



# เครื่องมือในการทำตลาดออนไลน์

ปรีดา ศิริชัยวัฒน์นันท์  
www.sirichaiwatt.com

ต่อ อาคอบบักแล้ว



## Twitter

เป็นอีกตัวที่ถือว่าเป็นที่รู้จักน้อยกว่า IG ในประเทศไทย และในระดับโลกจำนวนผู้ใช้ ก็ถือว่าเป็นรอง Facebook กับ IG ซึ่ง Facebook ทั้งคู่แข่งใกล้เคียงกัน (ข้อมูลจาก www.statista.com) อย่างไรก็ตาม twitter ยังคงอยู่ในสถานะเติบโต ผู้ใช้ใหม่ๆ เพิ่มเข้ามาเรื่อยๆ และโดยส่วนตัวมองว่า User ของ Twitter นั้นค่อนข้างมีคุณภาพกว่า กล่าวคือ จำนวนบัญชีผู้ใช้ Facebook ที่มีมากๆ นั้นเป็นบัญชีที่อาจไม่ใช่บุคคลจริงๆ สูง เช่น บัญชีสำรองหรือเป็นบัญชีที่ 2-3 บ้าง แม้แต่ผมเองด้วยเหตุผลในงาน ยังมีถึง 4 บัญชี (User) ไม่ได้หมายความว่า Twitter หรือ Social Network อื่นๆ ไม่มีกรณีแบบนี้ แต่เทียบสัดส่วนเชื่อว่ามากกว่าแน่นอน ถึงกระนั้น โดยขนาดจริงๆ แล้วก็ยังห่างไกล Facebook และมีข้อจำกัดในรูปแบบ ทำให้คงยากที่จะมีความนิยมเทียบเท่าหรือแข่งหน้า Facebook

สำหรับคนที่อาจยังไม่รู้จัก Twitter เป็นเพียงประเภทโพสต์ข้อความได้ไม่เกิน 140 ตัวอักษรแต่เดิม ด้วยหลักการที่เชื่อกันว่า หากยาวกว่านี้จะดูน่าเบื่อและไม่อยากอ่าน ปัจจุบันสามารถแสดงรูปภาพ

แนบลิงค์เว็บไซต์ (url) ได้ และมีคุณสมบัติเพิ่มเติมขึ้นบ้างบางประการ  
การใช้ Twitter ทำการตลาด

- **แนะนำสิ่งที่น่าสนใจ :** เหมือนทุกๆ Social Network การสร้างความเคลื่อนไหว หรือการโพสต์เฉยๆ นั้นคงไม่เรียกว่าใช้ทำการตลาดเสียทีเดียว ดังนั้นสำหรับ twitter ซึ่งโดยหลักมีสำหรับ “ประกาศ” บางสิ่งอยู่แล้ว การสร้างความเคลื่อนไหว และแนะนำสิ่งที่น่าสนใจ(สำหรับธุรกิจ) ก็พอที่จะเครื่องมือให้สำหรับลูกค้าที่ตาม Follow ได้

**Tips :** ไม่ใช่ทุกสินค้าหรือบริการเหมาะต่อรูปแบบของ Twitter แต่การสร้างและมีไว้ เป็นส่วนเสริมอย่างดีทั้งทางตรงและทางเทคนิค โดยการใช้เครื่องมือเสริมแบบที่โพสต์จากที่อื่นแต่เชื่อมมาที่ Twitter ก็ได้ เพื่อเพิ่มช่องทางการติดตามแต่ไม่ต้องเสียเวลามาโพสต์หรือดูแลมากนัก (อ่านเครื่องมือเหล่านี้ได้ตอนที่ 3 หมวด เครื่องมือสนับสนุน (Support))

- **เจาะกลุ่มลูกค้า :** คล้ายกันกับ IG คือ Twitter เองมีกลุ่มผู้ใช้ที่ยังจำเพาะกลุ่มอยู่บ้าง (กล่าวเฉพาะไทย) โดยส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มคนหัวสมัยใหม่ ทันสมัย, คนทำงานสื่อ หรือสนใจสื่อ(ข่าว) และกลุ่มผู้ชื่นชอบศิลปะเกาหลี 3 กลุ่มนี้คือส่วนใหญ่ของผู้ใช้ Twitter ในไทย (ปัจจุบัน) ซึ่งอีกส่วนก็ดูว่าจะเป็นกลุ่ม Gen Z (เกิดราวหลังปี ค.ศ.1995) ค่อนข้างชัดเจน ด้วยข้อมูลที่ได้ออกไป หากเข้าใจการตลาดก็พอจะจับทางได้อยู่บ้างว่า สินค้าบริการ เราเหมาะหรือไม่กับกลุ่มผู้ใช้กลุ่มนี้

● **ใช้กระแส :** สิ่งสำคัญหนึ่งของ Twitter คือเรื่อง hashtag (ข้อความที่เขียนกับสัญลักษณ์ #) ซึ่งสามารถคลิกไปหาข้อความทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับ hashtag นั้นๆ อธิบายเพิ่มเติมก็คือส่วนเชื่อมให้พบได้ว่า ในเรื่องที่ติด hashtag มีใครโพสต์หรือทวีตอะไรไว้บ้าง สมมติว่าเลือกดู “#การตลาดออนไลน์” เราก็จะพบข้อความบน Twitter ที่คนติด hashtag นี้ทั้งหมด ซึ่งแต่ละช่วง แต่ละวัน บน Twitter ก็จะมีบอกไว้ว่าตอนนี้คำไหนที่กำลังนิยม ส่วนนี้เองทำให้เราสามารถจับกระแสสังคมออนไลน์ได้ทันที โดยจะเชื่อมโยงโพสต์เราแล้วติด hashtag หรือแค่เป็นข้อมูลทางการตลาดของเราก็ได้

**สรุป** ต้องยอมรับว่าในประเทศไทยกลุ่มผู้ใช้ Twitter ยังมีกรอบแคบเมื่อเทียบกับต่างประเทศอย่างอเมริกา ทว่ายังมีกลุ่มผู้ใช้ที่จริงจังก็รัก และรัก ชอบ Twitter มากกว่า Social อื่นๆ อยู่เหมือนกัน ดังที่ยกตัวอย่างกลุ่มผู้ติดตามสื่อ และ Gen Z หรือกลุ่มที่เรียกตัวเองว่า ดิงเกาท์ลี หากมีสินค้าหรือบริการ ที่อยู่ในข่ายเป้าหมายลูกค้ากลุ่มนี้ ก็คงต้องบอกว่าพลาดไม่ได้ด้วยประการทั้งปวงในการมีหรือสร้างเนื้อหาให้กับ Twitter สม่าเสมอ รวมถึงโฆษณา และประโยชน์ทางอ้อมอีกประการคือเรื่องของ เทรนด์ (Trend) ที่พอจะใช้เป็นข้อมูลโลกออนไลน์ได้ดีพอสมควรทีเดียว



## Line

แอปสำหรับสนทนา (Chat) อย่าง Line (ไลน์) ที่เดิมทียุคแรกก็ไม่น่าจะนำมาเรียกว่า Social Network ดีหรือไม่ หรือควรอยู่ในแค่กลุ่มแอป (Application) ทั่วไป จนต่อมามีส่วนขยายมากมาย เรียกได้เต็มปากว่าเป็น Social แล้วจริงๆ ซึ่งก็เป็นอีกตัวหนึ่งที่คนไทยใช้กันมาก มันจึงเป็นเหตุผลที่ไม่ควรพลาดในการมีไว้

ปัจจุบัน Line มีทั้งแบบใช้ปกติทั่วไป และ Line@ ที่เป็นลักษณะของธุรกิจ องค์กร หรือเชิง Official (ทางการ) ซึ่งมีรายละเอียดต่างกันอยู่บ้าง สำหรับในที่นี้จะกล่าวรวมๆ ไป

### การใช้ Line ทำการตลาด

● **สนับสนุนการขายและบริการ :** ว่ากันด้วยคุณสมบัติแรกๆ ของ Line คือสนทนา ทั้งข้อความ ส่งรูปภาพ ไฟล์บางประเภท ประกอบกับการที่คนส่วนใหญ่ทั่วไปใช้เป็นช่องทางการสื่อสารในปัจจุบัน ดังนั้นแล้ว หากธุรกิจใดไม่มีส่วนนี้ไว้รองรับ ก็ทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าไม่สะดวกไปโดยปริยาย ซึ่งการอำนวยความสะดวกสบายในการสื่อสารนี้ ถือว่าขาดไม่ได้ในแง่การขายและบริการอย่างไม่ต้องสงสัย

**Tips :** ในส่วนนี้ทุกวันนี้ Line@ ค่อนข้างจำกัดการใช้งาน แม้จะมีประโยชน์หลายทาง โดยเฉพาะสามารถมีผู้ดูแลได้หลายคน แต่หากไม่จำเป็นจริงๆ มองว่าการใช้ Line ปกติธรรมดาอาจจะดีกว่า แง่ข้อความไม่ถูกจำกัด (ประหยัดงบประมาณ) และลูกค้าในรายชื่อต้องไม่เกิน 5,000 คน

● **ประชาสัมพันธ์ :** การมาของ Timeline และ Line@ คือการช่วยส่งเสริมการขายให้กับธุรกิจบริการได้ทันที โดยเริ่มจาก Timeline ที่ไม่แน่ใจว่าภาษาไทยจะเรียกอะไรแต่เป็นการโพสต์เรื่องราว รูปภาพหรืออื่นๆ ในหน้าหลัก (Home) ของเราโดยให้คนมาแสดงความคิดเห็น กดแสดงอารมณ์ได้เหมือนกด like ซึ่งหมายความว่าก็ไม่ต่างอะไรกับ Social Network อื่นๆ ที่สามารถโพสต์ให้คนเข้ามาเห็นมาชม เป็นการประชาสัมพันธ์ได้ไม่ยาก บนเงื่อนไขไม่ต่างกันคือควรสร้างคุณค่าบนความน่าสนใจนั้น

ส่วน Line@ นั้นแง่หนึ่งมีข้อจำกัด และค่าบริการ แต่ก็มีคุณสมบัติพิเศษเพิ่มเติมให้ โดยคุณสมบัติหนึ่ง คือ Boardcast (บรอดแคสต์) การประกาศประชาสัมพันธ์ไปยังรายชื่อที่มีอยู่ทั้งหมด ซึ่งถือว่าเป็นการประชาสัมพันธ์ที่คุ้มค่ามากที่สุดเมื่อเทียบกับ Social อื่นๆ เพราะเข้าถึงได้อย่างไม่มีขีดจำกัดต่างกับ Facebook ที่โพสต์ไปก็ไม่เห็นหรือเห็นน้อยนิด เพียงแต่สิ่งที่ยากหน่อยก็คือการหา และสะสมรายชื่อลูกค้าให้มาอยู่ในรายชื่อที่ลำพัง Line ไม่อาจทำได้ด้วยตัวเอง

**Tips :** ทดลองใช้ฟรีแบบไม่ต้องคิดมากได้เลยสำหรับ Line@ แล้วค่อยดูอีกทีว่าคุ้มค่าที่จะจ่ายรายเดือนไหม

● **สติ๊กเกอร์ :** เป็นสิ่งที่น่าสนใจ ในยุคแรกๆ นั้น ผมเคยติดต่อสอบถามไปเหมือนกัน ราคาอยู่ที่หลักแสนต่อ 3 เดือน ซึ่งในตอนนั้นก็ถือว่าหนักเกินไปสำหรับองค์กรที่ทำงานอยู่ แต่ในปัจจุบัน (2016) ราคาเกิน 2 ล้านบาทเข้าไปแล้ว คงพอเห็นได้ง่ายว่า ถ้าแบรนด์ไม่ใหญ่จริงทำไปก็ไม่คุ้ม แม้จะแบรนด์ใหญ่หากทำแบบไม่มีแคมเปญดีๆ แผนดีๆ ก็คงไม่เข้าที่ด้วยซ้ำไป และที่สำคัญทุกวันนี้ สติ๊กเกอร์ฮิตพออยู่หรือ? ข้อนี้ก็แล้วแต่พิจารณา ทว่าเทคนิคหนึ่งที่น่าสนใจคือการ ทำขาย! แม้อาจจะไม่มีใครซื้อ หรือสนใจแต่หากมีการประชาสัมพันธ์ออกไปบ้างบางทีสิ่งนี้ก็เป็นสิ่งที่น่าสนใจ ที่สำคัญบางทีทำขายแต่ยอมจ่ายให้ลูกค้าเองก็เป็นทางออกที่ดีไม่น้อยทีเดียว..

**สรุป** Line เป็นสิ่งที่จำเป็นต่อปัจจุบัน และคงอีกสักกระยะการจะลงทุนใน Line@ หรือไม่นั้น ก็ขึ้นอยู่กับการตัดสินใจทางต้นทุนของธุรกิจ โดยรวมแล้ว จะ Line หรือ Line@ ก็จำเป็นแก่การบริการสนับสนุน ส่วนในแง่การตลาดคุ้มค่ายากในหลายธุรกิจ ดังนั้น หากมองแง่บริการ และภาพพจน์เป็นสำคัญค่าบริการเดือนละหลักพันก็คุ้มคุ้มกัน หรือไม่เช่นนั้น ลงทุนกับสิ่งอื่นไปก่อนและใช้ Line ในรูปแบบฟรีๆ ก็ดีพอเพียง



## Youtube

คงต้องมาอยู่ในส่วนหนึ่งของ Social Network อย่างขาดไม่ได้ อย่างไรก็ตาม Youtube ผู้ให้บริการด้านวิดีโอนี้อาจมีเสน่ห์เกินไปบ้างกับ Facebook Live แต่ในหลายด้านก็ยังแทนกันไม่ได้ ซึ่งส่วนหนึ่งนั้นการใช้ Youtube ก็กับการตลาดก็มีหลายระดับเช่นกัน

### การใช้ Youtube ทำการตลาด

- **สร้างกระแส :** ด้วยข้อจำกัดด้านต้นทุนการออนแอร์ (On Air) กล่าวคือ แต่ก่อนหากทำโฆษณาโทรทัศน์ออกมาที่เรียกว่า TVC (television commercial) นอกจากจะต้องลงทุนสร้าง ถ่ายทำแล้ว ยังต้องเสียค่าซื้อเวลาจากช่องต่างๆ อีกด้วย ทั้งนี้หากยาวไปก็ต้องจ่ายแพงมาก แต่การก้าวหน้าของโลกอินเทอร์เน็ต และการมี Youtube ทำให้ใครก็สามารถสร้างเนื้อหาวิดีโอ แสดงได้ตั้งใจ ทว่าหากเป็นวิดีโอออกกล่าว ประกาศสินค้า บริการเฉยๆ นั้นมันคงไม่ทำให้วิดีโอที่นั้นเกิดประโยชน์นัก ต้องสร้างจนเกิดกระแส ที่คงเห็นแบรนด์ใหญ่ๆ พยายามทำกันในปัจจุบัน แต่ไม่ได้หมายความว่าแบรนด์เล็ก SME หรือรายย่อยทำไม่ได้ ตัวอย่างที่ดี ก็เช่น ของร้านติดเครื่องเสียง Powersound V9 ซึ่งผมชื่นชมมากทีเดียว

- **สนับสนุนการค้นหา :** เป็นที่ทราบกันโดยส่วนใหญ่ว่า Google คือแหล่งที่คนค้นหาข้อมูลกันโดยทั่วไป แต่รู้หรือไม่ว่าทุกวันนี้สิ่งที่เป็นรองลงมาในการค้นหาเริ่มเป็น Youtube เพราะการ

ได้ชมทั้งภาพ และเสียง ดีกว่าภาพนิ่ง และข้อความในหลายๆ ด้าน ซึ่งส่งผลประโยชน์โดยตรงต่อหลายสินค้า และผลิตภัณฑ์ ไม่เว้นแต่ SEO นี่หมายถึง การทำวิดีโอบางอย่างอะไรก็ได้ให้เกี่ยวข้องกับสมควร โอกาสที่คนทั่วไปจะหาสินค้า และบริการแล้วเจอราบนอินเทอร์เน็ตมีมากขึ้นนั่นเอง

**Tips :** การตั้งชื่อคลิป (Title) และเขียนคำอธิบายโดยย่อ (Descriptions) มีความสำคัญมาก ควรคำนึงถึงคำค้นหา (Keyword) ของลูกค้าหรือกลุ่มเป้าหมายให้ดี

- **ส่งเสริมการขายและขาย :** ด้วยความเป็นวิดีโอออนไลน์ ประโยชน์ประการหนึ่งคือการแสดงการสาธิตสินค้า ประกอบ รีวิว หรืออื่นๆ เป็นการส่งเสริมการขายเป็นอย่างดี โดยไม่จำเป็นต้องถ่ายทำให้ดีเลิศก็ได้ แต่รู้หรือไม่ว่า หากเป็นร้านค้าที่มีการบอกวิธีการ ประกอบ การใช้งานหรืออะไรก็ตาม มักจะมีคนสนใจซื้อที่ร้านนั้นๆ แหล่งนั้นๆ ด้วยเหตุผลเพราะดูใส่ใจ น่าเชื่อถือ น่าไว้วางใจ นี่ก็เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่ทำให้เกิดการขายได้เลย

**สรุป** Youtube มีความสำคัญ แต่ก็เฉพาะด้านอยู่บ้างด้วยความที่การสร้างเนื้อหา และวิธีการนำเสนอค่อนข้างจะยาก รวมถึงอาจยังไม่จำเป็นสำหรับหลายธุรกิจ แต่พอที่จะสร้างความได้เปรียบได้หากมีการสร้างสรรค์ใช้ช่องทางนี้ให้ดี ซึ่งแม้ว่าวันนี้อาจยังไม่เหมาะ ไม่มีความพร้อม แต่ก็ไม่ควรมองข้ามเพราะอย่างน้อยการค้นหา การโฆษณา ควรถูกพิจารณาในแผนการตลาดออนไลน์เอาไว้ด้วย

อ่านต่อฉบับหน้า

