

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เอก ชุณหะวัณ

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด

กรรมการผู้จัดการ Global Origin Thailand Co.Ltd



การตลาดพอดี้คำ



Akechoon



การตลาดพอดี้คำ





Digital Marketing Strategy



ONLINE MARKETING

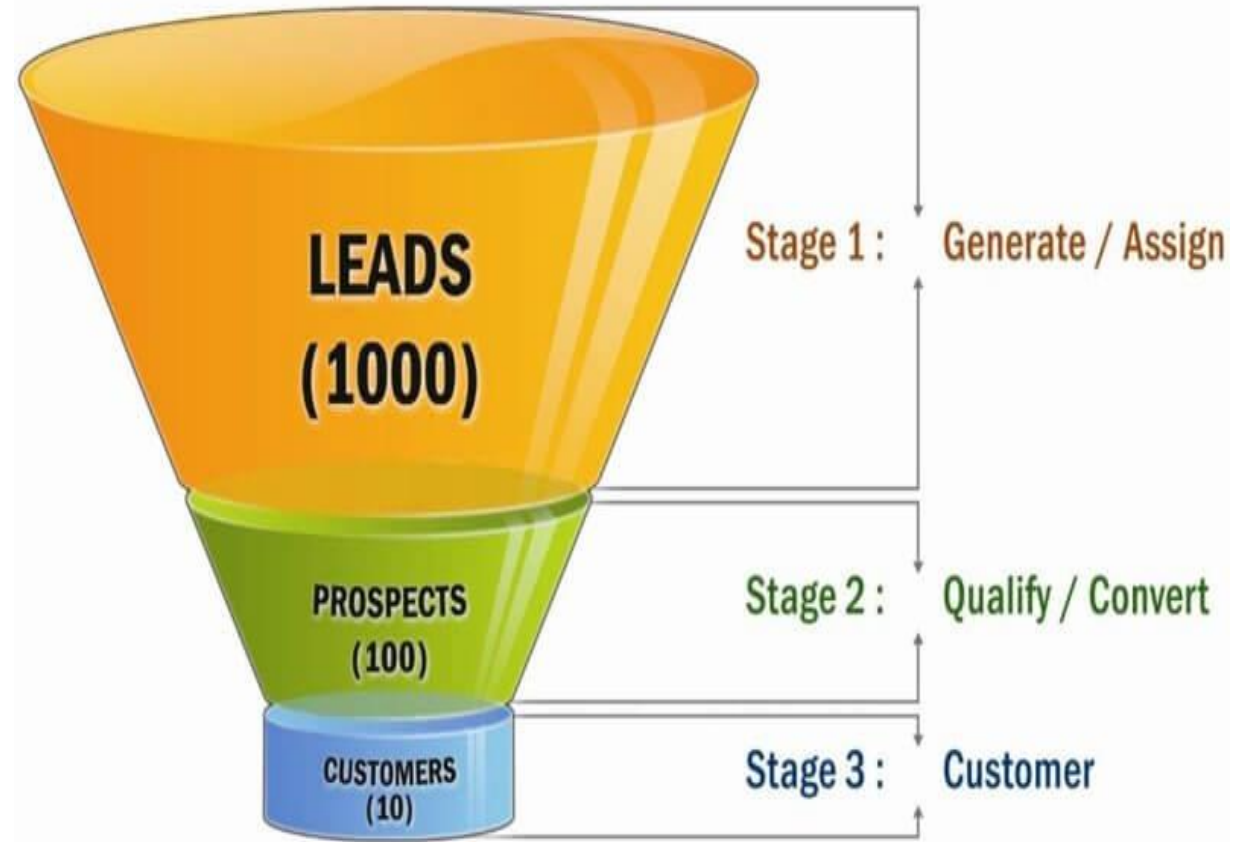
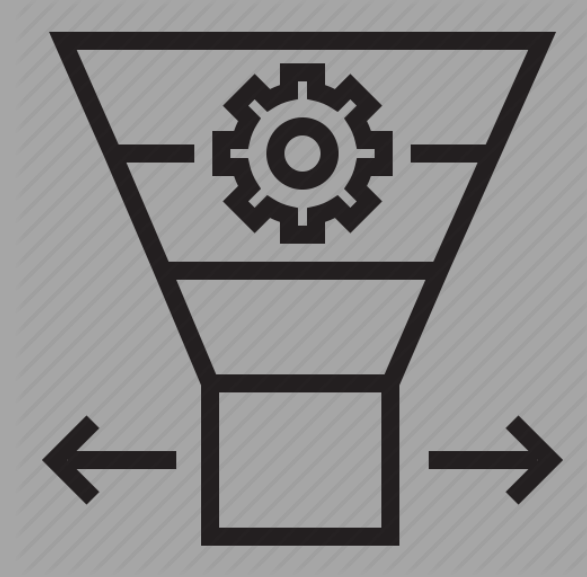


Knowing Customer Journey

- 1) Awareness รับรู้
- 2) Research สืบค้น
- 3) Consideration พิจารณา
- 4) Buy ซื้อ



Generic Strategy for any business





What is LEADS?

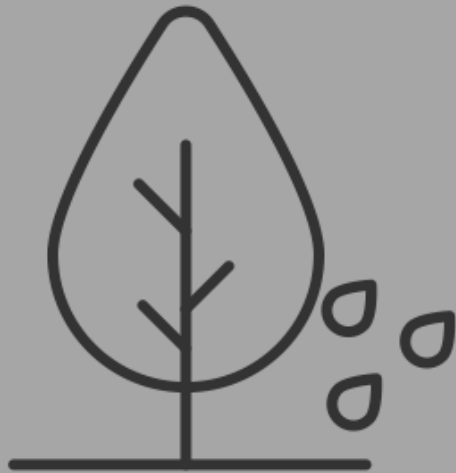
People or company who are in initial phase of sales process

***How about your LEADS?**

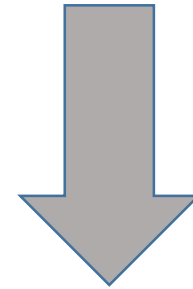


How you identify LEADS?

- ✓ นามบัตร?
- ✓ ผู้ติดตามเพจ?
- ✓ บุคคลที่ได้รับการแนะนำจากคอนเน็คชั่น?
- ✓ Business data จาก Google?



Lead Nurturing Strategy



Chatbot Marketing Workflow & Funnel



Leveling your LEADS

- Low involvement
- Medium involvement
- High involvement
- Qualified Leads

Define your own customer status:



Leads



Qualified Leads



Applied

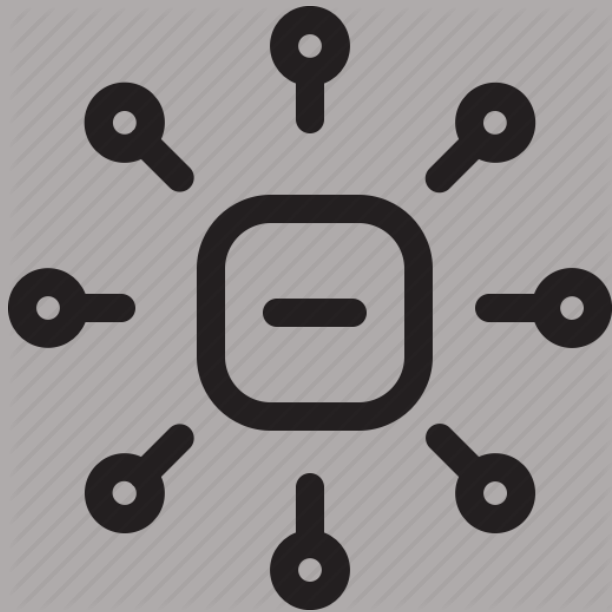


Enrollment



Getting high-quality LEADS

- ✓ เลือกช่องทางให้ถูก
- ✓ ใช้เทคนิคให้ถูก
- ✓ ใช้เทคนิคการสื่อสารแบบ **interactive** เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึก



Channeling LEADS?

- Offline leads from events
- Offline leads from referral
- Online leads from Push Strategy
- Online leads from Pull Strategy



What is PROSPECTS?

People who indicated an interest in your product or service and likely to have ability to buy.

***How about your PROSPECTS?**





How you identify Prospect?

- ✓ คนที่เข้ามาใน website?
- ✓ คนที่ทำการคลิก?
- ✓ คนที่โทรมา?
- ✓ คนที่ email มา?

Transform them into PROSPECT !



Changing Leads to Prospects

- Driving more engagement
- สร้างการมีส่วนร่วม
- Keep in-touch with useful info
- สร้างการสื่อสารอย่างต่อเนื่องด้วยคอนเท้นท์ที่มีประโยชน์
- Push with hard-sell promotion
- กระตุ้นการซื้อทุกครั้งที่มีโอกาส

Different Channel for your Strategy

- Push Strategy for LEADS



- Pull Strategy for PROSPECTS



- CRM for CUSTOMERS





Offline techniques:

- ใช้กลยุทธ์ทดลองใช้ ทดลองเรียน ทดลองทำ
- ทีมขายต้องสื่อสารดีเข้าถึงลูกค้า
- จัดสัมมนา และอีเวนต์
- Networking



Online & Personalization techniques:

- ใช้ keywords ให้ถูกต้อง
- พยายามเข้าถึงการมองเห็น
- เจาะกลุ่มเป้าหมายให้ตรง
- Re-target effectively



Choosing the right Keywords:

- Brand term
- Generic term
- Related term
- Competitor term

Brand Terms	Competitor Terms	Generic Terms	Related Terms
Nike shoes	Adidas shoes	running shoes	jogging
Nike.com	Puma shoes	jogging shoes	sports wear
Nike shop	Reebok shoes	sneakers	running socks
Nike online store	New Balance	high top sneakers	treadmills
Nike products	Brooks shoes	training shoes	running tips

Workshop:

- ✓ Identify your brand term
- ✓ Identify 3 generic terms
- ✓ Identify 5 related terms
- ✓ Identify 3 competitor terms

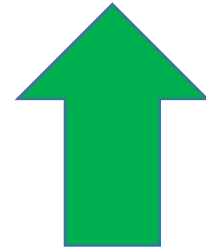


Promoting your Keywords to be visible:

- SEO keyword optimization
- PPC keyword optimization
- Social media keyword optimization



Make it more visible



Employee Advocacy



Being Visible on facebook



- I = Interest
- P = Post
- C = Creator
- T = Type
- R = Recency



Target effectively:

- Target by location
- Target by demographics
- Target by interests
- Target people who liked your page
- Target lookalike audience

What results would you like from this post?

-  **Send people to your website**
Website visitors · From \$1 a day
-  **Get more people to react, comment and share**
Post engagements · From \$1 a day

[All Options](#)

POST BUTTON (Optional)

Add a button to your post 

Learn More

This button will lead to the link in your post.

AUDIENCE

People you choose through targeting [Edit](#)

Location - Living In: United States: Florida
Age: 18 - 65+

People who like your Page

People who like your Page and their friends

Custom Audiences

Preview: Desktop News Feed



Ana Gotter, Writer

Sponsored · 

Interested in finding the very best freelance writers in the business?
Here's where you should look and what to look for.



ADESPRESSO.COM

How to Find the Best Freelance Writers in the Business

Learn More

 Like

 Comment

 Share



Cancel

Boost Now



Facebook Ads Manager App

NEW AUDIENCE ▾

Custom Audiences ⓘ

[Browse](#)

Create New Custom Audience...

Locations ⓘ

United States

Include ▾ | [Add a country, state/province, city, ZIP, DMA or address](#)

Everyone in this location ▾

Age ⓘ

-

Gender ⓘ

Languages ⓘ

Interests ⓘ

[Suggestions](#)[Browse](#)

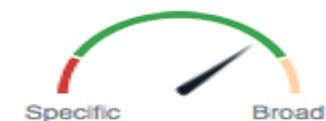
Behaviors ⓘ

[Browse](#)

Connections ⓘ

Save this audience

Audience Definition



Your audience selection is fairly broad.

Audience Details:

- Location:
 - United States
- Age:
 - 18 - 65+

Potential Reach: 186,000,000 people



Re-Target effectively:

- Re-target by Look-alike method
- Re-target by related interest
- Re-target by Re-marketing

Significant of CONTENT

Story



Contents



Contents are the Foundation of acquiring audience



Using interactive contents to get in-depth info about leads:

- Creative contents
- Interactive contents
- Friendly form to fill out
- Questions that can identify opportunities

Creative Questionnaire:

คุณคือคนยุคไหน?

1985 – 1995



1996 – 2005



2006 – 2015



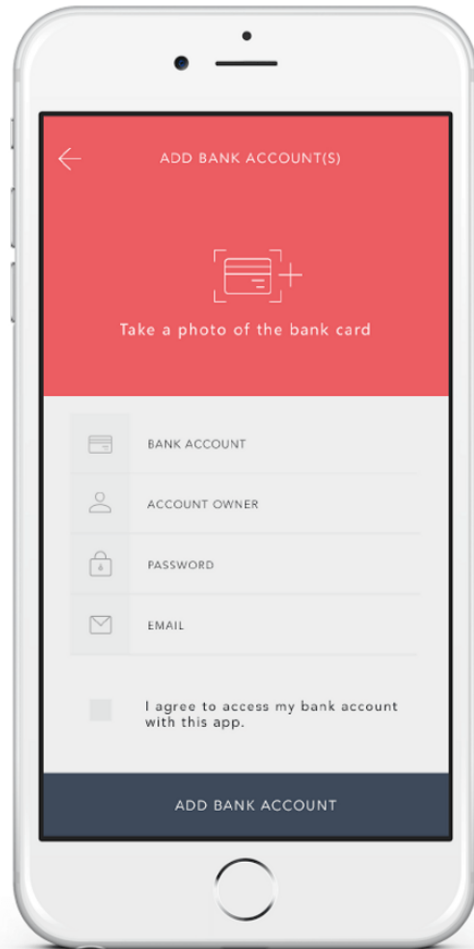
Tools to help you create interactive contents on your website:

- SnapApp

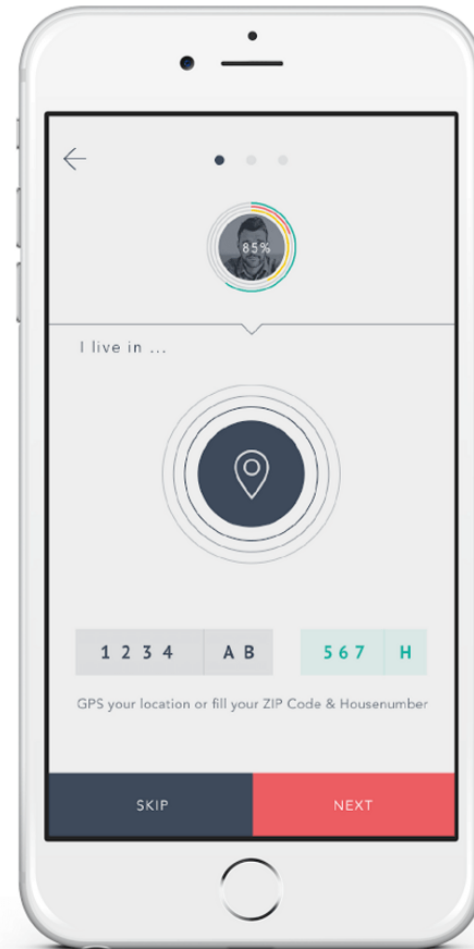
- Qzr

- Guide.co

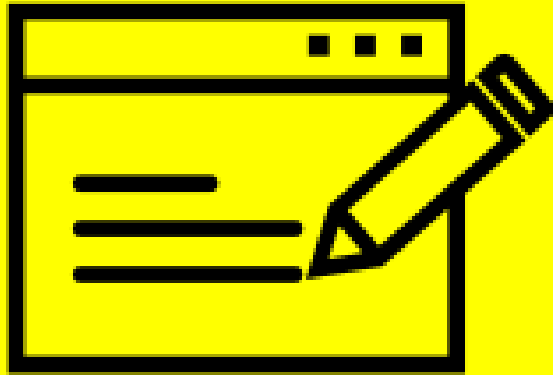
- Apester



Using the camera to scan and fill user's bank account info



Using the GPS to fill user's address data



Friendly contents to get FRIENDS

- Interactive contents
- Relevant contents
- Sincere contents
- Trusted contents

Example:

1. คุณมีความสนใจที่จะออกกำลังกายมั๊ย? Yes No
2. คุณมีความสนใจที่จะสมัครเป็นสมาชิกกับ **Virgin** มั๊ย? Yes No
3. คุณมีความสนใจที่จะสมัครภายใน **6** เดือนนี้มั๊ย? Yes No



Factors that drive customers forward

- Reminded
- Suggested
- Motivational
- Savings
- Complementary
- Fear of missing out
- Shopping Enthusiasts
- Decision Fatigue

Shopping Enthusiasts

- ช่วงภาวะอารมณ์รื่นเริงมีความสุข สนุกกับการช้อปปิ้ง

สร้างบรรยากาศ

อัธยาศัยพนักงานขาย

โปรโมชั่นส่งเสริมการขาย

มุ่งเน้นไปที่การใช้อารมณ์และความรู้สึก

Decision Fatigue

- ช่วงภาวะอารมณ์เหนื่อยล้าซี่้เกียจคิดหรือทำการเปรียบเทียบใดๆ

ความเร็วในการให้บริการ

ข้อมูลเชิงสรุปจากพนักงานขาย

ข้อมูลสั้นเข้าใจง่าย

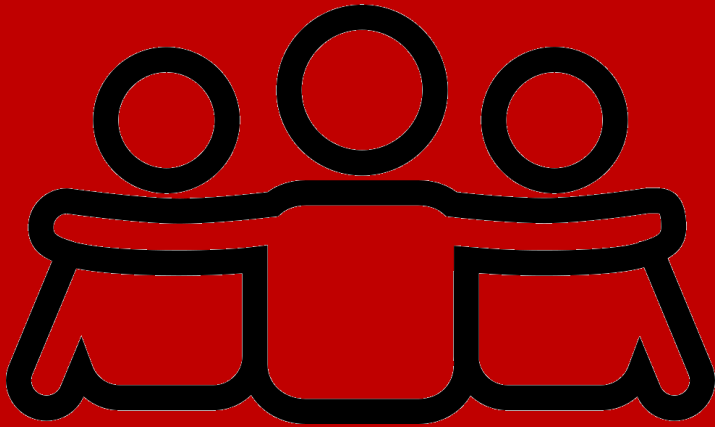
กระบวนการที่สั้นกระชับ

Transform them into CUSTOMERS





Acquiring ~~customers~~



Acquiring People



Acquiring Audience

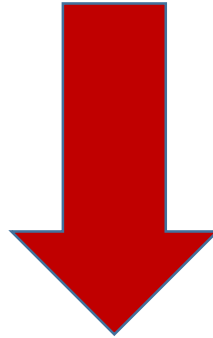


Acquiring Friends



Acquiring Partners

Partner



Customer who has sense of ownership

การประชุมระดับชาติ
NATIONAL CONVENTION

2017



Different Channel for your Strategy

- Push Strategy for LEADS



- Pull Strategy for PROSPECTS



- CRM for CUSTOMERS

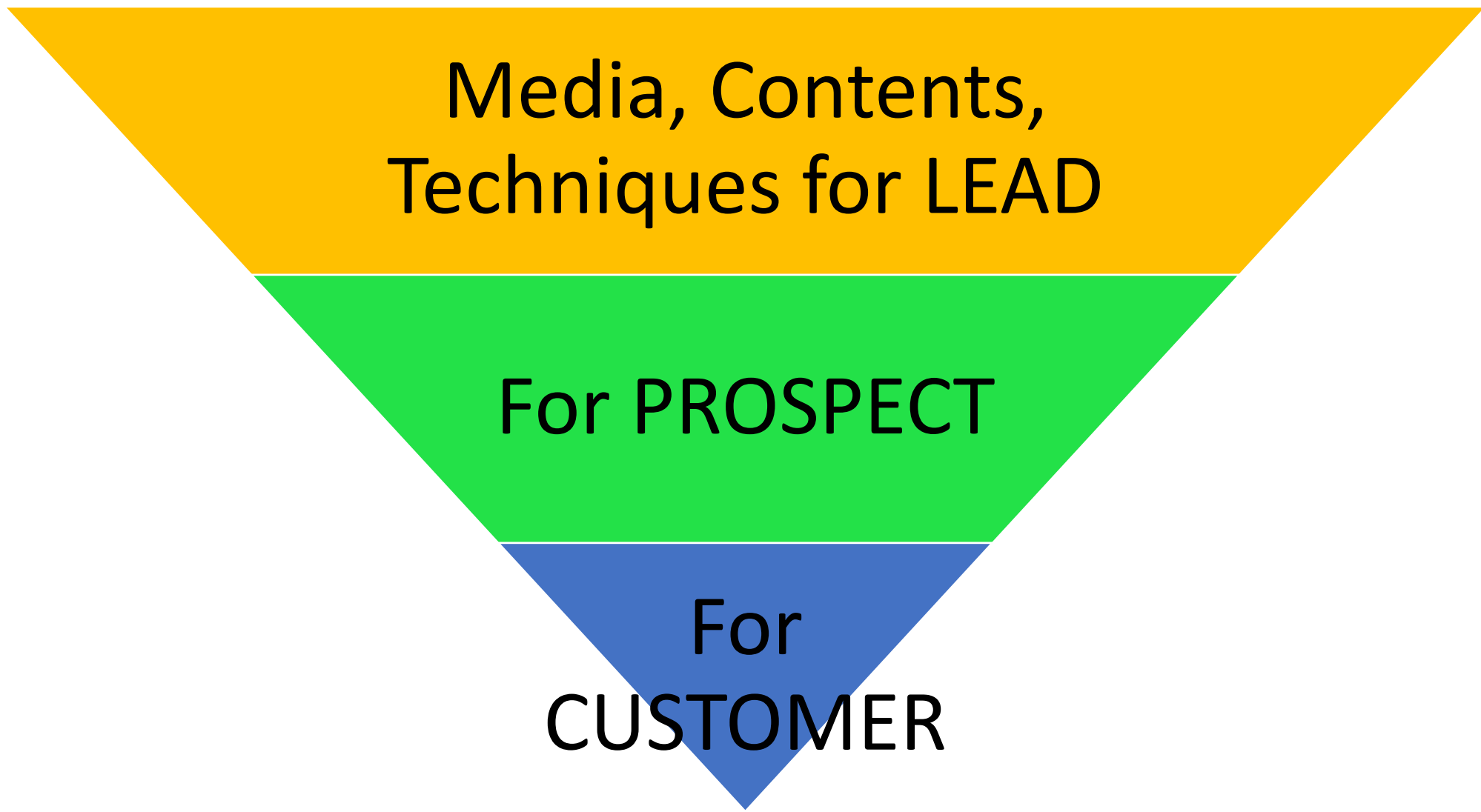




CRM Strategy

- Personalization Strategy
- Automation Strategy

Workshop: Design your strategy on each stage



Media, Contents,
Techniques for LEAD

For PROSPECT

For
CUSTOMER

Thank you