



มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
Nakhon Pathom Rajabhat University

การประยุกต์ใช้การตลาดดิจิทัล

อ.ดร.ธีรเดช ทิวถนอม

กลยุทธ์การตลาดดิจิทัล

- แผนการดำเนินการการตลาดที่ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการสนับสนุนวัตถุประสงค์การตลาดและธุรกิจ (chaffey & Ellis-Chadwick, 2016, p.178)
- นักการตลาดจำเป็นต้องพิจารณากลยุทธ์การตลาดดิจิทัลอย่างเฉพาะเจาะจง ซึ่งอาจเป็นส่วนหนึ่งในกลยุทธ์การตลาดและแผนการตลาดของผลิตภัณฑ์ หรือแยกออกมาเป็นอีกหนึ่งแผนการตลาดก็ได้ (SmartInsight, 2019)

ขอบเขตกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล

- การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า
- การสร้างประสบการณ์
- การตลาดผ่านสื่อสังคมและเครือข่ายสังคม
- การปรับกระบวนการธุรกิจใหม่

สิ่งแวดล้อมทางการตลาดดิจิทัล

- สิ่งแวดล้อมภายใน
 - ส่วนประสมทางการตลาด 4P's
 - การผลิต
 - การเงิน
 - ทรัพยากรบุคคล
 - การวิจัยและพัฒนา

สิ่งแวดล้อมทางการตลาดดิจิทัล

- สิ่งแวดล้อมภายนอก
 - สิ่งแวดล้อมจุลภาค
 - บริษัท
 - ผู้ขายวัตถุดิบ
 - คนกลางทางการตลาด
 - คู่ค้า
 - คู่แข่งขัน
 - กลุ่มสาธารณะ

สิ่งแวดล้อมทางการตลาดดิจิทัล

- สิ่งแวดล้อมภายนอก
 - สิ่งแวดล้อมมหภาค
 - สิ่งแวดล้อมทางด้านประชากรศาสตร์
 - สิ่งแวดล้อมด้านการเมืองและกฎหมาย
 - สิ่งแวดล้อมธรรมชาติ
 - สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ
 - สังคมและวัฒนธรรม

พฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบัน



Components of Marketing Plan

Analyzing marketing situation

1. Executive summary
2. Current Market Situation
 - 2.1 Market Analysis
 - 2.2 Competitors Analysis
 - 2.3 Customer Analysis
3. Environmental Analysis (SWOT)

Strategic Marketing Planning

4. Marketing Objective
5. Marketing Strategy
 - 5.1 STP Marketing
 - 5.2 Marketing Mix Strategy
 - Product and Brand Strategy
 - Pricing strategy
 - Supply chain Management and Distribution Strategy
 - IMC & Promotional Strategy
6. Action Plan and Implementation
7. Marketing Budgeting
 - Forecasting and Expenses
8. Marketing Control

สร้างแบรนด์ด้วย Content Strategy

- ตั้งธง
- เลือกแพลตฟอร์ม
- ตีกรอบแนวคิด กำหนดเป้าหมายหลัก
- จัดทำ Content Plan
- ลงโฆษณา

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์คืออะไร

- **E-Commerce** คือ การแลกเปลี่ยนข้อมูลธุรกิจผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์
 - แลกเปลี่ยนข้อมูลธุรกิจ และ ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์
 - โดยไม่ได้ระบุว่าแลกเปลี่ยนข้อมูลธุรกิจนั้นระหว่างใครกับใคร และไม่ได้ระบุธุรกรรมนั้นเป็นประเภทใด
 - การแลกเปลี่ยนข้อมูลผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ก็ไม่ได้จำกัดว่าจะต้องเป็นสื่อประเภทใด

THE END