

เจาะกลยุทธ์การตลาดแบบอาศัยผู้มีอิทธิพลช่วยเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างแม่นยำ  
เพื่อชี้้นำให้ตัดสินใจซื้อสินค้าแบบไม่ลังเล ดันยอดขายและเพิ่มผลกำไรอย่างได้ผล



# INFLUENCER MARKETING

พร้อม **Social Analytics**

ตอบโจทย์การตลาด  
อย่าง **ปัง** และได้เปรียบ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร



ห้องสมุดทเวอ์



401016898

ธัญญ์ธิดา อภิกุลวราศิษฐ์ *เขียน*

# คำนำ

เมื่อพูดถึง Influencer หลายคนมักนึกถึงดารารหรือคนดังที่มีผู้ติดตามจำนวนมาก แต่อันที่จริงแล้ว Influencer ตัวจริงอาจไม่จำเป็นต้องเป็นคนที่มีผู้ติดตามเยอะ ๆ เสมอไป เพราะ Influencer ในความหมายที่ผู้เขียนอยากนำเสนอคือ ผู้ทรงอิทธิพลในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ชนิดหาตัวจับได้ยาก และไม่ว่าพวกเขาเหล่านั้นจะนำเสนออะไร ผู้ติดตามก็มักคล้อยตาม วิธีคิดและวิธีในมน้าวใจที่วางแผนกลยุทธ์การสื่อสารมาเป็นอย่างดี

หนังสือเล่มนี้เกิดขึ้นจากความตั้งใจที่อยากจะแชร์ความรู้และประสบการณ์ของผู้เขียน ซึ่งคุ้นเคยกับแนวทางการตลาดแบบนี้มาตั้งแต่ยังไม่มีความจำกัดความว่า Influencer Marketing ซึ่งปัจจุบันถูกนำมาใช้กับแทบทุกธุรกิจ และยังสามารถสร้างอาชีพสร้างงานได้อีกด้วย ผู้เขียนจึงอยากให้ทุกคนที่ทำธุรกิจหรือคนที่อยากยึดอาชีพ Influencer ให้ยั่งยืน ได้ลองศึกษาอย่างจริงจังและลงมือทำ

โดยหวังว่านักการตลาดและเจ้าของธุรกิจทั้งหลาย จะสามารถนำเนื้อหาและไอเดียในหนังสือเล่มนี้ไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อธุรกิจของท่าน อีกทั้งยังหวังว่าผู้ที่กำลังสนใจอาชีพนี้จะเข้าใจหลักการและเกิดแรงบันดาลใจในการริเริ่ม เพื่อสร้างรายได้อย่างยั่งยืน จาก Influencer-อาชีพในฝันของหลาย ๆ คน

ธัญญ์ธีรา อภิกุลวราศิษฐ์

thantira@witty.net

# สารบัญ



<b>1 Influencer อาชีพทำเงินในยุคนี้</b>	
<b>ที่นักการตลาดตามตัวมากที่สุด .....</b>	<b>15</b>

ไม่ว่าคุณจะเป็นนักการตลาดหรือสนใจก้าวเข้าสู่อาชีพ Influencer เรามามองภาพรวมของอาชีพนี้กันก่อน เพื่อให้เข้าใจบทบาทและสามารถแยกแยะได้ว่าแบบไหนคือ Influencer และแบบไหนคือ Content Creator เพราะการทำ Influencer Marketing ไม่ได้เน้นเพียงจำนวนแฟน ๆ ที่ติดตามเท่านั้นแต่เป็นการเน้นไปที่อิทธิพลของ Influencer ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการด้วย

Influencer คือใคร .....	17
Influencer และ Presenter ต่างกันอย่างไร .....	19
Influencer และ Content Creator ความเหมือนที่แตกต่าง .....	21
ทำไมแบรนด์ต่าง ๆ ถึงนิยมจ้าง Influencer .....	23
อยากเป็น Influencer เงินล้านต้องทำอะไร .....	25
Influencer Marketing เรื่องที่นักการตลาดต้องเรียน Influencer ต้องรู้ .....	27

## 2 แบ่งประเภท Influencer เป็น จะเห็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย .....

29

Influencer สามารถแบ่งประเภทได้หลายแบบ เช่น แบ่งตามจำนวนผู้ติดตาม, แบ่งตามหมวดธุรกิจ, แบ่งตามความสนใจ ฯลฯ ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับกลุ่มเป้าหมายที่เข้ากับวัตถุประสงค์ทางการตลาดของแคมเปญ หากจัดกลุ่มและเข้าใจธรรมชาติของ Influencer แต่ละประเภทได้อย่างถูกต้อง ก็จะช่วยให้คุณเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ดียิ่งขึ้น

3 ประเภทใหญ่ๆ ของ Influencer แบ่งจากจำนวนผู้ติดตาม .....	30
• Celebrity หรือ Mega Influencer .....	32
• Macro Influencer .....	33
• Micro Influencer .....	35
ประเภทของ Influencer แบ่งตามสื่อโซเชียลที่ใช้ .....	37
• Facebook Influencer .....	37
• Instagram Influencer .....	38
• Twitter Influencer .....	38
• YouTuber + VTuber Influencer .....	39
ประเภทของ Influencer แบ่งตามคอนเทนต์ที่สร้าง .....	40
• Social Media Influencer .....	40
• Blogger Influencer .....	42
• Vlogger Influencer .....	43
ประเภทของ Influencer แบ่งตามกลยุทธ์การตลาด .....	44
• Celebrity Influencer .....	45
• KOL (Key Opinion Leader) .....	45
• Product Influencer/Reviewer .....	47
ประเภทของ Influencer แบ่งตามหมวดธุรกิจหรือหมวดสินค้า .....	48



### 3 สร้างอิทธิพลทางการตลาด

## ด้วย Influencer Marketing ..... 49

ถ้ามองเผินๆ กระบวนการทำ Influencer Marketing ก็เหมือนจะมีแค่การคัดเลือก Influencer เพื่อมาโปรโมตสินค้าหรือบริการเท่านั้น แต่จริงๆ แล้วยังมีขั้นตอนอื่นที่สำคัญและควรทำอีกหลายอย่าง ซึ่งบางขั้นตอนนี้คือการตลาดและ Influencer จำเป็นต้องคิดและทำงานร่วมกันเพื่อสร้างแคมเปญการตลาดที่มีประสิทธิภาพและให้ผลตอบแทนที่คุ้มค่า

มองภาพรวมผ่าน Influencer Marketing Model .....	50
สร้าง Influencer Marketing Campaign ยังไงให้ได้ผล .....	53
• ขั้นตอนที่ 1 สํารวจและวิจัยตลาด .....	54
• ขั้นตอนที่ 2 สร้างกลยุทธ์การตลาด .....	55
• ขั้นตอนที่ 3 ระบุสิ่งที่ต้องการและส่งมอบงานให้ Influencer .....	57
• ขั้นตอนที่ 4 บริหารแคมเปญให้เป็นไปตามทิศทางที่กำหนด .....	58
• ขั้นตอนที่ 5 วัดผลและจัดทำรายงาน .....	59
• ขั้นตอนที่ 6 ปรับปรุงแคมเปญให้ดีขึ้น (ถ้าผลที่ได้ไม่ดีพอ) .....	60
สร้างแคมเปญพร้อมใช้ด้วย Influencer Marketing Platform .....	61
5 เคล็ดลับทำ Influencer Marketing ให้ได้ผล .....	63
• เคล็ดลับที่ 1 กำหนดเป้าหมายให้ชัดเจน .....	63
• เคล็ดลับที่ 2 หา Influencer ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย .....	65
• เคล็ดลับที่ 3 สร้างการมีส่วนร่วมที่ทำให้เกิด Action .....	66
• เคล็ดลับที่ 4 อย่าลืมใช้ Hashtag .....	67
• เคล็ดลับที่ 5 มอบข้อเสนอหรือข้อแลกเปลี่ยน .....	68



## 4 Social Media Analytics Tools อวูรที่ต้องมี ..... 69

ไม่ว่าจะเป็น Influencer หรือนักการตลาด คุณควรทราบวิธีใช้จาก Social Media Analytics เพื่อช่วยวิเคราะห์ข้อมูลสถิติจำนวนผู้เข้าชม, จำนวนผู้ติดตาม และการมีส่วนร่วมกับ Influencer ทั้งก่อนและหลังการทํางาน ซึ่งมีทั้งเครื่องมือฟรีที่มีในสื่อโซเชียลันันๆ อยู่แล้ว และเครื่องมือภายนอกที่พัฒนาขึ้นเพื่อเพิ่มความสะดวกและความสามารถให้มากขึ้น

Social Media Analytics Tools คืออะไร .....	71
วิเคราะห์เพจและโพสต์ด้ว้ Facebook Insights .....	74
• Facebook Insights อยู่ที่ไหน .....	75
• Facebook Insights วัดข้อมูลอะไรได้บ้าง .....	76
• ข้อมูลสำคัญที่แบรนด์และ Influencer ต้องรู้ .....	78
วิเคราะห์และวัดผล IG ด้ว้ Instagram Insights .....	82
• Instagram Insights อยู่ที่ไหน .....	82
• Instagram Insights วิเคราะห์ข้อมูลอะไรบ้าง .....	83
• ข้อมูลสำคัญที่ IG Influencer ต้องรู้ .....	84
วิเคราะห์และวัดผลด้ว้ YouTube Analytics .....	87
• YouTube Analytics อยู่ที่ไหน .....	87
• YouTube Analytics วิเคราะห์ข้อมูลอะไรบ้าง .....	88
• ข้อมูลสำคัญที่ YouTuber ต้องรู้ .....	89

## 5 ตามหา Influencer ที่ใช่จาก Influencer Platform .. 93

ที่ผ่านมา นักการตลาดหรือเจ้าของธุรกิจจะต้องเข้าไปตามหาและติดต่อว่าจ้าง Influencer ตามสื่อโซเชียลกันเอง และมักว่าจ้างกันอยู่ในวงแคบๆ ทำให้ Influencer ที่หาถูกค้นไม่พบบ้างหรือยังไม่ค่อยมีคอนเนกชันเสียโอกาสสร้างรายได้ไปอย่างน่าเสียดาย จึงมีนักคิดสร้าง Influencer Platform ขึ้น เพื่อสนับสนุนให้ทั้งนักการตลาดและ Influencer สามารถพัฒนาประสิทธิภาพการทำงานได้ดียิ่งขึ้น

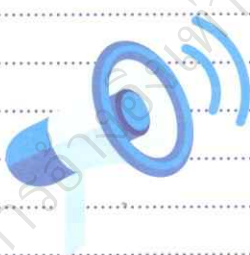
Influencer Platform คืออะไร .....	94
Influencer Platform Model ที่ดีต้องมีอะไรบ้าง .....	98
ประโยชน์ของการใช้ Influencer Platform .....	99
Fastwork.co แพลตฟอร์มรวมพลคนขอประวัติ .....	101
Tellscore.com แพลตฟอร์มพร้อมใช้ เจอคนที่ใช่ก็สั่งงานได้เลย .....	102
Motiveinfluence.com ชูจุดเด่นด้วย Instagram Influencer Network .....	103
Casting-asia.com แพลตฟอร์มที่ตอบโจทย์ทั้งแบรนด์และ Influencer .....	105
Izea.com แพลตฟอร์มต่างประเทศที่น่าลอง .....	106

## 6 ทำการตลาดยกกำลังสอง ด้วย Influencer และสื่อโซเชียล ..... 109



หัวใจสำคัญของการทำ Influencer Marketing คือ การพยายามสร้างอิทธิพลของแบรนด์หรือบุคคลเพื่อประโยชน์ในการโน้มน้าวใจกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้ได้มากที่สุด ซึ่งเครื่องมือที่จะทำให้บรรลุเป้าหมายได้ดีที่สุดก็คือสื่อโซเชียล ดังนั้น Social Media Marketing จึงเป็นกลยุทธ์การตลาดที่ต้องทำไปพร้อมกัน

Influencer ชั้นนำคือผลจากการทำ Social Media Marketing ที่ยอดเยี่ยม .....	110
• เริ่มต้นต้องจับคู่ Goal และ Social Media Marketing Goal .....	111
• Social Media Marketing Plan รู้ไว้จะได้ไม่หลงทาง .....	113
• เลือกสื่อโซเชียลให้ถูกจริตกับหมวดธุรกิจและแบรนด์ .....	114
ทำการตลาดผ่าน Facebook + Influencer Marketing .....	115
ทำการตลาดผ่าน IG + Influencer Marketing .....	119
ทำการตลาดผ่าน YouTube + Influencer Marketing .....	123
ทำการตลาดผ่าน Twitter + Influencer Marketing .....	126
ทำการตลาดผ่าน TikTok + Influencer Marketing .....	128
ทำการตลาดผ่าน Blogger + Influencer Marketing .....	130



## 7 รวมเทคนิค YouTuber, VTuber, Vlogger

ทำวิดีโออย่างไรให้มีอิทธิพลบนโลกออนไลน์ .....	133
---	-----

YouTuber, VTuber, Vlogger เป็น Influencer ประเภทหนึ่งที่กำลังมาแรงและได้รับความนิยมจากนักการตลาด ปัจจุบันจึงมีคนสนใจก้าวเข้าสู่อาชีพนี้กันมาก เพราะถ้าแล้วมีโอกาสสร้างรายได้ถึงสองทาง ทั้งรายได้จากโปรแกรมโฆษณาและรายได้จากการเป็น Influencer ให้กับธุรกิจต่างๆ แต่กว่าจะปั้นช่องให้ดังได้ก็ต้องใช้ความทุ่มเทไม่น้อย พวกเขาใช้เทคนิคและวิธีการอย่างไร มาติดตามกัน

ทำความรู้จักอาชีพ YouTuber + VTuber + Vlogger กันก่อน .....	134
• YouTuber คือ ... ..	135
• VTuber คือ ... ..	137
• Vlogger คือ ... ..	139





ทำไมแบรนด์ใหญ่ ๆ ถึงนิยมจ้าง YouTuber .....	141
5 ขั้นตอนง่ายๆ ก้าวสู่อาชีพ YouTuber .....	142
ทำวิดีโอไม่เก่งก็เป็น YouTuber ได้ .....	147
เครื่องมือช่วยสร้างตัวตนให้เป็น VTuber มีอาชีพ .....	149
เทคนิคก้าวสู่อาชีพ Vlogger แบบไม่ต้องลงทุน .....	152
เครื่องมือสร้างวิดีโอง่ายๆ ประหยัดงบประมาณ ประหยัดต้นทุน .....	153
เทคนิคสร้างรายได้คุณสองจาก YouTube และ Influencer .....	154

## 8 เพิ่มยอดขายออนไลน์ ด้วย Influencer และ e-Commerce ..... 155

ลูกค้าเกินครึ่งของ Influencer คือร้านค้าออนไลน์ที่ต้องการเพิ่มยอดขายและสร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จัก ฉะนั้นในบทนี้ผู้เขียนจะมาอธิบายการใช้กลยุทธ์การตลาดด้วย Influencer เพื่อเพิ่มยอดขายในทันที นอกจากนี้คุณยังจะได้เรียนรู้วิธีเพิ่มยอดขายในแอปสุดฮิตอย่าง Lazada และ Shopee อีกด้วย

หมดยุครีวิวลินค้าแล้วหรือยัง .....	156
เลือก Influencer รีวิวสินค้าเก่งต้องทำไง .....	157
สินค้าที่ต้องการ Influencer ประเภทผู้เชี่ยวชาญหรือ Experts .....	164
พอดั๊มค้าขายต้องลองดู ให้ Influencer ช่วยขายผ่าน Live .....	166
เทคนิคให้ Influencer ช่วยเพิ่มยอดขายบน Lazada .....	168
เทคนิคให้ Influencer ช่วยเพิ่มยอดขายบน Shopee .....	171



## 9 ทำคอนเทนต์ยังไงให้มีอิทธิพลในสื่อโซเชียล ..... 175

บทความ รูปภาพ เสียง และวิดีโอ คือสิ่งที่เรียกรวมกันว่า “คอนเทนต์” ซึ่งมีส่วนสำคัญอย่างมากในการสร้างความนิยมและดึงดูดให้ผู้คนติดตาม Influencer ความพิเศษของคอนเทนต์ในโลกโซเชียลคือมันสามารถเผยแพร่ไปได้เรื่อยๆ ไม่มีวันหมดอายุจนกว่าจะถูกลบออกจากระบบ ดังนั้น คอนเทนต์ที่ดีจึงก่อให้เกิดอิทธิพลในโลกโซเชียลเพิ่มมากขึ้นได้อย่างไม่รู้จักการเรียนรู้กลยุทธ์การสร้างและโปรโมตคอนเทนต์จึงเป็นสิ่งที่คุณไม่รู้ไม่ได้

ศาสตร์ของ Content Marketing ที่ Influencer ต้องมี .....	177
ทำคอนเทนต์แบบไหนก็ได้ผู้ชมแบบนี้ .....	179
• คอนเทนต์แบบไหนได้ลูกค้าเพิ่มขึ้น .....	179
• คอนเทนต์แบบไหนได้แฟนพันธุ์แท้ .....	181
• คอนเทนต์แบบไหนสร้างการรับรู้และมีส่วนร่วม .....	182
เลือกรูปแบบคอนเทนต์ให้เหมาะกับความหลากหลายของสื่อโซเชียล .....	183
• โพสต์หรือข้อความ (Post) .....	183
• ลิงก์ (Link) .....	184
• รูปภาพ (Image) .....	185
• วิดีโอ (Video) .....	186
• ข้อเสนอ (Offer) .....	187
• สตอรี่ (Story) .....	188
• ถ่ายทอดสด (Live) .....	189
• พอดแคสต์ (Podcast) .....	190



เขียนบทความยังไงให้คนตามอ่านจนจบ .....	191
รูปภาพแบบไหน เห็นปุ๊บ Like ปุ๊บ .....	192
จับคนดูให้อยู่หมัดด้วยคอนเทนต์วิดีโอ .....	194
เทคนิคทำคอนเทนต์ประเภท Live สดให้สดชื่น .....	195
อยากให้ออกต่อต้องติดแฮชแท็ก .....	196
สร้างคอนเทนต์ทันใจด้วย Content Marketing Tools .....	197

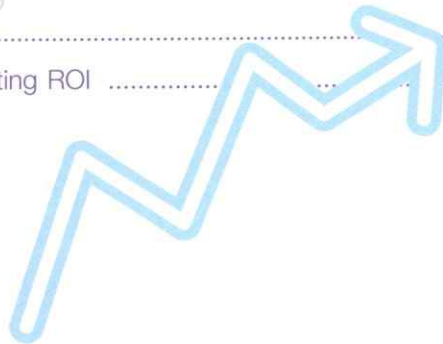
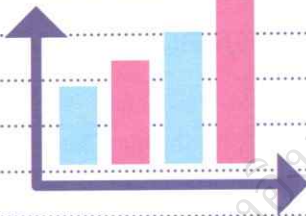
## 10 Measurement & ROI

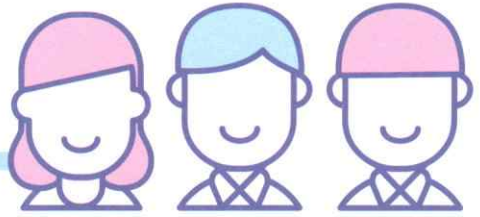
### วิเคราะห์และวัดผล จะไปต่อหรือพอดี ..... 201

การวัดผลหรือประเมินผลงานมีความสำคัญต่อกธุรกิจและทุกอาชีพ เพื่อให้เกิดการพัฒนา และควบคุมค่าใช้จ่ายที่เกินขอบเขตและไม่คุ้มค่ากับการลงทุน แล้วถ้าจ้าง Influencer จะประเมินผลงานได้จากอะไร มีคือกระบวนการสำคัญที่นักการตลาดต้องทราบ Influencer ก็ต้องรู้ เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพของงานและจะได้รู้ตัวว่าแนวทางที่ทำไปนั้นควรไปต่อหรือพอดี

วัดผลอิทธิพลทางการตลาดด้วย Influencer Marketing Measurement .....	203
ขั้นตอนที่ 1 ระบุวัตถุประสงค์ตามเป้าหมายของธุรกิจให้ชัดเจน .....	204
ขั้นตอนที่ 2 เลือกกุญแจชี้วัดความสำเร็จ (KPI) และหน่วยวัด (Metric) .....	206

• Reach and Awareness .....	206
• Engagement .....	207
• Audience Growth .....	208
• Traffic .....	209
• Conversion .....	210
• Sale .....	211
ขั้นตอนที่ 3 เลือกใช้เครื่องมือวัดผล (Analytics Tools) .....	213
• Social Media Analytics Tools .....	213
• Influencer Marketing Platform .....	215
• Google Analytics .....	216
ขั้นตอนที่ 4 คำนวณและสรุปข้อมูลเป็นผลลัพธ์ .....	217
• การนับจำนวน (Counts) .....	217
• ผลรวมทั้งหมด (Totals) .....	217
• เปอร์เซ็นต์ (Percentages) .....	218
• ค่าเฉลี่ย (Averages) .....	219
• อัตราส่วน (Ratio) .....	219
วิธีคำนวณ Influencer Marketing ROI .....	220





## 11 อย่ามัวแต่จ้าง ลองสร้าง Influencer ของตัวเองบ้างสิ .....

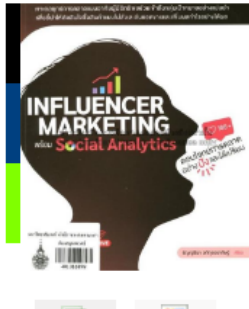
221

ปัญหาของการทำ Influencer Marketing ที่มักพบบ่อยๆ คือ ความไม่พอดีของเวลาและงบประมาณในการจ้าง Influencer ที่ตรงใจ คุณอยากให้เขาช่วยเชียร์สินค้าใจจะขาด แต่ติดเรื่องเวลาและงบประมาณที่ไม่เอื้ออำนวย เขาละ ในเมื่ออะไรๆ ไม่เป็นไปตามที่คิดก็ลืจัดขึ้นมาเองเลยละกัน


เทคนิคการทำ Personal Branding + Influencer Marketing .....	222
• Personal Branding คืออะไร .....	223
• ข้อดีที่เจ้าของธุรกิจต้องเริ่มทำ Personal Branding .....	224
• ผสาน Influencer Marketing เพิ่มอิทธิพลบนโลกออนไลน์ .....	225
• เคล็ดลับสร้างตัวตนให้โดดเด่นและมีอิทธิพลบนสื่อโซเชียล .....	226
เปลี่ยนพนักงานในองค์กรมาเป็น Influencer .....	228
แฟนพันธุ์แท้ของแบรนด์ คือ Influencer พันธุ์หายาก .....	230
จัดแคมเปญให้ลูกค้ากลายเป็น Influencer .....	233
• 3 ขั้นตอนหลักจัดแคมเปญให้ลูกค้าเป็น Influencer .....	233
• กระตุ้นให้เกิดการบอกต่อต้องใช้ Referral Program .....	235
• กระตุ้นให้เกิดยอดขายต้องใช้ Affiliate Program .....	236
สร้างอิทธิพลผ่านระบบวีวีวี .....	238

สามารถยืมและติดตามหนังสือใหม่ได้ที่ ระบบห้องสมุดอัตโนมัติ Walai Autolib

<https://lib.rmutp.ac.th/catalog/BibItem.aspx?BibID=b00106757>



**Influencer marketing พร้อม social analytics ตอบโจทย์การตลาดอย่างปังและได้เปรียบ / อัญญิธีรา อภิกุลวราศิษฐ์.**

Author	อัญญิธีรา อภิกุลวราศิษฐ์
Published	กรุงเทพฯ : จีคซอว์, 2564
Edition	พิมพ์ครั้งที่ 1
Detail	240 หน้า : ภาพประกอบ ; 19 ซม
Subject	กลยุทธ์การตลาด(+) การตลาดอินเทอร์เน็ต(+)
ISBN	9786168170038
ประเภทแหล่งที่มา	 Book

สำหรับเพื่อการศึกษาและการอ้างอิงเท่านั้น