



Content Marketing

ฝังแน่นในอ้อมใจ สร้างยอดขายได้จริง ๆ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ห้องสมุดเทวศร์



401016625

เพราะคอนเทนต์ที่โดนใจ มีแรงดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย
บอกเล่าเรื่องราวให้แพร่กระจาย สร้างรายได้ และปกป้องแบรนด์

นิวพล่า ไซไฟโรจน์, อาราดา ประทีนอักษร



คำนำ

สืบเนื่องจากหนังสือ DIGITAL MARKETING Concept & Case Study ที่ผมเขียนต่อเนื่องมาหลายปี ผมเชื่อว่า หลายนๆ คน คงเข้าใจถึงการใช้งานแพลตฟอร์มต่างๆ เป็นอย่างดี ในวันนี้เนื่องจากการเลือกแพลตฟอร์มออนไลน์แล้ว เรื่องที่คุณจะ มองข้ามไม่ได้ก็คือ การกำหนดกลยุทธ์ 'Content Marketing' สิ่งสำคัญและเป็นหัวใจที่จะนำสินค้าและแบรนด์ เข้าไปอยู่ในใจลูกค้า

เพราะเราทุกคนในยุคนี้เรียนรู้แล้วว่า 'Contents is the King' หัวใจหลักที่จะนำพาท้องค์กร สินค้า และบริการต่างๆ ให้ เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ตั้งไว้อย่างตรงจุด ส่งผลเป็นระลอกคลื่นให้การทำงานด้าน Digital Marketing เกิดประสิทธิภาพ ยิ่งขึ้น

เริ่มที่การวางแผนการตลาดออนไลน์

ตามทีวางแผนกลยุทธ์ด้านคอนเทนต์ Content Marketing ที่ตอบโจทย์

จบด้วยวางแผนซื้อสื่อที่ทรงประสิทธิภาพ เพื่อสร้าง Transaction การขายสินค้าและบริการผ่านช่องทางที่วางแผนไว้ เท่านั้นงานด้านการตลาด Digital Marketing ก็จะมีประสิทธิภาพมากขึ้น ด้วยงบประมาณที่ต่ำลง ตามมาด้วยการ สร้างแบรนด์ และสร้างยอดขายได้จริงผ่านช่องทางที่คุณกำหนดกลยุทธ์ไว้

หนังสือเล่มนี้ ผมและคุณอาราดา ประทีนอักษร (คุณแอมป์) ตั้งใจเขียนให้กับผู้ที่เพิ่งทำธุรกิจ นักเรียนนักศึกษา จนถึงนักการตลาดออนไลน์ ที่ต้องการพัฒนาแบรนด์ และไม่ต้องการเสียเวลาอ่านตำราหนาๆ คำศัพท์ยากๆ เสียค่า ใช้จ่ายลงเรียนในราคาแพง

หนังสือเล่มนี้ได้รับการยกย่องส่วนสำคัญที่คุณควรรู้เกี่ยวกับการทำ Content Marketing มารวมไว้แล้ว ดังนั้น ถ้าอยาก พัฒนาแบรนด์ รวมถึงเพิ่มยอดขายสินค้าและบริการ ในยุค New Normal ผมคิดว่า คุณต้องชอบหนังสือเล่มนี้ อย่างแน่นอนครับ

ปล. จะดีมาก ๆ หากคุณอ่าน DIGITAL MARKETING Concept & Case Study Edition 7 ที่เน้นเรื่อง New Normal ร่วมด้วย คุณจะสนุกกับการอ่านยิ่งขึ้นอย่างแน่นอน

ลองดูครับ!

ณัฐพล โยไพโรจน์

ผู้เขียนหนังสือ DIGITAL MARKETING Concept & Case Study

CHAPTER

01

Summary Content Marketing Strategy 13

อย่าตีกรอบความคิดตัวเอง	14
สร้างแบรนด์ด้วย Content Strategy เขาเริ่มกันอย่างไร..	16
Case Study Content Marketing Idea แต่ละรูปแบบ ใช้เพื่ออะไร	28

CHAPTER

02

จับปลาให้ได้ปลา กลยุทธ์ Content Marketing 39

Content Marketing is?	40
Content Marketing มีอะไรบ้าง	43

CHAPTER

03

Content Marketing เป็น “กลยุทธ์” ไม่ใช่แค่ “ตัวหนังสือ” 47 |

สิ่งสำคัญไม่ใช่คุณอยากเล่าอะไร แต่กลยุทธ์คืออะไร ต่างหาก	48
---	----

CHAPTER

04

Call to Action เป้าหมายสำคัญของ Content Marketing 59

Content Marketing กับเป้าหมาย “ที่คุณเลือกได้”	60
--	----

CHAPTER

05

Start! ที่เรื่องการตลาด กันก่อน 83 |

วางหมากดี ผลสำเร็จสูง	84
Marketing Model for Content Marketing	86
STP	87

CHAPTER

06

CI Brand สร้างภาพจำให้ฝังแน่น ในใจ 111 |

เมื่อลูกค้าจำคุณได้ คุณคือคนได้ประโยชน์	112
โลโก้	114
ภาพ	120
ฟอนต์ หรือตัวอักษร	124

สโลแกนและแท็กไลน์	125
สีสัน	128

CHAPTER

07

Content Marketing ทำอย่างไรให้โดนใจ

ความพึงพอใจของผู้บริโภค = ผลกำไร

CHAPTER

08

Content Marketing Tools “Web Content”

ทำให้เว็บไซต์ขายตัวมันเองให้ได้!

CHAPTER

09

Content Marketing Tools “Social Media”

Content Marketing on Social Media สำคัญ!

ภาพถ่าย/กราฟิก

วิดีโอ/ไมชนคราฟิค	170
KOLs & Influencer	178

CHAPTER

10

Content Marketing Tools “E-mail Marketing”

ส่งอีเมลหาลูกค้าอย่างไรให้เจ๋งจริง

CHAPTER

11

Content Marketing Tools “E-Marketplace”

นึกถึงยอดขาย นึกถึง E-Marketplace

สามารถยืมและติดตามหนังสือใหม่ได้ที่ ระบบห้องสมุดอัตโนมัติ Walai Autolib

<http://lib.rmutp.ac.th/catalog/BibItem.aspx?BibID=b00105384>




Multi view



View map

Content marketing ผั่งแน่นในอ้อมใจ สร้างยอดขายได้จริง ๆ / ณัฐพล ไยไพโรจน์, อาราดา ประทีนอักษร.

Author ณัฐพล ไยไพโรจน์
Published นนทบุรี : ไอดีซีฯ, 2563
Edition พิมพ์ครั้งที่ 1
Detail 200 หน้า : ภาพประกอบ ; 19 ซม
Subject การตลาดอินเทอร์เน็ต(+)
การสื่อสารทางการตลาด(+)
สื่อสังคมออนไลน์(+)

Added Author อาราดา ประทีนอักษร
ISBN 9786164871281
ประเภทแหล่งที่มา  Book

"สำหรับเพื่อการศึกษาและอ้างอิงเท่านั้น"