

# Instagram

# Marketing

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ตัวตน สร้างโปรไฟล์ ทำคอนเทนต์ คุ่มโทน ไปจนถึงการโฆษณา  
อุมูลเชิงลึก และเทคนิคการโพสต์ให้เห็นผลแบบครบๆ จบในเล่มเดียว



ห้องสมุดเทคโนโลยี



401017160

ภัทรนิษฐ์ สิทธิวีรศาสตร์

## คำนำ 📷

สวัสดิ์คะ เคยสังเกตไหมคะว่า ทำไมดาราดารา, เซเลบบริตี้, Influencer แปรนติใหญ่ๆ ดังๆ ระดับ Top 5 ไม่ว่าจะของเมืองไทย หรือของโลก เลือกที่จะโปรโมทร้านค้า หรือตัวบุคคลเองผ่าน Social แพลตฟอร์มเล็กๆ อย่าง Instagram มากกว่าแพลตฟอร์มอื่นๆ

นั่นเพราะการสื่อสารเรื่องราวไลฟ์สไตล์ ผ่านรูปภาพและวิดีโอ นั้น เป็นสิ่งที่ทำให้การสื่อสารชัดเจนกว่าแพลตฟอร์มอื่นๆ ค่ะ

การสร้างแบรนด์ หรือแม้กระทั่งการสร้างยอดขายของแพลตฟอร์ม Instagram นั้น จะมีลักษณะพิเศษเฉพาะกว่าแพลตฟอร์มอื่นๆ เพราะการซื้อขายจะซื้อผ่านความเชื่อใจในตัวบุคคลและร้านค้า และนี่คือที่มาของคำว่า สินค้าบน Instagram ไม่ว่าจะราคาแพงแค่ไหนคนก็ยอมจ่าย

เพราะเขาจ่ายราคาของความเชื่อใจในสินค้า จ่ายในราคาของศิลปะและอารมณ์

ผู้เขียนโลดแล่นบนเส้นทาง Instagram และขายของบนแพลตฟอร์มนี้ตั้งแต่ยุคเริ่มต้นที่มีเพียง Fliter ไม่กี่ตัว และยุคที่ยังไม่ได้ควมรวมกับ Facebook

สินค้าที่ผู้เขียนได้เริ่มขายชิ้นแรกคือ กลุ่มกระเป๋าแบรนด์เนมระดับ Hi-End ที่มีราคา มากกว่า 10,000 บาทขึ้นไปจนถึงหลักหลายแสนบาท โดยที่ไม่เคยได้ยิงโฆษณาเลย

ปัจจุบัน Instagram มีลูกเล่นมากมายหลากหลาย เพื่อรองรับร้านค้า และ Influencer ที่กำลังเข้ามาใช้งานแพลตฟอร์มนี้ ไม่ว่าจะเป็นการสร้างตัวตน หรือการสร้างร้านค้าก็ดี

สิ่งหนึ่งที่ผู้เขียนมักจะบอกนักเรียน หรือผู้อ่านเสมอๆ ว่า Instagram เป็นเพียงอีกหนึ่งแพลตฟอร์มที่ใช้สำหรับสื่อสารกับลูกค้าอีกกลุ่มหนึ่งเท่านั้น ไม่ควรยึดเป็นพื้นที่หลักในการขายช่องทางเดียว ควรกระจายช่องทางขายให้หลากหลายเพื่อเพิ่มยอดขายของธุรกิจคุณด้วยค่ะ

และอีกสิ่งหนึ่งที่มักย้ำเสมอคือ การลงรูป ส่ง Story หรือแม้กระทั่ง Reels ให้สม่ำเสมอ เพราะลูกค้า Instagram นั้นชอบให้ร้านมีความเคลื่อนไหว เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือด้วยค่ะ อาจจะใช้เวลาสักหน่อย กว่าที่เราจะสร้างร้านให้คนที่ไม่รู้จักเรา กลายเป็นลูกค้า และกลายเป็นฐานแฟนที่เหนียวแน่นค่ะ

ไม่ว่าคุณจะทำขายของแพลตฟอร์มไหน จงทำความเข้าใจพฤติกรรมของลูกค้าในแพลตฟอร์มนั้นๆ ให้มากที่สุด เพื่อที่คุณจะได้วางแผนกลยุทธ์การทำการตลาด การวางคอนเทนต์ให้เหมาะกับลูกค้าของคุณนะคะ

อยากให้มาลองสร้างแบรนด์ที่แพลตฟอร์มนี้กันเยอะๆ เพราะฐานผู้เล่นยังคงเป็นฐานแฟนที่เหนียวแน่น และพฤติกรรมไม่ได้หลากหลายเหมือนแพลตฟอร์มอื่นๆ ค่ะ

ผู้เขียนตั้งใจนำเทคนิคที่เริ่มตั้งแต่พื้นฐาน เพื่อให้ผู้อ่านบางท่านที่ยังไม่เคยลองใช้ Instagram ได้เข้าใจ รวมถึงมีเทคนิค กลยุทธ์ทางการตลาดที่ผู้เขียนได้ทดลองทำเอง รวมถึงได้บอกนักเรียนมากกว่า 1,000 ธุรกิจได้ทดลองทำ ซึ่งผลลัพธ์ดีมากกว่า 99% ค่ะ แต่ก็ยังมีการปรับตัว พัฒนากันต่อไป อย่าหยุดเพียงเพราะเราสำเร็จแล้วนะคะ

ผู้เขียนหวังว่า หนังสือเล่มนี้จะมีประโยชน์ต่อท่านผู้อ่านบ้าง ไม่มากก็น้อย

ขอบพระคุณที่รักกันค่ะ

ภัทรนิษฐ์ สิทธิวิชาศักดิ์

# Introduction

## ทำไมเราต้องขายของบนโลกออนไลน์?

ทำไมเราต้องขายของบนโลกออนไลน์? .....	3
เมื่อโลก Offline รวมตัวกับโลก Online .....	6
พลังขับเคลื่อนของ Social Media .....	7
แล้วทำไมต้องขายบน Instagram? .....	8

## CHAPTER 01 | มารู้จักกับ Instagram กันเถอะ

เกร็ดเล็กเกร็ดน้อยของ Instagram .....	12
ทำไมต้องขายของบน Instagram? .....	13
ประเภทสินค้าที่เหมาะสม	
การขายของบน Instagram .....	16
สินค้าแฟชั่น .....	16
เครื่องสำอาง .....	19
ของตกแต่งบ้าน .....	20
หมวดลดน้ำหนัก .....	21
ครีมและอาหารเสริม .....	22
หมวดหมู่สินค้าเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) .....	23
เทคนิคหาของมาขายโดยไม่ต้องใช้ทุนสูง .....	25
Shopee/Lazada .....	25
ประตูน้ำ แฟลททิม แหล่งขายส่งเสื้อผ้าขนาดใหญ่ของประเทศไทย .....	26
Mr. D.I.Y. ร้านขายสินค้าเบ็ดเตล็ดนำเข้าราคาถูก .....	27
หาร้านที่เปิดรับตัวแทนจำหน่ายจาก Facebook .....	28



## CHAPTER 02 | ประเภทของ Instagram

Business Account .....	32
ตัวอย่างบัญชีธุรกิจ (Business Account) .....	33
Creator Account .....	34
Influencer Marketing .....	36
เทคนิคการทำตลาด	
โดยใช้ Influencer และ KOL .....	38

## CHAPTER 03 | เริ่มต้นก้าวแรกกับ Instagram

การสมัคร Instagram เบื้องต้น .....	42
การเพิ่ม Instagram Account แบบไม่ต้องสมัครใหม่ .....	45
เปลี่ยนบัญชีธรรมดาให้เป็นเครื่องมือสร้างเงินล้านกันเถอะ .....	47
รู้จักส่วนประกอบต่างๆ ของ Instagram .....	50

## CHAPTER

## 04

รู้จักลูกค้า  
ก่อนเสียก่อน

Neuro Science วิทยาศาสตร์ทางด้านสมอง  
และระบบประสาทวิทยา..... 61



## CHAPTER

## 05

เทคนิคสร้างยอดขาย  
ให้เกิดขึ้นจริง

เทคนิคเพิ่มความน่าเชื่อถือ x10 ด้วยรูปโปรไฟล์.....	68
โลโก้ของแบรนด์ (Logo) .....	69
เทคนิคการตั้งชื่อร้านให้ปัง เรียกตั้งค์กันที่ .....	72
Username หรือชื่อร้าน .....	72
เทคนิคการเลือกชื่อร้านแบบ Official สำหรับสายตัวแทน .....	74
เทคนิคการสร้าง Name ด้วย SEO ให้ลูกค้าค้นหาเจอทีไร .....	76
ปิดการขายตั้งแต่ยังไม่เริ่มขาย ด้วยการเขียน BIO.....	78
เทคนิคตกแต่ง Story Highlight ให้เป็นระเบียบ สวยงามน่ามอง .....	81
วิธีตั้ง # Hashtag คาถาเรียกเงินล้านกันตา .....	84
เทคนิคการทำ Content ให้ปัง ไม่พังอย่างแน่นอน.....	87
รูปภาพ.....	88
รูปร่าง .....	90
Infographic .....	91

เทคนิคการคุมโทนภาพรวมหน้าร้านให้อยู่หมัด ด้วย Application ต่างๆ .....	93
เทคนิคปรับแต่งหน้าร้านบน Instagram ให้ดูสวยงามน่าซื้อ.....	95
เทคนิคการคุมโทนด้วยสี.....	95
เทคนิคการจัดรูป 9 ช่อง .....	96
เทคนิคการคุมรูปภาพแบบแนวทแยงมุม .....	97
เทคนิคการคุมรูปภาพด้วยกรอบ.....	98
Application ที่ช่วยให้การแต่งภาพ คุมโทน Instagram ทำได้ง่ายยิ่งขึ้น.....	99
Canva.....	99
Ibispaint.....	102
Phonto.....	103
Adobe Lightroom .....	104
VSCO.....	105

## CHAPTER

## 06

วิเคราะห์ข้อมูล  
เชิงลึกก่อนเสียเงิน  
ยิงโฆษณา

ข้อมูลต่างๆ ใน Insight Instagram .....	108
เปิดดูข้อมูลเชิงลึกใน Business Profile และ Creator Profile.....	109
ข้อมูลในส่วนของ “บัญชีที่เข้าถึง” .....	111
โพสต์.....	112
สตอรี่ (Story).....	114
Instagram Reels .....	116
เราจะได้อะไรบ้างจากการดูข้อมูลในส่วนของ “บัญชีที่เข้าถึง” .....	117
เราจะได้อะไรบ้างจากการดูข้อมูลในส่วนของ “บัญชีที่มีส่วนร่วม” .....	119
เราจะได้อะไรบ้างจากการดูข้อมูลในส่วนของ “จำนวนผู้ติดตาม” .....	121

## CHAPTER

## 07

## การลงโฆษณาใน Instagram ขั้นพื้นฐานผ่านมือถือ

ข้อควรรู้ก่อนยิงโฆษณา Instagram.....	124
เตรียมความพร้อมก่อนจะยิงโฆษณา.....	125
ขั้นตอนการวางแผน Content	
เพื่อการลงโฆษณาให้มีประสิทธิภาพ.....	126
วางแผนประเภทของ Content เพื่อนำส่งไปยังกลุ่มเป้าหมายที่ได้วางแผนเอาไว้.....	126
การเชื่อมต่อ Instagram กับ Facebook.....	129
การเพิ่มบัญชีธนาคารจาก Instagram.....	132
เข้าใจความหมายวัตถุประสงค์การยิงโฆษณา.....	135
วัตถุประสงค์การยิงของ Instagram บนมือถือ.....	136
กำหนดกลุ่มเป้าหมาย.....	137
เริ่มการโปรโมทโพสต์จาก Instagram บนมือถือ.....	138
การวัดผลโฆษณา Instagram ผ่านมือถือ.....	143
1. การวัดผลทางธุรกิจ.....	146
2. การวัดผลโฆษณา.....	148

## CHAPTER

## 08

## ลงโฆษณาขั้นสูงผ่าน ตัวจัดการ Facebook หรือ Meta

โครงสร้างของโฆษณา.....	153
วัตถุประสงค์ หรือแคมเปญ (Campaign).....	154
การรับรู้.....	155
การพิจารณา.....	155
คอนเวอร์ชัน.....	157
ระดับชุดโฆษณา (Ad set).....	158
กำหนดงบประมาณและกำหนดเวลา.....	158

เลือกกลุ่มเป้าหมายให้แม่นยำ ด้วยการเลือกตำแหน่งที่ตั้ง.....	160
อายุและเพศ เรื่องง่าย ๆ ที่ทำให้ทั้งปังและพังอย่างองข้าม.....	162
จับกลุ่มเป้าหมายให้อยู่หมัด ด้วยเทคนิคการเลือก “ความสนใจ”.....	164
การเลือกภาษา.....	165
การเลือกตำแหน่งการจัดวาง.....	166
การสร้างโฆษณา.....	168
เตรียม Content โดยการวางขนาดและรูปภาพวิดีโอ ที่เหมาะสมกับโพสต์บน Instagram เพื่อประสิทธิภาพที่ดีที่สุด.....	169
รูปภาพ (Picture).....	169
วิดีโอ (VDO).....	170
อินสตาแกรม สตอรี่ (Instagram Story).....	170

## CHAPTER

## 09


## Bonus

Caption ควรสั้นหรือยาวดี?.....	175
Value Content.....	175
Sale Content.....	176
สร้างลิงก์ Call to Action	
ในโพสต์ไม่ได้ทำอย่างไรดี?.....	177
ขอรีวิวจากลูกค้าแล้ว Tag เพื่อให้เกิดความรู้สึกมีส่วนร่วมกับแบรนด์.....	178
การใช้ Hashtag ควรใช้อย่างไรดี?.....	179
Location Tag จำเป็นหรือไม่?.....	179
เทคนิคการวางแผนวาง Content.....	180
อยากใส่หลาย ๆ ลิงก์ใน BIO ทำอย่างไรดี?.....	183

สามารถยืมและติดตามหนังสือใหม่ได้ที่ ระบบห้องสมุดอัตโนมัติ Walai Autolib

<https://lib.rmutp.ac.th/bibitem?bibid=b00108203>

**B** Instagram Marketing / ภักธนิษฐ์ สิกธีร์วิธาศักดิ์.  
ภักธนิษฐ์ สิกธีร์วิธาศักดิ์.

My list 



Subject [การสื่อสารทางการตลาด](#)  
[การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์](#)  
[การตลาดอินเทอร์เน็ต](#)  
[อินเทอร์เน็ต](#)

Details

Published มนทบุรี : โอดีซี, 2565.  
Edition พิมพ์ครั้งที่ 1.  
Detail [12], 184 หน้า : ภาพประกอบ ; 23 ซม  
ISBN 9786164873629

 0  21  0

 MARC |  Export  Save  Share

สำหรับเพื่อการศึกษาและทำวิจัยเท่านั้น