

Digital Marketing คือ

การตลาดที่ใช้เครื่องมือทางอิเล็กทรอนิกส์ในระบบดิจิทัล เช่น การใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ต Face Book, Instagram, YouTube ผ่านมือถือและ Website ต่างๆ

การสร้างสินค้าใหม่ๆ ที่เด่นกว่าสินค้าเดิมที่มีอยู่ หรือเป็นนวัตกรรม ที่สามารถเข้าใช้ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต หรือเครือข่ายโทรคมนาคม มีชื่อเรียกว่า Cloud Computing หรือ SaaS (Software as a Service)

ข้อดีของ Digital Marketing

- สามารถวัดผลได้จากจำนวนผู้ที่คลิกเข้ามาชมเว็บไซต์ หรือผู้ที่เข้ามาลงทะเบียนร่วมกิจกรรม
- สามารถทำให้มีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้น
- ใช้งบประมาณในการทำการตลาดน้อย
- สามารถให้บริการลูกค้าได้ตลอดเวลา

หลักพื้นฐานวิเคราะห์ผล Digital Marketing

1. พฤติกรรม
2. ปริมาณของการเปลี่ยนแปลง
3. ระยะเวลา

ช่องทางการทำ Digital Marketing

- Mobile Marketing
- Content Marketing
- Social Media Marketing
- Infographic

กลยุทธ์ Digital Marketing

แบ่งเป็น 2 ด้าน คือ

1. Pull Digital Marketing Strategy
2. Push Digital Marketing Strategy

Pull Digital Marketing Strategy

- เป็นกลยุทธ์ที่ผู้บริโภคเป็นฝ่ายเลือกข้อมูลต่างๆ ด้วยตนเอง
- เช่น การสื่อสาร และข้อเสนอทางการตลาด ฯลฯ
- ดังนั้นนักการตลาดต้องพยายามทำให้หือสินค้า หรือข้อเสนอของ เป็นที่สะดุดตา พบเจอได้ง่าย และชักจูงให้ผู้บริโภคสนใจและทำการ ซื้อสินค้าหรือกิจกรรมต่างๆ
- กลยุทธ์ที่ควรใช้ เช่น Search Engine Optimization, Viral Marketing, Social Media Marketing, Email Marketing เป็นต้น

Push Digital Marketing Strategy

- ❑ เป็นกลยุทธ์ที่เน้นการตลาดเป็นฝ่ายสื่อสาร ส่งข้อมูล ข่าวสาร ข้อเสนอ ฯลฯ ไปยังผู้บริโภค
- ❑ เช่นการ โฆษณาบนเว็บไซต์ ส่งสติ๊กเกอร์ผ่าน Line
- ❑ กลยุทธ์ที่ควรใช้เช่น Search Engine Advertising, Webinars/Seminars, Demonstrations, Free Trial เป็นต้น

สิ่งที่ต้องกระทำใน Digital Marketing

1. สร้างการรับรู้ของแบรนด์ (Building Brand Awareness)

- เป็นการกระตุ้นให้ผู้บริโภครู้สึกถึงความต้องการหรือรู้ถึงปัญหาหรือความต้องการของตนเอง ที่เรียกว่า Lead Generation โดยใช้เครื่องมือ เช่น Search Engine Optimization, Email Marketing หรือเสริมด้วยการ โฆษณา ประชาสัมพันธ์ Telemarketing เป็นต้น

2. ช่วยการค้นหา (Facilitating Discovery)

- เป็นการนำเสนอข้อมูลเพิ่มเติมที่ผู้บริโภครู้สึกต้องการเพื่อการตัดสินใจ กลยุทธ์ที่ใช้เช่น Search Engine Advertising, Search Engine Optimization ฯลฯ

สิ่งที่ต้องกระทำใน Digital Marketing (ต่อ)

3. เสนอทางเลือกเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค (Guiding Solution)

- เสนอสิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการและนุ่มน้าวสร้างความมั่นใจให้กับตรา

สินค้า เครื่องมือที่ใช้ เช่น Trial/Demonstration, Viral Marketing, Reference Marketing เป็นต้น

4. ขายและปิดการขาย (Sales and Close Sale)

- เมื่อผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้า งานสุดท้ายคือการเลือกวิธีการขายและปิดการขายที่เหมาะสมกับท่านและลูกค้า สินค้าบางอย่างอาจขาย ชำระค่าสินค้าและส่งมอบสินค้าออนไลน์ เช่น การดาวน์โหลด หรือสินค้าบางอย่างอาจต้องส่งพนักงานขายไปชี้แจงและทำการขาย สินค้าบางอย่างอาจต้องให้ลูกค้าไปรับสินค้าด้วยตนเอง หรือส่งสินค้าให้ทางไปรษณีย์ หรือส่งสินค้าไปให้ เป็นต้น

เรื่องสำคัญคือผู้บริโภคในยุคปัจจุบันต้องการมีส่วนร่วม (Customer Engagement) เป็นตัวของตัวเอง และมีความต้องการมากขึ้น ที่สำคัญคือต้องตอบสนองให้โดนใจและรวดเร็ว

สิ่งที่ทำพลาดในโลก Digital Marketing

1. ตั้ง KPI อย่างไม่สมเหตุสมผล

คำแนะนำ :

ควรมีการทดสอบเพื่อพิสูจน์สมมุติฐานในการทำงานก่อน เพราะบางครั้งแม้ว่าเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายต่างๆ จาก Category เดียวกัน แต่เงื่อนไขของแต่ละแบรนด์ก็แตกต่างกัน

สิ่งที่นักการตลาดทำพลาดในโลก Digital Marketing

2. ไม่มีการสนับสนุนเชิงนโยบาย

คำแนะนำ :

การเปรียบเทียบให้เห็นข้อแตกต่างในการปฏิบัติงานให้ผู้มีอำนาจการตัดสินใจเห็น

สิ่งที่นักการตลาดทำพลาดในโลก Digital Marketing

3. Romantic Planning

คำแนะนำ :

กำหนดเป้าหมายให้ชัด เน้นการระวังตัว เพื่อให้เกิดความคุ้นเคย

สิ่งที่นักการตลาดทำพลาดในโลก Digital Marketing

4. เชื้อใจใน Tools ต่างๆ มากเกินไป

เช่น การทำ Video Content แต่ไม่เคยอ่าน comment รอแต่ comment
ชมที่ทีมงานสรุปให้

คำแนะนำ :

ควรดู Feedback อื่นๆ ด้วยตนเอง

สิ่งที่นักการตลาดทำพลาดในโลก Digital Marketing

5. ขาดการผสมผสานหลายทาง

ตัวอย่างเช่น คือการใช้ SEO และ Social Media ร่วมกัน

คำแนะนำ :

แบ่งงบประมาณ และวัตถุประสงค์ของการใช้ Media แต่ละประเภท
ให้สอดคล้องกับกลยุทธ์

สิ่งที่นักการตลาดทำพลาดในโลก Digital Marketing

6. ปรับเปลี่ยนช้าเกินไป

คำแนะนำ :

วางแผนสำรอง และความยืดหยุ่นในการทำงาน

สิ่งที่นักการตลาดทำพลาดในโลก Digital Marketing

7. คน และ ทีม

คำแนะนำ :

ควรมีการประชุมและมอบหมาย Job description ให้เหมาะสมกับบุคลากร รวมถึงการทบทวน ตรวจสอบเช็คความคืบหน้าในโปรเจกเหมือนเป็นเรื่องพื้นฐาน

สิ่งที่นักการตลาดทำพลาดในโลก Digital Marketing

8. คิดงานตามแหล่งอ้างอิงหรือตัวอย่างมากเกินไป

ข้อเสนอแนะ:

ควรจะมีแนวคิดเป็นของตนเอง

เทรนด์ของ Digital Marketing ที่น่าจับตามอง

content Marketing

- การทำการตลาดด้วยบทความเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือของตราสินค้าของตนเอง

Advertising

- การโฆษณา โดยใช้ระบบ DMP หรือ Data Management Platform ทำให้นักการตลาดสามารถที่จะเลือกกลุ่มเป้าหมายได้อย่างแม่นยำ เพื่อให้โฆษณาแสดงผลต่อคนกลุ่มนี้เท่านั้นได้มากขึ้น

เทรนด์ของ Digital Marketing ที่น่าจับตามอง

Big Data

– ข้อมูลขนาดใหญ่ปริมาณมหาศาล ที่ไม่สามารถประมวลผลได้ด้วยมือคนธรรมดาหรือด้วยโปรแกรมใดเพียงโปรแกรมเดียว

Mobile Marketing

– การตลาดบนอุปกรณ์พกพา มีการปรับรูปแบบเว็บไซต์เป็นแบบ Responsive Web Design คือการออกแบบเว็บไซต์ให้สามารถตอบสนองหรือตอบโต้ได้ ซึ่งยิ่งเว็บไซต์ตอบสนองกับผู้ใช้ได้มากเท่าไรก็ยิ่งเพิ่มโอกาสให้ผู้ใช้กลับมามากขึ้นเท่านั้น

ดัชนีวัดผลการทำงาน Digital Marketing

<http://www.brandbuffet.in.th/2015/01/5-metric-for-measurement/>