



Digital Marketing 8th edition : concept,
HF5415.1265 ๙๓3๕๓ 2565 ๙.1



Barcode *10054616*

ห้องสมุดวิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี สุรินทร์

Digital Marketing

8th Edition

Concept, Case & Tools (2022)

เริ่มต้นอย่างเข้าใจ ใช้งานเครื่องมือให้เป็น อ่านเทรนด์ให้ออก
จับกระแสแล้วรีบสร้างคุณค่าให้ลูกค้าแอปบื้ออย่างต่อเนื่อง
อัปเดตเทรนด์การตลาด 2022 ที่คุณต้องรู้ พร้อมกับแนวคิดใหม่ๆ
นำไปประยุกต์ใช้งานให้ได้ผลกับธุรกิจของคุณ

01

Chapter Digital Marketing Now & Next Normal

ปรากฏการณ์ 'โตมีโม' เมื่อล้มหนึ่ง ย่อมหมายถึงมีคนล้มอีกนับไม่ถ้วน.....	2
ทำไมต้อง SWOT Analysis?.....	9
เปลี่ยนแปลงสู่โลกออนไลน์ เพื่อความอยู่รอด	14
Marketing 1.0	15
Marketing 2.0	16
Marketing 3.0	17
Marketing 4.0	18
Marketing 5.0	19
กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค หรือ Consumer Decision Process.....	30
วิวัฒนาการการทำการตลาดออนไลน์.....	36

02

Chapter การตลาดที่ดี คือ งานดีไซน์ชั้นเยี่ยม

แบรนด์ดีต้องใส่ใจลูกค้า	47
การรับรู้ (Awareness)	51
การพิจารณา การหาข้อมูล หรือ Evaluation	58
การซื้อ หรือ Purchase	59
การใช้งานสินค้าและบริการ หรือ Usage	63
การซื้อซ้ำ และความจงรักภักดีต่อแบรนด์ หรือ Loyalty.....	64
Case Study สร้าง Customer Experience สไตส์ Lego.....	66

03

Chapter เข้าใจหลักการตลาดก่อนก้าวสู่ Digital Marketing

4Ps 4Cs 4Es.....	74
วิเคราะห์ลูกค้าของคุณด้วย 6Ws 1H.....	75
Consumer decision process กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค	78
Customer Journey.....	79
Product Life Cycle	80
ช่วงต่าง ๆ ของวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ และการดำเนินการทางการตลาดเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ดียิ่งขึ้น	81
SWOT Analysis ประเมินสภาพแวดล้อมทางการตลาด.....	82
The Colors of Business	84

04

Chapter Social media Marketing

เปิดสถิติไทยคิดจะทำอะไรไม่แพ้ใครในโลก	86
แพลตฟอร์มไหน ใช้เพื่ออะไร.....	88
Facebook Fanpage 2022 แก่นหลักไม่ใช่แค่ทำเพจ แต่คือสร้าง Community!.....	92



Line Official Account เน้นงานขาย ใช้งานง่าย
เป็นกันเอง114

YouTube สร้างประสบการณ์และแรงดึงดูดใจ124

Instagram สร้างภาพลักษณ์ให้รู้สึก132

Twitter เมื่อความเรียล (ไทม์) ทำให้คนไทยใส่ใจทวีตทพ... 136

การตลาดบน TikTok รวมไอเดียสร้างแบรนด์กับ TikTok
จากต่างประเทศ.....143

เจาะกลยุทธ์ ทำ Social Media อย่างไรให้เวิร์ค.....148

รับมือวิกฤติ 'คอมเมนต์เชิงลบ' ที่มีต่อแบรนด์ให้ได้...154

05

Chapter Content Marketing เนื้อหาโดนใจ ยังไงก็เกิด

หัวใจสำคัญของการทำ Content Marketing.....156

ความเข้าใจผลิตภัณฑ์ที่ฝากชีวิตไว้กับเครื่องมือ
แต่ไม่ใช่โซเชียลยูทอร์.....172

องค์ประกอบสำคัญในการทำ Content Marketing.....186

06

Chapter KOLs & Influencer Marketing

Nano Influencer > 1,000–10,000 Followers.....200

Micro Influencer > 10,000- 100,000
Followers201

Macro Influencer > 100,000– 1,000,000
Followers202

Celebrities > 1,000,000 Followers.....203

07

Chapter Marketing on Website

08

Chapter Email Marketing

09

Chapter Marketing On E-Marketplace จุดมุ่งหมายคือขายดี

How to... ใช้ E-Marketplace ยังไง ให้เวิร์ค235

10

Chapter Digital Marketing Concept สำหรับผู้ประกอบการ

2023 Digital Marketing Trends242

