



TikTok Influencer + AI



“ปฏิวัติวงการ TikTok
ปั้นแบรนด์ดัง และขายดี
เป็นล้านด้วยพลัง
ของ AI”

Dr.OPPA ดร.เต๋ ภาณุ บุษมบัตติ
Influencer 64 ล้านวิว

ด้านธุรกิจและการลงทุน
3rd Prize Best Financial & Investment
Thailand Influencer Awards 2023





มีเพียง “ความรู้” เท่านั้นที่มนุษย์ใช้พลิก “โลก”
และเปลี่ยน “ชีวิต” เราจึงสร้างสรรค์ และส่งมอบ “ความรู้”
ในรูปแบบที่ดีกว่า เพื่อให้คนไทย “เรียนรู้” ได้ตลอดชีวิต

Only “Knowledge” can help human
change “The World” and “Their Lives”.
With this truth, it drives us to deliver
“Knowledge” for Thai being able to
“Learn” better everyday.



TikTok Influencer + AI ปฏิวัติวงการ TikTok ปั่นแบรนด์ดัง และขายดีเป็นล้านด้วยพลังของ AI

AUTHORS :

ภาณุ บุญสมบัติ

กานดารินทร์ โชตินิวัฒน์ชัย

Kandahouse212@gmail.com

EDITORIAL :

ชนะ เทศทอง

chana_t@idcpremier.com

EXECUTIVE EDITORS :

สัจจะ จรัสรุ่งเรือง, อรรณพ ชันธิกุล

PRODUCTION MANAGER :

วรพล ณิชกุล

GRAPHIC DESIGNER :

ชวนันท์ รัตนะ

PAGE LAYOUT :

ชูศรีม

PROOFREADER :

พรพรรณรัตน์ ขุราณี

PUBLISHING COORDINATORS :

สุริย์รัตน์ จิ๋ว, นิตรณัย ศรีสวัสดิ์

PRODUCT SPECIALIST :

ณัฐวุฒิ นิพนธ์



ข้อมูลทางบรรณานุกรม :

ภาณุ บุญสมบัติ

TikTok Influencer + AI ปฏิวัติวงการ

TikTok ปั่นแบรนด์ดัง และขายดีเป็นล้าน

ด้วยพลังของ AI

นนทบุรี : ไอดีซี, 2567

176 หน้า

1. การตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์

I กานดารินทร์ โชตินิวัฒน์ชัย (ผู้แต่งร่วม)

II ชื่อเรื่อง

658.8

Barcode 885-916-101-230-6

พิมพ์ครั้งที่ 1 กรกฎาคม 2567

ราคา 325 บาท



จัดพิมพ์และจัดจำหน่ายโดย

บริษัท ไอดีซี พรีเมียร์ จำกัด

200 หมู่ 4 ชั้น 19 ห้อง 1901

จัสตินอินเตอร์เนชั่นแนลทาวเวอร์

ถ.แจ้งวัฒนะ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120

โทรศัพท์ 0-2962-1081 (อัตโนมัติ 10 คู่สาย)

โทรสาร 0-2962-1084

ร้านค้าและตัวแทนจำหน่าย

โทรศัพท์ 0-2962-1081-3 ต่อ 112-114

โทรสาร 0-2962-1084

สมาชิกสัมพันธ์

โทรศัพท์ 0-2962-1081-3 ต่อ 121

โทรสาร 0-2962-1084

พิมพ์ที่ บริษัท พงษ์วารินการพิมพ์ จำกัด

299-299/1 หมู่ 10 ถ.สุขุมวิท 107 ต.สำโรงเหนือ

อ.เมืองสมุทรปราการ จ.สมุทรปราการ 10270

โทรศัพท์ 0-2399-4525-31 โทรสาร 0-2399-4524

เครื่องหมายการค้าอื่นๆ ที่อ้างถึงเป็นของบริษัทนั้นๆ

สงวนลิขสิทธิ์ตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537

โดยบริษัท ไอดีซี พรีเมียร์ จำกัด ห้ามลอกเลียนไม่ว่า

ส่วนใดส่วนหนึ่งของหนังสือเล่มนี้ ไม่ว่าในรูปแบบใดๆ

นอกจากจะได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรจากผู้จัด

พิมพ์เท่านั้น

บริษัท ไอดีซี พรีเมียร์ จำกัด จัดตั้งขึ้นเพื่อเผยแพร่

ความรู้ที่มีคุณภาพสู่ผู้อ่านชาวไทย เรายินดีต้อนรับเขียน

ของนักวิชาการและนักเขียนทุกท่าน ท่านผู้สนใจกรุณา

ติดต่อผ่านทางอีเมลที่ infopress@idcpremier.com หรือ

ทางโทรศัพท์หมายเลข 0-2962-1081 (อัตโนมัติ 10

คู่สาย) โทรสาร 0-2962-1084

E-book พฤศจิกายน 2568

TikTok การแข่งขันทวีความเข้มข้นขึ้นทุกขณะ การทำการตลาดแบบเดิมๆ อาจไม่เพียงพออีกต่อไป หนังสือ “TikTok Influencer + AI TikTok Influencer + AI ปฏิวัติวงการ TikTok ปั่นแบรนด์ดัง และขายดีเป็นล้านด้วยพลังของ AI” เล่มนี้ จะพาคุณก้าวข้ามขีดจำกัดของการตลาดแบบเดิม สู่การผสมผสานสร้างสรรค์ระหว่างอินฟลูเอนเซอร์และ AI เพื่อปลดล็อกโอกาสใหม่ๆ บนโลก TikTok อย่างไร้ขีดจำกัด

ไม่ว่าคุณจะเป็นแบรนด์ใหญ่หรือธุรกิจที่เพิ่งเริ่มต้น คุณก็สามารถเรียนรู้และนำเอากลยุทธ์การตลาดแนวหน้าไปปรับใช้ได้จากหนังสือเล่มนี้ คุณจะได้เจาะลึกตั้งแต่พื้นฐานของ Influencer Marketing ไปจนถึงเทคนิคขั้นสูงในการเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารด้วย AI ที่จะช่วยให้คุณเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้แม่นยำและตรงใจมากขึ้น

แต่ที่สำคัญกว่านั้น หนังสือเล่มนี้ยังเจาะลึกถึงบทบาทของ AI ในฐานะส่วนสำคัญของการสร้างแคมเปญอินฟลูเอนเซอร์ให้ประสบความสำเร็จ คุณจะได้เรียนรู้การใช้ AI เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทุกขั้นตอน ตั้งแต่การค้นหาอินฟลูเอนเซอร์ การสร้างคอนเทนต์ การโปรโมต ไปจนถึงการวัดผลและการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่ออ่านหนังสือเล่มนี้จบ คุณ将有ความเข้าใจอย่างถ่องแท้ถึงศักยภาพของ AI ในการยกระดับการตลาดแบบอินฟลูเอนเซอร์ และพร้อมที่จะนำความรู้เหล่านั้นไปใช้ให้เกิดผลสัมฤทธิ์ทางธุรกิจสูงสุด คุณจะก้าวออกจากการอบการทำการตลาดแบบเดิม สู่การเป็นผู้นำในยุคของ AI-powered Influencer Marketing อย่างเต็มสปีด



กานดารินทร์ โชตินิวัฒน์ชัย

คำนำ



TikTok Influencer + AI ไม่ใช่แค่แนวคิดเพื่อฝันอีกต่อไป แต่คือเครื่องมือแห่งอนาคตที่จะสั่นสะเทือนวงการการตลาดดิจิทัล ในฐานะผู้เขียน ผมอยากถามคุณว่า คุณพร้อมจะเป็นเจ้าของและใช้ประโยชน์จาก AI เพื่อการตลาดของคุณแล้วหรือยัง? ถ้าคำตอบคือ “ใช่” หนังสือเล่มนี้จะเป็นกุญแจสำคัญที่ไขประตูสู่โอกาสใหม่ๆ บนโลกแห่งการตลาดที่ถูกขับเคลื่อนด้วย AI

ตลอดหลายปีที่ผ่านมา ผมได้ทำงานร่วมกับแบรนด์ชั้นนำและอินฟลูเอนเซอร์แถวหน้ามากมาย สิ่งหนึ่งที่ผมเห็นชัดคือ การทำแคมเปญบน TikTok ไม่ใช่แค่กระแสรวดเร็ว แต่กำลังจะกลายเป็นมาตรฐานใหม่ของการสื่อสารการตลาดในยุคดิจิทัล และเมื่อผนวกกำลังเข้ากับเทคโนโลยี AI ที่กำลังพัฒนาอย่างก้าวกระโดด มันจะยิ่งทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ที่ทุกแบรนด์ต้องจับตามอง

ในหนังสือเล่มนี้ผมได้รวบรวมประสบการณ์และแนวคิดล่าสุดเกี่ยวกับการเพิ่มประสิทธิภาพแคมเปญอินฟลูเอนเซอร์บน TikTok คุณจะได้เรียนรู้ตั้งแต่พื้นฐานของ Influencer Marketing ไปจนถึงกลยุทธ์เชิงลึกในการสร้างคอนเทนต์ร่วมกับ AI การวิเคราะห์ข้อมูลแบบ Real-time และอีกมากมาย

Dr.OPPA ดร.เต้ ภาณุ บุญสมบัติ

Influencer 64 ล้านวิว ด้านธุรกิจและการลงทุน

3rd Prize Best Financial & Investment Thailand Influencer

Awards 2023

นอกจากเนื้อหาที่อัดแน่นด้วยเคล็ดลับเชิงปฏิบัติแล้ว ผมยังได้แบ่งปันเรื่องราวความสำเร็จ ซึ่งจะช่วยจุดประกายความคิดให้คุณนำไปปรับใช้ต่อยอดได้อย่างไม่รู้จบ

แต่อย่าเข้าใจผิดว่านี่จะเป็นแค่หนังสือเกี่ยวกับเทคโนโลยีล้ำๆ สิ่งสำคัญกว่าคือ มันจะเปลี่ยนมุมมองของคุณที่มีต่อการทำการตลาดแบบไม่เคยเป็นมาก่อน

มันจะแสดงให้เห็นว่า AI ไม่ใช่สิ่งที่จะมาแทนที่ความคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์ แต่จะมาช่วยให้เราปลดปล่อยศักยภาพเหล่านั้นได้เต็มขีดจำกัด เพื่อสร้างสรรค์แคมเปญที่โดดเด่น ครองใจผู้ชม และเร่งผลตอบแทนทางการตลาดได้อย่างที่ไม่เคยทำได้มาก่อน

เมื่ออ่านหนังสือเล่มนี้จบ ผมเชื่อว่า คุณจะรู้สึกตื่นเต้นกับโอกาสมหัศจรรย์ที่อยู่ข้างหน้า

คุณ将有ความเข้าใจใหม่ว่า AI ไม่ใช่ศัตรู แต่เป็นพันธมิตรที่ทรงพลังของการตลาดยุคใหม่ และคุณจะลุกขึ้นมาพร้อมกับความรู้และความมั่นใจที่จะนำ AI มาปรับใช้เพื่อเปลี่ยนเกมในแคมเปญของคุณเอง

ถ้าคุณพร้อมที่จะเป็นผู้นำในยุคใหม่ของ AI-driven Influencer Marketing หนังสือเล่มนี้คือจุดเริ่มต้นที่สมบูรณ์แบบ มาร่วมผจญภัยครั้งสำคัญนี้ด้วยกัน และปลดล็อกอนาคตที่สดใสไว้ขีดจำกัดกันครับ

บทนำ

ทำความเข้าใจกับการขายในยุคดิจิทัล 11

การขายทวิความดูเดียว	
ในทุกแพลตฟอร์ม	12
ปัญหาที่คนส่วนใหญ่เจอ	13
การขายใน TikTok คือการยกระดับการขายออนไลน์	15
สิ่งที่เจ้าของแบรนด์ต้องรับทำในวันนี้ คือ	17

Chapter 1

เปิดโลก TikTok ขายดีด้วยอินฟลูเอนเซอร์ 19

1.1 การใช้ Influencer อินฟลูเอนเซอร์ใน	
การขายสินค้าบน TikTok	22
1.2 ก่อนจะขายก็ต้องวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายก่อน	24
ทฤษฎีการแบ่งส่วนตลาด	
(Market Segmentation Theory)	26
ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ	
(Consumer Decision Making Theory)	29
ทฤษฎีวัฏจักรชีวิตผลิตภัณฑ์	
(Product Life Cycle Theory)	31
ทฤษฎีบุคลิกภาพ (Personality Theory)	34
ทฤษฎีความน่าเชื่อถือ (Credibility Theory)	36



Chapter 2

ปัจจัยที่ทำให้สินค้าขาย ได้ดีบน TikTok

41

2.1 เลือกสินค้าตามกระแส	42
2.2 สร้างคอนเทนต์ที่ตอบโจทย์กระแส	44
2.3 ปรับใช้กลยุทธ์ Influencer Marketing	45
2.4 การทำวิจัยตลาดอย่างละเอียด	46
2.5 การเข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างสินค้า กับผู้บริโภค	46
2.6 การใช้งานข้อมูลเชิงลึกจาก TikTok Analytics	47
2.7 การเลือกแพลตฟอร์มที่มีลูกค้าคุณอยู่จริง	48
2.8 การสร้างเนื้อหาที่มีความเฉพาะตัว	52
2.9 การกำหนดราคาสินค้าอย่างมีกลยุทธ์	53

Chapter 3

เหตุผลที่ขายไม่ออกใน TikTok

55

3.1 การเลือกสินค้าและราคาผิดพลาด	56
การเข้าใจความต้องการของตลาด	56
การกำหนดราคาอย่างมีกลยุทธ์	57
การปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง	57
ฟังความต้องการของลูกค้า	58

การวิเคราะห์และปรับใช้ข้อมูล	58
การสร้างความยืดหยุ่นในการกำหนดราคา	59

3.2 การตั้งราคาที่ไม่เหมาะสมทำให้สินค้า ขายไม่ได้และไม่กำไร

63

1. การตั้งราคาตามต้นทุน (Cost-Based Pricing)	63
2. การตั้งราคาตามคู่แข่ง (Competition-Based Pricing)	64
3. การตั้งราคาตามค่าความพร้อมจ่าย (Value-Based Pricing)	64
4. การตั้งราคาแบบแทรกซึม (Penetration Pricing)	65
5. การตั้งราคาแบบกระตุ่น (Skimming Pricing)	65

3.3 ไม่ให้ความสำคัญการทำคอนเทนต์ในคลิป ที่จะขายของ

66

หลักการ AIDA (Attention, Interest, Desire, Action)	67
การใช้ Storytelling	68
การใช้งาน Visual และ Audio ที่มีคุณภาพ	68

3.4 ปัญหาของต้นทุนโฆษณาและการเลือก อินฟลูเอนเซอร์ที่ไม่เหมาะสม

70

Chapter 4

การแก้ไขปัญหายาขายได้ แต่ขาดทุน 75

4.1 การควบคุมต้นทุนโฆษณาและการ Retarget	76
4.2 การสร้างลูกค้าซ้ำด้วย CRM ที่ดี	79
วัตถุประสงค์หลักของ CRM	79
เทคนิคในการใช้ CRM เพื่อเพิ่ม	
ความภักดีของลูกค้า	81
4.3 การจัดการต้นทุนสินค้าและการตั้งราคา	87
การวิเคราะห์ต้นทุนสินค้าอย่างละเอียด	87
การกำหนดราคาอย่างมีกลยุทธ์	88

Chapter 5

ความสำคัญของอินฟลูเอนเซอร์ ในการขายบน TikTok 93

5.1 วิธีเลือกอินฟลูเอนเซอร์ที่เหมาะสม	94
5.2 คำแนะนำในการจัดการกับอินฟลูเอนเซอร์	97
Influencer Marketing Funnel	97



Chapter 6

วิธีปรับเกมเมื่อยอดขาย ไม่เป็นไปตามเป้า 105

1. เลือกสินค้าไม่ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย	107
2. คอนเทนต์ไม่มีเอกลักษณ์ หรือไม่ ตอบโจทย์เว็บไซต์ผู้ชม	108
3. กำหนดราคาและโปรโมชั่นที่ไม่เหมาะสม	110
4. ไม่ติดตามและปรับกลยุทธ์ให้ทันต่อทั้งที่ เรื่องสำคัญเกี่ยวกับการบริหารต้นทุนในการทำ ธุรกิจบน TikTok	114
ทฤษฎีต้นทุน (Cost Theory)	114
หลักการบริหารต้นทุน (Cost Management Principles)	115
การบริหารต้นทุนสินค้าอย่างชาญฉลาด	117
การใช้กลยุทธ์ Retarget Ads บน TikTok ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด	119
แฮ็คเคล็ดลับในการใช้ TikTok Analytics เพื่อปรับแผนการตลาดให้มีประสิทธิภาพ	121
1. กำหนดเป้าหมายและ KPI ให้ชัดเจน	122
2. ติดตามอัตราการเติบโตของผู้ติดตาม	123
3. วิเคราะห์ลักษณะคอนเทนต์ที่ทำงานได้ดีที่สุด	124
4. ทดสอบและปรับแผนอย่างต่อเนื่อง	125
“How to check TikTok Analytics”	126
วิธีตรวจสอบ TikTok Analytics	126
การเลือกเนื้อหาคอนเทนต์ที่จะทำให้กลายเป็น Viral	132
การสร้าง Hook 3 วินาทีปิดคลิปโดนใจบน TikTok	133

ความสำคัญของ Hook 3 วินาทีแรก	133
เช็กลิสต์สำหรับการสร้างคอนเทนต์ TikTok	136
เช็กรีวิวต่างๆ ของ TikTok	140
TikTok Creative Center	140
TikTok For Business	144

Chapter 7

การใช้ AI เพื่อเพิ่มรายได้ให้ Influencer บน TikTok 147

1. การเพิ่มประสิทธิภาพในการสร้างเนื้อหาก่อน อันดับแรก	150
2. การใช้ AI ในการวิเคราะห์พฤติกรรมและความ สนใจของฐานผู้ติดตาม (Follower Insights)	151
3. การนำ AI มาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการหา แบรนด์ที่ใช้มาร่วมงาน (Brand Matching)	156
4. การใช้ ChatGPT และ Gemini เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ในการจัดการแคมเปญของ Influencer	158
5. การใช้ AI เพื่อส่งเสริมความน่าเชื่อถือและ ป้องกันการโกง	160
ในมุมมองของนักการตลาดและเจ้าของแบรนด์ที่ ต้องการเพิ่มยอดขายผ่านการทำ Influencer Marketing โดยใช้ AI เข้ามาช่วย	166
บทสรุป	171
Bonus	173
ประวัติผู้เขียน	174





บทนำ

ทำความเข้าใจกับ การขายในยุคดิจิทัล

TikTok

ยุคสมัยเปลี่ยนไป ธุรกิจและการตลาดก็ต้องปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงนั้น จากที่เคยเป็นยุคของการตลาดแบบดั้งเดิม วันนี้เราก้าวเข้าสู่ยุคดิจิทัลอย่างเต็มตัว การขายสินค้าออนไลน์ได้กลายเป็นแนวทางหลักที่ธุรกิจทั้งหลายต้องเรียนรู้และปรับใช้ เพื่อตอบโจทย์ลูกค้าในยุคนี้ ที่ต้องการความสะดวกสบาย ความรวดเร็ว และการเข้าถึงที่ไม่จำกัด



การขายทวิความดูเด็ด ในทุกแพลตฟอร์ม

การขายสินค้าในยุคนี้ไม่ได้จำกัดอยู่เพียงแค่ช่องทางเดียว แต่ต้องขยายไปยังทุกแพลตฟอร์มที่เป็นไปได้ ไม่ว่าจะเป็นเว็บไซต์, สื่อสังคมออนไลน์, แอปพลิเคชัน และแพลตฟอร์มอื่นๆ ที่ลูกค้าเข้าถึงได้ เป้าหมายคือ การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด และในทุกๆ แพลตฟอร์ม กลยุทธ์และเนื้อหาอาจต้องปรับเปลี่ยนเพื่อให้ตอบโจทย์กับลักษณะและพฤติกรรมของผู้ใช้งานแต่ละแพลตฟอร์มด้วย

ปัญหาที่คนส่วนใหญ่เจอ

หนึ่งในปัญหาหลักที่ผู้ประกอบการมักเจอในการขายสินค้าออนไลน์ คือความท้าทายในการสร้างคอนเทนต์ สร้างความน่าสนใจ และพลังการดึงดูดใจลูกค้า ในโลกออนไลน์ที่มีสินค้าและบริการมากมาย การทำให้สินค้าของคุณโดดเด่นเป็นเรื่องยาก ปัญหาอื่นๆ เช่น การจัดการโลจิสติกส์ และการส่งสินค้า, การรับมือกับความคาดหวังที่สูงขึ้นของลูกค้า, การควบคุมคุณภาพสินค้าและบริการหลังการขาย

การแก้ไขปัญหาเหล่านี้ต้องอาศัยการวิเคราะห์และการเข้าใจตลาดอย่างลึกซึ้ง การใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทำความเข้าใจพฤติกรรมลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญ นอกจากนี้ การสร้างเนื้อหาที่มีคุณภาพ ใช้เทคนิคการตลาดที่เหมาะสม การบริการลูกค้าที่เอาใจใส่ และการสร้างประสบการณ์การซื้อที่ไม่เหมือนใคร ก็เป็นกุญแจสำคัญในการแก้ปัญหาเหล่านี้

เช่น มีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่โดยเฉพาะปัญญาประดิษฐ์ (AI) และการเรียนรู้ของเครื่อง (Machine Learning) มาประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลและพฤติกรรมของลูกค้า ซึ่งจะช่วยให้องค์กรสามารถเข้าใจความต้องการและความสนใจของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น ทำให้สามารถพัฒนากลยุทธ์การตลาดและการขายให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น



บทนำ

ทำความเข้าใจกับการขายในยุคดิจิทัล



บางองค์กรใช้เทคนิค Social Listening ในการติดตามและวิเคราะห์ความคิดเห็นและพฤติกรรมของผู้บริโภคบนสื่อสังคมออนไลน์ ข้อมูลเหล่านี้ช่วยให้เข้าใจแนวโน้มและความนิยมของลูกค้าได้มาก

นอกจากนี้ ยังมีการนำระบบแชทบอท (Chatbots) มาใช้ในการให้บริการลูกค้าแบบอัตโนมัติ ช่วยตอบคำถามและแก้ปัญหาเบื้องต้นให้กับลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายอีกด้วย

เทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมต่างๆ ได้ถูกนำมาประยุกต์ใช้เพื่อปรับปรุงประสบการณ์ของลูกค้า เข้าใจความต้องการ และสร้างปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

นอกจากนี้ AI ยังสามารถนำมาปรับในการทำดีโอมาร์เก็ตติ้ง เป็นอีกวิธีหนึ่งที่ได้รับคามนิยม เนื่องจากช่วยสร้างคอนเทนต์ได้อย่างรวดเร็ว สามารถวิเคราะห์ลูกค้า เพิ่มการมีส่วนร่วมกับลูกค้า ให้ลูกค้ารับรู้ถึงคุณค่าและความน่าเชื่อถือของแบรนด์มากขึ้น

การขายใน TikTok คือการยกระดับการขายออนไลน์

TikTok ได้กลายเป็นแพลตฟอร์มที่ไม่เพียงแต่เป็นที่นิยมในหมู่วัยรุ่นและกลุ่ม Gen Z เท่านั้น แต่ยังเป็นเครื่องมือการตลาดที่มีพลังสำหรับธุรกิจหลายประเภท ด้วยการใช้วิดีโอสั้นๆ ที่สร้างสรรค์และมีความบันเทิง ธุรกิจสามารถดึงดูดความสนใจและสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว

การขายบน TikTok จึงไม่ใช่เพียงการโปรโมตสินค้าอย่างเดียว แต่ยังรวมถึงการสร้างเรื่องราว การส่งมอบค่านิยมของแบรนด์ และการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายใหม่ๆ

หนึ่งในกุญแจสำคัญในการขายบน TikTok คือ การใช้กลยุทธ์ "Influencer Marketing" การทำงานร่วมกับอินฟลูเอนเซอร์ที่มีผู้ติดตามที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจคุณ สามารถเพิ่มความเชื่อมั่น ขยายการเข้าถึง และเพิ่มยอดขายได้อย่างมาก การเลือกใช้อินฟลูเอนเซอร์ที่เหมาะสม และการสร้างคอนเทนต์ที่ทั้งสนุกสนานและมีคุณค่าจึงเป็นสิ่งสำคัญ



บทนำ
ทำความเข้าใจกับการขายในยุคดิจิทัล



ยุคนี้จำไว้เลยครับ การเข้าใจและการปรับตัวเข้ากับการขายเป็นสิ่ง
ที่ธุรกิจไม่สามารถมองข้ามได้ ทั้งการขยายไปยังทุกแพลตฟอร์ม การ
เผชิญกับปัญหาที่พบบ่อย และการหาแนวทางในการแก้ไขการขายบน
TikTok โดยเฉพาะอย่างยิ่งได้แสดงให้เห็นถึงพลังของการใช้คอนเทนต์
ที่สร้างสรรค์ และการมีอินฟลูเอนเซอร์เป็นพันธมิตร

คุณต้องเรียนรู้และใช้ประโยชน์จากเครื่องมือเหล่านี้ ซึ่งไม่เพียงแต่
สามารถช่วยให้ธุรกิจของคุณเติบโตในยุคดิจิทัลได้ แต่ยังเป็นการเตรียม
พร้อมสำหรับอนาคตที่ไม่มีขีดจำกัด