

# บทที่ 5

## E-Commerce & Digital Marketing สำหรับการโรงแรม

คู่มือสร้างรายได้และบริหารจัดการ  
โรงแรมยุคดิจิทัลด้วย E-Commerce  
& Digital Marketing

พลิกโฉมการบริหารสู่ยุคใหม่  
สแกนทุกอินไซต์ในหน้าจอเดียว




## การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing)

การใช้เครื่องมือออนไลน์เพื่อโฆษณา  
สร้างการรับรู้ และโปรโมทรูทิก

 - โซเชียลมีเดีย (FB, IG, TikTok)

 - SEO (ให้ติดหน้าแรก Google)

 - อินฟลูเอนเซอร์ (KOLs)

 - อีเมลการตลาด


ดึงดูดคน


รับเงิน

## อีคอมเมิร์ซ (E-Commerce)

การปิดการขายและให้บริการชำระเงินผ่านระบบ  
แพลตฟอร์มออนไลน์

 - เว็บไซต์โรงแรม (Booking Engine)

 - แพลตฟอร์ม OTA (Agoda, Booking.com)

 - โซเชียลคอมเมิร์ซ (LINE OA)



Booking  
Conversion  
Rate

50%



Payment  
Gateway



Payment  
Gateway

Digital Marketing - เครื่องมือดึงดูดคน

E-Commerce - หน้าต่างรับเงิน

# 5 กลยุทธ์ Digital Marketing สำหรับโรงแรมยุคใหม่

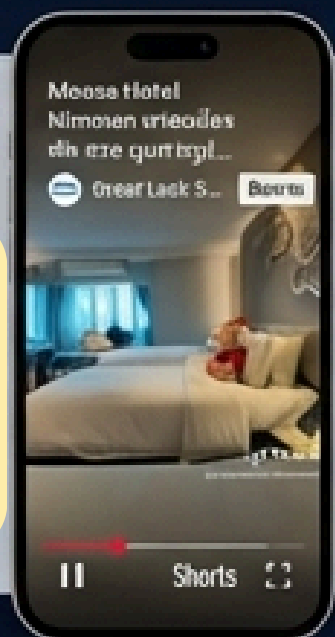
## SEO & Local Search

ดันเว็บไซต์ให้ติดอันดับ Google และปักหมุด Google My Business ให้ค้นหาได้ง่าย



## Social Media

สร้างคอนเทนต์วิดีโอสั้น พาทัวร์ห้องพักผ่าน TikTok, Reels หรือ YouTube Shorts



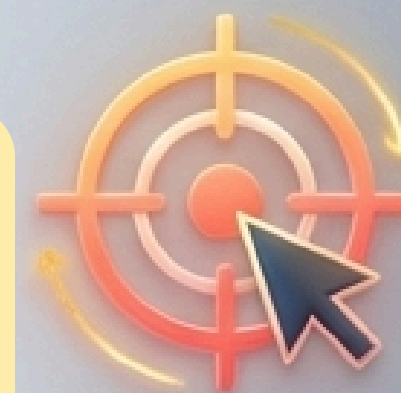
## Influencer & KOL

ใช้บล็อกเกอร์ หรือคนดังมารีวิว ที่พักฟรี เพื่อสร้างกระแสไวรัล



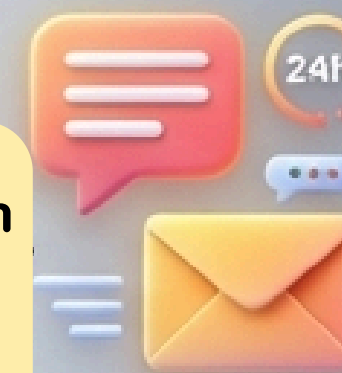
## Retargeting Ads

ยิงโฆษณาซ้ำตามติดลูกค้าที่เคยเข้าชมเว็บไซต์ แต่ยังไม่จอง



## Email & Chatbot

ส่งโปรโมชั่นอัตโนมัติให้ลูกค้าเก่า และใช้แชทบอทตอบคำถาม 24 ชม.



# 3 ช่องทาง E-Commerce หลักสำหรับปิดการจองห้องพัก

## Online Travel Agency (OTA)

แพลตฟอร์มตัวแทนจำหน่ายที่รวบรวมที่พักทั่วโลก

Sukhumvit Set



## Hotel's Own Website

บ้านหลักของแบรนด์ ต้องมีระบบ Booking Engine ที่รองรับการชำระเงินออนไลน์

Sukhumvit Set

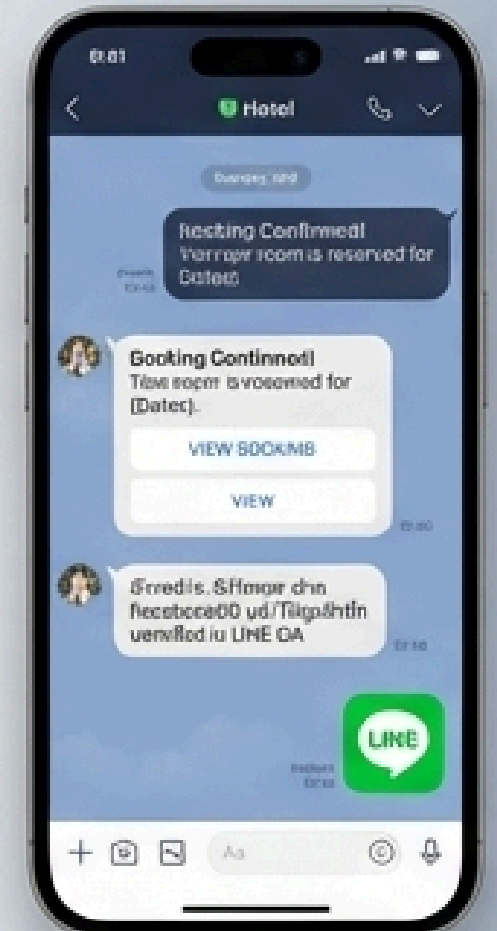


## Social Media & Chat Commerce

ปิดการขายผ่านการพูดคุย (Conversational Commerce)

Sukhumvit Set

ตัวอย่าง:  
ยิงโฆษณาผ่าน Facebook/IG แล้วให้ลูกค้าทักแชทเพื่อจองผ่าน LINE OA



# พลังและข้อควรระวังของการพึ่งพาแพลตฟอร์ม OTA

## Pros – โอกาสทอง

- ✓ เพิ่มโอกาสเข้าถึงลูกค้าใหม่ทั่วโลกได้อย่างรวดเร็ว
- ✓ ระบบนำเชื่อถือ ลูกค้าคุ้นชินกับการจองและชำระเงิน
- ✓ ต้นทุนการดำเนินการต่ำ ไม่ต้องสร้างระบบเอง
- ✓ รับเงินตรงเวลาตามรอบบิล

## Cons – ข้อจำกัดที่ต้องระวัง

- ⚠ เสียค่าคอมมิชชันในอัตราสูงให้กับแพลตฟอร์ม
- ⚠ ขาดอำนาจควบคุมราคา และถูกเปรียบเทียบราคาได้ง่าย
- ⚠ ไม่เป็นเจ้าของข้อมูลลูกค้า (No Customer Data)
- ⚠ สร้างความภักดีต่อแบรนด์ (Brand Loyalty) ได้ยาก

# สมดุลแห่งรายได้: OTA vs. Direct Website

	 แพลตฟอร์ม OTA	 เว็บไซต์ของโรงแรม (Own Website)
ค่าธรรมเนียม/คอมมิชชัน	 เสียเปอร์เซ็นต์สูง	 ไม่เสียคอมมิชชัน (กำไรเต็ม)
การควบคุมราคาและโปรโมชั่น	 โดนบังคับตามเงื่อนไขแพลตฟอร์ม	 อิสระ 100%
การเข้าถึงลูกค้าใหม่ (Reach)	 สูงมาก (Global Reach)	 ต้องพึ่งพาการทำ SEO และโฆษณา
การเก็บฐานข้อมูลลูกค้า (Data)	 แพลตฟอร์มเก็บไว้เอง	 โรงแรมได้ข้อมูลทั้งหมดเพื่อต่อยอด

## กลยุทธ์ที่แนะนำ (The Verdict):

ใช้ OTA เป็น 'ป้ายโฆษณา' ดึงคนใหม่ แต่มอบ 'สิทธิพิเศษ' บนเว็บไซต์เพื่อดึงลูกค้าให้จองตรง

# ระบบศูนย์บัญชาการ: The OTA Channel Manager



## Key Takeaway

**อัปเดตทีเดียว  
ซิงค์ทุกแพลตฟอร์ม**

- ✔ ช่วยโรงแรมจัดการสต็อกห้องพักและราคาแบบ Real-time
- ✔ ป้องกันปัญหา Overbooking
- ✔ ประหยัดเวลาการทำงานของพนักงาน

# 5 ขั้นตอนปั้นโปรไฟล์ OTA ให้ดึงดูดและปิดการขาย

**Step 1: Naming & Copywriting**  
ตั้งชื่อโรงแรมให้จำง่าย  
พร้อมรายละเอียด  
ที่สะท้อนจุดเด่น

**Step 2: High-Resolution Visuals**  
อัปโหลดรูปภาพ  
คุณภาพสูงให้ครบทุก  
มุมห้อง (ห้องพัก,  
สระว่ายน้ำ, วิว)

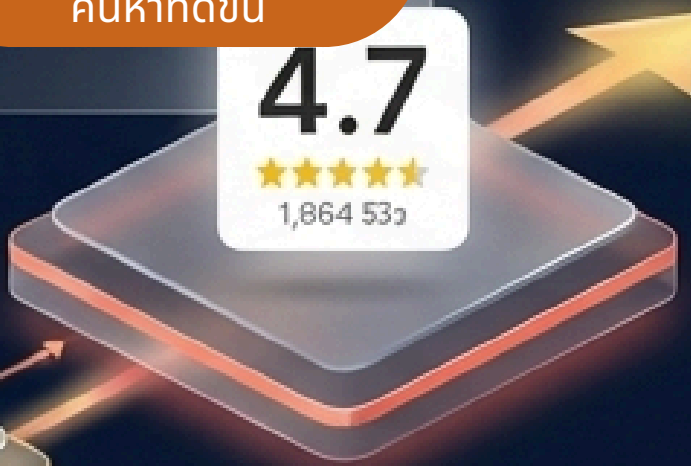
**Step 3: Complete Amenities**  
เช็คลิสต์สิ่งอำนวยความสะดวก  
ให้ครบถ้วน ไม่หลุด  
ฟีเจอร์ค้นหา

**Step 4: Smart Pricing & Promos**  
ตั้งราคาแข่งขันได้  
พร้อมสร้างโปรโมชั่นพิเศษ

**Step 5: Review Generation**  
กระตุ้นให้ลูกค้ารีวิว  
คะแนนสูง = ติดอันดับการ  
ค้นหาที่ดีขึ้น

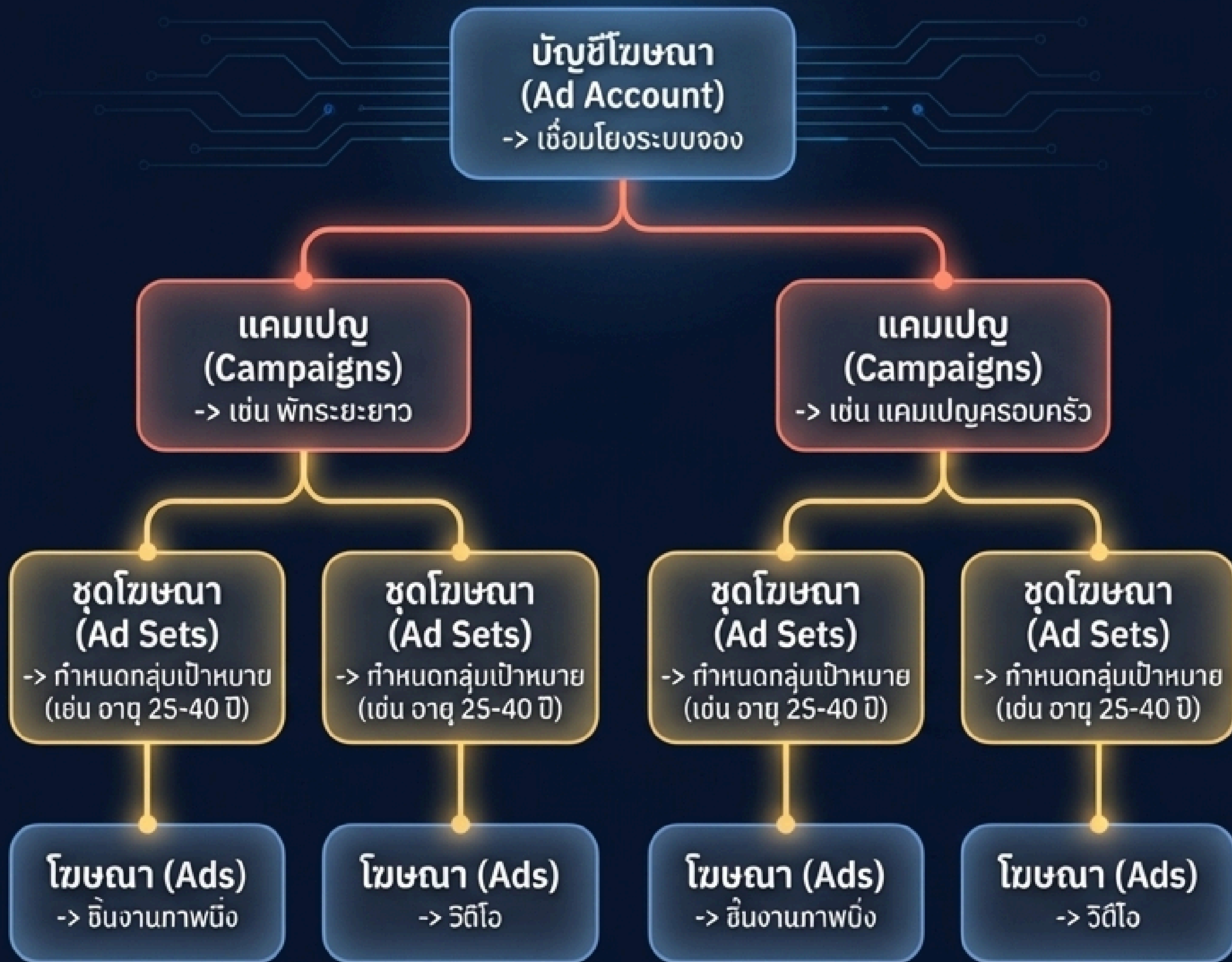


**Booking Success**



	Early Eird	Corporate Rate	Holiday Rate	TODAY, TODAY, ToE, WEO...
Queen Room	100 ▲	100 ▲	120 ▲	& Promo Banner!
Harbour View Twin	120 ▼	120 ▼	120 ▼	& Promo Banner!

# เจาะลึกโครงสร้างการยิงโฆษณา Facebook Ads สำหรับโรงแรม



เชื่อมโยงโฆษณาเข้าระบบ Booking Engine หรือ LINE OA โดยตรงเพื่อรับยอดจองทันที



# The Core Asset: ทำไมโรงแรมต้องมีเว็บไซต์เป็นของตัวเอง?



## Direct Booking Engine

ช่องทางหลักในการรับจองตรง  
ลดการจ่ายค่าคอมมิชชันให้ OTA



## Brand Trust & Credibility

สร้างความน่าเชื่อถือระดับมืออาชีพ  
และสะท้อนภาพลักษณ์แบรนด์ได้อย่างไร้ขีดจำกัด



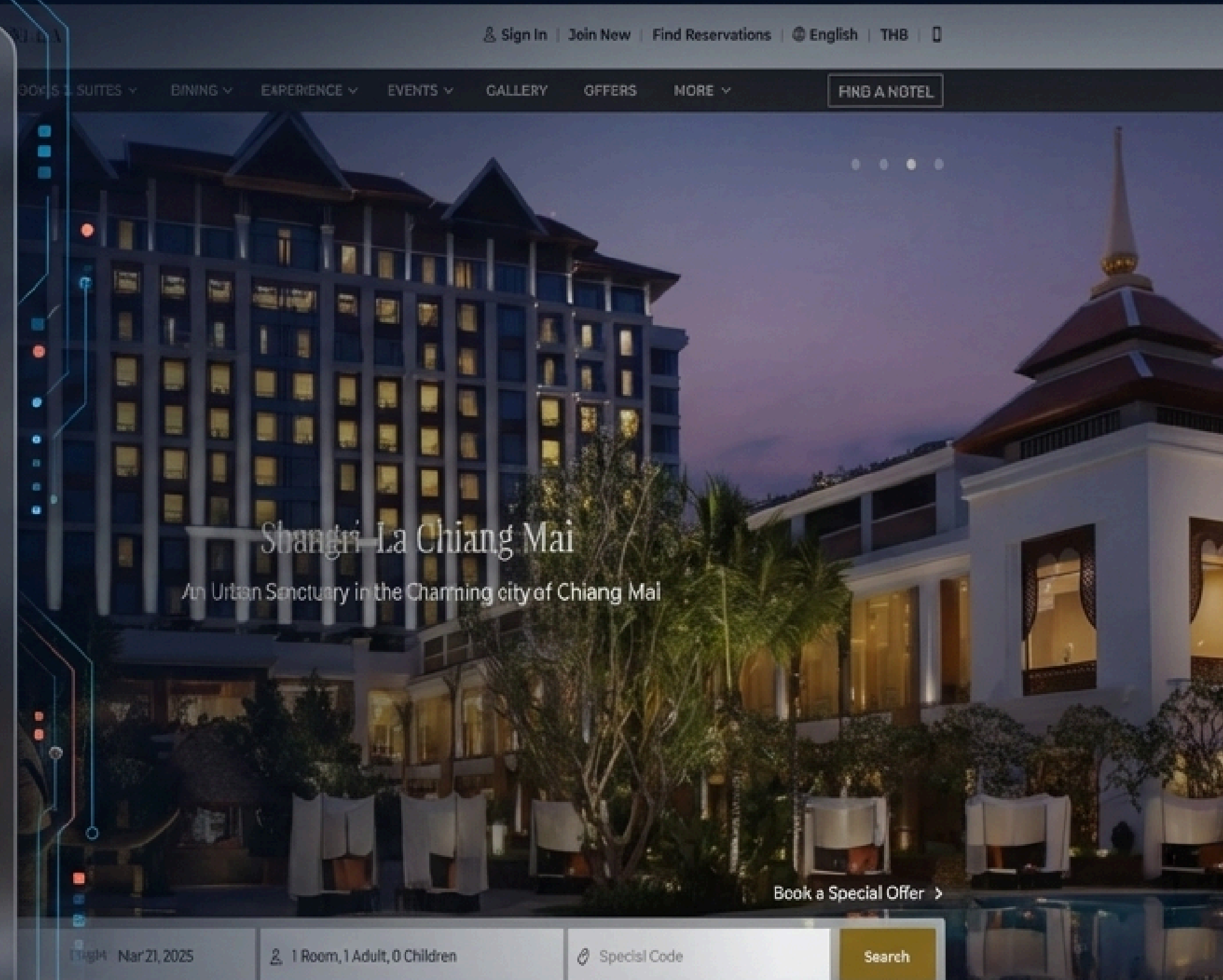
## SEO Power

โอกาสในการทำ Search Engine Optimization  
เพื่อให้คนค้นพบโรงแรมบน Google



## Information Hub

แหล่งรวมข้อมูลที่ถูกต้องที่สุด  
(ราคา, โปรโมชั่นพิเศษ, รีวิว, นโยบายเข้าพัก)



# Anatomy of a High-Converting Hotel Website

1.

Homepage  
(หน้าแรก)

ภาพถ่ายโรงแรมขนาดใหญ่  
ดึงดูดสายตา พร้อม  
คำโปรย และ  
ปุ่ม Call-to-Action

2.

Booking System  
(ระบบจอง)

แถบจองห้องพัก (ใส่วันที่,  
จำนวนคน) ที่เห็นชัดและ  
เชื่อมระบบชำระเงิน

3.

Room & Price  
(รายละเอียดห้อง)

แสดงประเภทห้อง สิ่ง  
อำนวยความสะดวก และ  
ราคาที่โปร่งใส

4.

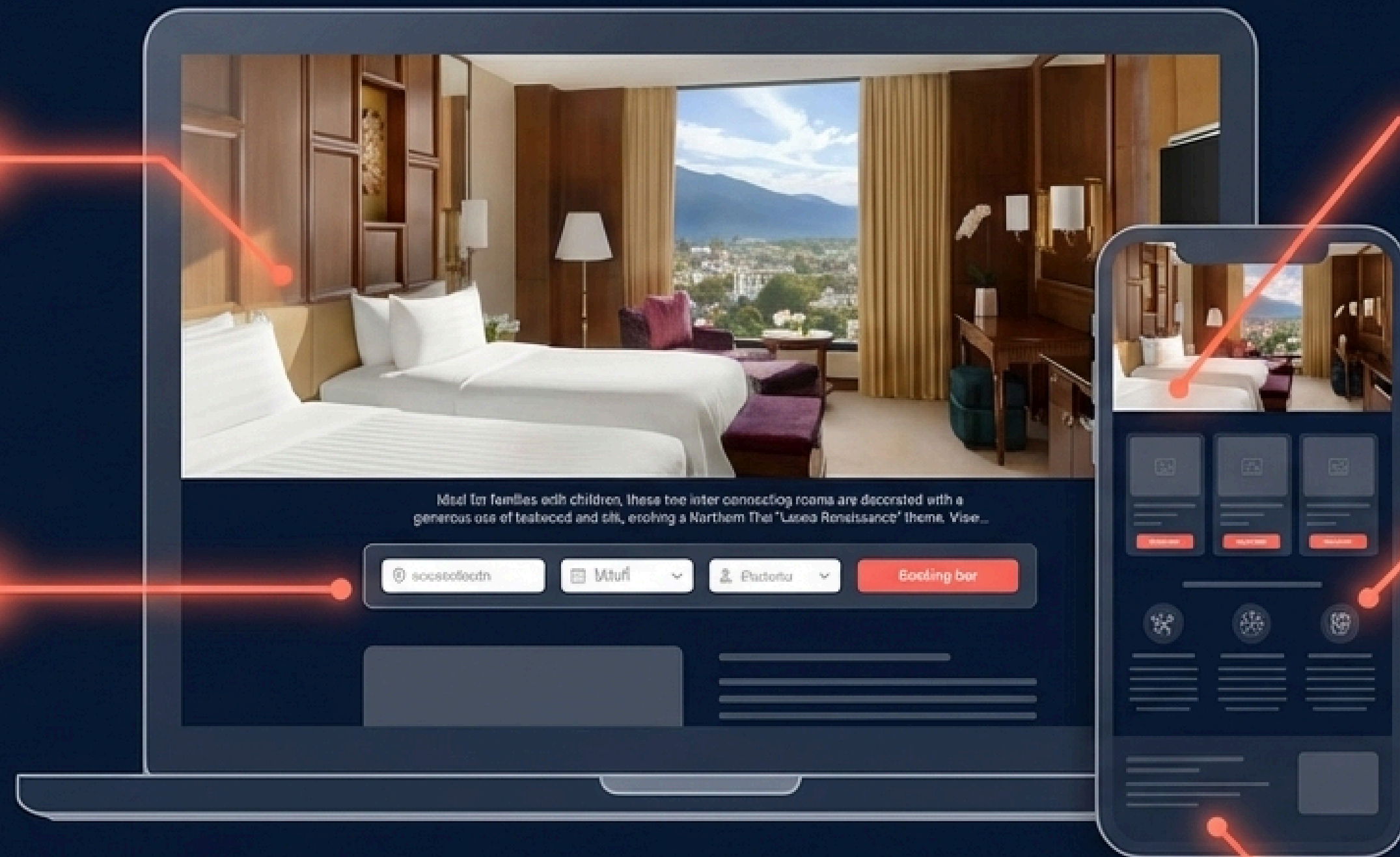
About Us & Highlights  
(เกี่ยวกับเรา)

ดึงดูดเด่นมานำเสนอ เช่น  
วิวทะเล, สปาหรู, ท่าเรือ  
สนามบิน

5.

Contact & Maps  
(ข้อมูลติดต่อ)

เบอร์โทรศัพท์, ปุ่มแชท  
LINE OA และแผนที่การ  
เดินทาง



# เลือกแพลตฟอร์มสร้างเว็บไซต์ที่ใช้ สำหรับโรงแรมแต่ละสเกล



Beginner / Free  
**Google Sites**

ใช้งานง่ายที่สุด ฟรี  
มีเทมเพลตพื้นฐาน  
เหมาะสำหรับโฮมสเตย์หรือ  
ที่พักขนาดเล็กที่เพิ่งเริ่มต้น



Intermediate / Design-Focused  
**Wix**

มีเทมเพลตสำเร็จรูปที่สวยงาม  
ปรับแต่งดีไซน์แบบ Drag & Drop  
เหมาะสำหรับบูทีคโฮเทล  
ที่เน้นภาพลักษณ์



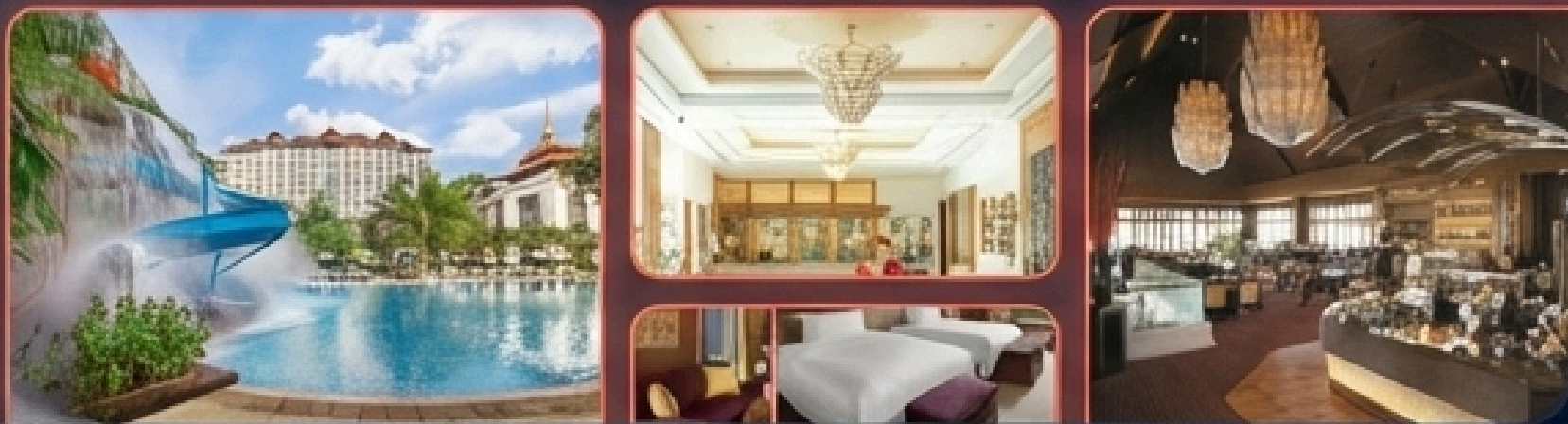
Professional / Full-Scale  
**WordPress**

ระบบมืออาชีพที่สุด ปรับแต่งได้ 100%  
รองรับปลั๊กอินระบบจองห้องพัก  
เต็มรูปแบบ  
เหมาะสำหรับโรงแรมมาตรฐาน

# 4 เทคนิคปรับแต่งเว็บไซต์ให้ **'คลิกจอง'** ทันที

## 1. High-Quality Visuals

ใช้ภาพถ่ายความละเอียดสูง ภาพมุมกว้าง หรือวิดีโอพาทัวร์โรงแรม



## 2. Compelling Copywriting

เขียนข้อความเชิญชวน (CTA) ที่สร้างความรู้สึกคุ้มค่า

จองตรงวันนี้ ลดสูงสุด 20%  
พร้อมอาหารเช้าฟรี!

## 3. Social Proof (Testimonials)

ใส่คะแนนและรีวิวจากลูกค้า  
จริงเพื่อปลดล็อกความลังเล

# 4.7



1,964 รีวิว

## 4. Mobile-Friendly UI

เว็บไซต์ต้องแสดงผลบน  
สมาร์ทโฟนได้สมบูรณ์แบบ  
ปุ่มกดง่าย โหลดรวดเร็ว



# Real-World Impact: ผลลัพธ์เมื่อใช้กลยุทธ์อย่างถูกต้อง

## The Promo Play - โรงแรม A

**SOLD OUT**

ยิง Facebook Ads 'พัก 3 คืน ฟรีอาหารเช้า' +  
ปิดการขายผ่าน LINE OA = ยอดจองเต็มอย่างรวดเร็ว

## The Visual Upgrade - โรงแรม C

**+20%**

อัปเดตรูปห้องพักใหม่ให้สวยงาม + ดันคะแนนรีวิวบน Agoda  
= ยอดจองเพิ่มขึ้น 20%

## The Upsell Ad - โรงแรม D

**+50%**

ใช้ Facebook Ads ยิงโปรโมชั่น 'พัก 2 คืน ฟรีสปา'  
= ฐานลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้น 50%

## The Direct Engine - โรงแรมทั่วไป

**+40%**

ลงทุนสร้างเว็บไซต์ที่สวยงาม พร้อมระบบจองที่ง่าย  
= ยอดจองตรง (Direct Sales) โต 40% ประหยัดค่าคอมมิชชั่น OTA



# ยกระดับบริการโรงแรมด้วย LINE Official Account

คู่มือสร้าง “ดิจิทัลคอนเซียร์จ”  
เพื่อเพิ่มยอดขายและมัดใจลูกค้าในยุคดิจิทัล  
(ฉบับลงมือทำจริง)

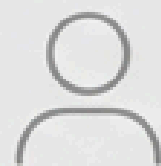


# ทำไมโรงแรมถึงต้องเปลี่ยนมาใช้บัญชีธุรกิจ (LINE OA)?

## LINE ส่วนตัว

จุดประสงค์หลัก

ใช้งานทั่วไป



การส่งข้อความ

คุยแบบ 1 ต่อ 1



เครื่องมือการตลาด

ไม่มี

ความน่าเชื่อถือ

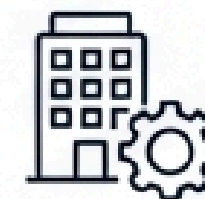
ระดับบุคคล



## LINE Official Account



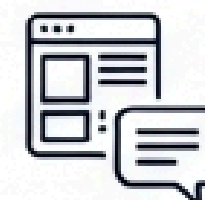
บัญชีสำหรับ ธุรกิจ/องค์กร โดยเฉพาะ



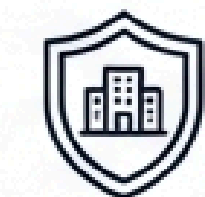
ส่งข้อความหาลูกค้าหลายคน ได้พร้อมกัน (Broadcast)



มีฟีเจอร์ครบครัน (Rich Menu, ข้อความต้อนรับอัตโนมัติ)



ระดับแบรนด์โรงแรมมืออาชีพ



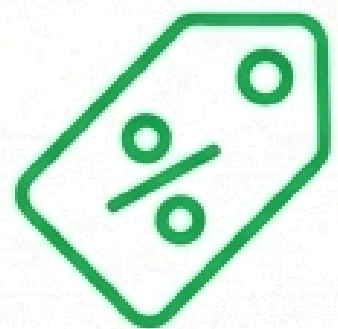
## 4 ประโยชน์หลักที่พลิกโฉมการจัดการโรงแรม



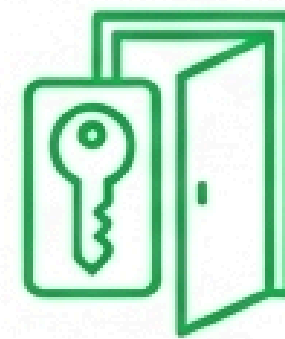
**ติดต่อรวดเร็ว 24 ชม.**  
ตอบแชตลูกค้าและให้ข้อมูล  
พื้นฐานได้ตลอดเวลา



**ทำหน้าที่แทน Call Center**  
ลดภาระพนักงานรับสาย  
ตอบคำถามซ้ำๆ ผ่านระบบ

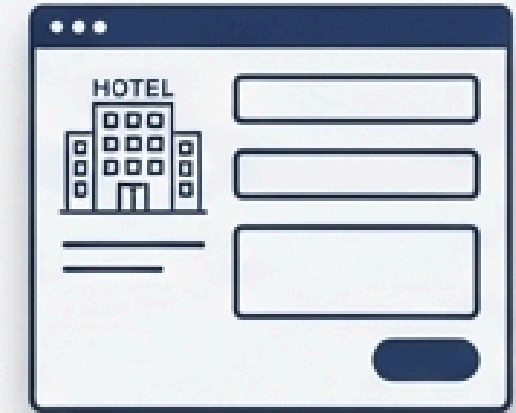
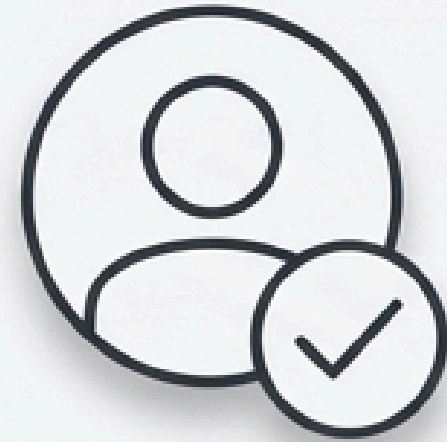


**กระตุ้นยอดด้วยโปรโมชั่น**  
ส่งข่าวสารและส่วนลดตรงถึง  
มือลูกค้าที่สนใจ



**ช่องทาง "รับจองห้องพัก"  
โดยตรง**  
ปิดการขายผ่านแชตโดยไม่ต้อง  
พึ่งแพลตฟอร์มอื่น (OTA)

# ขั้นตอนการสมัครใช้งาน (Setup Roadmap)



## เข้าสู่ระบบ

ไปที่เว็บไซต์  
manager.line.biz  
แล้วคลิก “สมัครใช้งาน”

## ยืนยันตัวตน

Login ด้วยบัญชี  
LINE ของคุณ

## สร้างบัญชี

คลิกปุ่ม “สร้างบัญชีใหม่”

## กรอกข้อมูล

ระบุ ชื่อโรงแรม, ประเภทธุรกิจ  
และอัปโหลด รูปโปรไฟล์

👉 ผลลัพธ์: ได้บัญชี LINE OA ของโรงแรมพร้อมใช้งานทันที 🎉

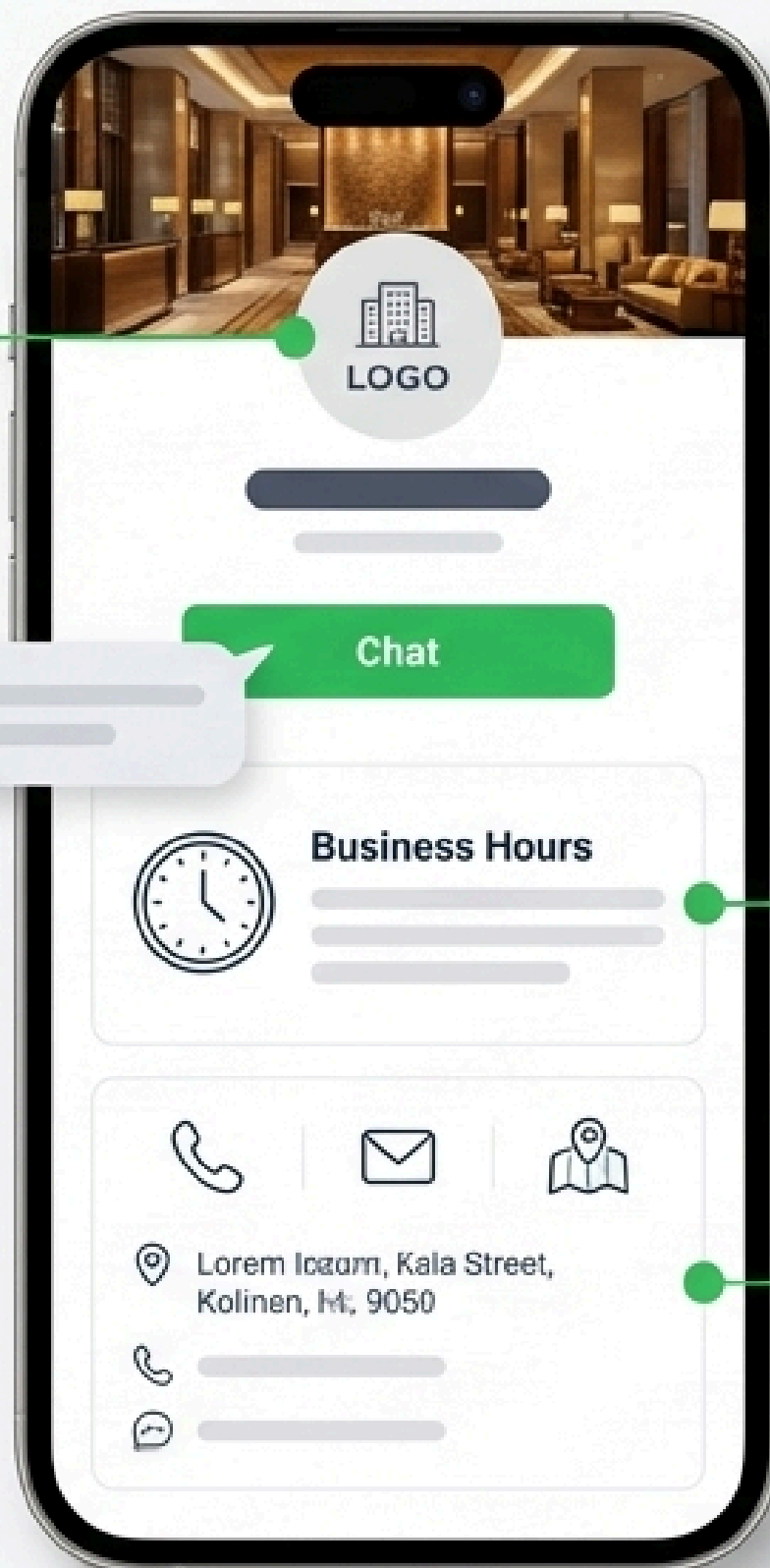
# โครงสร้างโปรไฟล์โรงแรมที่สมบูรณ์แบบ

## รูปโปรไฟล์

แนะนำให้ใช้ "โลโก้โรงแรม"  
ที่คมชัดเพื่อความน่าเชื่อถือ

## ข้อความต้อนรับ (Welcome Message)

สร้างความประทับใจแรกทันที  
ที่ลูกค้ากดเพิ่มเพื่อน



## เวลาทำการ

ระบุให้ชัดเจนเพื่อให้ลูกค้ารู้ว่า  
พนักงานจะตอบกลับช่วงไหน

## ข้อมูลติดต่อ

เบอร์โทรศัพท์, อีเมล,  
และแผนที่ตั้งโรงแรม

# การออกแบบข้อความต้อนรับ (Welcome Message)

สวัสดีค่ะ ยินดีต้อนรับสู่โรงแรม ABC 😊

สามารถสอบถามห้องพักได้ตลอด  
24 ชั่วโมงค่ะ

## Tone of Voice

ใช้ภาษาที่สุภาพและเป็นมิตร  
พร้อมอีโมจิสร้างความอบอุ่น

## Brand Identity

ระบุชื่อโรงแรมชัดเจน  
(โรงแรม ABC)

## Expectation Setting

บอกลูกค้าว่าสามารถทำอะไรได้บ้าง  
(สอบถามห้องพัก 24 ชั่วโมง)

# 3 ฟีเจอร์หลักที่ช่วยเพิ่มยอดขายและลดเวลาทำงาน



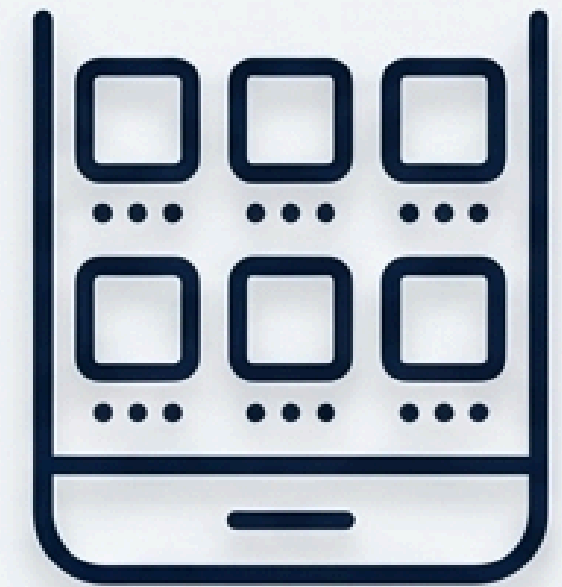
## แชตตอบลูกค้า (Chat)

พูดคุย ให้ข้อมูล ส่งรูปภาพห้องพัก  
และปิดการขายแบบ 1-on-1



## บรอดแคสต์ (Broadcast)

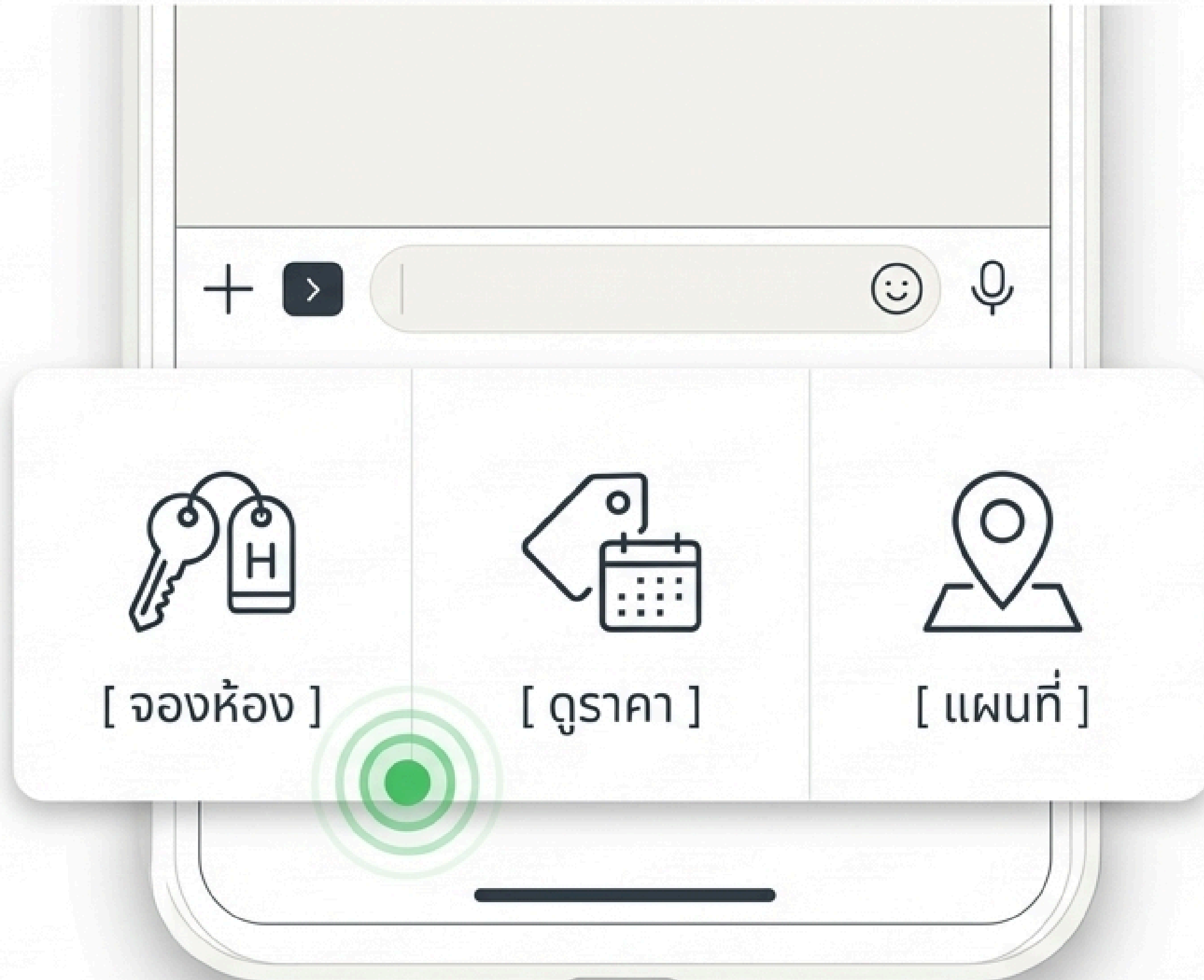
ส่งโปรโมชั่น แพ็กเกจที่พัก  
หรือข่าวสาร ไปยังลูกค้าทุกคน  
พร้อมกันในคลิกเดียว



## ริชเมนู (Rich Menu)

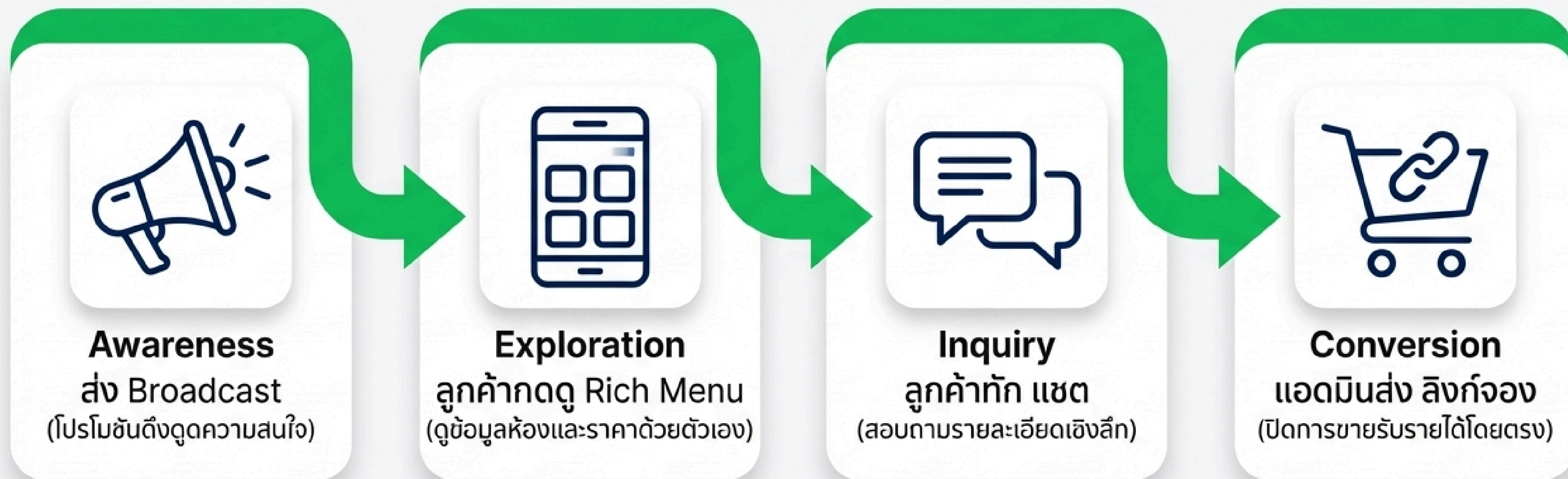
เมนูลัดด้านล่างหน้าจอแชต  
ให้ลูกค้ากดดูข้อมูลสำคัญได้เอง  
โดยไม่ต้องรอแอดมินตอบ

# การออกแบบ Rich Menu สำหรับธุรกิจโรงแรม



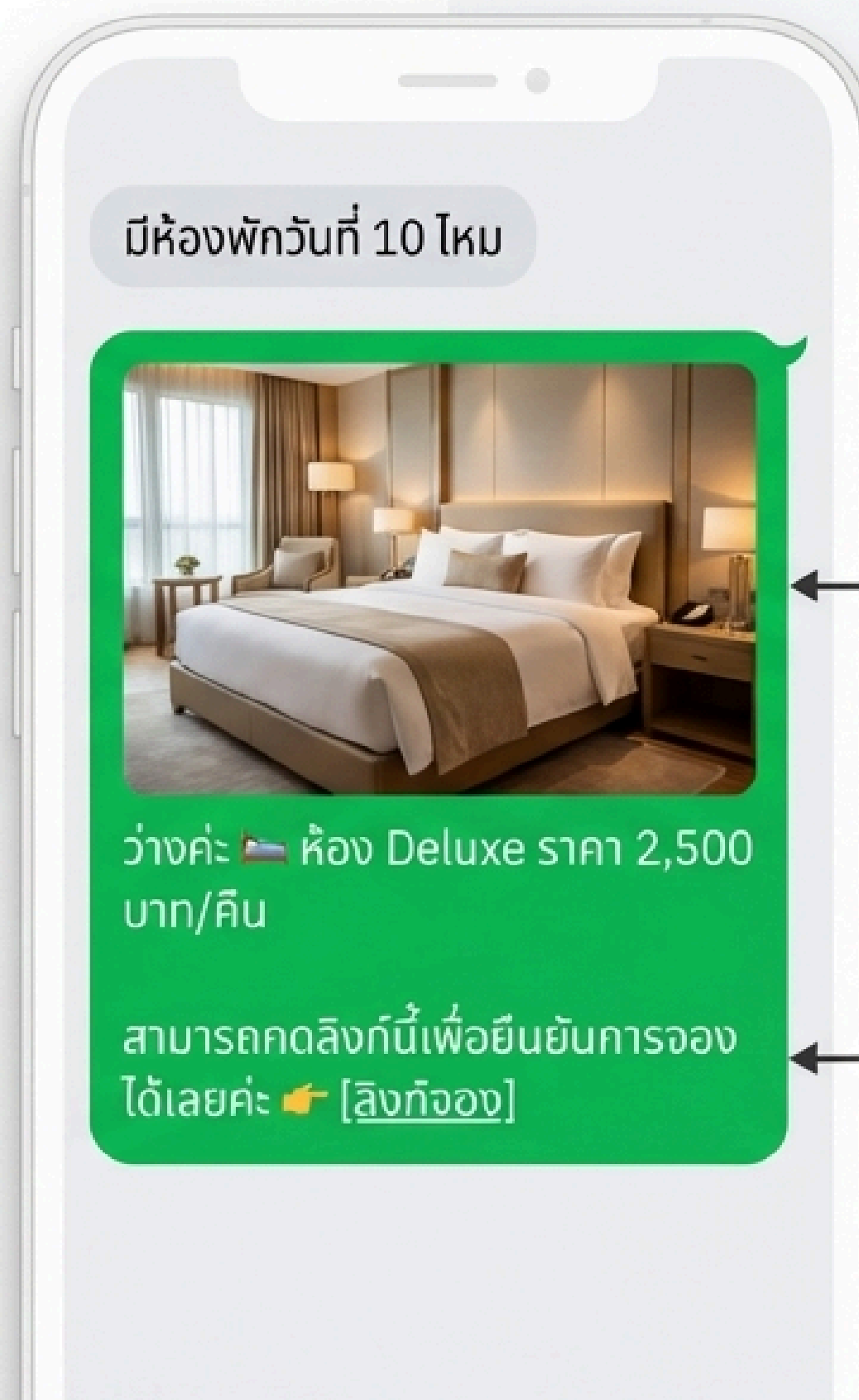
Rich Menu เปรียบเสมือน  
"พนักงานต้อนรับดิจิทัล"  
ที่ช่วยคัดกรองคำถามพื้นฐาน  
ให้ลูกค้ากดดูห้องพัก โปรโมชั่น  
หรือแผนที่ได้ด้วยตัวเอง  
ช่วยลดภาระการตอบแชต  
ของพนักงาน

# สร้างวงจรการจูงที่ไร้รอยต่อ (The Conversion Flywheel)



ฟีเจอร์ทั้งหมดทำงานร่วมกันเพื่อลดความซับซ้อน และเปลี่ยนความสนใจให้เป็นการจองห้องพักได้อย่างรวดเร็ว

# สถานการณ์จริง: การปิดการขายผ่านแชต



ส่งรูปภาพและราคาชัดเจน  
(ลดการถามกลับมา)

แบบ ลิงก์จอง ทันที  
(ลดขั้นตอน Call-to-Action ชัดเจน)

💰 **ผลลัพธ์:** ปิดการขายได้ทันที มอบประสบการณ์ที่ราบรื่นไร้รอยต่อ (Seamless Experience) ให้กับแขกคนสำคัญ

# สรุป: สมการสร้างรายได้ของโรงแรมยุคดิจิทัล



เทคโนโลยีเป็นเพียงเครื่องมือ แต่ 'วิสัยทัศน์ในการเลือกใช้' คือสิ่งที่แยกผู้จัดการโรงแรมทั่วไป ออกจากผู้บริหารระดับท็อป