

INTERNAL


ตอบโจทย์ธุรกิจด้วย การตลาดออนไลน์ 2020

ภัทรา แสงพุ่มพงษ์



ภัทรา แสงพุ่มพษ์

วิศวกรรม เคมี, The Pennsylvania State University, USA

 patrasangpoompong@gmail.com

ปัจจุบัน : Assistant Online Manager (ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายออนไลน์)

2017: Key Account Manager , LAZADA

2016: Internet Marketing Analyst, aCommerce



INTERNAL

Agenda

- 01 ทำไมธุรกิจSMEถึงควรทำการตลาดออนไลน์
- 02 ตลาดออนไลน์ของประกันรถยนต์ ประกันภัย ประกันชีวิต
- 03 วิธีการวางแผนโฆษณาออนไลน์
- 04 เครื่องมือในการทำการตลาดออนไลน์ (Facebook, Google Ads, LINE)

การตลาดออนไลน์ (Online Marketing) คืออะไร?

การทำการตลาดผ่านช่องทางออนไลน์ต่างๆ เพื่อให้แบรนด์หรือสินค้าเป็นที่รู้จักมากขึ้น

Search Engine Marketing

การทำให้สินค้าของเราติดอันดับต้นๆ บนการค้นหาบน Google

Social Marketing

การทำการตลาดผ่าน Social Network ต่างๆ เช่น Facebook, Instagram

Email Marketing

การส่งอีเมลไปหากลุ่มเป้าหมาย สามารถเข้าถึงลูกค้าได้เร็ว

LINE Marketing

การทำการตลาดผ่าน LINE Official Account โดยการกระจายข้อความไปหาฐานลูกค้า



INTERNAL

ทำไมธุรกิจSMEถึง
ควรทำการตลาด
ออนไลน์?

จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย

69
ล้านคน
ประชากร
ทั้งหมดใน
ไทย

57
ล้านคน
จำนวนผู้ใช้
อินเทอร์เน็ต
(83%)

57
ล้านคน
จำนวนผู้
เล่นโซเชียล
ผ่านมือถือ
(83%)



พฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ต



INTERNAL

Social Network และ Messenger 3 อันดับยอดนิยมในไทย

จากจำนวนผู้อินเทอร์เน็ตทั้งหมด

93%



91%



84%



จำนวนผู้ใช้ Social Platform ในประเทศไทย

53

ล้านคน



13

ล้านคน



2.1

ล้านคน
เข้าชม/วัน



44

ล้านคน



INTERNAL

ตลาดออนไลน์ของ
ประกันรถยนต์
ประกันภัย
ประกันชีวิต

ใน 1 เดือน มีจำนวนการ
ค้นหาบน Google เกี่ยวกับ
ประกันต่างๆ ถึง

797,000

ครั้ง

280K

ครั้ง/
เดือน

“ประกันรถยนต์”

167K

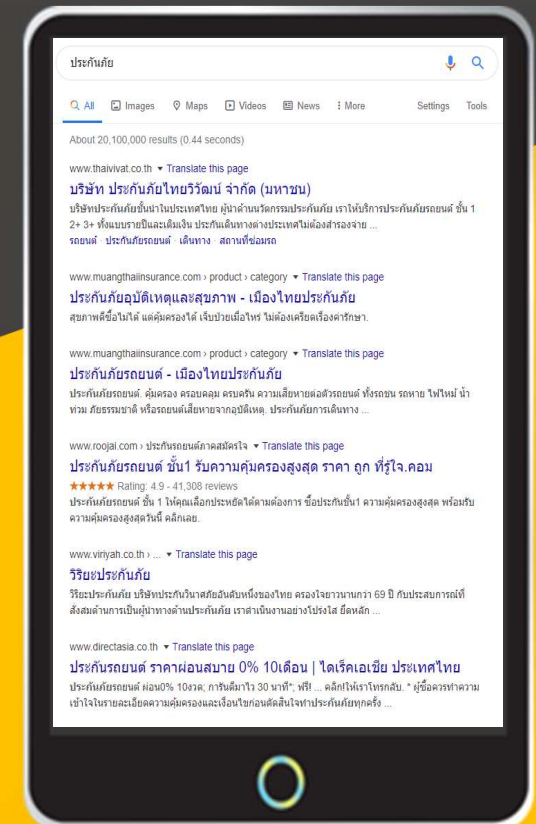
ครั้ง/
เดือน

“ประกันภัย”

350K

ครั้ง/
เดือน

“ประกันชีวิต”



เราสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ใช้
Facebook ได้ถึง

24.4 ล้าน
User

8.2
ล้านคน

กลุ่มคนที่มีความสนใจ
ด้าน : ประกันรถยนต์

8.5
ล้านคน

กลุ่มคนที่มีความสนใจ
ด้าน : ประกันภัย

7.7
ล้านคน

กลุ่มคนที่มีความสนใจ
ด้าน : ประกันชีวิต



INTERNAL

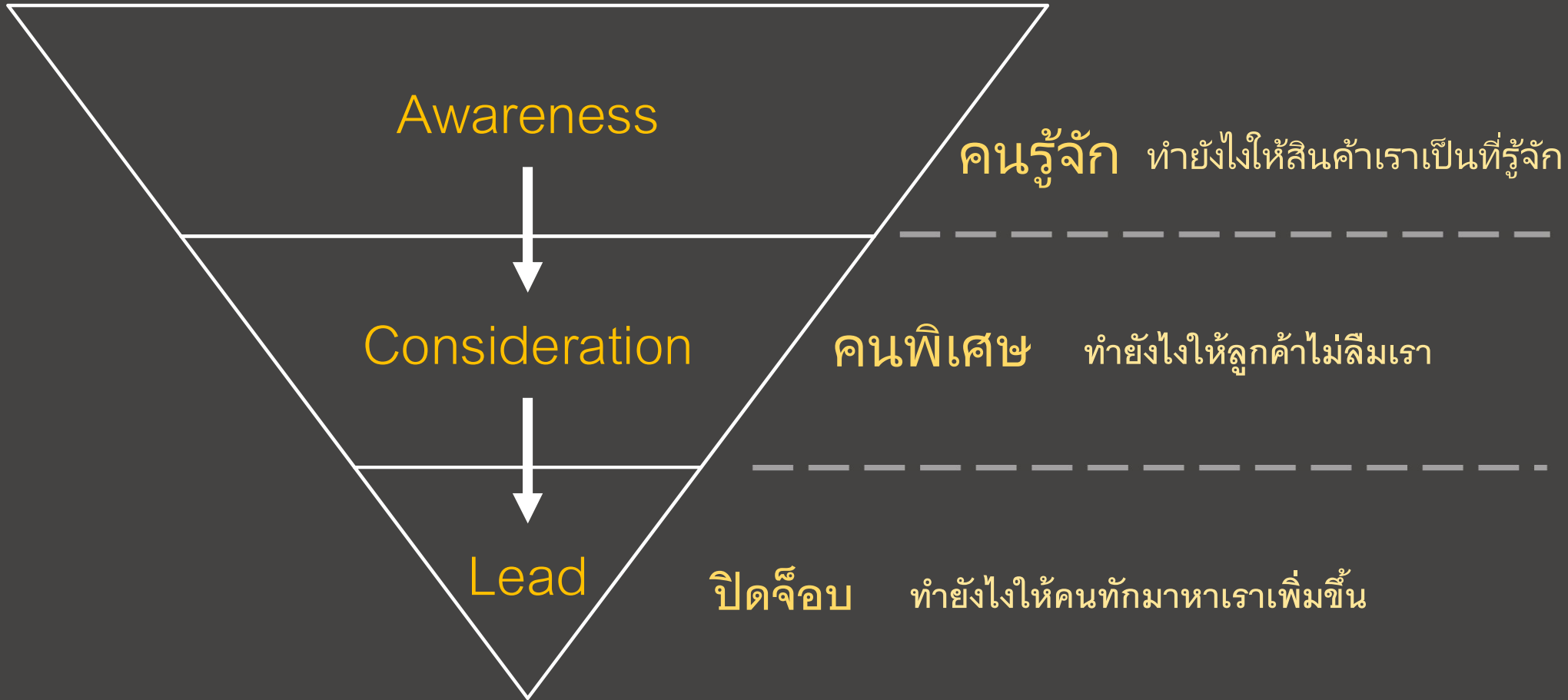


วิธีการวางแผน
โฆษณาออนไลน์

INTERNAL

Digital Marketing Funnel (วัตถุประสงค์)

อธิบายขั้นตอนต่างๆ ก่อนที่ผู้สมัครจะตัดสินใจสมัคร



Digital Marketing Funnel

Awareness”คนแปลกหน้า”: การทำให้คนมองเห็น หรือเป็นที่รู้จัก



สิ่งที่ควรทำ

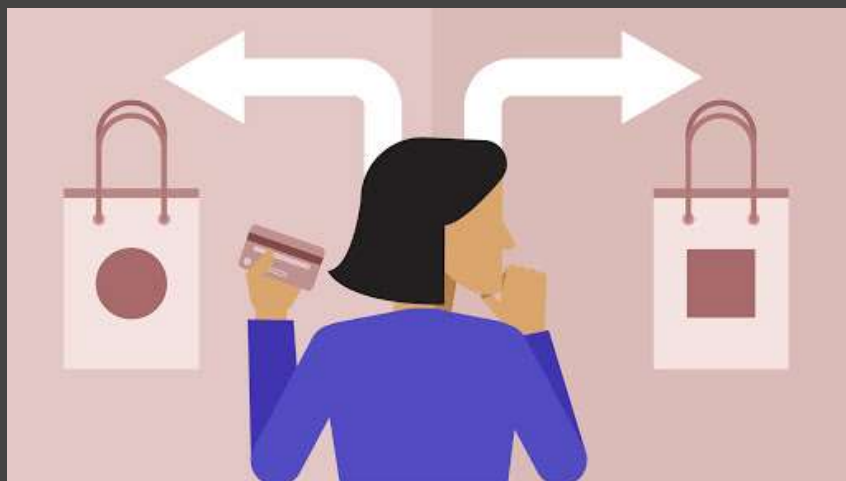
- หากกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน หรือใหม่ๆ
- ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า
- หา **Pain Points** ของลูกค้าให้ได้และพยายามพูดถึง **Pain Points** นั้นๆ

สิ่งที่ไม่ควรทำ

- พูดถึงโปรโมชั่น
- ยัดเยียดให้ลูกค้ารีบตัดสินใจ

Digital Marketing Funnel

Consideration”กำลังดูใจ”: ทำให้แบรนด์เป็นที่รู้จักในกลุ่มเป้าหมาย



สิ่งที่ควรทำ

- ลูกค้าควรรับรู้ถึง คุณค่า หรือ ประโยชน์ ของสินค้า
- เสนอข้อดี หรือ ประโยชน์ ที่จะมาแก้ไขปัญหา หรือ Pain Points ของลูกค้า

สิ่งที่ไม่ควรทำ

- ให้ข้อมูลเกินจริง
- พูดถึงโปรโมชั่น

Digital Marketing Funnel

Lead/Sale "ปิดจ๊อบ": ทำให้เกิดการซื้อขาย หรือ บรรลุเป้าหมาย



สิ่งที่ควรทำ

- ทำให้ลูกค้าเข้าใจถึงความต้องการตัวเอง
- พูดถึงโปรมัน
- อธิบายว่าทำไมเราถึงดีกว่าคนอื่น

สิ่งที่ไม่ควรทำ

- พูดอ้อมค้อม
- โปรโมชันไม่ชัดเจน

วิธีการลงโฆษณาบน Facebook



ข้อดีของการลงโฆษณาบน Facebook

1.

กำหนดกลุ่มเป้าหมาย
ได้ง่าย และมี
กลุ่มเป้าหมายให้เลือก
มากมายเพราะมีผู้ใช้
เยอะ

2.

ไม่แพง สามารถเริ่มต้น
เงินหลักร้อยก็ลง
โฆษณาได้

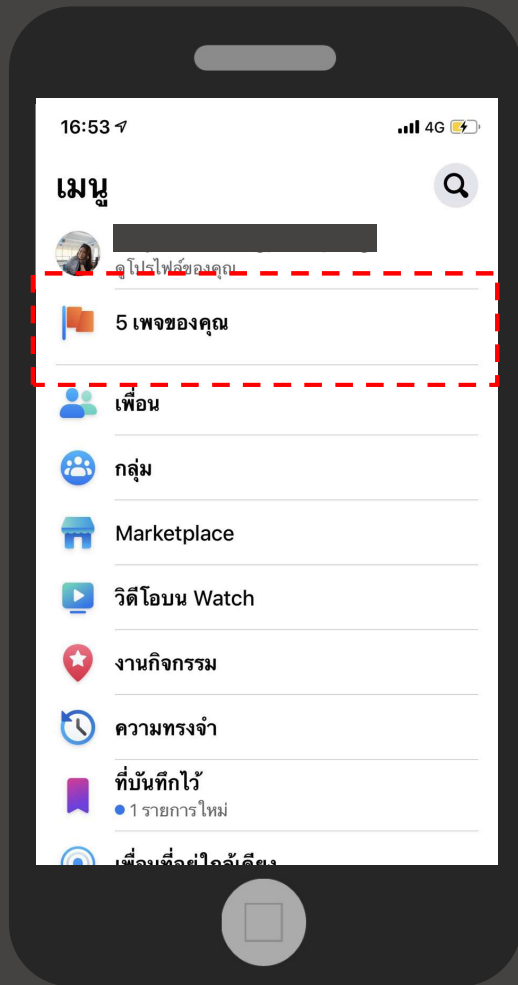
3.

สื่อสารง่ายเพราะ
สามารถใช้ทั้งรูปภาพ
และข้อความ

4.

เหมาะกับการแนะนำ
สินค้า หรือหาลูกค้า
ใหม่ๆ

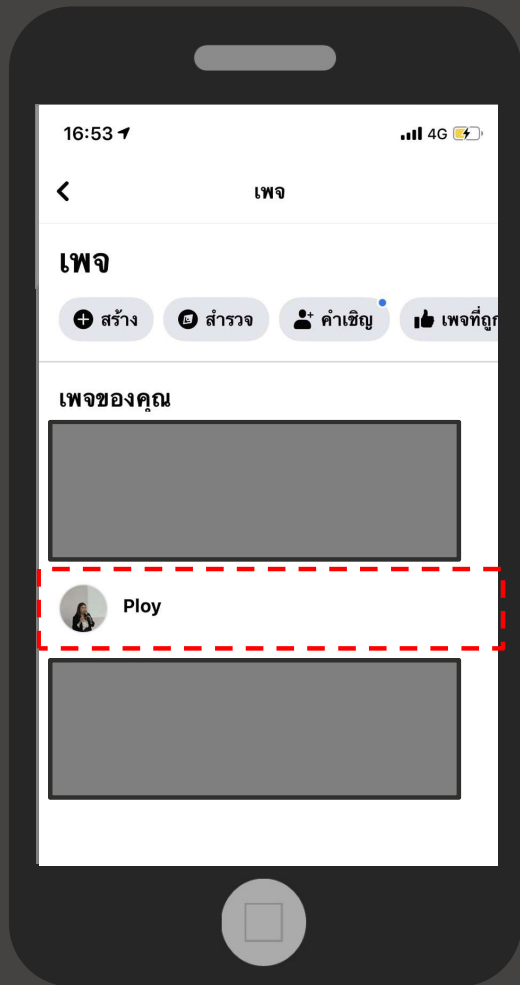
วิธีการลงโฆษณาบน Facebook



“กดที่ เพจของคุณ”

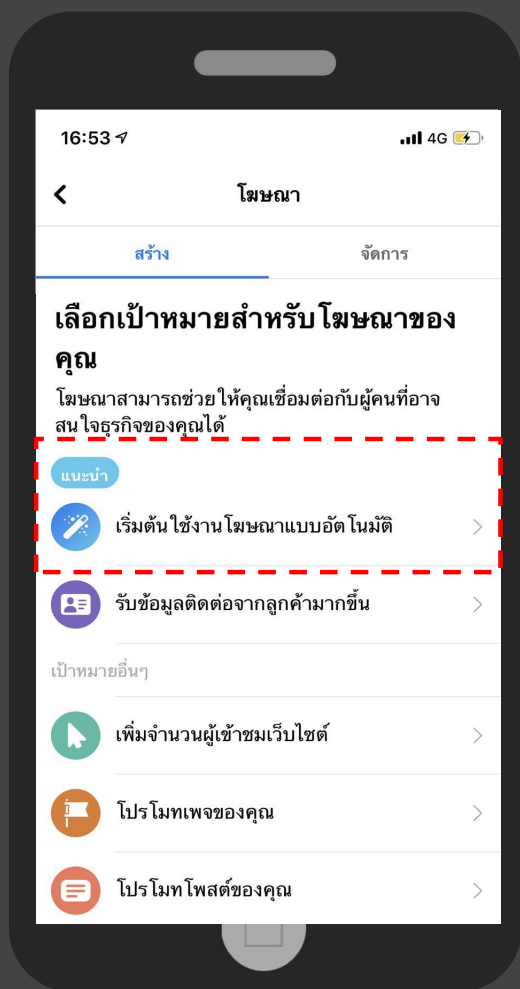
INTERNAL

วิธีการลงโฆษณาบน Facebook



“เลือก เพจ ที่คุณต้องการโปรโมท”

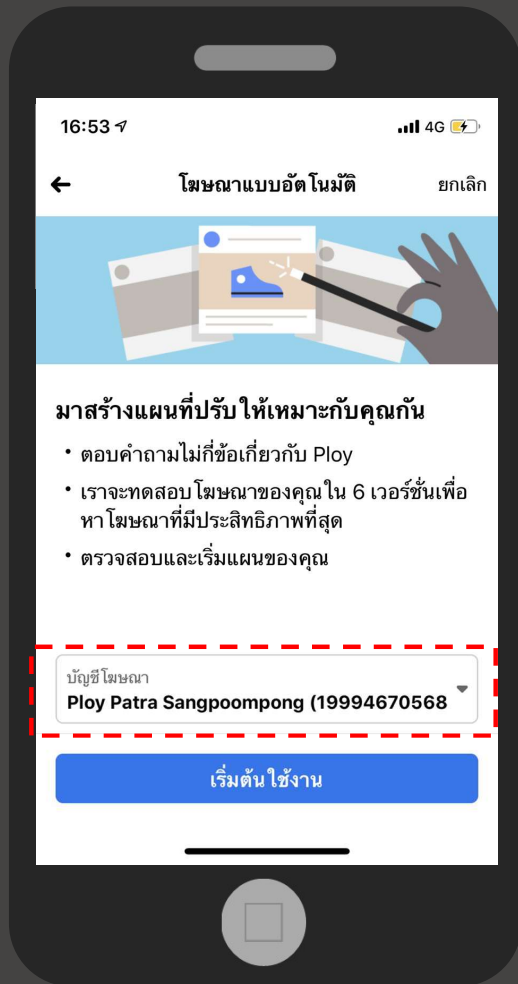
วิธีการลงโฆษณาบน Facebook



เลือกเป้าหมายของการโฆษณา

- เริ่มต้นทำโฆษณา โดยให้ ระบบ **Facebook** เลือกกลุ่มเป้าหมายให้ หรือกำหนดกลุ่มเป้าหมายเอง
- เมื่อเป้าหมายการโฆษณาของคุณคือการเก็บข้อมูลลูกค้า เช่น ชื่อ อีเมล เบอร์โทรศัพท์
- เพิ่มจำนวนคนเข้าเว็บไซต์
- เพิ่มจำนวนเพจไลค์ ให้เพจของคุณเป็นที่รู้จัก
- ให้คนเห็นโพสต์ของคุณได้มากขึ้น ในกลุ่มเป้าหมายของคุณ

วิธีการลงโฆษณาบน Facebook

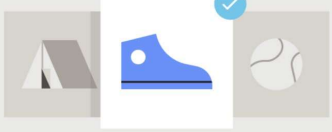


“เลือกบัญชีที่คุณต้องการทำโฆษณา และเริ่มตอบคำถามเกี่ยวกับเพจของคุณ”

วิธีการลงโฆษณาบน Facebook

16:54 4G

← โฆษณาแบบอัตโนมัติ โนมติ ยกเลิก



คุณจะจัดหมวดหมู่ธุรกิจของคุณอย่างไร

หมวดหมู่

การเง

การเงิน

บริการในท้องถิ่น

การช้อปปิ้งและค้าปลีก

กีฬาและสันทนาการ

อสังหาริมทรัพย์

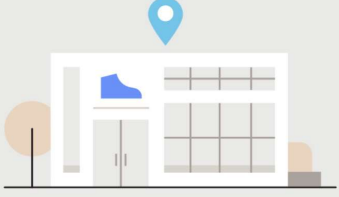
จำกัด: 3

ถัดไป

“เลือกธุรกิจให้สอดคล้อง
กับเพจของคุณ มากสุด 3
ธุรกิจ ควรเลือกธุรกิจที่
คล้ายกันจะได้
กลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน”

16:54 4G

← โฆษณาแบบอัตโนมัติ โนมติ ยกเลิก



**คุณต้องการให้ผู้คนไปเยี่ยมชมที่
ตำแหน่งที่ตั้งของคุณหรือไม่**

ใช่

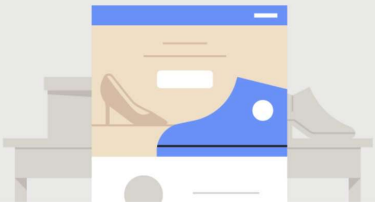
ไม่

ตัวเลือกนี้ไม่เกี่ยวข้องกับฉัน

ถัดไป

16:55 4G

← โฆษณาแบบอัตโนมัติ โนมติ ยกเลิก



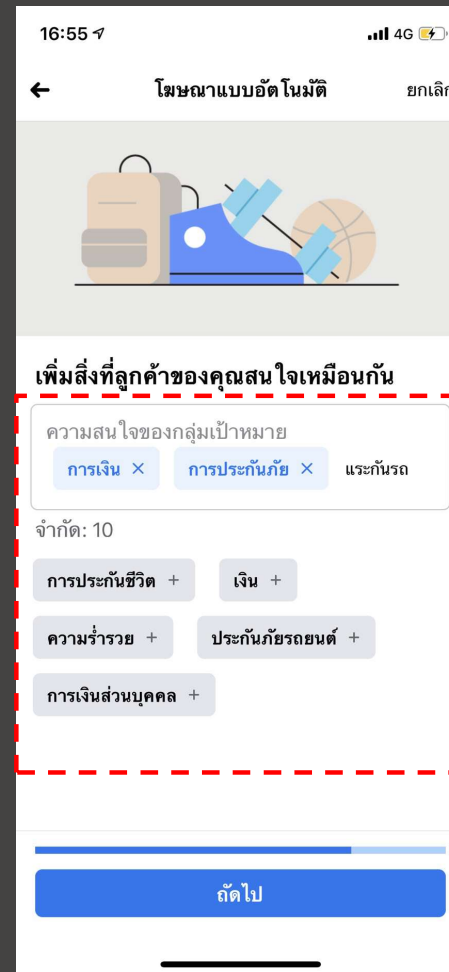
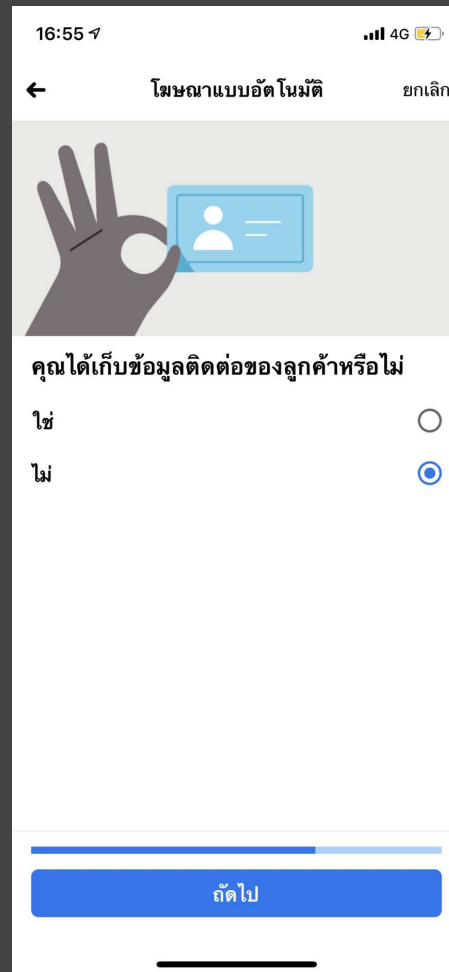
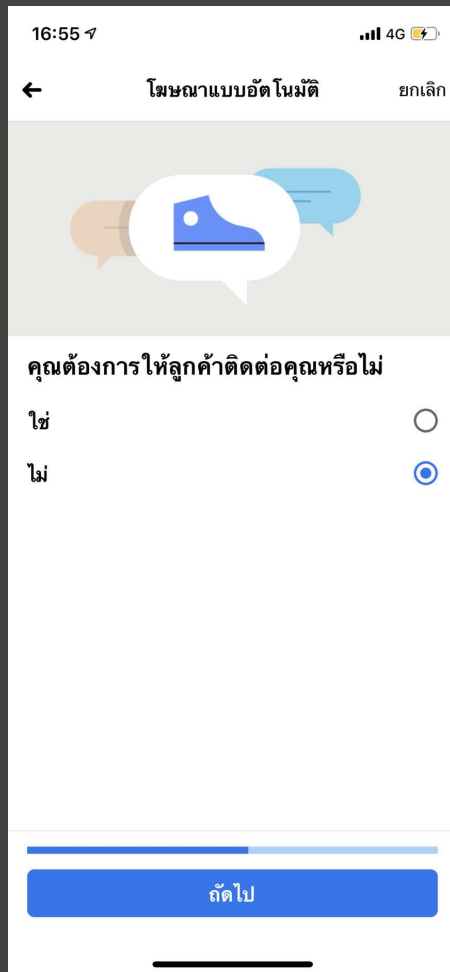
คุณมีเว็บไซต์หรือไม่

ใช่

ไม่

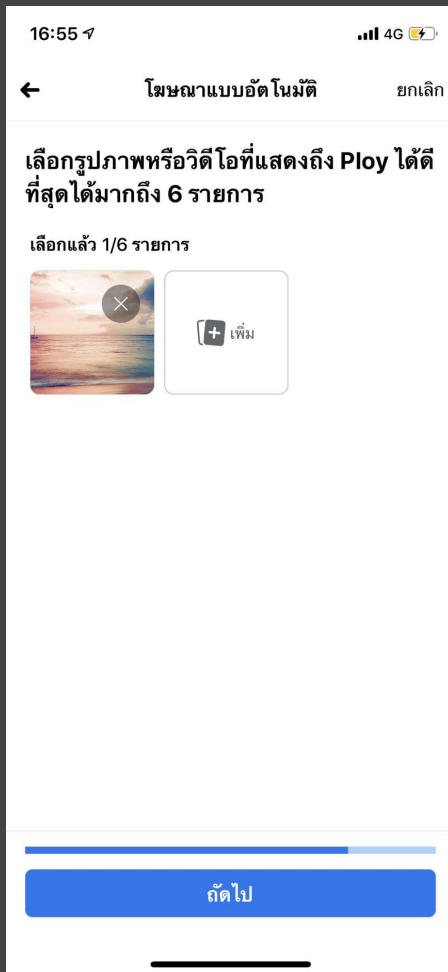
ถัดไป

วิธีการลงโฆษณาบน Facebook

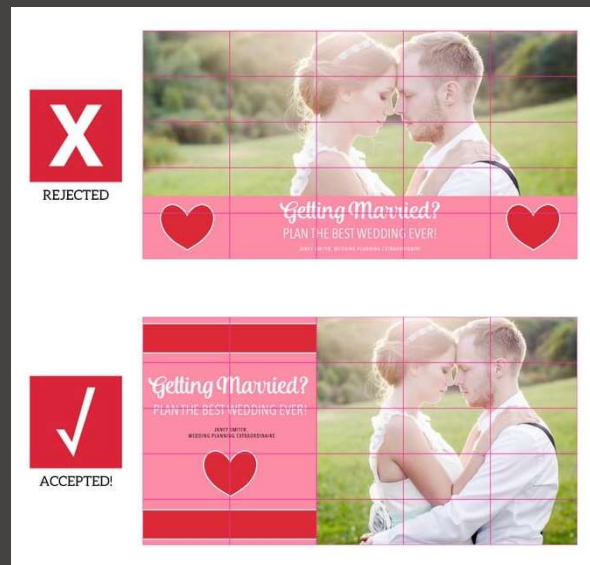


“ใส่ความสนใจของ
กลุ่มเป้าหมายคุณ
สามารถใส่ได้สูงสุด 10
ความสนใจ”

วิธีการลงโฆษณาบน Facebook



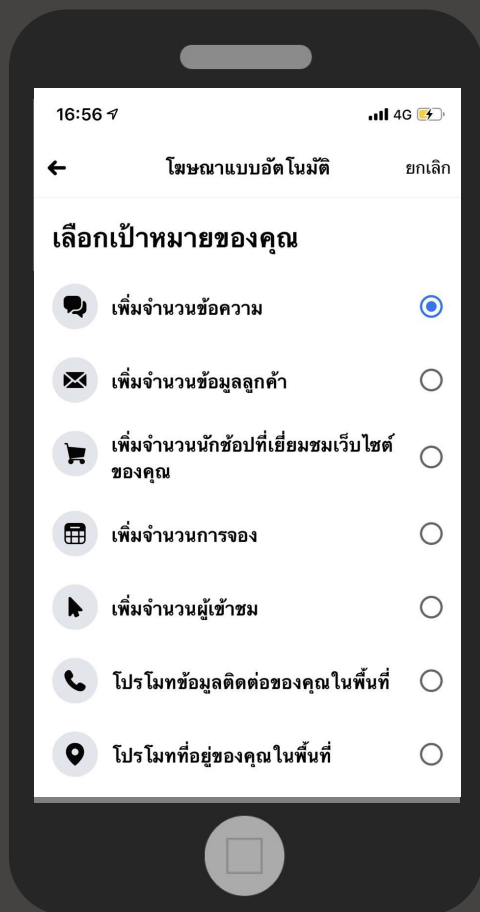
“เลือกรูปภาพที่อยากโฆษณา โดยที่โฆษณาจะต้องมีข้อความในรูปภาพไม่เกิน 20% ของพื้นที่ทั้งหมดของรูปภาพ”



เนื้อหา หรือ ข้อความที่ Facebook จะไม่อนุมัติให้ลงโฆษณา

1. ข้อความหรือรูปภาพที่เกี่ยวกับการสนับสนุนให้ใช้ ไซ้ ขาย ยาเสพติด ยาผิดกฎหมายต่าง ๆ
2. อาหารเสริมที่ไม่ปลอดภัย วิธีลดน้ำหนักที่ไม่ปลอดภัย เนื้อหาสร้างความเข้าใจผิดหรือเป็นเท็จ
3. ข้อความหรือรูปภาพชักชวนให้ใช้ หรือการขายอาวุธปืน กระสุนปืน ระเบิด
4. ข้อความแสดงถึงเรื่องอื้อฉาว ความรุนแรง
5. แสดงเอกสารปลอม เช่น วุฒิการศึกษา พาสปอร์ต
6. ลิงก์เป็น **Malware** หรือ **Spyware**
7. ภาพลามกอนาจาร
8. การโปรโมทการลดน้ำหนัก โฆษณาเกินจริง มีรูป **Before/After** กลุ่มเป้าหมายต้องอายุ 18 ขึ้นไป
9. การเชิญชวนในลักษณะธุรกิจเครือข่าย (MLM)

วิธีการลงโฆษณาบน Facebook



“เลือกเป้าหมายในการโฆษณาของคุณ”

เพิ่มจำนวนคนทัก **Inbox** เพื่อสอบถามข้อมูล

เมื่อเป้าหมายการโฆษณาของคุณคือการเก็บข้อมูลลูกค้า เช่น ชื่อ อีเมล เบอร์โทรศัพท์

เพิ่มจำนวนคนเข้าเว็บไซต์โดยจะเน้นให้คนไปซื้อของบนเว็บไซต์ของคุณ

เพิ่มจำนวนการจองบนเว็บไซต์ของคุณ

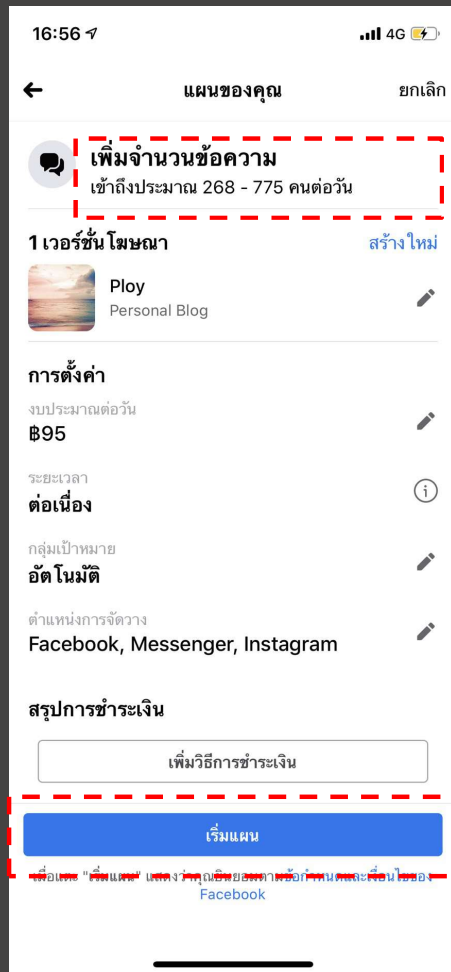
เพิ่มจำนวนคนเข้าเว็บไซต์ของคุณ (ไม่เน้นขายของ เน้นให้ข้อมูล)

ให้คนติดต่อมากขึ้น

เน้นให้กลุ่มเป้าหมายมาเยี่ยมชมร้านของคุณ

วิธีการลงโฆษณาบน Facebook

หน้าสรุปโฆษณา



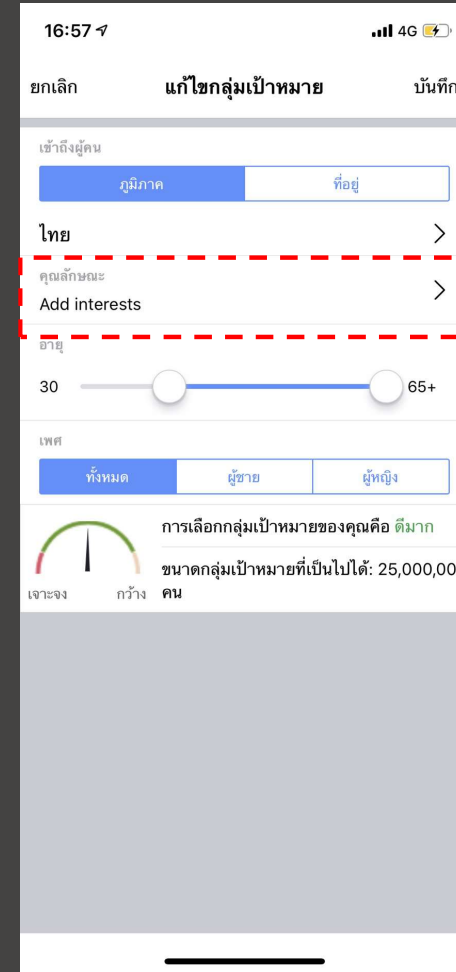
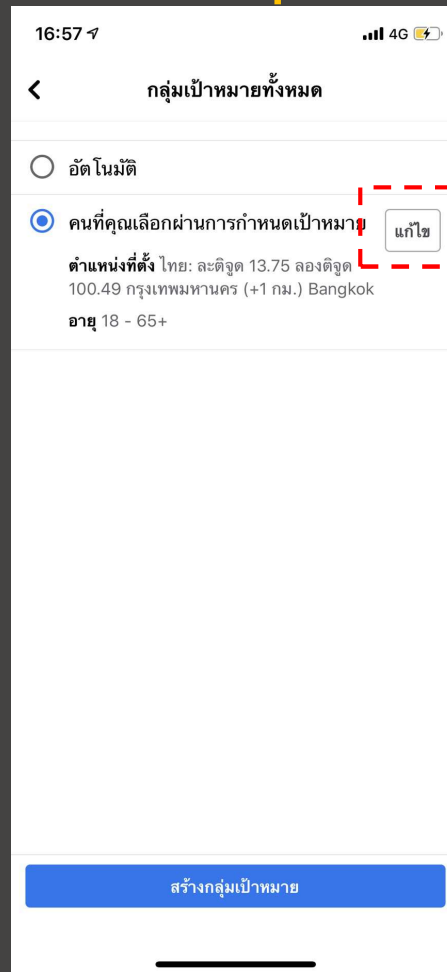
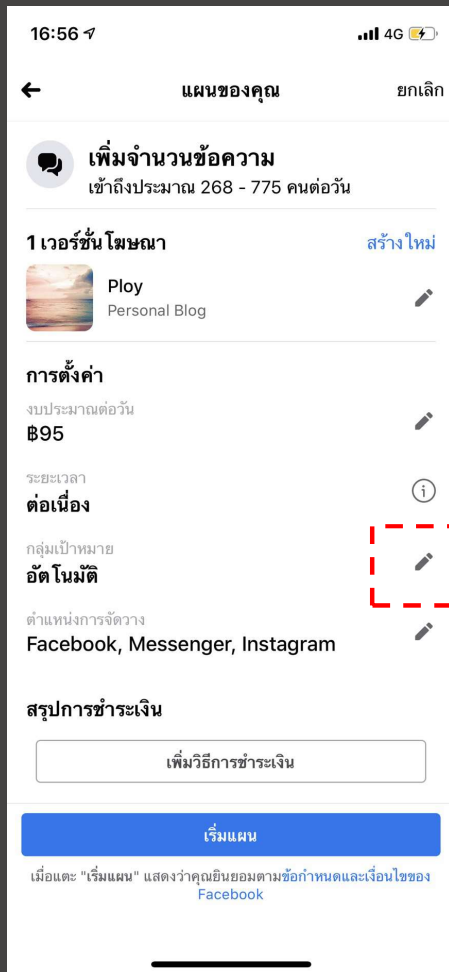
จำนวนคนที่เข้าถึง ขึ้นอยู่กับจำนวนเงินต่อวัน

จำนวนเงินที่ใช้ต่อวัน

เลือกให้ **Facebook** หากกลุ่มเป้าหมายให้เองโดยอัตโนมัติ หรือ สามารถกำหนดได้เอง

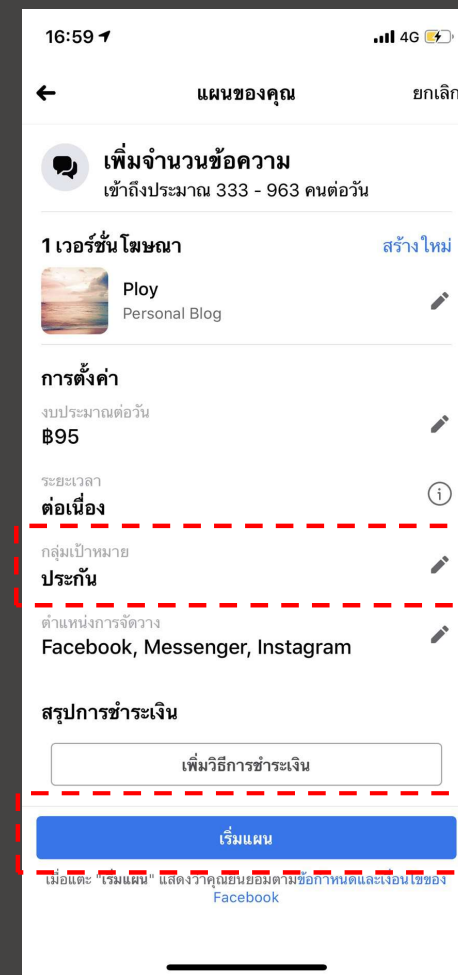
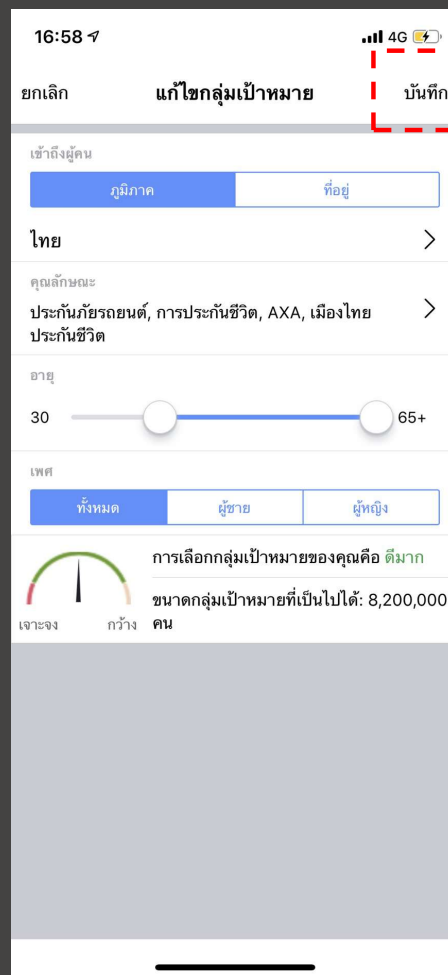
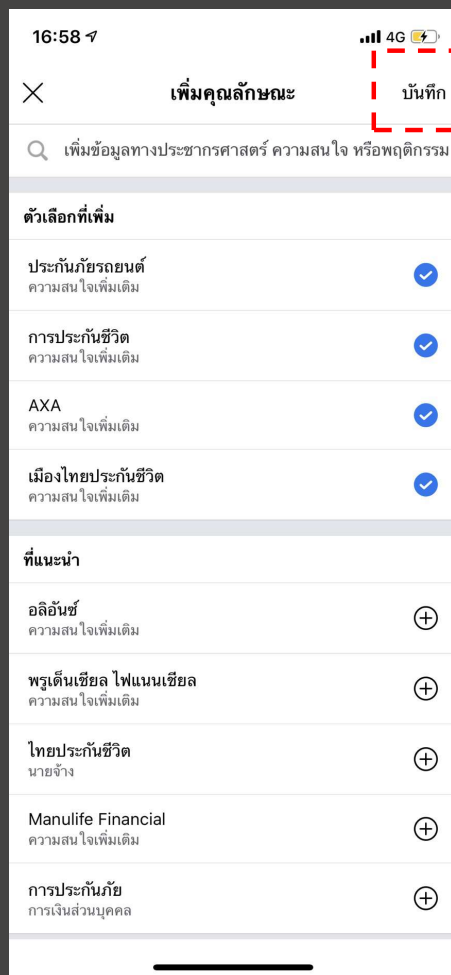
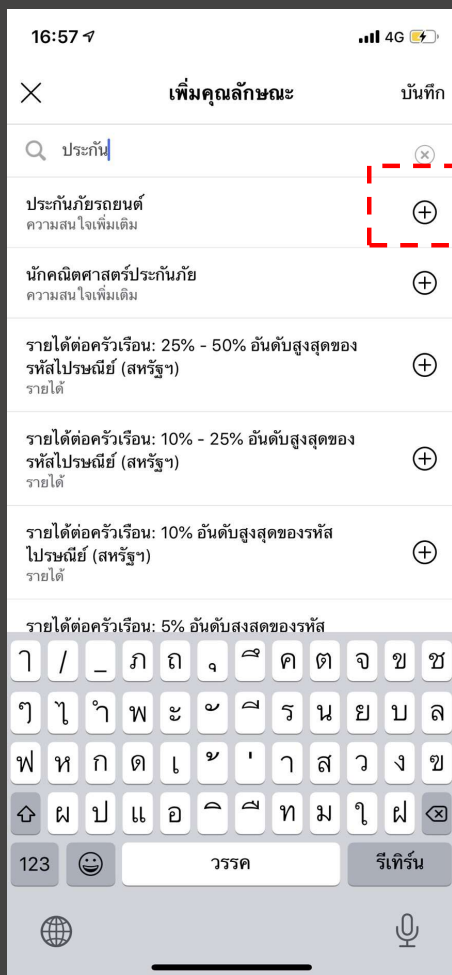
โฆษณาของเราจะไปโชว์ที่ไหนบ้าง

กำหนดกลุ่มเป้าหมายเอง

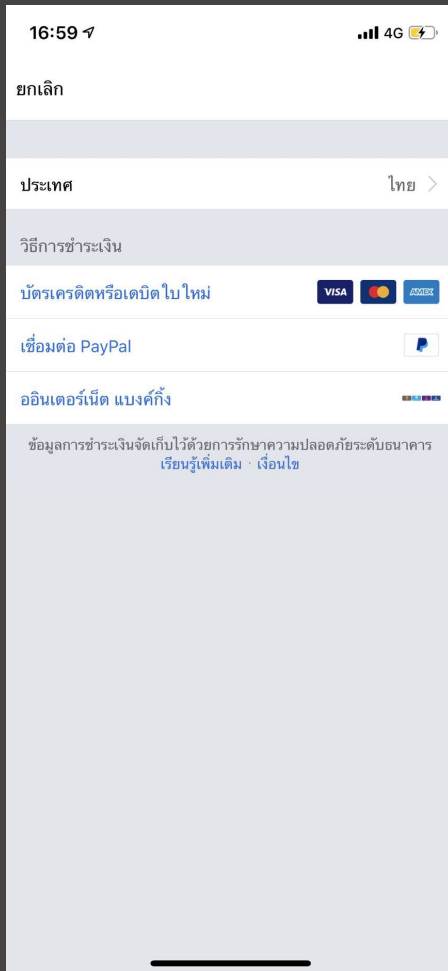


“เลือกความสนใจของ
กลุ่มเป้าหมายคุณ”

วิธีการลงโฆษณาบน Facebook



วิธีการจ่ายเงินโฆษณาบน Facebook



→ จ่ายผ่านบัตรเครดิตหรือเดบิต

→ เชื่อมต่อกับบัญชี **PayPal**

→ จ่ายผ่านแบงก์ โดยจะเป็นระบบเติมเงิน

แบงก์ที่สามารถจ่ายได้ มี

1. ธนาคารกรุงเทพ
2. ธนาคารกรุงไทย
3. ธนาคารกรุงศรี
4. ธนาคารไทยพาณิชย์
5. ธนาคารกสิกร

*จำเป็นต้องมีบัญชีอินเทอร์เน็ต แบงก์กิ้ง



LINE

Official Account

ข้อดีของ LINE Official Account

1.

สร้างหน้าร้านให้กับ
ธุรกิจของเรา สร้าง
คอนเทนต์ในแบบของ
แบรนด์คุณ

2.

สื่อสารกับกลุ่มลูกค้าที่
สนใจสินค้าของเรา
จริงๆ และพิมพ์ตอบ
ได้ง่ายเหมือนคุยตัว
ต่อตัว

3.

ฟีเจอร์มากมาย ใช้ง่าย
**(Rich Menu,
Rich Message,
etc.)**

4.

ค่าใช้จ่ายถูก (เริ่มแรก
ใช้ฟรี)

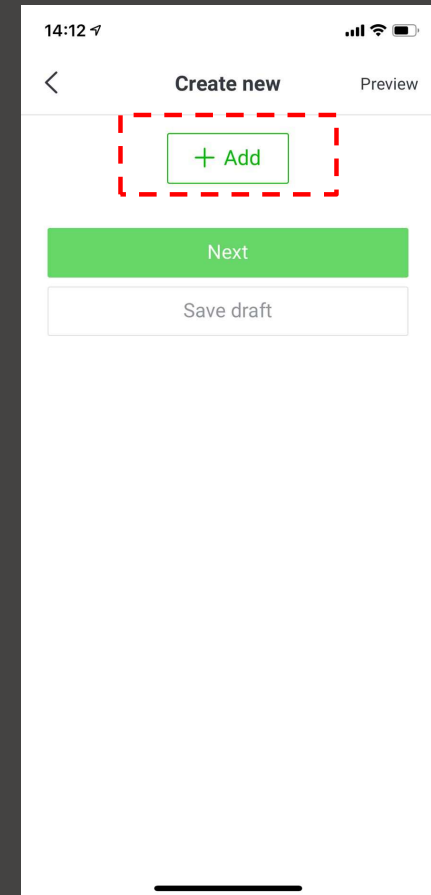
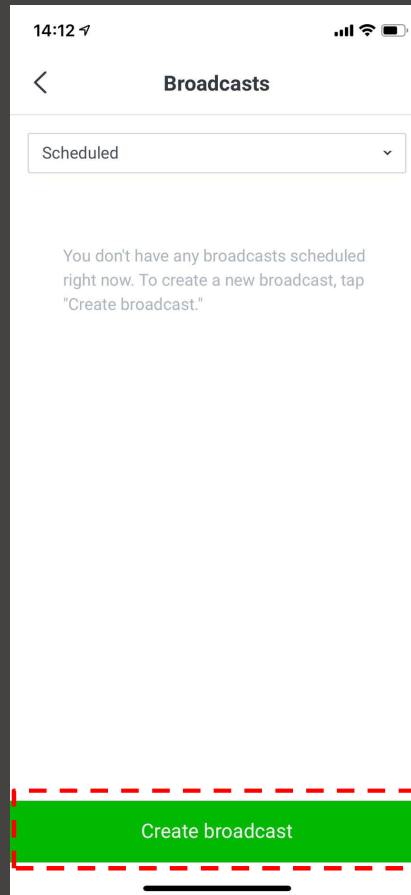
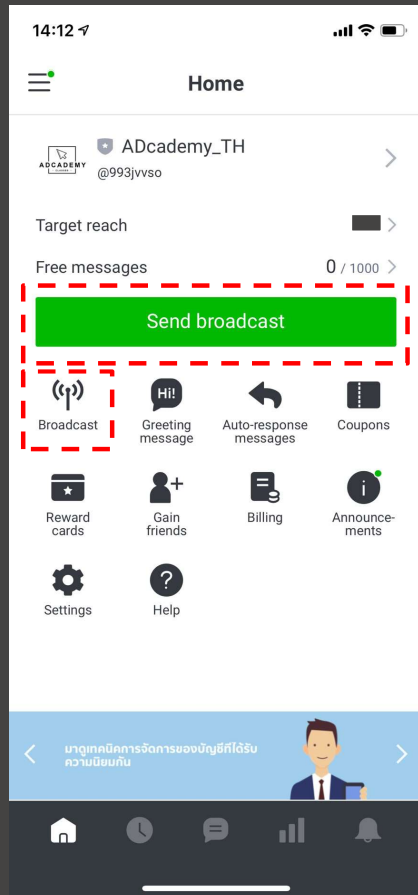
INTERNAL

ราคาแพ็คเกจ LINE OA

	Free	Basic	Pro
ราคาแพ็คเกจ	-	1,200 บาท (USD 36.03)	1,500 บาท (USD 45.05)
จำนวนข้อความ	1,000	15,000 ข้อความ	35,000 ข้อความ
ราคาต่อข้อความที่เกินจากแพ็คเกจ	-	0.08 บาท/ข้อความ	0.04 บาท/ข้อความ
Tag, Note, Quick Replies	✓	✓	✓
Rich Content	✓	✓	✓
บัตรสะสมแต้ม	✓	✓	✓
คู่มือ	✓	✓	✓
Account Page	✓	✓	✓
แบบสอบถาม	✓	✓	✓
API	✓	✓	✓

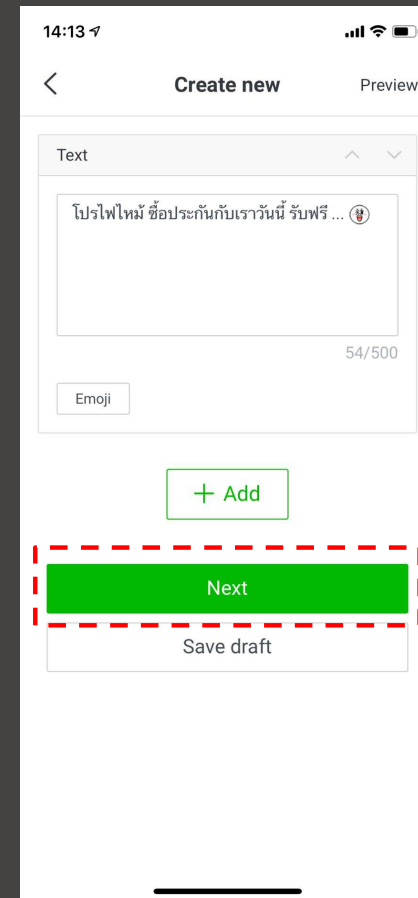
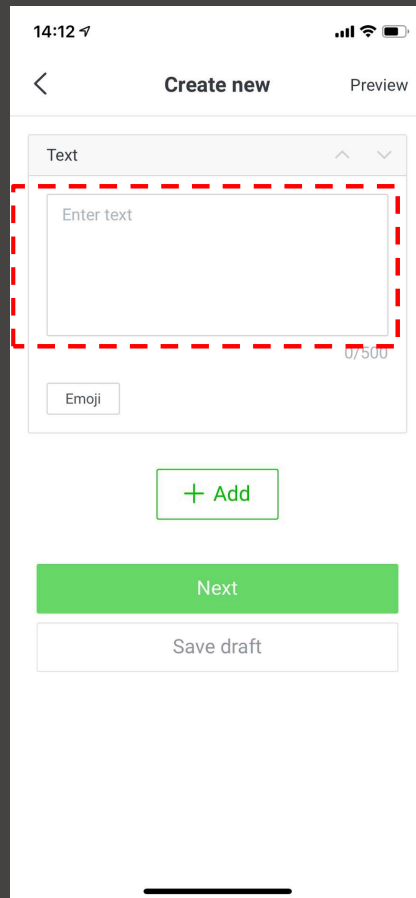
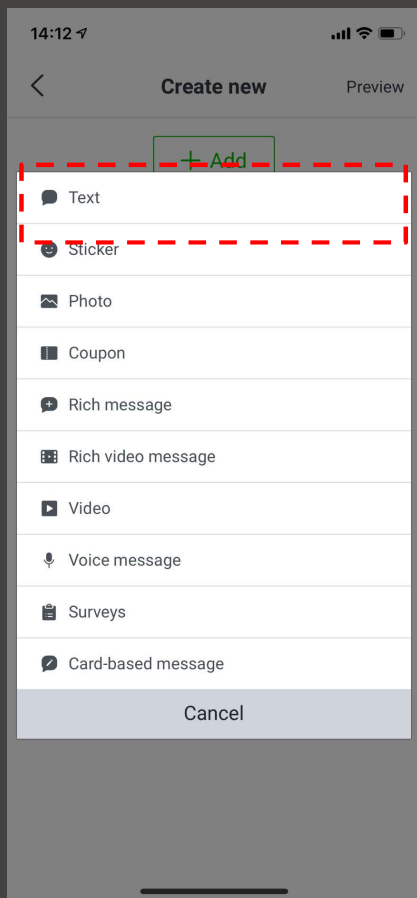
INTERNAL

เริ่มสร้าง Broadcast

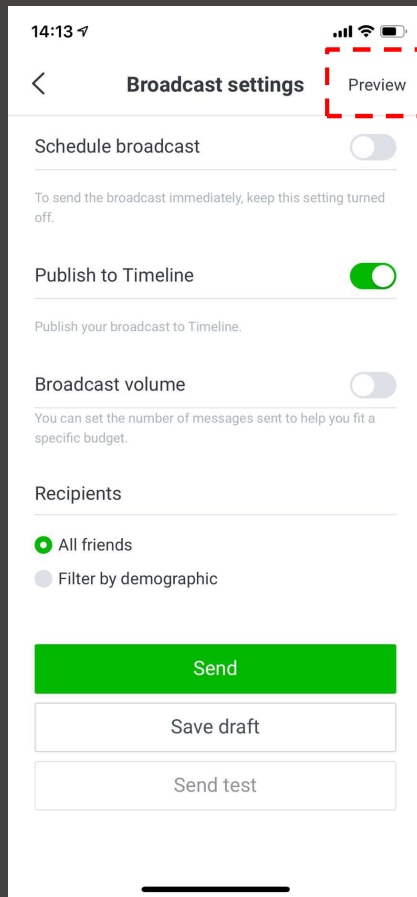


INTERNAL

เริ่มสร้าง Broadcast



เริ่มสร้าง Broadcast



ตั้งเวลา **Broadcast**

เพิ่มข้อความใน **Timeline**

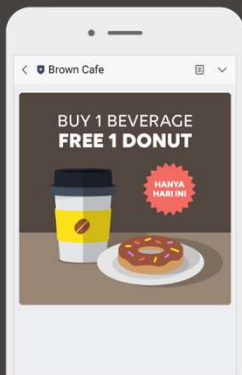
จัดการ **Broadcast** ให้แค่คนบางกลุ่ม โดยสามารถเลือกจำนวนคนได้ สามารถเลือกตาม สถานที่ได้ แต่ต้องมี **Friend** อย่างน้อย **50** คน

INTERNAL

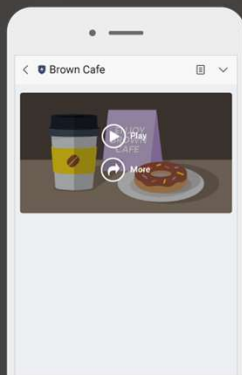
Feature อื่นๆที่สามารถทำใน LINE OA

RICH CONTENT

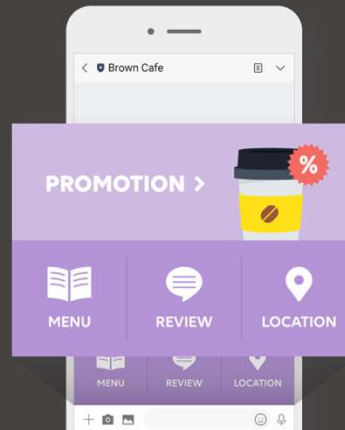
RICH MESSAGE



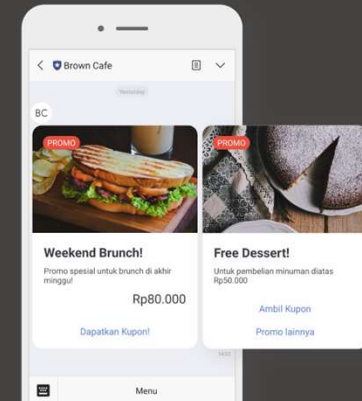
RICH VIDEO MESSAGE



RICH MENU

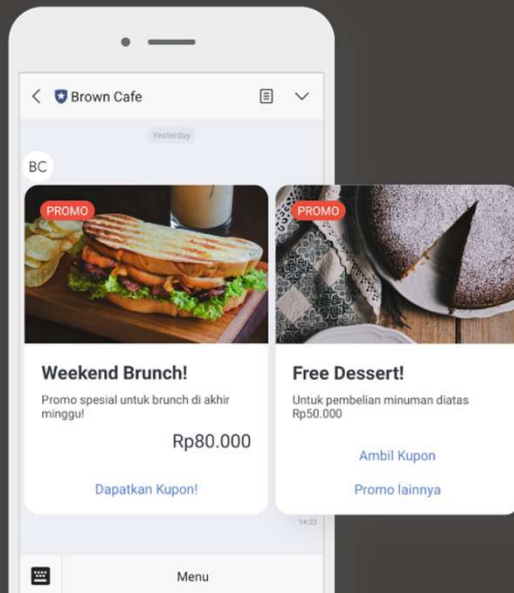


CARD-BASED MESSAGE



เริ่มสร้าง Broadcast แบบ Card-Based

CARD-BASED MESSAGE



Card-Based Message :

ช่วยให้คุณเสนอคอนเทนต์ หรือ สินค้าได้หลายสไลด์
ถ่ายทอดให้ผู้ติดตามได้อย่างง่ายดาย

*สามารถสร้างได้จากคอมพิวเตอร์เท่านั้น


เริ่มสร้าง Broadcast แบบ Card-Based

The screenshot displays the LINE Official Account Manager interface for creating a broadcast. The top navigation bar includes 'Home', 'Notifications', 'Insight', 'Chats', and 'Profile'. The left sidebar lists various message types, with 'Broadcast' and 'Card-based messages' highlighted. The main content area is titled 'Card-based message' and provides instructions: 'Card-based messages let you present content over multiple cards in carousel format, packed into a single chat bubble. Users can swipe left and right to see your content at their own pace.' Below this, there is a 'Title' field containing 'New Shoes' and a 'Card settings' section with a 'Change type' button. A 'Save' button is located at the top right, and an 'Add card' button is at the bottom right. The bottom of the screen shows a preview of the card with a 'Banner' checked, a title 'สินค้าใหม่' (New Products), and a '10/12' character count. There are also icons for adding images and a close button.

เริ่มสร้าง Broadcast แบบ Card-Based



ใส่ข้อมูลให้ครบถ้วน

สินค้าใหม่



รถเช่าใหม่
 รังสยาย เมา เหมาะกับนิกกี้
฿2,500

กดสั่งซื้อ

<input checked="" type="checkbox"/> Banner	สินค้าใหม่ 10/12	
		
Images	1	
		
Header	รถเช่าใหม่ 11/20	
<input checked="" type="checkbox"/> Description	รังสยาย เมา เหมาะกับนิกกี้ 28/60	
<input checked="" type="checkbox"/> Price	฿ 2,500 5/15	
<input checked="" type="checkbox"/> Action 1	กดสั่งซื้อ 10/15	
Action type	URL	สามารถเลือกให้ลิงค์ไปเว็บไซต์ของเรา
	Enter URL	
<input type="checkbox"/> Action 2	Enter action label 0/15	
Action type	Select	

เริ่มสร้าง Broadcast แบบ Card-Based

28/60

Price 5/15

Action 1 10/15

Action type

Action 2 0/15

Action type

Closing card ⓘ
The closing card is shown at the end of your carousel. You can add links for engaged users to learn more.

Closing card

[← Back to list](#)

INTERNAL

Insight Analytics (ข้อมูลเชิงลึก)

บนคอมพิวเตอร์

LINE Official Account Manager

Home Notifications **Insight** Chats Profile

Accounts Help

Response mode: Chat

Insight analytics

7 days 30 days

Messages

Delivered messages

0

Compared to last 7 days

Friends

Friends added

29 0%

Compared to 7 days ago

Target reach

25 0%

Compared to 7 days ago

Blocking

3 0%

Compared to 7 days ago

บนมือถือ

15:02

Home

Target reach 25

Free messages 0 / 1000

Send broadcast

Broadcast Greeting message Auto-response messages Coupons

Reward cards Gain friends Billing Announcements

Settings Help

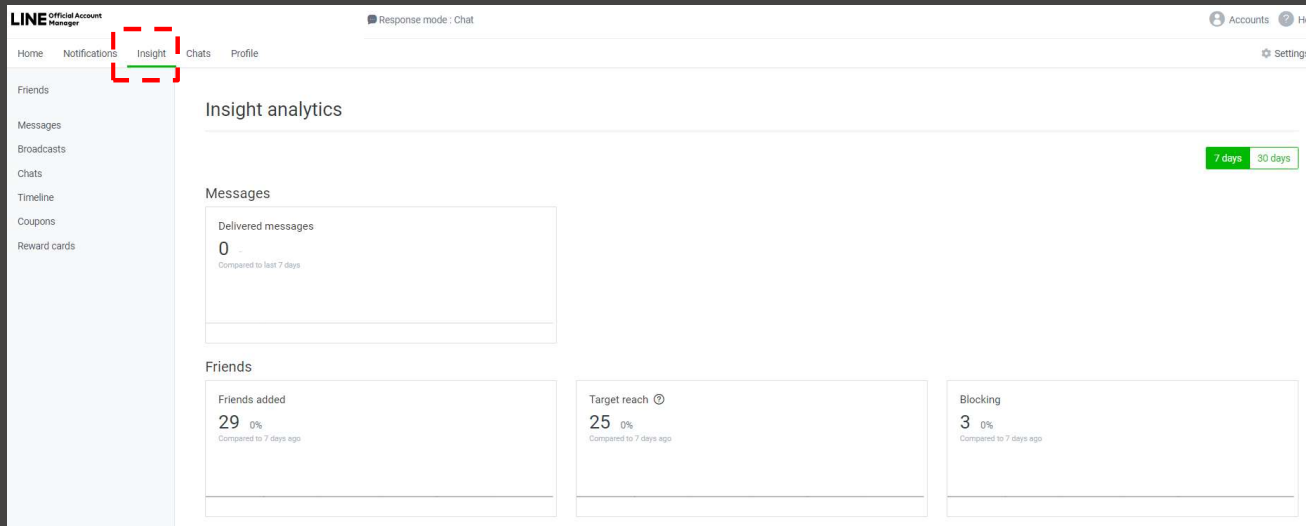
ยินดีต้อนรับสู่ LINE Official Account ไทยใหม่
ดาวน์โหลดแอปพลิเคชัน LINE ได้ที่นี่

Home Messages **Insight** Notifications

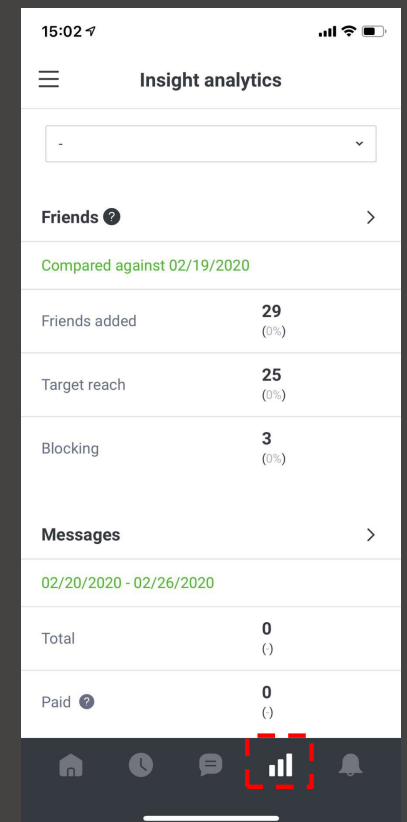
INTERNAL

Insight Analytics (ข้อมูลเชิงลึก)

บนคอมพิวเตอร์

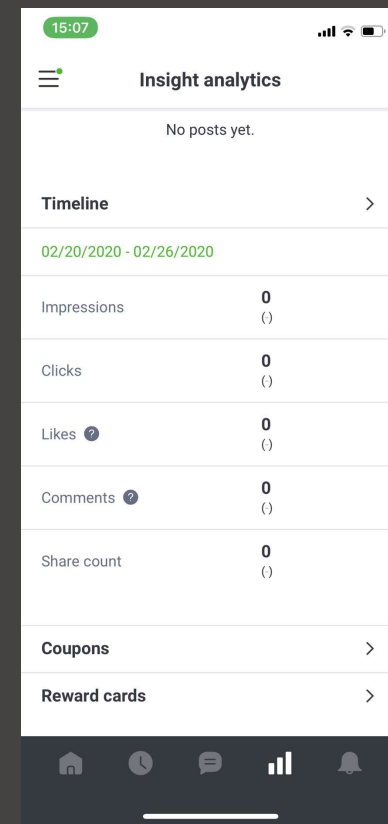
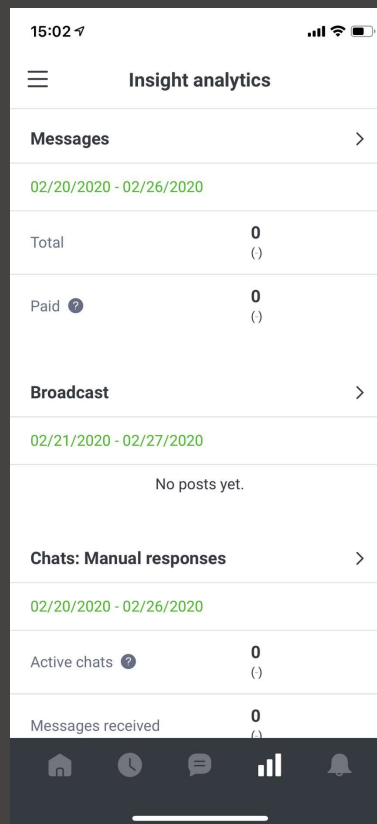
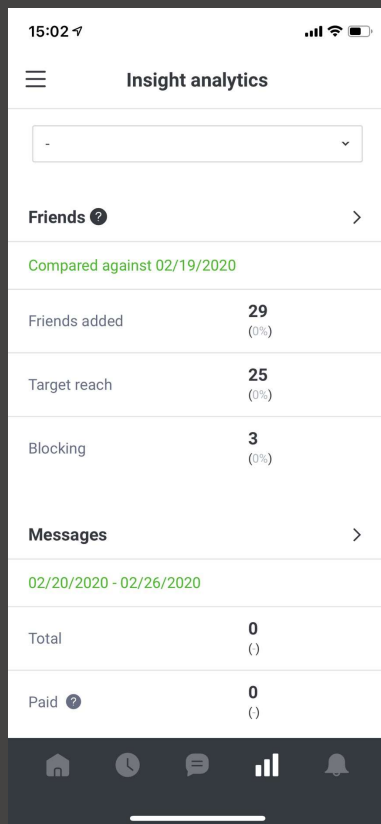


บนมือถือ

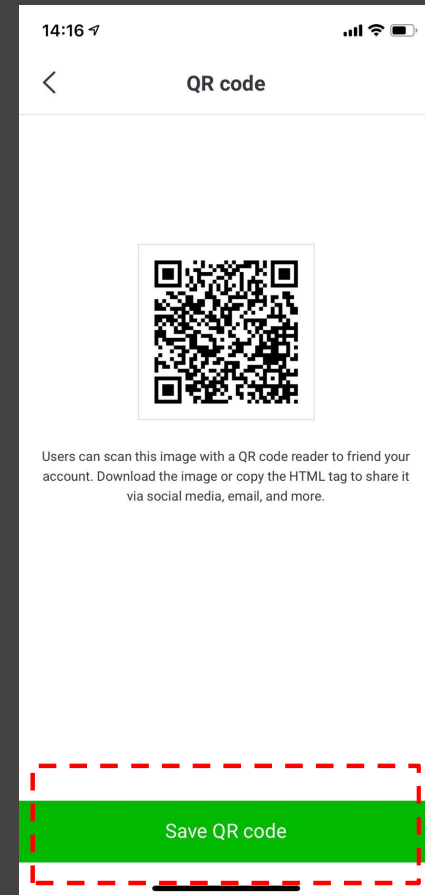
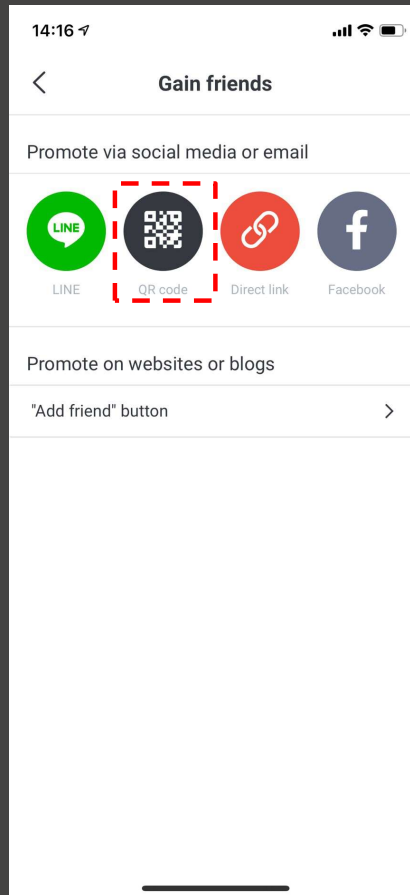
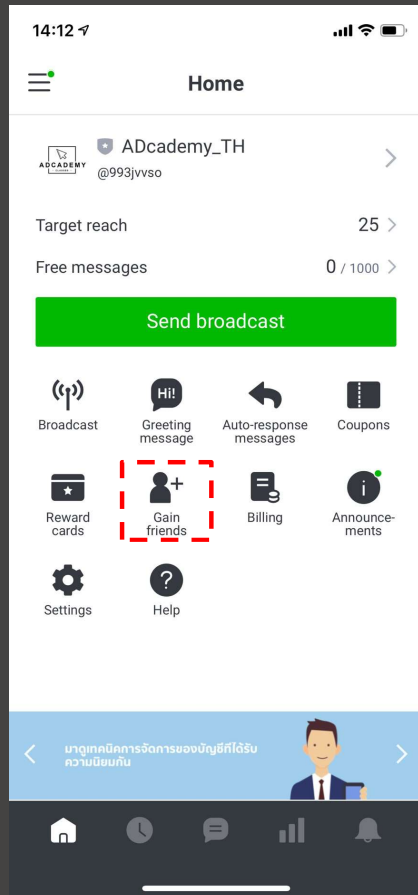


INTERNAL

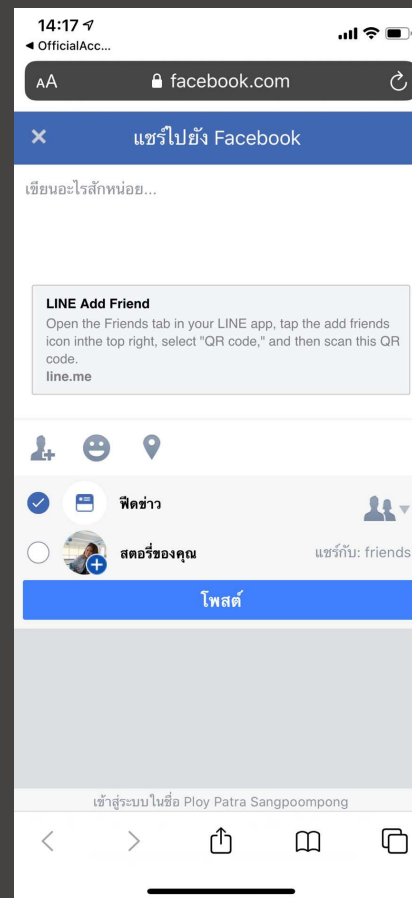
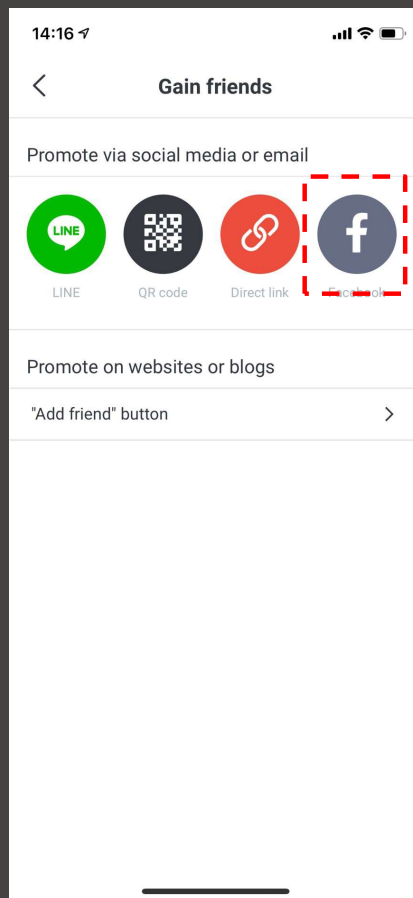
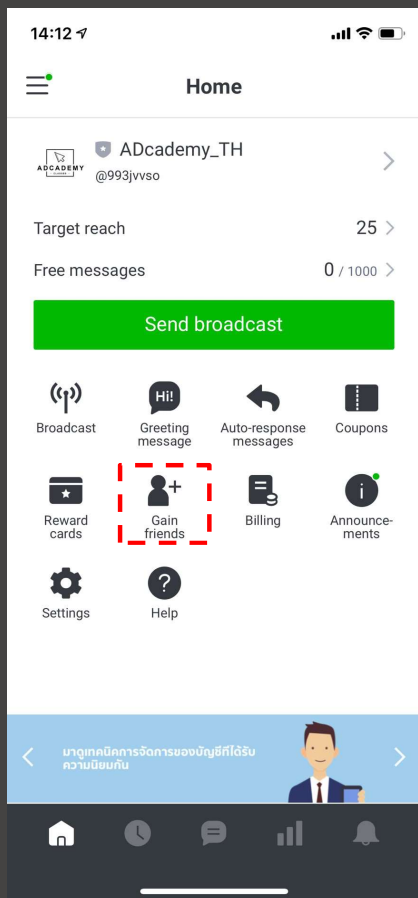
Insight Analytics (ข้อมูลเชิงลึก)



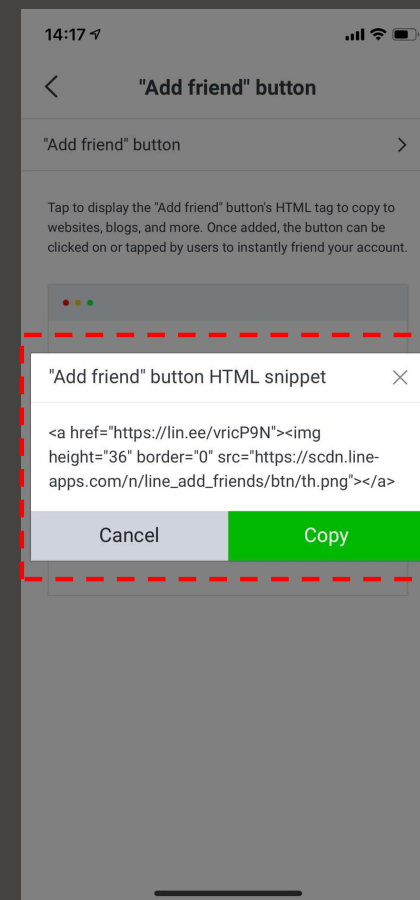
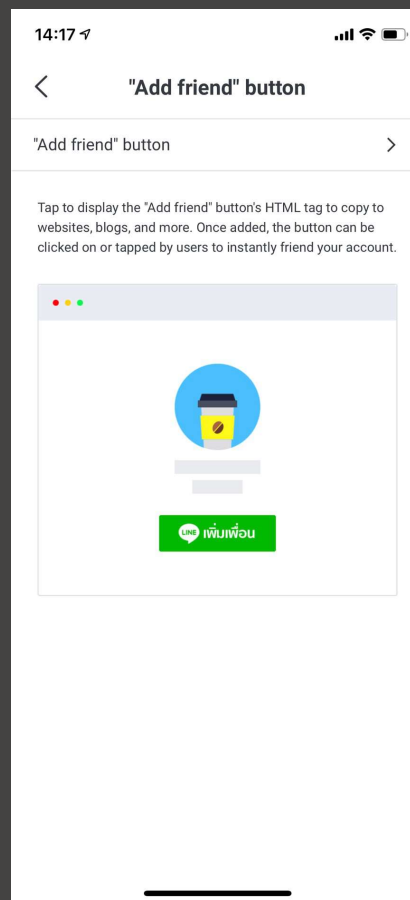
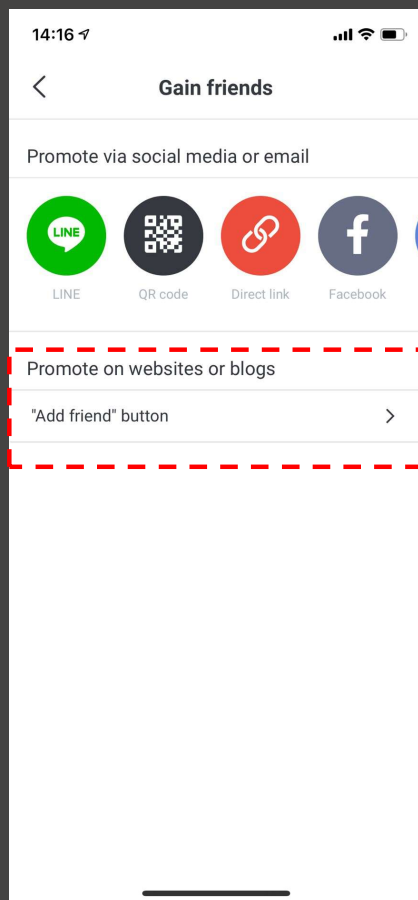
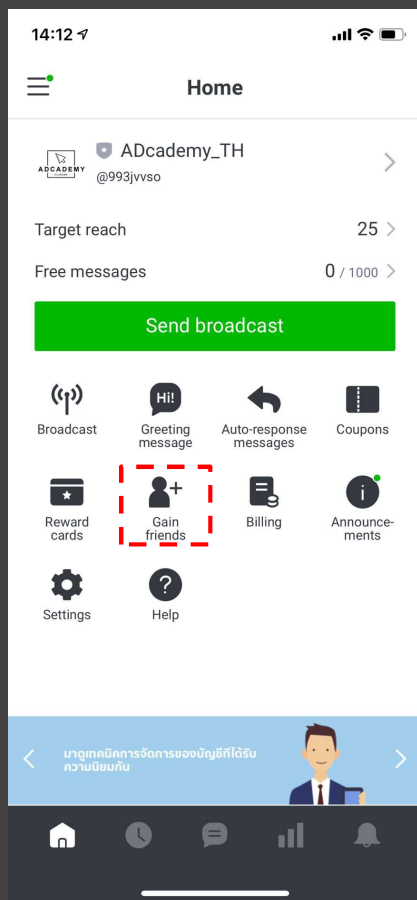
เพิ่มจำนวน Follower ใน LINE OA จาก QR Code



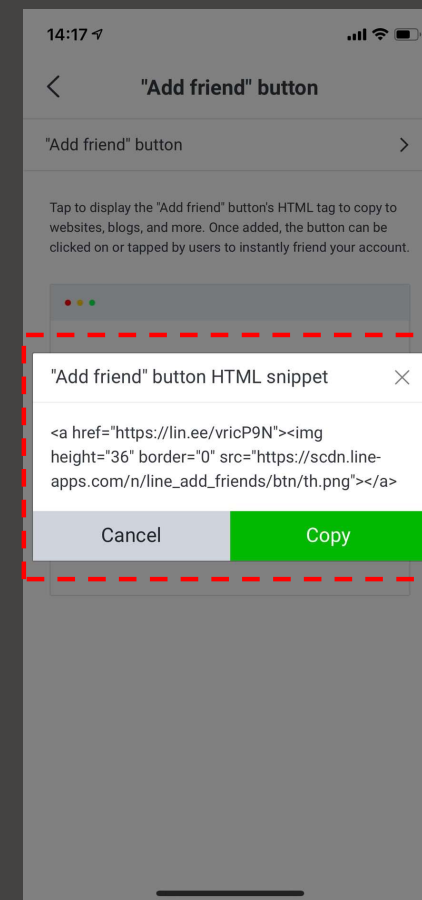
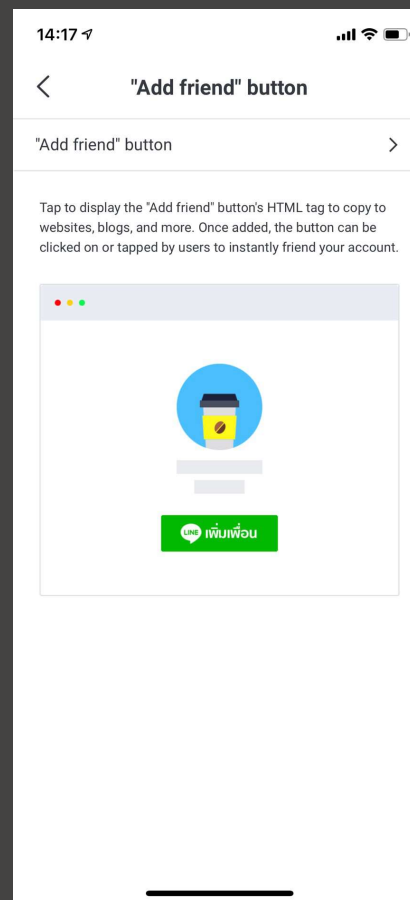
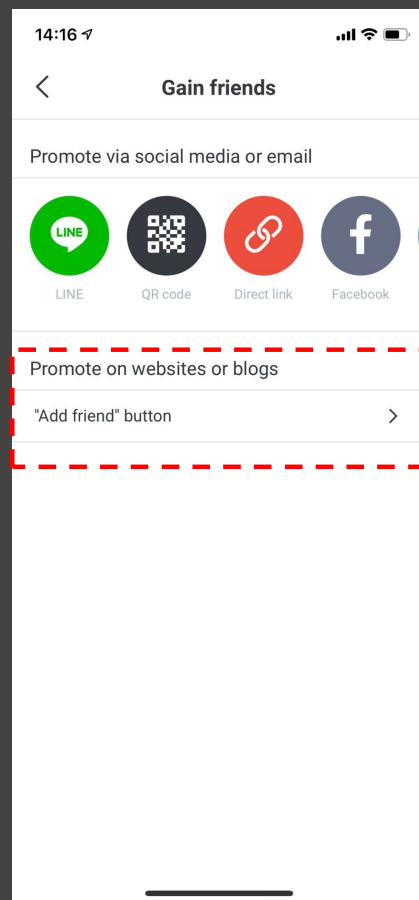
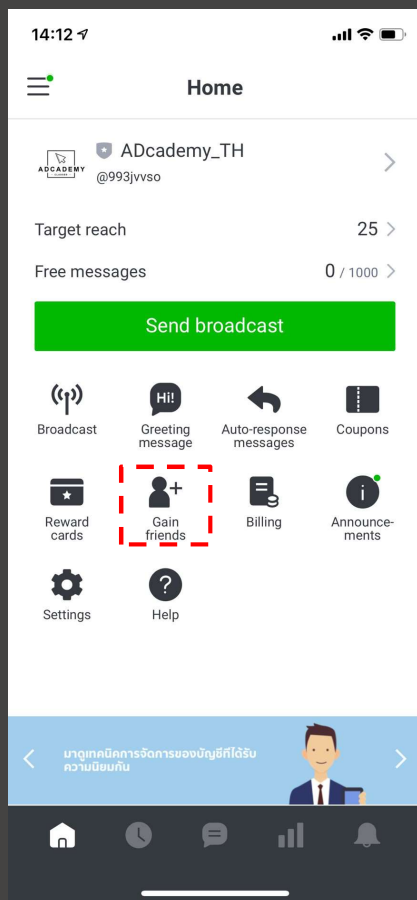
เพิ่มจำนวน Follower ใน LINE OA จาก QR Code บน Facebook



เพิ่มจำนวน Follower ใน LINE OA จาก QR Code บน เว็บไซต์



เพิ่มจำนวน Follower ใน LINE OA จาก QR Code บน เว็บไซต์



**Google Ad คืออะไร และ
ทำงานอย่างไร**

The logo consists of a green circle on the left, a yellow cylinder in the middle, and a blue rounded rectangle on the right, all arranged to form a stylized 'G'.

Google Ads

ข้อดีของ Google Ads : Search

1.

เห็นผลเร็ว และมีหน้า
แสดงผลตลอด มีการ
เก็บสถิติ

2.

เสียค่าโฆษณาที่
ต่อเมื่อมีคนคลิก
โฆษณาเท่านั้น
ยิ่งโฆษณายิ่งสูง คน
ยิ่งคลิกเยอะ

3.

เลือกกลุ่มเป้าหมายได้
แม่นยำ โดยโฟกัสแค่
คนที่สนใจในคีย์เวิร์ด
ที่เราซื้อ

4.

สามารถเจาะจงผู้ใช้ได้
มากกว่า เช่น อายุ
เพศ ที่อยู่

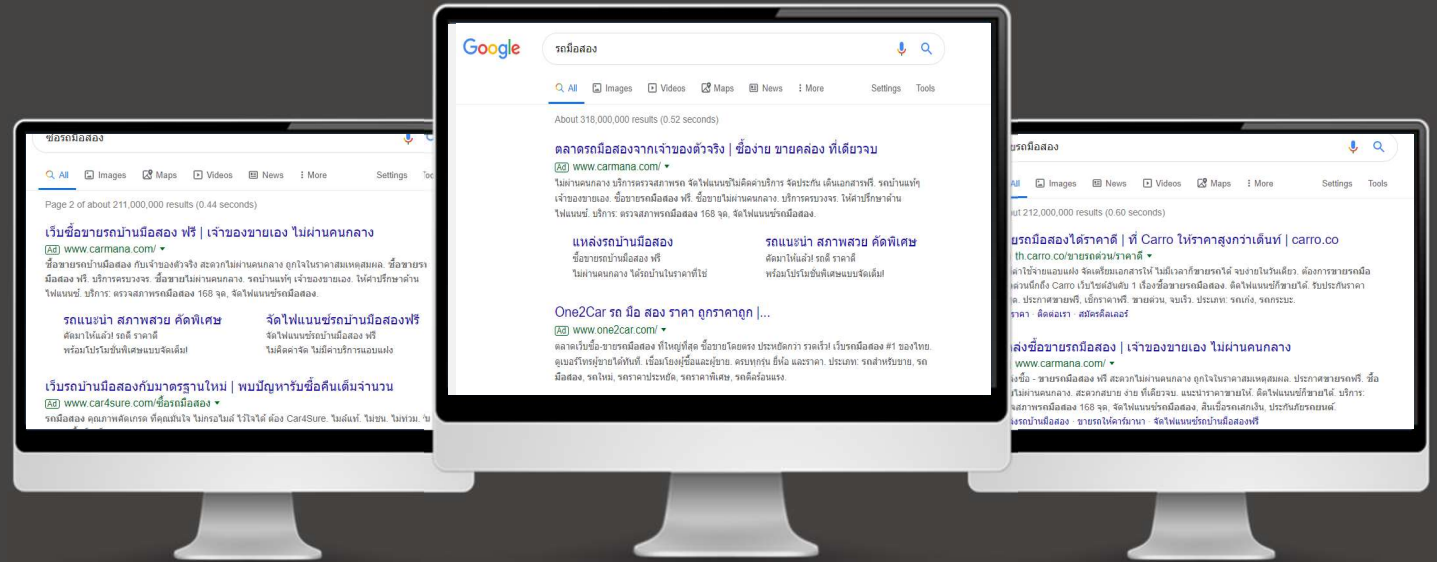


Google Ads : Search คืออะไร

การซื้อพื้นที่ในการโฆษณาบน Google โดยเลือกซื้อ “คีย์เวิร์ด” ที่เราต้องการเท่านั้น จะเสียเงินก็ต่อเมื่อลูกค้าคลิกโฆษณาของเรา

ในการเรียงระดับ ระบบจะใช้การประมูลเพื่อเลือกลำดับของโฆษณา

90% ของผู้ใช้ออนไลน์ จะเสิร์ชหาข้อมูลก่อนทำการตัดสินใจ





รถมือสอง

All Images Videos Maps News More Settings Tools

About 308,000,000 results (0.50 seconds)

ตลาดรถมือสองจากเจ้าของตัวจริง | ซื้อง่าย ขายคล่อง ที่เดียวจบ

Ad www.carmana.com/

ไม่ผ่านคนกลาง บริการตรวจสภาพรถ จัดไฟแนนซ์ไม่คิดค่าบริการ จัดประกัน เดินเอกสารฟรี. ซื้อขายไม่ผ่านคนกลาง. ซื้อขายรถมือสอง ฟรี. บริการครบวงจร. รถบ้านแท้ๆ เจ้าของขายเอง. ให้คำปรึกษาด้านไฟแนนซ์. บริการ: ตรวจสภาพรถมือสอง 168 จุด, จัดไฟแนนซ์รถมือสอง.

แหล่งรถบ้านมือสอง

ซื้อขายรถบ้านมือสอง ฟรี

ไม่ผ่านคนกลาง ได้รถบ้านในราคาที่ใช่

รถแนะนำ สภาพสวย คัดพิเศษ

คัดมาให้แล้ว! รถดี ราคาดี

พร้อมโปรโมชั่นพิเศษแบบจัดเต็ม!

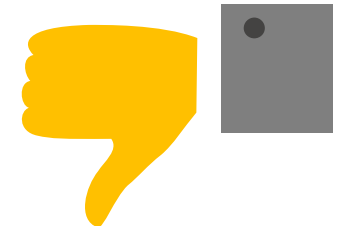
ค้นหา รถยนต์มือสอง จำนวน 42,308 คัน สำหรับขายใน ประเทศไทย ...

https://www.one2car.com > รถมือสอง-สำหรับ-ขาย > Translate this page

ค้นหา รถยนต์มือสอง จำนวน 42308 คัน สำหรับขายใน ประเทศไทย ที่ One2car.com.

Toyota · ฮอน ด้า Honda · ค้นหา รถยนต์มือสอง จำนวน 3,062 ... · Mercedes-Benz

ตัวอย่าง Google Search Ads



Google Ad

SEO

องค์ประกอบ ของ Google Ad

Google

google adwords

All Images Videos Maps News More Settings Tools

About 3,930,000,000 results (0.58 seconds)

Ad · ads.google.com/เป็นทางการ ▾ 1800 012 887

Google Ads Thailand ก่อนหน้านี้ชื่อว่า AdWords

เริ่มต้นกับ Google Ads (เดิมชื่อ Adwords) กับผู้เชี่ยวชาญ. บริการความช่วยเหลือ. กำหนดงบประมาณเอง. เพิ่มยอดขายด้วย Google. จ่ายจริงตามผลลัพธ์ที่ได้.

ค่าใช้จ่ายเท่าไร?
ตั้งงบประมาณการโฆษณาของคุณเอง
จ่ายต่อเมื่อโฆษณาของคุณถูกคลิก

ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญของเรา
เราจะช่วยให้คุณตั้งค่านิยมของคุณ
และสร้างโฆษณาแรกของคุณ

เรียนรู้การโฆษณาวิดีโอ
แชร์เรื่องราวธุรกิจของคุณและ
เพิ่มการรับรู้เข้าถึงแบรนด์

โปรโมตแอปของคุณวันนี้
เข้าถึงผู้ใช้ iOS และ Android
เพิ่มการดาวน์โหลดแอปของคุณ

Ad · www.webgoonline.com/premier_partner/adwords ▾ 085 191 1668

adwords ต้องโปรโมทกับมืออาชีพ | เห็นผลขั้นเทพกับผู้เชี่ยวชาญ
เพิ่มยอดขายทะลุเป้า เห็นผลจริง ได้ผลแตกต่าง มีรางวัลและใบ Certified นับไม่ถ้วน. Line ID :
@webgoonline. ผู้เชี่ยวชาญผ่านการรับรอง. เราทำให้ sme สำเร็จจริง. ยินดีให้คำปรึกษาฟรี. บริการ:
โฆษณา Youtube, โฆษณา Adwords, โฆษณา Banner (GDN), โฆษณา Post Webboard.

Ad · www.nbthailand.com/ ▾ 085 191 1668

ติดตาม 1 Google, Adwords รายเดือน - nbthailand.com
คำคลิกถูกลง แคมเปญมีประสิทธิภาพ เพิ่มยอดขายพร้อมให้คำปรึกษา ตอบโจทย์ทุกความต้องการ

เบอร์โทรศัพท์

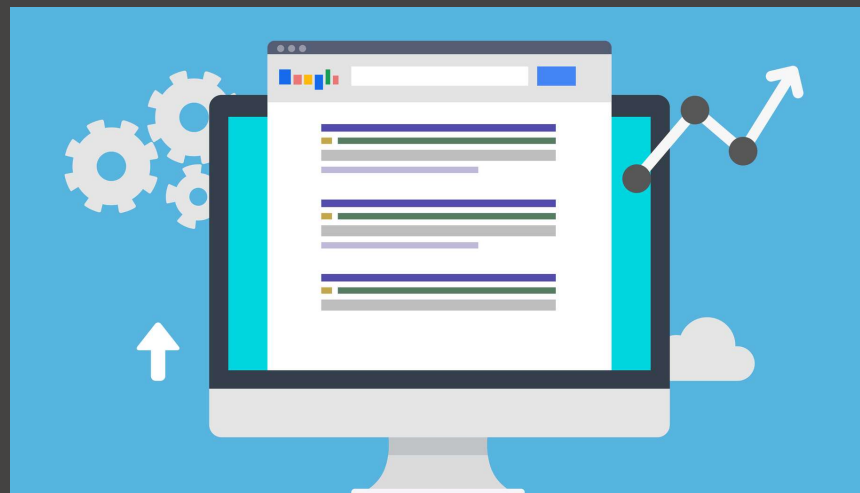
Headline 1 & Headline 2

Description 1 & 2

Sitelink

จะเริ่มทำ Google Ad : Search ต้องทำอย่างไร

1. คิดคีย์เวิร์ดที่อยากซื้อ ควรเป็นคำสั้นๆ 2-3 คำ ไม่ควรเป็นประโยค คีย์เวิร์ดมีความเกี่ยวข้องกับเว็บไซต์คุณ
2. คิดคำโฆษณา โดยคำโฆษณาควรสอดคล้องกับคีย์เวิร์ดที่ซื้อ
3. กำหนดเงินที่จะใช้ต่อวัน
4. กำหนดเงินที่ยอมจ่าย เมื่อคนคลิก โฆษณาเรา 1 ครั้ง (CPC)
5. คอยมอนิเตอร์ผลการโฆษณาบ่อยๆ เช่น ดู CPC



INTERNAL



Adcademy_TH by
Patra Sangpoompong



INTERNAL

Questions?

INTERNAL

ขอบคุณค่ะ 😊