MICE INTELLIGENCE TALK 2022

การตลาดแบบไมซ์ ที่รู้ใจและเข้าถึง บนโลกออนไลน์

10 พฤษภาคม 2565 I 9.00 – 16.00 น.

ปัจจุบันในตลาดมีแพลทฟอร์มออนไลน์จำนวนมากให้ผู้ใช้งานได้เลือกใช้ ซึ่ง Marketing Platform เป็นหนึ่งในเครื่องมือที่เราสามารถใช้เพื่อวางแผนการตลาดออนไลน์ได้

ในเชิงการตลาด เรามีวิธีการเข้าหาลูกค้าทางออนไลน์อยู่ 7 วิธี ได้แก่

1. Search Engine Marketing

Search Engine Marketing คือ การทำการตลาดผ่านการใช้เครื่องมือค้นหาข้อมูลออนไลน์ ยกตัวอย่างเช่น Google, Bing, Yahoo เป็นต้น เมื่อลูกค้ามีปัญหา หรือความต้องการใด ๆ ก็ตาม ลูกค้ามักจะใช้เครื่องมือค้นหาเพื่อค้นข้อมูลที่สามารถแก้ไขปัญหาให้กับเขาได้

Google yahoo! Bing

จุดสำคัญ คือ เราจะทำให้อย่างไรให้สินค้าหรือบริการของเราขึ้นเป็นอันดับที่ 1 ในรายการค้นหาของเขา โดยใช้วิธีการซื้อโฆษณา (Ads) บน Search Engines

การทำการตลาดแบบนี้เหมาะกับธุรกิจประเภทโรงแรม ที่พัก สถานที่ท่องเที่ยว

2. Shopping Search Engine Marketing

การทำการตลาดโดยใช้รูปภาพ ข้อความ และราคาของสินค้าหรือบริการในเครื่องมือค้นหาข้อมูล ผ่านแพลทฟอร์มต่างๆ เช่น Shopee, Lazada และ อื่นๆ ที่มีโครงสร้างโครงการการสร้างเว็บไซต์ในลักษณะของการ Upload ข้อมูลของสินค้าหรือบริการ

3. Social Media Ads

การทำการตลาดผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย ที่เป็นแพลทฟอร์มให้ที่ผู้คนเข้ามารวมตัวกันเพื่อแชร์ข้อมูลต่างๆ เช่น Facebook, LINE, Tiktok, Pantip เป็นต้น

4. Email Marketing

การเข้าหาลูกค้าผ่านทางอีเมล ซึ่งมักจะเป็นการเข้าหาลูกค้าแบบ B2B (Business-to-Business) ซึ่งเหมาะกับกลุ่มธุรกิจ MICE เพราะ เอกสาร ไฟล์ หรือสื่อต่าง ๆ ที่มีการส่งผ่านอีเมล จะสามารถเก็บไว้ได้นาน และสามารถวางแผน หรือวางระบบการส่งอีเมลอัตโนมัติให้กับลูกค้าได้

5. Retargeting Platform

คือ การทำให้ลูกค้าเห็นข้อมูลของเราผ่านแพลทฟอร์มต่าง ๆ ซ้ำ ๆ ทำให้ลูกค้าสามารถจดจำข่าวสาร หรือข้อมูลของเราโดยไม่รู้ตัว

6. Ads Network

หรือการลงข้อมูลในเครือข่ายโฆษณา เช่น การลงข้อมูลในแพลทฟอร์มข่าวของสำนักสื่อต่างๆ เป็นการนำรูปภาพหรือข้อความไปฝากไว้บนเว็บไซต์ข่าวนั้น ๆ

7. Affiliate Marketing

การใช้เครื่องมือดิจิทัลในการบอกต่อข้อมูลของสินค้าหรือบริการ เป็นวิธีการฝากโปรโมทสินค้าผ่านตัวแทน ซึ่งถ้ามีการซื้อขายเกิดขึ้น ตัวแทนจะได้รับค่าตอบแทนจากการประชาสัมพันธ์ตามที่ตกลงกัน

Marketing Platform

เมื่อเลือกวิธีการเข้าหาลูกค้าที่เหมาะกับธุรกิจแล้ว สิ่งสำคัญที่เจ้าของธุรกิจต้องให้ความสำคัญ คือ การวางแผนและเตรียมข้อมูลย่อยๆ ต่างๆ ได้แก่

1 I ชนิดของสื่อที่ใช้ (Media)

เช่น รูปภาพ วิดิโอ หรือสื่อชนิดอื่น ๆ ที่ต้องให้มีความชัดเจน และน่าสนใจ เพื่อดึงดูดลูกค้า

2 I กลุ่มเป้าหมาย (Audience)

การมีกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน ทำให้เราสามารถสร้างข้อความที่เหมาะสมกับการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายนั้น ๆ ได้ดียิ่งขึ้น

3 I งบประมาณ (Budget)

เจ้าของธุรกิจต้องเก็บข้อมูลของการทำธุรกิจที่ผ่านมา และนำมาวิเคราะห์งบประมาณที่อาจจะต้องใช้จ่ายในอนาคต

เครื่องมือที่เหมาะกับธุรกิจไมซ์

YouTube

สำหรับสร้างคอนเทนต์ บอกเล่าเรื่องราว ทำให้ลูกค้าตัดสินใจง่ายขึ้น

LINE

สำหรับการแชทเพื่อให้ข้อมูล รักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า และปิดการขาย

Google Ads

สำหรับการหาลูกค้าใหม่

Google Ads

Facebook

สำหรับการหาลูกค้าใหม่

Influencer

การจ้างคนที่มีผู้ติดตามจำนวนมาก เพื่อให้ช่วยเล่าเรื่องและกระจายข่าวได้มากขึ้น แต่มีข้อเสียคือเรื่องของราคาที่แพง

สิ่งที่ธุรกิจขนาดกลางควรให้ความสนใจ

1. การซื้อโฆษณาผ่าน Social Media ยังมองข้ามไม่ได้เช่นกัน
2. การซื้อโฆษณาผ่าน Display Network เพิ่มการมองเห็นได้ดี และยังใช้งบไม่สูงเท่าการใช้การซื้อสื่อกับ VDO Platform หรือ Publisher โดยตรง
3. การใช้ระบบจัดการคำสั่งซื้อ (Order Management System: OMS) บริหารจัดการเกี่ยวกับการขายและรายการสั่งซื้อสินค้า ซึ่งสามารถหาเว็บไซต์ออนไลน์ที่ให้บริการระบบ OMS สำเร็จรูป ช่วยเพิ่มความเป็นมืออาชีพ ทำให้สามารถจัดเก็บข้อมูลลูกค้าสำหรับกิจกรรมทางการตลาดในอนาคตได้
4. การเข้าร่วมแคมเปญทางการตลาดกับหน่วยธุรกิจอื่นๆ เช่น ธนาคาร ห้างสรรพสินค้า ฯลฯ
5. เลือกใช้เทคโนโลยีการรับเงินใหม่ๆ ที่สะดวกขึ้น
6. การทำ Personalized Marketing ช่วยสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งชัดเจน

สิ่งที่ธุรกิจขนาดเล็กควรให้ความสนใจ

1. การซื้อโฆษณาผ่าน Social Media สำคัญมาก
2. สนใจเรื่องของ Growth Hacking สร้างกลยุทธ์ให้ธุรกิจเติบโต เช่น
    - SERP เป็นการทำให้หน้าเว็บไซต์ของธุกิจติดอันดับการค้นหาบน Search Engine
    - Position Zero หรือ “การแสดงผลตำแหน่งที่ 0” เป็นการแสดงผลของการค้นหาตำแหน่งบนสุด ซึ่ง Search Engine ประมวลผลแล้วว่าน่าจะตรงตามความต้องการอยากทราบของผู้ใช้งานมากที่สุด)
    - การเล่าเรื่องให้ได้ใจคน (Storytelling)
    - การทำ Viral Marketing
3. การใช้ระบบหลังบ้านที่เก็บข้อมูลลูกค้าในตัว ช่วยเพิ่มยอดขายจากลูกค้าเก่า ลดต้นทุนการหาลูกค้าใหม่
4. สนใจเรื่องการ Broadcast และการทำ Real Time Content

การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้ใช้

เราสามารถเข้าใจพฤติกรรมลูกค้าด้วยเครื่องมือ Social Listening Tool ดังนี้

1. trends.google.com

- ใช้สำรวจความต้องการของตลาด โดยเลือกดูเป็นประเทศได้ หากเราต้องการต้อนรับลูกค้าชาวต่างชาติ ก็สามารถเลือกดูความสนใจในประเทศนั้น ๆ ได้เลย
- ใช้หาไอเดียว่าเราควรผลิตสื่อ (Content) อย่างไร ถึงจะได้รับความสนใจบนโลกออนไลน์
- ใช้สำรวจสินค้าหรือบริการ ที่ใกล้เคียงกับสิ่งที่เราขาย เพื่อหาโอกาสทางธุรกิจต่อไป

2. Pantip

- ใช้สำรวจความต้องการ และสิ่งที่อยู่ในใจลึกๆ ของลูกค้า เพื่อที่เราสามารถใช้ข้อมูลนี้มาทำเป็น Content และ Promotion ได้

3. trend.wisesight.com

- มีข้อมูลจำนวนมากเกี่ยวกับข่าวสารและความเคลื่อนไหวในสังคม และช่วยให้เห็นข่าวของเพื่อนร่วมวงการธุรกิจ

4. คลังโฆษณาของ Facebook

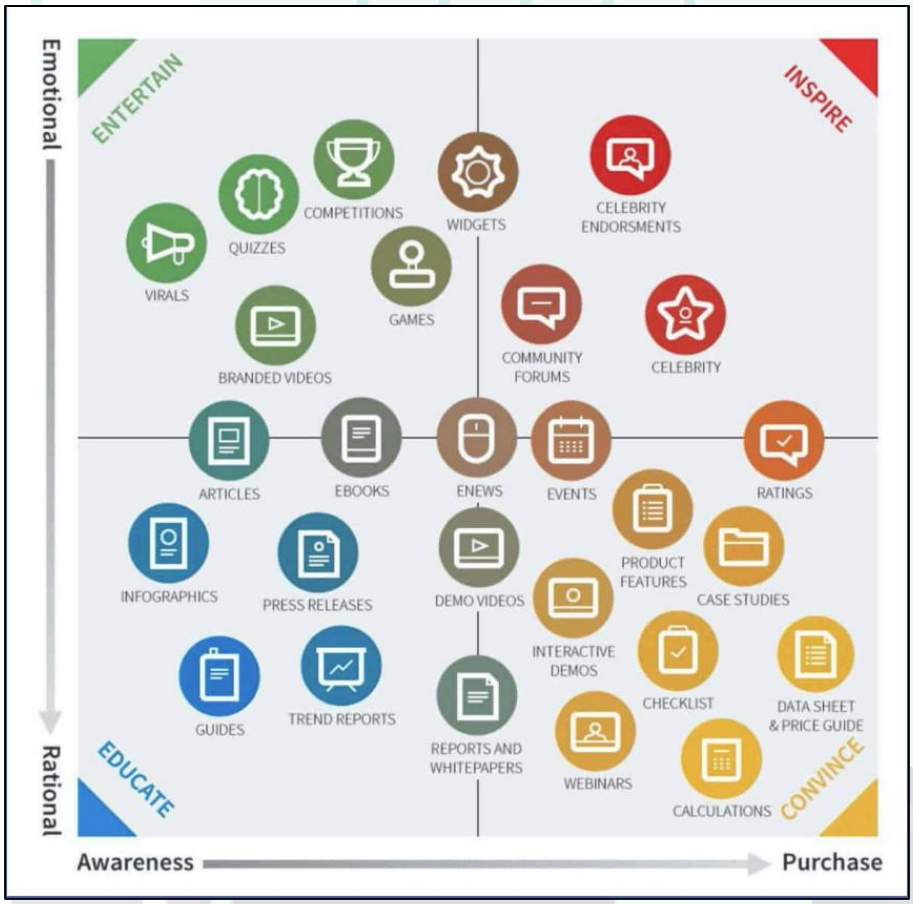
- มีข้อมูลจำนวนมากเกี่ยวกับข่าวสารและความเป็นไปในสังคม และช่วยให้เห็นข่าวของเพื่อนร่วมวงการธุรกิจ
- ช่วยให้เห็นว่าคู่แข่ง หรือเพื่อนร่วมวงการธุรกิจเลือกใช้ Content อย่างไร
- ใช้หาแรงบันดาลใจในการทำ Content

ข้อมูลที่ฉันค้นพบบนโลกออนไลน์

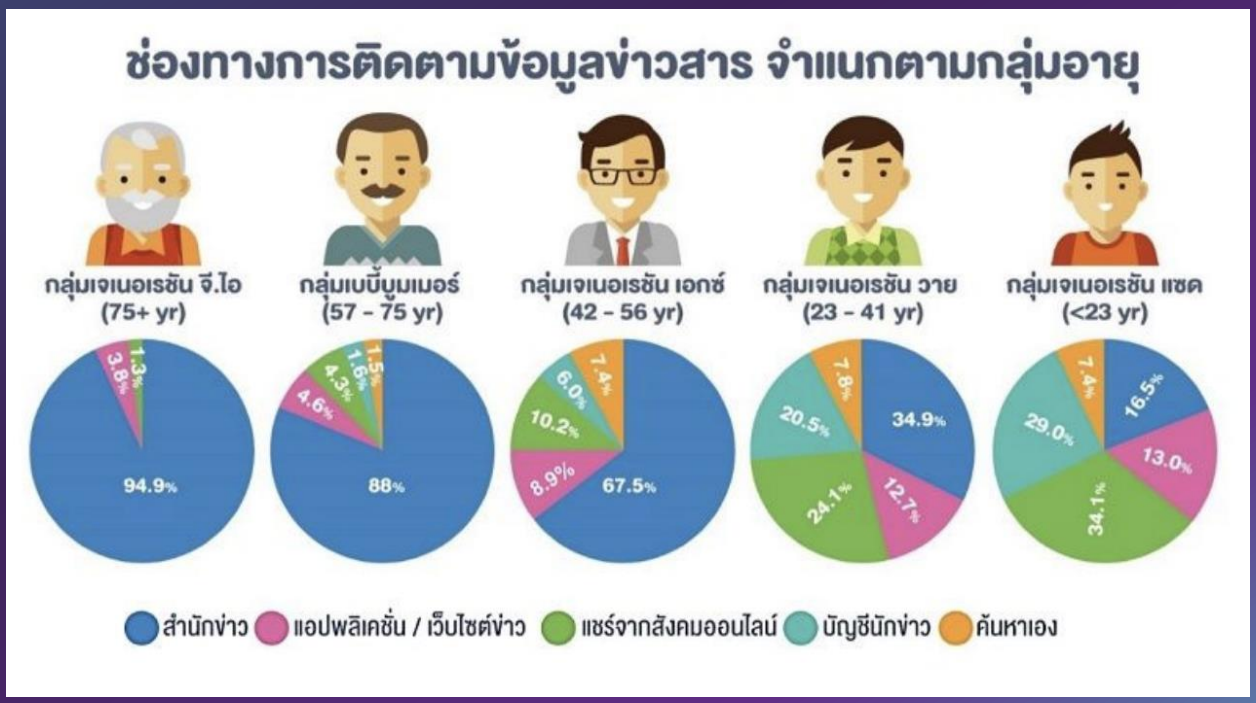
Google Trends	Facebook	Pantip
ข้อมูลอะไรบ้างที่น่าจะเกี่ยวข้องกับธุรกิจของฉัน?	ข้อมูลอะไรบ้างที่น่าจะเกี่ยวข้องกับธุรกิจของฉัน?	ข้อมูลอะไรบ้างที่น่าจะเกี่ยวข้องกับธุรกิจของฉัน?
ข้อมูลอะไรบ้างที่เกี่ยวข้องกับคู่แข่งของฉัน?	ข้อมูลอะไรบ้างที่เกี่ยวข้องกับคู่แข่งของฉัน?	ข้อมูลอะไรบ้างที่เกี่ยวข้องกับคู่แข่งของฉัน?
โอกาสอะไรที่ฉันเห็นมองเห็น?	โอกาสอะไรที่ฉันเห็นมองเห็น?	โอกาสอะไรที่ฉันเห็นมองเห็น?

Canvas นี้ใช้สำหรับจดบันทึกข้อมูลที่น่าสนใจ โอกาสที่มองเห็นจากการใช้เครื่องมือ Social Listening Tool ทำให้สามารถสรุปสิ่งที่สามารถใช้เป็นประโยชน์ได้

ลักษณะของเนื้อหา (Content) บนโลกออนไลน์



พฤติกรรมการรับสื่อที่ต่างกันของแต่ละวัย



"การทำ Content ที่ดีควรหยุดความสนใจของผู้รับสารให้ได้ภายใน 3 วินาทีแรกที่เขาเห็นสื่อนั้นๆ"

เทคนิคการสร้างสื่อที่น่าสนใจตามหลักจิตวิทยา

1. **ความไม่คุ้นชิน** ได้แก่ ภาพหรือข้อความที่พบเห็นได้ไม่บ่อยในชีวิตประจำวัน ย่อมเรียกร้องความสนใจได้ดีกว่าสิ่งที่เห็นบ่อยๆ หลักง่ายๆ ในการทำคอนเทนท์ให้โดดเด่นก็คือการใช้สี ภาพเคลื่อนไหว หรือมุมที่ไม่เคยนำเสนอมาก่อน
2. **โดนสะกิดให้คิด** ธรรมชาติมนุษย์หากมีคน "สนทนาด้วย" แม้ว่าจะไม่รู้จักกันมาก่อนก็ตาม แต่ก็จะรู้สึกว่าต้องตอบ ลองสร้างคอนเทนท์โดยใช้คำถามตั้งประเด็นสนทนา หรือ สถานการณ์ที่ชวนให้คิดหรือตัดสินใจ คอนเทนท์นั้นจะได้รับความสนใจเพิ่มขึ้น
3. **ความเป็นพวกเดียวกัน** มนุษยเป็นสัตว์สังคม เพราะการอยู่เป็นสังคมช่วยให้อยู่รอด การทำคอนเทนท์ในลักษณะ Social Proof หรือ Testimonial จะสร้างความรู้สึกปลอดภัย เป็นกันเอง มีความเป็นพวกพ้องเพราะมีคนชอบอะไรเหมือนๆ กัน

วิธีสร้าง Content บน Social Media อย่างได้ผล

1 | เลือกดึงอารมณ์ทางบวก

- เล่าเรื่องหรือใช้ภาพ ที่เห็นแล้วเหนือความคาดหมาย
- เน้นย้ำอารมณ์ให้ไปถึงขีดสุด ทำได้โดยการกล่าวซ้ำๆ หรือแสดงให้เห็นซ้ำๆ
- ไม่จำเป็นต้องเป็น VDO เสมอไป แต่จะเป็นสื่ออะไรก็ได้

2 | เล่าเรื่องด้วยตัวเลข

- ส่วนใหญ่เหมาะกับการทำเป็น Infographic
- หากเป็น VDO ก็จะต้องขึ้นภาพเชิงตัวเลข ประกอบเข้าไปใน VDO ด้วย

3 | ตั้งหัวข้อในลักษณะรายการ (List)

- ส่วนใหญ่จะเหมาะกับการทำ Content เชิงให้ความรู้
- สามารถใช้ได้กับ Media ในทุกรูปแบบไม่จำกัดที่ต้องเป็นบทความเสมอไป

4 | การเล่าเรื่องเชิงเปรียบเทียบ

- นิยมเปรียบเทียบครั้งละ 2-3 ตัวเลือก หากมากกว่านั้นข้อมูลจะซับซ้อนเกินไป
- สามารถใช้ได้กับ Media ในทุกรูปแบบไม่จำกัดที่ต้องเป็นบทความเสมอไป
- มักใช้ตอบคำถามในใจผู้บริโภค หรือสิ่งที่สังคมกำลังอยากรู้ได้ดี เช่น เปรียบเทียบบัตรเครดิตแต่ละเจ้า

5 | การเล่าเรื่องด้วยข้อมูลวงใน

- ไม่จำเปนต้องเป็นข่าวซุบซิบดารา คนดัง เสมอไป แต่จะเป็นข้อมูลอะไรก็ได้ที่เหมาะกับกลุ่มเป้าหมายของเรา
- สามารถใช้ได้กับ Media ในทุกรูปแบบไม่จำกัดที่ต้องเป็นบทความเสมอไป

6 | การเปลี่ยน Call-to-Action

- Call-to-Action อาจจะอยู่ในรูปของปุ่มต่างๆ บนเว็บไซต์ไปจนถึงข้อความสุดท้ายหลังอ่านโพสต์จบก็ได้ เรียกได้ว่า CTA สามารถไปอยู่ใน Content ทุกรูปแบบ
- แค่เปลี่ยนข้อความ CTA ก็เพิ่มอัตราการมีปฏิสัมพันธ์ได้อย่างไม่น่าเชื่อ โดยมีหลักง่ายๆ คือ ใช้ข้อความที่ดูไม่ผูกมัดจนเกินไป และมีรางวัลบางอย่างรออยู่เมื่อ take action นั้นๆ เช่น แทนที่จะเป็นคำว่า “Add Friends” ลองเปลี่ยนเป็นคำวา “กดรับส่วนลดใน LINE 15%” เป็นต้น

7 | การแจกของฟรี

- ไม่จำเป็นต้องเป็นการแจกสิ่งของฟรีแจกทอง หรือแจกรางวัลเสมอไป แต่จะเป็นอะไรก็ได้ที่มีลักษณะเป็นชิ้นเป็นอัน (ทั้งทางโลกดิจิทัล และโลกความเป็นจริง)
- สิ่งที่จะแจก ควรมีลักษณะ “คุ้มที่จะเสียเวลา”
- สามารถใช้ได้กับ Media ในทุกรูปแบบไม่จำกัดที่ต้องเป็นบทความเสมอไป

8 | กระตุ้นให้คนแสดงความคิดเห็น

- ควรออกแบบหัวข้อสนทนาใหเหมาะกับกลุ่มเป้าหมายของเรา
- อาจแตกออกเป็นกิจกรรมร่วมสนุก เกมส์ตอบคำถาม
- สามารถใช้ได้กับ Media ในทุกรูปแบบไม่จำกัดที่ต้องเป็นบทความเสมอไป แต่อาจจะเป็นรูปภาพ วิดีโอ หรือโพลสำรวจก็ได้

9 | เล่นกับกระแสสังคมอย่างสร้างสรรค์

- ควรออกแบบหัวข้อเรื่องให้เหมาะกับกลุ่มเป้าหมายของเรา
- ควรเล่าในมุมมองที่สร้างสรรค์ไม่ทำให้ผู้อื่นเดือดร้อน
- สามารถใช้ได้กับ Media ทุกรูปแบบ

10 | เพิ่มความน่าเชื่อถือจากผู้เชี่ยวชาญ

- ควรออกแบบหัวข้อเรื่องให้เหมาะกับกลุ่มเป้าหมายของเรา
- เล่าเรื่องให้กระชับ หยิบประโยคทอง หรือคำคมเด็ดๆ ออกมา
- สามารถใช้ได้กับ Media ทุกรูปแบบ

(คลิกเพื่อดาวน์โหลด Buyer Persona)

เคล็ดลับ

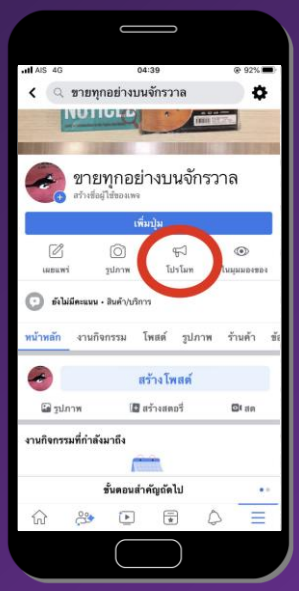
- หากมีสินค้าหลายชิ้น และมีกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน ก็จะมี Buyer persona ที่แตกต่างกัน สามารถใช้ Canvas นี้ออกแบบกลุ่มลูกค้าของสินค้าแต่ละชิ้นได้
- การเลือกสร้างโฆษณาบนโลกออนไลน์ (Ads) ให้เลือก Buyer persona เดียวที่คาดว่าสามารถให้ผลลัพธ์ทางธุรกิจมากที่สุด

โฆษณาบน Facebook บนมือถือ (เหมาะสำหรับมือใหม่)

โฆษณาที่ดีควรมีสีสันสดใส มีตัวอักษรที่ใหญ่ อ่านได้ชัดเจน

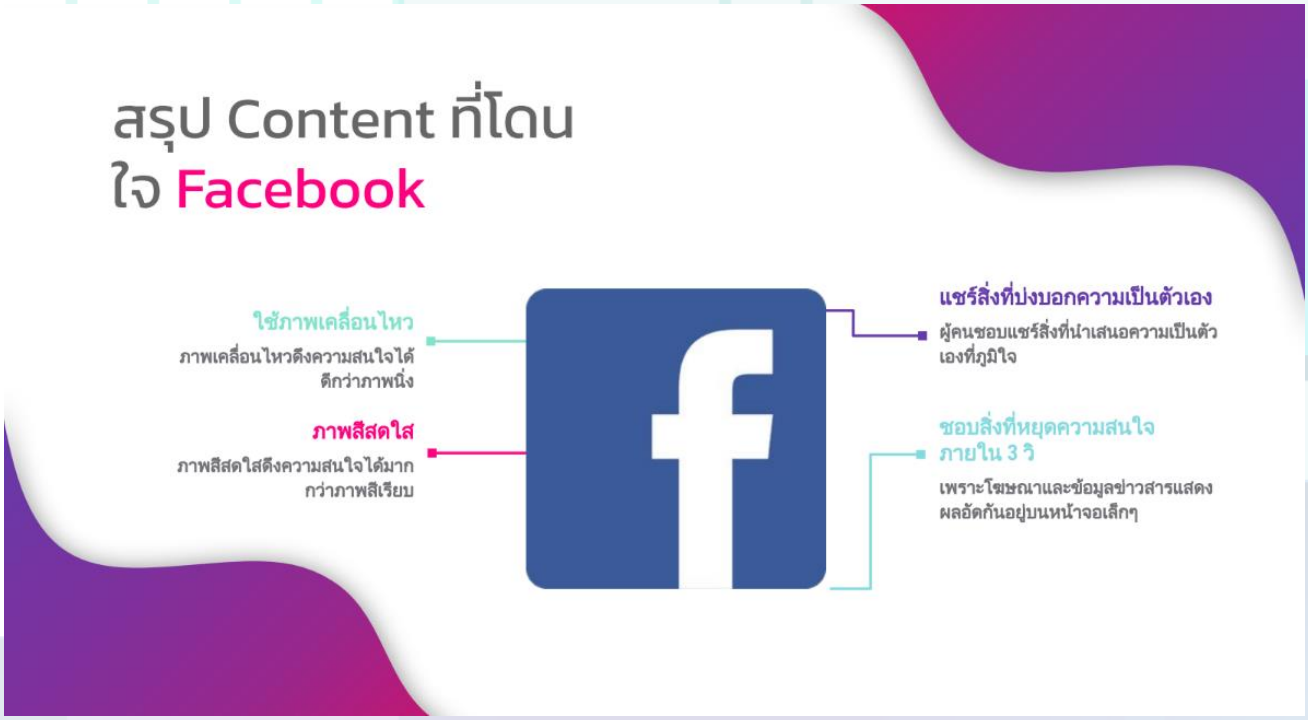
วิธีการสร้างโฆษณา

1. คลิก โปรโมท
2. เลือกโพสต์ที่ต้องการโปรโมท
3. เลือกเป้าหมายของการโปรโมท
4. เพิ่มการมีส่วนร่วม (เหมาะสำหรับสถานที่ท่องเที่ยว)
5. เพิ่มจำนวนข้อความ (เหมาะสำหรับการขายสินค้า)
6. เลือกกลุ่มเป้าหมาย โดยเลือกตำแหน่งที่ตั้ง และกำหนด
7. ช่วงอายุ และเพศ ของว่าที่ลูกค้า
8. การใช้งบสำหรับโฆษณาควรอยู่ที่ 100 - 200 บาทต่อวัน
9. ตั้งเวลา 3 - 5 วัน
10. เพิ่มวิธีชำระเงิน
11. คลิก โปรโมทโพสต์ตอนนี้



การดูผลลัพธ์ และการเปิด - ปิด โฆษณา

1. คลิก โปรโมท
2. เลือกหัวข้อ จัดการ
3. สามารถดูสรุปการโฆษณาและเปิด-ปิดโฆษณาได้ที่เมนูนี้



โฆษณาบน LINE Official Account (LINE OA)

LINE และ LINE OA ต่างกันอย่างไร?

LINE

1. มีจุดประสงค์ไว้สำหรับสื่อสารระหว่างบุคคลที่สื่อสารใกล้ชิด
2. รองรับเพื่อนได้สูงสุด 5,000 คน
3. ผูกบัญชีกับเบอร์โทรศัพท์มือถือ 1 เบอร์ ได้ 1 บัญชี และมีผู้ดูแล 1 คน
4. โต้ตอบกับคนในแชทได้แบบ 1 ต่อ 1

การใช้ LINE OA เหมาะสำหรับการทำตลาดกับลูกค้าที่รู้จักแบรนด์ หรือสินค้าอยู่ก่อนแล้ว เพื่อรักษาความสัมพันธ์กับคนที่สนใจ หรือมาติดต่อสินค้า ทั้งนี้การทำการตลาดผ่านไลน์นั้นถูกกว่าการใช้ Facebook Ads

LINE OA

1. มีจุดประสงค์ไว้คือสำหรับธุรกิจ องค์กร หรือร้านค้า ใช้สื่อสารกับบุคคลทั่วไปและลูกค้า
2. ไม่สามารถเพิ่มเพื่อนก่อนได้ แต่รองรับการเพิ่มเพื่อนเข้ามาได้ไม่จำกัด
3. ผู้ใช้ LINE OA ต้องมีแอป LINE ส่วนตัวก่อน แล้วต้องดาวนโหลดแอปเพิ่มชื่อว่า 'LINE Official Account' และในแอป LINE OA สามารถสร้างบัญชีใหม่ได้มากถึง 100 บัญชี
4. บัญชี LINE OA 1 บัญชีสามารถเพิ่มแอดมินเขามาช่วยกันดูแลได้มากถึง 100 คน
5. สื่อสารโต้ตอบกับคนในแชทด้วยการส่งข้อความแบบกระจายสู่เพื่อนทุกคน (การ Broadcast) และการแชทแบบ 1 ต่อ 1 ด้วยสื่อที่หลากหลาย เช่น รูปภาพขนาดใหญ่ ข้อความ คูปอง แบบสำรวจ ฯลฯ

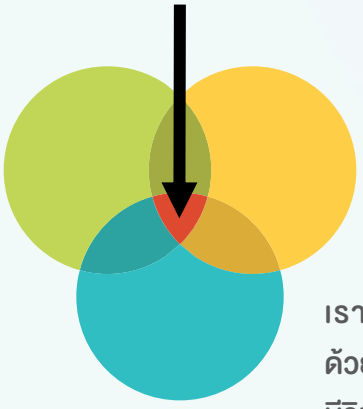
LINE OA บนมือถือ

จะมีเฉพาะเมนูสำหรับการสื่อสารแบบรวดเร็ว เช่น การ Broadcast และการตั้งขอความอัตโนมัติแบบง่าย และการตั้งค่าร้านค้าเบื้องต้น ซึ่งเมนูในแอป LINE OA บนมือถือมีดังนี้

1. Broadcast ส่งข้อความสู่ผู้ติดตามพร้อมกันทุกคน หรือ ตามกลุ่มที่แบ่งไว้
2. Greeting Message ตั้งค่าข้อความต้อนรับเมื่อมีผู้ Add Friend เข้ามา
3. Auto-response messages ตั้งค่าข้อความตอบกลับอัตโนมัติเมื่อไม่ได้เปิดโหมดแชท 1 ต่อ 1 เอาไว้
4. AI-response messages คล้ายกับ Auto-response แต่มีความละเอียดในการตั้งค่า และใช้รูปประโยคที่มีความยืดหยุ่นมากกว่า
5. Coupons สร้างคูปองโปรโมชั่นสำหรับใช้ในโอกาสต่างๆ
6. Reward cards สร้างบัตรสะสมแต้มสำหรับส่งเสริมการขายให้ลูกค้ากลับมาซื้อซ้ำ
7. Gain friends รวมเครื่องมือโปรโมทบัญชี LINE OA เช่น ปุ่มเพิ่มเพื่อน
8. QR Code การส่งคำเชิญให้มาเปนเพื่อน URL เพิ่มเพื่อน ฯลฯ
9. Profile ข้อมูลพื้นฐานของร้านคา เช่น สินค้า บริการ เวลาทำการ ฯลฯ
10. Rich menu เมนูด้านล่างของหน้าต่างแชท ที่แบรนด์ธุรกิจสามารถดีไซน์ได้เอง หรือใช้ของระบบไลน์ที่มีมาให้

3 ห่วงแห่งความสำเร็จ

สินค้าที่ขายมีจุดเด่น หรือ
มีคุณภาพดีจริงๆ



เราเข้าใจปัญหาชีวิตของลูกค้า
จนสามารถเล่าเรื่องด้วยภาพ
และข้อความได้เหมือนอ่านใจออก

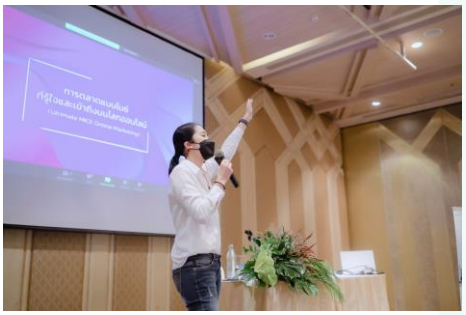
เรามีจุดเด่น หรือสร้างจุดเด่น
ด้วยเนื้อหาจนคนจดจำเราได้ และ
มีวินัย โพสต์อย่างสม่ำเสมอ

โดยสรุป เราต้องให้ความสำคัญกับความรู้เรื่อง เครื่องมือออนไลน์ผสานกับการทำ Content Marketing

สรุป

สิ่งที่สำคัญที่สุดของการทำการตลาดบนเครื่องมือออนไลน์ คือ การเพิ่มเพื่อน (Add friend) และไม่ถูกบล็อก (Block) โดยเครื่องมือเหล่านี้จะช่วยทำ Marketing ให้กับสินค้าและบริการได้โดย

1. สร้างความสนใจ (Awareness) แบรนด์ธุรกิจ โดยสามารถใช้ Premium ID, URL, Add friend ไว้ตามสื่อและแคมเปญทางการตลาดต่างๆ เพื่อให้คนมา Follow มากขึ้น
2. ช่วยให้ลูกค้าพิจารณาสินค้าและบริการ (Consideration) หากลูกค้าได้รับข้อมูลเพียงพอ หรือมีโปรโมชั่นที่น่าสนใจ รวมถึงทางร้านมีการตอบคำถามอย่างรวดเร็ว
3. ช่วยให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อ (Purchase) หากลูกค้าได้รับความสะดวกสบายผ่านหน้าเว็บ หรือมีการใช้ข้อมูลที่เข้าใจง่าย รองรับการชำระเงินที่มีมาตรฐาน ให้ความรู้สึกปลอดภัย



BECOME OUR FAMILY

WEBSITE

@tcebintelligence

mice_intelligence_centerth

LINE @651pbidp