



Digital 4.0

ใครใคร่ค้า ค้า

บัญชีของ 4.0 คืออะไรกันแน่..... 3

Shortcut วิวัฒนาการของการทำการตลาด
ดิจิทัล 15

ข้อดีของการเลือกใช้สื่อออนไลน์อย่าง
เหมาะสม..... 17

Digital Marketing Tools เสียง... รถด่วน
ขบวนสุดท้าย 19

Basic Marketing in Digital World

รากฐานที่ดี ต่อยอดได้ง่าย

เรียนรู้ทฤษฎีการตลาด ถ้าไม่ยากเป็น
'ตามอดคำสั่งข้าง' 25

กลยุทธ์ 4Ps Product, Price, Place และ
Promotion 27

P >>> Product >>> ผลิตภัณฑ์ 28

องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ (Levels of
Product / Product Component) 30



ตัวอย่างวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ของดีกตา ลูกเทพ .. 33

P >>> Price >>> ราคา..... 35

รูปแบบการตั้งราคา 37

P >>> Place..... 39

P >>> Promotion 40

กลยุทธ์ 4Cs เสริม 4Ps ให้ธุรกิจเข้มแข็ง
ยิ่งขึ้น 41

C-Consumer >>> ผู้บริโภค 43

C-Cost >>> ราคา..... 45

C-Convenience >>> ช่องทาง
จัดจำหน่าย..... 46

C-Communications >>> ช่องทาง
การสื่อสาร..... 47

'พฤติกรรมผู้บริโภค' เรื่องที่ละเอียด
ไม่ได้ 49

ทำความเข้าใจกับกระบวนการตัดสินใจซื้อ
ของผู้บริโภค 55

ช่วงก่อนการซื้อ 56

ช่วงกำลังซื้อ 57

ช่วงภายหลังการซื้อ..... 58

'จิตวิทยาแห่งสี' 59

วัตถุประสงค์ชัดเจน เนื่องานชัดแจ๋ว 60

Content Marketing

บทเบื้องต้น

Content Marketing ในยุคผู้บริโภคคุม
อำนาจไว้ในมือ..... 69

Who >>> ใครคือลูกค้าของคุณ..... 74

What >>> นำเสนออะไร..... 75

Where >>> เผยแพร่ที่ไหน..... 76

When >>> เผยแพร่เมื่อไร..... 77

Why >>> ทำไมจึงเผยแพร่ 78



Whom >>> ใครมีส่วนร่วมในการ ตัดสินใจซื้อ.....	79
How >>> นำเสนออย่างไร	80

7 องค์ประกอบสำคัญในการสร้าง คอนเทนต์	86
---	----

'SMART' วิถีของการสร้างเนื้อหาอย่าง สร้างสรรค์.....	87
--	----

Online Article	88
How To Video	89
เล่าเรื่องด้วยภาพ	92

Shortcut SMART DIGITAL MARKETER.....	99
---	----



Online PR

ผู้ช่วย (สร้างภาพลักษณ์)

Online PR สร้างภาพลักษณ์ แบรนด์	105
Shortcut Content PR ที่ดี.....	108
Shortcut ประโยชน์ของการทำ Online PR (ทั้งทางตรงและทางอ้อม).....	109
CSR กับ Online PR ในยุคดิจิทัล.....	110

Website

คู่มือการใช้งาน

บางสิ่งหายไป เว็บไซต์ยีนยง	119
2017 ปีแห่งการกำหนดศูนย์ บัญชาการ	123
มีเว็บไซต์ มีเรื่องดี	127
ทำเว็บไซต์ให้ได้ครึ่งหนึ่งของ โธราเอมอน	129
สร้างเว็บไซต์แบบมืออาชีพ.....	133
กำหนดกลยุทธ์เว็บไซต์ให้สอดคล้องกับแผน ธุรกิจ	133
สร้างสรรค์ให้เหมือนงานศิลปะ.....	135
มีรูปแบบหลากหลาย	137
เน้นสั้นๆ ได้ใจความ	137
เข้าถึงข้อมูลรวดเร็ว.....	138
จ้างเว็บมาสเตอร์มืออาชีพ.....	138
สู่เป้าหมายด้วย Landing Page	139
สร้างsssค์ Landing Page ให้เวิร์ค	141



OM-D



OLYMPUS PEN



เปิดประสบการณ์ที่น่าประทับใจ แห่งโลก
ของการถ่ายภาพ ด้วยการถ่ายภาพต่อเนื่อง
ความเร็วสูง: Olympus OM-D E-M1
Mark II

Mobile & Apps Marketing

ยุคสมาร์ทโฟนครองเมือง

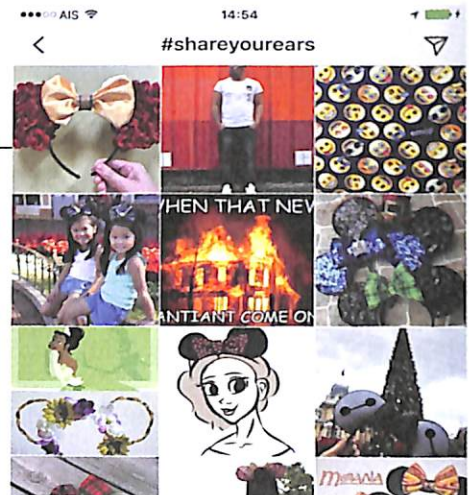
Mobile & Apps Marketing	
สำคัญไฉน	147
การตลาดผ่านมือถือกับสิ่งที่ต้องพัฒนา (ให้ได้) ในยุค 4.0	154
SMS	155
Mobile Web.....	157
Mobile App.....	159



Social Media

ติดตาม ต้องใจ วาง (มือถือ) ไม่ลง

สนิยม Social Media.....	167
Shortcut 5 อันดับ Social Media	
ยอดนิยมปี 2016 เทียบกับปี 2015.....	169
แฟนเพจที่ผมรัก กับ 129 ปีที่ไม่เคยหยุด พัฒนา.....	171



เจาะกลยุทธ์ Social Media อย่างไร
ให้เวิร์ค179

Shortcut Social Media Strategy179

ทำให้แบรนด์เป็นคนที่ลูกค้ารัก181

Live อีกฟังก์ชันที่พลาดไม่ได้183

แชนแนลที่สร้างแบรนด์189

ประโยชน์ดีๆ ของ #Hashtag 194

รับมือวิกฤตบนโลกโซเชียล.....195

Shortcut วิธีทำลายธุรกิจบนโลกออนไลน์ให้
ล้มไม่เป็นท่า.....197

Step ง่ายๆ ทำการตลาดบน Social Media ได้
ทุกแบรนด์ 198

E-Mail Marketing

เป็นเรื่องที่มากกว่าอีเมล

จัดว่าเด็ด ! เมื่อ E-Mail Marketing ก้าว
ข้ามคำว่า 'ธรรมดา'203

AB Testing เพื่อผลลัพธ์ที่ดียิ่งขึ้น 209

 AB Testing คืออะไร ?209

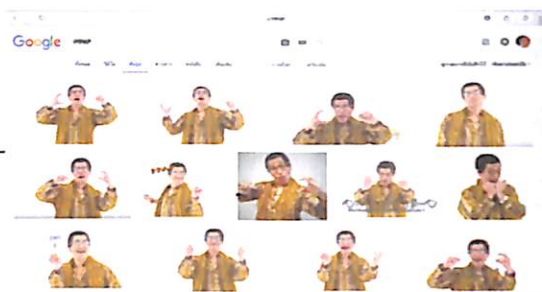
 เกร็ดเล็กผสมน้อย215



Viral Marketing

#ความปัง

Viral Marketing ได้ผลจริงในโลก ดิจิทัล223
Shortcut ข้อควรทำก่อนสร้าง Viral Marketing225
Shortcut เรื่องไม่ควรแตะ ถ้าไม่อยากล้ม ทั้งยืน.....229
Shortcut ข้อดีของ Viral Marketing231



จับตาความปังของ Viral Marketing ที่คาดว่าจะไม่หายไปไหนในปี 2017 แน่นอน !.....235
เชื้อสี Video 1:1 จะอยู่อีกนาน241

5 เทรนด์ที่ต้องจับตามองในปี 2018

Content Marketing247	Social Media250
Mobile & Apps Marketing248	Internet of Thing251
Online PR249	