

# ตามหาพลังยอดเยี่ยม ในดิจิทัลมาร์เก็ตติ้ง

ของคุณ :

ควิซวางกลยุทธ์สุดเนี้ยบ ครบ จบใน 5 นาที

## เคยรู้สึกว่าการทำเองกำลังจมอยู่ในตัวเลือกการทำมาร์เก็ตติ้งใหม่?

ควิซนี้จะเป็นควิซง่าย ๆ

ที่จะเฉลยช่องทางการทำมาร์เก็ตติ้งที่คุณต้องให้ความสำคัญเป็นอย่างแรก เพื่อให้ตอบโจทย์ธุรกิจ เป้าหมาย งบประมาณ และระยะเวลาการทำการตลาดของคุณได้อย่างมีประสิทธิภาพ

## คุณควรใช้เงินและเวลาไปกับอะไร?

การทำ SEO การยิง Ads แบบเสียเงิน การทำคอนเทนต์ การส่งอีเมลล์ การทำโซเชียลมีเดีย ฯลฯ ไม่แปลกที่คุณจะรู้สึกเหมือนกับกำลังโดนดึงเข้าไปในทิศทางที่แตกต่างกัน รู้สึกเหมือนกับว่าตัวเองต้องเชี่ยวชาญการทำมาร์เก็ตติ้งทุกอย่างไปพร้อม ๆ กัน แต่รู้ไหมว่าการทำอะไรแบบนี้เป็นเหตุผลอันดับแรกเลยที่ทำให้หลาย ๆ ธุรกิจเสียเวลาและเงินโดยไม่ได้เห็นผลลัพธ์ที่แท้จริง

คุณคงจะเคยได้ยินมาแล้วใช่ไหมว่าเคล็ดลับของอะไรพวกนี้ไม่ใช่การพยายามมากขึ้น แต่มันคือการจัดลำดับช่องทางที่ "ดีที่สุด" สำหรับธุรกิจของเรา และสิ่งนี้เองก็เป็นเป้าหมายสำคัญที่ควิซของเราถูกออกแบบเพื่อหาส่วนที่ใช้ให้กับคุณ

ในคำถาม 7 ข้อนี้ คุณจะได้ตามหาส่วนที่คุณจะต้องให้ความสำคัญจริง ๆ เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ดีที่สุด ส่วนใครที่อยากได้คำอธิบายเพิ่มเติมนั้น ลองหาคำตอบได้ที่ บล็อกของเรา เลย



### วิธีการ :

1. ตอบคำถาม 7 ข้อในหน้าถัดไป เลือกข้อที่บรรยายได้ตรงกับตัวตนของธุรกิจของคุณได้ดีที่สุด
2. คำนวณคะแนนโดยใช้ฟอร์มคะแนนที่เรามีให้
3. อ่านข้อมูลโปรไฟล์ที่ได้เพื่อทำความเข้าใจช่องทางมาร์เก็ตติ้งที่คุณต้องให้ความสำคัญ

**ถ้าพร้อมแล้วก็ลุยเลย!**



## ควิซเลือกช่องทางการทำดิจิทัลมาร์เก็ตติ้ง

วงกลมเลือกตัวเลือกแต่ละข้อที่ตรงกับคุณมากที่สุด

### 1. อะไรคือเป้าหมายการเติบโตหลักของธุรกิจของคุณในตอนนี้?

- A. อยากได้ยอดคนสนใจสินค้า (Leads) และยอดขายให้เร็วที่สุด
- B. อยากให้เว็บไซต์ของเราโชว์บนหน้า Google ตอนที่คนเสิร์ชหาสินค้าที่เราอยากขาย
- C. อยากสร้างคอมมูนิตี้ ปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มคนของเราโดยตรงไปพร้อม ๆ กับเพิ่มยอดการรับรู้ของแบรนด์ (Brand Awareness)
- D. อยากจะรักษาความสัมพันธ์ที่มีอยู่ในปัจจุบันและเน้นกระตุ้นให้เกิดการซื้อซ้ำ
- E. อยากเป็นผู้เชี่ยวชาญในองค์ความรู้หนึ่ง ๆ แคร่และส่งมอบความรู้ให้กับผู้ติดตามไปพร้อม ๆ กับสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มผู้ติดตามในระยะยาว

### 2. งบประมาณด้านการทำมาร์เก็ตติ้งของคุณมีหน้าตาเป็นอย่างไร?

- A. มีงบที่ตั้งไว้เฉพาะและพร้อมที่จะจ่ายเพื่อสร้างยอดการเข้าชม (Traffic) และข้อมูลทันที
- B. มีเวลาพอที่จะเข้าหากกลุ่มคนแบบค่อยเป็นค่อยไปในระยะยาว
- C. มีงบประมาณไม่มาก พอที่จะลงทุนซื้ออุปกรณ์ทำคอนเทนต์หรือบูสท์โพสต์ได้อยู่บ้าง
- D. ค่อนข้างมีทรัพยากรจำกัด  
สิ่งที่มีมีแค่บัญชีอีเมลที่เอาไว้ทำมาร์เก็ตติ้งกับลิสต์รายชื่อผู้ติดต่อจำนวนมาก
- E. มีงบประมาณมากพอที่จะทำคอนเทนต์คุณภาพสูงอย่างบล็อก วิดีโอ หรือคู่มือต่าง ๆ

### 3. คุณอยากเห็นผลลัพธ์เมื่อไหร่

- A. อยากเห็นยอดเข้าชม (Traffic) และยอดคนสนใจสินค้า (Leads) ให้เร็วที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้
- B. อดทนได้ ตั้งใจจะวางแผนระยะยาวอยู่แล้ว สามารถรอได้ 6-12 เดือนเพื่อมองเห็นผลลัพธ์บนหน้าค้นหาได้
- C. อยากจะเห็นยอดการมีส่วนร่วม (Engagement) เพิ่มขึ้นในทุก ๆ เดือน ไม่ว่าจะเป็น ยอดไลค์ คอมเมนต์ หรือยอดผู้ติดตาม
- D. อยากเห็นผลลัพธ์ เช่น ยอดกดเปิด ยอดคลิก หรือยอดขาย รายงานในระดับชั่วโมงนับตั้งแต่เปิดตัวแคมเปญออกไป
- E. อยากสร้างห้องสมุดเอาไว้เก็บยุทธวิธีคอนเทนต์ล้ำค่าที่ไม่ว่าเวลาผ่านไปนานแค่ไหน ก็ยังคงอยู่

### 4. ใครคือกลุ่มเป้าหมายของคุณ?

- A. คนที่รู้ว่าตัวเองมีปัญหาและกำลังหาทางแก้ไขอยู่ในเวลานี้
- B. คนที่ใช้เครื่องมือค้นหาเพื่อค้นหาว่า เรียนรู้ และค้นหาคำตอบให้กับคำถามของพวกเขา
- C. คนที่ตะลึงและมองหาอะไรใหม่ ๆ บนโซเชียลมีเดียแพลตฟอร์มต่าง ๆ อย่าง Instagram Facebook หรือ TikTok
- D. คนที่สนใจธุรกิจของเราเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว (ลูกค้าปัจจุบัน/อดีตหรือกดติดตามเพื่อรับข้อมูลการอัปเดตไว้เรียบร้อยแล้ว)
- E. คนที่ค้นหาข้อมูลความรู้ การเรียนรู้ และข้อมูลเชิงลึกเพื่อแก้โจทย์ปัญหาที่มี ไม่ใช้การซื้อมาขายไปใด ๆ

### 5. ข้อดีของคุณหรือจุดแข็งของทีมคืออะไร?

- A. เป็นคนช่างวิเคราะห์ รักการค้นคว้าข้อมูล ทดลองอะไรที่หลากหลาย และพร้อมปรับปรุงเพื่อได้รับผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI)
- B. ชอบการค้นคว้า ทำความเข้าใจความต้องการค้นหา และเข้าใจกลไกด้านเทคนิคของเว็บไซต์เช่นกัน
- C. เป็นคนชอบชวนคุย ชอบสร้างชิ้นงาน และได้เป็นส่วนหนึ่งของคอมมูนิตี้ตลอด
- D. เป็นคนพูดจาโน้มน้าวชักจูงเก่งและสร้างความสัมพันธ์ส่วนตัวได้ดี
- E. เป็นนักเล่าเรื่องที่ดี ชอบทำคู่มือที่มีประโยชน์ รวมถึงวิดีโอ หรือบทความ ด้วยความตั้งใจว่าข้อมูลเหล่านี้จะสามารถช่วยคนที่ค้นหาข้อมูลได้

## 6. คุณบรรยายตัวสินค้า/บริการของคุณอย่างไร?

- A. ช่วยแก้ปัญหาด่วน ปัญหาที่ต้องการการแก้ไขแบบจำเพาะ (เช่น การซ่อมแซมด่วน)
- B. ลูกค้าของเราค้นคว้าข้อมูลมาเยอะก่อนที่จะตัดสินใจซื้อ (เช่น การลงทุนอสังหาริมทรัพย์ คลินิกกายภาพ ฯลฯ)
- C. เป็นสินค้าที่เน้นภาพลักษณ์หรือไลฟ์สไตล์ (เช่น แฟชั่น การท่องเที่ยว โค้ช ฯลฯ)
- D. เรามีสินค้า/บริการที่ยังมีข้อเสนอพิเศษ ไม่ว่าจะเป็น ดีลพิเศษ หรือ คอนเทนท์พิเศษให้กับลูกค้าที่ย้อนกลับมาอุดหนุนคุณอีกครั้ง (เช่น สปา และ ศูนย์สุขภาพ ฯลฯ)
- E. ค่อนข้างซับซ้อน และใช้เวลานานกว่าจะปิดการขายได้ นอกจากนี้กลุ่มลูกค้าที่จะอุดหนุนเรายังต้องมีความรู้ก่อนจะอุดหนุนสินค้าของเราด้วย (เช่น ธุรกิจแบบ B2B ศูนย์จัดจำหน่ายโปรแกรมซอฟต์แวร์ ฯลฯ)

## 7. ตอนนี้ทรัพยากรการทำการตลาดออนไลน์ของคุณอยู่ที่ระดับไหนแล้ว?

- A. เรามีเว็บไซต์ที่พร้อมรับยอดเข้าชม (Traffic) และเปลี่ยนผู้เข้าชมให้กลายเป็นลูกค้าได้ทันที
- B. เรามีเว็บไซต์แต่ยังไม่ได้รับการปรับปรุงจนได้รับการจัดอันดับบนหน้าค้นหา
- C. เรามีบัญชีโซเชียลมีเดียที่กำลังแอคทีฟ แต่ก็อยากให้แอคทีฟมากกว่านี้
- D. เรามีลิสต์รายชื่อและอีเมลของลูกค้า ถึงแม้ว่าจะเป็นรายชื่อที่ไม่มากมายเท่าไรนัก
- E. เรามีเว็บไซต์คุณภาพดีระดับโปรเฟสชันนอล และเราพร้อมแล้วที่จะสร้างบล็อกดี ๆ

## ผลคะแนน

คราวนี้ถึงเวลาเปลี่ยนคำตอบของคุณให้กลายเป็นสเต็ปขั้นตอนต่อไปของคุณ  
ขั้นตอนนั้นก็จะง่ายนิดเดียว

คุณแค่ต้องเอาตัวเลือกแต่ละข้อที่วงกลมไปเทียบคะแนนในตารางข้างล่าง  
วิธีทำ :

- A. เลือกช้อยท์คุณวงกลมไว้จากคำถามทั้ง 7 ข้อ
- B. ให้เทียบคำตอบของแต่ละข้อกับตัวเลือกนิยามในกรอบด้านล่าง
- C. เมื่อเทียบคำตอบกับนิยามเรียบร้อยแล้ว ให้นำตัวเลข A-E ในตาราง  
ตัวไหนมีจำนวนมากที่สุด ตัวนั้นคือคำตอบของคุณ  
ตัวอย่าง ถ้าคุณเลือกข้อ B ในข้อที่ 4 ในหัวข้อ 'SEO'

Question คำถาม	Paid Ads	SEO	Social Media	Email	Content
Q1	A	B	C	D	E
Q2	A	B	C	D	E
Q3	A	B	C	D	E
Q4	A	B	C	D	E
Q5	A	B	C	D	E
Q6	A	B	C	D	E
Q7	A	B	C	D	E
Score คะแนน					

ช่องที่คุณได้คะแนนสูงที่สุดจะเป็น 'ช่องทางหลัก' ของคุณ ซึ่งเป็นที่ที่คุณจะต้องพุ่งความสนใจ  
ในตอนนี้

# ผลลัพธ์พวกนี้หมายความว่าอะไร?

## 1. หากคะแนนสูงสุดของคุณคือ A ช่องทางการตลาดหลักที่เหมาะสมกับคุณคือ: Paid Ads (PPC)

คุณเป็นคนที่ต้องการความรวดเร็วและต้องการสร้างลูกค้าเป้าหมายแบบด่วนจริง  
เรื่องงบประมาณไม่ใช่ปัญหาสำหรับคุณ  
คุณพร้อมที่จะลงทุนเพื่อให้ได้ข้อมูลและผลลัพธ์แบบทันที  
เพราะคุณรู้ดีว่าการจ่ายเงินเพื่อซื้อยอดเข้าชม (Traffic) ที่ตรงกลุ่มเป้าหมาย  
คือวิธีที่เร็วที่สุดในการเข้าถึงลูกค้าที่พร้อมจะซื้อ  
สเต็ปต่อไปของคุณ: กำหนดงบประมาณ ระบุกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน  
และสร้างข้อเสนอที่น่าดึงดูด

## 2. หากคะแนนสูงสุดของคุณคือ B ช่องทางการตลาดหลักที่เหมาะสมกับคุณคือ: SEO (Search Engine Optimisation)

คุณเป็นคนที่มุ่งมั่นและไม่กลัวเกมระยะยาว  
เพราะคุณโฟกัสกับการสร้างกลยุทธ์ที่ยั่งยืนโดยที่ภารกิจของคุณคือการดึงดูดลูกค้าที่  
กำลังมองหาสินค้าหรือบริการของคุณอย่างจริงจัง  
สเต็ปต่อไปของคุณ: สร้าง Google Profile ค้นคว้าคีย์เวิร์ดพื้นฐาน  
และปรับแต่งโฮมเพจของคุณให้เหมาะสม

## 3. หากคะแนนสูงสุดของคุณคือ C ช่องทางการตลาดหลักที่เหมาะสมกับคุณคือ: Social Media

คุณหลงรักคอมมูนิตีที่มีชีวิตชีวาและเข้าใจพลังที่แท้จริงของการเชื่อมต่อกันและกัน  
คุณรู้ว่าแฟนผู้ติดตามสามารถพลิกเกมธุรกิจได้ทั้งกระดาน สำหรับคุณแล้ว  
การตลาดคือการสร้างความเชื่อมั่นและสร้างแบรนด์ที่ทำให้ผู้คนรู้สึกตื่นเต้นที่ได้  
เป็นส่วนหนึ่ง  
สเต็ปต่อไปของคุณ: เลือกแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียที่ต้องการ ปรับแต่งโปรไฟล์  
และเริ่มวางแผนโพสต์

## 4. หากคะแนนสูงสุดของคุณคือ D ช่องทางการตลาดหลักที่เหมาะสมกับคุณคือ: Email Marketing

คุณเป็นนักสานสัมพันธ์ คุณเข้าใจดีว่าคุณค่าที่แท้จริงคือการติดตามลูกค้าอย่างต่อเนื่อง  
คุณต้องการสร้างช่องทางการสื่อสารโดยตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่ไม่ได้จำกัดอยู่แค่  
บนโซเชียลมีเดีย คุณรู้ดีว่าใครคือคนที่กำลังตั้งใจฟังคุณอยู่  
และคุณจะให้ความสำคัญกับพวกเขาเป็นอันดับแรกเสมอ  
สเต็ปต่อไปของคุณ: เลือกผู้ให้บริการอีเมล สร้าง Lead Magnet ง่ายๆ  
และเริ่มร่างอีเมลฉบับแรกของคุณ

## 5. หากคะแนนสูงสุดของคุณคือ E ช่องทางการตลาดหลักที่เหมาะสมกับคุณคือ: Content Marketing

คุณคือครูผู้ให้ความรู้

จุดแข็งของคุณคือการสร้างคุณค่าและสร้างความเชื่อมั่นผ่านความเชี่ยวชาญ

คุณเชื่อว่าการให้ความรู้และช่วยเหลือกลุ่มเป้าหมายอย่างจริงใจจะช่วยดึงดูดลูกค้าที่ดีที่สุดให้เข้ามาหาคุณได้อย่างเป็นธรรมชาติ

สเต็ปต่อไปของคุณ: ระบุหัวข้อหลัก (Content Pillars) เลือกรูปแบบคอนเทนต์ และสร้างคอนเทนต์ชิ้นแรกที่มีคุณค่าสูง



## เริ่มสร้างกลยุทธ์การตลาดของคุณได้เลย

ผลลัพธ์จากควิซช่วยให้คุณรู้ว่าจะให้ความสำคัญกับช่องทางไหนเป็นอันดับแรก แต่ก็ได้ไม่ได้หมายความว่า คุณจะต้องใช้ช่องทางนั้นเพียงอย่างเดียว คะแนนจากช่องทางอื่น ๆ ก็มีความสำคัญเช่นกัน

แบรนด์ที่ประสบความสำเร็จที่สุดจะใช้การตลาดแบบผสมผสานที่ชาญฉลาดเพื่อเชื่อมต่อกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น ลูกค้าคนหนึ่งอาจรู้จักธุรกิจของคุณจาก Instagram จากนั้นก็เข้าไปดูเว็บไซต์เพื่อหาข้อมูลเพิ่มเติม ก่อนที่จะสมัครรับอีเมลเพื่อรับข้อเสนอพิเศษ เป็นต้น แต่ละช่องทางมีบทบาทเฉพาะตัว แต่ทุกช่องทางต้องมีจุดศูนย์กลางที่เชื่อมโยงกันเพื่อให้มีประสิทธิภาพ

ไม่ว่าคำตอบอันดับ 1 ของคุณจะเป็นอะไร ทุกธุรกิจจำเป็นต้องมีเว็บไซต์ที่แข็งแกร่ง เพราะนี่คือจุดรวมของความพยายามทางการตลาดทั้งหมดของคุณ และไม่ต้องกังวลว่าจะต้องมีเว็บไซต์ขนาดใหญ่ถึง 30 หน้าเสมอไป แค่เว็บไซต์แบบ Microsite หน้าเดียวก็เพียงพอที่จะสร้างความน่าเชื่อถือให้ธุรกิจของคุณได้แล้ว

ในเมื่อตอนนี้คุณรู้แล้วว่าต้องทำอะไรบ้าง ก็ถึงเวลาลงมือสร้างกลยุทธ์เหล่านั้นแล้ว! หากต้องการความช่วยเหลือในการวางแผน ร่วมเป็นพันธมิตรกับทีม Move Ahead Media ได้เลยวันนี้!



Tel: 02 260 0424

[www.moveaheadmedia.co.th](http://www.moveaheadmedia.co.th)

Move Ahead Media Co Ltd, BB Building,  
Room 1711-12, 54 Sukhumvit 21(Asoke) Road,  
Khlong Toey Nua, Watthana, Bangkok 10110