



QR CODE BOOK

หลักสูตรออนไลน์ในหนังสือ



บ้าน คอนโดฯ
อาคาร ที่ดิน

ขายดี

ยิ่งแอดฯ แค่รู้เทคนิค
และวิธี เขียน คอนเทนต์

รวม

จากอสังหาฯ ได้
ต้องใช้ออนไลน์เป็น

สอนคอนเทนต์โดย : ครูพี่ม็อค
สอนยิ่งแอดฯ โดย : ครูปาล์ม

วิธีการรับชมคลิปวิดีโอ หลักสูตรออนไลน์ภายในเล่ม

- 1 เปิดไฟล์ E-Book ของท่านขึ้นมา
- 2 นำโทรศัพท์มาสแกนไปที่ QR Code
(เนื่องจากไม่สามารถบันทึกภาพหน้าจอได้ อาจจำเป็นต้องใช้โทรศัพท์อีกเครื่องเพื่อสแกน)
- 3 รับชมคลิปวิดีโอได้เลย ทบทวนซ้ำได้
ไม่จำกัด



บ้าน คอนโดฯ อาคาร ที่ดิน

ขายดี! แคร่ทุกลูกมีคีย์การ์ด และวิธีเขียนคอนเทนต์

โดย ธวัชชัย พิษผล และปณณชรี กิตินันท์กุล

ราคา 2,999 บาท

สงวนลิขสิทธิ์ หนังสือนี้นับตามพระราชบัญญัติ (ฉบับเพิ่มเติม) พ.ศ. 2558

ห้ามคัดลอกเนื้อหา ภาพประกอบ รวมทั้งดัดแปลงเป็นแผนบันทึกเสียง ตลับวีดิทัศน์

หรือเผยแพร่ด้วยรูปแบบ และวิธีการอื่นใดก่อนได้รับอนุญาต

ข้อมูลทางบรรณานุกรมของหอสมุดแห่งชาติ

National Library of Thailand Cataloging in Publication Data

ธวัชชัย พิษผล.

บ้าน คอนโดฯ อาคาร ที่ดิน ขายดี! แคร่ทุกลูกมีคีย์การ์ด และวิธีเขียนคอนเทนต์.--

กรุงเทพฯ : เซเวนต์ บัค, 2563. 144 หน้า.

1. อสังหาริมทรัพย์. 2. ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์. I. ปณณชรี กิตินันท์กุล, ผู้แต่งร่วม. II. ชื่อเรื่อง.

658.85

ISBN 978-616-8235-17-1

พิมพ์ครั้งที่ 1.-- พฤศจิกายน 2563

ประธานบริหาร

ที่ปรึกษา

บรรณาธิการอำนวยการ

กรรมการผู้จัดการ/บรรณาธิการบริหาร

เลขานุการกองบรรณาธิการ

กองบรรณาธิการ

ออกแบบปก/จัดหน้า

เครดิตภาพประกอบ

ธวัชชัย พิษผล

พ.อ.คมกฤษ รัตนฉายา ดร.ณัฐนรินทร์ เนียมประดิษฐ์ ภญ.ดร.อโณทัย งามวิชัยกิจ

ดร.สุปัญญา สุนทรนนท์ วศ.สิริพงศ์ จิงถาวรณ นพ.ธีรวัฒน์ เนียมสุวรรณ

ผศ.ดร.ตฤณกร เกตุกุลพันธ์

กุลนิภา บุตรสุน

ณัฐริกา หลิมไทยงาม รัตติยา นามเมืองรักษ์

ณัฐนันท์ ไกรรินทร์ นครินทร์ อรรถ

Design by Freepik

ภูมิโอสถสร้างสรรค์ และ จัดจำหน่ายโดย

บริษัท เซเวนต์ บัค จำกัด

194/10 ถนนลาดพร้าว แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900

พิมพ์ที่

ห้างหุ้นส่วนจำกัด ซี แอนด์ เอ็น บัค 82 ซอยพุทธบูชา แขวงบางมด เขตทุ่งครุ กรุงเทพฯ 10140 (สำนักงานใหญ่)

โทรศัพท์ 02-246-4198 โทรสาร 02-870-7652

PART 1

Content

กระชากยอด

10

- | | | |
|-----------|---|----|
| 01 | เทคนิคเขียนคอนเทนต์ขายบ้านที่ละหลัง
วิดีโอบทนี้มีความยาว – 19:30 นาที | 12 |
| 02 | เทคนิคเขียนคอนเทนต์ขายคอนโดที่ละห้อง
วิดีโอบทนี้มีความยาว – 13:16 นาที | 24 |
| 03 | เทคนิคเขียนคอนเทนต์ขายที่ดินที่ละแปลง
วิดีโอบทนี้มีความยาว – 5:53 นาที | 32 |
| 04 | เทคนิคเขียนคอนเทนต์हालुक้าขายฝาก-จำนอง
วิดีโอบทนี้มีความยาว – 6:05 นาที | 40 |
| 05 | เทคนิคเขียนคอนเทนต์हालुक้าเช่าที่ดิน บ้าน คอนโด
วิดีโอบทนี้มีความยาว – 7:34 นาที | 46 |
| 06 | เทคนิคเขียนคอนเทนต์หาผู้ร่วมทุนทำโครงการ
วิดีโอบทนี้มีความยาว – 7:02 นาที | 52 |
| 07 | เทคนิคเขียนคอนเทนต์ขายโครงการบ้านจัดสรร-
อาคารพาณิชย์
วิดีโอบทนี้มีความยาว – 13:52 นาที | 60 |
| 08 | เทคนิคเขียนคอนเทนต์ขายโครงการคอนโด
วิดีโอบทนี้มีความยาว – 6:34 นาที | 70 |
| 09 | เทคนิคเขียนคอนเทนต์ขายโครงการจัดสรรที่ดิน
วิดีโอบทนี้มีความยาว – 6:39 นาที | 78 |
| 10 | เทคนิคเขียนคอนเทนต์สร้างตัวตนให้น่าเชื่อถือ
วิดีโอบทนี้มีความยาว – 6:04 นาที | 86 |
| 11 | เทคนิคเขียนคอนเทนต์สร้างทีมขาย
วิดีโอบทนี้มีความยาว – 2:44 นาที | 90 |
| 12 | เทคนิคเขียนคอนเทนต์ปิดการขาย
วิดีโอบทนี้มีความยาว – 6:29 นาที | 94 |

PART 2

ยิง Ads กำไรพุ่ง

- | | |
|--|-----|
| 13 โอเคเดียวการตลาดออนไลน์สายอสังหาฯ
และการยิง Ads แบบปีกหมูคุด
วีซีโบนีมีความยาว - 1:46:40 ชั่วโมง | 100 |
| 14 เทคนิคการยิง Ads ให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย
ขายบ้าน คอนโด ที่ดิน
วีซีโบนีมีความยาว - 1:50:22 ชั่วโมง | 102 |
| 15 การวิเคราะห์ผล Ads และการปรับงบประมาณ | 114 |
| 16 การติดต่อเจ้าหน้าที่ Facebook คนไทย
วีซีโบนีมีความยาว - 1:47 นาที | 124 |

SPECIAL PART พิเศษ

- | | |
|--|-----|
| โบนัส 15 ขั้นตอนการสร้างเว็บไซต์เซลเพจ
วีซีโบนีมีความยาว - 1:07:05 ชั่วโมง | 130 |
| บทส่งท้าย | 140 |
| รับฟรี E-Book เรื่อง ความรู้เรื่องกฎหมาย
สำหรับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ | 142 |
| แบบฟอร์มฝึกเขียนคอนเทนต์ | 144 |





บทนำ

แม้จะเขียนคอนเทนต์ได้ยอดเยี่ยมแค่ไหน

แต่ถ้าหากไม่ตรงกลุ่มกับเป้าหมายหรือยิงโฆษณาไม่เป็น

ก็ยากที่จะเข้าถึงผู้ซื้อได้

หรือหากยิงโฆษณาและกำหนดกลุ่มเป้าหมายได้เก่งเพียงใด

แต่ถ้าคอนเทนต์ไม่เข้าท่า ก็มีโอกาสน้อยไม่ต่างกัน

แต่ถ้าหากเรายิงโฆษณา

ไปยังกลุ่มเป้าหมายที่ชัดและใช่

พร้อมคอนเทนต์ที่ตรงใจของผู้ซื้อ

“แน่นอนครับ

การปิดการขายก็ไม่ใช่เรื่องยากอีกต่อไป”

เชิญทุกท่านเก็บเกี่ยวความรู้ได้ใน ‘บ้าน คอนโดฯ อาคาร ที่ดิน

ขายดี ยิ่งแอดฯ แครู้เทคนิค และวิธีเขียนคอนเทนต์’ ที่ได้รวบรวม

เอาไว้ทั้งเทคนิคเขียนคอนเทนต์กระชากยอดและเคล็ดลับการยิง

Ads กำไรพุ่งได้เลยครับ

PART 1

Content

กระซกหยด

หลากหลายเทคนิค

พีชต์ ยอดขาย

- 01** เทคนิคเขียนคอนเทนต์ขายบ้านที่ละหลัง
วิดีโอเทคนิคนี้นี้มีความยาว – 19:30 นาที
- 02** เทคนิคเขียนคอนเทนต์ขายคอนโดที่ละห้อง
วิดีโอเทคนิคนี้นี้มีความยาว – 13:16 นาที
- 03** เทคนิคเขียนคอนเทนต์ขายที่ดินที่ละแปลง
วิดีโอเทคนิคนี้นี้มีความยาว – 5:53 นาที
- 04** เทคนิคเขียนคอนเทนต์หาลูกค้าขายฝาก-จำนอง
วิดีโอเทคนิคนี้นี้มีความยาว – 6:05 นาที
- 05** เทคนิคเขียนคอนเทนต์หาลูกค้าเช่าที่ดิน บ้าน คอนโด
วิดีโอเทคนิคนี้นี้มีความยาว – 7:34 นาที
- 06** เทคนิคเขียนคอนเทนต์หาผู้ร่วมทุนทำโครงการ
วิดีโอเทคนิคนี้นี้มีความยาว – 7:02 นาที
- 07** เทคนิคเขียนคอนเทนต์ขายโครงการบ้านจัดสรร-
อาคารพาณิชย์
วิดีโอเทคนิคนี้นี้มีความยาว – 13:52 นาที
- 08** เทคนิคเขียนคอนเทนต์ขายโครงการคอนโด
วิดีโอเทคนิคนี้นี้มีความยาว – 6:34 นาที
- 09** เทคนิคเขียนคอนเทนต์ขายโครงการจัดสรรที่ดิน
วิดีโอเทคนิคนี้นี้มีความยาว – 6:39 นาที
- 10** เทคนิคเขียนคอนเทนต์สร้างตัวตนให้น่าเชื่อถือ
วิดีโอเทคนิคนี้นี้มีความยาว – 6:04 นาที
- 11** เทคนิคเขียนคอนเทนต์สร้างทีมขาย
วิดีโอเทคนิคนี้นี้มีความยาว – 2:44 นาที
- 12** เทคนิคเขียนคอนเทนต์ปิดการขาย
วิดีโอเทคนิคนี้นี้มีความยาว – 6:29 นาที

บทที่ 1

เทคนิคเขียนคอนเทนต์ ขายบ้านที่ละหลัง



「วิธีโอบทนี้」
「มีความยาว - 19:30 นาที」

คุณจะได้เรียนรู้ในเรื่องต่อไปนี้

- คุณจะขายบ้านหลังนี้ให้ใคร
- แนวทางการเลือกหัวข้อคอนเทนต์
- ตัวอย่างหัวข้อคอนเทนต์ขายบ้าน

หากคุณต้องการ ขายทรัพย์สิน 1 ชิ้น

เพื่อทำกำไรให้ได้ ภายในระยะเวลาที่กำหนด

สิ่งที่คุณต้องทำคือ...

โฟกัสไปที่เป้าหมาย

พยายามทุกวิถีทางเพื่อขายมันให้ได้

ทำให้สำเร็จไปทีละขั้น

เหมือนกับการเดินทีละก้าว กินข้าวทีละคำ

แล้วการขายบ้านบนโลกออนไลน์ทีละหลัง

ก็จะไม่ใช่เรื่องยากอีกต่อไปครับ

คุณจะขายบ้านหลังนี้ ให้ใคร ?

หากคุณต้องการขายบ้านที่ละหลังบนเฟซบุ๊กเพจ
สิ่งสำคัญที่ต้องวิเคราะห์เป็นอันดับแรก
ไม่ใช่เรื่องการเขียนคอนเทนต์ ไม่ใช่เทคนิคการยิงโฆษณา
แต่เป็นการมองภาพกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน

“ลูกค้ายของคุณคือใคร”

ตอบคำถามข้อนี้ให้ได้ครับ

ก่อนลงมือร่ายยาวเขียนบทความลงในเพจ คุณต้องตอบคำถาม
ข้างต้นให้ได้เสียก่อน เพราะกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนจะกลายเป็น
ตัวชี้วัดแนวทางการสร้างคอนเทนต์ในเพจของคุณ

เมื่อทุกโพสต์ของคุณมีคุณค่า น่าสนใจ และเป็นประโยชน์ต่อกลุ่ม
เป้าหมาย เขาก็ยินดีจ่ายเงินเพื่อซื้อบ้านหลังนั้นครับ

บ้านแต่ละหลัง
มีกลุ่มเป้าหมายไม่เหมือนกัน

ประเด็นในการเขียนคอนเทนต์
จึงแตกต่างกันไปด้วย



บ้าน 1 หลัง

ตรงกับกลุ่มเป้าหมายเพียง 1 กลุ่ม

หากคุณอยากเขียนคอนเทนต์เพื่อขาย และเก็บรายชื่อเพื่อยิงแอด
ผมขอแนะนำให้คุณตั้งเพจใหม่ไปเลยครับ

ผมขอยกตัวอย่าง ดังนี้ครับ

หากคุณต้องการขายบ้าน 1 หลัง ที่ตั้งอยู่บริเวณอำเภอเมือง
ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี คุณต้องคาดการณ์เอาไว้ก่อนว่า ใครบ้างที่มี
แนวโน้มว่าจะซื้อบ้านหลังนี้ ใครบ้างที่ต้องการบ้านตัวเมืองจังหวัด
สุราษฎร์ธานี

พูดง่าย ๆ ก็คือ หากต้องการเขียนคอนเทนต์เพื่อขายบ้านหลังนี้
คุณต้องหากกลุ่มเป้าหมายให้เจอก่อน

แต่ถ้าคุณยังนึกภาพลูกค้าไม่ออก ผมขอแนะนำคนที่จะซื้อบ้านนั้น
แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มครับ



กลุ่มที่หนึ่ง คือ นักลงทุน

ลูกค้ากลุ่มนี้มีอยู่ทั่วประเทศ พวกเขามักมองหาสิ่งหาซื้อที่ทำได้
กำไรเข้ากระเป๋าได้ และถ้าหากนักลงทุนเล็งเห็นว่าบ้านของคุณ
สามารถสร้างกำไรได้อย่างคุ้มค่า เขาก็จะซื้อ

หากคุณต้องการขายทรัพย์สินให้กับนักลงทุน คอนเทนต์จะต้องถูกส่ง
ไปทั่วประเทศ



กลุ่มที่สอง คือ บุคคลทั่วไป

(ไม่ใช่นักลงทุน แต่ต้องการบ้านในทำเลนั้น ๆ)

คนที่อยู่รอบ ๆ อำเภอเมือง ต้องการซื้อบ้านให้ลูก
หรือคนที่อยู่ในอำเภอเมืองอยู่แล้ว แต่อยากได้บ้านที่มีหลังใหญ่ขึ้น
รวมทั้งคนที่มีความฝันอยากมีบ้านอยู่ในจังหวัดนั้น ๆ อยู่แล้ว

คิดให้ออกครับ
ว่ากลุ่มเป้าหมายของคุณเป็นใคร
อาชีพไหนที่มีแนวโน้มว่าจะซื้อบ้านของเธอ

บ้านของคุณตั้งอยู่ใกล้เคียงกับสถานที่สำคัญ คนที่ทำอาชีพแบบไหน
ที่มีแนวโน้มว่าจะกลายเป็นลูกค้าของคุณ

เช่น บ้านของคุณตั้งอยู่ใกล้กับโรงพยาบาล กลุ่มเป้าหมายที่มีแนวโน้ม
ว่าจะตัดสินใจง่ายที่สุดก็คงหนีไม่พ้นบุคลากรทางการแพทย์
คุณหมอ พยาบาล เภสัช

ย้ำอีกครั้งครับ กลุ่มเป้าหมายสำคัญที่สุด

ก่อนที่จะคุณตั้งคำถามว่าอยากขายบ้านต้องเขียนคอนเทนต์อย่างไร ต้องยิงแอดแบบไหน คุณต้องรู้ให้แน่ชัดก่อนว่ากลุ่มเป้าหมายของเรา คือใคร เพราะนั่นคือหัวใจสำคัญ

เมื่อได้กลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนแล้ว จึงกลับมาคิดต่อครับว่า คนเหล่านั้น มีปัญหาเรื่องอะไร

IWRะคอนเทนต์ คือปัญหาของกลุ่มเป้าหมาย

เช่น ถ้าผมโพสต์ลงในเพจว่า ‘เคยกู้บ้านแล้วไม่ผ่าน ทำแบบไหน ถึงจะกู้ผ่านได้’ แล้วก็ยิงโฆษณาไปยังกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ หรือ อีกตัวอย่างก็คือ ‘เคยติดแบล็กลิสต์ ทำอย่างไรจึงจะกู้เงินมาสร้างบ้าน 4 ล้านบาทได้’ จากนั้นก็บอกวิธีแก้ปัญหาให้กับเขา

เมื่อกลุ่มเป้าหมายที่เคยมีปัญหานี้ผ่านมาเจอ เขาก็จะหยุดดูหรืออ่าน ต่อจนจบ

แต่... อย่าเพิ่ง รับขายของนะครับ



เก็บรายชื่อ
ของกลุ่มเป้าหมาย
เอาไว้ในมือเราก่อน

คอนเทนต์ขี้ปัญหาที่ใช้สำหรับเก็บรายชื่อ
พมแนะนำให้ทำไว้ 5 ถึง 10 โพสต์

ดึงความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย
โดยไม่ต้องขายของ

เมื่อเก็บรายชื่อแล้ว ถึงจะเริ่มทำโฆษณา
เพื่อการขายเต็มรูปแบบทำให้เขาเห็นถึงประโยชน์
เมื่อรู้ว่าเขาเป็นใคร ค่อยมาลิสต์ว่าปัญหาของพวกเขาเหล่านั้น
คืออะไร เพื่อจะได้ตีปัญหาของเขาให้แตก

แนวทางการเลือกหัวข้อคอนเทนต์

วิเคราะห์

ระบุที่ตั้งทรัพยากรของเรา (.....)

ระบุราคาทรัพยากรของเรา (.....)

เช่น ที่ตั้งทรัพยากรของเราอยู่ที่อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

คนจะซื้อบ้านของเราเพื่ออยู่อาศัยก็จะเป็นคนที่อยู่ใน
จังหวัดชุมพรหรือใกล้เคียง ดังนั้นเวลาที่เราโพสต์
เราจึงสามารถยิงโฆษณาแบบปักหมุดได้

หากราคาทรัพย์สินของเรา ราคา “2 ล้านบาท”

แปลว่าผู้ซื้อต้องผ่อนเดือนละราว ๆ 2 หมื่นบาท เราก็จะนึกออกว่า ถ้าเขาเป็นข้าราชการ เป็นพนักงาน เป็นเจ้าของกิจการ จะต้องมียาได้สุทธิต่อเดือนเท่าไรถึงจะสามารถกู้หรือผ่อนได้

สมมติว่ากลุ่มเป้าหมายต้องมีรายได้ 50,000 บาท ถึงจะกู้ได้ เราก็พอคิดได้ว่าคนมียาได้ระดับนี้ อยู่ในตำแหน่งระดับไหน มีสถานะทางสังคมอย่างไร

ระบุกลุ่มเป้าหมาย

ของเรา (.....)

การเขียนคอนเทนต์หรือวิดีโอ

ที่เราส่งเนื้อหาจากปัญหาของกลุ่มเป้าหมาย

เขาก็จะสนใจและมีส่วนร่วม เมื่อเขาสนใจหรือมีส่วนร่วม เราก็สามารถยิงโฆษณาขายไปยังเขาได้ หมายความว่า ถ้าเราไปขายของให้คนที่มีความสนใจ ก็มีโอกาขายได้ง่าย

ตัวอย่าง

หัวข้อคอนเทนต์

ที่กลุ่มเป้าหมายที่มีรายได้เกิน
50,000 บาทสนใจ

- มีรายได้เดือนละห้าหมื่น กู้เงินซื้อบ้านจะได้วงเงินเท่าไร
- ทำสเตตเมนต์แบบไหน ที่กู้เงินซื้อบ้านราคาสองล้านแล้วยังมีเงินเหลือ
- ธนาคารเขาดูอะไร เมื่อคุณจะซื้อบ้านราคาสองล้าน
- คนระดับผู้จัดการ หัวหน้าส่วนงาน มีรสนิยมเลือกบ้านแบบไหน
- คนระดับผู้จัดการ ผู้บริหารที่จะได้รับการโปรโมต ต้องรู้หลักคิด 10 ข้อ
ที่ทำให้งานเข้าตา
- สิบเทคนิคคำพูดครองใจคนสำหรับผู้บริหาร นักการเมือง
 ฯลฯ



ระบุคอนเทนต์ที่จะเขียน

.....

.....

.....

.....

.....

อธิบาย

- เนื้อหาที่เอามาเขียน อาจมาจากประสบการณ์ของคุณเอง หรือคุณเข้าไปค้นหาในกูเกิล จากหนังสือได้ แต่อย่าลืมใส่เครดิต ที่มา
- ตอนจบบทความ ใส่คำถามว่าใครมองหาบ้านดี ๆ กด 1 คนที่สนใจก็จะแสดงความคิดเห็น เมื่อเขามีส่วนร่วมจากการกดถูกใจ แสดงความคิดเห็น หรือเขาชอบบทความแล้วแชร์ ตอนที่ยิงโฆษณาขายบ้าน เราจะได้ยังกลับไปหาคนที่มีส่วนร่วมได้ (ขายบ้านทีละหลัง แนะนำให้ยิง Ads แบบปักหมุด)
- บทความให้ความรู้ แค่อิงความสนใจก่อน ยังไม่ต้องขายของเราทำเพื่อเก็บรายชื่อเท่านั้น
- ผมแนะนำว่าใช้สัก 5 คอนเทนต์ก็พอ ใส่บัสส์คอนเทนต์ละ 3 พันบาท แปลว่าเราใช้งบเก็บรายชื่อ 15,000 บาท สำหรับการเก็บรายชื่อคนสนใจ

คุณจะขายบ้านหลังนี้ ให้ใคร ?

หากคุณต้องการขายบ้านที่ละหลังบนเฟซบุ๊กเพจ
สิ่งสำคัญที่ต้องวิเคราะห์เป็นอันดับแรก
ไม่ใช่เรื่องการเขียนคอนเทนต์ ไม่ใช่เทคนิคการยิงโฆษณา
แต่เป็นการมองภาพกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน

ลูกค้าของคุณคือใคร ตอบคำถามข้อนี้ให้ได้ครับ

ก่อนลงมือร่ายยาวเขียนบทความลงในเพจ
คุณต้องตอบคำถามข้างต้นให้ได้เสียก่อน
เพราะกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนจะกลายเป็นตัวชี้วัด
แนวทางการสร้างคอนเทนต์ในเพจของคุณ

เมื่อทุกโพสต์ของคุณมีคุณค่า น่าสนใจ
และเป็นประโยชน์ต่อกลุ่มเป้าหมาย
เขาก็ยินดีจ่ายเงินเพื่อซื้อบ้านหลังนั้นครับ



**บ้านแต่ละหลัง
มีกลุ่มเป้าหมายไม่เหมือนกัน**

ประเด็นในการเขียนคอนเทนต์
จึงแตกต่างกันไปด้วย

ISBN 978-616-8235-17-1



9 786168 235171
ราคา 2,999 บาท