

บทที่ 9

สื่อดิจิทัล

ความหมายของสื่อดิจิทัล

- สื่อดิจิทัล หมายถึง สื่อที่มีการผสมผสานกันของข้อความ ภาพ กราฟิก เสียง วีดีโอ นำมาสร้างสรรค์ให้เกิด รูปแบบตามต้องการ โดยใช้เทคโนโลยีทางด้าน คอมพิวเตอร์ สื่อสารผ่านเครือข่าย

SEO คือ ?

- SEO มาย่อมาจาก **Search Engine Optimization** หมายถึง การใช้พื้นที่บน **search engine** ให้เกิดผลประโยชน์สูงสุด
- การทำ **SEO** จะช่วยให้เว็บไซต์ของเราขึ้นไปติดอันดับต้นๆ ใน **Search Engine** อย่าง **Google** หรือ **Bing**

SEM คือ ?

- SEM ย่อมาจาก Search Engine Marketing เป็นในรูปแบบของการจ่ายเงินซื้อโฆษณาแบบ Search กับทาง Google เพื่อให้เว็บไซต์ของตนเองปรากฏขึ้นในลำดับต้นๆ ของหน้าแรก

ความแตกต่างระหว่าง SEO กับ SEM

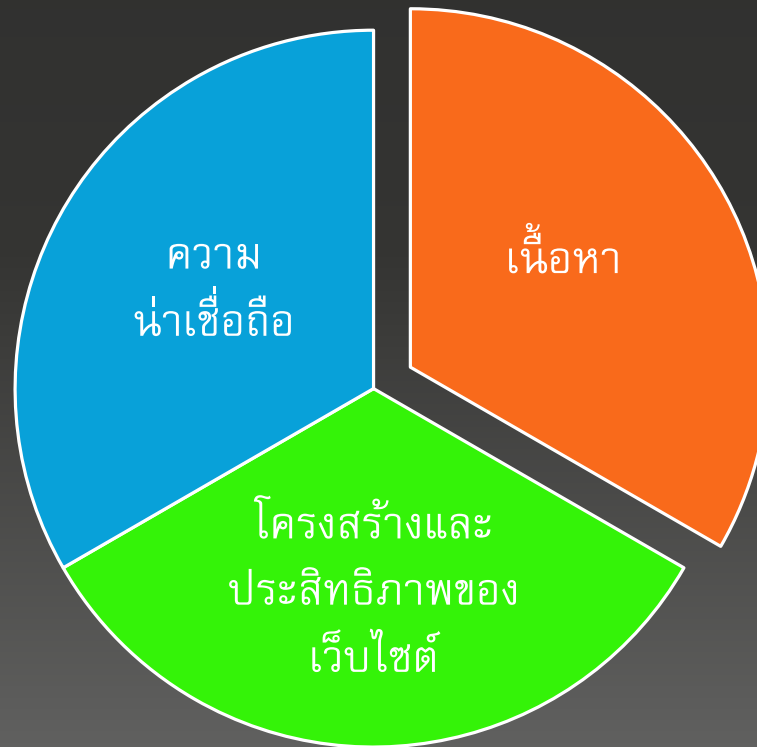
Google **เสื้อผ้าเกาหลี** [Microphone] [Search]

All Images News Videos Maps More Settings Tools

About 586,000 results (0.54 seconds) **Keyword / Query**

แฟชั่นเกาหลี - 11street.co.th SEM #1 [Ad] www.11street.co.th/ ▼ 11street ลดสูงสุดถึง90% ดีลสุดพิเศษที่คุณไม่เคยเห็นมาก่อน ลดสุดมันส์สูงสุด4ชั้น · การันตีราคาถูกที่สุด · ระบบจ่ายเงินปลอดภัย · ขอบกั้นเที่ยวที่เริ่มเดียว สินค้าชายดี ลิทธิประโยชน์ ข้อเสนอสุดซ็อค
เสื้อผ้าแฟชั่น เสื้อผ้าเกาหลี เสื้อแขนยาว - shopee.co.th SEM #2 [Ad] www.shopee.co.th/ ▼ Shopee ช้อปขายออนไลน์ฟรี ขอบกั้นลดแลกออนไลน์ที่ดีที่สุดของไทย สินค้าแฟชั่นผู้หญิง · Shopee Guarantee · เครื่องสำอาง · มีถือและอุปกรณ์ · สินค้าแฟชั่นผู้ชาย
ที่1 วงการเสื้อผ้าเกาหลี - dresshiffashionshop.com SEM #3 [Ad] www.dresshiffashionshop.com/ ▼ 084 176 5429 แฟชั่นดาราไทย เกาหลี อีเทคทุกวัน พร้อมจัดส่งทันที หลากหลายแบรนด์ดีดิง อีเทคแฟชั่นใหม่ๆ · ชุดเซ็ทแฟชั่นอินเทรนด์
เสื้อผ้ารองเท้าพร้อมส่ง - pookkyshop.com SEM #4 [Ad] www.pookkyshop.com/ ▼ พร้อมส่ง เสื้อผ้า กระเป๋า รองเท้า สไลด์แบรนด์เนมเกาหลี ญี่ปุ่น ส่งฟรี กระเป๋า · เสื้อผ้า · เครื่องประดับ · รองเท้า POOKKYSHOP FANPAGE · ศูนย์รวมรองเท้าแฟชั่น
เสื้อผ้าแฟชั่น ร้านขายเสื้อผ้าออนไลน์ เสื้อผ้าแฟชั่นราคาถูก กระเป๋าแฟชั่น ... SEO #1 https://www.เสื้อผ้าแฟชั่น.com/ ▼ Translate this page หรือเคอร์ ร้านขายเสื้อผ้าออนไลน์ เสื้อแฟชั่นเกาหลี สินค้ามีให้เลือกหลายแบบ สวย สไลด์ไม่ซ้ำใคร สินค้าแฟชั่น ราคาถูก กดสั่งซื้อได้ทุกวัน 24 ชั่วโมง ซุปเปอร์!!! เสื้อตัว-เดรสตัว SML XL · สินค้าทั้งหมด · เสื้อ+เดรส ไซส์ S M L XL · เสื้อผ้าคนอ้วน*XL-5XL
katoonfashion เสื้อผ้าแฟชั่นเกาหลีนำเข้าราคาส่ง ถูกที่สุด มีแบบให้เลือก ... SEO #2 katoonfashion.com/ ▼ Translate this page จำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสไตล์เกาหลีนำเข้า 100% ขายถูก ส่งเร็ว สามารถนำไปขายต่อได้ราคา ร้านตรวจสอบสภาพ สินค้าก่อนส่งทุกตัว รับสมัครตัวแทนขาย บริการจัดส่งสินค้าแทน.
เสื้อผ้าเกาหลี เสื้อผ้าแฟชั่น เดรสแฟชั่น เสื้อผ้าแฟชั่นพร้อมส่ง เสื้อผ้าเกาหลี ... SEO #3 https://www.queensugarshop.com/ ▼ Translate this page ร้าน Queensugarshop จำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่น เสื้อผ้าเกาหลี ชุดเดรส ชุดเดรสแฟชั่น ชุดเดรสเกาหลี พร้อมส่งทั้ง ร้าน ชุดสินค้าแฟชั่นเราน่าทึ่งจากต่างประเทศ 100% ทั้งร้าน

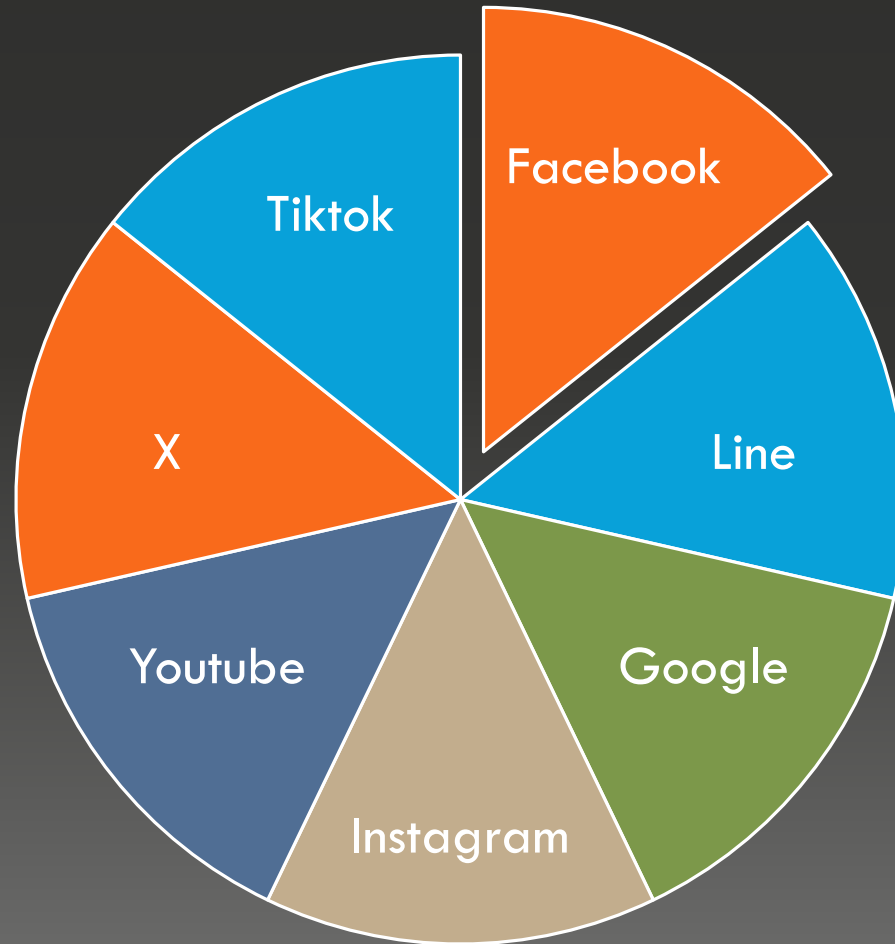
เกณฑ์การจัดอันดับเว็บไซต์ของกูเกิล



องค์ประกอบของสื่อดิจิทัล



สื่อดิจิทัลซึ่งเป็นที่นิยม

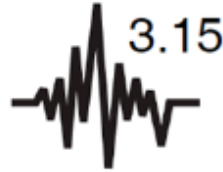


OVERALL KPI TERMINOLOGIES



Reach

จำนวนคนเห็นโฆษณา (ไม่นับซ้ำ)
/ จำนวนการเข้าถึงกลุ่มคนเห็น
โฆษณา



Frequency

จำนวนเฉลี่ยต่อครั้ง ของ
คนที่เห็นโฆษณา



Impression

จำนวนครั้งของการเห็นโฆษณาทั้งหมด (นับซ้ำ) /
จำนวนครั้งของการแสดงผลโฆษณา

Reach	Frequency	Imps
15,073,162	3.15	47,495,304



Click

จำนวนการกดคลิกบน
ชิ้นงานโฆษณาออนไลน์



%CTR

(Click though rate)

เปอร์เซ็นต์ การคลิกโฆษณาในรูปแบบของ
รูปภาพ Banner หรือ Search ad เทียบกับ
การแสดงผลโฆษณา โดยคำนวณผลลัพธ์
เป็นเปอร์เซ็นต์ (Click / Impression) x 100

OVERALL KPI TERMINOLOGIES



Engagement

การมีส่วนร่วมกับโฆษณา
(Reaction + Comment +
Share + Click + View)



%ER

(Engagement Rate)

เปอร์เซ็นต์ของการมีส่วนร่วมกับโฆษณา
(Engagement / Impression) x 100

OVERALL KPI TERMINOLOGIES



View

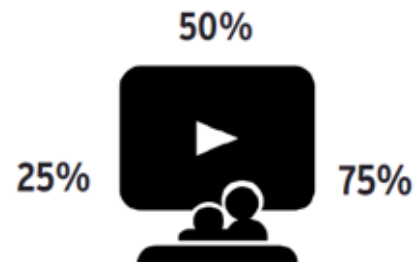
จำนวนการดูโฆษณา
ในรูปแบบวิดีโอ



%VR, %VTR

(Vies Rate, View Though Rate)

เปอร์เซ็นต์ การดูโฆษณาในรูปแบบวิดีโอ เทียบ
กับ การแสดงผลโฆษณา (View / Impression) x 100



View to..25%, 50%, 75, 100%

จำนวนครั้งของคนี่ดูโฆษณาในช่วง
ความยาวของวิดีโอแต่ละช่วง
เช่น VDO 30 วินาที (25% = 7.5 วิ, 50% =
15 วิ, 75% = 22.5 วิ, 100% = 30 วิ)

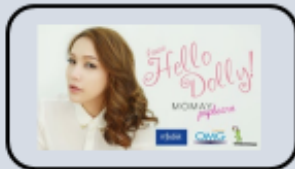
OVERALL KPI TERMINOLOGIES - SUMMARY

คำศัพท์	ความหมาย
Reach	จำนวนคนเห็นโฆษณา (ไม่นับซ้ำ) / จำนวนการเข้าถึงกลุ่มคนเห็นโฆษณา
Frequency	จำนวนเฉลี่ยต่อครั้งของคนเห็นโฆษณา
Impression	จำนวนครั้งของการเห็นโฆษณาทั้งหมด (นับซ้ำ) / จำนวนครั้งของการแสดงผลโฆษณา
Click	จำนวนการกดคลิกบนชิ้นงานโฆษณาออนไลน์
% Click Through Rate (CTR)	เปอร์เซ็นต์ การคลิกโฆษณาในรูปแบบของรูปภาพ Banner หรือ Search ad เทียบกับ การแสดงผลโฆษณา โดยคำนวณผลลัพธ์เป็นเปอร์เซ็นต์ $(Click / Impression) \times 100$
Engagement	การมีส่วนร่วมกับโฆษณา (Reaction + Comment + Share + Click + View)
% Engagement Rate (ER)	เปอร์เซ็นต์ของการมีส่วนร่วมกับโฆษณา $(Engagement / Impression) \times 100$
View	จำนวนการดูโฆษณาในรูปแบบวิดีโอ
% View Rate (VR or VTR)	เปอร์เซ็นต์ การดูโฆษณาในรูปแบบวิดีโอ เทียบกับ การแสดงผลโฆษณา $(View / Impression) \times 100$
Views to 25%, 50%, 75%, 100%	จำนวนครั้งของคนดูโฆษณาในช่วงความยาวของวิดีโอแต่ละช่วง เช่น VDO 30 วินาที (25% = 7.5 วิ, 50% = 15 วิ, 75% = 22.5 วิ, 100% = 30 วิ)

OVERALL DIGITAL KPI MODEL

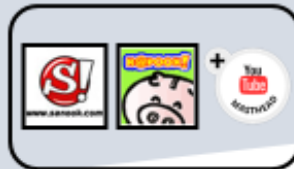
SPONSORSHIP

Cost per Unit
(Unit Buy)



CPT

Cost per Time
(Time Buy)



CPM

Cost per Mille
(Cost per Thousand)



CPC / CPV / CPCV

Cost per Click
Cost per View
Cost per Completed View



CPE / CPA / CPS CPC/ CPL

Cost Action / Acquisition
Engagement / Conversion
/ Lead



Cost per Time / Unit : การซื้อโฆษณาในระยะเวลาหนึ่ง เช่น 1 วัน สัปดาห์ หรือ 1 เดือน 1 ครั้ง



Cost per Mille / Thousand impression (CPM) : การจ่ายค่าโฆษณา ต่อ การแสดงผล 1,000 ครั้ง (M=1,000)



Cost per Click (CPC) : การจ่ายค่าโฆษณา ต่อการคลิก 1 ครั้ง



Cost per View (CPV) : การจ่ายค่าโฆษณา ต่อ การดูวิดีโอ 1 ครั้ง

Cost per Complete View (CPCV) : การจ่ายค่าโฆษณา เมื่อดูวิดีโอจบเท่านั้น (30 วินาที - 40 วินาที)



Cost per Engagement (CPE) : การจ่ายค่าโฆษณา ต่อ การ Engage 1 ครั้ง (Like + Comment + Share + Click + View)



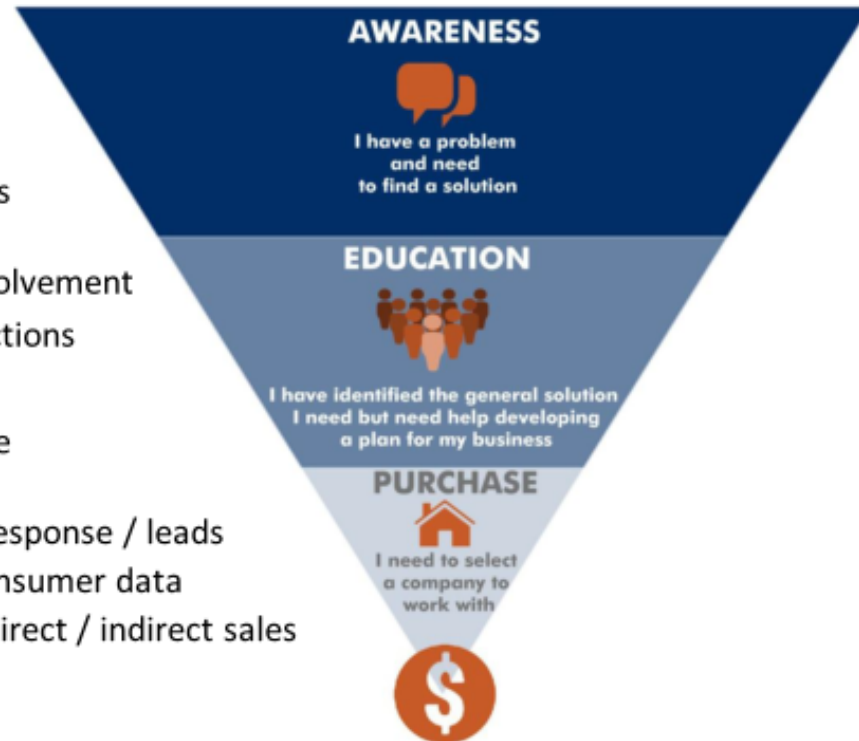
Cost per Action / Acquisition / Sale / Lead (CPA/S/L/C) : การจ่ายค่าโฆษณา ต่อ 1 Action เช่น Download App, Register, Order, Conversion

MATCHING METRICS TO OBJECTIVE


OBJECTIVE	EFFECTIVENESS METRICS	EFFICIENCY METRICS	PRACTICE
Awareness	Impression	Cost Per Impression (CPM) Reach & Frequency	You care about showing your ad / % of ad exposure to the Audience
Education / Engagement / View	Interaction	Cost Per Click (CPC) Cost Per Engagement (CPE) Cost Per View (CPV)	You care about driving traffic / Performance of the Contents & Viewing of the VDO
Purchase / Sale	Conversion	Cost Per Conversion (CPC) Cost Per Acquisition (CPA) Cost Per Lead (CPL)	You care about Result Performance of the Contents that lead to the goal setting

DIGITAL OBJECTIVES

- Reach a particular audience
 - Build brand awareness
 - Maintain share of voice
 - Convey brand features & benefits
- Generate brand involvement
 - Generate ad interactions
 - Generate site visits
 - Generate dwell time
- Generate response / leads
 - Capture consumer data
 - Stimulate direct / indirect sales



PLOTTING TACTICS TO MATCH PURCHASE FUNNEL STAGES

STAGE OF THE FUNNEL	SELLER'S IMPERATIVES	BUYER'S JOURNEY	TACTICAL PREFERENCES
 <p>TOFU (Top Of Funnel)</p>	PROMOTE AWARENESS	RESEARCH & EXPLORE	Social Media, SEO, SEM, Email Marketing, Digital Advtg/PR, Mobile Marketing
<p>MOFU (Middle Of Funnel)</p>	ENCOURAGE CHOICE SALES & SERVICE	CONSIDER & CHOOSE PURCHASE & EXPERIENCE	Content Marketing, (blog, video, podcasts) Email Marketing, Marketing Automation, Ecommerce, Mcommerce
<p>BOFU (Bottom Of Funnel)</p>	NURTURE & EXPAND NETWORK	REPURCHASE, LOYALTY & ADVOCACY	Influencer Marketing, Social Media, Email Marketing

กรณีศึกษา : การใช้สื่อดิจิทัล



เริ่มต้นจากดราม่าพลิกโอกาสขายของ

จากประเด็นดราม่าในครอบครัวของ “เจนนี่ รัชนก” หรือ “เจนนี่ ได้หมดถ้าสดชื่น” เธอจึงมาไลฟ์ **TikTok** เพื่ออธิบายเหตุการณ์ ซึ่งมีคนดูกว่า 300,000 คน เมื่อพูดจบแล้วพบว่ามีคนดูมาก จึงขอผู้ชมเพื่อไลฟ์ขายสินค้าของตัวเองต่อ ซึ่งได้รับความสนใจจนสามารถขายสินค้าได้หมดสต็อก

จากนั้นจึงประกาศผ่านไลฟ์ให้แบรนด์ต่างๆ ใครมีสินค้าสนใจให้ขายผ่านไลฟ์ให้ติดต่อเข้ามา ก็มีสินค้าติดต่อขอให้ไลฟ์ขายของ 10 นาที “เจนนี่” คิดค่าจ้าง 50,000 บาท (ปกติไลฟ์ 1 ชั่วโมงคิดค่าจ้าง 2 แสนบาท) ปรากฏว่าทำยอดขายได้ 3 ล้านบาท จากนั้นเจ้าของแบรนด์จึงส่งสินค้ามาให้ไลฟ์ขายต่อเนื่อง วันแรก (9 ตุลาคม) ไลฟ์ตั้งแต่ 11.00 น. ถึง 6 โมงเช้าของอีกวัน ทำยอดขายรวมได้ 24 ล้านบาท

วันต่อมาแบรนด์ต่างๆ จึงแห่ส่งสินค้าให้ขายจำนวนมาก “เจนนี่” ได้อัตราค่าจ้างใหม่ โดยไลฟ์ปักตะกร้า **TikTok 10** นาที คิดราคา 50,000 บาท ให้ 1,000 ออเดอร์ (ออเดอร์ละ 50 บาท) ถ้าขายได้ครบ 1,000 ออเดอร์ก่อน 10 นาที จะโทรดีลกับแบรนด์ที่ว่า จะขายต่อหรือไม่ หากขายต่อคิดค่าจ้างเพิ่ม 50,000 บาทต่อ 1,000 ออเดอร์ ไปเรื่อยๆ ปัจจุบันค่าจ้างสูงสุดต่อไลฟ์ 10 นาที อยู่ที่ 8 ล้านบาท