



Digital Marketing

6th
Edition

Concept & Case Study
(Update 2019-2020)

872
202
2



ไลฟ์สไตล์คนเปลี่ยนไป สื่อออนไลน์ก็ค้องเปลี่ยนแปลง การทำการตลาดจึงต้องปรับเปลี่ยน
ตามสถานการณ์ออนไลน์ที่อัปเดตล่าสุด ต้นขอบข่ายให้เติบโต พร้อมสร้างแบรนด์ให้ยั่งยืน

โดย **ณัฐภา โสไพรัตน์** | ศาสตราจารย์ ดร. ปณิตดา วงศ์ผู้ดี

CHAPTER

01

Digital Marketing กับความท้าทายในปี 2019-2020 1

Set Zero เพราะ Digital Marketing..... 2
 3 ข้อควรระวังที่ธุรกิจบนโลกออนไลน์อย่าไรให้เร็วเกินไป
 Omni Channel ทำให้ลูกค้าไขว่คว้าแบรนด์ในทุกสื่อ...8
 Shortcut วิธีพัฒนาการตลาดทำการตลาดออนไลน์...10

CHAPTER

02

Basic Marketing การตลาดเข้าใจง่ายกว่าที่คุณคิด..... 13

'การตลาด' คือกลยุทธ์ที่นำไปสู่แบรนด์ระดับโลก 14
 Shortcut ข้อดีเมื่อรู้เรื่อง 'การตลาด' 16
 Shortcut เป้าหมายหลักในการทำการตลาด 17
 พื้นฐานการตลาดที่ต้องรู้ก่อนทำ
 Digital Marketing 18
 SWOT Analysis ประเมินสภาพแวดล้อม
 ทางการตลาด 19

กลยุทธ์ 4Ps Product, Price, Place and

Promotion 22
 P-Product → ผลิตภัณฑ์..... 23
 P-Price → ราคา..... 30
 P-Place 32
 P-Promotion..... 33
 กลยุทธ์ 4Cs เสริม 4Ps "ให้ธุรกิจเข้มแข็งยั่งยืน" 34
 C-Consumer ผู้บริโภค..... 35
 C-Cost, ราคา..... 35
 C-Convenience ของทางธุรกิจจำหน่าย..... 36
 C-Communication ช่องทางการสื่อสาร..... 37
 Shortcut นิยามชัดกับ 4Cs..... 38
 Shortcut ความแตกต่างของ 4Ps & 4Cs..... 39

Consumer Behavior "พฤติกรรมผู้บริโภค"

เรื่องที่เราสนใจไม่ได้..... 40
 5W 1H Why/What/Where/When/Why/
 Whom/how 41
 Shortcut การวิเคราะห์ก่อนลงทุน 5W 1H 42

Consumer Decision Process กระบวนการตัดสินใจ

ซื้อของผู้บริโภค 45
 ช่วงก่อนการซื้อ 46
 ช่วงกำลังซื้อ 48
 ช่วงภายหลังการซื้อ 49



03

Online Now.....	51
จับของมาตามเต๋ด้วย ฟลิกคั่นสี่ไทย	
เพื่อเอาใจผู้บริโภค.....	52
Digital Marketing Tools.....	53
Content Marketing.....	54
Website.....	56
Social Media.....	58
E-Mail Marketing.....	59
Digital Experience & AI.....	60
E-Marketplace.....	61
Influencer.....	62
Super App.....	63
Online PR.....	64
Shortcut Keys in Success in "Digital Marketing".....	66

Facebook



huzoeeung 
 14,116 likes · 1,000+ posts · 1,000+ followers
 huzoeeung
 100% Satisfaction
 100% Positive Feedback
 100% Positive Reviews
 100% Positive Comments
 100% Positive Ratings
 100% Positive Feedback



04

วางแผนใช้เครื่องมือให้มีประสิทธิภาพ จาก Consumer Decision

Awareness.....	70
Evaluation.....	70
Purchase.....	70
Experience.....	71
Loyalty.....	71
How to... เลือกให้ซื้ออย่างไร	
บนเส้นทางของผู้บริโภค.....	72

05

Content Marketing อย่างทำช่วย...75

ฟังก์ชัน ถ้าคิดทริคก็ทำได้.....	76
Case Study : Dolce & Gabbana	
กับวัฒนธรรมตะวันตก.....	78
Case Study : Burberry เปิดรับเศรษฐกิจ.....	80
กระตุ้นให้เกิดรู้จักแบรนด์ด้วย Video Content.....	82
Case Study : Nutella.....	84
แต่ฉบับเลขยิบไป ยุคไวรัลคือ Long Form Content.....	85
Case Study : Long Form Contents ด้านแฟชั่น.....	90
Shortcut ออฟโปรดิวเซอร์สำคัญในบรรดา.....	
Content Marketing.....	93
Shortcut กระบวนการสร้าง	
Content Marketing.....	94

06

Influencer พุดเทคนิเบรนด์ 97

Zach King	109
Jilly Singh	109
Cristiano Ronaldo	106

07

เอ็นหน้าเต็มระบบด้วย Website...109

สิ่งใหม่ทำเงินสดในยุค E-Commerce ผาพรง	110
เพราะ “กู” (เกิล) สำคัญ	114
อย่าใส่ลูกค้า (ทางอ้อม)	118
พิจารณาอะไรบ้างก่อนตัดสินใจทำเว็บไซต์	
E-Commerce	119
เว็บไซต์แบบเวิร์กๆ	120
กำหนดกลยุทธ์เว็บไซต์	120
On Mobile	120
รวดเร็ว	120
คุณภาพสูง	120
Layout	121
Chat Bot	121
Social Button & Share Button	121
Contact Us	121
คำวินิจฉัย C แบบหนัก	122
ไม่มี Call to Action	123
Case Study : www.nutella.com	126
Case Study : www.nike.com/th/th_	126

08

Social Media Marketing Start Now or Never! 129

People Change, Marketing Change!	130
Facebook	133
YouTube	134
Line	135
Instagram	136
Twitter	137
Shortcut Social Media Goal	138
#ไม่วางพรีเอนท์	140
Case Study : ลาก โกลด	142
เริ่ม แร่ แสงทุกแบบบนดี	144
Shortcut พาทะลุทุก Social Media	
อย่าเร่งรีบให้เร็ว	146
Shortcut 30 Post Calendar	
โพสต่ออะไรกับ Social Media	148
Shortcut จิตเมือวิกฤต “คอมเมนต์เชิงลบ”	150

09

E-Marketplace สักนิดซื้อชน
ซื้อที่แบรนด์ห้ามพลาด 151

Case Study : แคมเปญลดงบราคาที่ใช้สร้างความซื้อซ้ำ ให้กับลูกค้าที่จบรอบนี้	153
How to... 10 E-Marketplace ช่วงโควิดให้เร็ว	158