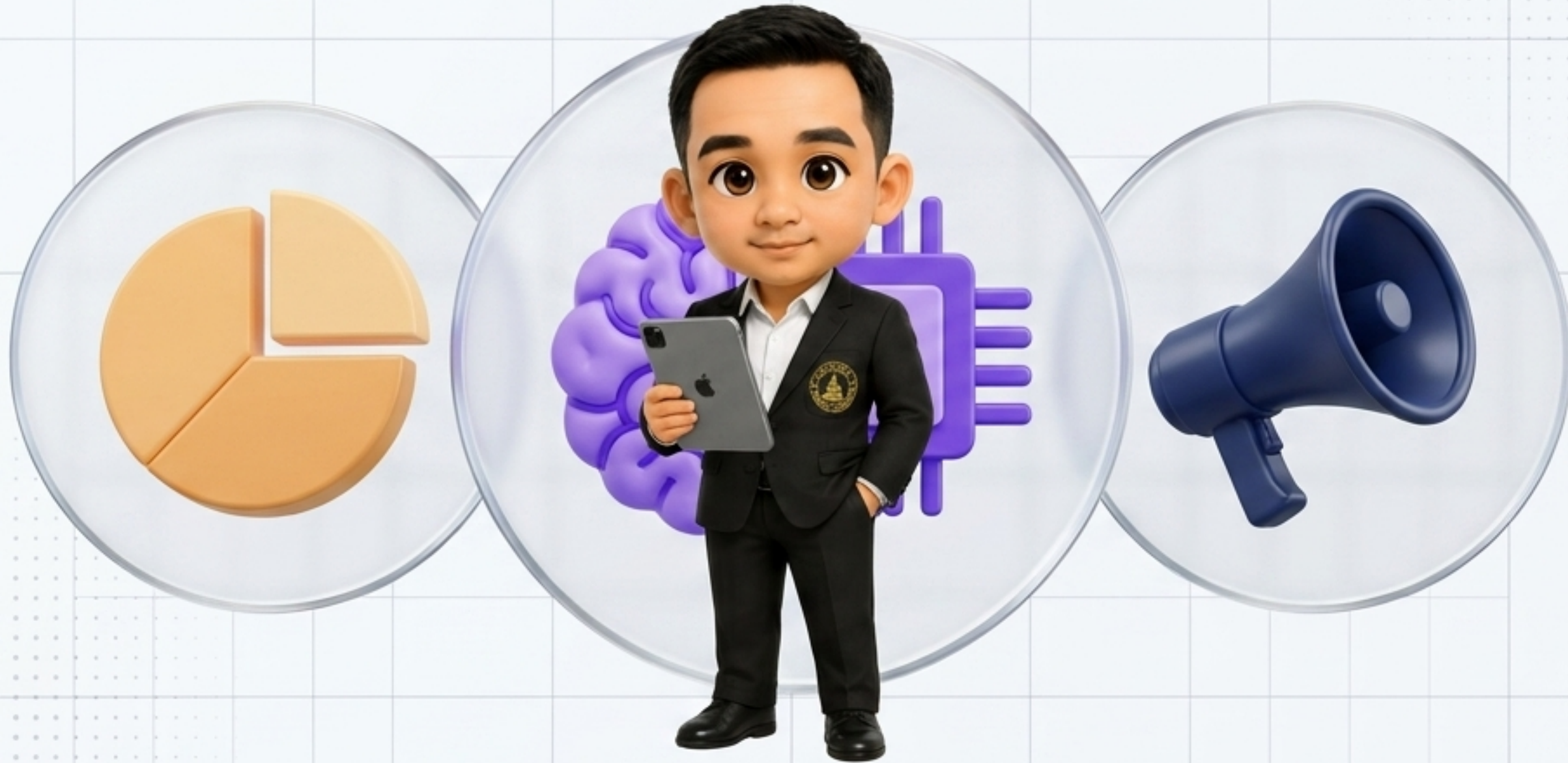


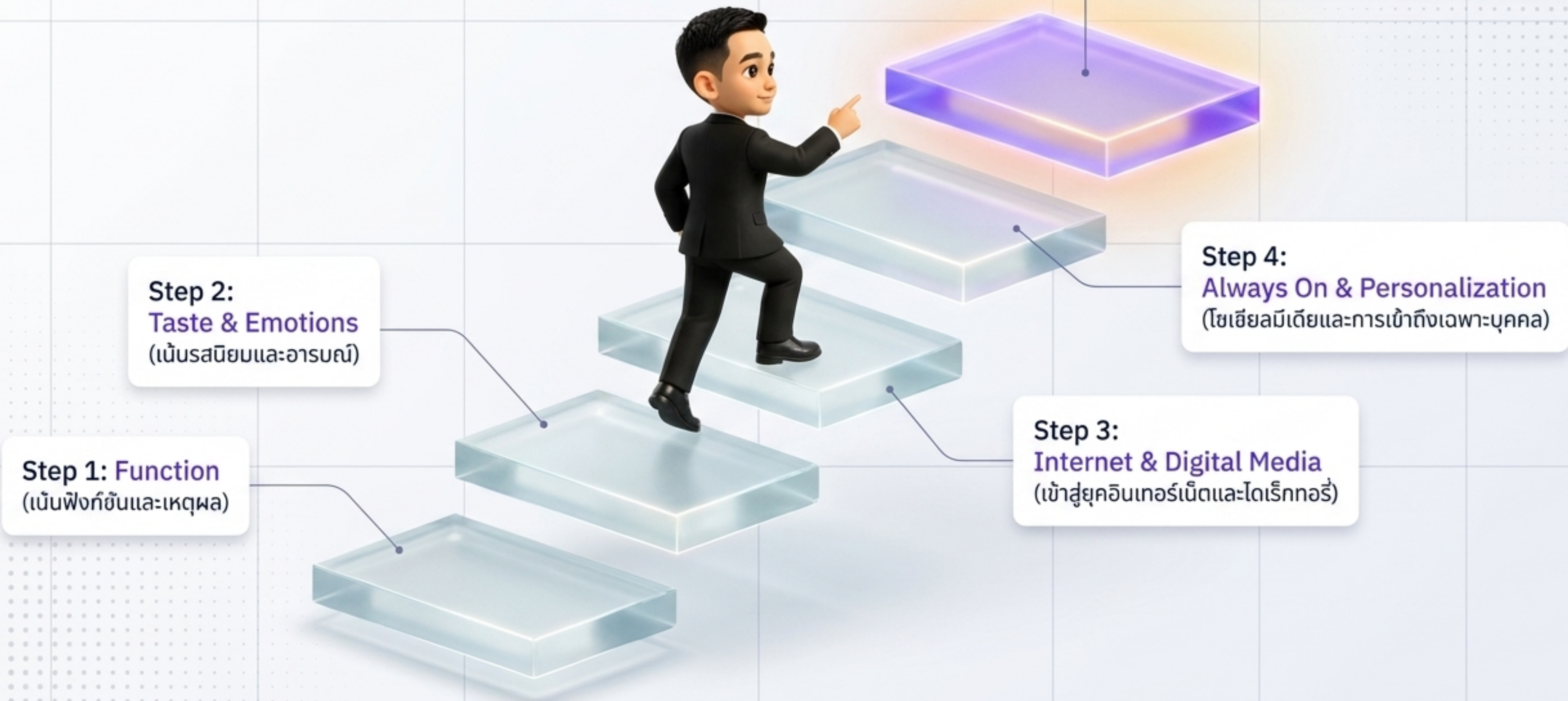
Marketing Technology, Data & AI Automation

การใช้เทคโนโลยี, ข้อมูล และปัญญาประดิษฐ์เพื่อการตลาดยุคใหม่

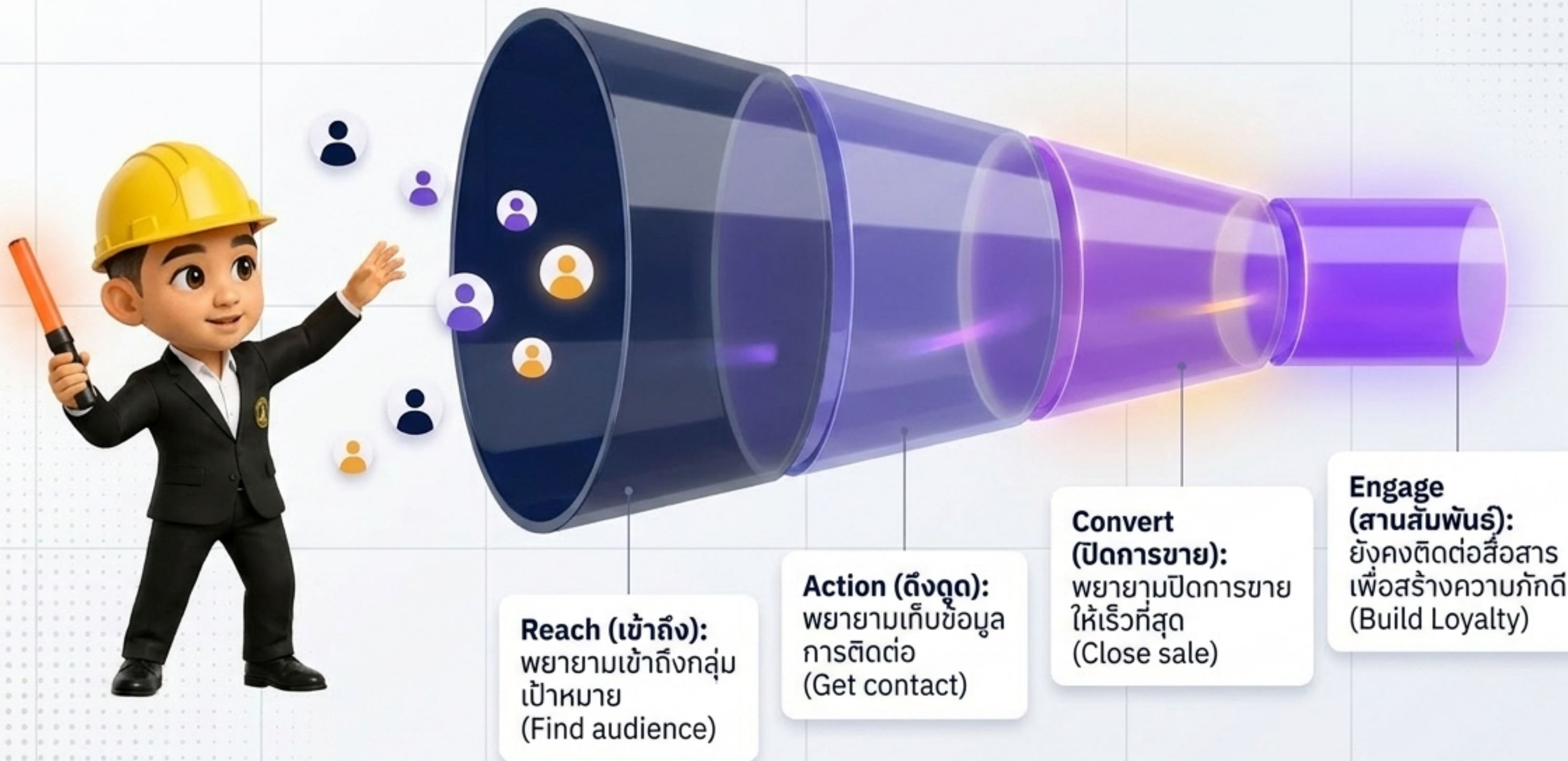


The Smart Marketer's Playbook

5 กระบวนทัศน์ทางการตลาด (5 Marketing Paradigms)



หัวใจของนักการตลาดยุคใหม่: The RACE Framework



Marketing Touchpoints by Stage

(R) Reach

SEO

PR

Ads

Social Media

Influencer
Marketing

(A) Action

Landing Page

Website

Messaging Apps
(Line OA)

(C) Convert

Chat
Commerce

E-Commerce

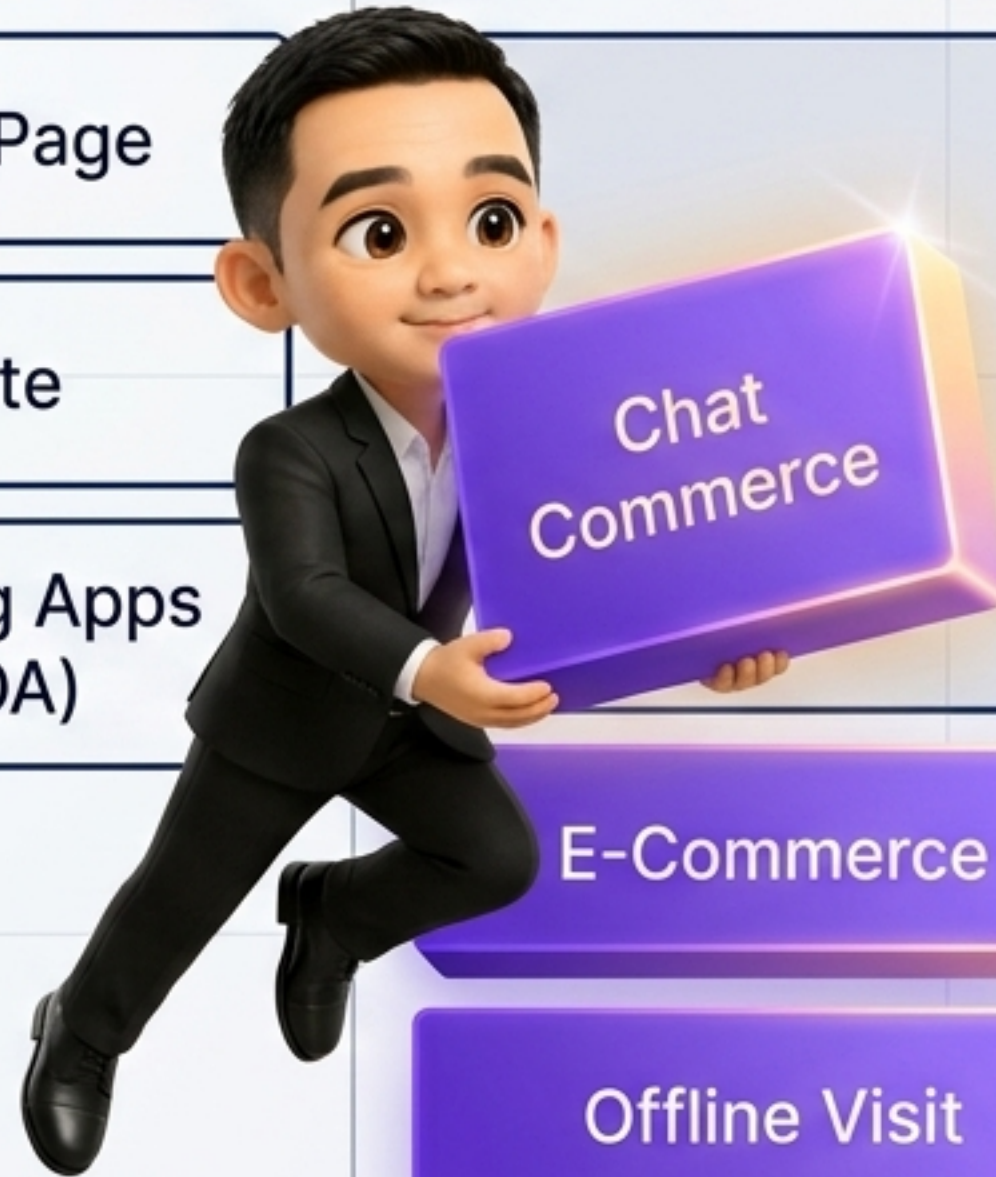
Offline Visit

(E) Engage

Loyalty Programs
(Tier, Cashback,
Punch Card)

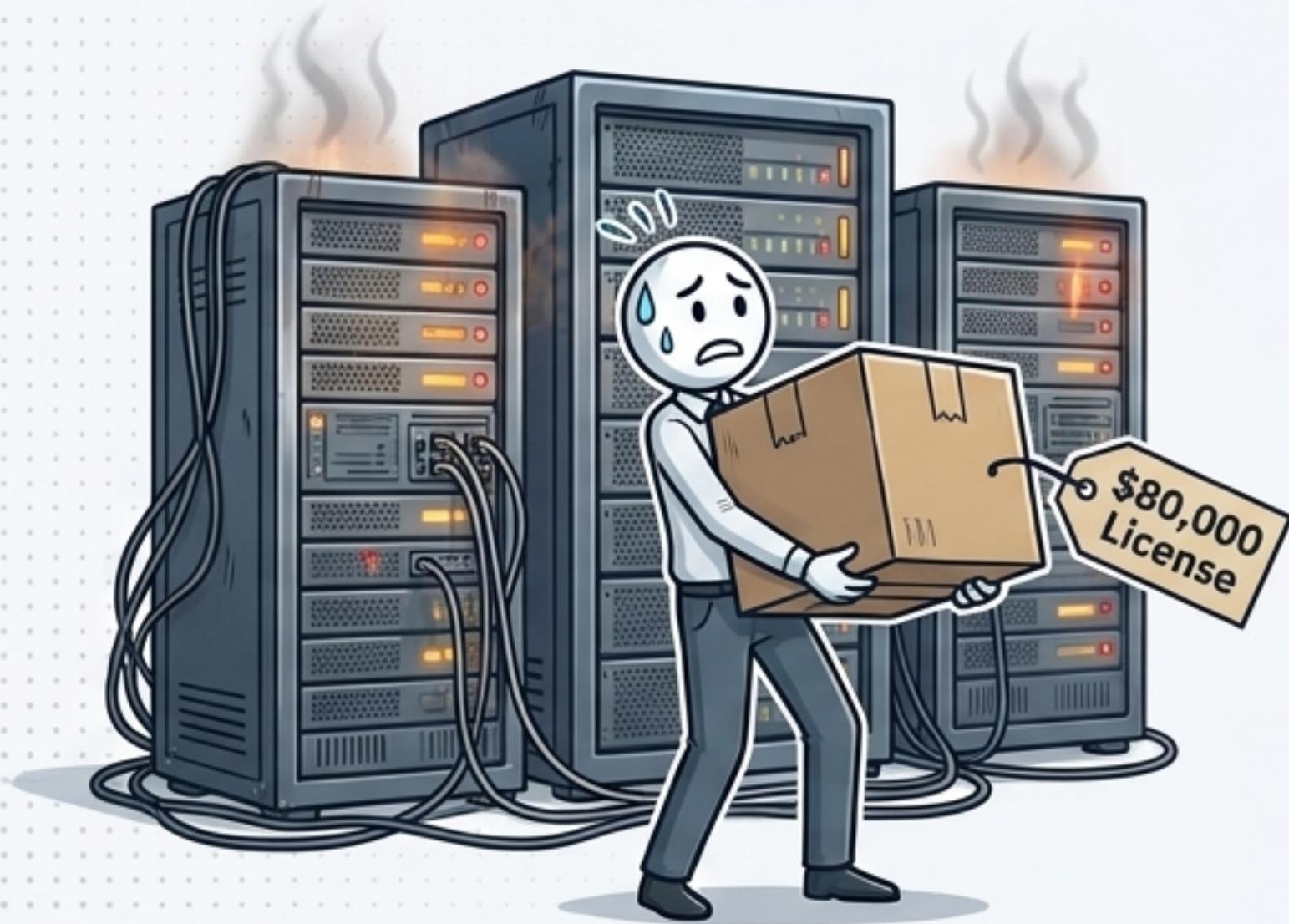
CRM

Email



The Technology Shift: พลังกลับมาสู่ผู้ประกอบการตลาด

อดีต (On-Premises)



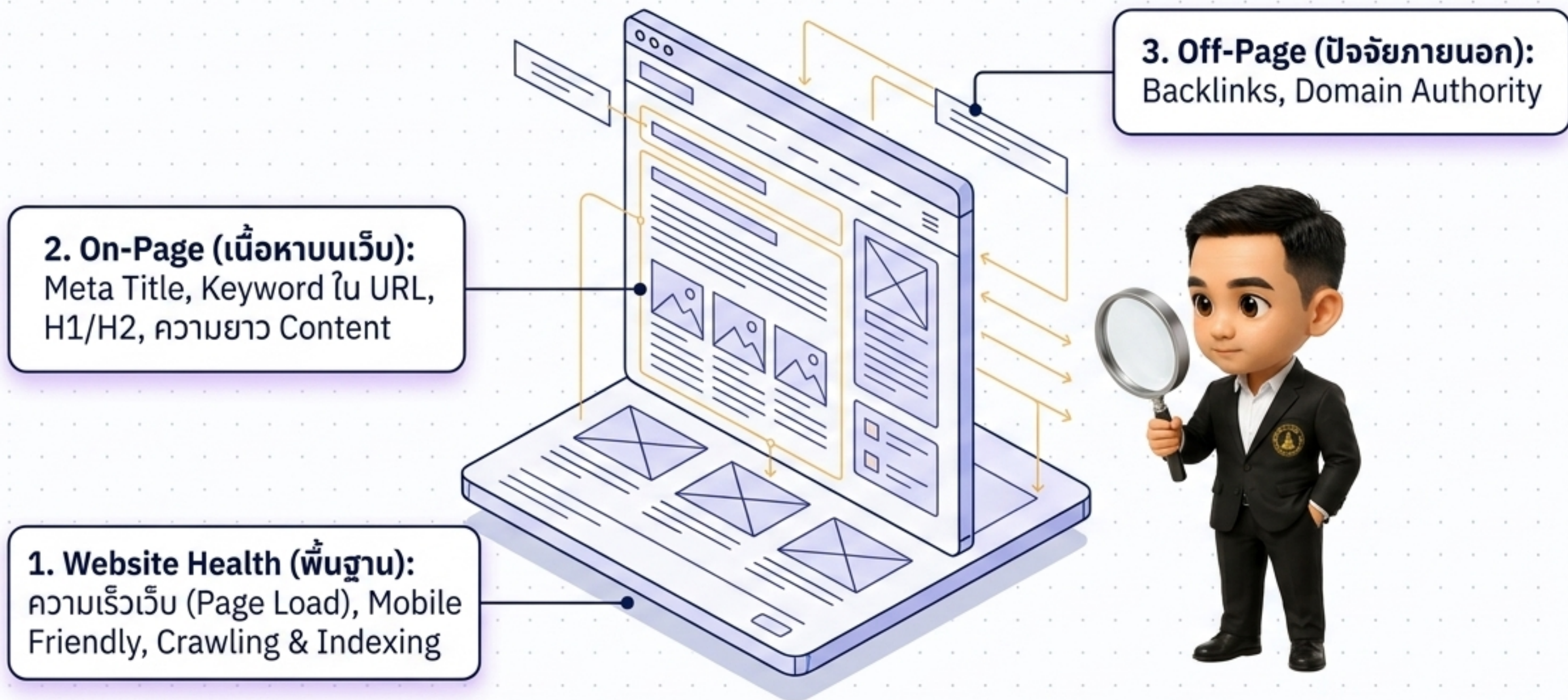
ฮาร์ดแวร์เซิร์ฟเวอร์, ซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ราคาสูง,
ต้องใช้โปรแกรมเมอร์

ปัจจุบัน (SaaS & No-Code)



Cloud Computing, จ่ายแบบ Subscription (SAAS),
ลากวางได้โดยไม่ต้องเขียนโค้ด (No-Code Platforms)

SEO Anatomy: องค์ประกอบสำคัญในการติดหน้าแรก Google



เป้าหมายสูงสุด: เพิ่ม CTR (Click Through Rate) จากหน้า Search Result

Data Collections 101: รู้จักประเภทของข้อมูล



PII (Personally Identifiable Information):
ข้อมูลระบุตัวตนได้ (เช่น ชื่อ, อีเมล, เบอร์โทร,
เลขบัตรประชาชน)
→ มักเป็น First-Party Data ที่เราเก็บเอง

Non-PII (Anonymous Data):
ข้อมูลที่ไม่ระบุตัวตนไม่ได้ (เช่น
พฤติกรรมคลิก, จำนวนคนเข้าเว็บ)
→ มักมาจาก Platform หรือ Third-Party

Segmentation: การจัดกลุ่มลูกค้าเพื่อเจาะจงเป้าหมาย



ประชากรศาสตร์ (Demographics):

อายุ, เพศ, อาชีพ, รายได้,
การศึกษา

ภูมิศาสตร์ (Geography):

ท้องถิ่น, ประเทศ, ภูมิภาค

พฤติกรรมศาสตร์ (Behavioral):

พฤติกรรมการซื้อ,
ความภักดีต่อแบรนด์,
อัตราการใช้สินค้า

จิตวิทยา (Psychographics):

ความสนใจ, ไลฟ์สไตล์,
ทัศนคติ

VQVC Framework: 4 เสาหลักของการวัดผลการตลาด



Volume (ปริมาณ):
จำนวน Traffic, Visitors,
Visitors, Lead ที่เข้ามา,
Newsletter signups



Quality (คุณภาพ):
Bounce rate, Time on site,
% Goal conversion

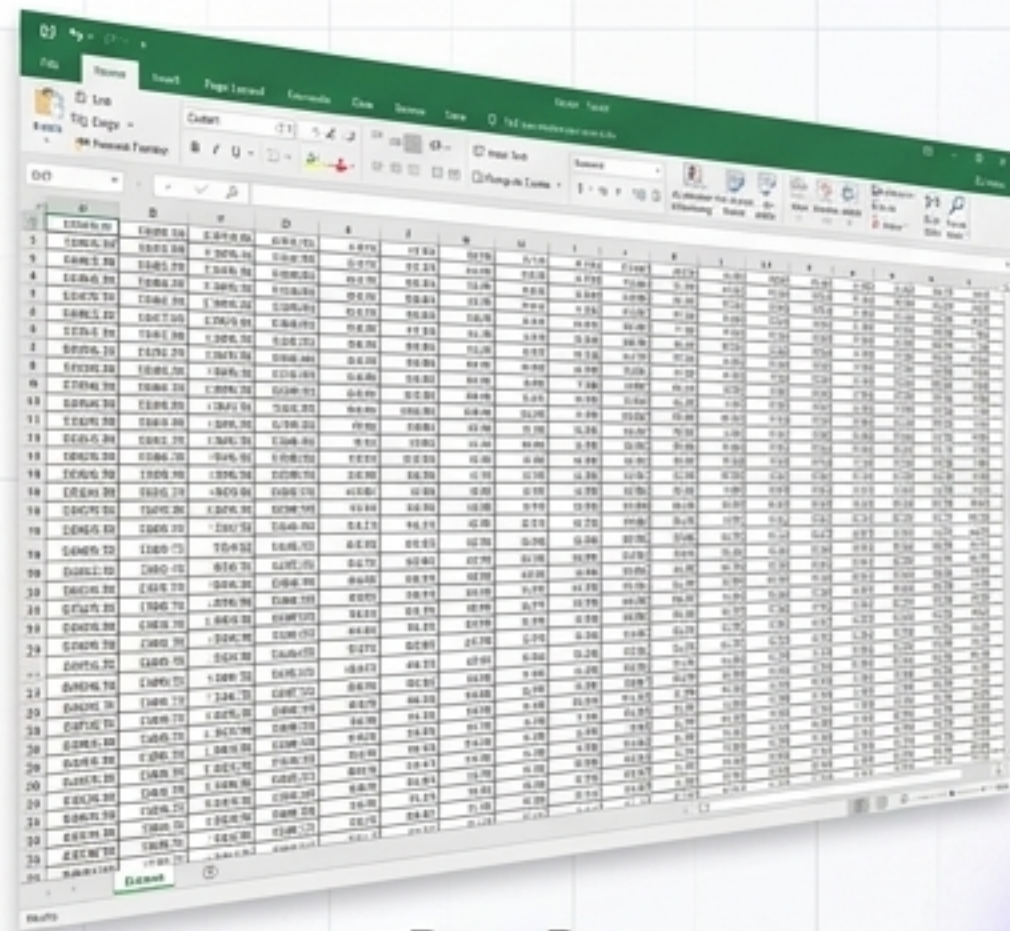
Value (มูลค่า):
Total revenue (ยอดขาย),
Average Order Value
(ยอดซื้อต่อบิล), ROI



Cost (ต้นทุน):
Cost per Click (CPC),
Cost per Lead (CPL),
Cost per Acquisition (CPA)

The Power of Data Visualization (Google Looker Studio)

เปลี่ยนข้อมูลดิบที่ซับซ้อนให้เป็นภาพ (Dashboard) เพื่อความเข้าใจที่ตรงกัน



Raw Data

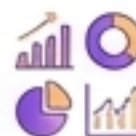


Step 1



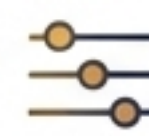
Connect: เชื่อมต่อ Data Source (เช่น Google Sheets)

Step 2



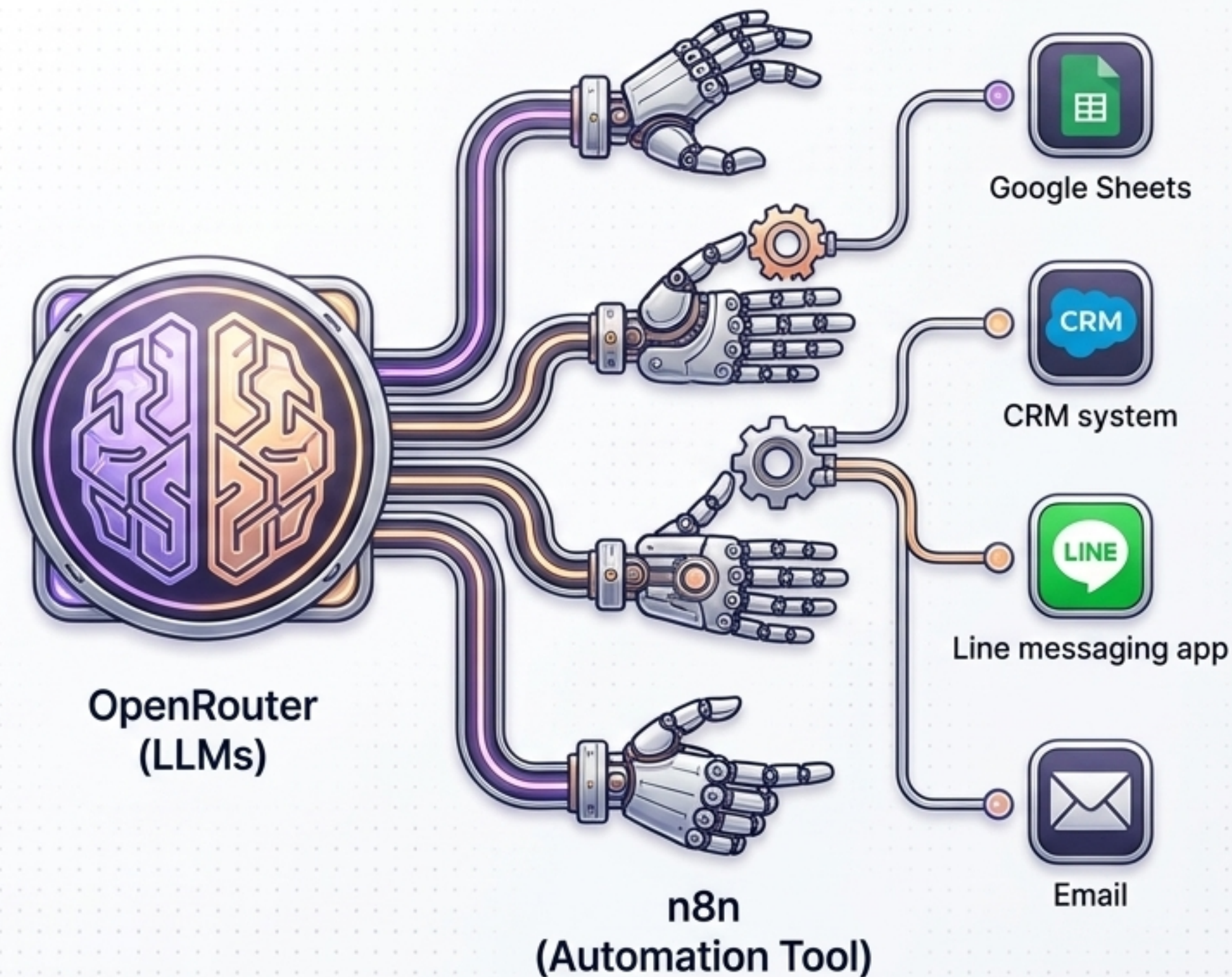
Visualize: เลือกประเภท Chart (Bar, Donut, Time Series, Heat Map)

Step 3



Control: เพิ่ม Filter (Date Range, Drop-Down List)ให้อ่านข้อมูลง่ายขึ้น

เข้าสู่ยุค AI Automation (n8n + OpenRouter)



The Brain (สมองสั่งการ): OpenRouter ทำหน้าที่เป็นศูนย์รวม API ให้เราเลือกใช้ AI Models (LLMs) จากหลายค่ายได้ในที่เดียว

The Hands (มือปฏิบัติการ): n8n แพลตฟอร์มสร้าง Workflow Automation ช่วยเชื่อมต่อ AI เข้ากับแอปฯ ต่างๆ (Google Sheets, CRM, Line, Email)

Choosing the Right Chat Model (LLM Matrix)



OpenAI GPT-4o

ฉลาดที่สุด เร็วและแม่นยำ
(เหมาะกับงาน Production, วิเคราะห์ลึก)

Anthropic Claude 3 Opus/Sonnet

เข้าใจภาษาไทยดีเยี่ยม, อ่าน Context ยาวๆ ได้ดี
(เหมาะกับอ่านเอกสาร, สรุปเนื้อหา)

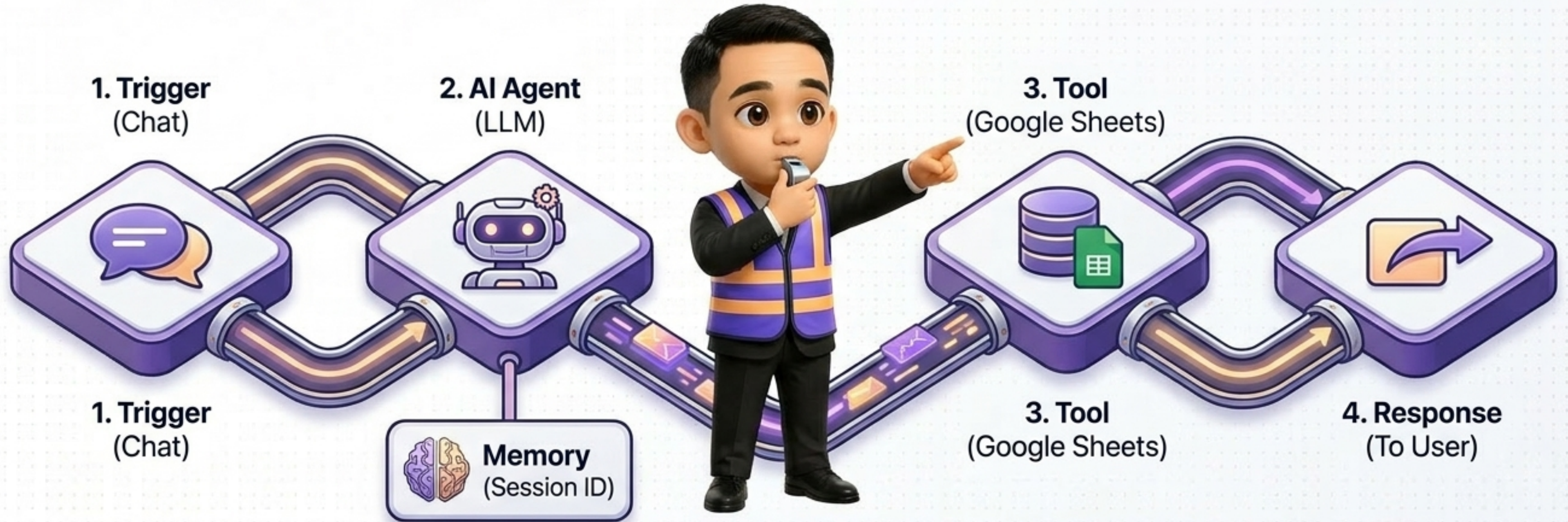
Meta Llama 3 (70b/8b)

ใช้งานฟรีผ่าน OpenRouter, ตัว 8b ใช้งานไว
(เหมาะกับ Chatbot เบื้องต้น)

Google Gemini Pro

เก่งด้าน Multimodal (ภาพ/ข้อความ)

How AI Agents Work: กระบวนการทำงานของบอท



1. Trigger:
รับข้อความจากผู้ใช้ผ่าน Chat

2. AI Agent:
หัวใจประมวลผล ใช้ LLM
คิดวิเคราะห์ว่าจะใช้เครื่องมือใด

3. Memory:
จดจำบริบทการสนทนาก่อนหน้า
(Session ID)

4. Tool (Google Sheets):
AI สั่งดึงข้อมูลยอดขายหรือดึงแถว
ตามคำสั่ง เพื่อส่งคำตอบกลับให้ผู้ใช้

AI Business Process Ideas (ตัวอย่างการประยุกต์ใช้จริง)

Document Processing:

ใช้ AI (OCR) อ่านและดึงข้อมูลจากใบแนบหรือใบเสร็จอัตโนมัติ



CRM Follow-Up:

ดึงข้อมูลลูกค้าเก่าจากฐานข้อมูลเพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมและแนะนำสินค้าที่ตรงใจ

Auto-Generation:

สร้างเอกสารสัญญาหรืออีเมลเสนอราคาอัตโนมัติเมื่อลูกค้ากดจอง

RPA Integration:

นำข้อมูลจาก Web Form คีย์เข้าสู่ระบบบัญชี (ERP/SAP) แบบไม่ต้องใช้คน

เทคโนโลยีจะดีหรือไม่ อยู่ที่คนนำไปใช้



*“New technology is not good or evil in and of itself.
It’s all about how people choose to use it.”*

— David Wong