



# ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์

รหัสวิชา 30204-2101 | หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) สาขาทคโนโลยีสารสนเทศ

ผู้สอน : นายสิทธิโชค สมทรัพย์ (อาจารย์ต๋อย)  
วิทยาลัยการอาชีพศึกษาปทุมธานี

# The Pink 3D Digital Academy

**Foundation:** ปูพื้นฐานสื่อ  
สังคมออนไลน์และจรรยาบรรณ

**Retention:**  
มัดใจลูกค้าด้วย CRM

**Future-Proofing:**  
อัปเดตเทรนด์ AI 2026

**Transaction:**  
ปิดการขายด้วย E-Payment

**Acquisition:**  
ดึงดูดลูกค้าด้วยคอนเทนต์และ SEO



# สื่อสังคมออนไลน์: จากพื้นที่ส่วนตัว สู่อำนาจสร้างกำไร



## เป้าหมายหลัก (Input):

สร้างแบรนด์, สื่อสารสองทาง, วิเคราะห์คู่แข่ง

## ประสิทธิภาพที่ได้ (Output):

ลดต้นทุนเพิ่มผลผลิต, ลดระยะเวลา,  
เพิ่มความพึงพอใจลูกค้า

## สถิติสำคัญ:

ผู้ประกอบการพอใจกับการดูแลลูกค้าผ่าน  
โซเชียลสูงถึงระดับ .731 (Sig. 0.05)

# เลือกอาวุธให้ตรงกับกลยุทธ์

## Facebook

โปรโมทแบรนด์  
และขายสินค้า  
(Brand Awareness & Sales)  
The ultimate tool for  
finding new customers.



## LINE

บริการหลังการขาย  
และรักษาความสัมพันธ์  
(After-sales & CRM)

Quick response,  
direct communication.



## Search / Web

ลูกค้าที่มีความ  
ต้องการชัดเจน  
(High-intent customers)  
Requires SEO mastery.



# กฎเหล็กจรรยาบรรณออนไลน์

DO - ฟังควรทำ



มีมารยาทและศีลธรรม  
คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคม

DON'T - ฟังห้ามทำ



ห้ามละเมิดสิทธิ์หรือโจรกรรมข้อมูล  
ห้ามสร้างข่าวเท็จหรือใส่ร้าย  
ห้ามใช้โซเชียลแสวงหาผลประโยชน์มิชอบ

# อันดับธุรกิจให้ติดหน้าแรกด้วย SEO

## Keywords (คำค้นหา)

หัวใจสำคัญ! ต้องรู้ว่าลูกค้าพิมพ์  
คำว่าจะอะไรเวลาอยากได้สินค้าเรา

อันดับธุรกิจให้ติดหน้าแรกด้วย SEO

## Backlinks (ลิงก์ย้อนกลับ)

การที่เว็บอื่นอ้างอิงถึงเรา  
สร้างความน่าเชื่อถือให้ระบบค้นหา

## Content (เนื้อหา)

ต้องตอบใจภัยและแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้จริง



# วิวัฒนาการชำระเงิน: จากเหรียญทอง สู่ Digital Payments

**อดีต:**  
เงินสด & โอนผ่านธนาคาร  
(ช้า, ตรวจสอบยาก)



**ปัจจุบัน:**  
QR Code & Digital Wallets  
(รวดเร็ว, ง่ายๆ จบในขั้นตอนเดียว)

**อนาคต: Real-time Payments  
& Stablecoins**  
(โครงสร้างพื้นฐานระดับโลก, ไร้พรมแดน)



# ทำไม E-Payment ถึงพลิกโฉมธุรกิจ?



## Speed

ความเร็วคือความได้เปรียบ

กระแสเงินสดคล่องตัว ลดระยะเวลารอคอย



## Efficiency

ประหยัดต้นทุนธุรกิจ

ลดงานเอกสาร ลดข้อผิดพลาดจากแมนนวล





## Data

ข้อมูลคือสินทรัพย์


เปลี่ยนข้อมูลการจ่ายเงินเป็น  
การคาดการณ์ลูกค้า

# CRM: หัวใจของการรักษาลูกค้า

ต้นทุนต่ำกว่า:   
การรักษาลูกค้าเก่าถูกกว่า  
การหาลูกค้าใหม่เสมอ

ยอดขายเพิ่มขึ้น:   
นำเสนอสินค้าได้ตรงใจ  
สร้างความภักดี



จัดระเบียบเป้าหมาย:   
แยกกลุ่มลูกค้าทั่วไป, VIP,  
ลูกค้าองค์กรได้อย่างมี  
ประสิทธิภาพ

# วงจร DEAR Model (พิมพ์เขียวการบริหารลูกค้าสัมพันธ์)

**R - Retention**  
(การรักษาลูกค้า):  
บริการหลังการขาย  
และสิทธิประโยชน์

**D - Database (ฐานข้อมูล):**  
เก็บข้อมูลและแยกแยะกลุ่มลูกค้า

**A - Action**  
(การจัดโปรแกรม):  
สร้างกิจกรรมปฏิสัมพันธ์  
ตรงกลุ่มเป้าหมาย

**E - Electronic**  
(เทคโนโลยี):  
ใช้ซอฟต์แวร์วิเคราะห์  
และสร้างจุดติดต่อ



# D & E: รู้จักลูกค้า และ สร้างจุดเชื่อมต่อ



## Database (D)

- ข้อมูลตั้ง: ถูกต้อง, ครบถ้วน, เป็นปัจจุบัน, และเชื่อมโยงได้
- จัดกลุ่มตามมูลค่าตลอดชีพของลูกค้า (CLV)



## Electronic (E)

- สร้าง Touchpoints (จุดติดต่อ)
- ครอบคลุม: จุดงานขาย, จุดบริการลูกค้า, จุดจัดส่งสินค้า

# A & R: กระตุ้นยอดขาย และ ผูกใจระยะยาว

## Cross-Selling

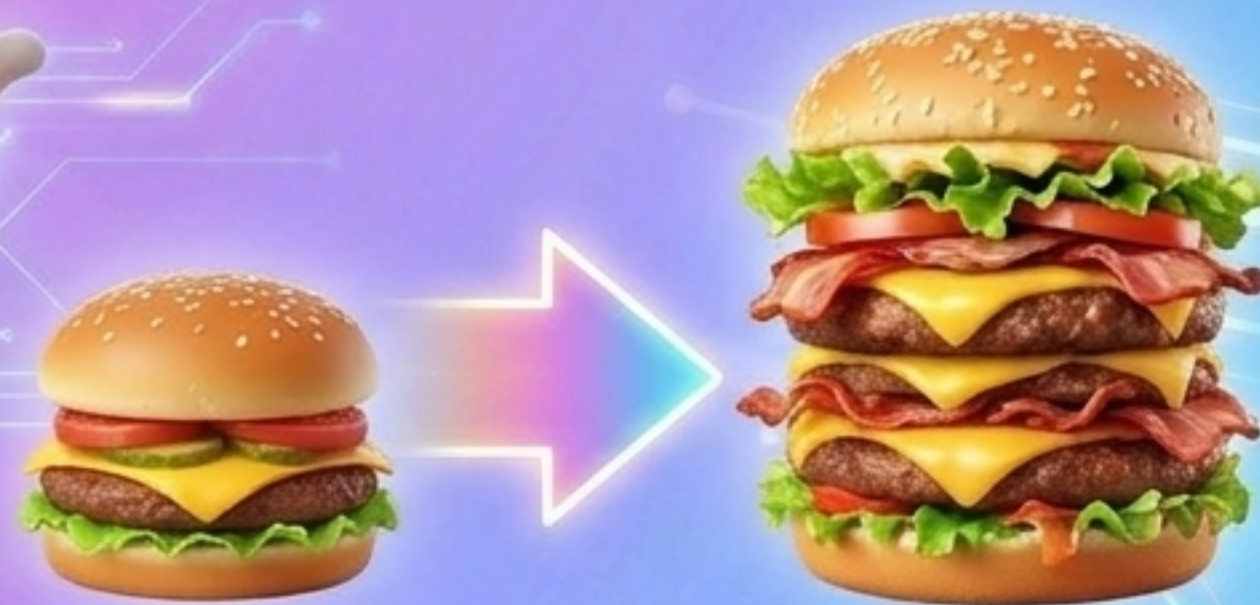


### Cross-Selling

- ขายสินค้าที่เกี่ยวข้องกันเพื่อเพิ่มยอดขาย (ซื้อเบอร์เกอร์ เซียร์ให้ซื้อพรายส์เพิ่ม)



## Up-Selling



### Up-Selling

- กระตุ้นให้ซื้อเวอร์ชันที่ดีกว่า แพงกว่า (ลูกค้าจะซื้อชิ้นเล็ก แต่เซียร์ให้ซื้อไซส์ใหญ่กว่า คุ่มกว่า)

# กรณีศึกษา: KFC เปลี่ยนข้อมูลเป็นยอดขายได้อย่างไร?



## เก็บข้อมูล (Database)

ผ่านแอปพลิเคชัน, โปรแกรมสะสมแต้ม, และระบบสั่งอาหาร

## เทคโนโลยี (Electronic)

ลูกค้าติดตามพฤติกรรมบนเว็บไซต์ ดูว่าลูกค้าชอบเมนูไหน

## ปฏิสัมพันธ์ (Action)

ให้คูปองฟรีวีจิช์ผ่านใบเสร็จ เพื่อแลกกับการทำแบบสอบถาม

## รักษาลูกค้า (Retention)

วิเคราะห์เทรนด์เพื่อออกโปรโมชั่นที่ตรงใจ ดึงลูกค้ากลับมาซื้อซ้ำ

# ก้าวสู่อนาคต: Digital Marketing Trends 2026

## Trend 1: AI เป็นสมอง ไม่ใช่แค่เครื่องมือ

กำเนิด AI Agents: รับรีฟ  
รับงบประมาณ แล้วไปซื้อโฆษณาและ  
ปรับแต่งแคมเปญเองได้ 24 ชั่วโมง  
(Hyper-personalization at scale).

## Trend 2: Omnichannel Intelligence

เชื่อมต่อไร้รอยต่อโดยสมบูรณ์:  
ดูคลิปจบ -> เดินผ่านหน้าร้าน ->  
ได้รับแจ้งเตือนคูปองส่วนลด  
ในแอปทันที.



# สู้กับ AI Slop ด้วย Hybrid Content



## ปัญหา: AI Slop

คอนเทนต์ AI คุณภาพต่ำและกลื่อนกลาด  
ทำให้ผู้บริโภคเกิดภาวะ Anti-AI Marketing  
และหมดความเชื่อถือ

## ทางออก: มนุษย์ + AI + Creativity

- ใช้ AI เป็นผู้ช่วยวิเคราะห์ข้อมูล (Efficiency)
- ใช้มนุษย์ใส่ความรู้สึก, ประสบการณ์จริง,  
และความสร้างสรรค์ (Authenticity)

# The Ultimate Digital Business Framework



การทำธุรกิจดิจิทัลไม่ใช่แค่การเปิดเพจ แต่คือการสร้างระบบนิเวศ (Ecosystem): SEO ดึงคนเข้า  
-> โซเชียลมีเดียสร้างความเชื่อมั่น -> E-Payment ปิดการขายอย่างไร้รอยต่อ -> CRM เก็บข้อมูลเพื่อดึงกลับมาซื้อซ้ำ โดยมี AI เป็นผู้ช่วยจับเคลื่อน

# พร้อมปั้นธุรกิจดิจิทัลของคุณหรือยัง?



วิชา: ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์  
(ปวส. ไอที)

ปรึกษาเพิ่มเติมกับ: ผู้สอน  
นายสิทธิโชค สมทรัพย์ (อาจารย์เตี้ย)

สำหรับธุรกิจที่ต้องการติดปีกไปให้ไกลกว่าโซเชียลมีเดีย  
ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญระดับโปรที่ WizeMoves Consult (Sellsuki)  
ที่ปรึกษาธุรกิจดิจิทัลตัวจริง!