



Instagram

Marketing

เรียนรู้วิธีสร้างแบรนด์ สร้างตัวตน สร้างโปรไฟล์ ทำคอนเทนต์ คมโตน ไปจนถึงการโฆษณา
และสร้างยอดขาย พร้อมใช้ข้อมูลเชิงลึก และเทคนิคการโพสต์ให้เห็นผลแบบครบๆ จบในเล่มเดียว

ภัทรนิษฐ์ สิริวัชรศักดิ์



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.





Instagram Marketing

AUTHOR :

ภัทรนิษฐ์ สิริวัชรศักดิ์

EDITORIAL :

ชนะ เทศทอง

chana_t@idcpremier.com

PRODUCTION MANAGER :

วรพล ฌธิกุล

GRAPHIC DESIGNERS :

ชวนนท์ รัตนะ, วรวิทย์ วรจันต์

PAGE LAYOUT :

วรวิทย์ วรจันต์

PROOFREADER :

สุนทรี บรรลือศักดิ์

PUBLISHING COORDINATORS :

สุพัตรา อาจปฐ, สุริยรัตน์ จิ๋ว

PRODUCT SPECIALIST :

ศรัณย์ ขาดิสุทธิผล



ข้อมูลทางบรรณานุกรม :

ภัทรนิษฐ์ สิริวัชรศักดิ์

Instagram Marketing

นนทบุรี : ไอดีซี พรีเมียร์ จำกัด

200 หน้า

1. การตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์

I ชื่อเรื่อง

658.8

Barcode 885-916-101-227-6

พิมพ์ครั้งที่ 1 ตุลาคม 2565

E-book พฤศจิกายน 2568

ราคา 295 บาท



จัดพิมพ์และจัดจำหน่ายโดย

บริษัท ไอดีซี พรีเมียร์ จำกัด

200 หมู่ 4 ชั้น 19 ห้อง 1901

จัสมินอินเตอร์เนชั่นแนลทาวเวอร์

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 เฟสท็อฟเซท (1993) จำกัด

99/11 หมู่ 7 ต.ลำโพ

อ.บางบัวทอง จ.นนทบุรี 11110

โทรศัพท์ 0-2191-7125-8

โทรสาร 0-2191-7129

เครื่องหมายการค้าอื่นๆ ที่อ้างถึงเป็นของบริษัทนั้นๆ

สงวนลิขสิทธิ์ตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 โดย

บริษัท ไอดีซี พรีเมียร์ จำกัด ห้ามลอกเลียนไม่ว่าส่วนใด

ส่วนหนึ่งของหนังสือเล่มนี้ ไม่ว่าในรูปแบบใดๆ นอกจาก

จะได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรจากผู้จัดพิมพ์เท่านั้น

บริษัท ไอดีซี พรีเมียร์ จำกัด จัดตั้งขึ้นเพื่อเผยแพร่ความรู้

ที่มีคุณภาพสู่ผู้อ่านชาวไทย เรายินดีรับงานเขียนของ

นักวิชาการและนักเขียนทุกท่าน ท่านผู้สนใจกรุณาติดต่อ

ผ่านทางอีเมลที่ infopress@idcpremier.com หรือทาง

โทรศัพท์หมายเลข 0-2962-1081 (อัตโนมัติ 10 คู่สาย)

โทรสาร 0-2962-1084

บทบรรณาธิการ

ผมเป็นบรรณาธิการหนังสือที่มีงานอดิเรกปลูกเลี้ยงกระบองเพชร (เพื่อน ๆ บน Facebook ทราบดีอยู่แล้ว) ทำมานานและมีจำนวนมากเข้าก็แบ่งขาย สร้างรายได้เพิ่มอีกช่องทางนอกจากงานประจำที่เป็นบรรณาธิการหนังสือ

สำหรับช่องทางการขายอยู่ในโซเชียลมีเดียเป็นหลัก แบ่งเป็น Facebook Page, กลุ่มซื้อขายกระบองเพชรใน Facebook และ Instagram อนาคตจะมี Line เพิ่มขึ้นอีกช่องทาง และก็มือออกร้านงานแฟร์ของวงการกระบองเพชรบ้างเป็นครั้งเป็นคราว

ที่ผมแปลกใจอยู่เสมอคือ กระบองเพชรที่ลดราคาแข่งกันเพื่อให้ขายได้ในกลุ่มต่างๆ บน Facebook กลับถูกขายได้ในราคาที่สูงกว่าบน Instagram

สมมติในกลุ่มบน Facebook หากจะขายได้ต้องตั้งราคาไม่เกิน 100 บาท แต่ใน Instagram ขายได้สบายๆ ในราคา 150 บาท

ผมไม่ได้รู้สึกไปคนเดียว เพื่อนที่ค้าขายกระบองเพชรเป็นอาชีพหลักก็พูดเหมือนกัน “ขายบน IG ได้ราคาดีกว่าบน Facebook”

จึงมีคำถามว่าทำไมกันนะ มีบทวิเคราะห์ในใจ แต่ก็ไม่แน่ใจว่าจะไปถูกทางหรือไม่ จนกระทั่งถูกเรียกร้องจากทีมการตลาดว่า ควรทำหนังสือ Instagram Marketing และบังเอิญก็มีต้นฉบับเสนอเข้ามาจากคุณหญิง ภัทรนิษฐ์ สิทธิวัชรศักดิ์ จึงได้ทราบเหตุผลว่าทำไมใน Instagram จึงขายสินค้าได้ราคาสูงกว่า

เหตุผลว่าทำไมก็อยู่ในเนื้อหาหนังสือเล่มนี้ และการยิงโฆษณาก็ไม่ใช่วางออกทั้งหมด เพื่อให้ขายสินค้าบน Instagram ได้ แน่นอนว่าคุณจำเป็นต้องยิงโฆษณาอยู่ แต่ก็ต้องมีองค์ประกอบอื่นร่วมด้วย องค์ประกอบที่ว่ามันผมขอเรียกว่า การตลาด เพื่อที่จะทำให้สินค้าชิ้นเดียวกันนั้นถูกขายได้ง่ายกว่า หรือสามารถขายได้ในราคาที่สูงกว่าบน Instagram ซึ่งทั้งหมดอยู่ในหนังสือเล่มนี้

คำนำ

สวัสดีค่ะ เคยสังเกตไหมคะว่า ทำไมดาราดารา, เซเลบบริตี้, Influencer แปรนดีใหญ่ๆ ดังๆ ระดับ Top 5 ไม่ว่าจะของเมืองไทย หรือของโลก เลือกที่จะโปรโมทร้านค้า หรือตัวบุคคล ผ่าน Social แพลตฟอร์มเล็กๆ อย่าง Instagram มากกว่าแพลตฟอร์มอื่นๆ

นั่นเพราะการสื่อสารเรื่องราวไลฟ์สไตล์ ผ่านรูปภาพและวิดีโอ นั้น เป็นสิ่งที่ทำให้การสื่อสารชัดเจนกว่าแพลตฟอร์มอื่นๆ ค่ะ

การสร้างแบรนด์ หรือแม้กระทั่งการสร้างยอดขายของแพลตฟอร์ม Instagram นั้น จะมีลักษณะพิเศษเฉพาะกว่าแพลตฟอร์มอื่นๆ เพราะการซื้อขายจะซื้อผ่านความเชื่อใจในตัวบุคคลและร้านค้า และนี่คือที่มาของคำว่า สินค้าบน Instagram ไม่ว่าจะราคาแพงแค่ไหนคนก็ยอมจ่าย

เพราะเขาจ่ายราคาของความเชื่อใจในสินค้า จ่ายในราคาของศิลปะและอารมณ์

ผู้เขียนโหลดเล่นบนเส้นทาง Instagram และขายของบนแพลตฟอร์มนี้ตั้งแต่ยุคเริ่มต้น ที่มีเพียง Fliter ไม่กี่ตัว และยุคที่ยังไม่ได้ควรวรรวมกับ Facebook

สินค้าที่ผู้เขียนได้เริ่มขายชิ้นแรกคือ กลุ่มกระเป๋าแบรนด์เนมระดับ Hi-End ที่มีราคา มากกว่า 10,000 บาทขึ้นไปจนถึงหลักหลายแสนบาท โดยที่ไม่เคยได้ยิงโฆษณาเลย

ปัจจุบัน Instagram มีลูกเล่นมากมายหลากหลาย เพื่อรองรับร้านค้า และ Influencer ที่กำลังเข้ามาใช้งานแพลตฟอร์มนี้ ไม่ว่าจะเป็นการสร้างตัวตน หรือการสร้างร้านค้าก็ดี

สิ่งหนึ่งที่ผู้เขียนมักจะบอกนักเรียน หรือผู้อ่านเสมอๆ ว่า Instagram เป็นเพียงอีกหนึ่งแพลตฟอร์มที่ใช้สำหรับสื่อสารกับลูกค้าอีกกลุ่มหนึ่งเท่านั้น ไม่ควรยึดเป็นพื้นที่หลักในการขายช่องทางเดียว ควรกระจายช่องทางขายให้หลากหลายเพื่อเพิ่มยอดขายของธุรกิจคุณด้วยค่ะ

และอีกสิ่งหนึ่งที่มักย้ำเสมอคือ การลงรูป ส่ง Story หรือแม้กระทั่ง Reels ให้สม่ำเสมอ เพราะลูกค้า Instagram นั้นชอบให้ร้านมีความเคลื่อนไหว เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือด้วยค่ะ อาจจะใช้เวลาสักหน่อย กว่าที่เราจะสร้างร้านให้คนที่ไม่รู้จักรเรา กลายเป็นลูกค้า และกลายเป็นฐานแฟนที่เหนียวแน่นค่ะ

ไม่ว่าคุณจะทำขายของแพลตฟอร์มไหน จงทำความเข้าใจพฤติกรรมของลูกค้าในแพลตฟอร์มนั้นๆ ให้มากที่สุด เพื่อที่คุณจะได้วางแผนกลยุทธ์การทำการตลาด การวางคอนเทนต์ให้เหมาะกับลูกค้าของคุณนะคะ

อยากให้มาลองสร้างแบรนด์ที่แพลตฟอร์มนี้กันเยอะๆ เพราะฐานผู้เล่นยังคงเป็นฐานแฟนที่เหนียวแน่น และพฤติกรรมไม่ได้หลากหลายเหมือนแพลตฟอร์มอื่นๆ ค่ะ

ผู้เขียนตั้งใจนำเทคนิคที่เริ่มตั้งแต่พื้นฐาน เพื่อให้ผู้อ่านบางท่านที่ยังไม่เคยลองใช้ Instagram ได้เข้าใจ รวมถึงมีเทคนิค กลยุทธ์ทางการตลาดที่ผู้เขียนได้ทดลองทำเอง รวมถึงได้บอกนักเรียนมากกว่า 1,000 ธุรกิจได้ทดลองทำ ซึ่งผลลัพธ์ดีมากกว่า 99% ค่ะ แต่ก็ยังมีการปรับตัว พัฒนากันต่อไป อย่าหยุดเพียงเพราะเราสำเร็จแล้วนะคะ

ผู้เขียนหวังว่า หนังสือเล่มนี้จะมีประโยชน์ต่อท่านผู้อ่านบ้าง ไม่มากก็น้อย

ขอบพระคุณที่รักกันค่ะ

ภัทรนิษฐ์ สิทธิวัชรศักดิ์

คำนิยม

การตลาดได้เปลี่ยนไปแล้ว และการตลาดจะเปลี่ยนแปลงต่อไปเรื่อยๆ แต่สิ่งหนึ่งที่ไม่เปลี่ยน นั่นคือ ความต้องการของคนที่ยังไงก็ยังคงอยากจะได้สิ่งของที่สวยงาม เพื่อมาเพิ่มบาร์มี หรือนำมาเพื่อแก้ไขปัญหา ลดความเจ็บปวด หรือทำให้ชีวิตง่ายขึ้น

ผมเชื่อว่าผู้อ่านหลายคนน่าจะใช้งาน Social Network หลายๆ ตัวอยู่แล้วไม่ว่าจะเป็น Facebook, TikTok, Instagram หรือแม้แต่ Business Network อย่าง Linkedin ซึ่งทั้งหมดนี้นั้นล้วนแต่เป็น “ช่องทางทำเงิน” ได้ทั้งหมด หากคุณเข้าใจว่า คุณกำลังขายให้ใคร เขาต้องการอะไร และเขาพร้อมที่จะตัดสินใจซื้อของคุณหรือไม่

หนังสือเล่มนี้ เป็นหนังสือที่พยายามแกะหลักการทำการตลาดออนไลน์ผ่าน Platform Instagram ที่เขียนได้ละเอียด และเหมาะกับคนที่กำลังต้องการหารายได้เสริมจากการเล่น Instagram หรือแม้แต่คนที่ทำการตลาดเป็นอยู่แล้ว และต้องการจะทบทวนเนื้อหาการตลาดอื่นที่มากกว่าแค่การทำตามขั้นตอนการยิงโฆษณา แต่รวมถึงหลักการขาย การเพิ่มคุณค่าในการขาย และการนำมาปรับใช้งานจริง Instagram เป็นอีกหนึ่งช่องทางที่มีความแตกต่างจาก Facebook และ TikTok ที่ถ้าคุณไม่เข้าใจและพยายามทำแบบเดียวกัน ผมรับรองเลยว่าผลลัพธ์จะแตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัด และหนังสือเล่มนี้ก็เหมือนคู่มือสำหรับคนที่ต้องการอยากเข้าใจการตลาดเฉพาะทางสำหรับ Instagram นี้ที่เขียนได้ดี เข้าใจง่าย และอ่านได้อย่างสนุก แถมยังนำไปใช้ได้จริง

ผมหวังว่าคุณจะสนุกกับการอ่านหนังสือเล่มนี้ และสามารถนำหลายๆ อย่างไปลงมือทำได้ทันทีหลังจากที่อ่านจบแต่ละบท

ขอให้สนุกกับการลงมือทำ

วรุฒม์ รินธนาเลิศ

CEO Rin&Rin Supply

เจ้าของเพจ Nampla Crypto

เจ้าของเพจทำเล่นสุรภูมิ

ผมเคยเป็นคนที่ยึดติดกับแพลตฟอร์ม Facebook จนไม่ยอมขยับไปไหน
แต่เมื่อประมาณ 4-5 ปีก่อน ผมได้พบกับผู้ทรงคุณหนึ่งที่ทำให้ผมต้องเหลียวไปมองอีก
แพลตฟอร์มหนึ่ง

ที่ทำเงินได้มากมาย ไม่ด้อยไปกว่า Facebook เลย นั่นคือ Instagram
คุณหญิง หรือ พี่หญิง หรือในบางครั้งเวลาเราปาร์ตี้กัน ผมก็เรียกเธอว่า เจ้าหญิง
คือคนแรกที่พาผมเข้าไปสู่ตลาด Instagram และทำให้ผมสามารถทำเงินจากแพลตฟอร์มนี้ได้
หนังสือเล่มนี้จะเป็นหนังสืออีกเล่ม ที่อยู่ในชั้นหนังสือระดับท็อปของผม
เพราะเป็นเสมือนลายแทง คู่มือ บทสรุป หรือสูตรลัดในการเริ่มทำธุรกิจบน Instagram
และแน่นอนครับ ผมขอแนะนำคนที่ยังลังเลว่า เล่มนี้คือเล่มที่คุณควรมีติดไว้ในบ้านและห้อง
ทำงานของคุณ

ขอให้ทุกคนสนุกไปกับการสร้างโลกใหม่ของคุณบน Instagram ครับ

ด้อม ปิติภัทร ปัญญาวรณ
CEO Health Store, Tomorrow Skill

หนังสือ IG ของพีหนัง สำหรับเราที่เป็นคนที่อยากลุยสายอาร์ต เน้นภาพ เน้นวิดีโอ และเข้าถึงตลาดที่คนมีกำลังซื้อสูงมานานแล้ว เรียกได้ว่าการรวมทั้งหลักการและรายละเอียดทั้งขณะทำ และก่อนทำการตลาดบน IG ไว้ด้วยกัน ทำให้ไม่ต้องกลับมา “เอ๊ะ” ภายหลังที่เริ่มลงมือทำไปแล้วว่า “นี่เราพลาดอะไรไป”

ซึ่งต้องบอกว่า เป็นหัวใจเลยที่ก่อนจะ “ลงเงิน ลงเวลา ทำการตลาด”

การเลือกลูกค้า ต้องรู้ว่าจะกำลังจะเจอลูกค้าแบบไหนกันแน่ เห็นภาพให้ชัด เรื่องนี้เป็นความสำคัญอันดับต้นๆ เลย

เนื้อหาเรียบเรียงมาแบบให้ “ทำ ท้น ทิ” ได้แบบเรียบง่าย

ทั้งการเตรียมข้อมูล เทคนิคการหาของมาขาย การตกแต่งร้านค้าให้ดึงดูด การใช้เครื่องมือช่วยต่างๆ แคมพีหนังยังพาเราวิเคราะห์ฐานลูกค้าแบบง่ายๆ ทั้งก่อนและหลังเข้าร้านด้วย

ขอชื่นชมที่คลอดหนังสือที่ทำให้เชื่อว่า ถ้าเพียงแค่ได้อ่านแล้วลงมือทำ ก็จะทำให้การทำการตลาดบน IG เป็นเรื่องที่ไม่ไกลตัวอีกต่อไป ทำสำเร็จได้จริงๆ

พิมพ์ภาภรณ์ วัลลิสุต
บริษัท ทุมอร์โรว์ สกิล จำกัด

Introduction

ทำไมเราต้องขายของบนโลกออนไลน์?

ทำไมเราต้องขายของบนโลกออนไลน์?	3
เมื่อโลก Offline รวมตัวกับโลก Online	6
พลังขับเคลื่อนของ Social Media	7
แล้วทำไมต้องขายบน Instagram?	8



CHAPTER 01 | มารู้จักกับ Instagram กันเถอะ

เกร็ดเล็กเกร็ดน้อยของ Instagram	12
ทำไมต้องขายของบน Instagram?	13
ประเภทสินค้าที่เหมาะสมกับ	
การขายของบน Instagram	16
สินค้าแฟชั่น	16
เครื่องสำอาง	19
ของตกแต่งบ้าน	20
หมวดลดน้ำหนัก	21
ครีมและอาหารเสริม	22
หมวดหมู่สินค้าเฉพาะกลุ่ม (Niche Market)	23
เทคนิคการขายโดยไม่ต้องใช้ทุนสูง	25
Shopee/Lazada	25
ประตูน้ำ แพลทตินัม แหล่งขายส่งเสื้อผ้าขนาดใหญ่ของ	
ประเทศ	26
Mr. D.I.Y. ร้านขายสินค้าเบ็ดเตล็ดนำเข้าราคาถูก	27
หาร้านที่เปิดรับตัวแทนจำหน่ายจาก Facebook	28

CHAPTER 02 | ประเภทของ Instagram

Business Account	32
ตัวอย่างบัญชีธุรกิจ (Business Account)	33
Creator Account	34
Influencer Marketing	36
เทคนิคการทำการตลาด	
โดยใช้ Influencer และ KOL	38

CHAPTER 03 | เริ่มต้นก้าวแรกกับ Instagram

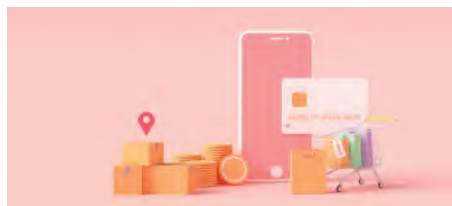
การสมัคร Instagram เบื้องต้น	42
การเพิ่ม Instagram Account	
แบบไม่ต้องสมัครใหม่	45
เปลี่ยนบัญชีธรรมดาให้เป็นเครื่องมือ	
สร้างเงินล้านกันเถอะ	47
รู้จักส่วนประกอบต่างๆ ของ Instagram	50

CHAPTER

04

รู้จักลูกค้า กันเสียก่อน

Neuro Science วิทยาศาสตร์ทางด้านสมอง
และระบบประสาทวิทยา..... 61



CHAPTER

05

เทคนิคสร้างยอดขาย ให้เกิดขึ้นจริง

เทคนิคเพิ่มความน่าเชื่อถือ x10 ด้วยรูปโปรไฟล์..... 68

โลโก้ของแบรนด์ (Logo)..... 69

เทคนิคการตั้งชื่อร้านให้ปัง เรียกติดคันทันที..... 72

Username หรือชื่อร้าน 72

เทคนิคการเลือกชื่อร้านแบบ Official
สำหรับสายตัวแทน 74

เทคนิคการสร้าง Name ด้วย SEO

ให้ลูกค้าค้นหาเจอก่อนใคร 76

ปิดการขายตั้งแต่ยังไม่เริ่มขาย

ด้วยการเขียน BIO..... 78

เทคนิคตกแต่ง Story Highlight ให้เป็นระเบียบ

สวยงามน่ามอง 81

วิธีตั้ง # Hashtag คาทาเรียกเงินล้านทันตา 84

เทคนิคการทำ Content ให้ปัง ไม่พังอย่างแน่นอน.... 87

รูปภาพ..... 88

รูปวาด 90

Infographic 91

เทคนิคการคุมโทนภาพพร้อมหน้าร้านให้อยู่หมัด
ด้วย Application ต่างๆ 93

เทคนิคปรับแต่งหน้าร้านบน Instagram
ให้ดูสวยงามน่าซื้อ..... 95

เทคนิคการคุมโทนด้วยสี..... 95

เทคนิคการจัดรูป 9 ช่อง 96

เทคนิคการคุมรูปภาพแบบแนวทแยงมุม 97

เทคนิคการคุมรูปภาพด้วยกรอบ 98

Application ที่ช่วยให้การแต่งภาพ

คุมโทน Instagram ทำได้ง่ายยิ่งขึ้น 99

Canva..... 99

Ibispaint..... 102

Phonto 103

Adobe Lightroom 104

VSCO..... 105

CHAPTER

06

วิเคราะห์ข้อมูล เชิงลึกก่อนเสียเงิน ยิงโฆษณา

ข้อมูลต่างๆ ใน Insight Instagram 108

เปิดดูข้อมูลเชิงลึกใน Business Profile
และ Creator Profile..... 109

ข้อมูลในส่วนของ “บัญชีที่เข้าถึง” 111

โพสต์..... 112

สตอรี่ (Story)..... 114

Instagram Reels 116

เราได้อะไรบ้างจากการดูข้อมูลในส่วนของ

“บัญชีที่เข้าถึง” 117

เราได้อะไรบ้างจากการดูข้อมูลในส่วนของ

“บัญชีที่มีส่วนร่วม” 119

เราได้อะไรบ้างจากการดูข้อมูลในส่วนของ

“จำนวนผู้ติดตาม” 121

CHAPTER 07 | การลงโฆษณาใน Instagram ขึ้นพื้นฐานผ่านมือถือ

ข้อควรรู้ก่อนยิงโฆษณา Instagram	124
เตรียมความพร้อมก่อนจะยิงโฆษณา	125
ขั้นตอนการวางแผน Content	
เพื่อการลงโฆษณาให้มีประสิทธิภาพ.....	126
วางแผนประเภทของ Content เพื่อนำส่งไปยังกลุ่มเป้าหมายที่ได้วางแผนเอาไว้	126
การเชื่อมต่อ Instagram กับ Facebook	129
การเพิ่มบัญชีธนาคารจาก Instagram	132
เข้าใจความหมายวัตถุประสงค์การยิงโฆษณา.....	135
วัตถุประสงค์การยิงของ Instagram บนมือถือ	136
กำหนดกลุ่มเป้าหมาย.....	137
เริ่มการโปรโมทโพสต์จาก Instagram บนมือถือ.....	138
การวัดผลโฆษณา Instagram ผ่านมือถือ	143
1. การวัดผลทางธุรกิจ	146
2. การวัดผลโฆษณา.....	148

CHAPTER 08 | ลงโฆษณาขั้นสูงผ่านตัวจัดการ Facebook หรือ Meta

โครงสร้างของโฆษณา	153
วัตถุประสงค์ หรือแคมเปญ (Campaign).....	154
การรับรู้	155
การพิจารณา	155
คอนเวอร์ชัน.....	157
ระดับชุดโฆษณา (Ad set)	158
กำหนดงบประมาณและกำหนดเวลา.....	158

เลือกกลุ่มเป้าหมายให้แม่นยำ ด้วยการเลือกตำแหน่งที่ตั้ง	160
อายุและเพศ เรื่องง่ายๆ ที่ทำให้ทั้งปังและพัง	
อย่ามองข้าม	162
จับกลุ่มเป้าหมายให้อยู่หมัด ด้วยเทคนิคการเลือก “ความสนใจ”	164
การเลือกภาษา	165
การเลือกตำแหน่งการจัดวาง.....	166
การสร้างโฆษณา.....	168
เตรียม Content โดยการวางขนาดและรูปภาพ	
วิดีโอ ที่เหมาะสมกับแพลตฟอร์ม Instagram	
เพื่อประสิทธิภาพที่ดีที่สุด	169
รูปภาพ (Picture)	169
วิดีโอ (VDO).....	170
อินสตาแกรม สตอรี่ (Instagram Story).....	170

CHAPTER 09 | Bonus

Caption ควรสั้นหรือยาวดี?	175
Value Content.....	175
Sale Content.....	176
สร้างลิงก์ Call to Action	
ในโพสต์ไม่ได้ทำอย่างไรดี?	177
ขอรื้อจากลูกค้าแล้ว Tag เพื่อให้เกิดความรู้สึกมีส่วนร่วมกับแบรนด์	178
การใช้ Hashtag ควรใช้อย่างไรดี?	179
Location Tag จำเป็นหรือไม่?	179
เทคนิคการวางแผนลง Content.....	180
อยากใส่หลายๆ สิ่งใน BIO ทำอย่างไรดี?	183





INTRODUCTION

ทำไมเราต้องขายของบนโลกออนไลน์?



เราอยู่ในยุคที่เงินลอยในอากาศ

เคยได้ยินคำพวกนี้ใช่ไหมคะ

“เศรษฐกิจกำลังแย่”

“โรคระบาด”

“ขายของออนไลน์ยุคนี้ มันไม่ง่ายเหมือนเดิมแล้ว!”

“ไม่มีทุน จะเริ่มต้นยังไง?”

“เรียนจบปริญญามาขายของ!”



แต่ทุกครั้งที่เกิดเหตุการณ์เหล่านี้ เรากลับค้นพบเศรษฐกิจใหม่ตลอดเวลา ในขณะที่คนบางกลุ่มกำลังร้องไห้ แต่คนอีกกลุ่มหนึ่งกำลังถอยรถหรูรุ่นใหม่ จอบบ้านใหม่ และที่สำคัญ อายุของคนกลุ่มที่ประสบความสำเร็จในเรื่องการเงินนั้น กลับยิ่งอายุน้อยลงไปทุกๆ ปี



โดยเศรษฐกิจใหม่และอายุน้อยเหล่านี้ ส่วนใหญ่ล้วนมาจากการขายของออนไลน์ทั้งนั้น

เพราะจริงๆ แล้ว ลองสังเกตดีๆ เงินมันมีการหมุนเวียนของมันเสมอ และคำที่ว่า ทุกวันนี้เงินลอยอยู่ในอากาศ มันคือเรื่องจริงอย่างแน่นอน

อยู่ที่ว่าคุณเห็นโอกาสนั้นหรือไม่ หากยังมองไม่เห็นช่องทาง หนังสือเล่มนี้จะร่วมเป็นส่วนหนึ่งของคำตอบของคุณ เมื่ออ่านแล้วสิ่งสำคัญที่สุดคือ อย่าลืมลงมือทำนะ

ความสำเร็จของชีวิตไม่ได้เกิดจากการขอพร แต่เกิดจากการที่เราลงมือทำทั้งนั้น





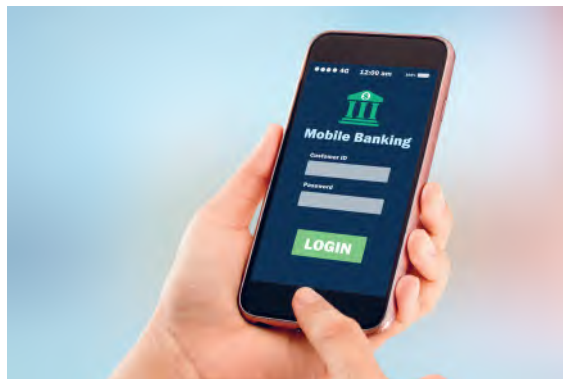
ทำไมเราต้องขายของบนโลกออนไลน์?

จริงๆ แล้วเงินไม่ได้ไปไหน เพียงแค่เงินถูกย้ายไปอยู่บนอากาศเสียส่วนใหญ่ หมุนเวียนวนไปหลายร้อย หลายพันล้านบาทต่อวัน เรานับกันแค่ส่วนของการซื้อขายบนโลกออนไลน์เท่านั้น ยังไม่รวมพวกเหรียญดิจิทัลทั้งหลายที่หมุนวนบนอากาศอย่างมหาศาล

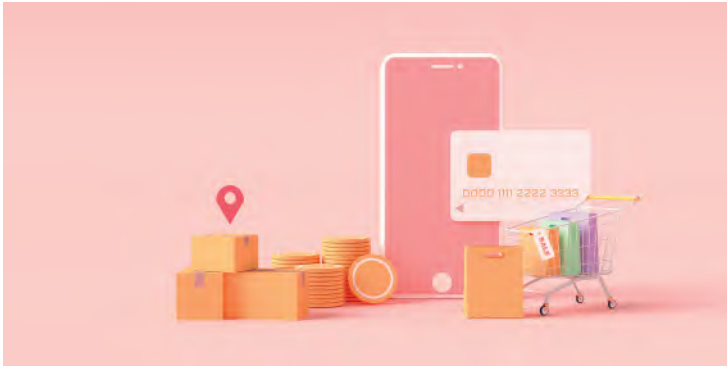


ทำไมผู้เขียนถึงได้กล่าวว่าเงินถึงไปอยู่บนอากาศ ในเมืองชีวิตจริงเรายังจับจ่ายใช้สอยกันด้วยเงินจริงๆ อยู่ทุกวัน แต่ลองสังเกตว่าปัจจุบันไม่ว่าเราจะซื้อของผ่านช่องทาง Offline เราก็ยังจ่ายผ่าน Mobile Banking หรือหากใช้จ่ายบนห้างสรรพสินค้า ก็จะเป็นการใช้บัตรเครดิตเพื่อรูดซื้อสินค้า

ทั้งหมดนั้นเราแทบจะไม่ได้จับเงินจริงๆ กันอีกต่อไป...

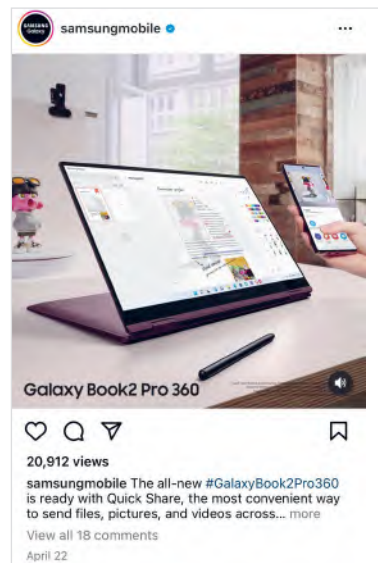


และในยุคปัจจุบัน รวมไปถึงสภาวะโรคระบาดที่ทำให้เราไม่สามารถออกจากบ้านไปจับจ่ายใช้สอยได้ หรือแม้กระทั่งไม่สามารถออกไปซื้ออาหารได้เหมือนปกติ จึงกำเนิดธุรกิจออนไลน์หน้าใหม่ๆ ขึ้นมามากมาย และหลาย Platform ก็เอื้อให้กับการทำธุรกิจบนโลกออนไลน์เป็นอย่างดี รวมไปถึงระบบขนส่งที่ปัจจุบันส่งเร็ว ส่งไว ส่งไม่มีวันหยุด และราคาก็ถูกกว่ายุคแรกๆ เป็นเท่าตัวเลย

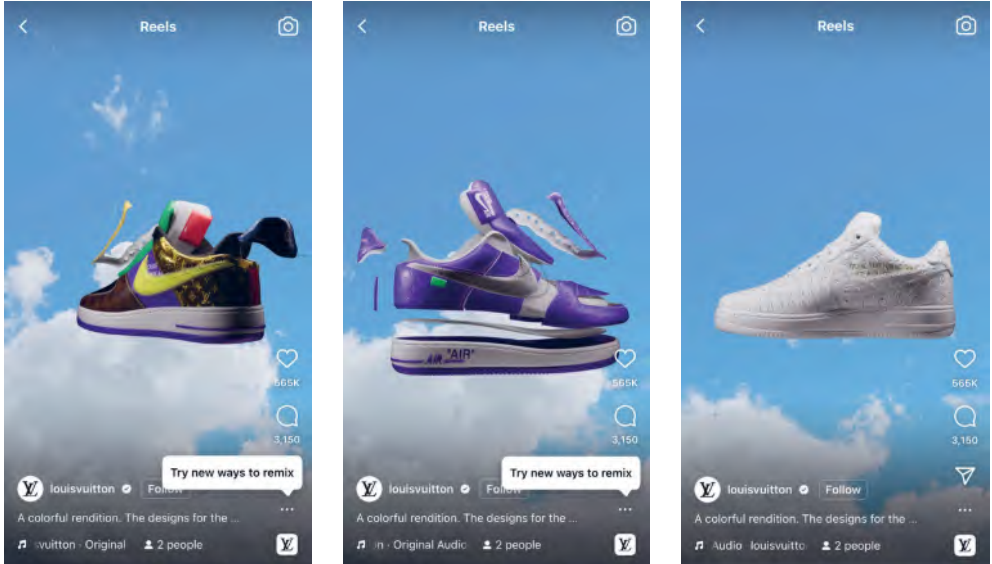


ทำให้สะดวกทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย รวมไปถึง Instagram ที่มีลูกเล่นใหม่ๆ เพื่อช่วยให้ User (ผู้ใช้) มีความสะดวก และส่งเสริมการขายของบนโลกออนไลน์ได้เป็นอย่างดี

เมื่อผู้คนเข้าถึงกันง่ายยิ่งขึ้น การสื่อสาร การจับจ่ายซื้อของก็ง่ายขึ้น นั่นหมายถึงโอกาสในอากาศที่เรามองไม่เห็น จับต้องไม่ได้ แต่สร้างเม็ดเงินขึ้นมาได้ เพราะเราอยู่ในยุคที่ลูกค้าไม่ว่าจะอยู่ที่ไหน เพียงเปิด Smart Phone ขึ้นมา เลื่อนผ่าน Platform ที่เล่นเป็นประจำ ก็อาจจะทำให้ตัดสินใจซื้อสินค้านั้นๆ ได้เลย



และยิ่งโดยเฉพาะ Instagram ที่เล่นกับอารมณ์ของลูกค้า ผ่านรูปภาพหรือวิดีโอ ก็ทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าได้ง่ายกว่า Platform อื่นๆ



เมื่อโลกออนไลน์เอื้อประโยชน์ต่อผู้ซื้อแล้ว ก็ยังมีผู้พัฒนาแพลตฟอร์มหลายๆ เจ้า ได้ปรับปรุงระบบเพื่อเอื้อประโยชน์ต่อผู้ขายเช่นเดียวกัน ในเมื่อคุณไม่จำเป็นต้องมีหน้าร้าน ไม่ต้องเช่าหน้าร้าน ไม่ต้องจ้างพนักงานประจำ ไม่ต้องใช้เงินลงทุนสูงเหมือนธุรกิจที่มีหน้าร้าน (Offline) เราอยู่ในยุคที่พร้อมให้คุณคว่าเงินจากอากาศขนาดนี้ คุณต้องลองสร้างโอกาสให้ตัวเองบ้าง

นี่จึงเป็นคำตอบของคำถามที่ว่า ทำไมเราต้องทำการตลาดออนไลน์?

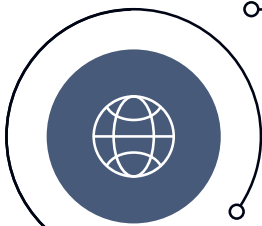
แต่มีข้อแม้เดียวคือ **คุณต้องทำให้ถูกวิธี**

คำตอบอยู่ในหนังสือเล่มนี้แล้ว

...มาเป็นเศรษฐกิจใหม่ในยุคมิลเลนเนียล (Millennials) กันนะคะ

เมื่อโลก Offline รวมตัวกับโลก Online

ผู้เขียนขออนุญาตแยกย่อยประเภทธุรกิจออกมาเพียง 2 ประเภท เพื่อให้เข้าใจง่าย ๆ ดังนี้



- **การทำธุรกิจแบบมีหน้าร้าน หรือ Offline** เช่น ร้านค้าโชห่วย, ร้านขายหนังสือ, ร้านขายเสื้อผ้าปลีก-ส่ง, ร้านขายปุ๋ย, ร้านขายเหล็ก, เฟอร์นิเจอร์ตกแต่งบ้าน, อู่รับซ่อมรถประเภทต่างๆ เป็นต้น



- **การทำธุรกิจแบบไม่มีหน้าร้าน หรือ Online** เช่น ร้านขายสินค้าเฉพาะกลุ่ม (Niche), ร้านพร็อพเพอร์ตี้, สินค้านำเข้า, ร้านรับหิ้วเสื้อผ้า, หนังสือออนไลน์ หรือ E-Book, คอร์สเรียนผ่านออนไลน์ เป็นต้น

แต่เมื่อเราเข้าถึงยุคที่ระบบหรือแพลตฟอร์มต่างๆ เอื้อประโยชน์ต่อธุรกิจมากยิ่งขึ้น เลยทำให้เกิดธุรกิจรูปแบบใหม่ที่เป็นการผสมผสานกันระหว่างธุรกิจ Offline และ Online นั่นก็คือ **Omni Channel Marketing** เพื่อให้ลูกค้าสื่อสารถึงร้านค้าที่มีหน้าร้าน โดยผ่านช่องทางออนไลน์ต่างๆ ได้ ไม่ว่าจะเป็นการติดต่อสื่อสาร การค้นพบหน้าร้าน การชำระเงินค่าสินค้า หรือแม้กระทั่งการจัดส่งสินค้าไปหาลูกค้าอย่างรวดเร็ว โดยวิธีแบบนี้ค่อนข้างจะสะดวกสบายทั้ง 2 ฝ่ายเช่นเดียวกัน

พลังขับเคลื่อนของ Social Media

ถ้าความย้อนหลังไปยุคก่อนที่ Social Media จะมีบทบาทและมีอิทธิพลต่อสังคม กว่าจะมีสักเรื่องดัง หรือเป็นที่รู้จักขึ้นมาเป็นเรื่องยากลำบาก ยกตัวอย่าง นักร้องสักคนกว่าจะโด่งดัง ค่าจ้างต้องทุ่มทุนโปรโมททุกช่องทางทั้งทีวี วิทยุ บ้ายบิลบอร์ด โฆษณา ยังไม่รวมค่าใช้จ่ายอีกมหาศาล และที่สำคัญคือ ใช้เวลานานกว่าจะเป็นที่รู้จัก

ตัดภาพมาปัจจุบัน หลายเรื่องราว หลายคอนเทนต์โด่งดังได้ภายในเวลาเพียงแค่ข้ามคืน แถมไม่ต้องใช้เงินโปรโมทเลยสักบาทเดียว ยุคสมัยมันเปลี่ยนไป พฤติกรรมผู้บริโภคก็เปลี่ยน Social Media, Social Network มีบทบาทกับชีวิตประจำวันมาก ลองดูที่ตัวเราเองก็ได้ แต่ละวันเราใช้เวลากับโลกโซเชียลไปไม่น้อยเพียงใด แทนจะไม่ต้องไปหาสถิติมาอ้างอิงเลย เอาแค่ตัวเราเองก็พบว่า ว่างเมื่อใดก็หยิบมือถือมาเปิดดู ระหว่างเข้าห้องน้ำ หรือหลังกินข้าวเสร็จ

Social Media เองก็ปรับตัวจากจุดเริ่มต้น เพียงเพื่อเชื่อมผู้คนเข้าหากันผ่านโลกออนไลน์ ได้กลายมาเป็นเครื่องมือค้าขายที่ทรงประสิทธิภาพ Big Data ที่ถูกรวบรวมไว้มายาวนานมหาศาล และการปรับปรุงอัลกอริทึมอยู่ตลอด ทำให้การค้าขายบน Social Media สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างแม่นยำ แปรนต์ใหญ่ระดับโลกไปจนถึงแบรนด์เล็กๆ ต้องถื่นอย่างร้านส้มตำหน้าปากซอย จำเป็นต้องมีตัวตนอยู่บนโลกออนไลน์

อีกปัจจัยสำคัญคือ ธุรกรรมการเงิน การชำระเงินออนไลน์ที่สะดวกมากๆ นั้นทำให้การชอปปิงออนไลน์เดินหน้าไปอย่างก้าวกระโดด