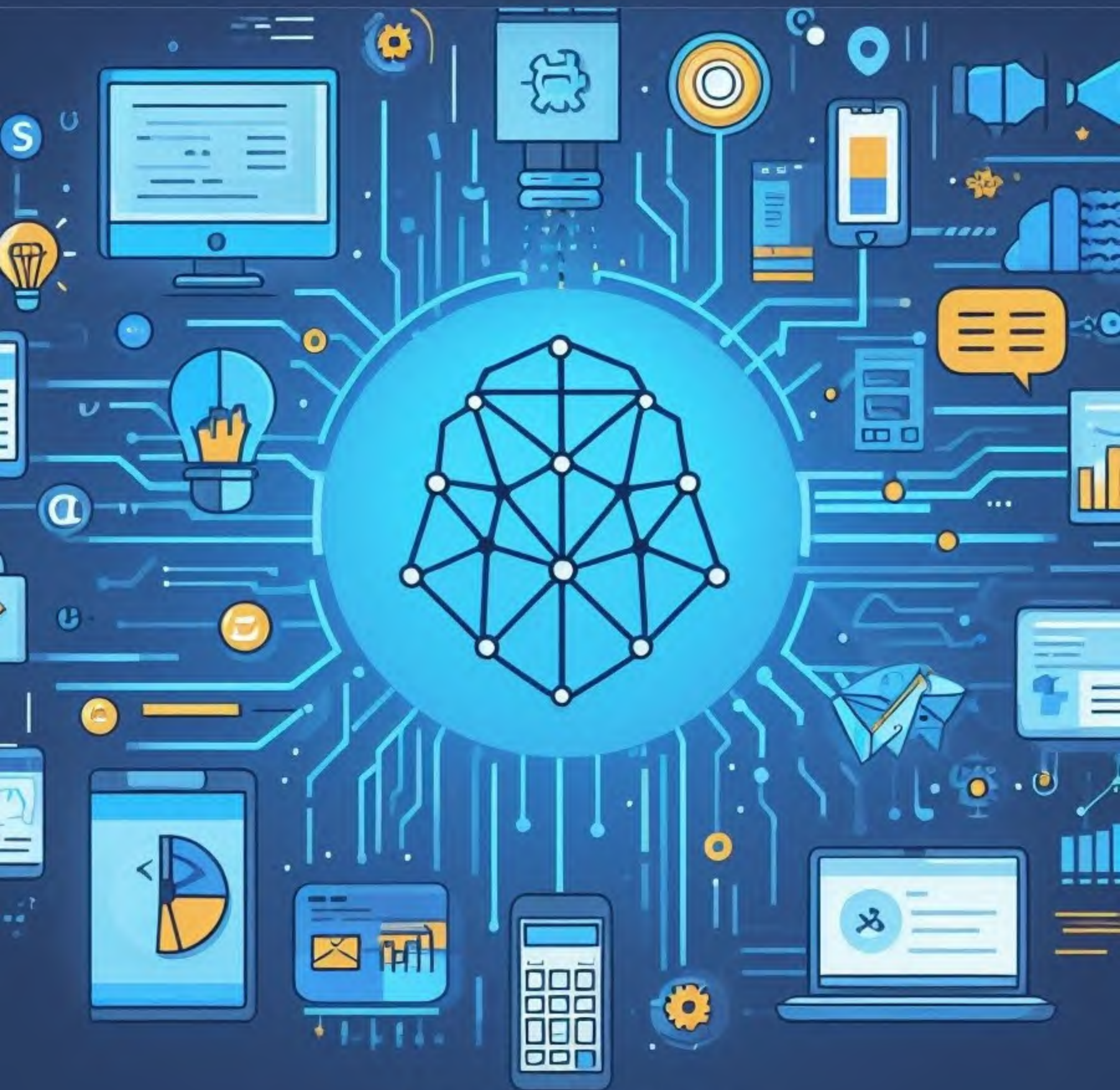


ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับ Digital Marketing ในยุค AI



โดย เนตรนภิส พ้ารักษา

ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับ Digital Marketing ในยุค AI

และการนำ AI ChatGPT Bard Copilot มาใช้ใน Digital Marketing



โดย เนตรนภิส ฟ้ารักษา

คำนำผู้เขียน

ในยุคปัจจุบัน เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในทุกวงการ รวมถึงวงการการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing) อีกด้วย การใช้ AI ใน Digital Marketing ช่วยให้นักการตลาดสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการวิเคราะห์ข้อมูล การกำหนดเป้าหมาย การสร้างเนื้อหา และการวัดผล

อีบุ๊กเล่มนี้จัดทำขึ้นเพื่อช่วยให้ผู้ที่สนใจเรียนรู้พื้นฐาน Digital Marketing ในยุค AI ได้เข้าใจถึงแนวคิดและประโยชน์ของ AI ใน Digital Marketing รวมถึงตัวอย่างการนำ AI มาใช้ใน Digital Marketing จริง ๆ

อีบุ๊กเล่มนี้แบ่งออกเป็น 9 บท ดังนี้

- บทที่ 1: พื้นฐานของ Digital Marketing
- บทที่ 2: เจาะลึกประเภทของ Digital Marketing แต่ละตัว
- บทที่ 3: เป้าหมายของ Digital Marketing
- บทที่ 4: เจาะลึกกลยุทธ์ใน Digital Marketing
- บทที่ 5: รู้จักปัญญาประดิษฐ์ (AI) คืออะไร
- บทที่ 6: ประโยชน์ของ AI ใน Digital Marketing
- บทที่ 7: การนำ AI มาใช้ใน Digital Marketing
- บทที่ 8: ตัวอย่างการนำ AI มาใช้ใน Digital Marketing
- บทที่ 9: บทสรุป

หวังว่าอีบุ๊กเล่มนี้จะเป็นประโยชน์สำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องเรียนรู้พื้นฐาน Digital Marketing ในยุค AI นะคะ

เนตรนภิส พารักษา

สารบัญ

บทที่ 1: พื้นฐานของ Digital Marketing

- ความหมายของ Digital Marketing 2
- ประโยชน์ของการตลาดดิจิทัล 4
- ความแตกต่างระหว่าง Digital Marketing และ Traditional Marketing 5
- กลยุทธ์การตลาดดิจิทัล 9
- ข้อดี และข้อเสียของ Digital Marketing & Traditional Marketing 10
- ตัวอย่างการตลาดดิจิทัล 11
- ทิศทางการพัฒนา Digital Marketing ในอนาคต 14

บทที่ 2: เจาะลึกประเภทของ Digital Marketing แต่ละตัว

- Search Engine Marketing (SEM) 17
- Search Engine Optimization (SEO) 25
- Social Media Marketing (SMM) 31
- Email Marketing 38
- Content Marketing 47
- Influencer Marketing 52
- Affiliate Marketing 56
- Video Marketing 61
- E-commerce Marketing 66

บทที่ 3: เป้าหมายของ Digital Marketing

- การสร้างการรับรู้ (Awareness) 73
- การสร้างการมีส่วนร่วม (Engagement) 74
- การสร้างความต้องการ (Lead Generation) 75
- การขาย (Conversion) 76
- การรักษาฐานลูกค้า (Retention) 77

บทที่ 4: เจาะลึกกลยุทธ์ใน Digital Marketing

- กำหนดเป้าหมาย (Marketing Objectives) 79
- วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย (Target Audience) 82
- เลือกช่องทางการตลาด Marketing Channels) 85
- สร้างสรรค์คอนเทนต์และแคมเปญการตลาด (Content and Marketing Materials) 88
- วัดผลและวิเคราะห์ผลลัพธ์ (Measurement and Tracking) 92

บทที่ 5: ปัญญาประดิษฐ์ (AI)

- ความหมายของ AI 97
- ความเป็นมาของเทคโนโลยี AI 100
- ประเภทของ AI 101
- AI ที่ผู้คนนิยมใช้มีอะไรบ้าง 102

บทที่ 6: ประโยชน์ของ AI ใน Digital Marketing 109

บทที่ 7: การนำ AI มาใช้ใน Digital Marketing 113

บทที่ 8: ตัวอย่างการนำ AI มาใช้ใน Digital Marketing 119

บทที่ 9: บทสรุป 122

บทที่

1

พื้นฐานของ Digital Marketing

ความหมายของ Digital Marketing

Digital Marketing หรือ การตลาดดิจิทัล หมายถึง การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อสื่อสารกับลูกค้าและกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสร้างการรับรู้ ความสนใจ ความต้องการ และการตัดสินใจซื้อ การตลาดดิจิทัลครอบคลุมถึงช่องทางต่าง ๆ บนโลกดิจิทัล เช่น เว็บไซต์ โซเชียลมีเดีย อีเมล โฆษณาออนไลน์ และแอปพลิเคชัน



การตลาดดิจิทัลมีหลากหลายประเภท โดยแต่ละประเภทมีจุดประสงค์และเป้าหมายที่แตกต่างกัน ประเภทของการตลาดดิจิทัลที่สำคัญ ได้แก่

- Search Engine Marketing (SEM) : การตลาดผ่านระบบค้นหา เช่น การโฆษณาบน Google Search
- Search Engine Optimization (SEO) : การปรับแต่งเว็บไซต์ให้ติดอันดับต้น ๆ บนผลการค้นหา
- Social Media Marketing (SMM) : การตลาดผ่านโซเชียลมีเดีย เช่น Facebook, Instagram, Twitter / X
- Email Marketing : การตลาดผ่านอีเมล
- Content Marketing : การตลาดผ่านการสร้างเนื้อหาที่น่าสนใจ เช่น บทความ วิดีโอ อินโฟ
- Influencer Marketing : การตลาดผ่านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความคิดของผู้อื่น
- Affiliate Marketing : การตลาดผ่านตัวแทนจำหน่ายหรือพันธมิตร
- Video Marketing : การตลาดผ่านวิดีโอ
- E-commerce Marketing : การตลาดผ่านอีคอมเมิร์ซ

ประโยชน์ของการตลาดดิจิทัล

- เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ตรงกลุ่มและมีประสิทธิภาพ
- ช่วยให้ติดตามผลและวัดผลได้แม่นยำ
- ช่วยลดต้นทุนทางการตลาด
- ช่วยให้ธุรกิจสามารถปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของโลกดิจิทัล

ความแตกต่างระหว่าง Digital Marketing และ Traditional Marketing

Digital Marketing และ Traditional Marketing เป็นกลยุทธ์การตลาดที่ต่างมีจุดเด่นและข้อจำกัดที่แตกต่างกัน โดย Digital Marketing หมายถึง การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อสื่อสารกับลูกค้าและกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสร้างการรับรู้ ความสนใจ ความต้องการ และการตัดสินใจซื้อ ในขณะที่ Traditional Marketing หมายถึง การใช้สื่อดั้งเดิม เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ และสื่อโฆษณาภายนอกบ้าน เพื่อสื่อสารกับลูกค้าและกลุ่มเป้าหมาย

องค์ประกอบ	Digital Marketing	Traditional Marketing
สื่อและช่องทาง	สื่อและช่องทางดิจิทัล เช่น เว็บไซต์ โซเชียลมีเดีย อีเมล โฆษณาออนไลน์ และแอปพลิเคชัน	สื่อและช่องทางดั้งเดิม เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ วิทยุ ป้ายโฆษณา และสื่อกลางแจ้ง
กลุ่มเป้าหมาย	สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้กว้างและหลากหลาย	เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เฉพาะกลุ่ม
ความยืดหยุ่น	มีความยืดหยุ่นสูง สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความต้องการ	มีความยืดหยุ่นน้อยกว่า
การวัดผล	สามารถวัดผลได้แม่นยำ	ไม่สามารถวัดผลได้อย่างแม่นยำ
ต้นทุน	ต้นทุนเริ่มต้นอาจสูงกว่า แต่ในระยะยาวอาจมีต้นทุนที่ต่ำกว่า	ต้นทุนเริ่มต้นอาจต่ำกว่า แต่ในระยะยาวอาจมีต้นทุนที่สูงกว่า

ความแตกต่างระหว่าง Digital Marketing และ Traditional Marketing สามารถสรุปได้ดังนี้

สื่อที่ใช้

- Digital Marketing : สื่อดิจิทัล เช่น เว็บไซต์ โซเชียลมีเดีย อีเมล โฆษณาออนไลน์ และแอปพลิเคชัน
- Traditional Marketing : สื่อดั้งเดิม เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ โทรทัศน์ และสื่อโฆษณานอกบ้าน

กลุ่มเป้าหมาย

- Digital Marketing : สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เฉพาะเจาะจงตามความสนใจและพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ต
- Traditional Marketing : เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้กว้างกว่า แต่อาจไม่ตรงกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ

ความยืดหยุ่น

- Digital Marketing : ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์และแคมเปญได้อย่างรวดเร็วตามสถานการณ์
- Traditional Marketing : ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์และแคมเปญได้ยากกว่า

ความวัดผล

- Digital Marketing : สามารถวัดผลได้แม่นยำ เช่น ยอดการเข้าชม เว็บไซต์ ยอดไลค์ ยอดแชร์ ยอดคลิกลิงก์
- Traditional Marketing : วัดผลได้ยากกว่า เช่น ยอดขาย ยอดจดจำแบรนด์

ต้นทุน

- Digital Marketing : ต้นทุนเริ่มต้นต่ำ แต่อาจเพิ่มขึ้นตามจำนวนแคมเปญและช่องทางที่ใช้
- Traditional Marketing : ต้นทุนเริ่มต้นสูง แต่อาจลดลงตามจำนวนครั้งในการเผยแพร่

ความเหมาะสม

- Digital Marketing : เหมาะสมกับธุรกิจที่ต้องการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเฉพาะเจาะจงและวัดผลผลลัพธ์ได้แม่นยำ
- Traditional Marketing : เหมาะสมกับธุรกิจที่ต้องการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายกว้าง ๆ และสร้างการรับรู้แบรนด์

ตัวอย่างการตลาดดิจิทัล เช่น

- แบนด์เสื้อผ้าที่โฆษณาสินค้าบนโซเชียลมีเดียเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายวัยรุ่น
- โรงแรมที่ส่งอีเมลโปรโมชันให้กับลูกค้าที่เคยจองโรงแรม
- ร้านอาหารที่สร้างคอนเทนต์วิดีโอเพื่อรีวิวเมนูอาหาร
- แบนด์เครื่องใช้ไฟฟ้าที่ร่วมมือกับอินฟลูเอนเซอร์เพื่อรีวิวสินค้า

ตัวอย่างการตลาดแบบดั้งเดิม เช่น

- แบนด์รถยนต์ที่ออกโฆษณาทางโทรทัศน์
- ห้างสรรพสินค้าที่จัดโปรโมชั่นลดราคา
- ธนาคารที่ส่งใบปลิวโฆษณาผลิตภัณฑ์ทางการเงิน
- ร้านอาหารที่แจกใบปลิวโฆษณาเมนูอาหาร

สรุป

ทั้ง Digital Marketing และ Traditional Marketing เป็นกลยุทธ์การตลาดที่มีบทบาทสำคัญในการช่วยให้ธุรกิจสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและบรรลุเป้าหมายทางการตลาด อย่างไรก็ตาม ธุรกิจควรเลือกกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับลักษณะธุรกิจและกลุ่มเป้าหมายของตนเอง