

DIGITAL NOMAD INSIGHTS EVERY MARKETER MUST KNOW

อินไซด์ “ดิจิทัลโนแมด” ที่นักการตลาดต้องรู้

บันทึก ไซคลิสติก

BOOKETING



อินไซด์ “ดิจิทัลโนแมด” ที่นักการตลาดต้องรู้

DIGITAL NOMAD INSIGHTS
EVERY MARKETER MUST KNOW

ราคา

99 บาท

จำนวนหน้า

98 หน้า

บรรณาธิการ

ภาวนา อรัญญิก

หัวหน้ากองบรรณาธิการ

บัณฑิต โชคลิทธิกร

กองบรรณาธิการ

ปรีชญ์ พันแสงระวี

ออกแบบปก

CMYK BANGKOK

ศิลปกรรม

CMYK BANGKOK

CMYK.BANGKOK@GMAIL.COM

พิสูจน์อักษร

กัลชนา ทิชากร

บจ.มาร์เก็ตอินโฟ แอนด์ คอมมิวนิเคชั่น

3769/46 เจริญราษฎร์ 7 แขวง 7-6 บางโคล่

บางคอแหลม กรุงเทพฯ 10120

โทร. 093 9415294

EMAIL>>MARKETING.EDITOR@GMAIL.COM

คำนำ

ในยุคที่พรมแดนทางกายภาพเลือนรางและเทคโนโลยีได้กลายเป็นสะพานเชื่อมโลกทั้งใบ แนวคิดเรื่อง “ที่ทำงาน” ก็ได้ถูกนิยามใหม่โดยสิ้นเชิง เราได้ก้าวเข้าสู่ยุคทองของเศรษฐกิจ Digital Nomad ซึ่งไม่ได้เป็นเพียงเทรนด์ชั่วคราวแต่คือการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและเศรษฐกิจที่สั่นสะเทือนรากฐานการทำงานแบบดั้งเดิม กลุ่มผู้บริโภคนักเดินทางระยะไกลหรือดิจิทัลโนแมดเหล่านี้ไม่ได้เป็นเพียงนักเดินทางที่ถือแล็ปท็อปเท่านั้น แต่พวกเขาคือกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีไลฟ์สไตล์เฉพาะตัว มีอิสระทางความคิด และมีความต้องการที่ซับซ้อนทั้งในแง่ของเครื่องมือการทำงาน ประสบการณ์การใช้ชีวิต และการเชื่อมต่อ พวกเขาคือตลาดเป้าหมายที่กำลังขยายตัวและมีศักยภาพทางการบริโภคสูง ซึ่งการจะเข้าถึงจิตใจของพวกเขาได้นั้น จำเป็นต้องใช้กลยุทธ์ทางการตลาดที่เข้าใจในบริบทของการใช้ชีวิตที่ไร้ซึ่งการยึดติด

CONTENT

004	คำนำ
007	Chapter 1 ทำความเข้าใจกลุ่ม Digital Nomad
008	- นิยามและประเภทของ Digital Nomad (DN)
011	- วิถีชีวิตและพฤติกรรมการใช้จ่ายของ Digital Nomad
017	- ค่านิยม, แรงจูงใจในการทำงาน/เดินทาง และลักษณะทางจิตวิทยา
022	- แพลตฟอร์มและช่องทางการสื่อสารที่นิยมใช้
023	- ความแตกต่างของ Digital Nomad แต่ละกลุ่ม
028	- สำรวจความต้องการและช่องว่างในตลาดสำหรับ Digital Nomad
038	Chapter 2 กลยุทธ์การตลาดเพื่อคนทำงานไร้พรมแดน
039	- การสร้างแบรนด์ที่ตอบโจทย์กลุ่ม Digital Nomad
041	- การปรับแต่งเนื้อหาให้เหมาะสมกับวัฒนธรรมและภาษา
046	- การใช้เทคโนโลยีและแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย
048	- การสร้างประสบการณ์และความพิเศษให้กับลูกค้า

CONTENT

052	Chapter 3 เจาะลึก Location-independent Marketing
053	- แนวคิดและหลักการของ Location-independent Marketing
055	- การปรับแต่งแคมเปญการตลาดให้เข้ากับกลุ่มเป้าหมายไร้พรมแดน
061	- ตัวอย่างกรณีศึกษาที่ประสบความสำเร็จในตลาด Digital Nomad
066	Chapter 4 เจาะลึก Co-working Space Partnerships
067	- Co-working Space ในฐานะ "Hub" ทางการตลาดของกลุ่ม Digital Nomad
071	- ตัวอย่างกลยุทธ์ Co-working Spaces เป็นจุดเชื่อมต่อกับกลุ่มเป้าหมาย
074	- การร่วมมือกับผู้ให้บริการท้องถิ่น-สายการบิน, ที่พัก, ประกัน, ภาษี, สุขภาพ ฯลฯ
080	- ตัวอย่างกรณีศึกษาที่ประสบความสำเร็จในตลาด Digital Nomad
087	Chapter 5 อนาคตของ Digital Nomad Economy
088	- การเติบโตของเศรษฐกิจ Digital Nomad และแรงขับเคลื่อนหลัก
091	- Metaverse และเทรนด์เทคโนโลยีการทำงานระยะไกลรูปแบบใหม่
094	- นโยบายออกวีซ่าสำหรับ Digital Nomad และโอกาสเจดตลาดตามภูมิภาค
096	- ผลกระทบต่อเศรษฐกิจและการตลาดโลก



CHAPTER 1

ทำความเข้าใจกลุ่ม Digital Nomad และเศรษฐกิจไร้พรมแดน

นิยามและประเภทของ Digital Nomad (DN)

Digital Nomad หรือนักเดินทางดิจิทัล คือกลุ่มผู้คนที่เลือกใช้ชีวิตแบบเร่ร่อนไปในโลกดิจิทัล กำลังกลายเป็นกลุ่มเป้าหมายที่น่าสนใจอย่างยิ่งในโลกของการตลาดสมัยใหม่ เพราะไม่ได้เป็นเพียงแค่นักท่องเที่ยวธรรมดาทั่วไป แต่คือผู้บุกเบิกรูปแบบการใช้ชีวิตที่ผสมผสานระหว่างการทำงาน การท่องเที่ยว และการแสวงหาประสบการณ์ชีวิตใหม่ๆ เข้าไว้ด้วยกันอย่างลงตัว

Digital Nomad ได้พลิกโฉมความหมายของการทำงานและใช้ชีวิตไปอย่างสิ้นเชิง ไม่ใช่แค่กลุ่มคนที่ทำงานจากระยะไกลชั่วคราว แต่กลุ่มนี้คือปฐมบทของยุคใหม่แห่งการทำงาน เพราะคือนักบุกเบิกผู้เขียนนิยามของอิสระบนแผนที่โลก โดยใช้เพียงแล็ปท็อปและสายเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตเป็นอาวุธคู่กาย การใช้ชีวิตของกลุ่มนี้ไม่ได้ถูกจำกัดด้วยขอบเขตของสำนักงานสี่เหลี่ยมหรือตารางเวลาแบบเดิมๆ แต่กลับเต็มไปด้วยความยืดหยุ่นและเสรีภาพในการเลือกว่าจะทำงานที่ไหน เมื่อ

ไหน และอย่างไร

คนทำงานกลุ่มนี้ใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างเต็มพิกัดเพื่อปฏิบัติการกิจในการทำงานจากทุกมุมโลกที่สัญญาณไวไฟไปถึง ไม่ว่าจะเป็นคาเฟ่ริมชายหาดในบาห์ลี ห้องสมุดสาธารณะในกรุงเทพฯ Co-working Spaces ทันสมัยในกรุงเบอร์ลิน หรือแม้แต่บนรถตู้ท่องเที่ยวระหว่างทางในประเทศเปรู

ซึ่งวิถีชีวิตแบบนี้ได้สร้างพฤติกรรมการใช้จ่ายที่แตกต่างไปจากกลุ่มผู้บริโภคทั่วไปอย่างชัดเจน

เมื่อเจาะลึกลงไปในชุมชนดิจิทัล โนแมด จะพบว่าคนกลุ่มนี้มีความหลากหลายอย่างน่าทึ่ง ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็นประเภทต่างๆ ตามลักษณะการทำงานและไลฟ์สไตล์ ซึ่งแต่ละประเภทก็มีโลกและโอกาสทางการตลาดที่แตกต่างกันอย่างชัดเจน

เริ่มจากกลุ่มนักสร้างเนื้อหาดิจิทัลและนักการตลาดออนไลน์ ซึ่งเป็นเสมือนนักเล่าเรื่องในยุคดิจิทัล กลุ่มนี้ประกอบด้วยบล็อกเกอร์ อินฟลูเอนเซอร์ ยูทูบเบอร์ พอดแคสเตอร์ รวมถึงผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดบนโซเชียลมีเดียและคอนเทนต์มาร์เก็ตติ้ง ดิจิทัล โนแมด กลุ่มนี้สร้างรายได้มาจากการโฆษณา สปอนเซอร์ชิป ค่าคอมมิชชันจากการแนะนำผลิตภัณฑ์ หรือการขายคอร์สออนไลน์ ดังนั้นกลุ่มนี้จึงเป็นเสมือนผู้สร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้ติดตามผ่านการแบ่งปันประสบการณ์การเดินทางและชีวิตในต่างแดน ทำให้กลายเป็นพาร์ทเนอร์ทางการตลาดที่ทรงคุณค่าสำหรับแบรนด์ที่ต้องการเข้าถึงกลุ่มผู้ชมระดับโลก

อีกกลุ่มที่สำคัญไม่แพ้กันคือ กลุ่มผู้ให้บริการแบบฟรีแลนซ์ ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญอิสระในสเกลเฉพาะทาง กลุ่มนี้รวมถึงนักออกแบบกราฟิก นักเขียนและนักแปล โปรแกรมเมอร์ ผู้เชี่ยวชาญด้าน SEO และที่ปรึกษาด้านต่างๆ คนกลุ่มนี้เป็นพลังสำคัญที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจแบบกิก (Gig Economy) หรือกลุ่มผู้ที่มีรายได้แบบฟรีแลนซ์ ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์หรือเครือข่ายลูกค้าของตนเอง ความต้องการของผู้ใช้ชีวิตกลุ่มนี้คือเครื่องมือที่เพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน ความน่าเชื่อถือในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต และโซลูชันการจัดการโครงการที่ช่วยให้ทำงานร่วมกับทีมหรือลูกค้าจากทั่วโลก

ได้อย่างราบรื่น

นอกจากนี้ยังมีกลุ่มผู้ประกอบการและเจ้าของธุรกิจออนไลน์ ซึ่งเป็นผู้บงการเบื้องหลังที่สร้างระบบงานให้ดำเนินไปได้โดยไม่ต้องอยู่หน้างานตลอดเวลา ธุรกิจของพวกเขาอาจเป็นการขายสินค้าผ่านอีคอมเมิร์ซ พัฒนาซอฟต์แวร์ เป็นเจ้าของเว็บไซต์ที่สร้างรายได้จากโฆษณา หรือแม้แต่การลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัล เช่น Cryptocurrency ความสำเร็จของพวกเขาขึ้นอยู่กับ การสร้างระบบอัตโนมัติและการจ้างทีมงานระยะไกล (Remote Team) ที่มีประสิทธิภาพ ทำให้พวกเขาต้องการเครื่องมือจัดการธุรกิจที่ครบวงจรและโซลูชันด้านโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ

และอีกกลุ่มที่กำลังเติบโตอย่างรวดเร็วคือ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญและพนักงานประจำที่ทำงานจากระยะไกล ซึ่งได้รับการยอมรับจากองค์กรให้ทำงานจากที่ใดก็ได้ในโลก บริษัทชั้นนำหลายแห่งเริ่มตระหนักถึงประโยชน์ของการมีทีมงานที่กระจายตัวอยู่ตามจุดต่างๆ ของโลก ไม่ว่าจะเป็นการเข้าถึงพรสวรรค์ที่กว้างขึ้น และการเพิ่มประสิทธิภาพของพนักงานกลุ่มนี้ก็มีเสถียรภาพทางการเงินสูงและมองหาสิ่งอำนวยความสะดวกที่ช่วยให้สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพในระยะยาว ขณะเดินทาง เช่น สมาชิกCo-working Spaces ระดับพรีเมียม หรือที่พักที่ออกแบบมาสำหรับการทำงาน

การเข้าใจนิยามและประเภทของดิจิทัล โนแมด อย่างลึกซึ้งนี้ ไม่ใช่เพียงการจัดหมวดหมู่คนกลุ่มหนึ่ง แต่คือการเข้าใจคลื่นลูกใหม่ของพลังผู้บริโภคและไลฟ์สไตล์ที่กำลังจะกำหนดทิศทางของตลาดในอนาคต ซึ่งไม่ใช่เทรนด์ชั่วคราว แต่เป็นปรากฏการณ์ทางสังคมและเศรษฐกิจที่กำลังขยายตัวและจะยังคงอยู่ไปอีกยาวนาน การออกแบบผลิตภัณฑ์ บริการ หรือกลยุทธ์การตลาดใดๆ ก็ตามที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการอันเฉพาะตัวของกลุ่มนี้ได้ นั่น หมายถึงการก้าวเข้าสู่ตลาดโลกที่ไร้พรมแดนและเต็มไปด้วยโอกาสอันไร้ขีดจำกัด