





บทที่ 1

การตลาดออนไลน์เบื้องต้น

1

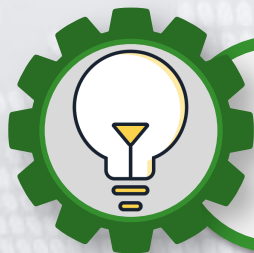
ภาพรวมของการตลาดออนไลน์

2

ความสัมพันธ์ระหว่างการตลาดออนไลน์
และการตลาดอื่น ๆ

3

เครื่องมือยอดนิยมในการตลาดออนไลน์



ตอนที่ 3 เครื่องมือยอดนิยม ในการตลาดออนไลน์





ตอนที่ 3 เครื่องมือยอดนิยม ในการตลาดออนไลน์



บทนำ

เครื่องมือการตลาดออนไลน์เป็นเครื่องมือที่ใช้ในกิจกรรมทางการตลาดบนอินเทอร์เน็ต ซึ่งใช้ประโยชน์จากคุณลักษณะทั้งหมดของเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตอย่างเต็มที่เพื่อให้บริการตามวัตถุประสงค์ของการตลาดออนไลน์ ในเนื้อหาตอนนี้ เราจะอธิบายประเภทและลักษณะของเครื่องมือทั่วไปของการตลาดออนไลน์ผ่านทางเครื่องมือยอดนิยมในการตลาดออนไลน์ เพื่อช่วยให้บริษัทดำเนินกิจกรรมการตลาดเครือข่ายได้ดียิ่งขึ้น



3.1 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเครื่องมือ ยอดนิยมในการตลาดออนไลน์



1) เครื่องมือการตลาดผ่านเสิร์ชเอ็นจิน

การตลาดผ่านเสิร์ชเอ็นจิน ย่อว่า SEM การตลาดผ่านเสิร์ชเอ็นจินคือ การตลาดแบบเครือข่ายบนแพลตฟอร์มเสิร์ชเอ็นจิน โดยอาศัยการสืบค้นบนเสิร์ชเอ็นจินของผู้คนและพฤติกรรมการใช้งาน เพื่อส่งข้อมูลการตลาดไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้มากที่สุดเมื่อมีคนค้นหาข้อมูล



เครื่องมือการตลาดผ่านเสิร์ชเอนจินที่ใช้งานทั่วไป เช่น การค้นหาBaidu การค้นหา360 การค้นหา Google การค้นหาSogou ฯลฯ ซึ่งเนื้อหาในส่วนนี้จะอธิบายเครื่องมือเสิร์ชเอนจินทั้งหมด 3 ชนิด

1. การค้นหา Baidu

Baidu ก่อตั้งขึ้นในเดือนมกราคม พ.ศ. 2543 โดย หลี่ หยานหง ซึ่งตั้งอยู่ใน ตำบลจงกวน นครปักกิ่ง ประเทศจีน เป็นแพลตฟอร์มที่มุ่งมั่นให้บริการผู้คนด้วยวิธีการที่ "ง่ายและเชื่อถือได้" ในการรับข้อมูล เป็นเสิร์ชเอนจินจีนที่มีชื่อเสียงระดับโลกและเป็นแพลตฟอร์มแหล่งข้อมูลที่ชาวเน็ตชาวจีนพึ่งพามากที่สุด โดยมีฐานข้อมูลหน้าเว็บภาษาจีนที่ครอบคลุมทุกด้านทั้งการดำรงชีวิต/การศึกษา/ความบันเทิง ฯลฯ และคำว่า "ไปตู้อี้เซี่ย" ก็กลายเป็นคำพ้องความหมายกับคำว่า ค้นหา



2. การค้นหา360

การค้นหา360 เป็นเสิร์ชเอนจินรุ่นใหม่ที่ปลอดภัย แม่นยำ และเชื่อถือได้ โดยอาศัยข้อดีด้านความปลอดภัยของแบรนด์แม่ 360 จึงสามารถสกัดกั้นเว็บไซต์ที่เป็นอันตรายได้อย่างครอบคลุม เช่น ฟิชชิงและการฉ้อโกง และให้บริการค้นหาที่ปลอดภัยยิ่งขึ้น



3. การค้นหา Google

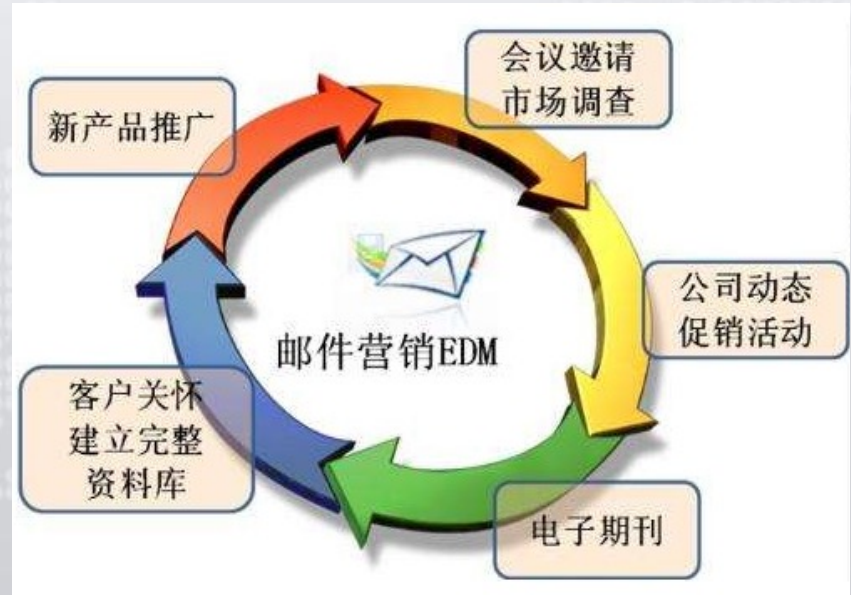
Google ก่อตั้งขึ้นในสหรัฐอเมริกาเมื่อปีพ.ศ. 2541 ปัจจุบันได้รับการยอมรับว่าเป็นเสิร์ชเอนจินที่ใหญ่ที่สุดในโลกที่บริการฟรีและใช้งานง่าย ซึ่งผู้ใช้สามารถค้นหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องได้ทันที



2) เครื่องมือทางการตลาด EDM

1. ภาพรวมการตลาด EDM

การตลาด EDM (EDM Direct Marketing) หรือที่เรียกว่า **การตลาด EDM** และ **การตลาดผ่านอีเมล** หมายถึงการทำการตลาดโดยการส่งอีเมล EDM ไปยังลูกค้าเป้าหมาย สร้างช่องทางการสื่อสารกับลูกค้าเป้าหมาย และส่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องไปยังพวกเขาโดยตรง ซึ่งเป็นวิธีการทางการตลาดที่ใช้ในการส่งเสริมการขาย ซึ่งซอฟต์แวร์ EDM มีการใช้งานที่หลากหลาย และ **สามารถส่งโฆษณาอิเล็กทรอนิกส์ ข้อมูลผลิตภัณฑ์ ข้อมูลการขาย การวิจัยตลาด ข้อมูลกิจกรรมทางการตลาด ฯลฯ**



EDM营销功能

2. ประเภทของการตลาด EDM

ได้แก่
การตลาด EDM
ที่ได้รับอนุญาต
และการตลาด
EDM ที่ไม่ได้
อนุญาต



การจำแนกตามการ
อนุญาตของผู้ใช้

การตลาด EDM
รายการภายใน
และการตลาด
EDM รายการ
ภายนอก



การจำแนกตามสิทธิ์ใน
ทรัพยากรที่อยู่การตลาด EDM

การตลาด EDM
ระยะสั้นและ
การตลาด EDM
ระยะยาว



การจำแนกตาม
แผนการตลาด

การตลาด EDM
แบบสร้าง
ความสัมพันธ์กับ
ลูกค้า, การตลาด
EDM แบบบริการ
ลูกค้า, การตลาด
EDM แบบสำรวจ
ออนไลน์, และ
การตลาด EDM
แบบส่งเสริม
ผลิตภัณฑ์



การจำแนกตาม
ฟังก์ชันของการตลาด
EDM

3) เครื่องมือการตลาดผ่านสื่อใหม่

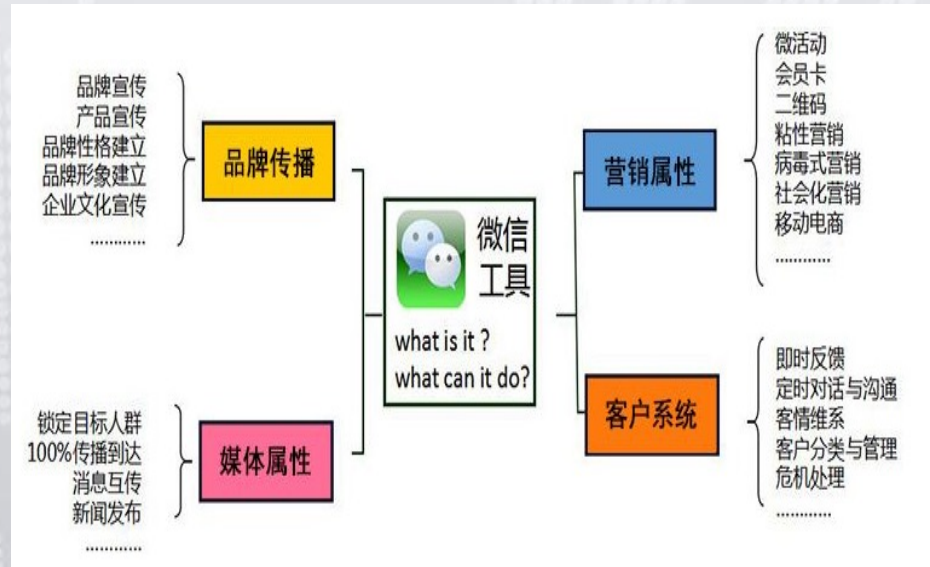
1. Weibo

Weibo เป็นบล็อกแบบประโยคเดียว ซึ่งเป็นหนึ่งในแพลตฟอร์มแอปพลิเคชันโซเชียลที่มีการใช้งานมากที่สุดในปัจจุบัน โดยผู้ใช้งานสามารถโต้ตอบและใช้งานได้สะดวกสบาย ดังนั้นแพลตฟอร์ม Weibo จึงกลายเป็นตัวเลือกอันดับแรกของบริษัทหลายแห่งในการโต้ตอบกับลูกค้า



2. WeChat

WeChat เป็นซอฟต์แวร์แอปพลิเคชันโซเชียลที่มีทราฟฟิกและผู้ใช้มากที่สุดบนระบบมือถือ จุดเด่นของการตลาดผ่านสื่อประเภทนี้คือ **การตลาดแบบเพียร์ทูเพียร์และความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้น** ดังนั้นสำหรับธุรกิจแบบเดิมแล้ว การใช้งาน WeChat กลายเป็นหนึ่งในกลยุทธ์ที่จำเป็นสำหรับรูปแบบมือถือ ซึ่งบริษัทต่าง ๆ มักใช้ WeChat ทำการตลาดผ่าน 4 รูปแบบ ได้แก่ **การตลาดผ่านโมเมนต์ การตลาดผ่านบัญชีทางการ, การตลาดผ่านมินิโปรแกรม และการตลาดผ่านกลุ่มสนทนา**



3. Toutiao

" Toutiao" เป็นแพลตฟอร์มข้อมูลที่สามารถแนะนำข้อมูลให้ผู้ใช้ตามพฤติกรรมการใช้งานของเว็บของพวกเขา จุดเด่นที่ใหญ่ที่สุดของแพลตฟอร์มนี้คือ มันได้ทำลายลักษณะแบบทางเดียวของแพลตฟอร์มข้อมูลข่าวสมัยก่อน และได้รวบรวมข้อมูลต่างๆ ทั้งข่าว บันเทิง ข้อปิ้ง วิดีโอ รูปภาพ มุขตลก ฯลฯ จากนั้นแนะนำข้อมูลให้ผู้ใช้ตามนิสัยของผู้ใช้ที่แตกต่างกัน เพื่อให้ผู้ใช้สามารถเรียกดูข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น



4) เครื่องมือทางการตลาดผ่านบทความโฆษณา

การตลาดผ่านบทความโฆษณา หมายถึง โฆษณาชวนเชื่อ และบทความที่เผยแพร่ในหนังสือพิมพ์, นิตยสาร, อินเทอร์เน็ต, และสื่อประชาสัมพันธ์อื่นๆตามแผนของบริษัทซึ่งสามารถช่วยปรับปรุงภาพลักษณ์และความนิยมแบรนด์ หรือสามารถส่งเสริมการขายของผลิตภัณฑ์ของบริษัทได้ เช่น รายงานข่าวพิเศษ, บทความเชิงลึก, โฆษณาเรียงความแบบเสียเงิน, การวิเคราะห์กรณีศึกษา ฯลฯ บทความโฆษณาเบื้องต้นมี 3 ประเภท ได้แก่ บทความประเภทข่าว, บทความประเภทอุตสาหกรรม, และบทความประเภทผู้ใช้



行业型软文

新闻型软文 用户型软文

บทความประเภทข่าวสาร เช่น
ข่าวประชาสัมพันธ์ รายงานข่าว
และการสัมภาษณ์สื่อออก โดย
ผู้เขียนบทความโฆษณาประเภทนี้
คือ นักข่าวสื่อ ซึ่งได้รับหน้าที่และ
สิทธิ์ในการเขียนและเผยแพร่จุด
แข็งและภาพลักษณ์ของบริษัท
โดยตรง



บทความประเภทอุตสาหกรรม เช่น ข้อโต้แย้งที่ได้รับความนิยม การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การสัมภาษณ์ตัวละคร บันทึกเหตุการณ์จริง เป็นต้น จุดประสงค์ของบทความดังกล่าวมักจะเป็นการขยายอิทธิพลของอุตสาหกรรมและสร้างสถานะให้กับแบรนด์ของอุตสาหกรรม

บทความประเภทผู้ใช้ เป็นการเผยแพร่ข้อดี ภาพลักษณ์เชิงบวก ความแข็งแกร่งขององค์กร และคุณภาพการบริการของแบรนด์หรือผลิตภัณฑ์จากมุมมองของผู้ใช้ทั่วไปหรือบุคคลที่สาม วิธีนี้สามารถมีความสัมพันธ์ที่ดีหรือมีอิทธิพลต่อผู้บริโภคและลูกค้าที่มีศักยภาพ



5. เครื่องมือการตลาดผ่านวิดีโอ

การตลาดผ่านวิดีโอ หมายถึง แพลตฟอร์มออนไลน์ที่ใช้วิดีโอเว็บไซต์เป็นหลัก เน้นเนื้อหาและความคิดสร้างสรรค์ มีการวางแผนเนื้อหาที่จะแสดงอย่างรอบคอบเพื่อให้บรรลุเป้าหมายทางการตลาดและสร้างการรับรู้แบรนด์ของบริษัท



6) เครื่องมือการตลาด IM

การตลาดผ่านวิดีโอ หมายถึง แพลตฟอร์มออนไลน์ที่ใช้วิดีโอเว็บไซต์เป็นหลัก เน้นเนื้อหาและความคิดสร้างสรรค์ มีการวางแผนเนื้อหาที่จะแสดงอย่างรอบคอบเพื่อให้บรรลุเป้าหมายทางการตลาดและสร้างการรับรู้แบรนด์ของบริษัท

IM营销平台



1. Tencent QQ

Tencent QQ เป็นซอฟต์แวร์ส่งข้อความโต้ตอบแบบทันทีบนอินเทอร์เน็ตที่พัฒนาโดย Tencent ซึ่งรองรับการแชทออนไลน์ การสนทนาทางวิดีโอ ไฟล์ที่แชร์ กลุ่มจดหมาย QQ พื้นที่ QQ และฟังก์ชันอื่นๆ อีกทั้งยังสามารถเชื่อมต่อกับระบบการสื่อสารต่างๆ



2. WeChat

WeChat เป็นซอฟต์แวร์แชทบนโทรศัพท์มือถือที่เปิดตัวโดย Tencent เมื่อต้นปีพ.ศ. 2554 ซึ่งสามารถส่งข้อความและรูปภาพได้อย่างรวดเร็ว และรองรับอินเทอร์เน็ตด้วยเสียงแบบหลายคน ผู้ใช้สามารถส่งเสียง วิดีโอ รูปภาพ และข้อความได้อย่างรวดเร็วผ่านโทรศัพท์มือถือหรือแท็บเล็ต



3. Qianniu

Qianniu เป็นเครื่องมือแชทโต้ตอบแบบทันที ผลิตโดย Alibaba Group ซึ่งผู้ใช้กลุ่มหลักได้แก่ผู้ประกอบการบน Taobao และ Tmall สำหรับฟังก์ชันหลักของ Qianniu ประกอบด้วย โต๊ะทำงานของผู้ขาย, ศูนย์ข้อความ, Aliwangwang, ค่าคงที่ควอนตัม, การจัดการคำสั่งซื้อ, การจัดการสินค้า เป็นต้น ปัจจุบันมีสองเวอร์ชันได้แก่ เวอร์ชันสำหรับ PC และเวอร์ชันสำหรับมือถือ





ขอบคุณสำหรับการรับชม !