

CONTENT MARKETING



CONTENT MARKETING

- การทำ Content ไม่ใช่ทำเพื่อขาย
- แต่คือ..“การขายแบบไม่ขาย”
- ทำให้ตลาดรับรู้ที่เรา คือ ตัวจริง
- แล้วอยากวิ่งเข้าหา..มาตาม..มาปรึกษา..มาซื้อ
- วิดีโอ ภาพ เสียง แคปชั่น แฮกแทค

CONTENT MARKETING

- เนื้อหาจะเน้นไปที่ให้ประโยชน์กับผู้อ่าน โดยไม่มีการแฝงขายในเนื้อหาเลย
- ประโยชน์ที่ได้รับ
- 1. สามารถดึงดูดผู้มุ่งหวัง โดยใช้เงินที่ต่ำ
- 2. สร้างความรู้สึกที่ดีกับลูกค้า
- 3. คัดกรอง เพิ่มผู้ติดตามได้ตรงจุดที่สุด

CONTENT MARKETING

- 1. ต้องรู้ว่าลูกค้าสนใจเรื่องอะไร
- เราต้องรู้ก่อนว่าลูกค้าเราเป็นใคร และต้องการรู้อะไร เพราะไม่มีใครดู content ที่ไม่เกี่ยวกับตัวเอง

CONTENT MARKETING

- 2. เข้าใจธรรมชาติของมนุษย์
- มนุษย์ทุกคนอยากหนีความทุกข์และวิ่งเข้าหาความสุข
- 1) หนีความทุกข์ ---> เนื้อหาที่เป็นการแก้ปัญหาให้กับลูกค้า
- 2) วิ่งเข้าหาความสุข ---> เนื้อหาไปช่วยให้ลูกค้าได้ในสิ่งที่อยากได้
- 3) ชื่อ content กระตุ้นความอยากรู้ ให้ลูกค้าอยากอ่านเนื้อหาต่อให้ได้
- 4) มนุษย์ทุกคนคิดแต่เรื่องตัวเองก่อน ---> เขียนในสิ่งที่ลูกค้าอยากรู้ ไม่ใช่เขียนในสิ่งที่เราอยากเขียน

CONTENT MARKETING

- 3. แยกให้ออกกว่าเป็น “ประโยชน์” หรือ “สาระ”
- content ที่เป็นประโยชน์ คือ ทำให้คนอ่านเกิดการเปลี่ยนแปลง
- 1) อารมณ์เปลี่ยน เป็นการทำให้ content ที่เล่นกับอารมณ์ของคน ทำให้เปลี่ยนจากอารมณ์หนึ่งเป็นอีกอารมณ์หนึ่งเมื่ออ่าน content จบ
- 2) ความคิดเปลี่ยน เป็น content ที่ทำให้คนที่เห็นคล้อยตามเนื้อหาที่นำเสนอ ทำให้ความคิดและทัศนคติเปลี่ยนจนอยากเปลี่ยนแปลงตัวเอง

CONTENT MARKETING

- 3. แยกให้ออกกว่าเป็น “ประโยชน์” หรือ “สาระ”
- content ที่เป็นประโยชน์ คือ ทำให้คนอ่านเกิดการเปลี่ยนแปลง
- 1) อารมณ์เปลี่ยน เป็นการทำให้ content ที่เล่นกับอารมณ์ของคน ทำให้เปลี่ยนจากอารมณ์หนึ่งเป็นอีกอารมณ์หนึ่งเมื่ออ่าน content จบ
- 2) ความคิดเปลี่ยน เป็น content ที่ทำให้คนที่เห็นคล้อยกับเนื้อหาที่น่าสนใจ ทำให้ความคิดและทัศนคติเปลี่ยนจนอยากเปลี่ยนแปลงตัวเอง
- 3) การกระทำเปลี่ยน คือ content ที่คนอ่าน อ่านแล้วอยากเอาไปทำตาม แนวเนื้อหา how to

CONTENT MARKETING

- ส่วน “สาระ” คือ ข้อมูลที่ไม่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านใดด้านหนึ่งเลย อ่านแล้วจบไปไม่ได้มีประโยชน์อะไรกับคนอ่าน เช่น content เกี่ยวกับเบาหวาน บอกว่าเบาหวานเกิดจากน้ำตาลในเลือดสูง
- ไม่ใช่ ไม่ดี แต่ไม่ก่อให้เกิดประโยชน์อะไรกับผู้อ่าน

โครงสร้างของ VALUE CONTENT

- ส่วนที่ 1 เปิดเรื่อง ต้องโดนใจ
- ส่วนนี้เป็นส่วนสำคัญที่สุดมีหน้าที่หยุดสายตากลุ่มเป้าหมายให้อ่าน content ที่เราเขียน
- สิ่งสำคัญคือ การพาดหัว และรูปภาพ

เทคนิคการเขียนพาดหัว

- 1. ใช้เลขคี่ในการพาดหัว
- 2. ทำให้เป็นเรื่องของผู้มุ่งหวัง หรือบอกในสิ่งที่เขาจะได้
- 3. ใช้คำตรงกันข้ามให้รู้สึกแตกต่าง
- 4. สร้างความอยากรู้อยากเห็น
- 5. เพิ่มพลังให้คำ

ตัวอย่างการเขียนพาดหัว

- 1. ฟรี : แจกเว็บไซต์โหลดภาพฟรีไม่มีลิขสิทธิ์
- 2. ค้นพบ : ค้นพบวิธีการใหม่ในการควบคุมน้ำหนัก
- 3. อย่างรวดเร็ว, ในเวลาอันสั้น : วิธีลดสิ่วอักเสบในเวลาอันรวดเร็ว
- 4. เคล็ดลับ : เคล็ดลับการยิงโฆษณาให้มียอดขายเจ็ดหลัก
- 5. นวัตกรรม : นวัตกรรมจากประเทศญี่ปุ่นช่วยชะลอวัย
- 6. โอกาส : โอกาสเดียวของคนที่ต้องการมีรายได้เพิ่ม
- 7. พิสูจน์ : วิธีที่พิสูจน์แล้วว่าลดผมหงอกในเวลาอันสั้น

ตัวอย่างการเขียนพาดหัว

- 8. ทำไม : ทำไมออกกำลังกายแล้วไม่พอมสักที
- 9. หายนะ : หายนะที่แท้จริงของการขายออนไลน์
- 10. การันตี : วิธีดูแลผิวหน้าที่ได้รับการการันตีจากเกาหลี
- 11. เหนือกว่า : วิธีดูแลผิวที่เหนือกว่าคอลลาเจน
- 12. ความลับ : ความลับของคนรวยที่ไม่ยอมบอกคุณ
- 13. เปิดเผย : เปิดเผยวิธีการที่ทำให้หายปวดเข่า

โครงสร้างของ VALUE CONTENT

- ส่วนที่ 2 เล่าเรื่อง ต้องจับใจ
- ส่วนนี้เป็นส่วนของเนื้อหา ที่ทำหน้าที่สะกดผู้มุ่งหวัง และ content คนจะแชร์หรือไม่ขึ้นกับส่วนนี้
- เมื่อเราหาข้อมูลและอ่านจนเข้าใจ เราต้องใส่ความเป็นตัวเองเข้าไป ต้องมีเอกลักษณ์ให้ใช้ภาษาเหมือนเรากำลังคุยกับคนอ่านอยู่ ใช้ภาษาพูดดีกว่าภาษาเขียนภาษาที่เป็นทางการ

โครงสร้างของ VALUE CONTENT

- ส่วนที่ 3 จบเรื่อง ต้องประทับใจ
- สรุปใจความสำคัญที่เราบอกไปในส่วนของเนื้อหาให้สั้นและกระชับที่สุด และ
- ปิดท้ายด้วยการบอกให้เขาทำอะไรสักอย่างกับ content ของเราที่จะทำให้เกิดการมีส่วนร่วม แต่ต้องกล่าวในมุมที่เขาจะได้ประโยชน์ เช่น
 - - ถ้าคิดว่าเรื่องนี้เป็นประโยชน์ อย่าลืมแชร์บอกต่อคนที่คุณรักด้วยนะคะ
 - - อย่าลืมแท็กเพื่อนที่มีปัญหา.....แบบนี้ให้ได้อ่านนะคะ
 - - ใครอยาก(ผลลัพธ์) แชร์เก็บไว้ทำตามได้เลยนะคะ

80 / 15 / 5

80% ให้คุณค่า

- ทำคอนเทนต์ที่ลูกค้ากำลังหาข้อมูล
- อะไรคือสิ่งที่ลูกค้าต้องการรู้

15% ให้ความเชื่อมั่น /ไว้ใจ

- ทำสิ่งที่ลูกค้าเชื่อถือ เช่น รีวิว (testimonial)

5% ขาย

- เมื่อธุรกิจให้ ใดๆ ก่อน แล้วค่อยขาย .. ธุรกิจก็จะกลายเป็นธุรกิจที่ขายแบบผู้เชี่ยวชาญ

TESTIMONIAL

- เป็นการรับรองคุณภาพหรือประสบการณ์ที่ดีจากลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ โดยนำมาเป็นหลักฐานเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและความมั่นใจให้กับผู้สนใจสินค้าหรือบริการนั้น ๆ Testimonial มักจะเป็นคำพูดหรือข้อความสั้น ๆ ที่บรรยายถึงประสบการณ์ที่ดีจากการใช้สินค้าหรือบริการ

TESTIMONIAL

1. Quote Testimonial เป็นการนำคำพูดหรือข้อความสั้น ๆ จากลูกค้ามาใช้เป็น Testimonial ซึ่งเป็นวิธีที่ง่ายและได้ผลดี สามารถนำมาใช้ในหน้าเว็บไซต์ โบรชัวร์ หรือสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ได้

2. Video Testimonial เป็นการบันทึกวิดีโอคำรับรองจากลูกค้า ซึ่งจะทำให้มีความน่าเชื่อถือและดึงดูดความสนใจมากกว่าแค่ข้อความ เหมาะสำหรับใช้ในหน้าเว็บไซต์ โซเชียลมีเดีย หรือแคมเปญการตลาดต่าง ๆ

TESTIMONIAL

3. Influencer Testimonial คือการใช้บุคคลที่มีอิทธิพลหรือเป็นที่นิยมในวงการใดวงการหนึ่งมาเป็นผู้ให้คำรับรอง ซึ่งจะช่วยสร้างความน่าเชื่อถือและมีพลังในการจูงใจได้มากกว่าการใช้ลูกค้ำทั่วไป

4. Interview Testimonial เป็นการสัมภาษณ์ลูกค้ำเพื่อให้ได้คำรับรองที่มีรายละเอียดและน่าสนใจมากขึ้น นอกจากนี้จะได้ Testimonial ในรูปแบบข้อความแล้วยังสามารถนำมาทำเป็นวิดีโอหรือบทความได้อีกด้วย

TESTIMONIAL

5. Case Studies เป็นการนำเสนอกรณีศึกษาความสำเร็จของลูกค้าในการใช้สินค้าหรือบริการ โดยอธิบายถึงสถานการณ์ วิธีการแก้ปัญหา และผลลัพธ์ที่ได้รับอย่างละเอียด Case Studies จึงเป็นรูปแบบของ Testimonial ที่มีความน่าสนใจและเหมาะกับรูปแบบการทำตลาดในปัจจุบัน เพราะจะเป็นการพิสูจน์ให้ลูกค้าเห็นว่า แบนด์ของเราสามารถแก้ไขปัญหา และพัฒนาสิ่งที่ลูกค้าต้องการหรือขาดตกบกพร่องได้

แนวทางการทำ CONTENT 80 / 15 / 5

80%

- สิ่งที่คุณเข้าใจผิด >> ที่ถูกต้อง...
- สิ่งที่คุณทำผิด >> ที่ถูกต้อง...
- สิ่งที่คุณควรทำ แต่ไม่ได้ทำ >> สิ่งที่คุณควรทำคือ...
- Hot tips: คำแนะนำแจ่มแจ้ง ๆ ในสิ่งที่เค้าอยากรู้
- สูตรลับเฉพาะ ที่คนส่วนมากไม่รู้
- How to แก้ปัญหาที่เค้ากำลังมองหาทางแก้..
- Trend / แนวโน้มของตลาด / กระแส
- แรงบันดาลใจ
- ชี้ให้เห็นผลลัพธ์ปลายทาง

แนวทางการทำ CONTENT 80 / 15 / 5

15%

- status การส่งสินค้า
- บรรยากาศการซื้อ/การใช้งาน
- ความรู้สึกจริงผู้ใช้งาน
- ผลลัพธ์จากผู้ใช้งานจริง
- ผลลัพธ์กับคนที่เหมือน ๆ กับลูกค้า
- เรื่องราวการเปลี่ยนแปลงของลูกค้า

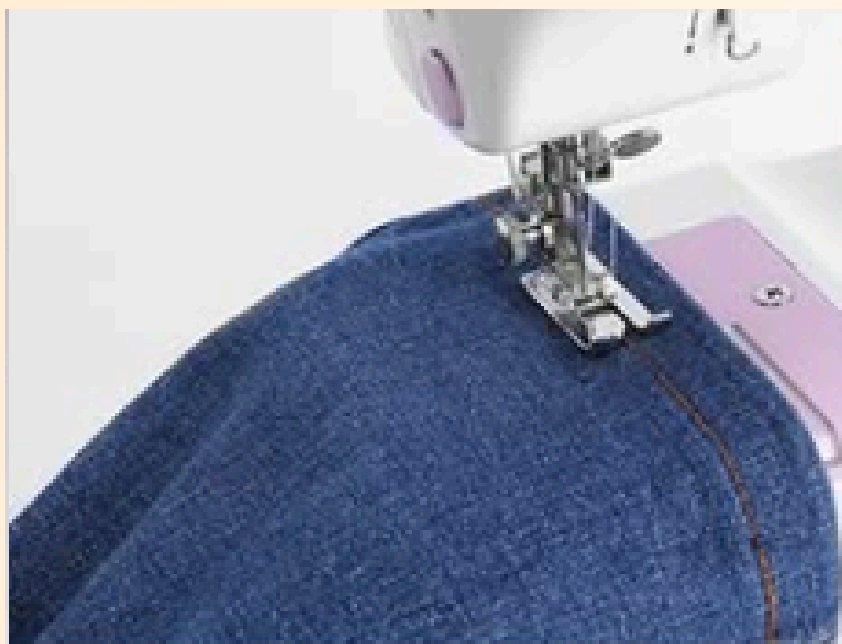
แนวทางการทำ CONTENT 80 / 15 / 5

5%

- Product / Service ของเราช่วยแก้ปัญหาอย่างไร
- Product / Service ของเราช่วยให้ชีวิตดีขึ้นอย่างไร
- ทำไมต้องซื้อตอนนี้ >> Deal พิเศษ / Promotion
- เหตุผลที่ไม่ควรพลาด / ถ้าพลาดแล้วจะเกิด...

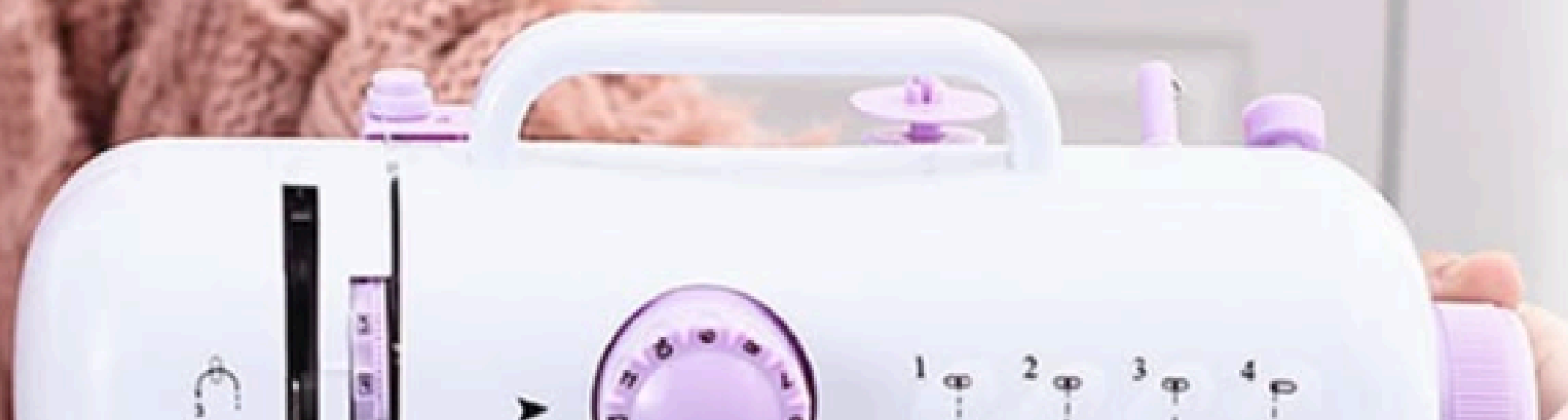
การสร้างเพจ

1. ใช้คีย์เวิร์คโดยตรงขายของชิ้นเดียว
2. ใช้คีย์เวิร์คเป็นองค์ประกอบ สำหรับธุรกิจที่ขายสินค้าหลายอย่าง และสายสร้างตัวตน



จักรเย็บผ้า ไฟฟ้าไร้สาย

ขนาดกระทัดรัด พอดีมือ ใช้งานง่าย



จักรเย็บผ้าไฟฟ้า sewing machine จักรไฟฟ้ามินิ ไร้สาย ส่งจากโรงงาน

1.4 พัน การกดถูกใจ • ผู้ติดตาม 1.6 พัน คน

ส่งข้อความ

👍 ถูกใจ

🔍 ค้นหา

โพสต์

เกี่ยวกับ

Mentions

รีวิ

Reels

รูปภาพ

เพิ่มเติม ▾

...

**แพทย์แผนไทย
ที่อยู่ใกล้คุณที่สุด**

☎ 02-114-7027 📍 PoonradaYathai 📱 @poonrada

SCAN ME!



**Poonrada Yathai ยาสมุนไพร และ
ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรไทย**

8.2 หน้บ การกดถูกใจ • ผู้ติดตาม 8.3 หน้บ คน



ส่งข้อความ

👍 ถูกใจ

🔍 ค้นห

โพสต์ เกี่ยวกับ Mentions Reels รูปภาพ วิดีโอ เพิ่มเติม ▾





บ้านพักตากอากาศชะอำ IDEAR POOL VILLA

2.1 ไร่ การกดถูกใจ • ผู้ติดตาม 2.1 ไร่ คน

โทรเลย

ส่งข้อความ

ถูกใจ

โพสต์ เกี่ยวกับ Mentions รีวิว Reels รูปภาพ เพิ่มเติม ▾



เทคนิคการทำเพจ

1. SEO

- การใช้คีย์เวิร์คให้ตรงกับการค้นหา

2. คลิปสั้น

- ห้ามเกิน 60 วินาที
- เข้าถึงง่าย ไม่ซับซ้อน
- มี keyword
- เริ่ม Hook --> Climax --> Resolution
- ต้องเกี่ยวข้องกับกลุ่มเป้าหมาย
- สร้างเอกลักษณ์ให้กับตัวเอง
- ให้ผู้คนมีปฏิสัมพันธ์
- เพลงประกอบ

การใช้ CHATGPT ในการทำ CONTENT

- ChatGPT หรือ แชทบอทอัจฉริยะเป็นโปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ทำงานโดยใช้เทคโนโลยี AI
- คำว่า ChatGPT ย่อมาจาก Chat Generative Pre-trained Transformer ที่บ่งบอกถึงความสามารถในการสร้างเนื้อหาใหม่จากการเรียนรู้และวิเคราะห์ข้อมูล

การเขียน PROMPT ใน CHATGPT

1. บอกข้อมูล

- ข้อมูลธุรกิจที่ทำอยู่ สินค้าและบริการเป็นอะไร กลุ่มลูกค้าคือใคร เป้าหมายที่ต้องการคืออะไร

2. กำหนดบทบาท

- กำหนดให้เป็นผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน เช่น นักการตลาด โค้ช นักจิตวิทยา เป็นต้น

3. สิ่งที่ต้องการ

- ระบุสิ่งที่ต้องการจะให้ทำ เช่น หาไอเดีย วางแผน เขียน วิเคราะห์ เปรียบเทียบ เป็นต้น

การเขียน PROMPT ใน CHATGPT

4. รูปแบบ

- กำหนดรูปแบบที่จะนำเสนอ เช่น เป็นประโยค ตาราง bullet เป็นข้อ ๆ เรื่องเล่า หรือ step by step เป็นต้น

5. โทนอารมณ์

- ระบุอารมณ์ที่ต้องการ เช่น ตื่นเต้น สนุกสนาน ทรงพลัง เป็นทางการ สร้างแรงบันดาลใจ เป็นต้น

7. ยืนยัน

- คำถามเพื่อยืนยันความเข้าใจก่อนจะให้ตอบ ด้วยประโยคนี Do you understand your role? Ask me any question before proceeding.

เทคนิคการใช้งาน CHATGPT

- พูดคุยเหมือนคุยกับคน
- ใช้ภาษาไทย แต่ภาษาอังกฤษจะดี
- ให้ข้อมูลยิ่งมากยิ่งดี
- ให้ยืนยันความเข้าใจทุกครั้ง
- ตรวจสอบคำตอบเสมอ