



Digital Marketing

: Concept & Case Study

Update Online Marketing Trend 2018

5G



© 2018 INFOPRESS. All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted, in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording, or by any information storage and retrieval system, without the prior written permission of INFOPRESS.

INFOPRESS: JALAN SUDIRTA NO. 100, JAKARTA BARAT, DKI JAKARTA 11510, INDONESIA

Content

ส - ร ชี ๗

2018 สឹกที่แบนด์ ไม่รู้ว่ก่าล้งแ่ง กับไคร

01

Chapter

สมรภูมิสู้ยิบตา

นิยามที่ผู้เขียนมอบให้การทำธุรกิจออนไลน์ใน พ.ศ. นี้

Shortcut

เริ่มต้นอย่างไรเมื่อต้องการพาหนะบนโลกออนไลน์ 40

2 โมเดลธุรกิจ ขายได้ VS ขายเป็น..... 42

Shortcut

วิวัฒนาการการทำตลาดออนไลน์..... 44

อย่าไว้ใจ อะไรมาก

02

Chapter

#พอสัม

แวนเท็กซ์ออนไลน์ในทวิตเตอร์

11.10.2017

Shortcut

Digital Marketing Tools 52

Content Marketing 53

Online PR 54

Website 55

Mobile & App Marketing 56

Social Media Marketing 57

E-mail Marketing 58

Shortcut

Keys to Success in 'Digital
Marketing' 63

Basic Marketing บทนี้ห้ามข้าม!

03

Chapter

มีความรู้เรื่อง "การตลาด"
ขายอะไรก็ขายได้

Shortcut

พื้นฐานการตลาดที่สิ่งที่คุณทำการตลาด
ออนไลน์.....71

Shortcut

ข้อดีเมื่อรู้เรื่อง "การตลาด".....72

Shortcut

เป้าหมายหลักในการทำการตลาด73

SWOT Analysis

ประเมินสภาพแวดล้อมทางการตลาด

S - Strengths	76
W - Weakness	76
O - Opportunities	77
T - Threats	77

Shortcut

SWOT.....78

กลยุทธ์ 4Ps

Product, Price, Place & Promotion

P-Product > ผลิตภัณฑ์	82
คุณสมบัติที่ทางผลิตภัณฑ์	
(Product Attribute)	84
องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์	
(Levels of Product / Product	
Component)	86
Product Life Cycle	88



ช่วงต่างๆ ของวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์89

P-Price > ราคา.....92

การตั้งราคาต่ำหรือราคาสูง.....94

P-Place.....96

P-Promotion97

กลยุทธ์ 4Cs เสริม 4Ps ให้ธุรกิจเข้มแข็ง
ยิ่งขึ้น.....98

C-Consumer ผู้บริโภค100

C-Cost ราคา.....100

C-Convenience ช่องทาง
จัดจำหน่าย100

C-Communications ช่องทางการ
สื่อสาร.....101

Shortcut

เรียนลัดกับ 4Cs..... 102

Shortcut

ความแตกต่างของ 4Ps & 4Cs..... 103

Consumer Behavior
พฤติกรรมผู้บริโภค' เรื่องที่ละเลยไม่ได้

Shortcut

ความหมายที่ซ่อนอยู่ใน 6W's 1H 109

Consumer Decision Process
กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

ช่วงก่อนซื้อ.....113

ช่วงกำลังซื้อ.....114

ช่วงภายหลังการซื้อ115

Content Marketing

คิดถึง คิดถึง คิดถึง

... คอนเทนต์ดีๆ

04

Chapter

สืบเสาะหาความอลหม่าน

กลุ่มเป้าหมายคือใคร.....	122
นำเสนออะไร.....	124
สื่อสารผ่านช่องทางไหนบ้าง.....	128
วัตถุประสงค์ที่เพี้ยนๆ.....	132
วิธีการนำเสนอ.....	134
ช่วงเวลาในการเผยแพร่.....	137
Video Content ที่สุดของคอนเทนต์ ใน พ.ศ. นี้.....	138

สร้างบรรทัดคอนเทนต์ อะไรก็ดีแต่ต้องให้ (ได้) ดี

Create.....	144
Brainstorm.....	144
Publish.....	145
Promote.....	145
Measure.....	145

Shortcut

องค์ประกอบสำคัญในการสร้าง Content Marketing.....	146
---	-----

Shortcut

กระบวนการสร้าง Content Marketing... ..	148
--	-----

Online PR สื่อสาร... สร้างสรรค์

05

Chapter

สื่อสารถึงคนไม่กว้างจริง

Shortcut

ประโยชน์ของการทำ Online PR..... 155

Online PR

มากกว่าข่าวที่ใครๆ ทำอะไร อย่างไร

Shortcut

Content PR ที่ดี..... 163

Website สร้างแบรนด์ & สร้างยอด

06

Chapter

เว็บไซต์ดีเป็นศรีแก่แบรนด์

สร้างความน่าเชื่อถือให้กับแบรนด์...170

ทำให้กลุ่มเป้าหมายรู้จักคุณมากขึ้น 172

เสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้กับแบรนด์...174

ช่วยสร้างการรับรู้ผ่านเว็บไซต์ Social
Media.....176

ไม่มีวันหยุด.....177

เพิ่มโอกาสในการเข้าถึงแบรนด์ได้
มากกว่า.....177

สร้าง Big Data ได้มากกว่า.....178

เว็บไซต์แบบวีรคๆ.....180

กำหนดกลยุทธ์เว็บไซต์..... 180

On Mobile.....	180
รวดเร็ว โหลดไว ไม่ต้องรอ.....	181
Layout.....	181
คุณภาพสูง.....	181
ใส่ใจกับสีส่วนที่บ่งบอกความเป็นคุณ.....	182
ไม่มี Call to Action.....	183
มีฟังก์ชันวิดีโอ.....	183
Social Button & Share Button.....	183
Contact Us.....	183
ใช้งานมาสเตอร์มีเดียซีพ.....	183

Shortcut

วัตถุประสงค์ของ Call to Action.....	188
-------------------------------------	-----

Mobile & Apps Marketing

07

Chapter

สามัญแต่ไม่ธรรมดา

Online คู่ Offline ด้วย
Mobile & Apps Marketing

Shortcut

ข้อดีของ Mobile Web.....	199
--------------------------	-----

Shortcut

ข้อดีของ Mobile Apps.....	200
---------------------------	-----

Social Media Marketing

08

Chapter

Social Media

ยุครุ่งไต่เพราะ Inside กลุ่มเป้าหมาย
ที่แท้จริง

Shortcut

เจาะกลยุทธ์ Social Media อย่างไร

ให้เวิร์ค..... 210

Shortcut

รับมือวิกฤต 'คอมเมนต์เชิงลบ'..... 212

แผนคือ 'ต้องมีแผน'

เปิดบัญชี Line@ สร้างการรับรู้ สร้างภาพ

เรียนรู้ สว่างยอดชาย..... 216

จัดโปรตามเทศกาล..... 218

โพสต์ที่อยุ่ชขาย..... 219

Offline สู Online และ Online สู

Offline..... 220

บอกเล่า Tips ต่างๆ..... 221

สร้างปฏิสัมพันธ์..... 227

โฆษณาสั้นๆ..... 225

Shortcut

30 Post Ideas โพสต์อะไรดีใน

1 เดือน..... 226

Shortcut

วัตถุประสงค์ในการโพสต์..... 228

E-mail Marketing พบกับคนที่ รักคุณจริง

09

Chapter

ลูกค้าคือคนเลือก
ไม่ใช่คุณ

วัตถุประสงค์ของอีเมล.....	234
รูปแบบในการนำเสนอสื่อ.....	235
ปุ่ม Call to Action ดึงดูดให้คลิก.....	235
มาตรฐานตัวอย่าง E-mail Marketing คุณภาพดี ๆ กัน.....	238

Shortcut

ทิศทางของการส่ง E-mail Marketing	242
--	-----

Shortcut

อะไรควร-ไม่ควร ในการส่ง E-mail Marketing	243
---	-----

Trends 2019

10

Chapter