ ไม่ต้องมานั่งจดไม่ต้องมาจำได้



## การสร้างบัตรสะสมแต้ม

กลยุทธ์การตลาดหนึ่งที่เกิดขึ้นตั้งแต่ในอดีต และยังคงได้รับความนิยมมาถึงปัจจุบันก็คือ การใช้บัตรสะสมแต้ม เมื่อลูกค้ามาใช้บริการแต่ละครั้งจะได้แต้มสะสม และเมื่อสะสมจนครบถึงเกณฑ์ที่กำหนดแล้ว ก็สามารถที่จะแลกของรางวัลได้ เช่น ช้อกกาแฟครบ 10 แก้ว รับฟรี 1 แก้ว (ซึ่งหลายร้านค้าจะให้เป็นบัตรสะสมคะแนน แล้วเมื่อกลับไปใช้บริการอีกก็มักจะหายหาไม่เจอและเริ่มต้นนับ 1 ใหม่อยู่บ่อยครั้ง) เราสามารถออกบัตรสะสมแต้มผ่านระบบของ LINE ได้โดยไม่จำเป็นต้องพิมพ์บัตรสะสมแต้มมาแจกลูกค้าที่ละคน ซึ่งสะดวกสำหรับผู้ใช้บริการเป็นอย่างมาก



จะเห็นว่า LINE ในยุคปัจจุบันมีมุมที่เราเอามาใช้ในการทำการตลาดแบบเกมรุกได้ มีเครื่องมือทางการตลาดและลูกเล่นอีกมากมาย ที่เราสามารถหยิบเอามาใช้เพื่อต่อยอดธุรกิจของเราได้

ในช่วงที่ผู้เขียนแต่งหนังสือเล่มนี้ก็เป็นช่วงเทศกาลทานอาหารเจพอดี ด้วยความที่เป็นคนชอบกินอาหารร้านนู้นร้านนี้ ก็เลยชอบที่จะ Add LINE OA ของร้านอาหารต่างๆ เอาไว้ จากนั้นก็มักจะได้รับข้อความข่าวสารรวมถึงโปรโมชั่นทางการตลาดต่างๆ มากมาย ในภาพนี้เป็นการทำ Broadcast ของร้านอาหารไทย “นารา” อีกหนึ่งร้านโปรดที่รับประทานบ่อยมากๆ ก็เลยติดตาม LINE OA ของทางร้านเอาไว้ ทุกสัปดาห์ที่มีการตลาดก็จะ Broadcast เพื่อนำเสนอข่าวสารและโปรโมชั่นไปหาผู้ติดตาม ผู้เขียนที่ได้รับข้อความเหล่านี้ก็มักจะตกเป็นทาสการตลาดไปจบที่ร้านของเขาทุกที





Chat Commerce เป็นเทรนด์ของการค้าขายที่มีการพูดคุย สอบถาม ต่อรองกันก่อนจะจ่ายเงินซื้อ ซึ่งเป็นเทรนด์ที่ตรงกับอุปนิสัยของคนไทยอย่างยิ่ง และนั่นก็ทำให้ LINE ซึ่งเป็นแอปพลิเคชันที่คนไทยใช้งานมากที่สุดทุกเพศทุกวัยได้กลายเป็นโอกาสที่ยิ่งใหญ่ทางธุรกิจ ไม่น้อยกว่าโซเชียลมีเดียอื่นๆ เลย

โดยมีเครื่องมือการตลาดสำคัญที่เราต้องรู้และใช้งานทั้ง LINE Official Account (LINE OA) และ LINE Ads Platform ซึ่งจะช่วยให้เกิดยอดขายสูง ฟุ่งตรงสู่กลุ่มเป้าหมาย ด้วยการจัดการผ่านมือของเราเอง ดังนั้น นักการตลาด นักขายทุกคน ทั้งผู้ประกอบการ, แปรนต์สินค้า และองค์กร ควรจะต้องรู้ให้เข้าใจให้คล่องมือ เพื่อให้ปังทั้งยอดขาย ได้ทั้งความประทับใจอย่างแท้จริง

### เมนูต้อนรับ Rich Menu

Rich Menu เป็นการสร้างเมนูนำเอาไอคอน รวมถึงรูปภาพมาใช้เป็นเมนูให้ลูกค้าสามารถเลือกคลิกเมนูที่สนใจได้ เราสามารถใช้ Rich Menu เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าในการเข้าถึงสิ่งที่เราให้บริการได้อย่างรวดเร็ว

### BUSINESS OBJECTIVE

การแบ่งเป้าหมาย

เป้าหมาย: โทษ

ผลลัพธ์: ยอดขาย

การวัดผล: ยอดขาย

กลุ่มเป้าหมายโดยประมาณ: 25,000,000 หรือมากกว่า

MEDIA OBJECTIVE

- ครอบคลุม (Reach and Frequency)
- ทัศนคติที่ดี (Positive View)
- Engagement (Video View)
- ติดใจ (Gain Follower)
- ติดใจ (App Install)
- ให้ความสำคัญ (Message Conversation)
- ให้ความสำคัญ (App Engagement)
- ครอบคลุมผลิตภัณฑ์ (Dynamic Product Sales)

แพลตฟอร์ม: iOS, Android, iOS

ขนาดกลุ่มเป้าหมายโดยประมาณ: 25,000,000 หรือมากกว่า

### กลุ่มเป้าหมาย

สร้างกลุ่มเป้าหมายที่คล้ายกัน

กลุ่มเป้าหมายที่สร้างขึ้นใหม่

กลุ่มเป้าหมายโฆษณาเดิม

สิทธิ์โฆษณา (DFA/AAID)

สิทธิ์โฆษณาแบบตรีโกทีพี

สิทธิ์โฆษณา

กลุ่มเป้าหมายจากเพื่อนใน LINE Official Account

กลุ่มเป้าหมายที่คล้ายกัน

กลุ่มเป้าหมายที่ดูไว้

Advertiser ID	Advertiser Name	Advertiser Type	Advertiser Status	Advertiser ID	Advertiser Name	Advertiser Type	Advertiser Status
123456789	ABC Company	Business	Active	987654321	DEF Company	Business	Active
234567890	GHI Company	Business	Active	098765432	JKL Company	Business	Active
345678901	MNO Company	Business	Active	109876543	PQR Company	Business	Active
456789012	STU Company	Business	Active	210987654	VWX Company	Business	Active

### โฆษณาในตำแหน่ง Timeline

เป็นโฆษณาที่จะแทรกอยู่บนหน้า Timeline ซึ่งปัจจุบันมีบนเดสก์ท็อปของ LINE มากยิ่งขึ้น ถึงแม้ว่าถ้าเทียบกับ Timeline ของ Social Media อื่นๆ อาจจะน้อยกว่า แต่ก็ยังคงมีจุดที่นำเสนอไม่แพ้กัน ด้วยความที่ LINE เป็นทั้งแอปพลิเคชันที่เน้นการ Chat เป็นหลัก ทำให้ Timeline จะจะไม่ได้ออกแบบมาเหมือน Chat แต่ก็เป็นตลาดที่มีแนวโน้มที่ดีใน Timeline ของ LINE ที่มีมากขึ้นเรื่อยๆ รูปแบบของโฆษณาที่สามารถแสดงผลใน LINE Timeline ได้คือ รูป, วิดีโอ, ภาพเคลื่อนไหว

- การตลาดผ่าน LINE Official Account
- LINE Broadcast แบบมืออาชีพ
- ยังโฆษณา LINE Ads Platform
- โฆษณาขั้น Advanced ด้วย Custom Audience และ LINE Tag
- รวมเทคนิค LINE Marketing แบบที่ออลเชิใช้งาน



# Marketing

ครบเครื่องทุกเรื่องการตลาดทั้ง LINE Official Account และ LINE Ads Platform

ศุภณัฐ สุขโช

บรรณาธิการ ชน: เทคโนโลยี

DERAZU

ส่งถึงมือคุณได้

www.derazu.com

จัดจำหน่ายโดย IDC

ISBN 885-916-100-961-0

8 859161 009610

ราคา 365 บาท