



เปลี่ยนการค้นหาให้กลายเป็นยอดขาย
ต้นเว็บไซต์ให้เป็นที่ 1 ด้วย

3rd
Edition

Google Ads

เรียนรู้ทุกเรื่องเพื่อสร้างแคมเปญโฆษณาที่แม่นยำ นำไปสู่ยอดขายได้อย่างคุ้มค่า
ติดตามอันดับการค้นหาอย่างโดดเด่น โดย Update เนื้อหา และเครื่องมือล่าสุด
พร้อมเสริมเทคนิค + วิธีการแบบใหม่ๆ เพื่อการโฆษณาที่บรรลุเป้าหมายของคุณ



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

Only “Knowledge” can help human
change “The World” and “Their Lives”.
With this truth, it drives us to deliver
“Knowledge” for Thai being able to
“Learn” better everyday.



Think
Beyond



เปลี่ยนการค้นหาค้นหาให้กลายเป็นยอดขาย ต้นเว็บไซต์ให้เป็นที่ 1 ด้วย Google Ads 3rd Edition

AUTHOR :

ศุภณัฐ สุขโข
sunelimine@gmail.com

EDITORIAL :

ชนะ เทศทอง
chana_t@idcpremier.com

GRAPHIC DESIGNER :

ชวนันท์ รัตน์นะ

PAGE LAYOUT :

จตุรงค์ ศรีวิลาศ

PROOFREADER :

พรพรรณรัตน์ ขุราศรี

PUBLISHING COORDINATORS :

วรพล ณีธิกุล, สุพัทธรา อาจปฐ, วัชรพงศ์ ยงปัญญาสกุล



ข้อมูลทางบรรณานุกรม :

ศุภณัฐ สุขโข
เปลี่ยนการค้นหาค้นหาให้กลายเป็นยอดขาย ต้นเว็บไซต์ให้เป็นที่ 1 ด้วย Google Ads 3rd Edition

นนทบุรี : ไอดีซี, 2564

312 หน้า

1. การตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์

I ชื่อเรื่อง

658.8

ISBN 885-916-100-930-6

พิมพ์ครั้งที่ 1 ตุลาคม 2564

ราคา 360 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 (อัตรา 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 นอกจาก
จะได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรจากผู้จัดพิมพ์เท่านั้น

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

บทบรรณาธิการ

Google นั้นอัปเดตตัวเองอยู่ตลอดเวลา แต่ในมุมมองของผู้ใช้งานคงไม่ได้รู้สึกแตกต่างอะไร เพราะหน้าตาค้นหาของเว็บไซต์ Google ก็เหมือนเดิมมานานหลายสิบปี ที่แตกต่างกันคงจะเป็นระบบหลังบ้านนั่น รวมไปถึงนักโฆษณา นักการตลาดออนไลน์จะต้องปรับตัวตาม

Google Ads ปรับ Interface และพยายามทำให้การสร้างโฆษณานั้นสะดวกขึ้น แต่ก็คงไม่ได้ง่ายเหมือนการกดปุ่มโฆษณาด้วยปุ่ม Boost Post เหมือน Facebook คุณจำเป็นต้องเข้าใจโครงสร้างของแคมเปญโฆษณา ผลที่ได้จากขั้นตอนที่ละเอียดกว่า คือแม่นยำและคุ้มค่ากว่า อันที่จริงแล้วการสร้างโฆษณาบน Facebook แบบละเอียดเพื่อให้ได้ประสิทธิภาพที่ดีมากขึ้น ก็ไม่ได้แตกต่างจาก Google เพียงแต่ Facebook สร้างปุ่ม Boost Post เพื่อให้สะดวก แต่นักการตลาดส่วนมากไม่นิยมโฆษณาด้วยปุ่ม Boost Post เพราะได้ผลลัพธ์ที่ไม่ค่อยดีนั่นเอง

เพิ่มเติมด้วยรูปแบบการสร้างแคมเปญโฆษณาที่เพิ่มมากขึ้นเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้นและหลากหลายมากกว่าเดิม

บ๊ิกดาตามหาศาลของ Google ทำให้ความแม่นยำมากขึ้น และลงลึกในรายละเอียดได้จำเพาะเจาะจงได้อย่างแม่นยำ

เจาะลึกรูปแบบการประมูล CPC, CPM, CPA ช่วยให้เลือกรูปแบบการประมูลได้อย่างเหมาะสมกับแคมเปญ เพิ่มความประหยัดและคุ้มค่ามากขึ้นกว่าเดิม

สุดท้ายเป็นเรื่องของเทคนิคที่ยังใช้งานได้ดีและเทคนิคใหม่ๆ ที่เพิ่มเติมมาจากการอัปเดตของ Google

ที่กล่าวมาเป็นเนื้อหาส่วนที่อัปเดตจาก Edition ก่อนหน้า ถ้าคุณเป็นผู้อ่านที่เพิ่งจะเริ่มสนใจการสร้างโฆษณาบน Google Ads ด้วยตนเองก็ต้องกังวลไป เพราะเนื้อหาในหนังสือเริ่มต้นตั้งแต่พื้นฐาน เพื่อให้คนที่ไม่เคยใช้งาน Google Ads มาก่อนสามารถเรียนรู้และสร้างโฆษณาไปจนถึงการต่อยอดเช่นเดียวกับที่มีอาชีพนักยิงโฆษณาเอเจนซีเขาทำกัน ก็เพราะผู้เขียนเคยทำงานในแวดวงของการโฆษณาออนไลน์ให้แบรนด์ชั้นนำมายาวนานหลายปีนั่นเอง

คำนำ



ผมยังจำเหตุการณ์เมื่อเกือบ 7 ปีที่แล้วตอนที่หนังสือ “ดันเว็บไซต์ให้ดังด้วย Google Adwords” ถูกตีพิมพ์ออกมาวางขายได้เป็นอย่างดี ความเหนื่อยล้าจากการปิดต้นฉบับหนังสือเล่มแรกในชีวิตได้หายไปแทบทันทีหลังจากที่ได้เห็นหนังสือตัวเป็นๆ วางขายอยู่ในร้านหนังสือ ในช่วงเวลานั้นแทบจะไม่มีหนังสือเกี่ยวกับการทำโฆษณาใน Google Ads วางขายอยู่ในร้านหนังสือเลย (ชื่อเดิมของ Google Ads คือ Google Adwords) และถ้าจะหาหนังสือเชิงลึกของ Google Ads ก็เป็นไปได้อย่างยากมาก ส่วนใหญ่จะเป็นการสอนทำโฆษณา Google Ads แคแบบง่ายๆ และส่วนมากก็จะแทรกเป็นบทเล็กๆ อยู่ในหนังสือรวมเทคนิคการตลาดออนไลน์เท่านั้น ผมก็เลยตัดสินใจเขียนหนังสือสอนทำโฆษณาใน Google ขึ้นมาในปีนั้น

หนังสือได้รับผลตอบแทนค่อนข้างดี อาจจะเพราะไม่ค่อยมีตัวเลือกในตลาดมากนัก ในเวลานั้น หลังจากนั้นผ่านไป 3 ปี (ในปี 2018) ผมได้ปรับปรุงเนื้อหาของหนังสือเพื่อให้มีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น อัปเดตเนื้อหาให้ทันสมัยมากยิ่งขึ้น และที่สำคัญคือมีการเพิ่มเนื้อหาหลายส่วนเข้าไปจนกลายเป็น Edition ที่ 2 หรือฉบับปรับปรุงที่เนื้อหาเข้มข้นมากกว่าเดิม ต้องขอขอบคุณที่ผู้อ่านหลายๆ คนยังให้การตอบรับใน Edition ที่ 2 เป็นอย่างดี และในตอนนี้หลังจากเวลาผ่านไปอีก 3 ปี ผมก็ยินดีที่จะบอกว่าเราเดินทางมาถึง Edition ที่ 3 ของหนังสือเล่มนี้กันแล้วครับ

เนื้อหาของหนังสือใน Edition ที่ 3 เล่มนี้ ผมได้เพิ่มเติมเนื้อหาเชิงลึกมากมายที่กลั่นมาจากประสบการณ์ที่ผมได้ทำงานในแวดวง Digital media มาหลายปี และเนื้อหายังได้มีการอัปเดตเพิ่มเติมหลายส่วน ทำให้หนังสือมีความทันสมัยมากยิ่งขึ้นไปอีก เรียกว่าเป็นการยกเครื่องใหม่ที่จะเป็นประโยชน์ต่อผู้อ่านมาก คุณสามารถเรียนรู้จากประสบการณ์ของผมได้ ช่วยให้คุณย่นระยะเวลา ไม่ต้องมาเสียเงินและเสียค่าโง่แบบที่ผมเคยผิดพลาดมาก่อน ผมจึงกล้าพูดอย่างเต็มปากว่าหนังสือสอนทำโฆษณา Google Ads ที่คุณถืออยู่ในมือเล่มนี้ เป็นเล่มที่ดีที่สุดเท่าที่มีให้เลือกซื้อในประเทศไทยในเวลานี้แล้วครับ (จริงหรือไม่จริง ผู้อ่านช่วยตัดสินกันด้วยนะครับ)

ตลอดระยะเวลา 6-7 ปีที่ผ่านมา ผมมีโอกาสได้ทำโปรเจกต์มากมาย ได้เข้าไปพบเจอลูกค้าหลายๆ ท่าน ความภูมิใจอย่างหนึ่งคือการได้เห็นหนังสือเล่มนี้วางอยู่ในชั้นหนังสือของออฟฟิศลูกค้า หรือไม่ก็ถูกใช้เป็นหนังสือเรียนในบทเรียนที่เกี่ยวกับ Google Ads ถึงแม้จะพิสูจน์ข้อดีไปหน่อย แต่หนังสือของผมน่าจะช่วยให้หลายๆ คนในประเทศนี้ทำโฆษณาใน Google เป็นด้วยเงินแค่หลักร้อยบาทเท่านั้น โดยไม่ต้องไปเสียเงินเข้าสัมมนาราคาหลักหมื่น หรือไปจ่ายเงินเพื่อจ้างทำในราคาแพงๆ ถ้าวงการหนังสือยังไม่ล่มสลายไปเสียก่อน ผมหวังว่าจะได้มาอัปเดตเนื้อหาเป็น Edition 4, 5, 6 เพื่อกระจายความรู้ให้เข้าถึงผู้อ่านในราคาประหยัดๆ แบบนี้ต่อไปเรื่อยๆ

มาพูดถึงเนื้อหาที่จะมีการอัปเดตและเพิ่มเติมใน Edition ที่ 3 นี้กันบ้างครับ โดยรวมแล้ว ถึงแม้ว่าจะยังคงเป็นหนังสือ Google Ads สำหรับผู้เริ่มต้นที่อธิบายขั้นตอนทุกอย่างให้คุณเริ่มทำโฆษณา Google ด้วยตัวเองได้ตั้งแต่ศูนย์เหมือนใน Edition ที่ผ่านๆ มา แต่ในหนังสือเล่มนี้ก็ได้รับการอัปเดตเพิ่มเติมเนื้อหาใหม่หลายๆ ส่วนที่เชิงลึก เอาใจคนที่มีความรู้มาอยู่แล้วในระดับหนึ่งเช่นกัน ที่สำคัญคือยังได้มีการอัปเดตขั้นตอนและกระบวนการให้ทันสมัยมากยิ่งขึ้น เพราะ Google มีการอัปเดต Interface หลายๆ ส่วนไป จนทำให้ Google Ads มีการเปลี่ยนแปลงไปเยอะมาก ตั้งแต่การเปิด Account ใหม่ที่ง่ายยิ่งขึ้น การสร้างแคมเปญด้วยวิธีการแบบใหม่ที่คล่องตัวมากยิ่งขึ้น ผมได้ทำการอัปเดตขั้นตอนเหล่านี้ รวมถึงปรับปรุงภาพประกอบให้มีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น ทำให้ Edition ที่ 3 ที่มีการปรับปรุงใหม่นี้จะสามารถใช้งานเป็นคู่มือของคุณไปได้อีกหลายปีเลยครับ

ผมยังได้มีการเพิ่มเติมเนื้อหาใหม่ๆ เข้าไปในหนังสือเล่มนี้อีก ไม่ว่าจะเป็นการสร้างโฆษณาแบบ Email ที่จะแสดงผลอยู่ใน Gmail, เทคนิคและวิธีการที่ Google เพิ่งอัปเดตใหม่ก็จะถูกเพิ่มเข้าไปในฉบับปรับปรุงนี้ด้วย, การประมวลโฆษณาแบบใหม่ๆ, การวัดผลโฆษณาด้วย Metric แบบใหม่ๆ รวมถึงเทคนิคต่างๆ ที่คุณสามารถใช้ในการทำโฆษณา Google ให้ได้ผลลัพธ์ที่ดีมากยิ่งขึ้น

เมื่อคุณอ่านหนังสือเล่มนี้จบแล้วจะช่วยให้คุณสร้างโฆษณา Google ได้หลากหลายรูปแบบ ซึ่งคุณสามารถเอาไปต่อยอดธุรกิจของคุณได้มากมาย ไม่ว่าจะเป็นการสร้างแคมเปญที่เน้นยอดขาย (Sales), แคมเปญที่เน้นสร้างการรับรู้ (Awareness), แคมเปญที่เน้นเจาะกลุ่มเป้าหมาย (Lead), แคมเปญที่เน้นสร้างการผูกพันกับลูกค้า (Engagement) และอื่นๆ อีกมากมาย

สารบัญ

CHAPTER 01

Google Ads กับการตลาดยุคใหม่

แล้วจะดึงดูดลูกค้าเข้ามาได้อย่างไร?	4
Google Ads ยังมีความจำเป็นอยู่หรือไม่	5
ข้อดีของการใช้ Google Ads เพื่อทำการตลาด	7
Google Ads ช่วยให้เราเข้าถึงลูกค้าที่พร้อมสั่งซื้อ อยู่แล้ว	11
เมื่อโฆษณาเริ่มเหมือนผลการค้นหาแบบปกติมากขึ้น เรื่อยๆ	12
ตำแหน่งของโฆษณาที่ทำให้ผู้ลงโฆษณาได้อกัน สุดเสีย	16
ทำความเข้าใจก่อนลงโฆษณากับ Google Ads	17
Google Display Network อีกหนึ่งความสุดยอดของ Google Ads	18
โฆษณาแบบอีเมลใน Gmail	19
ลงโฆษณาบน Google Ads อย่างไรดี	20
แล้วการทำโฆษณา Google Ads กับ SEO ต่างกัน อย่างไร	21
SEO กับ Google Ads เลือกอะไรดี	22
Keyword แบบไหนที่เหมาะสมกับ Google Ads	23
ใช้ Google Ads ต้องเตรียมอะไรบ้าง	24
คุณจะได้ทำอะไรในหนังสือเล่มนี้บ้าง	27

CHAPTER 02

เปิดบัญชีโฆษณา Google Ads

เปิดใช้บัญชี Google Ads	31
แนะนำให้เปลี่ยนไปใช้งาน Interface ภาษาอังกฤษ	38
หน้าจอและส่วนต่างๆ ของ Google Ads	40

CHAPTER 03

ค้นหา Keyword สุดปังเอามาทำ โฆษณา

Keyword คืออะไร	44
ใช้เครื่องมือ Keyword Planner ช่วยเลือก Keyword	46
ประเมินกลุ่มเป้าหมายจาก Keyword ที่พวกเขาใช้ ค้นหา	54
Keyword คุณภาพดีเลือกอย่างไร	56
แสดงเฉพาะคำที่เราต้องการ (Include)	59
กรองคำที่เราไม่ต้องการออก (Exclude)	61
Avg. monthly searches ตามที่ต้องการ	63
เลือกระดับการแข่งขันที่ต้องการได้	65
ขยาย Keyword ให้กว้างยิ่งขึ้น	67
ใช้เครื่องมืออื่นๆ ในการคัดเลือก Keyword	69
ค้นหา Keyword ผ่าน Ubersuggest	70
ค้นหา Keyword ด้วย keywordtool.io	72
ค้นหา Keyword ด้วย longtailpro.com	73
2 แนวทางการคัดเลือก Keyword เพื่อทำโฆษณา Google	75
การประมูล Keyword ของ Google Ads	76
Keyword หัวใจของการทำโฆษณา Google Ads	76

CHAPTER 04

สร้างแคมเปญโฆษณาใน Google Ads

ประเภทของโฆษณาใน Google Ads	78
โครงสร้างโฆษณาของ Google Ads นั้นแบ่งออกเป็น 4 ระดับชั้น	82

เริ่มต้นสร้างแคมเปญโฆษณาแบบค้นหา	87
การใช้ Breadcrumbs ในโครงสร้างแคมเปญโฆษณา.....	107
ปิด Campaign, Ad group, Ad ที่ไม่ต้องการแล้ว.....	110
แก้ไขแคมเปญโฆษณา.....	114
Match Types หรือประเภทการจับคู่ของ Keyword.....	116
วิธีการเปลี่ยนรูปแบบ Match Types ของ Keyword	119
ระวังละเมิด Policy ของ Google Ads.....	121
เพิ่มลูกเล่นให้โฆษณาด้วย Ad Extension	122
ประเภทของ Ad Extension.....	123
วิธีการสร้าง Ad Extension ีรูปแบบ Sitelink.....	125
วิธีการสร้าง Ad Extension ีรูปแบบ Callout.....	129
วิธีการสร้าง Ad Extension ีรูปแบบ Call.....	131

CHAPTER 05

สร้างแคมเปญโฆษณาแบบ Display

การโฆษณาด้วยป้าย Banner ในอดีต.....	134
การโฆษณา Banner ผ่าน Google Display Network (GDN)	135
ข้อดีของการลงโฆษณาผ่าน GDN.....	137
การกำหนดกลุ่มเป้าหมายของโฆษณาแบบดิสเพลย์.....	138
โครงสร้างแคมเปญโฆษณาแบบดิสเพลย์.....	140
วิธีการลงโฆษณาแบบรูปภาพใน Google Display Network.....	142
โฆษณาแบบ Responsive display ad.....	159
โฆษณาใน GDN อย่างลิมิต Targeting ด้วยนะ.....	166
เทคนิคในการทำ Targeting	170
การจัดทำ Targeting	172
การทำโฆษณาแบบ Gmail Ad	174

CHAPTER 06

วัดผลโฆษณาและวิเคราะห์ผล

เราวัดประสิทธิภาพโฆษณาไปเพื่ออะไร.....	185
เริ่มต้นวัดประสิทธิภาพใน Google Ads.....	186
ความหมายของ Metric ต่างๆ ที่ใช้ในการวัดผล.....	189
การ Optimize Campaign Google Ads	196
ใช้ Automated rules ทำงานแทนเรา.....	197
Ad Position (อันดับของโฆษณา).....	201
ทุนไม่หมด ต้องทำ Quality Score ให้สูง.....	203
แล้วจะทำอย่างไรให้มี Quality Score สูง	207
การวิเคราะห์ Metrics ที่เชื่อมโยงกัน.....	209

CHAPTER 07

Conversion tracking และ Remarketing

ทำความเข้าใจ Conversion กันก่อน.....	212
ตัวอย่างของ Conversion ที่คุณอาจจะวัดผลได้ในเว็บไซต์.....	213
Conversion Tracking เพื่อวัดความสำเร็จ	217
การทำงานของ Conversion Tracking.....	217
ถ้าเว็บไซต์ไม่มีหน้าเพจขอบคุณ (Thank you page) จะทำอย่างไร.....	228
วิธีปิดดู Conversion ในตาราง	229
การวัดผล Conversion ในกรณีที่มีการสร้างหลายๆ Conversions.....	230
Remarketing คืออะไร.....	232
ประโยชน์ของ Remarketing	233
ขั้นตอนการทำงานของ Remarketing	234

วิธีการสร้าง Audience List และนำมาใช้	235
สร้าง Campaign Remarketing	239
Similar audience กลุ่มเป้าหมายที่คล้ายกัน	242

CHAPTER 08

เจาะลึกการประมูลและการคิด ราคา Google Ads

รูปแบบในการคิดเงินของ Google Ads	246
Bidding Strategy ในกลุ่ม CPC	249
Bidding Strategy ในกลุ่ม CPM	250
Bidding Strategy ในกลุ่ม CPA	251
การเปลี่ยน Bid strategy เป็นแบบอื่น	252
เข้าใจเรื่องการประมูลค่าคลิกใน Google Ads	255
สถานการณ์แบบไหนควรเลือกการประมูลแบบไหน	257
ประมูลด้วยราคาที่มากที่สุด	258
Billing ดูราคารวมทั้งหมดที่ต้องชำระ	260
การเรียกชำระเงิน	261
ดาวน์โหลด Invoice จาก Google Ads	262

CHAPTER 09

CPA และการประมูลโฆษณา เพื่อเพิ่มยอดขาย

การประมูลแบบ CPA คืออะไร	266
Conversion Optimizer จะทำนายจากอะไร	267
ควรใช้ CPA ในกรณีไหน	268
การประมูลแบบ CPA ยังแบ่งออกเป็นอีก หลายรูปแบบ	269
วิธีการเปลี่ยน Bidding Strategy มาเป็น CPA	271

ราคาที่ต้องจ่ายจริงๆ สำหรับ CPA	273
ข้อควรจำในการใช้ CPA	274
กรณีตัวอย่างการใช้ Bid strategy แบบ CPA	275
ความแตกต่างของ ECPC กับ CPA	276

CHAPTER 10

รวมคำแนะนำและเทคนิค Google Ads

เขียนโฆษณาแบบ Keyword Insertion	278
เขียนโฆษณาแบบนับถอยหลัง	281
ก่อนทำแคมเปญการตลาดควรตั้ง เป้าหมายเสียก่อน	283
5 สิ่งที่ต้องทำในการเขียนโฆษณาแบบ Search	284
6 สิ่งที่ต้องทำในการทำรูปโฆษณาแบบ Display	286
วางโครงสร้างให้เข้าใจง่าย	288
แคมเปญโฆษณาควรมี Keyword ที่คำดี	290
ทำโฆษณา Google Ads ใต้ Budget ที่มากที่สุด	291
ทำไมระบบจึงใช้เงินเกินกว่าที่เรากำหนดเอาไว้	293
โฆษณาไม่ผ่านการอนุมัติทำอย่างไรดี	294
วัดผลประสิทธิภาพและปรับเปลี่ยนอยู่เรื่อยๆ	295
วิเคราะห์โฆษณาของผู้อื่น	295
อีเมลจาก Google มีประโยชน์อย่างไรบ้าง	296
ใช้ Google Analytics เข้ามาประกอบ	297
ศึกษาหาข้อมูลเพิ่มเติมอยู่เสมอ	297

Google Ads กับการตลาดยุคใหม่

1

Google

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมาต้องบอกว่ากระแสความนิยมของการใช้ช่องทางออนไลน์ในการโปรโมตธุรกิจนั้นเติบโตเป็นอย่างมาก คนรุ่นปัจจุบันเวลาที่คิดจะทำธุรกิจ หรืออาจจะเป็นการขายออนไลน์แบบง่ายๆ ส่วนใหญ่จะเริ่มต้นจากการใช้ช่องทางออนไลน์เป็นหลัก ยิ่งเมื่อรวมเข้ากับการแพร่ระบาดของโรคติดต่อ Covid-19 ที่แพร่ระบาดไปทั่วโลกแล้ว ทุกธุรกิจไม่มีทางเลือกอื่นนอกจาก Go Online เอาสินค้าของตัวเองขึ้นมาวางขายบนอินเทอร์เน็ต

2

3

เมื่อเริ่ม Go online แล้ว ปัญหาที่หลายๆ คนพบเจอในการทำ E-commerce บนโลกออนไลน์ไม่ใช่การเข้าไปอยู่ใน Online Platform เพราะเดี๋ยวนี้ใครๆ ก็สามารถทำ Social commerce เพื่อขายสินค้าผ่าน Social media ต่างๆ อย่าง Facebook, Instagram, Line@ ได้โดยง่ายอยู่แล้ว

ถ้าคุณอยากจะสร้างเว็บไซต์ก็ใช้ต้นทุนไม่สูง เพราะมีเครื่องมือที่ช่วยในการทำเว็บไซต์ขายของออนไลน์ขึ้นมามากมาย โดยไม่ต้องเขียนโปรแกรม ไม่ว่าจะเป็น Wordpress, WiX, Joomla หรือถ้าอยากจะขายสินค้าผ่าน Marketplace อย่าง Shopee หรือ Lazada ก็สามารถสมัครและเปิดร้านได้ไม่ยาก

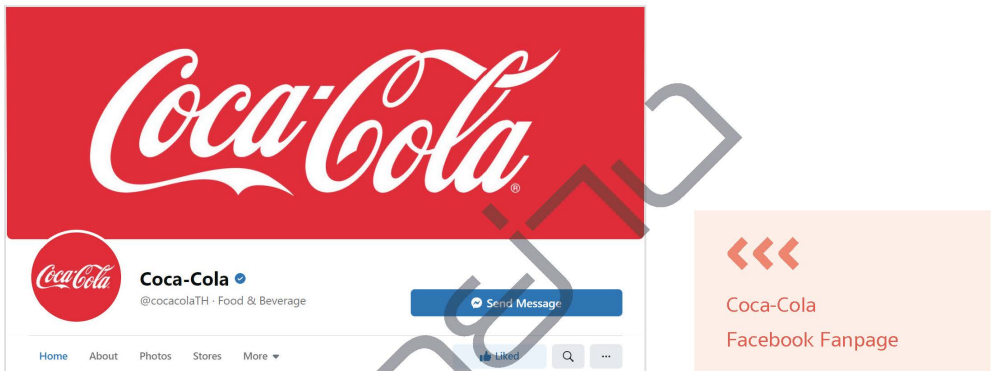


Content Management System (CMS)

แต่สิ่งที่ยากจริงๆ สำหรับการทำ E-commerce กลับเป็นเรื่องที่ผู้เขียนเคยพูดเอาไว้ตั้งแต่ในหนังสือเมื่อ 7 ปีที่แล้ว นั่นก็คือ “การหาลูกค้าทางออนไลน์” จะทำอย่างไรให้มีคนเข้ามาซื้อสินค้าของคุณ การที่คุณมีเว็บไซต์ไม่ได้หมายความว่าจะมีลูกค้าเข้ามาในเว็บไซต์ของคุณ หรือการที่คุณเอาสินค้าไปวางขายอยู่ใน Marketplace ก็ไม่ได้การันตีว่าจะมียอดขายแบบ 100% การทำการตลาดออนไลน์จึงกลายเป็นจุดหนึ่งที่จะชี้ขาดว่าคุณจะสร้างยอดขายได้หรือไม่

ผู้อ่านบางท่านอาจจะบอกว่า “แต่ธุรกิจของฉันไม่ได้เน้นขายผ่านออนไลน์ ฉันก็แค่อยากเอาข้อมูลของธุรกิจและบริษัทของฉันขึ้นมายอยู่บนโลกออนไลน์เฉยๆ แค่อารายละเอียดบริการขึ้นมายู่ในเว็บไซต์เพื่อให้ลูกค้าเข้ามาเปิดอ่านเท่านั้นเอง”

เข้าใจว่ายังมีธุรกิจอีกเป็นจำนวนมากที่ไม่ได้เป็นเว็บไซต์ E-commerce ที่เน้นขายสินค้าออนไลน์ แต่ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจอะไรก็ตาม การตลาดออนไลน์ก็เป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับคุณอยู่ดี เพราะการที่คุณลงทุนทำเว็บไซต์ หรือเสียเวลาทำ Social media ของธุรกิจคุณขึ้นมาแล้ว แสดงว่าคุณย่อมต้องการให้มีลูกค้าเข้ามาเปิดดู Content ของคุณ เข้ามาทำความรู้จักธุรกิจของคุณ และแน่นอนว่าการทำโฆษณา Google จะช่วยให้คุณได้มากเลยทีเดียว



โจทย์ที่สำคัญมาก ๆ จึงไม่ใช่การเข้าไปอยู่ใน Online platform อีกต่อไปแล้ว เพราะตอนนี้ทุกธุรกิจคงรู้ดีว่าการเอาตัวเองเข้าไปอยู่ในโลกออนไลน์เป็นสิ่งจำเป็นที่ขาดไม่ได้และทุกธุรกิจต้องทำ แต่มันเป็นเพียงแค่สแต็ปแรกเท่านั้นเอง เปรียบเสมือนกับการเดินเข้าไปในสนามแข่งขันที่ต้องขับเคี่ยวกับคู่แข่งที่มีอยู่มากมาย

- เว็บไซต์ทั้งประเทศไทยมีอยู่มากมาย แต่มีเพียงไม่กี่เว็บไซต์เท่านั้นที่ขายดิบขายดี
- ร้านค้าที่อยู่ใน Shopee, Lazada มีอยู่มากมาย แต่มีเพียงไม่กี่ร้านเท่านั้นที่ขายดี
- Page ธุรกิจที่อยู่ใน Social media มีอยู่มากมาย แต่มีเพียงไม่กี่ที่เท่านั้นที่ประสบความสำเร็จ
- Account ใน Messenger app อย่าง Line@ และ Facebook Messenger มีอยู่มากมาย แต่มีเพียงไม่กี่ Account เท่านั้นที่คนติดตามเยอะจนสร้างโอกาสทางธุรกิจจำนวนมากได้

ความแตกต่างของฝั่งที่ประสบความสำเร็จและไม่สำเร็จในสนามแข่งขันนี้คือ การดึงดูดลูกค้าเข้ามาให้ได้ ทุกธุรกิจที่ Go Online จะต้องหาทางโปรโมทเพื่อนำพาลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมายเข้ามา Online platform ของตัวเองให้ได้ เพื่อให้เขาได้เข้ามาอ่านรายละเอียด ดูรูปภาพ ศึกษาข้อมูล และสุดท้ายคือตัดสินใจที่จะกลายเป็นลูกค้าของคุณ

แล้วจะดึงดูดลูกค้าเข้ามาได้อย่างไร?

การเปิดร้านขายสินค้า กับ การหาลูกค้าเข้าร้าน เป็นคนละเรื่องกันเลย นี่จึงเป็นที่มาของการทำการตลาดออนไลน์ให้กับเว็บไซต์ เพราะทุกวันนี้เว็บไซต์ที่ออนไลน์อยู่บนโลกอินเทอร์เน็ตแทบจะไม่ได้แตกต่างอะไรจากร้านค้าจริงๆ ที่สร้างจากอิฐและปูนอีกแล้ว

เราจึงต้องทำการตลาดให้กับเว็บไซต์ของเราเพื่อดึงดูดผู้คนเข้ามาซื้อสินค้าและบริการ และนี่จึงเป็นที่มาของหนังสือเล่มนี้ครับ Google Ads คือหนึ่งในวิธีการทำการตลาดผ่าน Search Engine อันดับ 1 ของโลกอย่าง Google และเป็นช่องทางที่ยอดเยี่ยมมากๆ ที่จะดึงดูดผู้คนให้เข้ามาในเว็บไซต์ของเรา

ในแต่ละวันมีการค้นหาใน Google หลายพันล้านครั้ง เฉพาะในประเทศไทยเองก็ถือเป็นประเทศหนึ่งที่มีคนใช้งาน Google มากเป็นอันดับต้นๆ จึงเป็นโอกาสทองสำหรับทุกธุรกิจที่จะใช้ Google เป็นช่องทางที่ทำให้ธุรกิจเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี

ถ้าเราสามารถปรับแต่งเว็บไซต์ของเราให้ติดอันดับ Google ได้ก็จะช่วยให้เว็บไซต์ของคุณมีคนเปิดเข้ามาเยอะขึ้น แต่การปรับแต่งเว็บไซต์ให้ติดอันดับ Google หรือที่เรียกว่า “การทำ SEO” นั้นก็ค่อนข้างยากและใช้เวลา จึงมีอีก 1 วิธีที่ได้รับความนิยม นั่นก็คือการจ่ายเงินเพื่อซื้อโฆษณากับ Google Ads ที่จะช่วยให้เว็บไซต์ของคุณแซงหน้าเว็บไซต์อื่นขึ้นไปอยู่ด้านบนสุดของผลการค้นหาใน Google ได้ทันที ผู้อ่านท่านใดที่สนใจการทำ SEO ผู้เขียนมีหนังสืออีกเล่มที่เขียนเกี่ยวกับเรื่องนี้เอาไว้โดยเฉพาะ



Google Ads ยังมีความจำเป็นอยู่หรือไม่

ความสงสัยอย่างหนึ่งที่ทำให้หลายคนยังลังเลที่จะเริ่มต้นทำโฆษณาใน Google ก็คือ “Google Ads ยังน่าทำอยู่หรือไม่” ยังมีความจำเป็นอยู่หรือไม่ เพราะในปัจจุบันมีช่องทางการตลาดอื่นๆ ที่มาแรงมากๆ แอ่ยชื่อเลยก็ได้ “Facebook และ Instagram” กลายเป็นช่องทางหนึ่งที่หลายคนให้ความสนใจและเริ่มต้นทำโฆษณาได้ง่ายมากๆ

นอกจาก Social media ทั้ง 2 ตัวนี้แล้ว เรายังมีตัวเลือกให้ทำโฆษณาอื่นอีก เช่น Line@ ที่สามารถส่งข้อความออกไปหาผู้ติดตามของเราที่หลายคนด้วยการทำ Broadcast ที่มีราคาประหยัด

รูปแบบของสื่อที่ได้รับความนิยมในปัจจุบันส่วนใหญ่จะเป็น “รูปภาพ” “วิดีโอ” และการ “Live” แต่สำหรับโฆษณาใน Google ยังเป็นรูปแบบข้อความอยู่ นั้นยังเพิ่มความลังเลให้กับหลายคนว่า Google Ads ยังให้ผลลัพธ์ได้ดีอยู่ในปัจจุบันหรือไม่ คำตอบของผู้เขียนคือ Google Ads ยังเป็นช่องทางที่ดีอยู่ และอันที่จริงคือดีมากเลยทีเดียว

แม้ว่าจะลองเปรียบเทียบการทำโฆษณาใน Google เทียบกับ Facebook และ Instagram แล้วก็ต้องยอมรับกันตามตรงว่าการสร้างโฆษณาใน Google Ads นั้นมีวิธีการที่ยุ่งยากกว่าพอสมควร มีอะไรที่ต้องเรียนรู้มากกว่า ต่างจากการทำโฆษณาใน Facebook ที่คุณแค่เปิดเพจ เพียงแค่นี้คุณก็สามารถทำโฆษณาได้แล้วด้วยการคลิกไม่กี่ครั้งคุณก็จะมีแคมเปญโฆษณาแรกใน Facebook ได้แล้ว

แต่ใน Google Ads ต้องมีการทำหลายสิ่งหลายอย่างกว่าจะได้แคมเปญโฆษณาหนึ่งออกมา ด้วยความยุ่งยากที่มากกว่า ทำให้หลายคนเอาเงินไปใช้กับ Facebook เป็นจำนวนมาก และมองข้ามการทำโฆษณาใน Google Ads ไป ช่างเป็นอะไรที่น่าเสียดายมากๆ

เพราะในฐานะคนที่คลุกคลีอยู่ในวงการมานาน กล้าที่จะพูดอย่างมั่นใจเลยว่า Google Ads ยังเวิร์คอยู่เหมือนเดิม อาจจะมีประสิทธิภาพมากกว่าสื่อหลายตัวที่ฮิตกันในปัจจุบันด้วยซ้ำ

และบริษัท Google เองก็ยังมีรายได้ที่เติบโตจากโฆษณาที่อยู่ใน Google และโตขึ้นแทบทุกปี สะท้อนให้เห็นว่าความนิยมในการทำโฆษณาใน Google ไม่ได้ลดลงเลย และยังเพิ่มขึ้นกว่าเดิมด้วยซ้ำ ผู้เขียนจะค่อยๆ อธิบายเหตุผลว่าทำไม

ตอนนี้ถึงเวลาสำหรับผู้อ่านทุกท่านแล้ว ยินดีที่จะแนะนำให้รู้จัก Google Ads ครับ

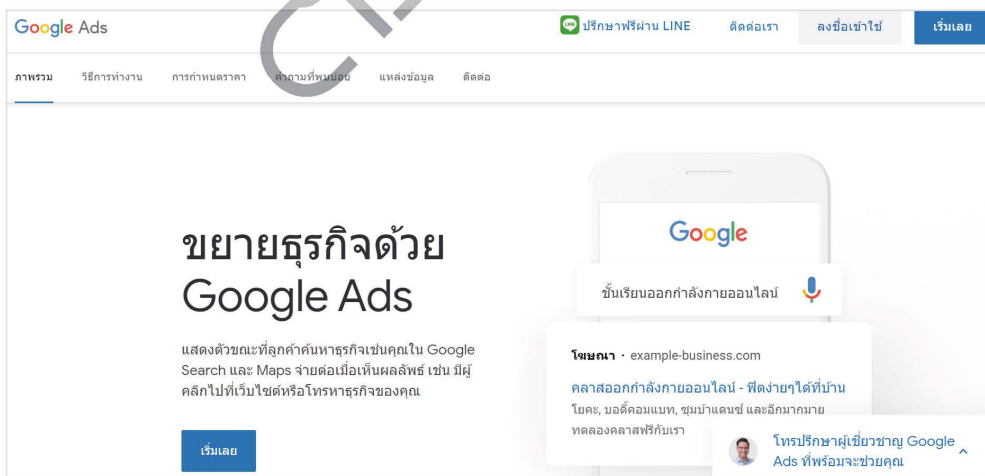
Google Ads คืออะไร

มีประโยชน์อะไรกับเว็บไซต์ของคุณ

Google Ads เป็นเครื่องมือการตลาดที่จะช่วยสร้างโฆษณาเพื่อดึงผู้คนเข้าสู่เว็บไซต์ของคุณ ด้วยเงินจำนวนไม่มากที่คุณจ่ายไปสามารถที่จะพาผู้คนที่มีความสนใจในสินค้าและบริการเข้ามาที่เว็บไซต์ของคุณได้ ผู้คนเหล่านี้มีโอกาสสูงที่จะกลายมาเป็นลูกค้าที่ซื้อสินค้าและบริการของเรา เพราะได้ถูกคัดกรองจาก Keyword ที่พวกเขาใช้ค้นหาแล้ว

ตัวอย่างเช่น คนที่คลิกโฆษณาหลังจากที่ค้นหาคำว่า “รองเท้าวิ่ง” มีโอกาสที่จะสั่งซื้อสินค้า “รองเท้าวิ่ง” เป็นอย่างมาก เพราะระบบของ Google จะจับคู่โฆษณากับคำค้นหาที่มีความเกี่ยวข้องกัน

มีเว็บไซต์มากมายหลายแห่งทั่วโลกที่สามารถสร้างยอดขายจำนวนมากด้วยการทำการตลาดผ่าน Google Ads และมันยังเป็นเครื่องมือที่เหมาะสมกับธุรกิจขนาดเล็กอย่าง SME รวมถึงบรรดาพ่อค้าแม่ค้าออนไลน์ด้วย เพราะว่าไม่จำเป็นที่จะต้องใช้เงินในการลงโฆษณาเยอะ สามารถกำหนดงบประมาณต่อวันได้ และยังสามารถที่จะวัดผลการดำเนินงานได้อย่างแม่นยำอีกด้วย



Google Ads

ปรึกษาฟรีผ่าน LINE ติดต่อเรา ลงชื่อเข้าใช้ เริ่มเลย

ภาพรวม วิธีการทำงาน การกำหนดราคา การวางแผนโฆษณา แหล่งข้อมูล ติดต่อ

ขยายธุรกิจด้วย Google Ads

แสดงตัวอย่างที่ลูกค้าค้นหาธุรกิจของคุณใน Google Search และ Maps จ่ายต่อเมื่อเห็นผลลัพธ์ เช่น มีผู้คลิกไปที่เว็บไซต์หรือโทรหาธุรกิจของคุณ

เริ่มเลย

โฆษณา • example-business.com

คลาสออกกำลังกายออนไลน์ - ฟิตเนสที่คุณชื่นชอบ

โยคะ, บอดี้คอมแพค, ชุมบ้าแดนซ์ และอีกมากมาย

ทดลองคลาสฟรีกับเรา

โทรปรึกษาผู้เชี่ยวชาญ Google Ads ที่พร้อมจะช่วยให้คุณ

ข้อดีของการใช้ Google Ads เพื่อทำการตลาด

OPTION

01

ลงโฆษณาได้บนราคาที่ค่อนข้างประหยัด ไม่จำเป็นต้องมีงบประมาณมากมาย ก็เริ่มต้นทำโฆษณาได้

OPTION

02

กำหนดงบประมาณต่อวันได้และไม่มีขั้นต่ำ สมมุติว่าคุณมีงบการตลาดวันละ 100 บาท คุณสามารถกำหนดงบประมาณในการทำโฆษณาได้ทีวันละ 100 บาท

OPTION

03

เข้าถึงผู้คนที่มีความสามารถกลายเป็นลูกค้าได้ โฆษณาใน Google Ads จะแสดงก็ต่อเมื่อผู้ค้นหาทำการค้นหาด้วย Keyword ที่ผู้ลงโฆษณาเลือกเอาไว้ล่วงหน้า ทำให้เราสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่มีโอกาสกลายเป็นลูกค้าของเราได้ด้วยการเลือกใช้ Keyword ที่เกี่ยวกับสินค้าและบริการของเรา

OPTION

04

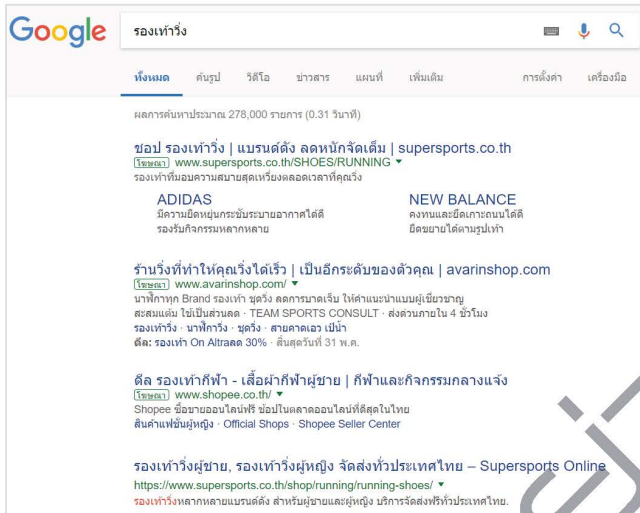
มีเครื่องมือให้คอยวัดผลประสิทธิภาพโฆษณาได้ว่าคุ้มค่ากับเงินที่ลงไปหรือไม่

OPTION

05

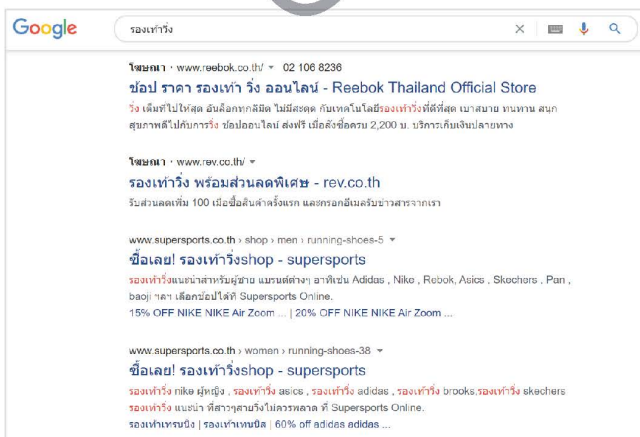
ถ้าผลตอบรับของโฆษณาไม่ดี สามารถที่จะปรับเปลี่ยนแก้ไขได้ตลอดเวลา รวมถึงสามารถที่จะหยุดโฆษณาได้ตลอดเวลาที่ต้องการ

เวลาที่คุณเข้าไปค้นหาข้อมูลใน Google คุณเคยสังเกตดูหรือไม่ ว่าผลการค้นหาที่ได้รับกลับมามีรูปแบบการจัดเรียงอย่างไร Google ใช้อะไรเพื่อตัดสินว่าเว็บไซต์ไหนจะได้อยู่ในอันดับต้นๆ



หน้าแสดงผลการค้นหา (SERP) แบบเก่า

ในปี 2020 ที่ผ่านมา Google ได้ทำการอัปเดตเพื่อเปลี่ยนแปลงรูปแบบการแสดงผลโฆษณาในผลการค้นหาใหม่ ดูเ็นแบบไวๆ แล้วอาจจะรู้สึกว่ามันก็เหมือนเดิม มันก็คือเป็น Google แบบที่เรารู้จักกัน แต่ถ้าดูแบบละเอียดๆ การอัปเดตนี้ของ Google สร้างความเปลี่ยนแปลงต่อผู้ลงโฆษณามากๆ เพราะ Google พยายามที่จะทำให้ผลการค้นหาที่เป็นโฆษณานั้นมีความใกล้เคียงกับผลการค้นหาแบบปกติให้มากที่สุด ผลก็คือคนจะแยกออกได้ยากขึ้นว่าอันไหนโฆษณา อันไหนแบบปกติ



หน้าแสดงผลการค้นหา (SERP) แบบใหม่

จากภาพจะเห็นได้ว่าผลการค้นหาจะทำการเรียงอันดับเว็บไซต์ (เราเรียกอันดับนี้ว่า Rank) ซึ่งแน่นอนว่าโดยธรรมชาติแล้วเว็บไซต์ที่อยู่อันดับต้นๆ จะมีโอกาสที่จะถูกคลิกมากกว่าเว็บไซต์ที่อยู่อันดับต่ำลงไป ยิ่งไม่ต้องพูดถึงเว็บไซต์ที่ถูกแสดงผลในหน้า 2 หรือหน้า 3 เพราะนอกจากผลการค้นหาในหน้าแรกแทบจะไม่มีคนคลิกในหน้าอื่นๆ เลย

ลองนึกภาพตามว่า ถ้าสมมุติเว็บไซต์ของนาย A เป็นเว็บไซต์ขายกระเป๋าหนัง แล้วบังเอิญมีลูกค้าอยู่คนหนึ่งที่ต้องการซื้อกระเป๋าหนังอยู่พอดี ลูกค้าคนนั้นได้เข้ามาที่เว็บไซต์ Google และค้นหาผ่าน Google โดยใช้ Keyword คำว่า “ซื้อกระเป๋าหนัง” หลังจากนั้นระบบของ Google ก็จะสืบค้นและคืนผลการค้นหากลับมาเป็นเว็บไซต์มากมายที่เกี่ยวกับกระเป๋าหนังให้ลูกค้าคนนั้น ถ้าเว็บไซต์ของนาย A สามารถที่จะแสดงอยู่ในอันดับแรกๆ ของผลการค้นหา (เรียกว่าอยู่ใน Rank อันดับต้นๆ) แน่นอนว่าต้องมีโอกาสสูงมากที่ลูกค้าคนนั้นจะคลิกเข้าไปที่เว็บไซต์ของนาย A และเลือกซื้อสินค้ากับเว็บไซต์ของนาย A

ลองคิดในมุมกลับกันดูว่าถ้าสมมุติเว็บไซต์ของนาย B ก็ขายกระเป๋าหนังเหมือนกัน แต่มราคาดูกกว่าและมีกระเป๋าสวยๆ ให้เลือกซื้อมากกว่าด้วย แต่เว็บไซต์ของนาย B กลับไม่ติดอยู่ในหน้าแรกของผลการค้นหา

พูดง่ายๆ ว่าลูกค้าคนนั้นมองไม่เห็นเว็บไซต์ของนาย B เพราะเว็บไซต์ดันไปอยู่ในหน้าที่ 7 ของผลการค้นหา แบบนี้แทบจะเป็นไปไม่ได้เลยที่ร้านของนาย B จะขายสินค้าได้ ทั้งๆ ที่ราคาสินค้าถูกกว่ามาก และมีแบบให้เลือกมากกว่าร้านของนาย A

นี่คือพลังของการใช้ Google Ads เข้ามาช่วยเพื่อทำการตลาดให้กับเว็บไซต์ผ่านช่องทาง Search Engine คุณสามารถที่จะซื้อโฆษณาในหน้าแรกของผลการค้นหาได้ และด้วยการกำหนดให้โฆษณาแสดงใน Keyword ที่เกี่ยวข้องกับสินค้าและบริการของเราด้วยแล้ว ยิ่งทำให้เรามั่นใจได้ว่าโฆษณาใน Google จะนำพาลูกค้าที่ตรงกลุ่มเป้าหมายเข้ามาที่เว็บไซต์

Google

บัตรเครดิต

🔍 ทั้งหมด 🖨️ คำนวณ 📄 ข่าวสาร 📺 วิดีโอ 🗨️ ข้อปึง : เพิ่มเติม การตั้งค่า เครื่องมือ

ผลการค้นหาประมาณ 27,400,000 รายการ (0.35 วินาที)

โฆษณา · www.citibank.co.th/citibank/flash_deal ▾
FLASH DEAL 4 วันเท่านั้น - citibank.co.th
 สำหรับลูกค้าใหม่ที่**สมัครบัตรเครดิต**ชนิดผ่านช่องทางออนไลน์ ตั้งแต่วันที่ 19 - 23 ต.ค. 63 รับ**บัตรกำนัล**
 เชื้อนทรมูลค่า 4,000 บาท เมื่อมียอดใช้ 10,000 บาท ภายใน 30 วัน
 ลินเชื่อมคลลชิต | เปิดบัญชีชิตีโกลด์ | โปรโมชันแนะนำเพื่อน | ซื้อประกันผ่านชิตี
 ♡ Wattana · 3 ร้านที่อยู่ใกล้เคียง

โฆษณา · www.krungsricard.com/ ▾
บัตรเครดิตกรุงศรี สมัครออนไลน์ - สมัครง่าย อนุมัติไว วงเงินสูง
 ใช้จ่ายสบายกับ**บัตรเครดิตกรุงศรี** Platinum ปลอดดอกเบี้ย 50 วัน สำหรับการซื้อสินค้าและบริการ **รับเครดิต**
 เงินคืน 1% ที่ป้อนมาบางส่วนจากทั่วประเทศ* พร้อมโปรโมชันพิเศษอีกมากมาย **ออกเงินค่าธรรมเนียมรายปี**
สมัครง่าย อนุมัติเร็ว รับสิทธิประโยชน์มากมาย
 บัตร โยมโปร วิชาพลทันนี่ | บัตร สยามทาคาชิมายะ | บัตร เจซีบี แพลททินัม

โฆษณา · www.ktc.co.th/ ▾
สมัครบัตรเครดิต KTC MASTERCARD
สมัครวันนี้ติดต่อกลับทันทีภายใน 2 ชั่วโมง รับโปรราคาอาหาร ร้านค้าดังมากมายทั่วประเทศ **สมัครออนไลน์**
 ง่ายๆ ฟรีไม่มีค่าธรรมเนียมใดใด **ตอบโจทยทุกค่า**ใช้จ่าย **คะแนน**ไม่มีวันหมดอายุ รับส่วนลดมากมายจากร้าน
 ค่า **สมัคร**ฟรีไม่มีค่าธรรมเนียม ไม่จำกัดยอดรับคะแนนสูงสุด

↑↑↑ ค้นหาด้วย Keyword
 “บัตรเครดิต”

ในธุรกิจที่อาจจะไม่ใช่การขายสินค้าออนไลน์ แต่ต้องดึงดูดลูกค้าเพื่อเข้ามาสมัครใช้บริการ การทำโฆษณาใน Google Ads ก็เป็นวิธีการหนึ่งที่ได้รับนิยมนามาก ลองดูภาพตัวอย่างของ Keyword ที่แข่งขันกันดุเดือดอย่าง “บัตรเครดิต” ที่ธนาคารและบริษัทบัตรเครดิตจำนวนมากพากันแย่งชิง Keyword คำนี้สาเหตุก็เพราะต้องการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่มีโอกาสสมัครบัตรเครดิต เพราะคนที่ค้นหาว่า “บัตรเครดิต” ใน Google คือคนที่มีความตั้งใจที่จะสมัครบัตรเครดิตจริงๆ การซื้อโฆษณา Google ใน Keyword คำนี้จึงเป็นการทำโฆษณาที่ตรงกลุ่มเป้าหมายมากๆ

Google Ads ช่วยให้เราเข้าถึงลูกค้าที่พร้อมสั่งซื้ออยู่แล้ว

จุดเด่นที่ช่วยให้นักโฆษณาและนักการตลาดหลายคนหลงรัก Google Ads อย่างหัวปักหัวปำก็คือ มันช่วยให้ธุรกิจเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่มีความต้องการและอยากที่จะสั่งซื้อสินค้านั้นอยู่แล้วได้อย่างแม่นยำ และหาได้ยากจากการทำการตลาดในช่องทางอื่นๆ

ถ้ามีคนเข้าไปค้นหาใน Google ด้วยคำว่า “สมัครบัตรเครดิต” เราอาจจะสันนิษฐานได้คร่าวๆ ว่าเขาเป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีโอกาสที่จะ “สมัครบัตรเครดิต” และเมื่อเขาคลิกเข้ามาในเว็บไซต์เขาก็อาจจะสมัครบัตรเครดิตจริงๆ เพราะคนที่ค้นหาว่า สมัครบัตรเครดิต แสดงว่าเขาต้องมีความสนใจในบัตรเครดิตอยู่แล้ว ดังนั้น ถ้าเราเป็นธุรกิจให้บริการด้านนี้อยู่ เราย่อมต้องเข้าไปแสดงตัวให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายนี้ได้รับรู้ด้วยการจ่ายเงินเพื่อซื้อโฆษณาให้เว็บไซต์ของเราปรากฏต่อหน้าของเขา

แล้วลองเทียบกับการทำโฆษณาใน Social media ที่ไม่ได้มีจุดเด่นเรื่องนี้ การเอาโฆษณาบัตรเครดิตไปคั่นอยู่ในหน้า Newsfeed ในระหว่างที่ User กำลังสนุกสนานกับการไถ่ฟีดเพื่ออ่านโพสต์ของเพื่อนๆ แน่นอนว่ามันจะเป็นการไปขัดจังหวะและไปสร้างความก่อกวน User ได้

โฆษณาใน Social media จึงเหมาะกับแคมเปญที่มี Content ที่ดูกลมกลืนมากกว่าที่จะบุกไปโน้มน้าวให้ทำ Action ใดๆ ราวกับการปิดประตูตีแมว หรือถ้าจะขายของก็ต้องใช้ Content marketing เป็นตัวนำเพื่อเล่าเรื่อง แต่ถ้าต้องการเข้าถึงลูกค้าที่พร้อมจะสั่งซื้อทันที Google Ads จะเหมาะสมมากกว่า เพราะอย่างน้อยที่สุดก็มั่นใจได้ว่าลูกค้าเป็นคนที่สนใจในตัวสินค้าอยู่แล้ว



เมื่อโฆษณาเริ่มเหมือนผลการค้นหาแบบปกติมากขึ้นเรื่อยๆ

เวลาที่เราเข้าไปค้นหาข้อมูลใน Google เราอาจจะรู้สึกว่าเว็บไซต์นี้แทบไม่แตกต่างไปจากเดิมเลย ไม่ว่ากี่ปีผ่านไป Google ก็มีหน้าตาเหมือนเดิม ตำแหน่งอะไรต่างก็อยู่ที่เดิม แต่ถ้าเรามาวิเคราะห์กันแบบละเอียด ช่วง 5-6 ปีที่ผ่านมา Google เปลี่ยนแปลงไปเยอะมาก

แต่สาเหตุที่เราแทบไม่รู้ถึงความแตกต่างอาจจะเป็นเพราะเราใช้งาน Google กันทุกวันจนชิน เหมือนเวลาที่เราเจอเพื่อนสนิททุกวัน ถ้าเพื่อนน้ำหนักขึ้นสัก 5 กิโลกรัมเราก็คงไม่เห็นความแตกต่างเพราะเจอกันจนชิน เช่นเดียวกันกับเว็บไซต์ Google ที่มีการเปลี่ยนแปลงเยอะมากและมีการอัปเดตอยู่ตลอดเวลา

ผู้เขียนจะตีกรอบให้อยู่เฉพาะในเรื่องของโฆษณา Google เท่านั้น จะได้ไม่ออกทะเลไปไกล ในส่วนของโฆษณา Google นั้นก็มีการเปลี่ยนแปลงที่สังเกตเห็นได้ชัดเจนคือ โฆษณาในปัจจุบันที่ถูกทำให้หน้าตาคล้ายคลึงกับผลการค้นหาแบบปกติจนแทบจะแยกกันไม่ออก

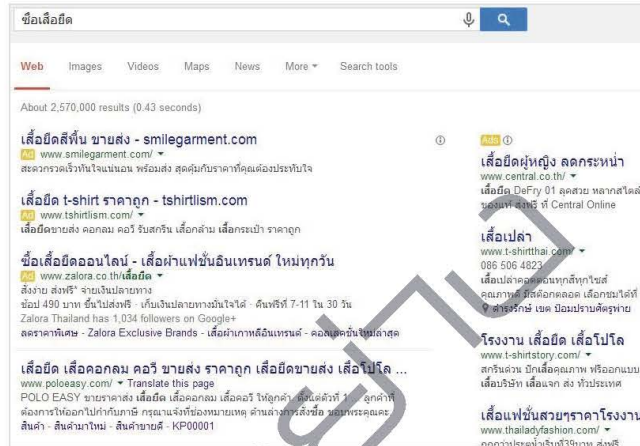
ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงนี้จะทำให้ผู้ค้นหามีโอกาสที่จะคลิกเว็บไซต์ที่เป็นโฆษณามากยิ่งขึ้น ต่างจากเมื่อก่อนที่ผู้ค้นหาหลายคนมักจะเลื่อนหน้าจอข้ามโฆษณาเพื่อไปคลิกเว็บไซต์ที่เป็นผลการค้นหาแบบปกติ

มองในมุมนี้อัตราการคลิกของโฆษณาก็จะสูงขึ้น จึงเป็นโอกาสของผู้ลงโฆษณาที่จะได้กลุ่มเป้าหมายเข้าไปในเว็บไซต์มากยิ่งขึ้น ขายยิ่งขึ้น และแน่นอนในฝั่ง Google เองก็จะได้รายได้มากยิ่งขึ้นด้วย

ลองดูภาพประกอบทั้ง 3 ภาพต่อไปนี้ เอามาให้ดูกันว่าในช่วง 6-7 ปีที่ผ่านมา มีความเปลี่ยนแปลงใน Interface อย่างไรบ้าง

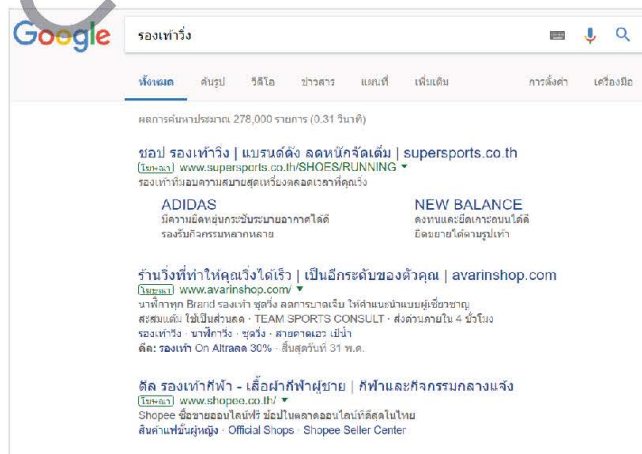
หน้าแสดงผลการค้นหาในปี 2014

โฆษณาจะมีป้ายสีเหลืองที่แจ้งว่าเป็นโฆษณา และตำแหน่งของโฆษณาจะอยู่ด้านบนและด้านข้าง มีเส้นที่ขีดคั่นเอาไว้ว่าพื้นที่ตรงไหนเป็นโฆษณา ตรงไหนเป็นผลการค้นหาปกติ



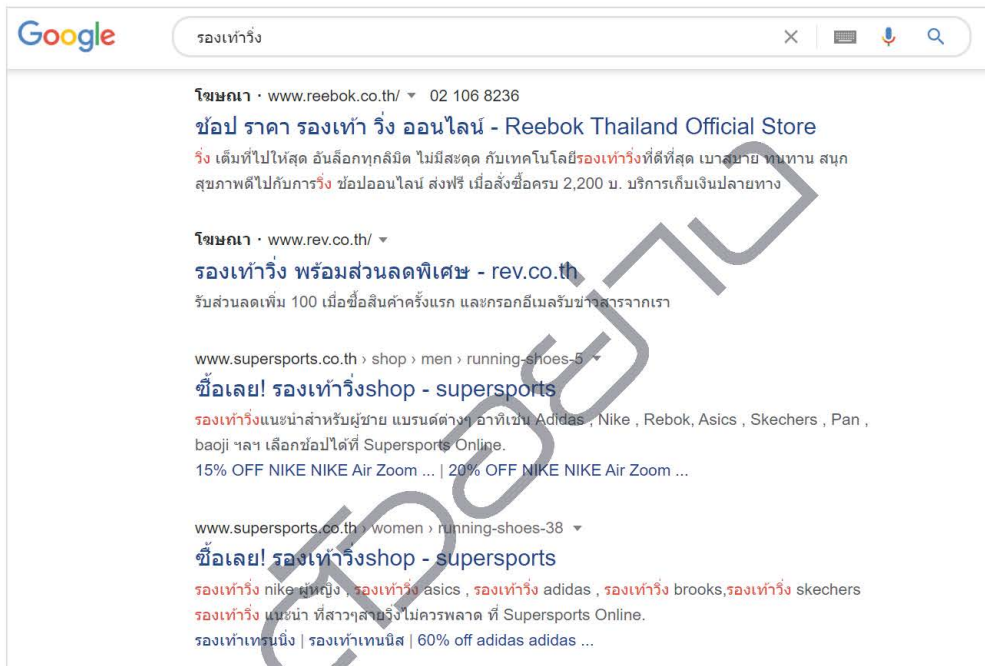
หน้าแสดงผลการค้นหา (SERP) ในปี 2017

ตัวข้อความโฆษณาถูกขยายให้ยาวขึ้น และป้ายโฆษณาสีเหลืองที่สะดุดตาโดดเด่นก็ถูกเปลี่ยนให้เป็นสีเขียว พร้อมกับตัดพื้นที่โฆษณาทางด้านข้างออกไป



หน้าแสดงผลการค้นหา (SERP) ในปี 2021

จะเห็นว่าโฆษณากับผลการค้นหาปกติแทบจะไม่แตกต่างกันเลย มีการเปลี่ยนจากสีเขียวให้กลายเป็นสีน้ำเงินดูแทบไม่ออกว่าเป็นโฆษณา การจัดเรียงบรรทัดของโฆษณาก็ดูมีความเป็นผลการค้นหาแบบปกติมากขึ้นด้วย



นอกจากตัวโฆษณาที่ดูมีการเปลี่ยนแปลงจนแทบจะแยกไม่ออกระหว่างโฆษณากับผลการค้นหาแล้ว ระบบด้านหลังที่ขับเคลื่อนการทำงานก็มีอะไรหลายอย่างที่ถูกอัปเดตใหม่

การสร้างแคมเปญโฆษณามีการเปลี่ยนแปลงขั้นตอนเพื่อให้ผู้ใช้งานเข้าใจง่ายขึ้น (ก็คู่แข่งอย่าง Facebook ใช้งานง่ายกว่าเยอะ Google ก็คงต้องปรับปรุงบ้าง) การตั้งค่าต่างๆ ก็มีการเปลี่ยนแปลงไป นี่จึงเป็นอีกเหตุผลที่คุณต้องมีหนังสือเล่มนี้ แม้ว่าจะเคยอ่าน Edition ก่อนหน้านี้ไปแล้วก็ตาม

การเปลี่ยนแปลงเหล่านี้มี 2 เรื่องที่นักการตลาดต้องเข้าใจเอาไว้ให้ได้

STEP 01

โฆษณาใน Google จะให้ผลลัพธ์ที่ดียิ่งขึ้น

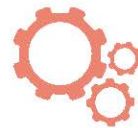
เพราะคนจะคลิกที่โฆษณามากยิ่งขึ้น ทำให้เกิด Traffic เข้าสู่เว็บไซต์ของเราได้มากยิ่งขึ้น อัตราการคลิกที่สูงขึ้นซึ่งมีปัจจัยที่เกี่ยวข้อง เช่น โฆษณามีรูปร่างหน้าตาเหมือนผลการค้นหาปกติ ค้นหาผ่าน Smartphone มากยิ่งขึ้น และการแสดงผลโฆษณาที่อยู่ในส่วนด้านบนก็กินพื้นที่การแสดงผลเวลาค้นหาในมือถือแทบจะทั้งหมด (จะขยายความในหัวข้อถัดไป)



STEP 02

คนจะเปิดรับโฆษณามากยิ่งขึ้น

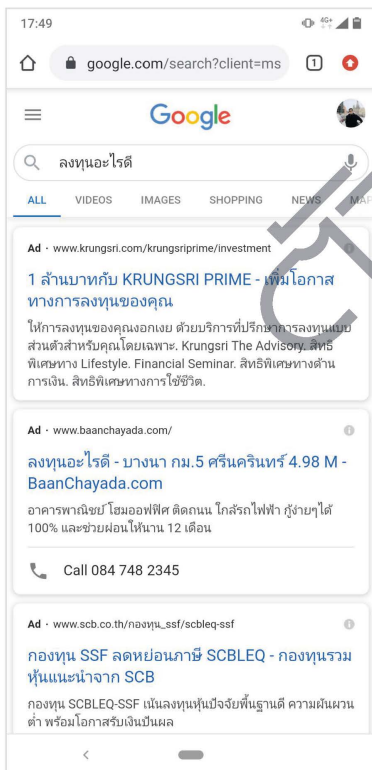
ด้วยการอัปเดตต่างๆ จะทำให้โฆษณามีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น แม่นยำมากยิ่งขึ้น รวมถึงการควบคุมคุณภาพของโฆษณาที่ Google เข้มงวดยิ่งขึ้น ทำให้ผู้ใช้งานได้รับโฆษณาที่ตรงความสนใจตัวเองมากยิ่งขึ้น แน่นอนว่าจะทำให้ผู้ใช้งานทั่วไปเปิดรับโฆษณามากยิ่งขึ้น ไม่เลื่อนหน้าจอข้ามโฆษณาไปอย่างรวดเร็วเหมือนในอดีต



ตำแหน่งของโฆษณาที่ทำให้ผู้ลงโฆษณาได้เฮกันสุดเสียง

นอกจากการเปลี่ยนแปลงการแสดงผลของโฆษณาที่ดูเหมือนผลการค้นหาปกติมากยิ่งขึ้นแล้ว ตำแหน่งที่โฆษณาแสดงก็ยังส่งผลต่อประสิทธิภาพของโฆษณาด้วย อย่างที่เราเรารู้กันดีว่าปัจจุบันคนนิยมใช้ Google ใน Smartphone มากกว่าใน Desktop มาก และด้วยความที่โฆษณาของ Google จะแสดงอยู่ด้านบนสุดและจะแสดงขึ้นมาได้สูงสุด 4 อัน สิ่งที่เกิดขึ้นก็คือ มันจะส่งผลกระทบต่อมุมมองเห็นโฆษณามากๆ

ลองดูจากภาพตัวอย่างนี้ เป็นการค้นหาใน Keyword คำว่า “ลงทุนอะไรดี” คุณจะเห็นว่าผลลัพธ์ที่แสดงขึ้นมาในหน้าจอนี้มีแต่ผลการค้นหาที่เป็นโฆษณา กว่าเจ็ดผลการค้นหาแบบปกติก็ต้องเลื่อนหน้าจอลงไปไกลเลย และโดยปกติคนมีแนวโน้มที่จะกดเข้าไปในเว็บไซต์ที่อยู่ในอันดับต้นๆ มากกว่าเลื่อนหน้าจอลงไปด้านล่าง

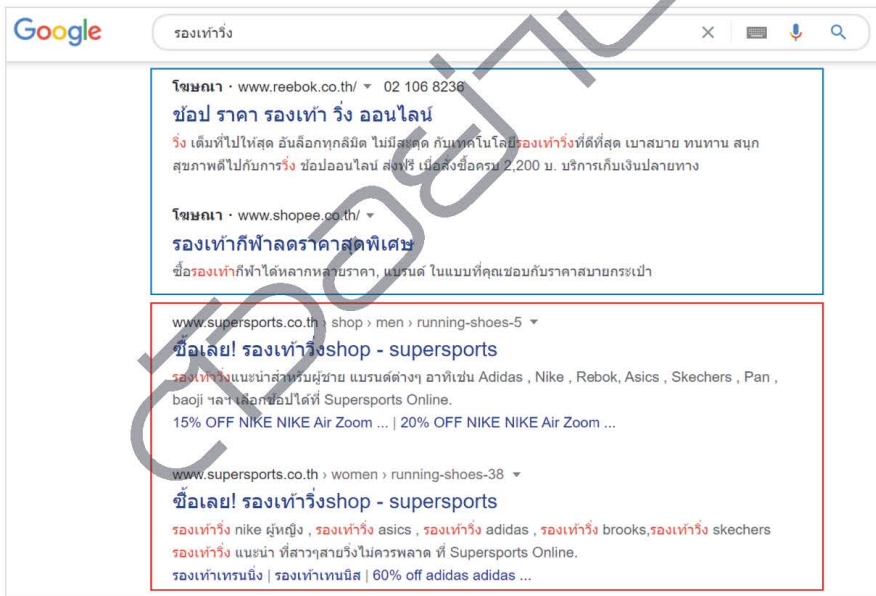


ถ้าเราเขียนข้อความโฆษณาได้ตรงกับความสนใจของผู้ค้นหา ก็มีสิทธิ์ที่เขาจะคลิกโฆษณาของเราโดยไม่สนใจว่ามันเป็นโฆษณาหรือเป็นผลการค้นหาปกติด้วยซ้ำ

ดังนั้น คงไม่ผิดนักถ้าจะบอกว่า ถ้าหากคุณไม่ทำโฆษณา ลูกค้าของคุณอาจจะเห็นโฆษณาของคู่แข่งก่อน และโดนคู่แข่งตัดหน้าแย่งลูกค้าไปก่อนที่จะเขาจะเห็นเว็บไซต์ของคุณด้วย ดังนั้น การทำโฆษณา Google Ads จึงเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้ในยุคปัจจุบัน ถ้าธุรกิจของคุณที่มีเว็บไซต์แล้ว (หรือแม้แต่เว็บไซต์ขายของง่ายๆ ที่คุณทำสนุกๆ เป็นงานอดิเรก) แต่ยังไม่มีการทำโฆษณาใน Google Ads ก็คงถึงเวลาที่ควรต้องเริ่มทำโฆษณาใน Google Ads กันได้แล้ว

ทำความเข้าใจก่อนลงโฆษณากับ Google Ads

Google Ads คือเครื่องมือที่ช่วยให้เราสามารถซื้อโฆษณาเพื่อแสดงเว็บไซต์ของเราในแถบโฆษณาที่อยู่ด้านบนผลการค้นหาแบบปกติได้ โฆษณาของเราจะแสดงเฉพาะเมื่อมีการค้นหาใน Keyword ที่เรากำหนดเอาไว้เท่านั้น ไม่ใช่แสดงมั่วๆ และยังเป็นการซื้อพื้นที่โฆษณาที่เราสามารถกำหนดงบประมาณรายวันได้ ในภาพด้านล่างนี้การบอัสแดงเป็นผลการค้นหาปกติ ส่วนกรอบสีน้ำเงินคือผลการค้นหาแบบโฆษณาที่เราจะต้องสร้างขึ้นมากในเครื่องมือ Google Ads



การลงโฆษณาผ่านเครื่องมือ Google Ads โฆษณาจะถูกแสดงอยู่ในกรอบสีน้ำเงินซึ่งจะอยู่ในแถบด้านบนของผลการค้นหาปกติ และอย่างที่ได้อธิบายไว้ว่าโฆษณาจะแสดงก็ต่อเมื่อมีผู้ค้นหาทำการค้นหาโดยใช้ Keyword ที่ผู้ลงโฆษณาได้ทำการซื้อเอาไว้กับทาง Google Ads แล้วเท่านั้น เพราะฉะนั้นคุณสามารถที่จะเลือกซื้อ Keyword ที่ตรงกับธุรกิจของคุณมากที่สุดได้ จึงทำให้มีโอกาสเข้าถึงลูกค้าที่มีความต้องการในสินค้าและบริการของคุณจริงๆ

Google Display Network อีกหนึ่ง ความสุดยอดของ Google Ads

นอกจากโฆษณาแบบข้อความที่แสดงในหน้าผลการค้นหาของ Google แล้ว Google Ads ยังมีรูปแบบโฆษณาอื่นให้เลือกใช้ด้วย เช่น โฆษณาแบบดิสเพลย์ หรือโฆษณาแบบรูปภาพ ที่ได้รับความนิยมจากผู้ทำโฆษณาอย่างกว้างขวางเช่นกัน

โดยโฆษณารูปแบบนี้จะไปแสดงเป็นป้ายโฆษณา (Banner) อยู่ในเว็บไซต์อื่นที่อยู่ในเครือข่าย Google Display Network ซึ่งเป็นเครือข่ายที่รวบรวมเว็บไซต์ทั้งหมดที่เป็นพันธมิตรกับ Google

การลงโฆษณาผ่าน Google Display Network คุณสามารถที่จะเข้าถึงลูกค้าได้เป็นจำนวนมากมหาศาล เพราะเว็บไซต์ที่อยู่ในเครือข่ายนี้มีเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งเว็บไซต์ยอดฮิตจำนวนมากในเมืองไทยก็อยู่ในเครือข่ายนี้เช่นกัน

เหมาะกับนักโฆษณาที่ต้องการสร้างการรับรู้ให้กับแบรนด์ในวงกว้าง อีกหนึ่งเว็บไซต์ที่อยู่ในเครือข่ายของ Google ก็คือ SiamSport ในกรอบสีแดงเป็นโฆษณาแบบดิสเพลย์ที่เข้ามาแสดงในเว็บไซต์นี้

The screenshot shows a Thai sports website with a large banner for SiamSport. The banner features a man in a red jersey with the name 'VIRGIL' and the number '4' on the back. The text on the banner reads 'เด็กเกร็ดบอล' (Kids Sports News) and 'แก้ปัญหาริ "ฟานโดค" (Solving the "Phan Dok" problem). Below the banner, there is a headline: 'ถือเป็นข่าวร้ายของ ลิเวอร์พูล เลยทีเดียว หลังจากที่ เฟอร์กี้ ล ฟาน โดค กองหลังคนสำคัญมีอาการเอ็นไขว้หน้าข้อเข่าฉีกจากเกม พรีเมียร์ลีก อังกฤษ นัดเมอร์ซีย์ไซด์ ดาร์บี้แมตช์ ที่บุกไปเสมอกับ เอฟเวอร์ตัน 2-2 เมื่อวันที่ 17'. To the right of the main banner, there is a smaller advertisement for SiamSport, which features a man holding a water bottle and the text 'จะที่บ้าน หรือสำนักงาน' (At home or office). Below this, there are several product listings from Shopee, including an iPad Gen7 (32Gb) for 10,350, Bose SoundSport for 5,260, and an Apple Watch for 22,940. The SiamSport logo is visible in the bottom right corner of the advertisement area.

แถบโฆษณาในเว็บไซต์
SiamSport

โฆษณาแบบอีเมลใน Gmail

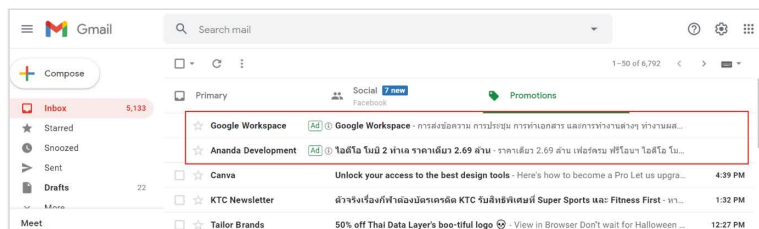
อีกหนึ่งเรื่องที่ถูกเพิ่มเข้ามาในหนังสือเล่มนี้ก็คือ Gmail Ad ซึ่งจะเป็นโฆษณาในรูปแบบอีเมลที่แสดงผลอยู่ใน Gmail บริการ Free email ที่อยู่ในเครือของ Google เวลาที่เราเปิดเข้าไปใช้งาน Gmail ถ้าเราคลิกเข้าไปใน Tab ที่ชื่อ Social และ Promotion เราจะเห็นว่าด้านบนเป็นโฆษณาแบบอีเมล เมื่อคลิกเข้าไปแล้วจะมีรูปร่างหน้าตาคล้ายกับอีเมลทั่วไป สามารถโปรโมทสินค้าและบริการได้ ใส่ปุ่มคลิกเข้าไปที่เว็บไซต์ได้ แน่นอนว่าเราสามารถทำโฆษณาไปยัง Gmail ได้ผ่านการสร้าง Campaign โฆษณาใน Google Ads และเราจะได้เรียนรู้กันในหนังสือเล่มนี้ด้วยครับ

ข้อดีของโฆษณา Gmail Ad นี้คือการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เป็นลูกค้าสายธุรกิจได้ง่าย หรืออาจจะเป็นผู้ใช้งานทั่วไปแต่อยู่ในโมเมนต์ที่เขากำลังตัดสินใจเรื่องงานหรือธุรกิจอยู่ เพราะโดยปกติแล้วคนที่ชอบเปิดเช็คอีเมลส่วนใหญ่ก็มักจะเป็นการเปิดเข้ามาดูเรื่องงานเป็นหลัก หรือเข้ามาใช้งานเพื่อการติดต่ออะไรที่ค่อนข้างเป็นทางการ ดังนั้น การทำโฆษณา Gmail จึงเหมาะกับธุรกิจจำพวก B2B, B2C, B2B2C เป็นส่วนใหญ่ เราจึงมักจะเห็นโฆษณาที่มาจากธุรกิจ ใน Gmail Ad นี้กันอยู่บ่อยๆ

ความแตกต่างที่หลายคนมักจะเข้าใจผิดคือพอได้ยินว่า Gmail Ad เป็นโฆษณาในรูปแบบอีเมลจดหมาย หลายคนจะเข้าใจว่าเป็นการส่งอีเมลจดหมายไปยัง Inbox ของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งจริงๆ แล้วมันไม่มีการส่งจดหมายใดๆ ทั้งสิ้น

เป็นเพียงแค่การสร้างโฆษณาที่มีหน้าตาคล้ายอีเมลจดหมายแล้วไปแสดงอยู่ด้านบนของจดหมายอื่นๆ เท่านั้น

ดังนั้น จึงไม่ต้องกังวลว่าโฆษณาแบบนี้จะไปสร้างความรำคาญให้ลูกค้า ไม่ต้องกลัวว่ามันจะสร้างภาพลักษณ์ว่าบริษัทคุณเป็นสแปมด้วยการถล่มส่งจดหมายไปหาลูกค้าเพราะทาง Google เองก็คิดถึงจุดนี้เอาไว้แล้ว จึงไม่ได้ทำให้โฆษณาใน Gmail เป็นรูปแบบโฆษณาที่เราสามารถส่งจดหมายไปหาลูกค้า แต่แทนที่ด้วยการแทรกโฆษณาในตำแหน่งที่ดูกลมกลืนแทน ในกรณีที่ผู้อ่านอยากจะส่งอีเมลโฆษณาเข้าไปยัง Inbox ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย คุณจะต้องอาศัยการทำ EDM หรือ Email direct marketing แทน



ลงโฆษณากับ Google Ads แพงหรือเปล่า

อีกหนึ่งคำถามยอดฮิตคงหนีไม่พ้นเรื่องราคาในการทำโฆษณา หลายคนมักจะเกิดความสงสัยว่า การลงโฆษณากับ Google Ads แพงหรือเปล่า? คำตอบคือไม่แพงเลยเพราะการลงโฆษณากับ Google Ads นั้นเป็นช่องทางที่ค่อนข้างประหยัดและราคาถูกมาก อีกทั้งยังสามารถกำหนดงบประมาณสูงสุดต่อวันได้อีกด้วย

การลงโฆษณาใน Google Ads นั้นคิดราคาแบบ Pay Per Click (PPC) หมายความว่าเราจะเสียเงินเฉพาะเมื่อมีคนคลิกที่โฆษณาเข้ามาที่เว็บไซต์ของเราเท่านั้น ถ้าไม่มีคนคลิกที่โฆษณาของเราเลยก็ไม่ต้องเสียเงิน พูดง่ายๆ ว่า Google จะคิดเงินกับเราเป็นราคาต่อคลิกไม่ใช่ระยะเวลาที่โฆษณาแสดงเหมือนการซื้อป้ายโฆษณาทั่วไปตามเว็บไซต์ ยิ่งมีคนคลิกเยอะก็จะต้องเสียเงินเยอะ แต่ถ้ามีคนคลิกน้อยก็เสียเงินน้อย

แต่ราคาค่าคลิกแต่ละครั้งจะไม่เท่ากันเพราะราคาจะถูกคำนวณจากการประมูลแข่งขันกับผู้ลงโฆษณารายอื่น ซึ่งราคาค่าคลิกจะเป็นเท่าไรก็ขึ้นอยู่กับว่า Keyword คำนั้นยอดนิยมมากแค่ไหน เพราะอย่างที่ยกตัวอย่างราคาคลิกจะต้องผ่านการประมูลแข่งขันกับผู้ลงโฆษณารายอื่นๆ อีกที ทำให้ถ้าเป็น Keyword คำที่ฮิตมากๆ ก็จะมีการประมูลแข่งขันกันสูงมากขึ้นไปด้วย ส่งผลให้ราคาที่จะแพงขึ้นตามไปด้วย เป็นไปตามหลักอุปสงค์อุปทานนั่นเอง

ยกตัวอย่างง่ายๆ Keyword คำว่า “ขายรถมือสอง” เป็นอีกหนึ่ง Keyword ที่มีการแข่งขันสูง มีการประมูลจากผู้ลงโฆษณาหลายคน ทำให้ราคาต่อ 1 คลิกจึงสูงขึ้นตามไปด้วย

☐ Keyword (by relevance) ↓	Avg. monthly searches	Competition	Ad impression share	Top of page bid (low range)	Top of page bid (high range)
Keywords you provided					
☐ ขาย รถ มือ สอง	22,200 	Medium	—	THB3.22	THB52.73
Keyword ideas					
☐ ราคา รถ มือ สอง	18,100 	Medium	—	THB1.42	THB5.12
☐ ขาย ดี ดี ๑ ๓ คอม รถ มือ สอง	3,600 	Low	—	THB1.83	THB17.71
☐ รถ บ้าน มือ สอง	12,100 	Medium	—	THB1.35	THB7.87

แล้วการทำโฆษณา Google Ads กับ SEO ต่างกันอย่างไร

ถ้าใครที่อยู่ในแวดวงการตลาดออนไลน์น่าจะเคยได้ยินคำว่า SEO กันมาบ้าง SEO ก็คือการปรับแต่งเว็บไซต์และสร้างเนื้อหาในเว็บไซต์เพื่อให้ติดอันดับใน Search Engine เวลาที่มี User ค้นหาด้วย Keyword ที่เกี่ยวข้องกับเว็บไซต์ของเรา ในบริบทของประเทศไทยเวลาเราพูดถึง Search Engine เราจะหมายถึงการปรับแต่งเว็บไซต์เพื่อ Google เป็นหลัก เพราะ Google เป็น Search Engine ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในประเทศไทย (ครองส่วนแบ่งแทบจะ 100%)

ข้อดีของ SEO ก็มันเป็นช่องทางการตลาดที่คุณไม่จำเป็นต้องจ่ายเงินเพื่อทำโฆษณาเลย อาศัยความรู้และเข้าใจหลักการ SEO คุณก็สามารถที่จะทำให้เว็บไซต์ติดอันดับใน Google และนำพากลุ่มเป้าหมายเข้ามาในเว็บไซต์ได้เป็นจำนวนมากโดยไม่ต้องจ่ายเงินค่าโฆษณาเลยแม้แต่บาทเดียว ดังนั้นถ้าคุณอยากทำเว็บไซต์ของคุณติดอันดับใน Google ได้แบบที่ไม่ต้องเสียเงิน การทำ SEO เป็นคำตอบที่จะช่วยให้คุณประหยัดเงินโฆษณาได้มหาศาล และจะช่วยเพิ่มลูกค้าเข้ามาในเว็บไซต์ได้เป็นจำนวนมาก

เว็บไซต์จำนวนมากที่กลายมาเป็นเว็บไซต์ขนาดใหญ่ได้ก็เพราะมีการทำ SEO ที่ดี ถ้าคุณไปดูรายชื่อ Top 10 เว็บไซต์ของประเทศไทย คุณจะเห็นว่าส่วนใหญ่แล้ว SEO คือ Channel หลักในการนำพาลูกค้าเข้าไปในเว็บไซต์เหล่านี้ คงไม่ผิดนักถ้าจะบอกว่าเว็บไซต์ของคุณเองก็จำเป็นต้องมีการทำ SEO เช่นเดียวกัน เพราะเมื่อถึงจุดหนึ่งทุกเว็บไซต์คงไม่สามารถอยู่ได้ด้วยวิธีการจ่ายเงินทำโฆษณาเพียงอย่างเดียว แต่ต้องมีช่องทางอื่นที่เป็น Organic เข้ามาเสริมด้วย

ส่วนข้อเสียของ SEO ก็คือ ต้องอาศัยความรู้และความเข้าใจในการทำ SEO และต้องใช้ระยะเวลาพอสมควรกว่าจะทำให้เว็บไซต์ติดอันดับ ถึงแม้ว่า SEO จะมีข้อดีเยอะมาก แต่มีข้อแม้ว่าคุณจะต้องมีสเกลมากพอที่จะทำ SEO ให้ติดอันดับด้วย เพราะถ้าคุณทำ SEO แล้วแต่ไม่ติดอันดับก็ไม่มีประโยชน์อะไร วิธีการทำ SEO นั้นก็ค่อนข้างยากและใช้เวลานาน ไม่เหมือนกับ Google Ads ที่สร้างแคมเปญโฆษณาเสร็จแล้ว โฆษณาก็แสดงขึ้นมาใน Google ได้เลย

ทั้งการทำ SEO และการซื้อโฆษณา Google Ads ทั้งคู่ต่างก็เป็นการดันเว็บไซต์ของเราให้ขึ้นไปอยู่ในผลการค้นหาอันดับต้นๆ ของ Google เหมือนกันทั้งคู่ เพียงแต่ความแตกต่างกันที่ตำแหน่ง จึงรับประกันได้ว่าเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ตรงกลุ่ม เมื่อทั้งคู่ต่างก็มีข้อดีและข้อเสียแตกต่างกันไป

SEO กับ Google Ads เลือกอะไรดี

คำถามที่อยู่ควบคู่กับการการตลาดออนไลน์มานานหลายปีก็คือ ถ้าเรามีการซื้อโฆษณา Google Ads อยู่แล้ว เรายังจำเป็นต้องทำ SEO อีกหรือเปล่า หรือในทางกลับกันถ้าเรามีการทำ SEO จนเว็บไซต์ของเราติดอันดับที่ดีใน Google ได้อยู่แล้ว เราจำเป็นต้องซื้อโฆษณาใน Google Ads หรือไม่ แม้ว่าทั้งคู่มีข้อดีข้อเสียแตกต่างกัน การลงมือทำทั้งคู่จะคุ้มค่าที่จะทำหรือไม่ สำหรับคำถามว่าเราควรเลือกทำ SEO หรือซื้อโฆษณาใน Google Ads ดี เป็นคำถามที่ผู้เขียนเจอมาโดยตลอด

คำตอบก็คือแนะนำให้ทุกเว็บไซต์ทำทั้ง SEO และ Google Ads ควบคู่กันไป เพราะทั้งคู่จะช่วยส่งเสริมซึ่งกันและกัน และในโลกธุรกิจจริงๆ เกือบทุกองค์กรก็จะมีการซื้อโฆษณา Google Ads ควบคู่ไปกับการทำ SEO ขอสรุปเหตุผลให้ดังต่อไปนี้

01

การที่เราทำทั้ง SEO และซื้อโฆษณา Google Ads จะช่วยให้เราเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากยิ่งขึ้น ในบาง Keyword ที่เราทำ SEO ไม่ติดอันดับ เราอาจจะต้องซื้อโฆษณาใน Google Ads เข้ามาเสริมด้วย เพื่อไม่ให้เราเสียโอกาสที่จะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ Search ใน Keyword คำนั้นไป และในบาง Keyword ที่เราซื้อโฆษณาแล้ว แต่อาจจะประมูลต่ำกว่าคู่แข่ง ทำให้โฆษณาไม่ได้แสดงขึ้นมา แต่ถ้าหากว่าเรามีการทำ SEO ก็จะช่วยทำให้เว็บไซต์ของเรายังคงแสดงอยู่ในผลการค้นหาด้วย

02

ไม่พลาดทุกโอกาส โดยปกติแล้วลูกค้าแต่ละคนจะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ลูกค้าบางคนอาจจะชอบคลิกที่โฆษณา แต่ลูกค้าบางคนอาจจะชอบคลิกที่ผลการค้นหาแบบปกติ ถ้าคุณมีการทำทั้ง SEO และซื้อโฆษณา Google Ads คุณจะไม่มีพลาดลูกค้าเป้าหมายที่มีพฤติกรรมแตกต่างกันทั้ง 2 กลุ่มนี้

03

ช่วยปิดโอกาสที่จะโดนแย่งลูกค้า สมมุติว่าคุณทำธุรกิจขาย "อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์" ถ้าคุณทำ SEO จนเว็บไซต์ติดอันดับใน Keyword ที่เกี่ยวข้องได้แล้ว แต่ไม่ได้ซื้อโฆษณาใน Keyword คำนี้เอาไว้ คุณอาจจะโดนธุรกิจของคู่แข่งหลายๆ เจ้าปาดหน้าไปได้ด้วยการซื้อโฆษณา Google Ads แซงเว็บไซต์ของคุณขึ้นไป แล้วลูกค้าก็เลือกคลิกที่โฆษณาของคู่แข่งแทน การทำทั้ง SEO และ Google Ads จึงช่วยปิดจุดนี้ได้

04

ถ้าคุณซื้อโฆษณา แต่ไม่มีการทำ SEO คุณจะจ่ายเงินทั้งหมดเพื่อดึงดูดลูกค้าเข้ามาในเว็บไซต์ แต่การทำ SEO จะช่วยประหยัดค่าโฆษณาของคุณลงได้ เพราะลูกค้าบางคนอาจจะมาคลิกที่ผลการค้นหาแบบปกติแทน และในระยะยาว SEO เป็นวิธีที่จะช่วยสร้างฐานลูกค้าให้กับเว็บไซต์ได้ในราคาที่ย่อมเยาถูกลง

Keyword แบบไหนที่เหมาะสมกับ Google Ads

การทำโฆษณาใน Google ads จะต้องมีการเลือก Keyword ที่เราจะซื้อเพื่อทำโฆษณา เมื่อกลุ่มเป้าหมายเข้ามาค้นใน Google ด้วย Keyword ที่เราซื้อเอาไว้แล้ว โฆษณาของเรา ก็จะแสดงขึ้นมา และเขาก็มีโอกาสที่จะคลิกเข้ามาในเว็บไซต์ของเราเพื่อทำอะไรบางอย่างที่เราต้องการ เช่น สั่งซื้อสินค้า ลงทะเบียน สมัครใช้บริการ หรืออาจจะแค่อ่านข้อมูลที่เราเขียนโปรโมทสินค้าเอาไว้

Keyword จึงกลายเป็นส่วนสำคัญของการทำโฆษณา Google เพราะถ้าคุณเลือกซื้อ Keyword ที่ตรงกับสินค้าและบริการของคุณ และยังเป็น Keyword ที่คุณมั่นใจว่าจะช่วยนำพากลุ่มเป้าหมายที่มีโอกาสเป็นลูกค้าเข้ามาในเว็บไซต์ได้ คุณก็จะมีโอกาสที่จะปิดการขายได้มากยิ่งขึ้นด้วย (และกิจกรรมอื่นๆ ที่กล่าวไปข้างบน)

ยกตัวอย่างเช่น ถ้าคุณทำเว็บไซต์เพื่อจำหน่ายน้ำยาล้างรถให้ลูกค้าสามารถสั่งซื้อผ่านช่องทางออนไลน์ การซื้อ Keyword คำว่า “ซื้อน้ำยาล้างรถ” จะช่วยให้คุณมีโอกาสที่จะปิดการขายได้มากกว่า “ล้างรถให้เงา” เพราะคนที่ค้นหาว่า “ซื้อน้ำยาล้างรถ” คือคนที่แสดงถึงความต้องการที่จะซื้อน้ำยาเพื่อมาล้างรถ มากกว่าคนที่ค้นหาด้วยคำว่า “ล้างรถให้เงา” ที่ค้นหาเพื่อที่จะหาข้อมูลเท่านั้น

แต่ก็ไม่ได้หมายความว่า “ซื้อน้ำยาล้างรถ” เป็น Keyword ที่ดีกว่า “ล้างรถให้เงา” เพราะมันขึ้นอยู่กับประเภทของเว็บไซต์ด้วย ถ้าเว็บไซต์ของคุณเป็น Community website ที่เน้นการทำ Content เพื่อให้ข้อมูล การดูแลรักษารถยนต์ ไม่ได้มีการขายสินค้าใดๆ ในเว็บไซต์ แต่ต้องการให้คนเข้ามาอ่าน Content ที่อยู่ในเว็บไซต์ “ล้างรถให้เงา” ก็จะเป็น Keyword ที่ดีกว่า “ซื้อน้ำยาล้างรถ” ในกรณีแบบนี้เราเรียกว่าเป็น Keyword ที่ตรงจุดประสงค์ของเว็บไซต์

Keyword ที่เหมาะกับ Google Ads คือ Keyword ที่แสดงออกถึง “ความต้องการในสินค้า” หรือ “ความต้องการที่จะแก้ปัญหา” ที่ลูกค้าสามารถค้นหาสิ่งที่เขาต้องการได้ในเว็บไซต์ของเรา เพราะถ้าลูกค้ามีความต้องการที่จะซื้อสินค้าหรือกำลังประสบปัญหาอะไรบางอย่างที่อยากจะแก้ปัญหานั้นอยู่ เขายินดีที่จะคลิกเข้ามาในเว็บไซต์ ดังนั้น ประเภทของ Keyword ที่เหมาะกับการทำโฆษณาใน Google Ads จึงขึ้นอยู่กับประเภทของเว็บไซต์ที่จะทำโฆษณาด้วย

โดยมากแล้วเว็บไซต์ที่จะทำโฆษณาใน Google Ads มักจะเป็นเว็บไซต์ E-commerce ที่ขายสินค้า หรือ ไม่ก็เปิดให้สมัครใช้บริการ หรือ ไม่ก็ทะเบียนเพื่อแสดงความสนใจ ดังนั้น การซื้อ Keyword ส่วนใหญ่จึงมักจะเป็น Keyword ที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกรรมซื้อขายเสียเป็นส่วนใหญ่ ส่วน Keyword ที่เน้นการค้นหาข้อมูล มักจะเป็นการทำ SEO แทน ดังนั้น ถ้ามองในมุมนี้ Keyword ที่ไม่เหมาะกับ Google Ads สำหรับเว็บไซต์ E-commerce ก็คือ Keyword ที่แสดงออกถึง “การค้นหาข้อมูล” เพราะส่วนใหญ่แล้วคนที่ค้นหาข้อมูลมักจะไม่ได้สั่งซื้อ และผู้ค้นหาจะชอบคลิกที่ผลการค้นหาแบบปกติที่ได้จากการทำ SEO มากกว่าด้วย

ใช้ Google Ads ต้องเตรียมอะไรบ้าง

ตอนนี้ผู้อ่านก็น่าจะรู้จัก Google Ads กันในเบื้องต้นกันแล้วว่ามันคืออะไร ใช้ทำอะไรได้ ก่อนที่จะเริ่มต้นทำโฆษณาใน Google Ads คุณจำเป็นต้องมี 3 สิ่งนี้เสียก่อน

Google Account (หรือ Gmail นั้นเอง)

การใช้งาน Google Ads นั้นจำเป็นที่จะต้องมีการมี Google Account เสียก่อน หรือถ้าใครเคยใช้ Gmail อยู่แล้วก็สามารถที่จะนำมาใช้ได้เลย ส่วนใครที่ยังไม่มีก็สมัครตามขั้นตอนนี้ได้เลย

- 01 ไปที่ <https://accounts.google.com/SignUp>
- 02 ในกรอบทางด้านซ้ายให้กรอกข้อมูลให้ครบทุกช่องแล้วกดที่ปุ่มถัดไป
- 03 ทำตามคำแนะนำของระบบไปเรื่อยๆ เพียงแค่นี้คุณก็ได้ Google Account ซึ่งสามารถที่จะนำไป Log in เพื่อใช้บริการของ Google ได้ทุกอย่างแล้ว



สร้างบัญชี Google

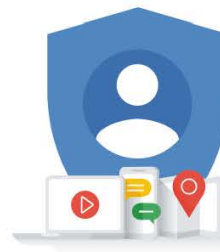
คุณใช้ตัวอักษร ตัวเลข และจุดได้

[ใช้ที่อยู่อีเมลปัจจุบันแทน](#)

ใช้อักษร 8 ตัวขึ้นไปมีทั้งตัวอักษร ตัวเลข และสัญลักษณ์ผสมกัน

ลงชื่อเข้าใช้แทน

ถัดไป



มีเพียงบัญชีเดียวที่เข้าถึงทุกผลิตภัณฑ์และบริการของ Google ได้

บัตรเครดิต หรือบัตรเครดิตเสมือน

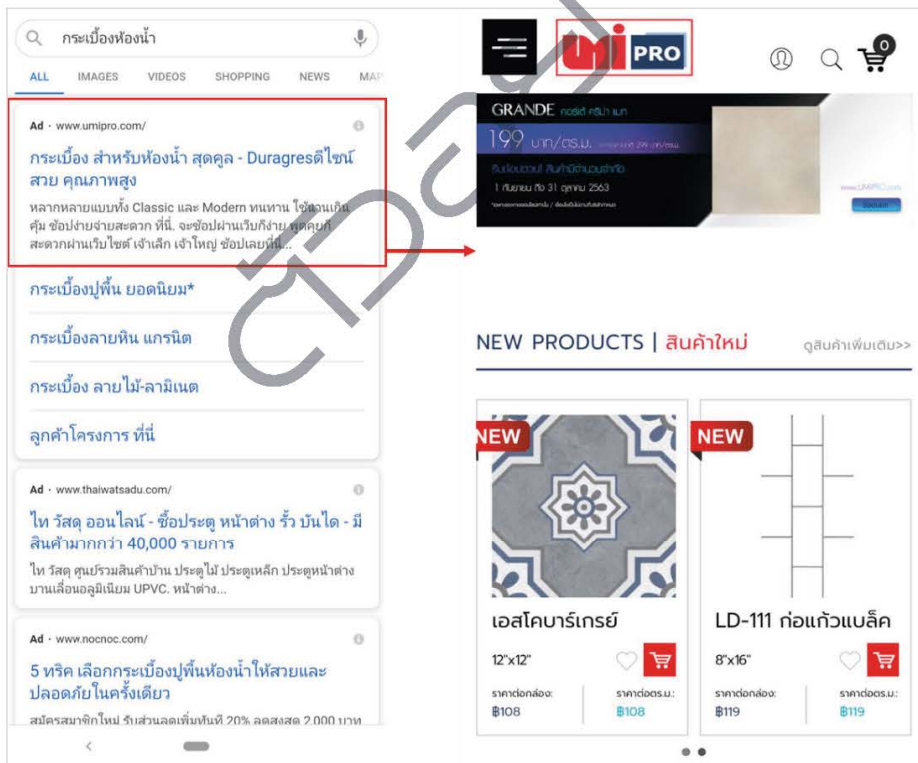
เนื่องจากเราเป็นผู้ลงโฆษณารายย่อย และ Google เป็นบริษัทที่ให้บริการทางอินเทอร์เน็ต เราจึงจำเป็นต้องใช้บัตรเครดิตเพื่อชำระค่าโฆษณาให้กับ Google ถ้าไม่มีบัตรเครดิต แนะนำให้สมัครบัตรเครดิตเสมือนของธนาคารกสิกรไทย K cyber banking หรือบางท่านอาจจะสะดวกที่จะใช้บัตรเครดิตก็ได้เช่นกัน ในปัจจุบันมีตัวเลือกมากมายที่ทดแทนบัตรเครดิตได้ ลองสอบถามธนาคารที่ท่านใช้บริการเป็นประจำได้



เตรียมหน้าเว็บไซต์สำหรับทำโฆษณา

การทำโฆษณาใน Google Ads เราจะต้องเตรียมเว็บไซต์เอาไว้สำหรับทำโฆษณา หรือถ้าไม่มีเว็บไซต์ และใช้ Facebook page เป็นที่ค้าขายหลัก ก็สามารถโฆษณาบน Google ได้ ประเด็นสำคัญคือ โฆษณาใน Google คุณไม่สามารถสร้างขึ้นได้โดยไม่มีเว็บไซต์ (ถ้าไม่มีเว็บไซต์แล้วผู้ค้นหาจะคลิกไปที่ไหน) นอกเหนือจากเว็บไซต์แล้วยากให้ผู้อ่านได้รู้จักคำว่า Landing Page กันด้วย

หน้า Landing Page ก็คือหน้าเว็บไซต์ที่เราจะใช้สำหรับลงโฆษณานั้นเอง เป็นหน้าเว็บไซต์ที่แสดงขึ้นมาในทันทีหลังจากที่ผู้ค้นหาคลิกที่โฆษณาของเราแล้ว อยากให้เตรียมหน้า Landing Page ไว้ให้พร้อมว่าจะโปรโมทหน้าเพจไหนในเว็บไซต์บ้าง เพราะการลงโฆษณากับ Google Ads สามารถโฆษณาได้หลายหน้าและไม่จำเป็นต้องเป็นหน้า Homepage เท่านั้น



คุณจะได้เจออะไรในหนังสือเล่มนี้บ้าง

หนังสือเล่มนี้แบ่งออกเป็น 10 บทด้วยกัน ผู้เขียนได้จัดเรียงเนื้อหาตามลำดับของสิ่งที่คุณควร จะรู้เพื่อที่จะทำให้คุณสามารถใช้งาน Google Ads ได้อย่างเชี่ยวชาญจริงๆ อยากแนะนำว่าคุณไม่ควร เปิดข้ามเนื้อหาไปอ่านบทหลังก่อน เข้าใจดีว่าในช่วงแรกๆ ผู้เขียนอาจจะเดินเรื่องช้าไปสักหน่อย ผู้อ่าน หลายคนอาจจะเริ่มสร้างแคมเปญโฆษณากันตั้งแต่ตอนนี้เลย แต่เชื่อผู้เขียนว่าเรื่องพื้นฐานหลายเรื่อง นั้นเป็นประโยชน์มากๆ มันจะช่วยจัดลำดับความเข้าใจที่ถูกต้องให้กับคุณได้ด้วย

ในบทที่ 1 นี้ ได้เล่าไปแล้วว่าทำไมถึงต้องใช้งาน Google Ads และเพราะอะไรมันจึงควรเป็นหนึ่งใน ช่องทางการตลาดที่ธุรกิจของคุณต้องให้ความสำคัญ คุณจะเรียนรู้วิธีการใช้งาน Google Ads ในส่วน อื่นของหนังสือเล่มนี้มากมายหลายเรื่อง เราไปดูรายละเอียดคร่าวๆ กันเลย

บทที่ 2 เราจะเริ่มต้นเปิดบัญชี Google Ads กันในบทนี้ เพื่อที่จะได้ลองเช็คตัวเลือกส่วนสำคัญต่างๆ

บทที่ 3 Keyword คือสิ่งที่สำคัญต่อการทำโฆษณา Google มาก ต้องบอกว่ามากถึงมากที่สุด ดังนั้นเราจะให้พื้นที่หนึ่งบทเต็มเพื่ออธิบายว่าเราจะหา Keyword มาทำโฆษณาได้อย่างไร และมีหลักการ วิธีการเลือก Keyword แบบไหนที่คุณควรรู้

บทที่ 4 เป็นเนื้อหาส่วนที่ทำให้หลายท่านซื้อหนังสือเล่มนี้ เพราะเราจะเริ่มเข้าสู่ขั้นตอนการสร้าง โฆษณา Google Ads ซึ่งผู้เขียนได้ใส่รูปภาพและคำอธิบายเอาไว้อย่างละเอียดสำหรับแต่ละขั้นตอนที่ต้อง ทำ เพื่อให้คุณสามารถสร้างแคมเปญโฆษณาเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของคุณได้

บทที่ 5 นอกจากโฆษณาแบบค้นหาแล้ว ภายใน Google Ads ยังมีโฆษณาอีกหนึ่งรูปแบบที่ได้รับความนิยมมากเช่นกัน นั่นก็คือโฆษณาแบบ디สเพลย์ เราจะใช้เนื้อหาในบทนี้มาดูกันว่าวิธีการสร้างแคมเปญ โฆษณาแบบ디สเพลย์นั้นทำอย่างไร เนื้อหาในบทนี้ยังรวมถึงโฆษณาแบบ Gmail Ad ด้วย

บทที่ 6 หลังจากที่เราสร้างโฆษณาแบบต่างๆ กันไปแล้ว ตอนนี้ผู้อ่านหลายๆ คนจะเริ่มสนุกกับการสร้างโฆษณาจริงๆ ส่วนที่สำคัญในลำดับมากก็คือ การวัดผลโฆษณา เราจะมาดูกันว่าเมื่อเราจ่ายเงินทำโฆษณาออกไปแล้ว ผลลัพธ์ที่ได้กลับมานั้นเป็นอย่างไร

บทที่ 7 เนื้อหาในบทนี้ค่อนข้างยาก แต่ก็เป็นประโยชน์สำหรับการทำโฆษณาในยุคปัจจุบันมาก นั่นก็คือการทำ Conversion tracking เพื่อวัดผลโฆษณาเชิงลึก รวมถึงการทำ Remarketing ซึ่งเป็นเทคนิคหนึ่งในการทำโฆษณาที่ให้ผลลัพธ์ที่ยอดเยี่ยมมาก

บทที่ 8 การประมูลโฆษณาก็เป็นอีกหนึ่งเรื่องที่มีความสำคัญมากในการทำโฆษณา Google Ads ซึ่งถ้าจะพูดกันตามตรงมันเป็นเรื่องที่ยากพอสมควรเลยทีเดียว เพราะมีรูปแบบในการประมูล เทคนิคในการใส่ราคาประมูลมากมาย ผู้เขียนรวบรวมเอาไว้ทั้งหมดในบทนี้แล้ว

บทที่ 9 การประมูลแบบ CPA เป็นอีกหนึ่งเรื่องที่คุณทำโฆษณา Google เมื่อใหม่ไม่ค่อยได้ใช้งานกันทั้งที่จริงแล้วมันค่อนข้างมีประโยชน์มาก จะว่ายากก็ยาก แต่ก็ไม่ได้ยากจนเกินไป ผู้เขียนขยับเอาบทนี้มาอยู่ท้ายเล่ม จะได้ไม่ให้ความยากของมันทำลายกำลังใจของผู้อ่านไปเสียก่อน

บทที่ 10 บทสุดท้ายของหนังสือเล่มนี้จะรวบรวมสิ่งที่คุณควรรู้ ซึ่งแน่นอนว่าจะเป็นประโยชน์มากในการทำโฆษณา และยังได้คัดเอาเทคนิคที่ได้ใช้งานจริงมาแชร์เอาไว้ปิดท้ายหนังสือเล่มนี้ด้วย

เมื่ออ่านจนครบทั้ง 10 บทนี้แล้ว ผู้เขียนเชื่อว่าคุณสามารถใช้งาน Google Ads ได้อย่างคล่องแคล่ว และจะเข้าใจการใช้ Google Ads เชิงลึกได้มากกว่าหลายคนในประเทศนี้ด้วยซ้ำ ถ้าเป็นไปได้อยากจะให้คุณอ่านไปด้วยทำตามไปด้วย เพราะจากประสบการณ์ถ้าคุณอ่านไปด้วยพร้อมกับลงมือทำตามไปด้วยมันจะทำให้เห็นภาพมากยิ่งขึ้น ไม่ลืม ไม่ใช่แค่การจินตนาการตาม แต่ได้ลงจับเมาส์คลิกตามไปด้วยแน่นอนจะทำให้คุณเข้าถึงฟีเจอร์ต่างๆ ของ Google Ads ได้อย่างชัดเจนแน่นอน อ่านให้สนุกนะครับ

เปิดบัญชีโฆษณา Google Ads

2

Google

หลังจากที่ได้อ่านเนื้อหาในบทแรก ผู้อ่านคงจะพอรู้จักกันคร่าวๆ แล้วว่า Google Ads คืออะไร ใช้ทำการตลาดให้กับเว็บไซต์ของเราได้อย่างไร มีข้อดีอะไรบ้าง ทำไม Google Ads จึงควรอยู่ในแผนการตลาดของคุณ (หรือบริษัทของคุณ) และเพื่อให้เกิดความคุ้นเคยมากยิ่งขึ้น ในบทนี้จะพาผู้อ่านไปเริ่มต้นใช้งาน Google Ads กันจริงๆ ไปดูกันว่าเมื่อเปิดเข้าไปแล้วเครื่องมือจะมีรูปร่างหน้าตาอย่างไร แต่ละส่วนใช้ทำอะไร มีหน้าที่อะไร รวมถึงวิธีการสมัครใช้งานและตั้งค่าในเบื้องต้น

3

4

ถ้าคุณต้องการทำโฆษณาผ่าน Google Ads แบบได้ผล ยิ่งตรงเป้าหมาย ได้ยอดขายคุ้มกับการลงทุน คุณต้องอ่านเล่มนี้ เพราะนอกจากจะเป็นการเริ่มต้นอย่างถูกต้อง หรือบทควกว่าคุณเคยพลาดอะไรไปแล้ว มันยังมีการอัปเดตข้อมูลเชิงลึกใหม่ๆ สอดผสานกับประสบการณ์ในด้าน Digital Media อีกหลายปี มีเทคนิคดีๆ ที่ช่วยย่นระยะเวลา และยังไม่ต้องเสียเงินเสียค่าจ้างแบบที่ผมเคยพลาดมาก่อน

STEP 01

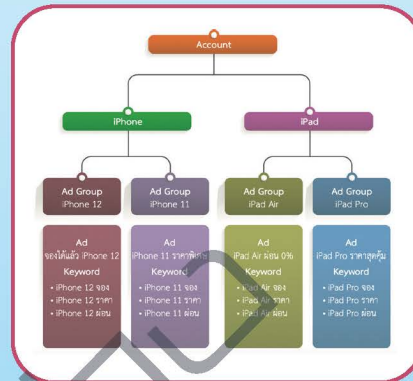
โฆษณา Google Ads มีขั้นตอนที่ชัดเจน เริ่มจากจะเลือกที่จะขายอะไรในขั้นต้น ทำได้ทั้ง Traffic เข้าสู่เว็บไซต์หรืออาจเป็นยอดขาย ซึ่งการเลือกที่จะใช้วิธีใดขึ้นอยู่กับข้อดีและข้อเสียของช่องทางนั้นๆ มาดูกันดีกว่า



STEP 02

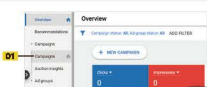
โฆษณาเป็นโฆษณาที่ขึ้นอยู่กับการแข่งขันกันเอง ฉะนั้นถ้าโฆษณาไม่เป็นที่น่าพอใจก็อย่าเพิ่งรีบร้อน ลองดูว่าโฆษณาของคุณมีอะไรที่แตกต่างจากคนอื่นหรือไม่ ถ้ามีก็ใช้มันให้เป็นประโยชน์ แต่ถ้าไม่มีก็ลองหาไอเดียใหม่ ๆ มาใช้ดู





สร้าง Campaigns

01. เข้าใช้งาน Google Ads โหมดวีธีแรกที่ใช้คลิกที่เมนู Campaigns ที่ปุ่มบนเมนูซ้ายมือ แล้วทำตามขั้นตอนตามหน้าจอที่แสดงมาเรื่อยๆ เราจะได้เห็นการตั้งค่าต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกัน



02. ในการสร้าง Campaign โหมดวีธีแรกที่ใช้คลิกที่ปุ่ม New Campaign ด้านบนซ้ายมือ แล้วเลือก New Campaign เพื่อสร้างแคมเปญใหม่



ความต้องการ



ต้องการให้โฆษณาขึ้นบนเว็บไซต์
ต้องการควบคุมงบประมาณในการโฆษณา
ต้องการให้ Conversion ไม่เกินที่กำหนด
ต้องการ Conversion และควบคุมขนาดคลิก
ต้องการ Conversion และควบคุมขนาดคลิก

รูปแบบการประมูล



Maximize Click
Manual CPC
Visible Impression
Maximize conversions
Enhanced CPC
Target CPA, Target ROAS

- o Google Ads กับตลาดยุคใหม่
- o ค้นหา Keyword สุดปังเอามาทำโฆษณา
- o สร้างแคมเปญและวิธีการเลือกใช้โฆษณารูปแบบต่างๆ ใน Google Ads
- o วัดผลลัพธ์ของโฆษณาและแนวทางการปรับปรุงโฆษณา
- o เจาะลึกการประมูลและการคิดราคา Google Ads
- o เทคนิค Conversion tracking และ Remarketing และเทคนิคขั้นสูงอื่นๆ