

อัปเดตจาก Case Study
เพื่อเข้าใจการตลาดดิจิทัล เมื่อทุกธุรกิจต้องใช้
ทั้งในโลกยุค Meta และหลังจากนี้

อัปเดต Content Marketing ในโลกยุค Metaverse

เพราะการตลาดเปลี่ยน วิธีการก็ต้องเปลี่ยนตาม



กรรณิกา บุญศิริยะ

อัปเดต
**Content
Marketing**
ในโลก
ยุค
Metaverse

กรรณิกา บุญศิริขะ

อัปเดต Content Marketing ในโลกยุค Metaverse

กรรณิกา บุญศิริยะ

ราคา 225 บาท

ข้อมูลทางบรรณานุกรมของหอสมุดแห่งชาติ

กรรณิกา บุญศิริยะ.

อัปเดต Content Marketing ในโลกยุค Metaverse.-- กรุงเทพฯ : MD, 2565.
160 หน้า.

1. การจัดการตลาด. 2. การตลาดอินเทอร์เน็ต. I. ชื่อเรื่อง.

658.872

ISBN 978-616-578-529-7

ที่ปรึกษากฎหมาย	: อนันต์ แยมเกษร น.บ. น.ม. น.ศ.ม.
บรรณาธิการอำนวยการ	: วิกาวี เฉลิมชัยวัฒน์
บรรณาธิการบริหาร	: อดิภูณ เชื้อไทย
ผู้เขียน	: กรรณิกา บุญศิริยะ
บรรณาธิการ	: ราชวราภัย
กองบรรณาธิการ	: นิตานารถ โชติมาภรณ์ มนตรา อัปสรเลศร์คมี่ มาริสรา ไกรถาวร พัทธิธิดา เจริญหทัยรัตน์
พิสูจน์อักษร	: โอบนารา หิรัญพต
ออกแบบปก	: มะจิง
ศิลปกรรม	: มะจิง

จัดพิมพ์โดย :  **สำนักพิมพ์ MD**
ในเครือบริษัท เพชรประกาย จำกัด
เลขที่ 81 อาคารเพชรประกาย ถนนเสรีไทย
แขวงมีนบุรี เขตมีนบุรี กรุงเทพฯ 10510
โทรศัพท์ 0 2540 5535 # 103 โทรสาร 0 2540 5568
Homepage : <http://www.phetpraguy.com>

พิมพ์ที่ : **บริษัท พี เอ็น เค แอนด์ สกายพรีนตติ้ง จำกัด**
เลขที่ 5 ซอยมาเจริญ 1 แยก 1 ถนนมาเจริญ
แขวงหนองค้างพลู เขตหนองแขม กรุงเทพฯ 10160

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>

ทุกผลลัพธ์ที่ดีของการทำ
Content Marketing
ข้อมูลที่ลูกค้าต้องการคือสิ่งสำคัญที่สุด

คำนำ สำนักพิมพ์

Content เป็นเรื่องสำคัญมาก

โดยเฉพาะทางด้านการทำ Marketing หรือการตลาด โลกวันนี้เป็นการสื่อสารที่เปลี่ยนไปจากเดิม แต่เดิมเราเรียนนิเทศศาสตร์จะมีความเข้าใจกันว่า **ประชาสัมพันธ์ คือ การสื่อสารสองทาง** และไม่ต้องใช้งบประมาณในการสื่อสารใดๆ เพื่อให้ผู้คนได้รับรู้ ทำได้เรื่อยๆ ไม่มีระยะเวลากำหนด ไม่ต้องวัดผลในการสื่อสาร แบบที่สอง **การสื่อสารแบบโฆษณา คือ การสื่อสารทางเดียว** ที่ใช้งบประมาณเพื่อให้คนรับรู้ มีระยะเวลากำหนดในการสื่อสาร และมีการวัดผลของการสื่อสาร

สำหรับการสื่อสารของโลกยุคใหม่ นำทั้ง 2 ลักษณะมารวมเอาไว้ในแพลตฟอร์มทางออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็น Facebook Google Instagram Youtube Tiktok แต่จะรูปแบบไหนก็ตาม สิ่งที่สำคัญสุดอยู่ที่ **Content** ในการนำเสนอ และการแข่งขันกันก็อยู่ที่ตรงนี้ด้วย

โลกเปลี่ยนแต่ถ้าคุณยังคิดแบบเดิม ทำแบบเดิม แล้ว
บอกว่าจะต้องประสบความสำเร็จทางออนไลน์ บอก
ได้เลยว่า คุณอาจจะเสียเวลาชีวิตแน่นอน

ได้รู้จักกับ **คุณกรรณิกา บุญศิริยะ** มาเกือบสิบปี ชีวิตของเธอ
โหดเล่นในวงการการทำตลาดมายาวนานตั้งแต่ยุคแรก ๆ จึง
พยายามแนะนำบอกให้เธอได้เขียนหนังสือเกี่ยวกับเรื่องของการ
ทำการตลาดในมุมของ Content รอเวลาที่จะได้อ่านต้นฉบับมา
ยาวนานและเมื่อได้อ่านแล้วก็ไม่ผิดหวัง

**เชื่อว่าหนังสือเล่มนี้ จะเปลี่ยนชีวิตผู้ที่ชอบการทำงาน
ออนไลน์แน่นอนครับ**

บรรณาธิการ

คำนำ ผู้เขียน

ต้องยอมรับว่า ในเวลานี้คนส่วนใหญ่ต่างก็พูดถึง **Metaverse** ว่าเป็นอนาคตของโลก ซึ่งในความเป็นจริงหลายบริษัททั่วโลกก็เริ่มเข้ามาลุยเรื่องนี้กันมากแล้ว ดูผิวเผินมันอาจเหมือนเป็นเรื่องไกลตัว แต่ที่จริงเราอาจจะเข้าสู่โลกของ **Metaverse** โดยที่เราไม่รู้ตัวกันอยู่แล้วก็ได้ค่ะ

แล้วในเมื่อโลกเรากำลังเข้าสู่ยุคของ **Metaverse** แล้วมีอะไรบ้างที่เราควรอัปเดตเพื่อให้เข้าใจการตลาดในโลกของ **Digital Marketing** รวมถึงการทำ **Content Marketing** ผ่านเครื่องมือออนไลน์แพลตฟอร์มต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น Facebook Google Instagram Youtube และเครื่องมืออื่นๆ

ซึ่งจะเป็นเรื่องสำคัญที่อยู่คู่กับชีวิตและการทำงานของเรในโลกหลังจากนี้ เพราะเวลานี้แบรนด์และธุรกิจในโลกต่างก็อัปเดตกันไปมากแล้ว

**“ จินหวังว่าหนังสือเล่มนี้
จะเป็นประโยชน์กับทุกคนที่ทำงาน
เกี่ยวข้องกับการตลาดบนโลกออนไลน์
ที่จะได้แอปเคตกลยุทธ์ต่างๆ
ที่แบรนด์ควักใช้กันอยู่ในเวลานี้
เพื่อว่าจะได้นำมาประยุกต์ใช้ร่วมกับ
ธุรกิจของคุณเองค่ะ ”**

ขอขอบคุณครอบครัวที่ช่วยสนับสนุนผู้เขียนในการทำงาน และ
ขอบคุณทุกท่านที่มีส่วนทำให้หนังสือเล่มนี้เกิดขึ้น

ด้วยความเคารพ
กรรณิกา บุญศิริยะ

1

เมื่อโลกเปลี่ยน ต้องอัปเดต 10

โลกหลังโควิด-19 เมื่อธุรกิจต้องทำหน้าร้านออนไลน์ 11

โลกยุค Metaverse เรื่องควรรู้ในการตลาด 18

Digital Marketing เริ่มต้นลุยกันเลย 34

Metaverse กับ Cryptocurrency 39

2

Content Marketing คือหัวใจเสมอ 42

จะอย่างไรก็ต้องทำคอนเทนต์เสมอ 43

วางแผนคอนเทนต์ 47

เลือกทำคอนเทนต์แบบไหนดี 51

การรับรู้ Awareness Content Marketing 65

Keyword เลือกใช้คำเพื่อกระตุ้นการขาย 73

ให้ภาพช่วยเล่าเรื่อง 80

3

เข้าใจผู้บริโภคยุคหลังโควิด

84

วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายเมื่อโลกเปลี่ยน 85

BCG หาศึกษาการวางตำแหน่งธุรกิจ 97

6W 1H พฤติกรรมผู้บริโภคที่ใช้ได้เสมอ 109

Gen C ผู้ทรงโลกดิจิทัลที่ทุกแบรนด์ต้องจับ 114

4

แพลตฟอร์มออนไลน์ ทุกคนต้องใช้

120

เว็บไซต์และเว็บอีคอมเมิร์ซที่ดีควรมีอะไร 121

Keywords และ Search Engine 127

Web Traffic ช่วยดันอันดับเว็บไซต์ 129

เครื่องมือวิเคราะห์ Keywords 133

กลยุทธ์หน้าปก Facebook Stories 147

Viral & Trends อย่าพลาดกระแส 149

Tiktok มาแรงหยุดไม่อยู่ 154

เมื่อ
โลก
เปลี่ยน
ต้อง
อัปเดต

โลกหลังโควิด-19 เมื่อธุรกิจต้องทำหน้าร้านออนไลน์

การทำธุรกิจในยุคนี้ ต้องอาศัยช่องทางออนไลน์มากขึ้น หรืออย่างน้อยก็ผสมผสานกับช่องทางออฟไลน์แบบดั้งเดิมไปด้วย ที่เรียกกันว่า **O2O** (Online-to-Offline)

โดยเฉพาะในสภาวะที่โลกกำลังเผชิญหน้ากับโควิด-19 ทุกคนและทุกแบรนด์จึงจำเป็นต้องใช้รูปแบบของ **ธุรกิจออนไลน์** หรือ **Digital Marketing** เพราะมันขาดกันไม่ได้แล้ว

1

อินเทอร์เน็ต เป็นส่วนหนึ่งของชีวิตไปแล้ว

ที่จริงแล้วแทบจะไม่ต้องถามสถิติอะไรมาดูกันนักเลยก็ได้ค่ะ เพราะเราเห็นกันอยู่แล้วว่าคนไทยมีการใช้งานอินเทอร์เน็ตและโซเชียลมีเดีย ไม่ว่าจะเพื่อใช้ในการทำงาน ความบันเทิง หารายได้ สร้างโอกาส หาคู่ หาข้อมูล สุขภาพ และอื่นๆ กันมากขึ้น

**“ มีรายงานจาก We Are Social ชี้ว่า
ประเทศไทยที่มีประชากรราว 69 ล้านคน
มีสถิติการใช้งานอินเทอร์เน็ตมากกว่า 57 ล้านคน
หรือประมาณ 76% ของประชากรทั้งหมด
และยังมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นหลังจากนี้ด้วย ”**

ที่น่าสนใจคือ มีการคาดการณ์ว่า คนที่สามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตและใช้งานแพลตฟอร์มออนไลน์ต่าง ๆ ที่อยู่นอกพื้นที่ของเมืองใหญ่หรือในพื้นที่เมืองเล็ก มีแนวโน้มที่จะใช้งานมากขึ้นในช่วง 4-5 ปีหลัง และก็จะเพิ่มขึ้นไปอีก

ซึ่งตรงนี้เราก็จะเห็นได้จากการที่คนธรรมดาทั่วไปที่แม้จะไม่ได้มีรายได้มาก ไม่ได้มีเครื่องมือต่าง ๆ ช่วยมากมาย แต่ก็ยังสามารถทำไลฟ์ ถ่ายคลิป รีวิวสินค้า ขายของออนไลน์ผ่านหน้าเพจกันแบบง่าย ๆ หลายรายก็สามารถขายของหรือเพิ่มโอกาสในอาชีพได้อีกด้วย

**ดังนั้นถึงเราไม่ทำอะไรรบนออนไลน์
คนอื่นก็ทำอยู่ดีค่ะ**

2

ยุคที่อีคอมเมิร์ซ
มาแรง

เราคงปฏิเสธไม่ได้เลยว่า ถ้าต้องการใช้ออนไลน์ในการทำการตลาด
บนแบรนด์ ขายของ ส่วนหนึ่งคุณก็ต้องใช้แพลตฟอร์มต่างๆ แต่ถ้า
ต้องการเน้นไปที่การขายสินค้า แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซก็ยิ่งต้องใช้
ไม่ว่าจะเป็น **Shopee, Lazada, Facebook Page, Line OA** หรือ
เราก็สามารถทำเว็บไซต์ขายของตัวเอง หรือเอาไปฝากร้านไว้กับ **Web
Template ต่างๆ** เช่น Lnwshop

ในขณะที่พวกร้านอาหารต่างๆ ตอนนี้ก็เริ่มมาใช้งานแพลตฟอร์ม
Delivery เช่น **Lineman Grab Robinhood**



เพราะนี่คือยุคที่เราต้องเอาร้านไปขึ้นบนออนไลน์ หากต้องการอยู่รอด ท่ามกลางปัญหาเศรษฐกิจ และ วิกฤตหลังจากโควิด

3 เมื่อรูปแบบ B2C กำลังเติบโต

ธุรกิจอีคอมเมิร์ซในรูปแบบ B2C (Business to Consumer) คือ การใช้เว็บอีคอมเมิร์ซที่ผู้ประกอบการหรือเจ้าของธุรกิจเป็นผู้ค้าให้กับผู้บริโภค เรียกง่ายๆ ว่า *เป็นการขายโดยเจ้าของกิจการ เจ้าของแบรนด์ หรือยี่ห้อต่าง ๆ*

ซึ่งในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา ประเทศไทยถือว่าเป็นหนึ่งในประเทศที่มีอัตราการเติบโตของธุรกิจแบบ B2C สูงเป็นอันดับที่ 1 ในภูมิภาคอาเซียน แล้วหากย้อนหลังไปเปรียบเทียบมูลค่าระหว่างปี พ.ศ.2562-2563 ก็พบว่ามียอดค่าเพิ่มมากกว่า 1.7 แสนล้านบาท และคาดว่าแนวโน้มจะยังเพิ่มขึ้นต่อไปเรื่อย ๆ

ด้านปัจจัยที่ทำให้รูปแบบนี้เติบโตขึ้น นอกเหนือจากพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตของคนไทยแล้ว ยังมาจากการพัฒนาระบบให้

บริการของเว็บอีคอมเมิร์ซเองด้วยที่ทำให้เกิดความเชื่อมั่นของผู้บริโภคมากขึ้น ทั้งในเรื่องความปลอดภัยในการโอนเงิน การใช้งาน ไปจนถึงความสะดวกรวดเร็วในการขนส่ง แล้วยังมีการออกไปโรมันทั้งเรื่องราคาและบริการต่างๆ อีกด้วย

ส่วนสินค้าที่ได้รับความนิยมในการขายก็มีหลายประเภท เช่น ความสวยงาม โทรศัพท์ แฟชั่น อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ สินค้าในครัวเรือน เฟอร์นิเจอร์ เครื่องประดับ อาหารเสริมสุขภาพ อุปกรณ์กีฬา หนังสือ ฯลฯ ไปจนถึงงานด้านบริการต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น สถานบริการ ความงาม ศัลยกรรม ดิวเตอร์ สอนภาษา รับทำเว็บไซต์ และอื่นๆ อีกมากมาย

“ อีกจุดที่ช่วยเพิ่มและกระตุ้นตลาดช่องทางนี้คือ การเพิ่มขึ้นของ Influencer และ Youtuber ที่เข้ามากระตุ้นการตลาด ช่วยดึงดูดผู้ซื้อ ที่สำคัญคือช่องทางอีคอมเมิร์ซ ยังสามารถเชื่อมต่อกับโซเชียลมีเดียเช่น Facebook ซึ่งสามารถเริ่มทดลองตลาดผ่านช่องทางนี้ก่อน ที่จะขยายออกไปก็ได้ค่ะ ”