



รายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

การศึกษาวิธีการทำการตลาดบนโซเซียลมีเดีย

บริษัท เทเลอินโฟ มีเดีย จำกัด (มหาชน)

Studying of Social Media Marketing Strategies at

Teleinfo Media Co.Ltd. (Public)

โดย

นางสาว สรัญญา สายสีแก้ว 5904300345

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาสหกิจศึกษา

ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสยาม

ภาคการศึกษา 3 ปีการศึกษา 2561

หัวข้อโครงการ

การศึกษาวิธีการทำการตลาดบนโซเชียลมีเดีย
บริษัท เทเลอินโฟ มีเดีย จำกัด (มหาชน)
Studying of Social Media Marketing Strategies at
Teleinfo Media Co.Ltd. (Public)

รายชื่อคณะผู้จัดทำ

นางสาว สรัญญา สายสีแก้ว รหัสนักศึกษา 5904300345

ภาควิชา

การตลาด

อาจารย์ที่ปรึกษา

อาจารย์มนทิรา ตันตระวาณิชย์

อนุมัติให้โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาภาควิชาการตลาด
ประจำภาคการศึกษาที่ 3 ปีการศึกษา 2561

คณะกรรมการการสอบโครงการ

.....อาจารย์ที่ปรึกษา

(อาจารย์มนทิรา ตันตระวาณิชย์)

นางสาว ผลทับทิม (แทน)พนักงานที่ปรึกษา

.....กรรมการกลาง

(ดร.สมชาย เบ็ญจวรรณ)

.....ผู้ช่วยอธิการบดีและผู้อำนวยการสำนักสหกิจศึกษา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มารุจ ลิ้มปะวัฒน์นะ)

ชื่อโครงการ: การศึกษาวิธีการทำการตลาดบนโซเชียลมีเดีย
บริษัท เทเลอินโฟ มีเดีย จำกัด (มหาชน)

หน่วยกิต: 5

ผู้จัดทำ: นางสาว สรัญญา สายสีแก้ว 5904300345

อาจารย์ที่ปรึกษา: อาจารย์มนทรา ตันตระวานิชย์

ระดับการศึกษา: บริหารธุรกิจบัณฑิต

สาขาวิชา: การตลาด

คณะวิชา: บริหารธุรกิจ

ภาคการศึกษา/ ปีการศึกษา: 3/2561

บทคัดย่อ

โครงการเรื่อง “การศึกษาวิธีการทำการตลาดบนโซเชียลมีเดีย บริษัท เทเลอินโฟ มีเดีย จำกัด (มหาชน)” เพื่อศึกษาวิธีการทำการตลาดบนสื่อโซเชียลมีเดียให้กับ บริษัท เทเลอินโฟ มีเดีย จำกัด (มหาชน) สามารถนำข้อมูลไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรในเรื่องการเพิ่มยอดขายสื่อโฆษณาออนไลน์ ผลการศึกษาพบว่า การทำการตลาดบนโซเชียลมีเดีย เว็บไซต์และเฟสบุ๊กเป็นการนำเสนอข้อมูลทางธุรกิจ ที่อยู่ ช่องทางการติดต่อ และลักษณะการประกอบกิจการของลูกค้ากลุ่มที่เป็นธุรกิจและซื้อโฆษณาออนไลน์กับบริษัท เทเลอินโฟ มีเดีย จำกัด (มหาชน) ทั้งยังสามารถนำไปใช้ในการส่งเสริมการขายให้กับกลุ่มลูกค้าผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม กล่าวคือ บริษัทได้ประโยชน์จากการโฆษณาเว็บไซต์ผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย ที่เป็นการประชาสัมพันธ์และช่องทางในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่ต้องการใช้บริการสื่อโฆษณาออนไลน์

คำสำคัญ : การตลาดบนโซเชียลมีเดีย / สื่อโฆษณาออนไลน์

ผู้ตรวจ

.....

Title : Studying of Social Media Marketing Strategies at
Teleinfo Media Co.Ltd. (Public)

Credits : 5

Authors : Miss Sarunya Saiseekaew 5904300345

Advisor : Ms. Montira Tantravanich

Program : Bachelor's of Business Administration

Major : Marketing

Faculty : Business Administration

Semester/Academic Year : 3/2561

Abstract

The project “Studying of Social Media Strategies of Teleinfo Media Co.Ltd. (Public)” aimed to study various marketing strategies used on social media for Teleinfo Media Co.Ltd. (Public). This information can be further used to increase online advertising sales. The results suggested that online marketing, whether on social medias, websites, or Facebook, is a means of presenting businesses information, address, contact information, and target groups which own business and use the online advertising service of Teleinfo Media Co.Ltd. (Public). Moreover, it can be used to endorse sales among small business owners. In summary, the company will benefit from online advertising on social media platforms, which are platforms accessible to customers who want to use the online advertising service.

Keywords: Marketing, social media, advertising, online marketing

Approved by

.....

กิตติกรรมประกาศ

(Acknowledgement)

การที่คณะผู้จัดทำได้มาปฏิบัติงานในโครงการสหกิจศึกษา ณ บริษัท เทเลอินโฟ มีเดีย จำกัด (มหาชน) ตั้งแต่วันที่ 15 พ.ค. 62 ถึงวันที่ 2 ก.ย. 62 ส่งผลให้คณะผู้จัดทำได้รับความรู้และประสบการณ์ต่างๆที่มีค่ามากมายสำหรับรายงานสหกิจศึกษานับนี้สำเร็จลงได้ด้วยดีจากความร่วมมือและสนับสนุนจากหลายฝ่ายดังนี้

1. คุณ อัจฉรา แก้วแหวน ผู้จัดการฝ่ายการตลาด
2. คุณ บุญกร ผลทับทูล เลขานุการกรรมการผู้จัดการ

และบุคคลท่านอื่นๆที่ไม่ได้กล่าวนามทุกท่านที่ได้ให้คำแนะนำช่วยเหลือในการจัดทำรายงาน

คณะผู้จัดทำขอขอบพระคุณผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลและเป็นที่ปรึกษาในการทำรายงานฉบับนี้จนเสร็จสมบูรณ์ตลอดจนให้การดูแลและให้ความเข้าใจกับชีวิตของการทำงานจริงซึ่งคณะผู้จัดทำขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ด้วย

คณะผู้จัดทำ

นางสาว สรัญญา สายสีแก้ว

สารบัญ

หน้า

จดหมายนำส่งรายงาน.....	ก
กิตติกรรมประกาศ.....	ข
บทคัดย่อ.....	ค
Abstract.....	ง
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์.....	2
1.3 ขอบเขตของโครงการ.....	2
1.4 ประโยชน์ที่ได้รับ.....	2
บทที่ 2 ทบทวนเอกสาร/วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับดิจิทัล มาร์เก็ตติ้ง.....	3
2.2 แนวคิดวิธีการใช้โฆษณาบนเฟสบุ๊ค.....	4
บทที่ 3 รายละเอียดการปฏิบัติงาน	
3.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ.....	7
3.2 ลักษณะการประกอบการผลิตภัณฑ์การให้บริการหลักขององค์กร.....	8
3.3 รูปแบบการจัดองค์การและการบริหารงานขององค์กร.....	10
3.4 ตำแหน่งและลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย.....	10
3.5 ชื่อและตำแหน่งงานของพนักงานที่ปรึกษา.....	11
3.6 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน.....	11
3.7 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน.....	11
3.8 อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้.....	12
บทที่ 4 ผลการปฏิบัติงานตามโครงการ	
4.1 วิธีการทำการตลาดบนสื่อโซเชียลมีเดีย.....	18

4.2 ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการเพิ่มยอดขายสื่อโฆษณาออนไลน์.....	22
--	----

บทที่ 5 สรุปผลและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผล ปัญหาที่พบ และข้อเสนอแนะจากโครงการ.....	31
--	----

5.2 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา.....	32
--	----

สารบัญ(ต่อ)

บรรณานุกรม.....	33
-----------------	----

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก รูปภาพการปฏิบัติงาน.....	34
------------------------------------	----

ภาคผนวก ข บทความวิชาการ.....	38
------------------------------	----

ภาคผนวก ค ไวนิล.....	43
----------------------	----

ประวัติผู้จัดทำ	45
-----------------------	----

The background of the page features a large, faint watermark of the Siam University seal. The seal is circular with a double border. The outer border contains the text 'มหาวิทยาลัยสยาม' in Thai and 'SIAM UNIVERSITY' in English. The inner circle contains a stylized emblem with a crown at the top, a central shield-like shape with horizontal lines, and a sunburst at the bottom. The text 'สารบัญตาราง' is centered over the seal.

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 3.1 แสดงระยะเวลาในการดำเนินงานโครงการ.....	12
ตารางที่ 3.2 รายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา.....	13

สารบัญรูปภาพ

หน้า

รูปที่ 3.1 ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ของบริษัท เทเลอินโฟ มีเดีย จำกัด (มหาชน)เจ้าของแบรนด์ สื่อโฆษณา “เฮลโล่เพจเจส ไทยแลนด์” หรือ www.yellowpages.co.th เว็บไซต์ ที่รวบรวมผู้ขายไว้มากที่สุด.....	9
รูปที่ 3.2 แผนผังองค์กรบริษัท เทเลอินโฟ มีเดีย จำกัด (มหาชน).....	10
รูปที่ 4.1 การแสดงผลหน้าเพจYellow E Business และเว็บไซต์ www.yellowpage.co.th บนมือถือ.....	18
รูปที่ 4.2 ภาพฐานข้อมูลลูกค้าที่เคยซื้อโฆษณากับ “เฮลโล่เพจเจส” โดยจะทำการโพสต์ โปรโมทให้กับลูกค้าวันละ 3 ราย วันจันทร์ – ศุกร์ เท่านั้น ผ่าน Fackbook ของแบรนด์ โดยใช้ชื่อเพจว่า “Yellow E Business”.....	19
รูปที่ 4.3 ตัวอย่างโพสต์โปรโมทเว็บไซต์ลูกค้าที่ซื้อโฆษณากับ “เฮลโล่เพจเจส” โดยเผยแพร่ ข้อมูลติดต่อลูกค้าบนเพจ Yellow E Business เพื่อให้ผู้สนใจสินค้าสามารถติดต่อกับ ลูกค้าได้โดยตรง.....	20
รูปที่ 4.4 ภาพตัวอย่างการตั้งโพสต์ในแถบเครื่องมือบนเพจ Facebook ที่ได้กำหนดเวลาไว้ ล่วงหน้าโดยจะเผยแพร่ตามวันเวลาที่เรากำหนดอัตโนมัติ.....	21
รูปที่ 4.5 ภาพตัวอย่างการสร้างแคมเปญโดยใช้เครื่องมือ Facebook Advertising โดยใช้ปุ่ม “ไปที่เว็บไซต์” เพื่อให้ผู้ที่พบเห็นคลิกและเชื่อมต่อไปยังเว็บไซต์.....	24
รูปที่ 4.6 ภาพตัวอย่างการสร้างแคมเปญโดยใช้เครื่องมือ Facebook Advertising โดยใช้ปุ่ม “เรียนรู้เพิ่มเติม” เพื่อให้ผู้ที่พบเห็นคลิกและเชื่อมต่อไปยังหน้าเว็บไซต์ที่ระบุข้อมูล สิทธิประโยชน์ต่างๆของสินค้าและบริการ.....	25

สารบัญรูปภาพ (ต่อ)

หน้า

รูปที่ 4.7 ภาพตัวอย่างการสร้างแคมเปญโดยใช้เครื่องมือ Facebook Advertising โดยใช้ปุ่ม “ส่งข้อความ” เพื่อให้ผู้ที่พบเห็นคลิกและเชื่อมต่อไปกล่องข้อความเฟสบุ๊กสามารถ สอบถามและสั่งซื้อสินค้าและบริการ.....	26
รูปที่ 4.8 ภาพเมนูย่อยๆที่อยู่ในหัวข้อ Awareness ,Consideration ,Conversion.....	28
รูปที่ 4.9 ภาพเมนูการกำหนดชื่อแคมเปญของเราในการโฆษณา.....	28
รูปที่ 4.10 Account Country : ประเทศของบัญชี Currency : สกุลเงิน Time Zone : โซนเวลา UTC Time, Local Time จะแสดงตามโซนเวลาที่ได้ทำการตั้งไว้.....	29
รูปที่ 4.11 เมนูในการกำหนดงบประมาณและเวลาประกอบด้วย Budget & ScheduleDaily Budget , Lifetime Budget , ScheduleRun my advert set continuously starting today และ Set a start and end date.....	30

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันธุรกิจที่เกี่ยวกับการตลาดออนไลน์มีการแข่งขันกันอย่างสูง ดังนั้นทุกองค์กรจึงต้องปรับตัวและพัฒนาสื่อดิจิทัล ให้มีความแตกต่างจากคู่แข่ง ในเรื่องของดีไซน์ ความสวยงามของเว็บไซต์ การวางกลยุทธ์และรูปแบบการดำเนินงานต่างๆ ให้มีประสิทธิภาพ เพื่อที่จะสามารถยืนหยัดแข่งขันและเพิ่มยอดขายได้

สื่อโซเชียลมีเดียเป็นส่วนหนึ่งที่มีความสำคัญต่อระบบการดำเนินงานของการตลาดออนไลน์ โดยการโปรโมทสินค้าหรือแบรนด์ผ่านช่องทางอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์อย่าง Computer หรือ สมาร์ทโฟน โดยใช้ digital marketing channel เป็นช่องทางในการส่งข้อมูล เมื่อข้อมูลถูกส่งไปแล้ว ผู้ส่งสามารถรู้ผลตอบรับได้อย่างรวดเร็ว โดยผู้รับข้อความสามารถเข้าถึงข้อความได้จากทุกที่ทุกเวลาที่เราต้องการ และสามารถรู้ได้ถึงผลตอบรับจากลูกค้าหรือคนอื่นๆ ที่พูดถึงเกี่ยวกับแบรนด์เราและยังเป็นเรื่องที่ไม่ดีด้วยแล้ว จะยังเกิดการบอกต่อพูดต่อเป็นจำนวนมากและลูกตามไปอย่างรวดเร็วจึงทำให้เกิดกระแสความต่าง ๆ ที่จะทำให้แบรนด์ได้รับผลกระทบ จึงเป็นสิ่งที่นักการตลาดออนไลน์จะต้องคอยระวังและรับมือกับการทำ digital marketing เพื่อไม่ให้เกิดกระแสการคร่ำครวญและมีผลกระทบกับแบรนด์สินค้า หลักการสำคัญของ digital marketing คือ การทำให้ลูกค้ามาแสดงความคิดเห็น มีส่วนร่วมกับแบรนด์สินค้าเพื่อให้เกิดการบอกต่อและพูดถึงแบรนด์ นอกจากนี้ digital marketing ยังรวมไปถึงการทำ SEO และการใช้เครื่องมือเฟสบุ๊คมาใช้ในการโฆษณา หรือ Facebook Advertising นั่นเอง ดังนั้นความท้าทายของนักการตลาดออนไลน์คือการเลือกใช้ digital marketing อย่างไรให้ได้ผล และมีประสิทธิภาพมากที่สุด

โดยผู้วิจัยจะทำการศึกษาวเคราะห์และจัดทำการตลาดบนโซเชียลมีเดีย สำหรับจัดเก็บข้อมูลลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ให้ได้ตามความต้องการ และจะนำข้อมูลที่ได้ไปให้พนักงานขายนำไปใช้ในการปิดการขาย โดยพนักงานขายแบ่งเป็น 2 แผนก ได้แก่ พนักงานขายที่ออกไปพบลูกค้าโดยตรงและพนักงานขายที่ขายโดยการโทรเข้าไปหาลูกค้า เพราะฉะนั้น ข้อมูลที่ได้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการเพิ่มยอดขายสื่อโฆษณาออนไลน์ให้กับองค์กรได้ และเพื่อรองรับกิจกรรมการส่งเสริมการขายให้แก่องค์กรได้ในอนาคต

จากข้อมูลที่ได้กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเรื่อง “การศึกษาวิธีการทำการตลาดบนโซเชียลมีเดีย บริษัท เทเลอินโฟ มีเดีย จำกัด (มหาชน)” เพื่อให้บริษัทสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการจัดทำการตลาดบนสื่อโซเชียลมีเดียให้ดียิ่งขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

- 1.2.1 เพื่อศึกษาวิธีการการศึกษาวิธีการทำการตลาดบนโซเชียลมีเดีย
บริษัท เทเลอินโฟ มีเดีย จำกัด (มหาชน)
- 1.2.2 เพื่อให้บริษัทสามารถนำข้อมูลไปใช้ให้เป็นประโยชน์ในการเพิ่มยอดขายสื่อโฆษณาออนไลน์

1.3 ขอบเขตของโครงการ

- 1.3.1 ด้านเนื้อหา: ศึกษาเรื่องการศึกษาวิธีการทำการตลาดบนโซเชียลมีเดีย
- 1.3.2 ด้านระยะเวลา: ศึกษาและจัดทำโครงการตั้งแต่วันที่ 24 มิถุนายน ถึง วันที่ 2 กันยายน 2562

1.4 ประโยชน์ที่ได้รับ

- 1.4.1 ทำให้ทราบถึงวิธีการการศึกษาวิธีการทำการตลาดบนโซเชียลมีเดีย
บริษัท เทเลอินโฟ มีเดีย จำกัด (มหาชน)
- 1.4.2 บริษัทสามารถนำข้อมูลไปใช้ให้เป็นประโยชน์ในการเพิ่มยอดขายสื่อโฆษณาออนไลน์

บทที่ 2

การทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “การศึกษาวิธีการทำการตลาดบนโซเชียลมีเดีย” มีการทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องดังนี้

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับดิจิทัล มาร์เก็ตติ้ง ดร. ปอญหลวง โคนทรงแสน ซีอีโอ บริษัท เดอะ แพลทฟอรม์ จำกัด Digital Marketing Agency

2.2 แนวคิดวิธีการใช้โฆษณาบนเฟสบุ๊ค Molek

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับดิจิทัล มาร์เก็ตติ้ง

จากข้อมูลสถิติของ EDTA ระบุว่า ในปี 2018 คนไทยใช้เวลากับโซเชียลมีเดีย เฉลี่ยถึง 10 ชั่วโมงต่อวัน และเป็น 1 ในประเทศที่มีการเข้าถึงโซเชียลมีเดียมากที่สุด นั่นชัดเจนแล้วว่าโซเชียลมีเดียยังคงเป็นแนวทางที่สดใสของนัก Online marketing แต่เรื่องแพลตฟอร์มในการทำการตลาดดิจิทัลเป็นอีกด้านที่ต้องเรียนรู้ ซึ่งแพลตฟอร์มที่มีการเข้าถึงมากที่สุดคือ Youtube, Line, และ Facebook จุดประสงค์ของการทำ Online Marketing ส่วนใหญ่ หลายคนอาจมองว่าเพื่อเพิ่มยอดขายเพียงอย่างเดียว แต่นอกจากการทำ Online Marketing จะนำมาซึ่งรายได้และยอดขายที่เพิ่มขึ้นแล้ว ผลพลอยได้อีกอย่างในการทำ Online Marketing ที่จะได้รับ คือ การสื่อสารกับลูกค้า ให้ลูกค้ารู้จักและเข้าใจในแบรนด์ของเรามากยิ่งขึ้น การติดต่อลูกค้าได้โดยตรงจากช่องทางที่เข้าถึงง่าย จะทำให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์ใหม่ที่ดีจากแบรนด์ ควรจะทำให้การซื้อขายเป็นเรื่องที่ง่ายขึ้น สร้างความผูกพันแบรนด์ระหว่างแบรนด์และลูกค้าให้มากขึ้น จากการบริการหลังการขาย

2.1.1 แนวทางการปรับปรุงและพัฒนาดิจิทัล มาร์เก็ตติ้ง เช่น

- 1) เทียบเว็บไซต์หรือหาข้อมูล ด้วยการหาว่า Traffic ของเว็บคู่แข่งเป็นอย่างไร หรือเว็บไซต์ที่เราสนใจนั้นมีลักษณะอย่างไร
- 2) เครื่องมือวิเคราะห์ SEO สามารถใช้เครื่องมือจาก Google ได้เช่นกันในการหาว่ากลุ่มเป้าหมายนั้นกำลังหาคำว่าอะไร หรือมีความสนใจใน Keyword ไหนบ้าง
- 3) การเขียน Content Blog ถ้าจะทำเว็บไซต์และเขียน Blog การจัดการ Blog นั้นเป็นหนทางหนึ่งที่จะทำให้การทำงานต่าง ๆ ง่ายขึ้น

4) เครื่องมือจัดการ Social Media ในปัจจุบันการทำ social Media นั้นเป็นเรื่องสำคัญอย่างมากในการทำการตลาด ดังนั้นการมีเครื่องมือที่ช่วยจัดการและดูแลเนื้อหา พร้อมมีการวัดผลจึงมีความจำเป็นอย่างมาก

5) เครื่องมือทำ E-mail Marketing ในปัจจุบันระบบการทำ E-mail Marketing นั้นกลับมาได้รับความนิยมอีกครั้ง โดยสามารถสร้างการเชื่อมต่อและปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายหรือลูกค้าได้โดยตรงเลยทีเดียว

2.2 แนวคิดวิธีการใช้โฆษณาบนเฟสบุ๊ก

ปัจจุบันในประเทศไทยมีการใช้โฆษณาบนเฟสบุ๊กเป็นจำนวนมาก แต่ยังคงขาดบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญในการใช้เครื่องมือโฆษณาบนเฟสบุ๊ก จึงเป็นสาเหตุหลักที่ทำให้ในบางครั้ง การยิงโฆษณาออกไปแล้วไม่ได้ผล ไม่ได้ยอดขายกลับมา หรือ ไม่ได้ยอดขายเท่าที่ควรจะได้ ดังนั้น การโฆษณาบนเฟสบุ๊ก 5 ขั้นตอนนี้จึงมีส่วนสำคัญ

ขั้นตอนที่ 1 มีความเข้าใจจุดประสงค์ในการยิงโฆษณา

ปัจจุบันประเทศไทยยังขาดบุคลากรที่เชี่ยวชาญในการทำโฆษณาอยู่ ส่วนใหญ่จะทำพอได้ เป็นแค่ทักษะพื้นฐาน บางครั้งเจ้าของเพจก็อยากได้ไลค์เยอะๆ การมีส่วนร่วมเยอะๆ แต่ไม่สามารถเปลี่ยนยอดไลค์เป็นยอดขายได้ ซึ่งการที่จะทำโฆษณาให้ได้ผลนั้นต้องมีจุดประสงค์ ว่าทำไปเพื่ออะไร เพื่อเพิ่มยอดขาย หรือ สร้าง Brand Awareness อีกอย่างก็ต้องมีผู้เชี่ยวชาญในการทำโฆษณาขั้นสูง หรือถ้าไม่มีเวลาหรือยังไม่มีทีมงานที่เชี่ยวชาญ ก็สามารถใช้บริการ Digital Agency ได้เช่นกัน สามารถประหยัดทั้งเวลา ประหยัดทั้งงบประมาณ

ขั้นตอนที่ 2 ตั้งกลุ่มเป้าหมายให้โดน

การตั้งกลุ่มเป้าหมายสำคัญอย่างมาก ในการทำโฆษณาในเฟสบุ๊ก เป็นตัวชี้วัดได้เลยว่าโฆษณาของเราจะมีประสิทธิภาพหรือไม่ การตั้งกลุ่มเป้าหมายไม่โดนตรงจุดนั้น ก็เหมือนกับเราไปเก็บมะม่วงในสวนทุเรียน ทำโฆษณาอย่างไร ก็ยังไม่เจอลูกค้าจริงๆซักที วิธีแก้ไขปัญหานี้ไม่ใช่เรื่องยาก เพียงแค่เราต้องรู้จักและเข้าใจกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของเราอย่างละเอียดเสียก่อน ต้องรู้ข้อมูลพื้นฐานด้วย สถานที่อยู่ ที่พัก เรียนรู้พฤติกรรม ความชอบ การติดตามเพจของกลุ่มเป้าหมาย ตัวอย่างเช่น รู้ว่าลูกค้าของเราส่วนใหญ่ชอบเล่น Facebook และเล่นบ่อยมาก เพราะฉะนั้น เราจะพลาดไม่ได้ที่แบรนด์ของเรา

จะมี Facebook และเวลาทำโฆษณา ก็ให้ทำโฆษณาบน Facebook ด้วย สามารถดูวิธีการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ใน Facebook เลย

ขั้นตอนที่ 3 จงทำตัวเป็นลูกค้า อย่าเอาตัวเองเป็นจุดศูนย์กลาง

ให้เราเปรียบเทียบตัวเองเป็นลูกค้า เวลาเราเจอโฆษณาแบบนี้เราจะกดเข้ามาดูหรือเปล่า เห็นรูปนี้ เป็นกราฟฟิคนั้น เราสะดุดตาหรือไม่ ถ้าเราคิดแบบนี้ได้ ก็ไม่ยากที่จะทำโฆษณาให้โดนกลุ่มเป้าหมาย รูปภาพที่ใช้ในการทำโฆษณาเป็นอีกอย่างหนึ่งที่สำคัญ ต้องสะดุดตาทำให้กลุ่มเป้าหมายหยุดดูโฆษณาของเราให้ได้ ทั้งนี้ทั้งนั้น ถ้าเรารู้จักกลุ่มเป้าหมายดีพอ เราจะรู้ว่ากลุ่มเป้าหมายของเราชอบรูปภาพแบบไหน แล้วเราจะออกแบบออกมาให้โดนกับกลุ่มเป้าหมายของเราได้ ยกตัวอย่างเช่น ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของเราชอบรูป หรือถ่ายภาพแบบ Hipster เพราะฉะนั้นรูปที่เราจะนำมาใช้ในการทำโฆษณา ก็ต้องเป็นรูปที่ดู Hipster ให้ตรงกับที่กลุ่มเป้าหมายชอบดู เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 4 หัวข้อและข้อความต้องดึงดูดความสนใจ

บางครั้งกลุ่มเป้าหมายสนใจหยุดดูโฆษณาของเราแล้ว ข้อความอ่านแล้วไม่น่าสนใจ ไม่ดึงดูด หรืออาจเวียนเว้อมากเกินไป ก็ทำให้กลุ่มเป้าหมายไม่ยอมอ่านต่อ หรือเลื่อนผ่านโฆษณาของเราไป แนะนำให้เขียนข้อความดึงดูดตั้งแต่ 2-3 บรรทัดแรก ซึ่งอาจจะกล่าวถึงปัญหาของกลุ่มเป้าหมาย หรือ คำคมโดนๆ ข้อความต่อๆมาถือว่ายาวเว้อมากนักร ปัจจุบันคนสมาธิสั้นลง อยู่กับข้อความของเราไม่ได้นานมาก เพราะคนไทยอ่านหนังสือไม่เกิน 7 บรรทัด

ขั้นตอนที่ 5 เลือกประเภทการทำโฆษณาให้เหมาะสม

ยกตัวอย่างให้เข้าใจง่ายๆ ถ้าเราต้องการดึงคนเข้าเว็บไซต์ ที่สามารถให้คนคลิกเข้าเว็บไซต์เราได้เลย ก็ควรเลือกทำโฆษณาประเภท Click to website เมื่อเราต้องการซื้อโฆษณาคอนเทนต์ที่เป็นวิดีโอ ก็ให้เลือกประเภท การรับชม วิดีโอ เป็นต้น

2.2.1 วัตถุประสงค์ของการโฆษณาบนเฟสบุ๊ค

- 1) เพิ่มยอดกดไลค์หรือติดตามเพจบนเฟสบุ๊คมากขึ้น
- 2) เพื่อทำการตลาดบนสื่อโซเชียลมีเดีย เก็บข้อมูลเพื่อนำมาเป็นประโยชน์ทางการตลาด
- 3) สร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า ว่าได้รับบริการหลังการขาย โดยการโปรโมทเว็บไซต์ให้กับลูกค้า
- 4) สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า หรือ แฟนเพจ ในการตอบคำถาม ข้อสงสัยต่างๆ เกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ และเป็นตัวกลางที่นำ B to C หรือ Business to Consumer การขายสินค้าไปยัง

ผู้บริโภคทั่วโลกโดยตรง บริษัทหรือองค์กรธุรกิจที่ขายด้วยวิธีการนี้จะตัดตัวกลางออกไป เช่น ผู้นำเข้า ผู้จัดจำหน่าย พ่อค้าส่ง และพ่อค้าปลีกทั้งหมด เพื่อทำกำไรที่เพิ่มขึ้นในขณะที่สามารถขายสินค้าได้ถูกลง เพราะไม่ต้องแบ่งกำไรให้พ่อค้าคนกลาง ในที่นี้กล่าวถึง โฆษณบนเฟสบุ๊คที่นำผู้ขายและผู้ซื้อมาเจอกันบนสื่อโซเชียลมีเดีย ซึ่งอาจเกิดขึ้นได้ทั้งแบบ มีคนกลางและไม่มีคนกลาง

5) สามารถวางแผนการนำเสนอ ข่าวสาร บันทึกลงต่างๆ ให้กับลูกค้าและแฟนเพจได้เหมาะสม และสามารถเก็บข้อมูล พฤติกรรมความชอบต่างๆที่จะเป็นประโยชน์ได้ในทางการตลาด

2.2.2 ประโยชน์ของการ โฆษณบนเฟสบุ๊ค

1) แฟนเพจคือช่องทางโปรโมทธุรกิจที่ดี การสร้างแฟนเพจในเฟสบุ๊ค สามารถทำให้บุคคลทั่วไป นักธุรกิจ นักลงทุน หรือสื่อที่สนใจในธุรกิจของเรา มีโอกาสเข้าถึงธุรกิจของเราได้ง่ายขึ้น และจะเป็นลูกค้าในอนาคตของเรา

2) มีกลุ่มคนเข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์มากขึ้น การใส่ลิงก์ที่สามารถเชื่อมต่อไปยังเว็บไซต์ทุกครั้งที่ได้ทำการโพสต์ จะทำให้เว็บไซต์มีผู้เข้ามาเยี่ยมชมเพิ่มมากขึ้น เพราะหากผู้อ่านเกิดความสนใจ หรือต้องการข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจมากขึ้น ลิงก์ที่ได้ใส่ไป สามารถตอบสนองความต้องการในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารให้กับกลุ่มลูกค้าได้

3) เพิ่มความสามารถในการทำการตลาดแบบ SEO มีหลายความหมาย แต่การทำ SEO สำหรับแฟนเพจในเฟสบุ๊คนั้นก็เพื่อเพิ่มโอกาสในการค้นหาผ่าน Search Engine อย่าง Google ให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น

4) พบเครื่องมือที่ดีได้ในเฟสบุ๊ค เพราะในการสร้างแฟนเพจ จะมีเครื่องมือรายงานผลสถิติต่างๆ ให้ได้เลือกดู ใช้สำหรับการวางแผน ในการทำการตลาดที่ดีในอนาคต

5) สร้างความได้เปรียบคู่แข่ง ลองคิดว่าคู่แข่งสามารถใช้แฟนเพจในการครองใจกลุ่มลูกค้าจำนวนมาก โดยการให้ข้อมูล จัดกิจกรรม ประชาสัมพันธ์สิ่งต่างๆ

บทที่ 3
รายละเอียดการปฏิบัติงาน

3.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ



ชื่อ : เทเลอินโฟ มีเดีย จำกัด (มหาชน)



ที่ตั้ง : เลขที่ 1126/2 อาคารวานิช 2 ชั้น 28 ห้องเลขที่ 2803 2804 ถนน เพชรบุรีตัดใหม่
แขวง มักกะสัน เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร 10400

โทรศัพท์ : 0-2262-8888

โทรสาร : 0-2262-8899

E-mail : customerservice@teleinfomedia.co.th

เว็บไซต์ : www.teleinfomedia.co.th

3.2 ลักษณะการประกอบการ ผลิตภัณฑ์การให้บริการหลักขององค์กร

3.2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานประกอบการ

บริษัท เทเลอินโฟ มีเดีย จำกัด (มหาชน) ผู้นำสื่อธุรกิจครบวงจร เป็นผู้ดำเนินการจัดทำสมุดหน้าเหลือง Thailand YellowPages อย่างเป็นทางการมาตั้งแต่ปี 2534 ด้วยความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาสื่อธุรกิจทุกรูปแบบ เพื่อให้เกิดบริการที่สะดวก รวดเร็วและตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า เราจึงได้พัฒนาบริการให้ครอบคลุมทุกกลุ่มผู้ใช้งานมากขึ้น

3.2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับบริการของสถานประกอบการ

3.2.2.1 บริษัท เทเลอินโฟ มีเดีย จำกัด (มหาชน) เป็นผู้ให้บริการ 1188 Thailand YellowPages เป็นบริการที่ช่วยค้นหาหมายเลขโทรศัพท์ที่ต้องการ รวมทั้งให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการ ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ผ่านหมายเลข 1188 ช่วยให้การค้นหาลง่ายเพียงปลายนิ้ว และยังมี Thailand YellowPages Application ให้ดาวน์โหลดผ่านมือถือสามารถตอบโต้ทอล์คฟอสต์ได้ของคนรุ่นใหม่ รองรับได้ทั้งระบบ iOS และ Android

3.2.2.2 เอเจนซีตัวแทนขายสื่อโฆษณาออนไลน์บน www.yellowpages.co.th เป็นเว็บไซต์ที่รวบรวมหมายเลขโทรศัพท์ข้อมูลสินค้า บริษัท ห้างหุ้นส่วน ร้านค้าต่างๆ และบริการกว่า 6 ล้านเลขหมายทั่วประเทศไทย เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ง่าย และเกิดความคุ้มค่าสูงสุด สามารถนำผู้ซื้อและผู้ขายมาเจอกันบนเว็บไซต์ ลูกค้าของ www.yellowpages.co.th คือกลุ่มนักธุรกิจ เจ้าแก่ เป็นส่วนใหญ่ และผู้ที่เข้ามาร้านค้าในเว็บไซต์ก็จะเป็นกลุ่มธรรมดาทั่วไป ลักษณะการประกอบธุรกิจนี้จึงเรียกว่า B to C (Business to consumer)

3.2.2.3 เอเจนซีตัวแทนผู้ให้บริการ TMC Outsourced Contact Center หรือบริการ Call Center อย่างครบวงจรและมีมาตรฐาน เรามีเทคโนโลยีและเครื่องมือทุกอย่างในงานด้าน Call Center คอยให้บริการลูกค้าที่สนใจใช้บริการกับเรา โดยบริษัทลูกค้าที่ว่าจ้างไม่ต้องลงทุนค่าใช้จ่ายระบบ หรือค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงาน รวมถึงการบริหารจัดการบุคลากรในการทำงาน แต่ยังสามารถเพิ่มขีดความสามารถด้านธุรกิจหรือการตลาดได้ทันที ให้ลูกค้าได้ติดต่อกับบริษัทได้ง่ายขึ้น และสามารถเพิ่มบริการใหม่ๆ ได้ตลอดเวลา

3.2.2.4 บริการโปรโมทบน Facebook ให้กับกลุ่มลูกค้าที่ซื้อโฆษณาบน www.yellowpages.co.th โดยไม่มีค่าใช้จ่ายในการโปรโมท เนื่องจากได้ซื้อบริการกับเว็บไซต์ของเรา โดยจะทำการโพสต์โปรโมทให้กับลูกค้าวันละ 3 ราย เฉพาะวันจันทร์ถึงศุกร์เท่านั้น และเลือกช่วงเวลาที่เหมาะสมในการโพสต์ รวมถึงบริการตอบคำถามผ่านช่องทาง Facebook ของบริษัท ใช้ชื่อเพจว่า “Yellow E Business”

ดังนั้น จึงเชื่อมั่นได้ว่าทุกบริการที่ได้รับการพัฒนาอย่างไม่หยุดนิ่งจากบริษัท คือ สิ่งที่ใช้และผู้ลงโฆษณาจะได้รับประโยชน์สูงสุด เพื่อก้าวเข้าสู่ยุคดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบ



รูปที่ 3.1 ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ของบริษัท เทเลอินโฟ มีเดีย จำกัด (มหาชน)
เจ้าของแบรนด์สื่อโฆษณา “เฮลโล่เพจเจส ไทยแลนด์” หรือ www.yellowpages.co.th เว็บไซต์ที่รวบรวมผู้ขายไว้มากที่สุด

3.3 รูปแบบการจัดองค์กรและการบริหารงานขององค์กร



รูปที่ 3.2 แผนผังองค์กร บริษัท เทเลอินโฟ มีเดีย จำกัด (มหาชน)

3.4 ตำแหน่งและลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย

นางสาวสรัญญา สายสีแก้ว ตำแหน่ง นักศึกษาฝึกงานฝ่ายการตลาด งานที่ได้รับมอบหมาย มีดังต่อไปนี้

- 3.4.1 โทรประสานงานสอบถามลูกค้า (Call Center)
- 3.4.2 ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ (Public Relations), Advertising Concept
- 3.4.3 บริหารจัดการข้อมูลในระบบ Yellow Pages
- 3.4.4 ออกแบบคู่มือส่งเสริมการขาย เพื่อเป็นเครื่องมือให้พนักงานขายใช้ปิดการขาย
- 3.4.5 เขียน SEO (Search Engine Optimization) เพื่อจัดทำฐานข้อมูล (Database)

3.4.6 เขียน Story board 3 เวอร์ชัน ได้แก่ เวอร์ชัน Gen Y, เวอร์ชัน Baby boomer, Scoop สาระว่าทำไมต้องทำ Digital Marketing

3.4.7 จัดทำหน้า Promotion Landing Page

3.5 ชื่อและตำแหน่งพนักงานของพนักงานที่ปรึกษา

คุณ อัจฉรา แก้วแหวน ตำแหน่ง ผู้จัดการฝ่ายการตลาด

คุณ นุชกร ผลทับทูล ตำแหน่ง เลขานุการกรรมการผู้จัดการ

3.6 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน

ระยะเวลาที่ปฏิบัติงานตั้งแต่วันที่ 15 พฤษภาคม – 2 กันยายน 2562

3.7 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน

3.7.1 รวบรวมและศึกษาข้อมูลวิธีการทำการตลาดบนโซเชียลมีเดีย

ศึกษาข้อมูลหาปัญหาและสอบถามพนักงานที่ปรึกษาเกี่ยวกับรูปแบบวิธีการทำการตลาดบนโซเชียลมีเดีย

3.7.2 วิเคราะห์ระบบงานการเพิ่มจำนวนผู้ติดตามและกดถูกใจเพจ

นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์แก้ไขปัญหาในการเพิ่มจำนวนผู้ติดตามและกดถูกใจเพจเพื่อให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

3.7.3 ออกแบบระบบงานการศึกษาวิธีการทำการตลาดบนโซเชียลมีเดีย

ทำการออกแบบและจัดทำโฆษณาบนเฟสบุ๊ก (Facebook Advertising) เพื่อใช้เก็บ Lead Generation และทำการตลาดบนโซเชียลมีเดีย

3.7.4 สรุปผลข้อมูลการศึกษาวิธีการทำการตลาดบนโซเชียลมีเดีย

3.7.5 จัดทำเอกสารประกอบโครงการ

3.7.6 ระยะเวลาในการดำเนินงาน

ตารางที่ 3.1 แสดงระยะเวลาในการดำเนินงานโครงการ

ขั้นตอนการดำเนินงาน	มิ.ย. 62	ก.ค. 62	ส.ค. 62	ก.ย. 62
1. รวบรวมข้อมูลและศึกษา	←	→		
2. วิเคราะห์ข้อมูล		←	→	
3. สรุปผลข้อมูล	←	→		
4. ออกแบบการทำงาน		←	→	
5. นำเสนอข้อมูล			←	→
6. จัดทำเอกสารประกอบโครงการ		←	→	→

3.8 อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้

ฮาร์ดแวร์

1. เครื่องคอมพิวเตอร์ (Computer)
2. เครื่องพิมพ์เอกสาร (Printer)
3. โทรศัพท์มือถือ (Smartphone)
4. เครื่องถ่ายเอกสาร (Photocopier)

ซอฟต์แวร์

1. โปรแกรม Microsoft Office Word 2007
2. โปรแกรม Microsoft PowerPoint 2007
3. โปรแกรม Microsoft Excel 2007
4. Outlook 2013

ตารางที่ 3.2 รายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

ระยะเวลา	รายละเอียดการปฏิบัติงานสหกิจ
สัปดาห์ที่ 1	-การออกแบบคู่มือ เพื่อส่งเสริมการขาย -เป้าหมายในการเพิ่มยอดผู้ติดตามหรือคลิกไลค์ในเพจ Facebook -วิธีการใช้ Phabricator สื่อสารภายในองค์กร
สัปดาห์ที่ 2	-การออกแบบ Hand borad เพื่อใช้ในกิจกรรมต่างๆของบริษัท -การบริหารจัดการ (SEO Seach Engine Optiimization) -การเขียนข้อความ Tie in Ad ใช้ในการโฆษณาผ่านหน้าเว็บไซต์เพื่อกลุ่มเป้าหมาย (B2B E-Commerce Platform)
สัปดาห์ที่ 3	-การเขียน story board เพื่อจัดทำ VDO โปรโมทหรือเพื่อให้เป็นเครื่องมือในการปิดการขาย -การเขียน Mork up สรุปรงานในแต่ละงาน -การเขียน Content เพื่อให้มีความสนใจเพื่อเพิ่มจำนวนการคลิกไลค์ในเพจ Facebook -การจัดการ Database Marketing -part maketing communication ได้แก่ creative artwork / VDO / Social media marketing / Data Marketing / Content Marketing Marketing

ตารางที่ 3.2 รายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา (ต่อ)

ระยะเวลา	รายละเอียดการปฏิบัติงานสหกิจ
สัปดาห์ที่ 4	-จัดเตรียมงานแถลงข่าว Project Director, IsWhere Pte Ltd. ในวันที่ 6 มิ.ย 62 -QA test Bizup (Bizup คือ สิทธิพิเศษของลูกค้า Ais ที่เป็น Corporate ถ้าเป็นในส่วนของบุคคลธรรมดาจะใช้ชื่อว่า Serenade) -จัดอีเว้นท์ เปิดตัวแอปพลิเคชันใหม่ “IsWhere” เมื่อวันที่ 6 มิ.ย. 62 ที่ โรงแรมโนโวเทล เพลลินจิต -การจัดทำ Post PR ภายในองค์กร -โทรประสานงานสอบถามลูกค้า (Call Center)
สัปดาห์ที่ 5	-การสร้าง New Campaign Page เตรียมหน้า Promotion Landing Page -การเขียน Tag line โปรโมทในการทำโปรจกต์ IsWhere Application -เขียนเงื่อนไขการรับสิทธิ์บนหน้าเว็บแคมเปญ Bizup -เขียน Slogan สั้นๆ สิทธิพิเศษ YellowPage ที่สมัครสมาชิก Bizup -ประชุมร่วมกับทีมงาน Ais @SC Tower ถึงแนวทางการโปรโมท IsWhere Application
สัปดาห์ที่ 6	-QA test code แคมเปญ Bizup เพิ่มเติม -การหาละติจูด ลองติจูด เพื่อเขียนเพิ่มเติมใน Data base -โครงการการศึกษาวิธีการทำการตลาดบนโซเชียลมีเดีย กำหนดหัวข้อและประเมินว่าต้อง

ตารางที่ 3.2 รายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา (ต่อ)

ระยะเวลา	รายละเอียดการปฏิบัติงานสหกิจ
	ใช้งบในการตั้ง Post ประมาณเป็นจำนวนเงิน เท่าไรต่อเดือน
สัปดาห์ที่ 7	-เตรียมแบบการทำ Brochure และ Flyer สำหรับทำ sale kit -ออกกองนอกสถานที่เก็บภาพบรรยากาศงาน ทำบุญออฟฟิศ Outsourced contact center ที่ ขยายใหม่ เพื่อทำ PR ขึ้นหน้าเว็บ -เตรียม PR งานทำบุญและ Post PR เพื่อติด ประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร
สัปดาห์ที่ 8	-โพสต์ผลสลากกินแบ่งรัฐบาลอัปเดตบนเพจ Facebook -เปลี่ยน PR ภายในองค์กรอัปเดตข่าวใหม่ -เข้าร่วมฟังการเทรน sale เพื่อเป็นความรู้ เกี่ยวกับ Product ใหม่ -เตรียมส่งจดหมายและคู่มือ Big talk ให้กับ ลูกค้า
สัปดาห์ที่ 9	-เตรียมจดหมาย Big talk คู่มือนำเสนอลูกค้า ไปยังโบนาฟาก -Post PR ทำบุญวัดพระบาททำบุญ เตรียม PR ส่ง mail ภายในองค์กร -เชิญเลขพัสดุจดหมาย Big talk คู่มือ เพื่อเก็บ เป็นฐานข้อมูล -ประชุมเตรียมออกอีเว้นท์เกี่ยวกับ SME @เซ็นทรัลชิดลม

ตารางที่ 3.2 รายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา (ต่อ)

ระยะเวลา	รายละเอียดการปฏิบัติงานสหกิจ
สัปดาห์ที่ 10	-เตรียม Project ที่จะใช้โปรโมทในเพจ Yellow E Business -ประสานงานปรับเปลี่ยน Logo บน homepage YP
สัปดาห์ที่ 11	-เตรียม story board เชิงสาคคีเกี่ยวกับ Digital Marketing -เขียน SEO เพิ่มเติม Data polymer -จัดทำ Brief แคมเปญ Facebook ตัวที่ 2
สัปดาห์ที่ 12	-แปลหน้าเว็บจากภาษาไทยเป็นอังกฤษ เพิ่มช่องทางการสื่อสารให้มี 2 ภาษา -เขียน SEO จำนวนไม่เกิน 350 char เพื่อเก็บฐานข้อมูล Data polymer -กด Invite ผู้ที่กดไลค์โพสในเพจ เพื่อเพิ่มยอด like / Follow Page
สัปดาห์ที่ 13	-เขียนโปรโมทแอปพลิเคชัน IsWhere สำหรับที่จะไปวางในเว็บของ CSL -รวบรวมภาพที่จะดาวน์โหลดไว้เพื่อใช้ในโอกาสต่างๆ
สัปดาห์ที่ 14	-แก้ไขข้อความ Tag line ที่จะโปรโมทแอปพลิเคชัน IsWhere สำหรับที่จะไปวางไว้ในเว็บของ CSL
สัปดาห์ที่ 15	-ประชุมแบ่งงานให้กับนักศึกษาฝึกงานใหม่ -ตั้งโพส Facebook ล่วงหน้าโปรคมทกกิจการลูกค้า -แนะนำงานให้กับนักศึกษาฝึกงานใหม่ พร้อมตัวอย่างงาน

ตารางที่ 3.2 รายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา (ต่อ)

ระยะเวลา	รายละเอียดการปฏิบัติงานสหกิจ
สัปดาห์ที่ 16	-สรุปงานอีเว้นท์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ปี 2562 -รวบรวมข้อมูลประเทศเวียดนาม CMVL Data -เขียน blog แชร์ประสบการณ์ฝึกงานบนเว็บ www.Teleinfomedia.co.th
สัปดาห์ที่ 17	-แก้ไขตรวจสอบความเรียบร้อย blog แชร์ประสบการณ์ฝึกงานที่จะขึ้นหน้าเว็บ

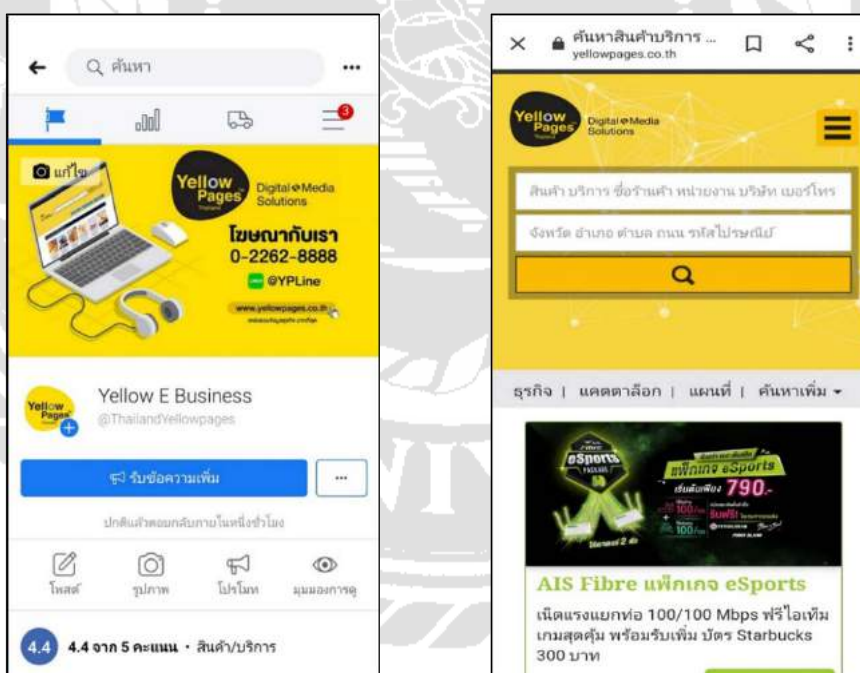
บทที่ 4

ผลการปฏิบัติงานตามโครงการ

จากการศึกษาปฏิบัติงานในแผนกนักศึกษาฝึกงานการตลาดได้ศึกษาเกี่ยวกับวิธีการทำการตลาดบนสื่อโซเชียลมีเดีย และข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการเพิ่มยอดขายสื่อโฆษณาออนไลน์ เพื่อที่จะนำไปปรับใช้ในองค์กรได้แก่

4.1 วิธีการทำการตลาดบนสื่อโซเชียลมีเดีย

ปัจจุบันผู้ประกอบการส่วนใหญ่นิยมหันมาใช้เครื่องมือดิจิทัล มาร์เก็ตติ้ง หรือการใช้การประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างบนสื่อโซเชียลมีเดีย การโฆษณาสินค้าผ่านทั้งทางเว็บไซต์และเฟสบุ๊ค ดังนั้น บริษัทจึงต้องมีการปรับตัว ให้ทันต่อความต้องการผู้บริโภคหรือผู้ประกอบการขนาดย่อมที่เป็นลูกค้าของบริษัท จึงได้มีการใช้เว็บไซต์และเฟสบุ๊คในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างภายนอกและภายในองค์กร เพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าของผู้ประกอบการขนาดย่อม ห้างหุ้นส่วน และร้านค้าทั่วไป



รูปที่ 4.1 การแสดงผลหน้าเพจ Yellow E Business และหน้าเว็บไซต์ www.yellowpage.co.th บนมือถือ

การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเว็บไซต์ของบริษัท เทเลอินโฟ มีเดีย จำกัด (มหาชน) ภายใต้ชื่อแบรนด์ “เฮลโล่เพจเจส” นั้นสามารถสร้างการรับรู้และจดจำแบรนด์ต่อผู้ใส่

Subdomain	PO	Coupon Code	Group	Year	Stage	Price	URL	end_date	Facebook post
331			Member	2017	2554785	400100	https://firepumpsystem-nippon.yellowpages.co.th/	10/3/2019	เช้า
332			Member	2017	2554785	417200	https://emergencyplumbingtraining-nippon.yellowpages.co.th/	10/3/2019	เช้า
333			Member	2017	4932199	209600	https://jokongkarn.yellowpages.co.th/	10/3/2019	28/3/2019
334	PO1800082			2018	6503062	288400	https://e-sahakit.yellowpages.co.th/	10/3/2019	29/3/2019
335				2017	9643914	134800	https://ala.yellowpages.co.th/	10/3/2019	
336				2017	12055691	013200	https://bamphreconstruction.yellowpages.co.th/	10/3/2019	
337				2017	13273799	172700	https://poseng.yellowpages.co.th/	10/3/2019	
338				2017	15319981	049900	https://sengpruek.yellowpages.co.th/	10/3/2019	29/3/2019
339				2017	16525665	024400	https://pojanayon.yellowpages.co.th/	10/3/2019	29/3/2019
340				2017	19148860	039000	https://appleclearingapples.yellowpages.co.th/	10/3/2019	1/4/2019
341	PO1800100			2018	28007152	209600	https://5caraudio.yellowpages.co.th/	10/3/2019	1/4/2019
342	PO1800013			2018	37961075	040100	https://bestpac.yellowpages.co.th/	10/3/2019	1/4/2019
343				2017	48731571	001900	https://windshieldchangmai.yellowpages.co.th/	10/3/2019	2/4/2019
344	PO1800178			2018	50271864	028000	https://milkcake.yellowpages.co.th/	10/3/2019	2/4/2019
345				2017	50841890	013200	https://sicharoenhomecenter.yellowpages.co.th/	10/3/2019	2/4/2019
346	PO1800002			2018	51644568	072000	https://undrive.yellowpages.co.th/	10/3/2019	3/4/2019
347				2017	50751011	044100	https://j4.yellowpages.co.th/	10/3/2019	
348				2017	52064934	171300	https://thaiyongplung.yellowpages.co.th/	10/3/2019	3/4/2019
349	PO1800165			2018	52066219	288400	www.มกราคม.คอม	10/3/2019	9/4/2019
350	PO1800165			2017	52116813	161900	https://ma-plastic.yellowpages.co.th/	10/3/2019	3/4/2019
351				2017	52128421	250800	https://saiyathetbedduglaxo.yellowpages.co.th/	10/3/2019	
352	PO1800103			2018	52167855	244900	https://www.chokechaisai.com/	10/3/2019	9/4/2019
353				2017	52196379	288400	https://doluminium.yellowpages.co.th/	10/3/2019	
354	PO1800111			2018	52199584	174900	https://psiboonnecity.yellowpages.co.th/	10/3/2019	4/4/2019
355				2017	52206134	284800	https://chiamallabpham.yellowpages.co.th/	10/3/2019	
356				2017	52208927	098800	https://karasncopy.yellowpages.co.th/	10/3/2019	4/4/2019
357	PO1800131			2017	52216425	288400	https://na-aluminium.yellowpages.co.th/	10/3/2019	4/4/2019
358				2017	52216744	288400	https://salsaluminium.yellowpages.co.th/	10/3/2019	5/4/2019
359				2017	52220055	172100	https://lamacushion.yellowpages.co.th/	10/3/2019	5/4/2019
360	PO1800126			2018	52229441	160600	https://panyathaplastic.yellowpages.co.th/	10/3/2019	5/4/2019
361	PO1800126			2018	52238739	106200	https://spicesystem.yellowpages.co.th/	10/3/2019	9/4/2019
362				2017	52257586	288400	https://amwajones.yellowpages.co.th/	10/3/2019	10/4/2019
363				2017	52270034	210900	https://spthvongtrakon.yellowpages.co.th/	10/3/2019	10/4/2019
364	PO1800056			2018	52286419	183900	www.saiyathetbedduglaxo.com/	10/3/2019	11/4/2019
365	PO1800064			2018	52286419	183900	www.saiyathetbedduglaxo.com/	10/3/2019	11/4/2019
366				2017	52296088	288400	https://patonoshiuminium.yellowpages.co.th/	10/3/2019	11/4/2019

รูปที่ 4.2 ภาพฐานข้อมูลลูกค้าที่เคยซื้อโฆษณากับ “เฮลโล่เพจเจส” โดยจะทำการโพสต์โปรโมทให้กับลูกค้าวันละ 3 ราย วันจันทร์ – ศุกร์ เท่านั้น ผ่าน Facebook ของแบรนด์ โดยใช้ชื่อเพจว่า “Yellow E Business”

สื่อโซเชียลมีเดียในชีวิตประจำวัน เพราะลักษณะการใช้สื่อโซเชียลมีเดียของคนไทยมีจำนวนมากจึงเหมาะที่จะใช้ช่องทางนี้ในการประชาสัมพันธ์หรือยิงแคมเปญที่เป็นประโยชน์ในการทำธุรกิจ ทั้งยังจะเพิ่มประโยชน์ในการโปรโมทแบรนด์ของบริษัทเพิ่มมากขึ้น บริษัท เทเลอินโฟ มีเดีย จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจให้บริการสื่อโฆษณาออนไลน์ผ่านทางเว็บไซต์และเฟสบุ๊ค ทำให้ได้ทราบถึงวิธีการทำการตลาดของบริษัท ดังนี้

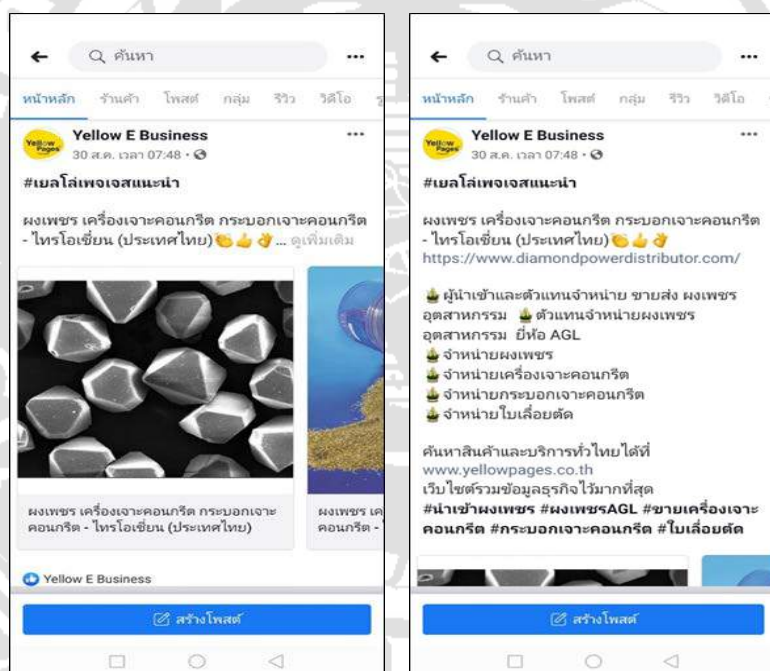
4.1.1. จัดทำตารางฐานข้อมูลลูกค้าใน Microsoft Excel

ในแต่ละบริษัทจะมีฐานข้อมูลของลูกค้าที่เคยซื้อหรือใช้บริการสื่อโฆษณาของบริษัท ส่วนใหญ่จากพนักงานฝ่ายขายบริษัทจะมีฐานข้อมูลลูกค้าเก็บไว้ เพื่อเป็นฐานข้อมูลในการพัฒนา

ผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท โดยเอาข้อมูลลูกค้าจากฝ่ายขายมาทำเป็นตาราง Excel กำหนดหัวข้อตารางได้แก่ Subdomain , Po , COUPONCODE , Group , Year , รหัสลูกค้า , รหัสหมวดหมู่ , ชื่อธุรกิจ, URL , End

4.1.2. การเขียน Content โปรโมทบนเพจเฟสบุ๊กให้กับลูกค้า

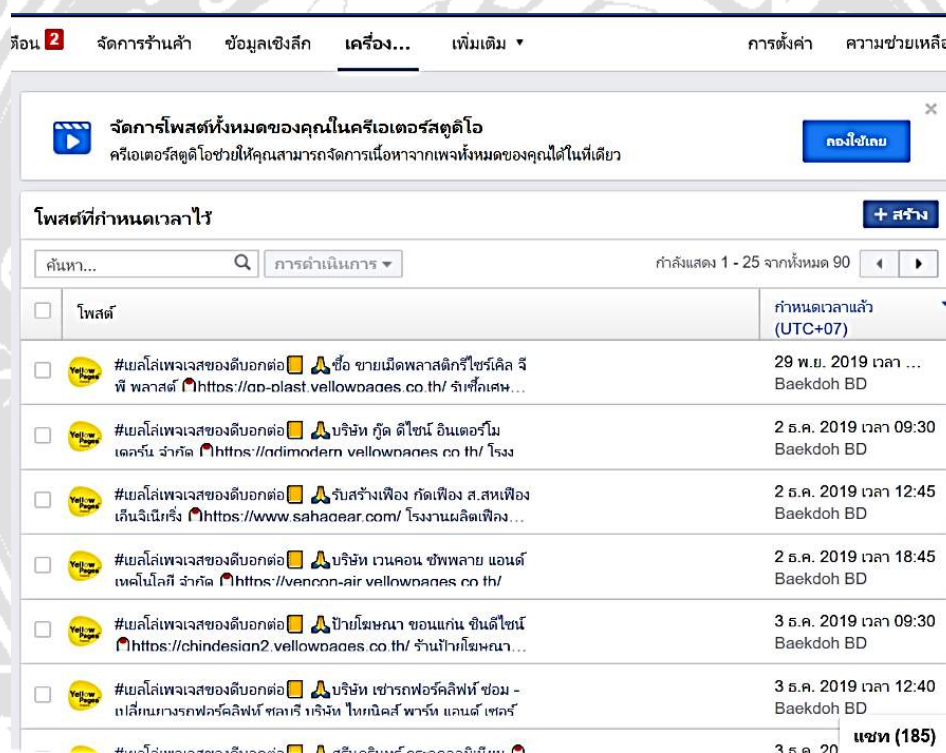
จากการทำตาราง Excel ได้นำชื่อลูกค้าและลิงค์เว็บไซต์ที่เราได้รวบรวมไว้เพื่อนำมาเขียน Content ให้กับลูกค้าที่ซื้อสื่อโฆษณาออนไลน์กับเราก็คือเป็นวิธีการทำการตลาดออนไลน์ผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย ในที่นี้จะกล่าวถึงการทำการตลาดบนเพจเฟสบุ๊ก Yellow E Business และเว็บไซต์



รูปที่ 4.3 ตัวอย่างโพสโปรโมทเว็บไซต์ลูกค้าที่ซื้อโฆษณากับ “เบลล์เพจเจส” โดยเผยแพร่ข้อมูลติดต่อลูกค้าบนเพจ Yellow E Business เพื่อที่ผู้สนใจสินค้าสามารถติดต่อกับลูกค้าได้โดยตรง

www.yellowpage.co.th ของบริษัท เทเลอินโฟ มีเดีย จำกัด (มหาชน) ภายใต้ชื่อแบรนด์ “yelloเพจ” มีวิธีการดังนี้

1. เขียนอธิบายเนื้อหาว่าลูกค้าจำหน่ายอะไร มีข้อมูลทางธุรกิจของบริษัทข้อมูลติดต่อ บรรยายว่าลูกค้าจำหน่ายสินค้าใดเป็นข้อความกระชับเข้าใจง่ายและน่าสนใจ
2. ตั้งโพสต์โปรโมทให้กับลูกค้าที่โฆษณาบนเว็บไซต์ www.yellowpage.co.th ผ่านเพจ Yellow E Business วันละ 3 ราย เฉพาะวันจันทร์-ศุกร์ เท่านั้น



รูปที่ 4.4 ภาพตัวอย่างการตั้งโพสต์ในแถบเครื่องมือบนเพจ Facebook ที่ได้กำหนดเวลาไว้ล่วงหน้า โดยจะเผยแพร่ตามวันเวลาที่เรากำหนดอัตโนมัติ

3. หาข่าวบันเทิง สารความรู้ต่างๆ กิจกรรมที่เป็นที่สนใจในช่วงเวลานั้นๆ มาแชร์เสริมผ่านเพจเฟสบุ๊ค ทุกวันทั้งวันปกติและวันหยุดสุดสัปดาห์ เพื่อไม่ให้หน้าเบื่อจนเกินไปและสร้างความน่าสนใจ

4. ตอบคำถามผู้ที่สนใจลงโฆษณาหรือสอบถามข้อมูลต่างๆ อาทิ เปลี่ยนที่อยู่หรือแก้ไขแผนที่ธุรกิจบนเว็บไซต์ (กรณีนี้ประสานงานให้ฝ่ายขาย เป็นผู้ดำเนินการเพื่อเพิ่มโอกาสในการขายสื่อโฆษณาออนไลน์ ของเว็บไซต์ www.yellowpage.co.th) หรือคำถามอื่นๆทั่วไป

ตัวอย่างสคริปต์ข้อความในการถามตอบให้กับลูกค้า

ลูกค้า : ต้องการแก้ไขแผนที่ต้องทำอะไรคะ

แอดมิน : สวัสดีค่ะ ลองค้นหาธุรกิจใกล้บ้านท่านได้ที่ www.yellowpages.co.th โดยพิมพ์ชื่อธุรกิจและระบุพื้นที่ เช่น โรงกลึง หาดใหญ่ ฟรี! แสดงรายชื่อธุรกิจกับเรา ติดต่อ Info@teleinfomedia.co.th สนใจลงโฆษณาติดต่อ 02-262-8888 ต่อ ฝ่ายขาย Sales@teleinfomedia.co.th

ลูกค้า : แก้ไขข้อมูล บริษัท ชุม เอ็นจิเนียริง จำกัด ที่อยู่ 89/1598 หมู่ 5 ถนนประชาอุทิศ ตำบลบางแม่นาง อำเภอบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี 11140

แอดมิน : แอดมินจะแจ้งให้เจ้าหน้าที่ติดต่อกลับไปนะคะ

ลูกค้า : 0809159xxx ค่ะ

แอดมิน : ขอบคุณค่ะ เดี่ยวทางเราจะให้เจ้าหน้าที่ติดต่อกลับไปยังเบอร์นี้นะคะ

4.2 ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการเพิ่มยอดขายสื่อโฆษณาออนไลน์

จากการศึกษาวิธีการและสืบค้นเครื่องมือดิจิทัล มาร์เก็ตติ้ง เพื่อให้สถานประกอบการนำไปปรับใช้ภายในองค์กร พบว่า เครื่องมือที่น่าสนใจนั้น คือ Facebook Advertsing ซึ่งเป็นเครื่องมือที่อยู่บนเฟสบุ๊ค ซึ่งเราสามารถสร้างแคมเปญโฆษณาบนเฟสบุ๊คได้เอง แต่จะต้องเสีย

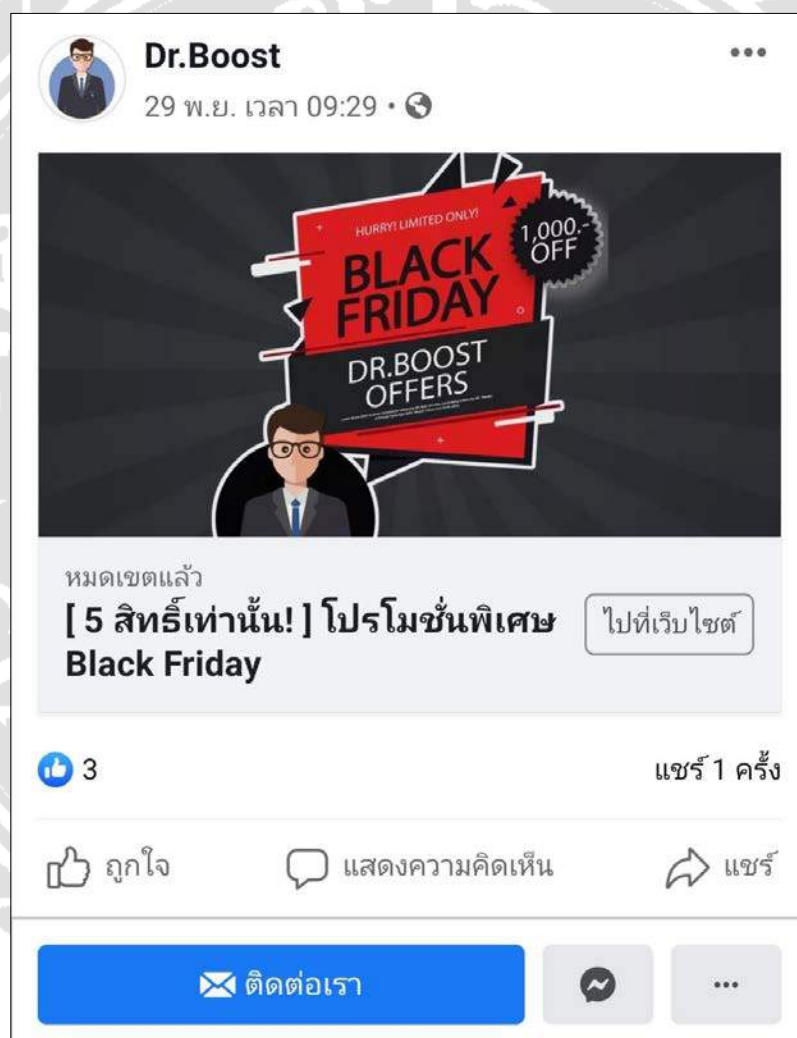
ค่าใช้จ่ายในการโฆษณาแต่ละครั้ง สามารถกำหนดระยะเวลาที่ต้องการให้แคมเปญเผยแพร่อยู่บนเฟสบุ๊ก กำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการเข้าถึงและมีความเป็นไปได้ว่ากลุ่มเป้าหมายที่ต้องการเข้าถึงนั้นมีความสนใจในแคมเปญที่เผยแพร่ออกไป เพื่อผลตอบแทนที่ดีจากการรับสารของกลุ่มเป้าหมาย ลักษณะการเผยแพร่แคมเปญส่วนใหญ่ จะเป็นการโฆษณาเชิงชวนลงทะเบียนรับข่าวสารของแบรนด์ เช่น “แคมเปญลงทะเบียนรับบริการธุรกิจฟรี ไม่มีค่าใช้จ่าย” การทำแคมเปญลักษณะนี้โดยมากจะต้องการเก็บรายชื่อลูกค้าที่มีความสนใจไว้เป็นฐานข้อมูลและส่งรายชื่อลูกค้าให้ฝ่ายขายทำการปิดการขายในขั้นตอนต่อไป เครื่องมือเฟสบุ๊กตัวนี้ยังสามารถเลือก อายุ เพศ อาชีพ ภูมิภาค และอื่นๆของกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการเข้าถึงได้อีกด้วย

4.2.1. วิธีการใช้เครื่องมือ Facebook Advertising บนเพจเฟสบุ๊ก

Digital Marketing มาจากคำ 2 คำ คือ Digital และ Marketing ถ้าจะแปลเป็นไทยก็สามารถแปลตรงๆ ได้ และมีความหมายค่อนข้างชัดเจน เพราะคำว่า Digital หมายถึง ตัวเลข ดิจิตอล ส่วน Marketing หมายถึง การตลาด ซึ่งพอรวมกันก็สามารถสรุปได้ว่า Digital Marketing หมายถึง การทำการตลาดผ่านสื่อดิจิทัล แล้วสื่อดิจิทัล ความหมายของคำว่า Digital Marketing คือ การทำการตลาดผ่านสื่อดิจิทัล เพื่อโปรโมทสินค้าและบริการ สร้างความมีส่วนร่วมกับลูกค้าเพิ่มยอดขายโดยใช้กลยุทธ์ต่างๆ ทางสื่อดิจิทัล โดยบริษัทได้ให้เราหาวิธีการใช้ที่เกี่ยวกับเครื่องมือ Facebook Advertising ว่ามีขั้นตอนวิธีการทำอะไร มีแคมเปญใดที่น่าสนใจสามารถทำได้อย่างไรบ้าง โดยได้สืบค้นข้อมูลมาจากเว็บไซต์ เพจเฟสบุ๊กของธุรกิจอื่นๆที่ใช้เครื่องมือ Facebook Advertising ในการโฆษณาสินค้าและบริการ เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ตรงตามวัตถุประสงค์ของแบรนด์นั้นๆ

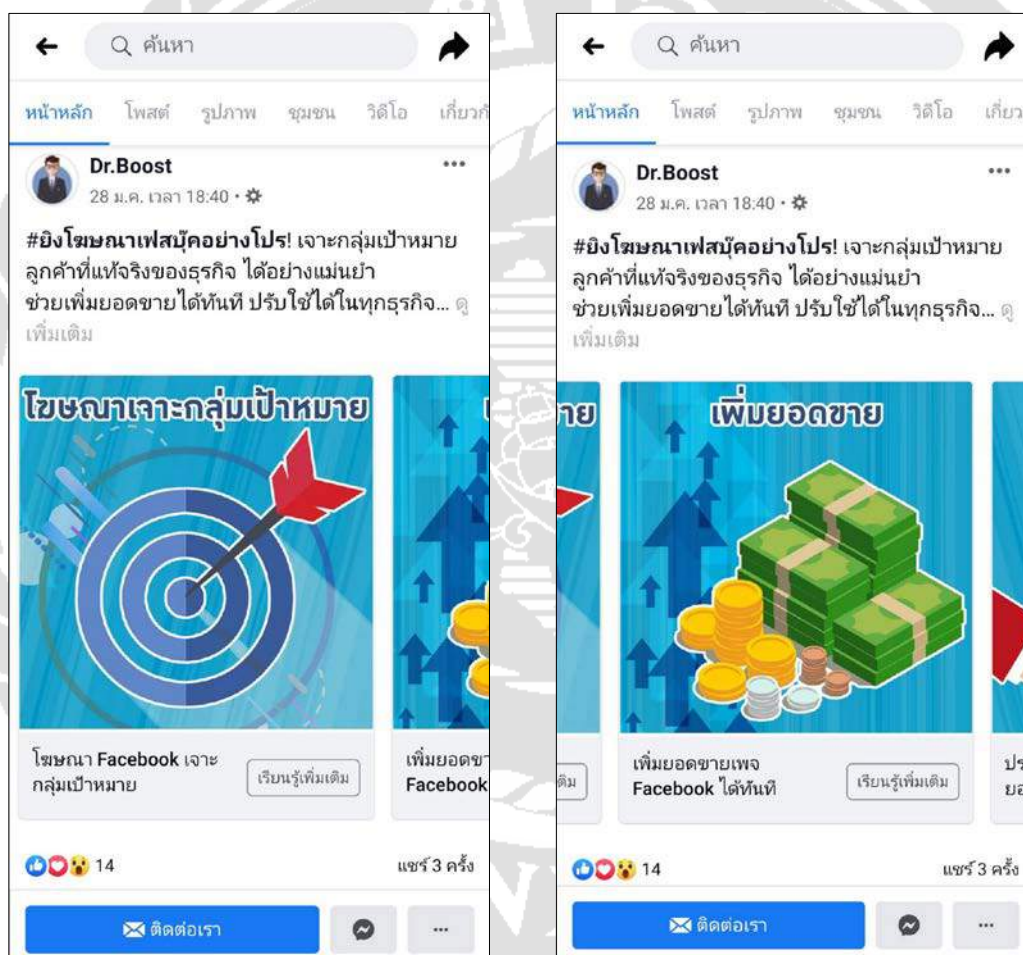
การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย โดยจะเลือกจากลูกค้ากลุ่มที่ประกอบกิจการธุรกิจขนาดย่อม (SME) ที่จำเป็นต้องใช้สื่อโฆษณาออนไลน์เข้าไปช่วยในการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการของตนเอง ให้ผู้บริโภคสนใจและเกิดการรับรู้ในแบรนด์สินค้าและบริการนั้นๆ ก่อให้เกิดการซื้อขายเพิ่มขึ้นจากกลุ่มผู้บริโภคที่สนใจในสินค้าและบริการของผู้ประกอบกิจการธุรกิจขนาดย่อม (SME) “เขตโล่เพจเจส” จะกำหนดช่วงอายุ ตั้งแต่ 25-55 ปี ตำแหน่งที่ตั้ง อยู่ในกรุงเทพและปริมณฑล ประกอบกิจการ ห้างหุ้นส่วนจำกัด ร้านค้าทั่วไป โรงสี ร้านขายวัสดุก่อสร้าง ฯลฯ

การตัดสินใจว่าต้องการแสดงโฆษณาที่ไหนบ้าง เราสามารถเลือกได้ว่าต้องการให้โฆษณาไปปรากฏที่ไหนบ้างในโลกออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็น Instagram, Messenger, Line หรือทั้งหมดบนโซเชียลมีเดีย แต่ในที่นี้เราต้องการให้ปรากฏโฆษณาในเฟสบุ๊ก เนื่องจากเฟสบุ๊กเป็นสื่อโซเชียลมีเดียที่มีผู้ใช้งานจำนวนมากในประเทศไทย จึงเลือกใช้เครื่องมือ Facebook Advertising และระบุว่าต้องการให้แคมเปญของเราปรากฏในช่วงเวลาไหนและสิ้นสุดเมื่อไร



รูปที่ 4.5 ภาพตัวอย่างการสร้างแคมเปญโดยใช้เครื่องมือ Facebook Advertising โดยใช้ปุ่ม “ไปที่เว็บไซต์” เพื่อให้ผู้ที่พบเห็นคลิกและเชื่อมต่อไปยังเว็บไซต์

การกำหนดงบประมาณ สามารถกำหนดงบในการโฆษณาได้ตั้งแต่หลักสิบจนถึงหลักหมื่นบาท แล้วแต่ว่าเราต้องการให้มีผู้เข้าชมโพสต์หรือแคมเปญนั้นจำนวนเท่าใด โดยเฟสบุ๊กจะมีอัตราค่าบริการต่อจำนวนผู้เข้าชมโพสต์ ซึ่งจะมีราคาที่แตกต่างกัน เช่น หากเราใช้งบประมาณจำนวน 99 บาทต่อวันก็จะมีผู้เข้าชมโพสต์หรือแคมเปญของเรา 1,000-3,000 คนโดยประมาณ การกำหนดงบประมาณควรให้มีความสมดุลไม่ให้ฟุ่มเฟือยจนเกินไป



รูปที่ 4.6 ภาพตัวอย่างการสร้างแคมเปญโดยใช้เครื่องมือ Facebook Advertising โดยใช้ปุ่ม “เรียนรู้เพิ่มเติม” เพื่อให้ผู้ที่พบเห็นคลิกและเชื่อมต่อไปยังหน้าเว็บไซต์ที่ระบุข้อมูลสิทธิประโยชน์ต่างๆของสินค้าและบริการ

การสั่งซื้อบริการของเครื่องมือ Facebook Advertising สามารถชำระค่าบริการได้โดยใช้บัตรเครดิตหรือจ่ายผ่านธนาคารให้กับเฟสบุ๊ก แต่หากลูกค้าติดต่อซื้อบริการสื่อโฆษณาออนไลน์ผ่านทางเฟสบุ๊กกับเรา ก็จะประสานงานกับพนักงานผ่านขายให้ติดต่อลูกค้าเพื่อปิดการขายในขั้นตอนต่อไป



รูปที่ 4.7 ภาพตัวอย่างการสร้างแคมเปญโดยใช้เครื่องมือ Facebook Advertising โดยใช้ปุ่ม “ส่งข้อความ” เพื่อให้ผู้ที่พบเห็นคลิกและเชื่อมต่อไปกล่องข้อความเฟสบุ๊กสามารถสอบถามและสั่งซื้อสินค้าและบริการ

4.2.2. ขั้นตอนการสร้างแคมเปญบนเฟซบุ๊ก

จากการศึกษาและสืบค้นขั้นตอนการสร้างแคมเปญโฆษณาบนเฟซบุ๊ก ส่วนใหญ่มักจะทำกันอยู่ 4 ขั้นตอนใหญ่ๆ ประกอบด้วย กำหนดวัตถุประสงค์ การสร้างบัญชีผู้ใช้โฆษณา กำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการเข้าถึงในการโฆษณา และกำหนดงบประมาณและเวลาในการเผยแพร่แคมเปญ

1) กำหนดวัตถุประสงค์ จะแบ่งเป็น 3 ข้อใหญ่ๆ ได้แก่

(1) Awareness Brand Awareness สร้างการรับรู้แบรนด์ เพื่อเข้าถึงคนที่มีแนวโน้มจะสนใจโฆษณาของเรา เพื่อเพิ่มการรับรู้แบรนด์ที่มากขึ้น Reach จะเน้นในเรื่องการแสดงผลโฆษณาให้ผู้คนได้มากที่สุด

(2) Consideration Traffic เพิ่มจำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์ทั้งในและนอก Facebook Engagement จะเพิ่มจำนวนคนที่เห็นและเกิดการมีส่วนร่วมกับโพสต์หรือเพจของเรา เช่น การแสดงความคิดเห็น การแชร์ การกดถูกใจ เป็นต้น App Installs เชิญชวนให้คนติดตั้งหรือซื้อแอปพลิเคชันของเรา Video Views เพิ่มจำนวนการรับชมวิดีโอ เพื่อเพิ่มการรับรู้เกี่ยวกับแบรนด์ของเรา Lead Generation การสร้างลูกค้าเป้าหมาย และเก็บข้อมูลลูกค้าเป้าหมายที่สนใจธุรกิจของเรา

(3) Conversion หัวข้อ Conversions ทำให้เกิดการดำเนินการที่มีมูลค่า บนเว็บไซต์หรือแอปของเรา เช่น เพิ่มข้อมูลการชำระเงินหรือซื้อสินค้า Product Catalogue Sales สร้างโฆษณาที่แสดงสินค้า Store Visits แสดงตำแหน่งที่ตั้งของร้าน เพื่อโปรโมทธุรกิจกับคนที่อยู่ใกล้เคียง

What's your marketing objective?

Awareness	Consideration	Conversion
 Brand Awareness	 Traffic	 Conversions
 Reach	 Engagement	 Product Catalogue Sales
	 App Installs	 Store Visits
	 Video Views	
	 Lead Generation	

รูปที่ 4.8 ภาพเมนูย่อยๆที่อยู่ในหัวข้อ Awareness ,Consideration ,Conversion

Campaign Name 

Set Up Ad Account

รูปที่ 4.9 ภาพเมนูการกำหนดชื่อแคมเปญของเราในการโฆษณา

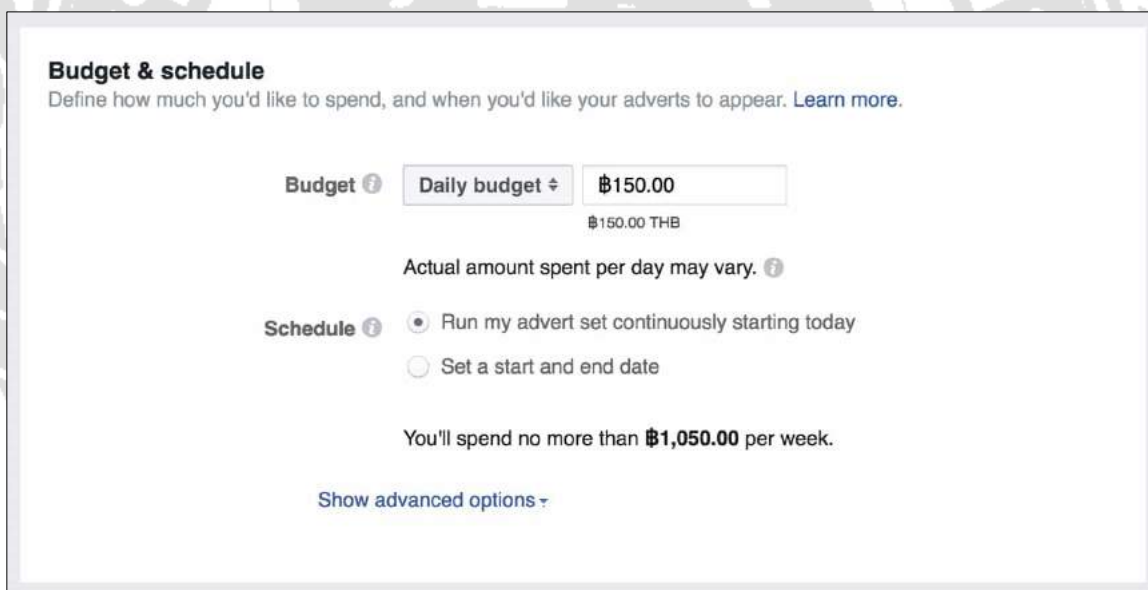
2) การสร้างบัญชีผู้ใช้โฆษณา จะต้องกำหนดข้อมูล ประเทศ สกุลเงิน และโซนเวลาในบัญชีผู้ใช้ เพื่อใช้ทำธุรกรรมทางการเงินและการรายงานโฆษณา และหากต้องการเปลี่ยนแปลงการตั้งค่า ผู้ใช้งานจะต้องสร้างบัญชีขึ้นมาใหม่

รูปภาพที่ 4.10 Account Country : ประเทศของบัญชี Currency : สกุลเงิน Time Zone : โซนเวลา UTC Time, Local Time จะแสดงตามโซนเวลาที่ได้ทำการตั้งไว้

3) กำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการเข้าถึงในการโฆษณา สามารถเลือกและกำหนดข้อมูลต่างๆของกลุ่มเป้าหมายที่เราต้องการให้เข้าถึงแคมเปญโฆษณา ดังนี้ Locations - ให้เลือกใส่เขต อำเภอ จังหวัด ประเทศ ภูมิภาค โดยเฟสบุ๊กจะค้นหาผู้ใช้งานที่ตรงกับ Locations ที่เราตั้งไว้และจะปรากฏแคมเปญของเราบนหน้าฟีดข่าวของกลุ่มเป้าหมายในพื้นที่นั้นๆ Age-กำหนดช่วงอายุเริ่มตั้งแต่กี่ปีจนถึงกี่ปี สามารถเรื่อกำหนดได้ว่าต้องการแสดงแคมเปญนี้บนหน้าฟีดข่าวของผู้ใช้งานช่วงอายุเท่าไร Gender-กำหนดเพศของกลุ่มเป้าหมาย Languages-กำหนดภาษาที่จะใช้สื่อสารออกไป Detailed Targeting -การกำหนดกลุ่มเป้าหมายแบบละเอียด Demographic (ข้อมูลประชากรศาสตร์) : การศึกษา

ช่วงอายุ, ความสัมพันธ์, สถานะครอบครัว เป็นต้น Interests (ความสนใจ) : ธุรกิจ, ความบันเทิง, งานอดิเรก, กิจกรรมยามว่าง, กีฬา, เทคโนโลยี เป็นต้น Behaviors (พฤติกรรม) : จำแนกประเภทผู้บริโภค, กิจกรรมดิจิทัล, การใช้อีเมล, พฤติกรรมการซื้อ เป็นต้น สามารถกำหนดเพิ่มเติมได้ว่าต้องการแสดงโฆษณาหรือไม่แสดงโฆษณาให้กลุ่มเป้าหมายที่มีคุณสมบัติใด Include : แสดงโฆษณา ให้กลุ่มเป้าหมายที่เลือกไว้ Exclude : ไม่แสดงโฆษณา ให้กลุ่มเป้าหมายที่เลือกไว้

4) กำหนดงบประมาณและเวลาในการเผยแพร่แคมเปญ สามารถกำหนดได้ดังเมนูต่อไปนี้
 Budget & Schedule
 Daily Budget : งบประมาณต่อวัน Lifetime Budget : งบประมาณตลอดแคมเปญ
 Schedule
 Run my advert set continuously starting today : เริ่มใช้งานโฆษณาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่วันนี้
 Set a start and end date : กำหนดวันเริ่มโฆษณาและวันที่สิ้นสุด โดยกำหนดจากวันที่ เดือน ปี และเวลา



Budget & schedule
 Define how much you'd like to spend, and when you'd like your adverts to appear. [Learn more.](#)

Budget ⓘ **Daily budget** ⇅
 ฿150.00 THB

Actual amount spent per day may vary. ⓘ

Schedule ⓘ ☒ Run my advert set continuously starting today
☐ Set a start and end date

You'll spend no more than **฿1,050.00** per week.

[Show advanced options](#) ▾

รูปภาพที่ 4.11 เมนูในการกำหนดงบประมาณและเวลาประกอบด้วย Budget & Schedule
 Daily Budget , Lifetime Budget , ScheduleRun my advert set continuously starting today และ Set a start and end date

บทที่ 5

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลโครงการ

5.1.1 สรุปผลโครงการโดยเปรียบเทียบกับวัตถุประสงค์และขอบเขต

จากการศึกษาหาข้อมูลเพื่อทำการการศึกษาวิธีการทำการตลาดบนโซเชียลมีเดีย บริษัท เทเลอินโฟ มีเดีย จำกัด (มหาชน) โดยการบริหารจัดการ เลือกช่วงเวลาที่คาดว่าจะมีผู้ใช้เฟสบุ๊กเป็นจำนวนมาก เพื่อเพิ่มการมองเห็นและเข้าถึงโพสต์ในเพจเฟสบุ๊กได้ทำการหาข้อมูลต่างๆที่น่าสนใจ เป็นกระแสในแต่ละช่วงเวลานั้นๆนอกเหนือการโพสต์โปรโมทเว็บไซต์ของลูกค้า เช่น ข่าวสาร บันเทิง สัตว์เลี้ยง เทคโนโลยีและนวัตกรรม อุตสาหกรรม เกร็ดความรู้ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นในด้านธุรกิจ การเงิน สุขภาพและความงาม การออกกำลังกาย สถานที่ท่องเที่ยว รวมถึงการประชาสัมพันธ์สิทธิประโยชน์ในด้านต่างๆ เป็นต้น มาแชร์ในเพจเฟสบุ๊ก Yellow E Business ซึ่งเป็นเพจเฟสบุ๊กที่เอาไว้สื่อสารเพื่อเข้าถึงสื่อสังคม ในนามแบรนด์ “เฮลโล่เพจเจส” ผู้ให้บริการสื่อโฆษณาออนไลน์ เนื่องจากในอดีต “เฮลโล่เพจเจส” รู้จักกันดีในผู้ผลิตสมุดหน้าเหลือง ซึ่งเป็นที่นิยมมากในยุคนั้น เพราะยังไม่มีสื่ออินเทอร์เน็ต ออนไลน์ต่างๆ เข้ามามากนัก มีเพียงสื่อโทรทัศน์ โทรศัพท์มือถือเท่านั้น แต่ในปัจจุบัน เครือข่ายอินเทอร์เน็ต และสื่อโซเชียลมีเดีย ก้าวล้ำไปไกลมากผู้คนหันมาเสพสื่อออนไลน์กันมาก เพราะง่ายแค่เพียงปลายนิ้วสัมผัส ทำให้ต้องมีการปรับตัวเปลี่ยนมาเป็นผู้ให้บริการสื่อโฆษณาออนไลน์ แต่คนรุ่นใหม่ๆหลังจากช่วงอายุ 20 ต้นๆ มักจะเริ่มไม่รู้จักและคุ้นชินกับชื่อแบรนด์ “เฮลโล่เพจเจส” เท่าใดนัก ทำให้ยังมีผู้สับสนว่าแบรนด์ “เฮลโล่เพจเจส” เป็นธุรกิจการให้บริการด้านใด

5.1.2 ข้อเสนอแนะในการดำเนินการแก้ปัญหา

สร้างความชัดเจนให้กับแบรนด์มากขึ้น โดยการเน้นประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับบริการสื่อโฆษณาที่แบรนด์ให้บริการอยู่ถี่มากขึ้นกว่าเดิม

5.2 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

จากการที่นักศึกษาได้ปฏิบัติงานสหกิจ บริษัท เทเลอินโฟ มีเดีย จำกัด (มหาชน) ทำให้ได้รับประสบการณ์ในการทำงาน หลักการทำงานขององค์กร ได้มีความรู้ใหม่ๆมากมายเกี่ยวกับดิจิทัลมาร์เก็ตติ้ง จากการศึกษาวิธีการทำการตลาดบนโซเชียลมีเดีย บริษัท เทเลอินโฟ มีเดีย จำกัด (มหาชน) ที่ศึกษาและนำไปใช้เพื่อประโยชน์ในองค์กรและยังได้ฝึกทักษะในการจัดทำแบบแผนงานที่ต้องการสื่อสารกับอีกแผนก เพื่อส่งงานต่อให้แล้วเสร็จ รวมถึงการอธิบายงานให้อีกฝ่ายเข้าใจ พนักงานที่ปรึกษาให้ความช่วยเหลือและให้ความรู้ต่างๆ พร้อมแนะนำวิธีการดำเนินงาน ส่งผลให้งานที่ได้รับมอบหมายผ่านไปได้อย่างดี

5.2.1 ข้อดีของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

- ได้เรียนรู้กระบวนการทำงาน ปฏิบัติงานจริง ก่อนจบการศึกษาและออกไปประกอบอาชีพในอนาคต
- ได้เรียนรู้เกี่ยวกับการใช้เครื่องมือโฆษณาบน Facebook เพื่อทำการตลาดบนโซเชียลมีเดีย
- ได้เรียนรู้เกี่ยวกับการจัดทำเครื่องมือสื่อดิจิทัลต่างๆ เพื่อให้พนักงานขายใช้ในการปิดการขายสื่อโฆษณาของ “เซลโล่เพจเจอร์”
- ฝึกฝนการจัดทำแบบแผนงาน เพื่อส่งต่อให้อีกแผนกทำงานให้แล้วเสร็จ

5.2.2 ปัญหาที่พบของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

- ยังขาดความรู้และประสบการณ์ในการทำงาน ทำให้มีการปฏิบัติงานล่าช้าและไม่ได้ประสิทธิภาพเท่าที่ควร
- ยังขาดความรู้และความเข้าใจของหลักการใช้ เครื่องมือดิจิทัล มาร์เก็ตติ้ง เพื่อทำการตลาด ต้องเรียนรู้และฝึกฝนเพิ่มเติมมากขึ้น
- ยังขาดประสบการณ์และทักษะในการอธิบายให้อีกฝ่ายเข้าใจในแบบแผนงานที่ต้องการจะสื่อสาร

5.2.3 ข้อเสนอแนะ

- รับฟังคำแนะนำของพี่ๆที่ทำงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและความรู้ความสามารถในการทำงานมากขึ้น
- ฝึกฝนค้นคว้าหาความรู้เพิ่มเติม เพื่อประสิทธิภาพที่ดีในการปฏิบัติงาน
- ปฏิบัติตามกฎหมายระเบียบของสถานประกอบการ

บรรณานุกรม

ปอยหลวง โคนทรงแสน. (2562). *Digital Marketing* สำคัญอย่างไร. เข้าถึงได้จาก

<https://www.mreport.co.th/news/industry-movement/024-Industry4-Digital-DigitalMarketing>

Kasin Charuwan. (2560). 7 ขั้นตอน สร้าง Facebook Ads ให้ได้กลุ่มเป้าหมายเชิงคุณภาพ. เข้าถึงได้

จาก <https://stepstraining.co/social/7-steps-to-create-facebook-ads>

STEPS Academy. (2560). หลักการ 5 STEPS ทำโฆษณาบนเฟสบุ๊กให้ได้ผล. เข้าถึงได้จาก

<https://stepstraining.co/social/facebook-marketing-2>

Teleinfo Media. (2562). ข้อมูลบริษัท เทเลอินโฟ มีเดีย จำกัด (มหาชน). เข้าถึงได้จาก

www.teleinfomedia.co.th/aboutus/

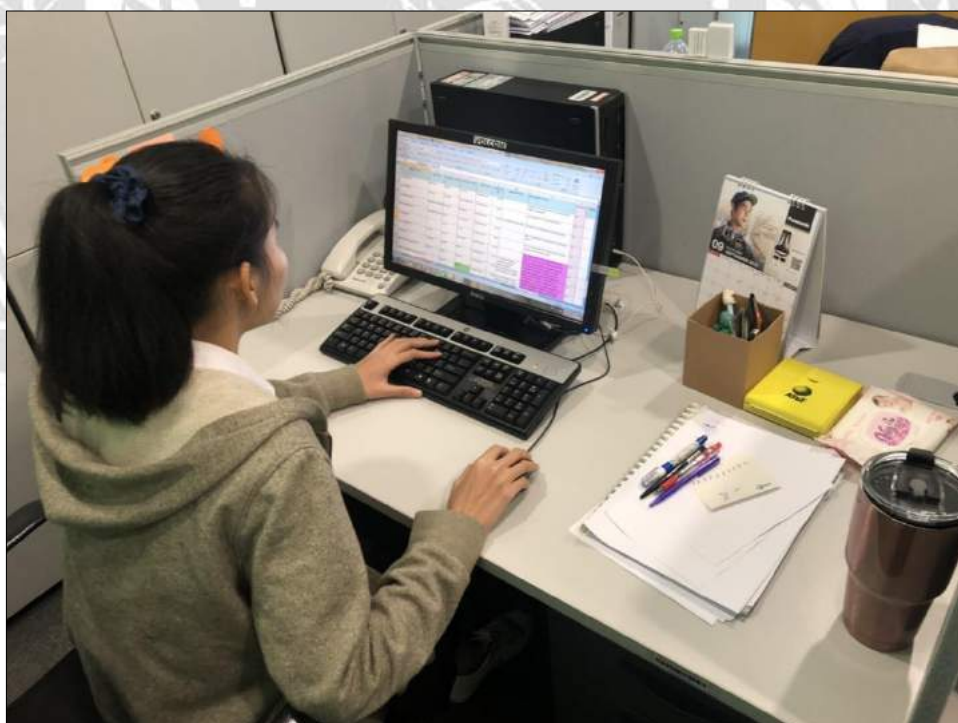


ภาคผนวก ก

รูปภาพการปฏิบัติงาน



รูปที่ 1 ภาพนักศึกษาขณะปฏิบัติงานภายในองค์กร



รูปที่ 2 ภาพนักศึกษาขณะปฏิบัติงานภายในองค์กร



รูปที่ 3 ภาพนักศึกษาและพี่เลี้ยงขณะออกปฏิบัติงานนอกสถานที่ ณ โรงแรมโนโวเทล เฟลินจิต งานเปิดตัวแอปพลิเคชัน IsWhere



รูปที่ 4 ภาพรวมเลี้ยงส่งนักศึกษาฝึกงานก่อนฝึกสหกิจเสร็จสิ้น



รูปที่ 5 ภาพปกการเขียน Blog บอกเล่าประสบการณ์ฝึกงานบนเว็บไซต์บริษัท



ภาคผนวก ข
บทความวิชาการ

การศึกษาวิธีการทำการตลาดบนโซเชียลมีเดีย

บริษัท เทเลอินโฟ มีเดีย จำกัด (มหาชน)

Studying of Social Media Marketing Strategies at

Teleinfo Media Co.Ltd. (Public)

นางสาว สรัญญา สายสีแก้ว 5904300345

ภาควิชา การตลาด คณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยสยาม 235 ถนนเพชรเกษม เขตภาษีเจริญ กทม. 10160

Email : sarunyabeer1997@gmail.com

บทคัดย่อ

โครงการเรื่อง “การศึกษาวิธีการทำการตลาดบนโซเชียลมีเดีย บริษัท เทเลอินโฟ มีเดีย จำกัด (มหาชน)” เพื่อศึกษาวิธีการทำการตลาดบนโซเชียลมีเดียให้กับ บริษัท เทเลอินโฟ มีเดีย จำกัด (มหาชน) สามารถนำข้อมูลไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรในเรื่องการเพิ่มยอดขายสื่อโฆษณาออนไลน์ ผลการศึกษาพบว่า การทำการตลาดบนโซเชียลมีเดีย เว็บไซต์และเฟสบุ๊กเป็นการนำเสนอข้อมูลทางธุรกิจ ที่อยู่ ช่องทางการติดต่อ และลักษณะการประกอบกิจการของลูกค้ากลุ่มที่เป็นธุรกิจและซื้อโฆษณาออนไลน์กับบริษัท เทเลอินโฟ มีเดีย จำกัด (มหาชน) ทั้งยังสามารถนำไปใช้ในการส่งเสริมการขายให้กับกลุ่มลูกค้าผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม กล่าวคือ บริษัทได้ประโยชน์จากการโฆษณาเว็บไซต์ผ่านโซเชียลมีเดีย ที่เป็นการประชาสัมพันธ์และช่องทางในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่ต้องการใช้บริการสื่อโฆษณาออนไลน์

คำสำคัญ : การตลาดบนโซเชียลมีเดีย / สื่อโฆษณาออนไลน์

Abstract

The project “Studying of Social Media Strategies of Teleinfo Media Co.Ltd. (Public)” aimed to study various marketing strategies used on social media for Teleinfo Media Co.Ltd. (Public). This information can be further used to increase online advertising sales. The results suggested that online marketing, whether on social medias, websites, or Facebook, is a means of presenting businesses information, address, contact information, and target groups which own business and use the online advertising service of Teleinfo Media Co.Ltd. (Public). Moreover, it can be used to endorse sales among small business owners. In summary, the company will benefit from online advertising on social media platforms, which are platforms accessible to customers who want to use the online advertising service.

Keywords: Marketing, social media, advertising, online marketing

วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อศึกษาวิธีการการศึกษาวิธีการทำการตลาดบนโซเชียลมีเดีย

บริษัท เทเลอินโฟ มีเดีย จำกัด (มหาชน)

2. เพื่อให้บริษัทสามารถนำข้อมูลไปใช้ให้เป็นประโยชน์ในการเพิ่มยอดขายสื่อโฆษณาออนไลน์

ขอบเขตของโครงการ

1. ด้านเนื้อหา: ศึกษาเรื่องการศึกษาวิธีการทำการตลาดบนโซเชียลมีเดีย

2. ด้านระยะเวลา: ศึกษาและจัดทำโครงการตั้งแต่วันที่ 15 พฤษภาคม ถึง วันที่ 2 กันยายน 2562

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงวิธีการการศึกษาวิธีการทำการตลาดบนโซเชียลมีเดีย บริษัท เทเลอินโฟ มีเดีย จำกัด (มหาชน)

2. บริษัทสามารถนำข้อมูลไปใช้ให้เป็นประโยชน์ในการเพิ่มยอดขายสื่อโฆษณาออนไลน์

ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน

1. รวบรวมและศึกษาข้อมูลวิธีการทำการตลาดบนโซเชียลมีเดีย

ศึกษาข้อมูลหาปัญหาและสอบถามพนักงานที่ปรึกษาเกี่ยวกับรูปแบบวิธีการทำการตลาดบนโซเชียลมีเดีย

2. วิเคราะห์ระบบงานการเพิ่มจำนวนผู้ติดตามและกดถูกใจเพจ

นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์แก้ไขปัญหในการเพิ่มจำนวนผู้ติดตามและกดถูกใจเพจเพื่อให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

3. ออกแบบระบบงานการศึกษาวิธีการทำการตลาดบนโซเชียลมีเดีย

ทำการออกแบบและจัดทำโฆษณาบนเฟสบุ๊ค (Facebook Advertising) เพื่อใช้เก็บ Lead Generation และทำการตลาดบนโซเชียลมีเดีย

4. สรุปผลข้อมูลการศึกษาวิธีการทำการตลาดบนโซเชียลมีเดีย

5. จัดทำเอกสารประกอบโครงการ

6. ระยะเวลาในการดำเนินงาน

อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้

ฮาร์ดแวร์

1. เครื่องคอมพิวเตอร์ (Computer)
2. เครื่องพิมพ์เอกสาร (Printer)
3. โทรศัพท์มือถือ (Smartphone)
4. เครื่องถ่ายเอกสาร (Photocopier)

ซอฟต์แวร์

1. โปรแกรม Microsoft Office Word 2007
2. โปรแกรม Microsoft PowerPoint 2007
3. โปรแกรม Microsoft Excel 2007
4. Outlook 2013

สรุปผลโครงการ

จากการศึกษาหาข้อมูลเพื่อทำการการศึกษาวิธีการทำการตลาดบนโซเชียลมีเดีย

บริษัท เทเลอินโฟ มีเดีย จำกัด (มหาชน) โดยการบริหารจัดการ เลือกช่วงเวลาที่เราคาดว่าจะมีผู้ใช้เฟสบุ๊คเป็นจำนวนมาก เพื่อเพิ่มการมองเห็นและเข้าถึงโพสต์ในเพจเฟสบุ๊คได้ทำการหาข้อมูลต่างๆที่น่าสนใจ เป็นกระแสในแต่ละช่วงเวลานั้นๆ นอกเหนือการโพสต์โปรโมทเว็บไซต์ของลูกค้า เช่น ข่าวสาร บันทึกลง สัตว์เลี้ยง เทคโนโลยีและนวัตกรรม อุตสาหกรรม เกร็ดความรู้ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นในด้านธุรกิจ การเงิน สุขภาพและความงาม การออกกำลังกาย สถานที่ท่องเที่ยว รวมถึงการประชาสัมพันธ์สิทธิประโยชน์ในด้านต่างๆ เป็นต้น มาแชร์ในเพจเฟสบุ๊ค Yellow E Business ซึ่งเป็นเพจเฟสบุ๊คที่เอาไว้สื่อสารเพื่อเข้าถึงสื่อสังคม ในนามแบรนด์ “เฮลโล่เพจเจส” ผู้ให้บริการสื่อโฆษณาออนไลน์ เนื่องจากในอดีต “เฮลโล่เพจเจส” รู้จักกันดีในผู้ผลิตสมุดหน้าเหลือง ซึ่งเป็นที่นิยมมากในยุคนั้น เพราะยังไม่มีสื่ออินเทอร์เน็ต ออนไลน์ต่างๆ เข้ามามากนัก มีเพียงสื่อโทรทัศน์ โทรศัพท์มือถือเท่านั้น แต่ในปัจจุบัน เครือข่ายอินเทอร์เน็ต และโซเชียลมีเดีย ก้าวล้ำไปไกลมาก ผู้คนหันมาเสพสื่อออนไลน์กันมาก เพราะง่ายแค่เพียงปลายนิ้วสัมผัส ทำให้ต้องมีการปรับตัวเปลี่ยนมาเป็นผู้ให้บริการสื่อโฆษณาออนไลน์ แต่คนรุ่นใหม่หลังจากช่วงอายุ 20 ต้นๆ มักจะเริ่มไม่รู้จักและคุ้นชินกับชื่อแบรนด์ “เฮลโล่เพจเจส” เท่าใดนัก ทำให้ยังมีผู้สับสนว่าแบรนด์ “เฮลโล่เพจเจส” เป็นธุรกิจการให้บริการด้านใด

กิตติกรรมประกาศ

การที่คณะผู้จัดทำได้มาปฏิบัติงานในโครงการสหกิจศึกษา ณ บริษัท เทเลอินโฟ มีเดีย จำกัด (มหาชน) ตั้งแต่วันที่ 15 พ.ค. 62 ถึงวันที่ 2 ก.ย. 62 ส่งผลให้คณะผู้จัดทำได้รับความรู้และประสบการณ์ต่างๆที่มีค่ามากมายสำหรับรายงานสหกิจศึกษานี้สำเร็จลงได้ด้วยดีจากความร่วมมือและสนับสนุนจากหลายฝ่าย ที่ได้ให้คำแนะนำช่วยเหลือในการจัดทำรายงาน

คณะผู้จัดทำขอขอบพระคุณผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับทุกท่านที่มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลและเป็นที่ปรึกษาในการทำรายงานฉบับนี้จนเสร็จสมบูรณ์ตลอดจนให้การดูแลและให้ความเข้าใจกับชีวิตของการทำงานจริงซึ่งคณะผู้จัดทำขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ด้วย

บรรณานุกรม

แนวคิดเกี่ยวกับดิจิทัล มาร์เก็ตติ้ง. ดร. ปอยหลวง โคนทรงแสน ซีอีโอ บริษัท เดอะ แพลทฟอรั่ม จำกัด Digital Marketing Agency. [ออนไลน์].

<https://www.mreport.co.th/news/industry-movement/024-Industry4-Digital-DigitalMarketing> (สืบค้นเมื่อวันที่ 13 กรกฎาคม 2562)

แนวคิดเกี่ยวกับวิธีการใช้โฆษณาบนเฟสบุ๊ค Molek. [ออนไลน์].

<https://stepstraining.co/social/facebook-marketing-2> (สืบค้นเมื่อวันที่ 13 กรกฎาคม 2562)
วิธีการใช้เครื่องมือบนเฟสบุ๊ค.7 ขั้นตอนสร้าง Facebook Ads ให้ได้กลุ่มเป้าหมายเชิงคุณภาพ. [ออนไลน์].

<https://stepstraining.co/social/7-steps-to-create-facebook-ads> (สืบค้นเมื่อวันที่ 13 กรกฎาคม 2562)

ประวัติดิจิทัล. ข้อมูลบริษัทเทเลอินโฟมีเดีย มีเดีย จำกัด(มหาชน). [ออนไลน์].

www.teleinfomedia.co.th/aboutus/ (สืบค้นเมื่อวันที่ 22 กรกฎาคม 2562)

ประวัติดิจิทัล. ข้อมูลบริษัทเทเลอินโฟมีเดีย มีเดีย จำกัด(มหาชน). [ออนไลน์].

<http://www.teleinfomedia.co.th/> (สืบค้นเมื่อวันที่ 22 กรกฎาคม 2562)





ภาคผนวก ค

ไวนิล

การศึกษาวิธีการทำการตลาดบนโซเชียลมีเดีย บริษัท เทเลอินโฟ มีเดีย จำกัด (มหาชน)

STUDYING OF SOCIAL MEDIA MARKETING STRATEGIES AT
TELEINFO MEDIA CO.LTD. (PUBLIC)



อาจารย์ที่ปรึกษา : อาจารย์มนทิรา คันตระวาณิชย์

พนักงานที่ปรึกษา : คุณอัจฉรา แก้วแหวน

คุณบุษกร ผลทับทูล

นักศึกษา : นางสาว สรัญญา สายสีแก้ว 594300345



บทคัดย่อ

โครงการเรื่อง “การศึกษาวิธีการทำการตลาดบนโซเชียลมีเดีย บริษัท เทเลอินโฟ มีเดีย จำกัด (มหาชน)” เพื่อศึกษาวิธีการทำการตลาดบนสื่อโซเชียลมีเดียให้กับ บริษัท เทเลอินโฟ มีเดีย จำกัด (มหาชน) สามารถนำข้อมูลไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรในเรื่องการเพิ่มยอดขายสื่อโฆษณาออนไลน์ ผลการศึกษาพบว่า การทำการตลาดบนโซเชียลมีเดีย เว็บไซต์และเฟสบุ๊คเป็นการนำเสนอข้อมูลทางธุรกิจ ที่อยู่ ช่องทางการติดต่อ และลักษณะการประกอบกิจการของลูกค้ากลุ่มที่เป็นธุรกิจและซื้อโฆษณาออนไลน์กับบริษัท เทเลอินโฟ มีเดีย จำกัด (มหาชน) ทั้งยังสามารถนำไปใช้ในการส่งเสริมการขายให้กับกลุ่มลูกค้าผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม กล่าวคือ บริษัท ได้ประโยชน์จากการโฆษณาเว็บไซต์ผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย ที่เป็นการประชาสัมพันธ์และช่องทางในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่ต้องการใช้บริการสื่อโฆษณาออนไลน์

วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อศึกษาวิธีการศึกษาวิธีการทำการตลาดบนโซเชียลมีเดีย บริษัท เทเลอินโฟ มีเดีย จำกัด (มหาชน)
2. เพื่อให้บริษัทสามารถนำข้อมูลไปใช้ให้เป็นประโยชน์ในการเพิ่มยอดขายสื่อโฆษณาออนไลน์

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงวิธีการศึกษาวิธีการทำการตลาดบนโซเชียลมีเดีย

บริษัท เทเลอินโฟ มีเดีย จำกัด (มหาชน)

2. บริษัทสามารถนำข้อมูลไปใช้ให้เป็นประโยชน์ในการเพิ่มยอดขายสื่อโฆษณาออนไลน์

ประวัติคณะผู้จัดทำ



รหัสนักศึกษา : 5904300345

ชื่อ-นามสกุล : นางสาว สรัญญา สายสีแก้ว

คณะ : บริหารธุรกิจ

สาขาวิชา : การตลาด

ที่อยู่ : 150/2 หมู่ 5 ต.นอกเมือง
อ.เมือง จ.สุรินทร์ 32000