เช็ก
CZECH

• พิมพ์ครั้งที่ 2

ยิง ADS แบบมืออาชีพ กระชากยอดขายใน TikTok

ฉบับปรับปรุง พิมพ์ 4 สีทั้งเล่ม

หากคุณต้องการ
- เจาะกลุ่มลูกค้าอย่างแม่นยำ
- ยอดขายโตแม้ในช่วงวิกฤต
- ได้เปรียบคู่แข่ง
- อยู่ในใจลูกค้าไปนานๆ

น.สพ.ธีรพงษ์ เศรษฐิวัฒน์

ยิง ADS
แบบมืออาชีพ
กระชากยอดขายใน
TikTok

น.สพ.ธีรพงษ์ เศรษฐิวัฒน์

ยิง ADS แบบมืออาชีพ กระชากยอดขายใน TikTok (ฉบับปรับปรุง)

น.สพ.ธีรพงษ์ เศรษฐิวัฒน์

ได้รับการอนุญาตจัดพิมพ์จากเจ้าของลิขสิทธิ์ตามกฎหมาย สงวนลิขสิทธิ์ตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์
(ฉบับเพิ่มเติม) พ.ศ.2558 ห้ามลอกเลียนส่วนใดส่วนหนึ่งของหนังสือเล่มนี้
มิเช่นนั้นจะถือว่าละเมิดลิขสิทธิ์และมีความผิดทางอาญา

ข้อมูลทางบรรณานุกรมของหอสมุดแห่งชาติ
ธีรพงษ์ เศรษฐิวัฒน์.
ยิง ADS แบบมืออาชีพ กระชากยอดขายใน TikTok (ฉบับปรับปรุง).-- พิมพ์ครั้งที่ 2 .
-- กรุงเทพฯ : เช็ก, 2567.
160 หน้า.
1. การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. 2. การตลาดอินเทอร์เน็ต. I. ชื่อเรื่อง.
658.872
ISBN 978-616-609-028-4

ที่ปรึกษากฎหมาย : อนันต์ แย้มเกษร น.บ. น.ม. นศ.ม.
บรรณาธิการอำนวยการ : วิภาวี เฉลิมชัยวัฒน์
บรรณาธิการบริหาร : เปี่ยมศักดิ์ คุณากรประทีป
ผู้เขียน : น.สพ.ธีรพงษ์ เศรษฐิวัฒน์
บรรณาธิการ : สหวัสส์ เฉลิมชัยวัฒน์
กองบรรณาธิการ : มาริสา ไกรถาวร มนตรา อัปสราเลิศรัศมี
นิศานารถ โชติมาภรณ์ พัทธ์ธีรา เจริญหทัยรัตน์
พิสูจน์อักษร : สันติภาพ เต็มสงสัย
ออกแบบปก : Graphic Room
ศิลปกรรม : Graphic Room

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.phetpraguy.com

พิมพ์ที่ : **บริษัท พี เอ็น เค แอนด์ สกายพริ้นติ้งส์ 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

ราคา 265 บาท

เมื่อ AI ปิดกั้นการมองเห็น

การยิง Ads

จึงเป็นวิธีหนึ่งที่ทำให้คุณ

ได้เปรียบคู่แข่ง

คำนำ
สำนักพิมพ์

สิ่งหนึ่งที่เราต้องยอมรับคือ กระแสของ **TikTok** ที่มาเร็ว แซงทุกแพลตฟอร์มออนไลน์ในเวลานี้ ทำให้ทุกคนหันมาให้ความสำคัญกับ **TikTok** มากขึ้น

เมื่อคนเล่นมากขึ้นการมองเห็นย่อมลดลง สิ่งที่หลายคนเรียกว่า **"การปิดกั้นของ AI"** ส่งผลให้คลิปของเราที่เคยมีคนเห็นนับหมื่นอาจจะเหลือแค่หลักพันโดยที่เราไม่รู้ตัว

แน่นอนว่าถ้าคุณเล่น **TikTok** เพื่อความบันเทิงย่อมไม่น่าจะมีปัญหาอะไร แต่ถ้าคุณใช้ **TikTok** เป็นเครื่องมือทำเงินหรือเป็นเครื่องมือประชาสัมพันธ์ปัญหาจะเกิดทันที เพราะการมองเห็นลดลง ยอดขายของคุณที่พึ่งพาช่องทางนี้ก็ลดลง รายได้จากธุรกรรมที่คุณหาเงินร่วมกับ **TikTok** ย่อมต้องลดตาม

"ยิง ADS แบบมืออาชีพ
กระชากยอดขายใน TikTok
(ฉบับปรับปรุง)"

ที่อยู่ในมือของคุณ คือผลงานของ หมอกิม น.สพ.ธีรพงษ์ เศรษฐิวัฒน์ ผู้ช่ำชองในการยิง Ads บน TikTok

ที่ต้องการจะมาบอกเล่าประสบการณ์ เทคนิคการยิง Ads อย่างแม่นยำ ลงทุนน้อยกำไรสูงให้กับคุณผู้อ่าน เพื่อให้ทุกคนสามารถยิง Ads กระชากยอดขายให้ได้ตามเป้าหมาย

สุดท้ายขอให้คุณผู้อ่านนำเทคนิคเหล่านี้ไปปรับใช้ เพื่อให้ยอดขายทะลุเป้าตามที่ต้องการครับ

เปี่ยมศักดิ์ คุณากรประทีป

บรรณาธิการบริหาร

คำนำ
ผู้เขียน

ตั้งแต่ช่วงปี 2010-2012 ที่ผ่านมา การยิง Ads เป็นวิธีการดึงพื้นที่การแสดงผลให้มาเป็นของคุณเองในกลุ่มเป้าหมายที่ถูกต้องที่มาแรงมากๆ ในประเทศไทย เริ่มจากแพลตฟอร์มของ Facebook และ Google จนมาถึง **TikTok**

"การยิง Ads เป็นกระบวนการทดลองและแก้ปัญหาที่ไม่มีที่สิ้นสุด และเป็นกระบวนการที่ไม่มีสูตรสำเร็จที่ใช้ได้ไปตลอด"

หลักคิดในการยิง Ads มันไม่ใช่แค่คิดถึงการเลือกคนที่ใช่ แต่ต้องป้อนคอนเทนต์โดนใจให้กับคนที่ใช่ด้วย การยิง Ads ในทุกแพลตฟอร์มที่เพิ่งเริ่มต้นมักจะง่ายและสร้างยอดขายแบบคุ้มค่าให้เสมอ

อย่างตอนนี้ **TikTok Ads** ยังอยู่ในช่วงเริ่มต้นก็จริง แต่ด้วยการแข่งขันบนโลกออนไลน์ที่สูง ต่างจากยุค 10 ปีที่แล้ว ที่เพิ่งเป็นช่วงเปลี่ยนผ่านจากออฟไลน์มาออนไลน์ ดังนั้นเราอาจจะต้องเร่งเครื่องกันหน่อยนะครับ

พออ่านหนังสือเล่มนี้จบ คุณจะสามารถเริ่มต้นการยิง Ads อย่างถูกหลักได้ ให้ลงมือฝึกฝนอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ประสบการณ์ช่วยหล่อหลอมให้เราเป็นนักยิง Ads ที่ประสบความสำเร็จตัวจริง

น.สพ.ธีรพงษ์ เศรษฐิวัฒน์

สารบัญ

บทที่ 1	ทำไมต้องยิง Ads	10
บทที่ 2	ยิง Ads TikTok ได้กี่ทางบ้าง	15
บทที่ 3	ยิง Ads TikTok ปิดการขายตรงไหนได้บ้าง	23
บทที่ 4	โครงสร้างโฆษณาใน TikTok Ads	27
บทที่ 5	การเซตโฆษณาในส่วนของ “แคมเปญ”	31
บทที่ 6	การเซตโฆษณาในส่วนของ “กลุ่มโฆษณา” (Part 1-2)	38
บทที่ 7	การเซตโฆษณาในส่วนของ “กลุ่มโฆษณา” (Part 3-4)	49
บทที่ 8	การเซตโฆษณาในส่วนของ “โฆษณา”	53
บทที่ 9	ชนิดกลุ่มเป้าหมายใน TikTok Ads	58
บทที่ 10	วิธีการเลือกตัวตนใช้ยิงใน TikTok Ads	66
บทที่ 11	จับมือทำ วิธีสร้าง Custom Audience	72

บทที่ 12	จับมือทำ วิธีสร้าง Lookalike Audience	88
บทที่ 13	วิธีเรียกใช้ Custom Audience และ Lookalike Audience	95
บทที่ 14	ทำความรู้จัก Pixel พร้อมวิธีติดตั้ง	98
บทที่ 15	การปั้น Salepage ให้ปิดการขายเทพ	112
บทที่ 16	เทคนิคการเทสต์โฆษณาให้ประหยัดค่าโฆษณา	121
บทที่ 17	การวัดผลโฆษณาให้ยอดขายโต	131
บทที่ 18	ค่าผลลัพธ์อื่นๆ ที่ควรรู้จัก	139
บทที่ 19	7 Check List ต้องระวัง ถ้าไม่อยากโดนแบน	145

บทที่ 1

ทำไมต้องยิง Ads

ในโลกออนไลน์ ไม่ว่าจะแพลตฟอร์มใดก็ตาม เมื่อมีการแข่งขันก็จำเป็นที่จะต้องยิง Ads เพราะการนำส่งหาคนใหม่ๆ (For You นั้นลดลงเรื่อยๆ จากช่วงแรก 90% ลดเหลือ 30-60% และมีแนวโน้มที่จะลดลงอีกเรื่อยๆ) แม้ว่า **TikTok** จะมี Function ใหม่ๆ เพื่อกระตุ้นยอดขายอย่าง **TikTok Shop** หรือ **TikTok Live** การยิง Ads ก็ยังเป็นสิ่งจำเป็น

ผมมีเหตุผลที่สำคัญ 5 ข้อ ที่ทำไมคุณจำเป็นจะต้องยิง Ads

1 เป็นการทุ่นแรงทำให้คลิป TikTok ที่ปังของเรา ทำงานได้ต่อเนื่อง

ต่อให้คลิปเราปังและมียอดวิวมากแค่ไหน โดยทั่วไปมันก็จะหยุดวิ่งใน 1 สัปดาห์อยู่ดี แต่ถ้ามันสร้างยอดขายให้เราได้เรื่อยๆ จะปล่อยให้มันหยุดวิ่งยังไง

ดังนั้นการยิง Ads ก็จะช่วยยืดอายุคลิปปังๆ ของเราให้ใช้งานได้นานขึ้นกว่าแค่ 3-7 วัน

2 ทำให้เรามีช่วงพัก ในการทำ “คลิปขาย” บ้าง

การทำคลิปของ **TikTok** ไม่ได้ปังไปทุกคลิป ถ้าโดยมาตรฐานเราทำสัก 10 คลิป ได้ 2 คลิปที่ดี แต่ในชีวิตจริงบางช่วงเราไม่สามารถหาคลิปปังๆ ได้เลย หรือติดโน่นติดนี่ ไม่ว่างในการทำคลิปเพิ่มเพื่อเฟ้นหาคลิปทำยอดของเรา เพราะคลิปปังมันหายาก ถ้าคุณไม่ยิง Ads ก็จะได้แต่รอวันที่ได้คลิปปังใหม่ๆ ซึ่งในบางช่วงก็ไม่รู้เลยว่าคลิปมันจะติดเมื่อไร

3 ในสินค้าบางกลุ่มจะเจาะกลุ่มเฉพาะที่อาจจะไม่ได้เป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของ TikTok

ตัวอย่างเช่น กลุ่มอายุ 35-44, 45-54 ปี คิดเป็น 11,500,000 คน คิดเป็น 25% ของ **TikTok** ซึ่งจำนวนคนในกลุ่มนี้สามารถเป็นลูกค้าของเราเยอะมากพอแน่นอน แต่การทำแบบ Organic ถ้าระบบดันนำส่งไปหาคนที่อายุน้อยๆ และไม่ใช่กลุ่มเป้าหมายหลักของเราล่ะ

ดังนั้นการเสียเงินค่ายิง Ads ไม่ใช่ประเด็น ถ้าคุณมีคอนเทนต์ปังๆ ในการทำยอดขายแล้ว (ซึ่งเป็นการบ้านสำคัญและต้องทำต่อเนื่อง)

4 ในสินค้าบางตัว เป็นสินค้าที่มาไวไปไว

สินค้ากระแสไม่ต้องพูดถึงไม่เกิน 2 เดือน ยอดขายจะตกฮวบๆ Product Life Cycle ของมันจะจบภายในไม่กี่เดือน อย่างเช่น กลุ่มเครื่องสำอาง (บางตัว) แล้วเราจะรออะไรอยู่ เพิ่มงบโฆษณาแล้วทำยอดให้คุ้ม ไม่เช่นนั้นจะกลายเป็นขายดีในช่วงแรก สุดท้ายของติดเต็มมือในช่วงที่ขาลงของสินค้าตัวนั้น

5 การนำส่งช่อง For You ที่ลดลงเรื่อยๆ

อย่างที่เกริ่นไปในต้นบท การนำส่งหาคนใหม่ๆ จะลดลงอีกเรื่อยๆ อย่างแน่นอน อนาคตคลิปที่ปังเท่านั้นที่จะโลดแล่นทำยอดวิวได้สูงๆ ดังนั้นถึงเวลาต้องปรับตัว อย่ายึดติดกับยอดวิวสูงๆ เหมือนปีก่อนๆ ใช้เงินค่าโฆษณาไม่ได้ทำให้คุณขาดทุน ถ้าคุณเริ่มต้นจากคอนเทนต์ที่ปังๆ

ในการตลาดของแบรนด์ๆ หนึ่ง เราก็ต้องใช้เงินกระตุ้นสักทางอยู่ดี บางทีก็มาในรูปแบบการจ้าง Influencers บางทีก็มาในรูปแบบการออกบูธ บางทีก็มาในรูปแบบจ่ายคืนให้ลูกค้า บางทีก็มาในรูปแบบการทำ Flash Sale บางทีก็มาในรูปแบบการกระตุ้นที่มขาย ด้วย Incentive หรือ Bonus

เราจ่ายให้กับอะไรบ้างก็เรื่องหนึ่ง
แต่สิ่งสำคัญที่สุดคือ
เราจ่ายแล้วได้กำไรคุ้มค่าหรือไม่
ซึ่งแน่นอน ณ วันนี้
หากคุณยิง Ads เป็น
อย่างไรก็คุ้มค่าอย่างแน่นอน

บทที่ 2

ยิง Ads TikTok ได้กี่ทางบ้าง