



# เครื่องมือในการทำตลาดออนไลน์

ปรีดา ศิริชัยวัฒน์นันท์  
www.sirichaiwatt.com

ต่อ อาคอบบักก็แล้ว

## Social Network อื่นๆ

มีอีกหลาย Social Network ที่น่าสนใจได้แก่ Google+ (กูเกิ้ลพลัส) ที่มีรูปแบบคล้าย Facebook แต่ในไทยไม่นิยมเท่าใดนัก, LinkedIn (ลิงค์อิน) เหมือนประวัติส่วนตัวออนไลน์ นิยมพอสมควรในต่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสังคมทางการ การทำงาน และสมัครงาน, Pinterest (พินเทอเรส) มากจาก Pin + Interest ปักหมุดรูปภาพที่เราชื่นชอบเก็บไว้เป็นแค็ตตาล็อก หรือทำแค็ตตาล็อกหลายคนในไทยเล่นแล้วชอบ แต่ยังไม่ถึงกับทำการตลาดได้ในตอนนี้ ทว่าที่กล่าวมานี้อาจมีความจำเป็นเชิงเทคนิค Social link ของ SEO เสียมากกว่าสำหรับไทย นอกจากนี้ยังมีบางประเภท เช่น Tumblr, Snapchat, Weibo (เวย์ป้อ-จีน) ที่นิยมเพียงบางกลุ่มประเทศ หากสนใจเรื่องพวกนี้จริงจังก็ลองเล่น ลองใช้ดูบ้างก็ไม่เสียหาย แต่บางส่วนหากธุรกิจเกี่ยวข้องกับบางประเทศก็ถึงขั้นจำเป็นก็มี เช่น จีนกับ Weibo, Wechat, QQ ที่บ้านเราอาจเคยเห็นได้ยิบย้าง แต่จีนแทบจะเป็นหนึ่งเดียวก็ว่าได้

“..ที่จริงหากเป็นการค้าขายออนไลน์ธรรมดา ไม่มีอะไรดีไปกว่าลงมือทำแล้วเรียนรู้ เพราะคุณไม่ได้กำลังทำการตลาดออนไลน์ คุณแค่ใช้ช่องทางออนไลน์ขายของ..”

## สรุปภาพรวม

เครื่องมือหมวด Social Network นี้มี Facebook เป็นส่วนสำคัญ เพราะผู้ใช้ และความนิยมทั้งทางตัวอื่นค่อนข้างไกลและยังอยู่ในอัตราก้าวหน้าทั้งการมาของ live และคุณสมบัติในอนาคต ในขณะที่การแข่งขันสูง ต้นทุนก็สูงตามมา ทั้งนี้หากพิจารณาสินค้าและบริการแล้วรู้จักกลุ่มลูกค้าพอสมควร การเลือกใช้ Social Network ตัวอื่นเป็นตัวหลักในการทำการตลาดก็เป็นกลยุทธ์การตลาดที่ดีได้ ทั้งนี้ การมี Social Network หลายๆ ตัวให้กับธุรกิจ ไม่มีเสียหายเพียงแต่คงยุ่งยากเกินไปหากเน้นไปเสียหมด และอาจไม่เกิดประโยชน์สูงสุดเช่นกัน หากไม่เน้นเลย (เอาหมด) การทดลอง การสร้างสรรค์เนื้อหาที่สำคัญการวางแผนจึงจำเป็นมากกว่าการแค้คิดว่าอันนี้นิยมอันนั้นกระแส แล้วตามๆ กันไป อย่าลืมนึกว่าคนที่คิดอะไรไม่ได้ ก็ทำเอาง่ายๆ แบบนี้เหมือนกัน มันก็เลยเต็มไปหมด แล้วใครจะมาดูของเรา?

อนึ่งเข้าใจว่าหลายคนสนใจเรื่อง Social Network เป็นพิเศษ และคิดว่าน่าจะได้อะไรมากกว่านี้ ที่จริงหากเป็นการค้าขายออนไลน์ธรรมดา ไม่มีอะไรดีไปกว่าลงมือทำแล้วเรียนรู้ เพราะคุณไม่ได้กำลังทำการตลาดออนไลน์ คุณแค่ใช้ช่องทางออนไลน์ขายของ เพราะการตลาดออนไลน์มีอะไรมากกว่าแค่ Social Network หรือ Facebook แล้วจบ..

## 5. Sub Contractor - Third Party



### 4. Application (แอปพลิเคชัน)

เป็นสิ่งที่ทุกวันนี้เชื่อว่าหลายคนรู้จักดีอยู่แล้ว Application หรือที่เราเรียกสั้นๆ กันว่า แอป (App) ก็เปรียบเสมือนโปรแกรมหนึ่งที่มีรูปแบบหลากหลาย สำหรับการดำเนินงาน สำหรับการใช้ชีวิตประจำวัน ความบันเทิง เรื่องจำเพาะด้าน และเกมส์ ซึ่งบางทีโดยเทคนิคก็แค่เป็นเว็บไซต์ที่มาทำงาน (Run) ด้วยตัวเองไม่ได้ผ่านโปรแกรมเปิดเว็บไซต์ (Browser) ก็ได้ด้วยความหลากหลายอย่างที่ทราบกันดีทุกวันนี้ แอปจึงค่อนข้างมีประโยชน์ในเชิงกว้าง และเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของคนทั่วไป

การจะสร้างแอปออกมาสักตัวหนึ่ง ความยากง่ายขึ้นอยู่กับคุณสมบัติ หากเพื่อเชิงการตลาดในลักษณะสร้างภาพพจน์ คงไม่ยากอะไร ดังที่บอกว่าเพียงการแปลงจากเว็บไซต์เอาาก็ได้ ทว่าหากต้องการใช้งานจริงๆ แล้วมีความไม่เสถียรของระบบเกิดขึ้นย่อมสร้างความรู้สึกที่ไม่ดีต่อผู้บริโภค (Bad Experience)

ในอีกด้านถ้าจะมีแอปเพื่อการรองรับส่งเสริมด้านต่างๆ ของสินค้าและบริการจริงๆ ก็ย่อมมีต้นทุนสมควร ที่ปัจจุบันนั้นบุคลากรด้านนี้ถือว่ายังขาดอยู่ด้วย จึงกลายเป็นเรื่องยุ่งยากขึ้นทันที ทว่าหากคิดแบบหลักบริหารแล้ว ทำให้มองข้ามสิ่งนี้ได้ เพราะแอปสามารถที่จะช่วยทั้งเรื่องการจัดการ และเสริมภาพพจน์ได้ในตัว เช่น ที่เราเคยเห็นการมีจอทัชสกรีน (Touch Screen) ตามที่ต่างๆ หรือแท็บเล็ต (Tablet) ให้ลูกค้ากดเลือกเมนูอาหารที่โต๊ะ เหล่านี้ก็เชื่อว่าจะต้องถึงกับทำแอปใหม่ เพราะพอจะมีขายก็สำเร็จรูปอยู่ รวมถึงประเภทโปรแกรมหน้าร้านต่างๆ (POS-Point Of Sale) ที่นอกจากจะดูดีแล้วยังทำให้การทำงานของบุคลากร การบริหารง่ายขึ้นอีกมากด้วย

Google Map หรือแอปที่เกี่ยวกับแผนที่ Location ที่ตั้ง คือตัวอย่างหนึ่ง ที่มีความจำเป็นสำหรับธุรกิจที่มี Physical Store (หน้าร้านจริงๆ ไม่ใช่แค่หน้าร้านออนไลน์ - Virtual Store) ในฐานะเจ้าของธุรกิจเราไม่ได้ทำอะไรกับตัวแอป แต่เราอาศัยแอปด้วยการให้ข้อมูลบันทึกลงไป นี่ทำให้ผู้บริโภคมายังสถานที่ที่เราได้ไม่ยากด้วยระบบนำทาง นี่เป็นตัวอย่างที่ดีในเครื่องมือแอป - Application ที่ไม่อาจจำเพาะได้ว่าต้องใช้เสมอไปในธุรกิจ แต่กับหลายๆ ธุรกิจสำคัญอย่างยิ่ง

อย่างไรก็ตามโดยรวมๆ แล้ว ปัจจุบันก็ยังถือว่าเป็นเรื่องที่ยังค่อนข้างจะทำยากในเชิงการตลาดทั้งรูปแบบ และต้นทุน แต่เชื่อว่าในอนาคตอาจจะต้องมีสิ่งที่จะส่งเสริม เหมาะสม เหมือนอดีตแอปสนทนาอย่าง Line เดิมที่ไม่มีมีความเกี่ยวข้องกับเชิงธุรกิจการตลาดเท่าใดนัก แต่วันนี้กลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตคนไทยกลุ่มใหญ่ และส่วนเสริมเชิงธุรกิจมากมาย ดังนั้นการที่ยังคิดว่าธุรกิจ ร้านค้าเราไม่จำเป็นต้องสร้างแอปก็อาจเป็นความคิดที่ไม่ผิด แต่ในชีวิตประจำวันในฐานะนักธุรกิจการตลาดจะไม่สนใจแอปต่างๆ เอาไว้เผื่ออนาคตคงไม่ได้ **เทคโนโลยีที่เกี่ยวกับธุรกิจทุกวันนี้ ยิ่งซ้ำเสียเปรียบไปแล้วไม่ว่า ต้นทุนจะมาแพงกว่าชาวบ้านอีกด้วย**

### 5. ผู้รับบริการอื่นๆ

#### (Sub Contractor - Third Party)

เราคงเห็นแล้วว่า มีธุรกิจรูปแบบใหม่เกิดขึ้นมากมาย ส่วนใหญ่ล้วนเกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต ที่ไม่ใช่เพียงเป็นการบริการแก่ผู้บริโภคทั่วไป การบริการต่อธุรกิจด้วยกัน (B2B - Business to Business) ก็สำคัญ และมีมาก ทั้งทางตรง และทางอ้อม และธุรกิจรูปแบบใหม่ต่างๆ เหล่านี้เองคือช่องทางการขาย และการตลาดในยุคปัจจุบัน

- **ผู้ขายขายโฆษณา** : นี่คือเรื่องจำเป็น และต้องคบหาผู้ให้บริการเหล่านี้ไว้อย่างขาดเสียไม่ได้ ในยุคนี้หลักๆ ก็คงได้แก่ Google ผลิตภัณฑ์ชื่อ Adwords และ Facebook Ads นอกจากนี้ยังมีรายอื่นๆ อยู่บ้างแต่ส่วนหนึ่งบางทีก็ไม่พินเป็นพันธมิตรกับ 2 รายนี้ยอดดี ไม่นับรวมบางเว็บไซต์ที่ขายโฆษณาบนเว็บตัวเองโดยตรง เช่น Pantip.com คงไม่ต้องอธิบายมากว่าเครื่องมือนี้มีประโยชน์ และใช้อย่างไร การซื้อโฆษณาออนไลน์ มีข้อดีมากมาย นอกจากได้ การรับรู้จากลูกค้า (Awareness) ที่เป็นเบื้องต้นแล้วยังได้ส่วนอื่นๆ อีกมากมาย ซึ่งคงจะได้กล่าวกันต่อไป ในบทนี้เป็นการแนะนำเครื่องมือเบื้องต้นให้รู้จักกันไว้หนึ่งชนิดก่อน

- **Agency ตัวแทนขาย** : โดยมากจะเป็นเว็บไซต์ และมีแอปเป็นของตัวเอง ซึ่งกลุ่มตัวแทนขายนี้เอาที่คิดว่ารู้จักกันดีในปัจจุบัน

อย่างเช่น หากเป็นธุรกิจโรงแรมก็ไม่น่าพ้น Agoda, Expedia ถ้าเป็นร้านอาหารในไทยก็เป็น Wongnai ถ้าเป็นสินค้าทั่วไปก็อย่างเช่น Lazada หรืออย่าง Kaidee เหล่านี้เป็นอีกหนึ่งช่องทางให้ได้ หรือกรณีขายต่างประเทศก็เช่น Amazon, Ebay ขายส่ง Alibaba ซึ่งยังมีรายอื่นๆ อีกพอสมควรทั้งในปัจจุบันและอนาคต เพราะธุรกิจประเภทนี้ถือว่าอยู่ในช่วงขาขึ้น และมีโอกาสพัฒนาสูงบนรูปแบบใหม่ๆ ตามเทคโนโลยีด้วยเช่นกัน

● **ผู้เชี่ยวชาญหรือกลุ่มจำเพาะด้าน:** ซึ่งอาจขึ้นอยู่กับสินค้าและบริการ ความเจาะจงจำเพาะกลุ่ม ดังเช่น รับเขียนบทความ รีวิว, Blogger แม้แต่ พรีตตี้ เน็ตไอดอลก็ตาม เหล่านี้อาจเรียกได้ว่าเป็น influencer (ผู้มีอิทธิพลต่อความคิด) สามารถสร้างความสนใจหรือกระตุ้นการตัดสินใจของผู้บริโภคได้ นอกจากนี้ยังมีส่วนไม่ได้เป็นผู้ให้บริการโดยตรง เช่น กลุ่มเว็บบอร์ดคลับต่างๆ ของรุ่นรถยนต์ ที่สามารถโพสต์ฟรี ถ้ามีสินค้าเกี่ยวข้องกับรุ่นนั้นๆ ยังมีเว็บบอร์ดกลุ่มอีกมาก นอกจากใช้ได้ฟรีทั่วไป ก็มีการขายแบนเนอร์ลงโฆษณาซึ่งยังมีเครื่องมือในเชิงกลุ่มเจาะจงที่นอกเหนือจากนี้ เพียงแต่ว่าบางครั้งอาจต้องเป็นคนในวงสังคมนั้นๆ ที่เกี่ยวข้องกับสินค้าหรือบริการจริงๆ จึงจะทราบ ซึ่งผมเองก็คงกล่าวได้ไม่หมด และคงมีที่เข้าไม่ถึงอยู่บ้าง แม้จะหลากหลายกลุ่ม และรูปแบบแต่สิ่งที่เหมือนกัน คือ เป็นเครื่องมือที่เจาะกลุ่มลูกค้าได้ตรง เข้าถึงเป้าหมายทันที เพราะเป็นเรื่องหรือสิ่งที่ลูกค้าในเรื่องนั้นๆ รวมตัวกันอยู่แล้ว

**Tips:** การใช้บริการผู้ให้บริการอื่นๆ นี้ต้องพึงระวัง สภาพการดำเนินกิจการไว้ด้วยอยู่บ้างเหมือนกัน ดังเช่นเว็บดิล Ensogo ถึงตอนที่ปิดกิจการไปแบบไม่ตั้งตัว ถือว่าเป็นกรณีศึกษาหนึ่งของการตลาดออนไลน์ได้เหมือนกัน

## 6. เครื่องมือสนับสนุน (Support Tools)

กลุ่มเครื่องมือสุดท้ายนี้ อาจไม่ได้ทำการตลาดโดยตรง แต่ค่อนข้างมีความสำคัญต่อเครื่องมือ 1-5 ประเภทที่กล่าวมา เพราะไม่เพียงจะแค่สนับสนุนการทำงาน แต่ยังเป็นเบื้องหลังในการประเมิน

การวางแผน การบริหาร และพัฒนาเครื่องมือต่างๆ ให้ดีขึ้นอีกด้วย ซึ่งบางเครื่องมือ ก็มีความจำเป็นสูงมากขึ้นในปัจจุบัน

ก่อนอื่นคงต้องบอกไว้ว่า ด้วยความเป็นกลุ่มเครื่องมือสนับสนุนจึงไม่สามารถบอกได้หมดทุกอย่างที่มี เพียงแต่ปัจจัยการนำมาช่วยหรือใช้ ขึ้นอยู่กับเมื่อได้ใช้งานเครื่องมือประเภทต่างๆ แล้ว ก็จะมีรู้จักหรือเกิดความจำเป็นต่อเครื่องมือสนับสนุนเหล่านี้ก็ แต่ในเบื้องต้นอาจแยกย่อยกลุ่มเครื่องมือนี้ได้ดังนี้

**สนับสนุนเว็บไซต์ และสถิติ:** นอกจากการทำ และมีเว็บไซต์แล้ว บางสิ่งอย่างมีประโยชน์ต่อผู้ใช้/ชม เว็บไซต์ของเรา หรือในการจัดการบางสิ่งอย่างของเราเอง ยกตัวอย่างสิ่งที่จำเป็นก็เช่น เว็บหรือโปรแกรมตรวจอันดับคำค้น (Check Keyword Ranking) ที่ให้รู้เว็บไซต์เราอยู่หน้าไหนของ Google หรือเสิร์ชเอนจินอื่นๆ เพราะหลายคนคงทราบดีกว่า การที่เว็บไซต์ติดหน้าแรกของ google เมื่อมีใครค้นหาสินค้าหรือบริการประเภทนั้นๆ มันมีค่ามากเพียงใด ตัวอย่างต่อมา ก็เช่น แบบฟอร์มออนไลน์ (Google Form-Sheet) เหล่านี้เป็นทั้งเครื่องมือ และที่เก็บข้อมูลชั้นดี Google Analytic สำหรับเช็คสถิติเว็บไซต์ได้แบบค่อนข้างละเอียด ก็สำคัญต่อการสำรวจพฤติกรรมหรือลักษณะกลุ่มลูกค้าที่เข้าชมเว็บ ส่วนขยายอื่นๆ เช่น ระบบสนทนาหน้าเว็บทันที อย่าง tawk.to ที่สำหรับลูกค้าชมเว็บแล้วไม่ต้องติดต่อมาทางอื่น คุยกันผ่านหน้าเว็บในตอนนั้นได้เลย หรือเรื่องเล็กๆ อย่าง short url ตัวแปลงที่อยู่เว็บไซต์-หน้าเว็บไซต์ให้สั้นลง สะดวกต่อการส่งต่อหรือเผยแพร่อีกด้วย จะเห็นว่าเหล่านี้เป็นเครื่องมือที่คนทั่วไปอาจจะคาดไม่ถึง จนกระทั่งไม่เข้าใจเลย แต่โปรดทราบไว้เถอะว่าในการทำเว็บไซต์เพื่อการตลาดนั้นมีหลายสิ่งหลายส่วน ที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้ทั้งสิ้น ขึ้นอยู่กับการวางแผนงาน และเป้าหมาย รวมถึงองค์ความรู้ที่มี ที่จะช่วยนำสิ่งเหล่านี้มาเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจได้ด้วย

อ่านต่อฉบับหน้า

