



- หากคุณต้องการ
- เจาะกลุ่มลูกค้าอย่างแม่นยำ
  - ยอดขายโตแม้ในช่วงวิกฤต
  - ได้เปรียบคู่แข่ง
  - อยู่ในใจลูกค้าไปนานๆ

ยิง  
ADS  
แบบมืออาชีพ  
กระซวก  
ยอดขาย  
ใน

TikTok



หมอกิม  
น.สว.ธิสวณีย์ เศรษฐีวัฒน์

ยัง  
**ADS**  
แบบมืออาชีพ  
กระซอก  
ยอดขายใน  
**TikTok**



น.สว.ธีรพงษ์ เศรษฐีวัฒน์



# ยิง ADS แบบมีออซิป กระซายอดขายใน TikTok

น.สพ.ธีรพงษ์ เศรษฐวิวัฒน์

๑ได้รับอนุญาตจัดพิมพ์จากเจ้าของลิขสิทธิ์ตามกฎหมาย สงวนลิขสิทธิ์ตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์  
(ฉบับเพิ่มเติม) พ.ศ.2558 ห้ามลอกเลียนส่วนใดส่วนหนึ่งของหนังสือเล่มนี้  
มิเช่นนั้นจะถือว่าละเมิดลิขสิทธิ์และมีความผิดทางอาญา

## ข้อมูลทางบรรณานุกรมของหอสมุดแห่งชาติ

น.สพ.ธีรพงษ์ เศรษฐวิวัฒน์

ยิง ADS แบบมีออซิป กระซายอดขายใน TikTok.-- กรุงเทพฯ : เช็ก, 2566.  
160 หน้า.

1. การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. I. ชื่อเรื่อง.

658.872

ISBN 978-616-578-776-5

ที่ปรึกษากฎหมาย : อนันต์ แยมเกษร น.บ. น.ม. นศ.ม.

บรรณาธิการอำนวยการ : วิชาวี เฉลิมชัยวัฒน์

บรรณาธิการบริหาร : เปี่ยมศักดิ์ คุณากรประทีป

ผู้เขียน : น.สพ.ธีรพงษ์ เศรษฐวิวัฒน์

บรรณาธิการ : สหวิมล เฉลิมชัยวัฒน์

กองบรรณาธิการ : มาริสา ไกรถาวร มนตรา อับสรากลศิริศรี

นิตานารถ ชาติติมารณ์ พิทธิธิดา เจริญหทัยรัตน์

พิสูจน์อักษร : ภัทรธิดา ชัยเพชร

ออกแบบปก : มะจิง

ศิลปกรรม : มะจิง

จัดพิมพ์โดย :  สำนักพิมพ์ เช็ก

ในเครือบริษัท เพชรประกาย จำกัด

เลขที่ 81 อาคารเพชรประกาย ถนนเสรีไทย

แขวงมีนบุรี เขตมีนบุรี กรุงเทพฯ 10510

โทรศัพท์ 0 2540 5535 # 103 โทรสาร 0 2540 5568

Homepage : <http://www.phetpraguay.com>

พิมพ์ที่ : บริษัท รุ่งแสงการพิมพ์ จำกัด

เลขที่ 372-378 ซอยเจริญนคร 46 ถนนเจริญนคร

แขวงบางลำภูล่าง เขตคลองสาน กรุงเทพฯ 10600

จัดจำหน่ายโดย : บริษัท ซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด (มหาชน)

เลขที่ 1858/87-90 ถนนเทพรัตน

แขวงบางนาใต้ เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260

โทรศัพท์ 0 2826 8000 โทรสาร 0 2826 8356-9

Homepage : <http://www.se-ed.com>

ราคา 215 บาท

เมื่อ AI

ปิดกั้นการมองเห็น

การยิง Ads  
จึงเป็นวิธีหนึ่ง  
ที่ทำให้คุณได้เปรียบคู่แข่ง



## คำนำสำนักพิมพ์

สิ่งหนึ่งที่เราต้องยอมรับคือ **กระแสของ TikTok** ที่มาเร็วแรงทุกแพลตฟอร์มออนไลน์ในเวลานี้ ทำให้ทุกคนหันมาให้ความสำคัญกับ TikTok มากขึ้น

เมื่อคนเล่นมากขึ้น การมองเห็นย่อมลดลง  
สิ่งทีหลายคนเรียกว่า  
“การปิดกั้นขอ AI”  
ส่งผลให้คลิปของเรา  
ที่เคยมีคนเห็นนับหมื่น  
อาจจะเหลือแค่หลักพันโดยที่เราไม่รู้ตัว

แน่นอนว่าถ้าคุณเล่น TikTok เพื่อความบันเทิงย่อมไม่น่าจะมีปัญหาอะไร แต่ถ้าคุณใช้ TikTok เป็นเครื่องมือทำเงินหรือเป็นเครื่องมือประชาสัมพันธ์ ปัญหาจะเกิดขึ้นที เพราะการมองเห็นลดลง ยอดขายของคุณที่พึ่งพาช่องทางนี้ก็ลดลง รายได้จากธุรกรรมที่คุณหาเงินร่วมกับ TikTok ย่อมต้องลดตาม



“ยิง ADS แบบมืออาชีพ กระจกยอดชายใน TikTok” ที่อยู่ในมือของคุณ คือผลงานของ หมอกิม หรือ น.สพ.ธีรพงษ์ เศรษฐวิวัฒน์ ผู้ชำนาญในการยิง Ads ใน TikTok ที่ต้องการจะมาบอกเล่าประสบการณ์ เทคนิคการยิง Ads อย่างแม่นยำ ลงทุนน้อยกำไรสูงให้กับคุณผู้อ่าน เพื่อให้ทุกคนสามารถยิง Ads กระจกยอดชายให้ได้ตามเป้าหมาย

สุดท้ายขอให้คุณผู้อ่านนำเทคนิคเหล่านี้ไปปรับใช้ เพื่อให้ยอดขายทะลุเป้าตามที่ต้องการครับ

เปี่ยมศักดิ์ คุณากรประทีป  
บรรณาธิการบริหาร

## คำนำผู้เขียน

ตั้งแต่ช่วงปี 2010-2012 ที่ผ่านมามีการยิงโฆษณาเป็นวิธีการดึงพื้นที่ การแสดงผลให้มาเป็นของตนเองในกลุ่มเป้าหมายถูกต้องที่มามากมายในประเทศไทย เริ่มจากแพลตฟอร์มของ Facebook และ Google จนมาถึง TikTok

การยิงโฆษณา  
เป็นกระบวนการทดลอง  
และแก้ปัญหาที่ไม่มีที่สิ้นสุด  
และเป็นกระบวนการที่ไม่มีสูตรสำเร็จ  
ที่ใช้ได้ไปตลอด

หลักคิดในการยิงโฆษณามันไม่ใช่แค่คิดถึง การเลือกคนที่ใช่ แต่ต้องป้อนคอนเทนต์โดนใจให้กับคนที่ใช่ด้วย การยิงโฆษณาในทุกแพลตฟอร์มที่เพิ่งเริ่มต้นมักจะง่าย และสร้างยอดขายแบบคุ้มค่าใช้จ่ายเสมอ อย่าง ณ ตอนนี้ **TikTok Ads** ยังอยู่ในช่วงเริ่มต้นก็จริง



แต่ด้วยการแข่งขันบนโลกออนไลน์ที่สูง ต่างจากยุค 10 ปีที่แล้ว ที่เพิ่งเป็นช่วงเปลี่ยนผ่านจากออฟไลน์มาออนไลน์ ดังนั้นเราอาจจะต้องเร่งเครื่องกันหน่อยนะครับ

พออ่านหนังสือเล่มนี้จบ คุณจะสามารรถเริ่มต้นยิงโฆษณาอย่างถูกต้องได้ ถ้าอ่านจบแล้วให้ลงมือฝึกฝนอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ประสบการณ์ช่วยเหลือล่อมให้เราเป็นนักยิงโฆษณาที่ประสบความสำเร็จตัวจริงครับ

หมอกิม  
น.สพ.ธีรพงษ์ เศรษฐวิวัฒน์



# สารบัญ

## บทที่ 1

ทำไมต้องยิง Ads 10

## บทที่ 2

ยิงโฆษณา TikTok ได้กี่ทางบ้าง? 14

## บทที่ 3

ยิงโฆษณา TikTok ปิดการขายตรงไหนได้บ้าง? 22

## บทที่ 4

โครงสร้างโฆษณาใน TikTok Ads 26

## บทที่ 5

การเซตโฆษณาในส่วนของแคมเปญ 30

## บทที่ 6

การเซตในส่วนของ “กลุ่มโฆษณา” (PART 1-2) 38

## บทที่ 7

การเซตในส่วนของ “กลุ่มโฆษณา” (PART 3-4) 50

## บทที่ 8

การเซตโฆษณาในส่วนของ “โฆษณา” 54

## บทที่ 9

ชนิดกลุ่มเป้าหมายใน TikTok Ads 60



## บทที่ 10

วิธีการเลือกตัวตนใช้ยิงใน TikTok Ads 68

## บทที่ 11

จับมือทำ วิธีสร้าง Custom Audience 76

## บทที่ 12

จับมือทำ วิธีสร้าง Lookalike Audience 92

## บทที่ 13

วิธีเรียกใช้ Custom Audience และ Lookalike Audience 98

## บทที่ 14

ทำความเข้าใจ Pixel พร้อมวิธีติดตั้ง 102

## บทที่ 15

การปั้น Salepage ให้ปิดการขายเทพ 114

## บทที่ 16

เทคนิคการทดสอบโฆษณาให้ประหยัดค่าโฆษณา 122

## บทที่ 17

การวัดผลโฆษณาให้ยอดขายโต 132

## บทที่ 18

ค่าผลลัพธ์อื่นๆ ที่ควรรู้จัก 142

## บทที่ 19

7 Check List ต้องระวังถ้าไม่ยากโดนแบน 148



บทที่ 1

# ทำไม ต้อง ยิง Ads



ในโลกออนไลน์ไม่ว่าจะแพลตฟอร์มใดก็ตาม เมื่อมีการแข่งขันก็จำเป็นต้องอิง Ads เพราะการนำส่งหาคนใหม่ๆ (For You นั้นลดลงเรื่อยๆ จากช่วงแรก 90% ลดเหลือ 30-60% และมีแนวโน้มที่จะลดลงอีกเรื่อยๆ) แม้ว่า TikTok จะมี Function ใหม่ ๆ เพื่อกระตุ้นยอดขายอย่าง TikTok Shop หรือ TikTok Live การยิง Ads ก็ยังเป็นสิ่งจำเป็น

### ผมมีเหตุผลที่สำคัญ 5 ข้อ ที่ทำให้คุณจำเป็นต้องยิงโฆษณา

1. เป็นการทุ่มแรงทำให้คลิปของ TikTok ที่ปังของเราทำงานได้ต่อเนื่อง ต่อให้คลิปเราปังมียอดวิวแค่ไหน โดยทั่วไปมันก็จะหยุดวิ่งใน 1 สัปดาห์หรืออยู่ดี แต่ถ้ามันสร้างยอดขายให้เราได้เรื่อยๆ จะปล่อยให้มันหยุดวิ่งได้อย่างไร

ดังนั้น การยิงโฆษณาก็จะช่วยยืดอายุคลิปปัง ๆ ของเรา ให้ใช้งานได้นานขึ้นประมาณ 3-7 วัน



2. ทำให้เรามีช่วงพักในการทำ “คลิปขาย” บ้าง การทำคลิปของ TikTok ไม่ได้ปังทุกคลิป ถ้าโดยมาตรฐานเราทำสัก 10 คลิป ได้ 2 คลิปที่ดี แต่ในชีวิตจริงบางช่วงเราไม่สามารถหาคลิปปังๆ ได้เลยหรือติดโนนติดนี้ ไม่ว่างในการทำคลิปเพิ่ม เพื่อเฟ้นหาคลิปทำยอดของเรา เพราะคลิปปังมันหายาก ถ้าคุณยังไม่ยิง Ads ก็จะได้แค่รอนวันที่ได้คลิปปังใหม่ ๆ ซึ่งในบางช่วงก็ไม่รู้เลยว่าคลิปมันจะติดเมื่อไร?

3. ในสินค้าบางกลุ่มเจาะกลุ่มเฉพาะ ที่อาจจะไม่ได้เป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของ TikTok ยกตัวอย่างเช่น กลุ่มอายุ 35-44, 45-54 ปี คิดเป็น 11,500,000 คน คิดเป็น 25% ของ TikTok

ซึ่งจำนวนคนในกลุ่มนี้ สามารถเป็นลูกค้าของเราเยอะมากพอแน่นอน แต่การทำแบบ Organic ถ้าระบบดันนำส่งไปหาคนที่อายุน้อยๆ และไม่ใช้กลุ่มเป้าหมายหลักของเราล่ะ?

ดังนั้น การเสียเงินค่า Ads ไม่ใช่ประเด็น ถ้าคุณมีคอนเทนต์ปังๆ ในการทำยอดขายแล้ว (ซึ่งเป็นการบ้านสำคัญและต้องทำต่อเนื่อง)

4. ในสินค้าบางตัวเป็นสินค้าที่มาไวไปไว สินค้ากระแสไม่ต้องพูดถึง ไม่เกิน 2 เดือน ยอดขายจะตกฮวบๆ แต่ Product Life Cycle ของมันจะจบในไม่กี่เดือน อย่างเช่น กลุ่มเครื่องสำอาง (บางตัว)



แล้วเราจะรออะไรอยู่ เพิ่มงบประมาณแล้วทำยอดให้คุ้ม ไม่อย่างนั้น กลายเป็นขายดีในช่วงแรก สุดท้ายของติดเต็มมือในช่วงขาลงของ สินค้าตัวนั้น

5. การนำส่งช่อง For You ที่ลดลงเรื่อย ๆ อย่างที่เกริ่นไปในต้นบท การนำส่งหาคนใหม่ ๆ จะลดลงอีกเรื่อย ๆ อย่างแน่นอน

อนาคตคลิปที่ปังเท่านี้ที่ จะโหลดเล่นทำยอดวิวได้สูง ๆ ดั่งนั้น ถึง เวลาต้องปรับตัว อย่ายึดติดกับยอดวิวสูง ๆ เหมือนปีก่อน ๆ ใช้เงิน ค่าโฆษณาไม่ได้ทำให้คุณขาดทุน ถ้าคุณเริ่มต้นจากคอนเทนต์ที่ ปัง ๆ

ในการตลาดของแบรนด์แบรนด์หนึ่ง เราก็ต้องใช้เงินกระตุ้นสักทาง อยู่ดี บางทีก็มาในรูปแบบการจ้าง Influencers บางทีก็มาในรูปแบบ การออกบูธ บางทีก็มาในรูปแบบจ่ายเงินให้ลูกค้า

ในรูปแบบการทำ Flash Sale บางทีก็มาในรูปแบบการกระตุ้นทีม ขายด้วย Incentive หรือ Bonus

*เราจ่ายให้กับอะไรบ้างก็เรื่องหนึ่ง แต่สิ่งสำคัญที่สุดคือเราจ่าย แล้วได้กำไรคุ้มค่าหรือไม่ ซึ่งแน่นอน ณ วันนี้ หากคุณยิง Ads เป็น อย่างไรก็ตามคุ้มค่าอย่างแน่นอน*



บทที่ 2

ยัง  
โฆษณา  
TikTok  
ได้ก็ทาง  
บ้าง?



เมื่อคุณได้เปิดบัญชี TikTok เป็นที่เรียบร้อยแล้ว พร้อมแล้วที่จะลงไปอิงโฆษณาในสนามแห่งนี้ ถ้าอย่างนั้น เรามานับหนึ่งที่การปูพื้นฐานสำคัญเหล่านี้กันก่อนดีกว่าครับ

เรื่องแรกเลยที่คุณต้องรู้ก็คือ ตอนนี้เราสามารถยิงโฆษณา TikTok ได้จาก 2 ช่องทางด้วยกัน

## ช่องทางที่ 1 :

ยิงผ่านแอป TikTok ในสมาร์ตโฟน (TikTok Business Account หรือ Creator Account) ซึ่งมันจะเป็นการยิงจากพีเชอร์ คุณจะเลือกยิงจากคลิปนั้นเลยก็ได้ หรือจะไปกดผ่านที่อยู่ในช่องโปรไฟล์ของเราเอง (ไม่ใช่บัญชีโฆษณา) มันก็สะดวกดีแหละครับ

