

โมดูล 1: เริ่มต้นธุรกิจดิจิทัลของคุณ

<p>สร้างตัวตนให้แก่เว็บไซต์ของคุณบนโลกออนไลน์</p>	<p>ประโยชน์ของการมีเว็บไซต์เป็นสถานะออนไลน์</p> <ul style="list-style-type: none"> กำหนดวิธีที่ผู้คนรับรู้ธุรกิจของคุณ ทำหน้าที่เป็นแพลตฟอร์มการมีส่วนร่วม ช่วยให้คุณเรียนรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับลูกค้า <p>สอนการสร้างเว็บไซต์ด้วย WordPress https://www.youtube.com/playlist?list=PL6nDc7ACvovJovAaL9nMZUoFZrbcJmMqg</p>
<p>ทำให้เว็บไซต์ของคุณเชื่อมโยงกับลูกค้า</p>	<p>ลักษณะของลูกค้าตามการแบ่งส่วนตลาด การสร้างเว็บไซต์ที่ดึงดูดใจลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญในการดึงดูดลูกค้าและเพิ่มยอดขาย และท้ายที่สุดก็รับประกันความต่อเนื่องทางธุรกิจ สิ่งสำคัญที่ต้องพิจารณาในการทำให้เว็บไซต์ของคุณเชื่อมต่อและดึงดูดลูกค้า คือการทำความเข้าใจการแบ่งส่วนตลาด การแบ่งส่วนตลาดสามารถทำได้โดย:</p> <ul style="list-style-type: none"> ข้อมูลประชากร: แบ่งกลุ่มตลาดตามรายได้ วุฒิการศึกษา ช่วงชีวิต เพศ อายุ กำลังซื้อ และความต้องการของกลุ่มต่าง ๆ ภูมิศาสตร์: แบ่งกลุ่มตลาดตามความแตกต่างของภูมิภาค ความหนาแน่นของประชากร ภูมิอากาศ วัฒนธรรม และกำลังซื้อของลูกค้า จิตวิทยา: แบ่งกลุ่มตลาดตามบุคลิกภาพ ค่านิยมไลฟ์สไตล์ และความสนใจของลูกค้า พฤติกรรม: แบ่งกลุ่มตลาดตามพฤติกรรมการซื้อ พฤติกรรมของลูกค้า ความภักดีต่อแบรนด์ และอัตราการใช้ แสวงหาผลประโยชน์: แบ่งกลุ่มตลาดตามความต้องการเฉพาะหรือผลประโยชน์ที่ลูกค้าต้องการจากผลิตภัณฑ์หรือบริการ <p>คุณสมบัติทั่วไปของเว็บไซต์ที่เน้นลูกค้าเป็นหลัก</p> <ul style="list-style-type: none"> การออกแบบที่เน้นผู้ใช้เป็นศูนย์กลาง เนื้อหาส่วนบุคคล คุณลักษณะเชิงโต้ตอบ เนื้อหาที่เข้าถึงได้และโปร่งใส รูปภาพและวิดีโอคุณภาพสูง ส่วนของคำถามที่พบบ่อย
<p>วิธีการคัดกรองโปรไฟล์ลูกค้า เพื่อค้นหาโอกาสในการขาย</p>	<p>เริ่มต้นหาโอกาสในการขายแบบดิจิทัล ในการเริ่มต้นหาโอกาสในการขายแบบดิจิทัล คุณสามารถเริ่มต้นด้วยการคัดกรองโปรไฟล์ ซึ่งเป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการระบุลักษณะและพฤติกรรมของลูกค้าในอุดมคติของคุณ และใช้ข้อมูลนั้นเพื่อค้นหาและมีส่วนร่วมกับลีดที่มีศักยภาพ ในการทำเช่นนั้น คุณจะต้องกำหนดผู้ชมเป้าหมายของคุณ ตามด้วย โดยการสร้างช่องทางที่จะดึงดูดและมีส่วนร่วมกับโอกาสในการขายที่มีศักยภาพ</p> <p>แพลตฟอร์มด้านการคัดกรองโปรไฟล์</p> <ul style="list-style-type: none"> LinkedIn Facebook MailChimp Hubspot <p>ระบบคัดกรองโปรไฟล์ ระบบประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ได้แก่:</p> <ul style="list-style-type: none"> การรับรู้: คุณสามารถปรับปรุงการรับรู้ถึงแบรนด์ของคุณได้โดยการสร้างโฆษณา การประกวดอ้างอิง ผู้ชมที่คล้ายกัน และเนื้อหาออร์แกนิกบนแพลตฟอร์มของคุณ ข้อควรพิจารณา: คุณสามารถสร้างและรักษาโฆษณาได้โดยการเรียกใช้แคมเปญที่กำหนดเป้าหมายใหม่และสร้างเนื้อหาที่ให้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และแนวทางการใช้งานของคุณ การแปลง: คุณสามารถกระตุ้นให้ลูกค้าซื้อสินค้าและเป็นลูกค้าประจำโดยเสนอการทดลองใช้ฟรีและส่วนลดพิเศษ ความภักดี: คุณสามารถส่งข้อความส่วนตัวและข้อเสนอต่าง ๆ เช่น ข้อเสนอ รางวัลความภักดี และโปรโมชั่นพิเศษ

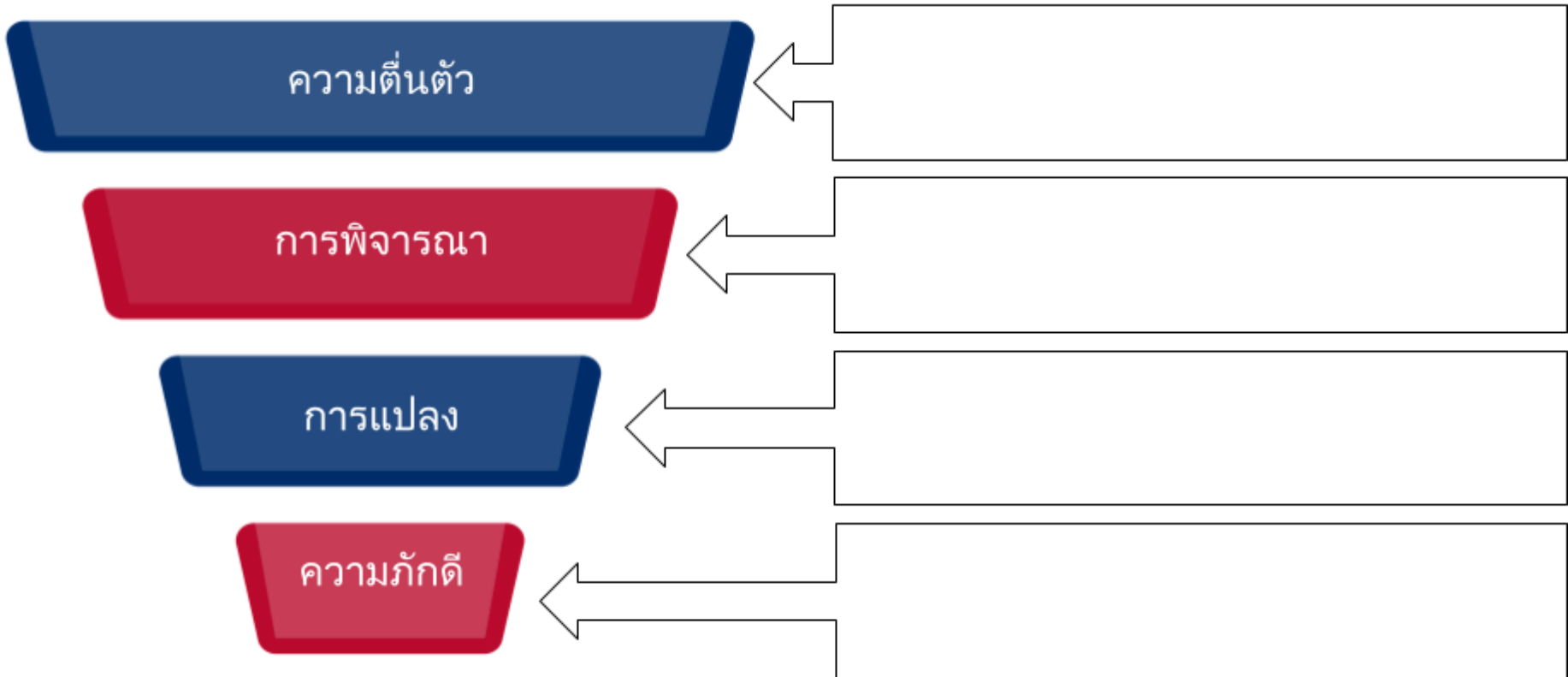


กิจกรรม

ในโลกธุรกิจที่ดำเนินไปอย่างรวดเร็วและมีการแข่งขันสูงในปัจจุบัน การสร้างผลิตภัณฑ์ที่ประสบความสำเร็จนั้นต้องอาศัยแนวทางการวางแผนและกลยุทธ์ที่ดี วิธีการหนึ่งคือการใช้ช่องทางการตลาด ซึ่งเป็นแบบจำลองที่ช่วยให้คุณระบุขั้นตอนต่าง ๆ ที่ลูกค้าต้องผ่านก่อนตัดสินใจซื้อ ช่องทางการตลาดประกอบด้วยสี่ขั้นตอน: การรับรู้ (awareness), ความสนใจ (interest), ความปรารถนา (desire), และการกระทำ (action) เมื่อเข้าใจขั้นตอนเหล่านี้แล้ว คุณจะจัดการลูกค้าแบบดิจิทัลในแต่ละขั้นตอนของช่องทางได้

ในกิจกรรมนี้ ลองพิจารณาผลิตภัณฑ์ของคุณเองและคัดกรองโปรไฟล์ด้านล่าง กิจกรรมนี้จะช่วยให้คุณเข้าใจวิธีกำหนดกลุ่มเป้าหมายของคุณอย่างมีประสิทธิภาพและแปลงให้เป็นลูกค้าสำหรับผลิตภัณฑ์และบริการในอนาคตของคุณ

คัดกรองโปรไฟล์



การเริ่มต้นธุรกิจดิจิทัลของคุณอาจดูยากในตอนแรก แต่การทำตามขั้นตอนเล็ก ๆ น้อย ๆ จะช่วยนำทางคุณได้ ผ่านการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล ดังที่ Mark Twai กล่าวไว้ว่า “ความลับของการก้าวไปข้างหน้าคือการเริ่มต้น”

โมดูล 2: ให้โลกค้นพบคุณ - เพิ่มประสิทธิภาพการค้นหาไซต์ของคุณ

<p>ทำความเข้าใจว่า SEO ทำงานอย่างไร</p>	<p>SEO คืออะไรและมีประโยชน์อย่างไร? SEO คือกระบวนการปรับปรุงการแสดงผลและการจัดอันดับของเว็บไซต์ในเครื่องมือค้นหา เช่น Google และ Yahoo เมื่อใช้ SEO คุณจะเพิ่มการมองเห็นธุรกิจของคุณ ปรับปรุงประสบการณ์ของผู้ใช้ เพิ่มการรับรู้ถึงแบรนด์ มีอัตราการแปลงที่ดีขึ้น และสามารถติดตามข้อมูลได้ ทั้งหมดนี้ทำได้ในลักษณะที่คุ้มค่า</p> <p>จะใช้ SEO โดยใช้ Google Search Console ได้อย่างไร?</p> <ul style="list-style-type: none"> • ยืนยันเว็บไซต์ของคุณ • ส่งแผนผังเว็บไซต์ • วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับจาก Google Search Console • ปรับเนื้อหาให้เหมาะสมตามข้อมูลเชิงลึก • ติดตามความคืบหน้าของคุณเมื่อเวลาผ่านไป <p>*สำหรับข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับ Google Search Console: https://www.youtube.com/watch?v=ONr5Z7VhNFI</p> <p>เคล็ดลับสำหรับคีย์เวิร์ด SEO</p> <table border="1" data-bbox="619 890 1764 1418"> <thead> <tr> <th>ปัจจัย</th> <th>อีคอมเมิร์ซ</th> <th>ธุรกิจบริการ</th> <th>B2B</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>คีย์เวิร์ดที่ต้องเน้นย้ำคือคำไหนบ้าง</td> <td> ไซต์คีย์เวิร์ดที่: <ul style="list-style-type: none"> • เฉพาะสินค้า • เฉพาะแบรนด์ เฉพาะหมวดหมู่ </td> <td> ไซต์คีย์เวิร์ดที่: <ul style="list-style-type: none"> • เฉพาะบริการ • เฉพาะอุตสาหกรรม • เฉพาะสถานที่ </td> <td> ไซต์คีย์เวิร์ดที่: <ul style="list-style-type: none"> • เฉพาะสินค้า • บริการ เฉพาะอุตสาหกรรม </td> </tr> <tr> <td>องค์ประกอบอื่น ๆ ที่ควรรวมไว้ในคีย์เวิร์ดคืออะไรบ้าง</td> <td> ไซต์คีย์เวิร์ดที่เกี่ยวข้องกับ: <ul style="list-style-type: none"> • โปรโมชันและส่วนลด • การขนส่งและการจัดส่ง </td> <td> ไซต์คีย์เวิร์ดที่เกี่ยวข้องกับ: <ul style="list-style-type: none"> • การรับรอง/การประกาศ • เกียรติคุณแก่พีเจเอชเฉพาะของบริการ </td> <td> ไซต์คีย์เวิร์ดที่เกี่ยวข้องกับ: <ul style="list-style-type: none"> • ขนาดธุรกิจที่คุณให้บริการ การรับรอง/การประกาศเกียรติคุณระยะของธุรกิจ </td> </tr> <tr> <td>ควรรวาคีย์เวิร์ดไว้ที่ใดบ้าง</td> <td> ไซต์คีย์เวิร์ดใน: <ul style="list-style-type: none"> • รีวิวสินค้า • ส่วนถาม-ตอบบนเว็บไซต์ของคุณ • รายละเอียดสินค้า </td> <td> ไซต์คีย์เวิร์ดใน: <ul style="list-style-type: none"> • รายละเอียดบริการ • คำนิยม/กรณีศึกษาบนเว็บไซต์ของคุณ </td> <td> ไซต์คีย์เวิร์ดใน: <ul style="list-style-type: none"> • รายละเอียดสินค้า/บริการ • คำนิยม/กรณีศึกษา • โพสต์ในบล็อก </td> </tr> </tbody> </table>	ปัจจัย	อีคอมเมิร์ซ	ธุรกิจบริการ	B2B	คีย์เวิร์ดที่ต้องเน้นย้ำคือคำไหนบ้าง	ไซต์คีย์เวิร์ดที่: <ul style="list-style-type: none"> • เฉพาะสินค้า • เฉพาะแบรนด์ เฉพาะหมวดหมู่ 	ไซต์คีย์เวิร์ดที่: <ul style="list-style-type: none"> • เฉพาะบริการ • เฉพาะอุตสาหกรรม • เฉพาะสถานที่ 	ไซต์คีย์เวิร์ดที่: <ul style="list-style-type: none"> • เฉพาะสินค้า • บริการ เฉพาะอุตสาหกรรม 	องค์ประกอบอื่น ๆ ที่ควรรวมไว้ในคีย์เวิร์ดคืออะไรบ้าง	ไซต์คีย์เวิร์ดที่เกี่ยวข้องกับ: <ul style="list-style-type: none"> • โปรโมชันและส่วนลด • การขนส่งและการจัดส่ง 	ไซต์คีย์เวิร์ดที่เกี่ยวข้องกับ: <ul style="list-style-type: none"> • การรับรอง/การประกาศ • เกียรติคุณแก่พีเจเอชเฉพาะของบริการ 	ไซต์คีย์เวิร์ดที่เกี่ยวข้องกับ: <ul style="list-style-type: none"> • ขนาดธุรกิจที่คุณให้บริการ การรับรอง/การประกาศเกียรติคุณระยะของธุรกิจ 	ควรรวาคีย์เวิร์ดไว้ที่ใดบ้าง	ไซต์คีย์เวิร์ดใน: <ul style="list-style-type: none"> • รีวิวสินค้า • ส่วนถาม-ตอบบนเว็บไซต์ของคุณ • รายละเอียดสินค้า 	ไซต์คีย์เวิร์ดใน: <ul style="list-style-type: none"> • รายละเอียดบริการ • คำนิยม/กรณีศึกษาบนเว็บไซต์ของคุณ 	ไซต์คีย์เวิร์ดใน: <ul style="list-style-type: none"> • รายละเอียดสินค้า/บริการ • คำนิยม/กรณีศึกษา • โพสต์ในบล็อก
ปัจจัย	อีคอมเมิร์ซ	ธุรกิจบริการ	B2B														
คีย์เวิร์ดที่ต้องเน้นย้ำคือคำไหนบ้าง	ไซต์คีย์เวิร์ดที่: <ul style="list-style-type: none"> • เฉพาะสินค้า • เฉพาะแบรนด์ เฉพาะหมวดหมู่ 	ไซต์คีย์เวิร์ดที่: <ul style="list-style-type: none"> • เฉพาะบริการ • เฉพาะอุตสาหกรรม • เฉพาะสถานที่ 	ไซต์คีย์เวิร์ดที่: <ul style="list-style-type: none"> • เฉพาะสินค้า • บริการ เฉพาะอุตสาหกรรม 														
องค์ประกอบอื่น ๆ ที่ควรรวมไว้ในคีย์เวิร์ดคืออะไรบ้าง	ไซต์คีย์เวิร์ดที่เกี่ยวข้องกับ: <ul style="list-style-type: none"> • โปรโมชันและส่วนลด • การขนส่งและการจัดส่ง 	ไซต์คีย์เวิร์ดที่เกี่ยวข้องกับ: <ul style="list-style-type: none"> • การรับรอง/การประกาศ • เกียรติคุณแก่พีเจเอชเฉพาะของบริการ 	ไซต์คีย์เวิร์ดที่เกี่ยวข้องกับ: <ul style="list-style-type: none"> • ขนาดธุรกิจที่คุณให้บริการ การรับรอง/การประกาศเกียรติคุณระยะของธุรกิจ 														
ควรรวาคีย์เวิร์ดไว้ที่ใดบ้าง	ไซต์คีย์เวิร์ดใน: <ul style="list-style-type: none"> • รีวิวสินค้า • ส่วนถาม-ตอบบนเว็บไซต์ของคุณ • รายละเอียดสินค้า 	ไซต์คีย์เวิร์ดใน: <ul style="list-style-type: none"> • รายละเอียดบริการ • คำนิยม/กรณีศึกษาบนเว็บไซต์ของคุณ 	ไซต์คีย์เวิร์ดใน: <ul style="list-style-type: none"> • รายละเอียดสินค้า/บริการ • คำนิยม/กรณีศึกษา • โพสต์ในบล็อก 														
<p>สร้างตัวตนของคุณบน Google Search และ Google Maps</p>	<p>Google Business Profile คืออะไรและมีวัตถุประสงค์อย่างไร Google Business Profile เป็นโปรไฟล์ธุรกิจดิจิทัลฟรีที่ช่วยให้ธุรกิจของคุณปรากฏบน Google Maps และ Google Search ช่วยให้ผู้ใช้มีโอกาสเป็นลูกค้าค้นพบและเรียนรู้เกี่ยวกับธุรกิจของคุณ และปรับปรุงการมองเห็นธุรกิจของคุณ</p> <p>บทช่วยสอนวิธีการใช้ Google Business Profile https://support.google.com/business/answer/2911778?hl=en</p>																
<p>ทำความเข้าใจกับ SEO บนอุปกรณ์พกพา</p>	<p>SEO บนอุปกรณ์เคลื่อนที่คืออะไร? เพิ่มประสิทธิภาพเว็บไซต์ของคุณสำหรับผู้ใช้ที่เข้าถึงจากอุปกรณ์เคลื่อนที่</p> <p>เหตุใด SEO บนอุปกรณ์เคลื่อนที่จึงสำคัญ?</p> <ul style="list-style-type: none"> • ปรับปรุงการมองเห็นธุรกิจของคุณในผลการค้นหาบนอุปกรณ์เคลื่อนที่และเพิ่มการเข้าชม • ปรับปรุงประสบการณ์ผู้ใช้ • ช่วยให้เข้าถึงลูกค้าได้มากขึ้น • ลดต้นทุนให้เหมาะสมเมื่อเทียบกับวิธีการตลาดแบบดั้งเดิม • ทำให้มั่นใจว่าธุรกิจสามารถรักษาสถานะออนไลน์ไว้ได้ในช่วงวิกฤต <p>คุณต้องทำอะไรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพเว็บไซต์ของคุณ?</p> <ul style="list-style-type: none"> • ทำให้เว็บไซต์ของคุณตอบสนอง • เพิ่มประสิทธิภาพสำหรับความเร็วของหน้า • ใช้การออกแบบที่เหมาะสมกับอุปกรณ์เคลื่อนที่ • ปรับเนื้อหาให้เหมาะสมสำหรับผู้ใช้อุปกรณ์เคลื่อนที่ • ใช้ประโยชน์จาก Google Search Console • ทดสอบเว็บไซต์ของคุณบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ 																



กิจกรรม

ในการจัดการลูกค้าของคุณแบบดิจิทัล การปรับแต่งเว็บไซต์ให้ติดอันดับบนเครื่องมือการค้นหา (SEO) เป็นหนึ่งในองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลที่ประสบความสำเร็จ โดย SEO เกี่ยวข้องกับการปรับแต่งเว็บไซต์ของคุณให้มีอันดับสูงขึ้นในหน้าผลลัพธ์ของเครื่องมือค้นหา (SERPs) สำหรับคีย์เวิร์ดเฉพาะ การระบุคีย์เวิร์ดที่เหมาะสมเป็นสิ่งสำคัญต่อความสำเร็จของการทำ SEO ของคุณ

ในกิจกรรมนี้ คุณจะได้เรียนรู้วิธีระบุคีย์เวิร์ด SEO ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจหรือเว็บไซต์ของคุณ แบบฝึกหัดนี้จะช่วยให้คุณเข้าใจวิธีเลือกคีย์เวิร์ดที่เหมาะสมเพื่อกำหนดเป้าหมาย ซึ่งท้ายที่สุดแล้วจะช่วยปรับปรุงการจัดอันดับของเครื่องมือค้นหาและเพิ่มการเข้าชมเว็บไซต์ของคุณ

วิธีทำกิจกรรม:

1. กรอกตารางการระบุ SEO ในการกรอกตารางนี้ ให้พิจารณาธุรกิจและผลิตภัณฑ์/บริการของคุณ
2. ดูตัวอย่างตารางด้านล่างเพื่อดูว่าตารางระบุ SEO นั้นทำงานอย่างไร

ตารางการระบุ SEO

ประเภทธุรกิจของคุณ	
ฉันเสนอบริการ/ผลิตภัณฑ์อะไร	
สิ่งที่จะเน้นในคีย์เวิร์ด?	
องค์ประกอบอื่น ๆ ที่จะรวมไว้ในคีย์เวิร์ดคืออะไร?	
ฉันจะวางคีย์เวิร์ดไว้ที่ไหน?	

ตัวอย่าง:

ประเภทธุรกิจของคุณ	ธุรกิจฐานบริการ
ฉันเสนอบริการ/ผลิตภัณฑ์อะไร	กวดวิชาออนไลน์สำหรับนักเรียน O-Levels
สิ่งที่จะเน้นในคีย์เวิร์ด?	กวดวิชาออนไลน์ บริการการศึกษา กวดวิชาออนไลน์ในสิงคโปร์
องค์ประกอบอื่น ๆ ที่จะรวมไว้ในคีย์เวิร์ดคืออะไร?	ผู้สอนที่ได้รับการรับรองจากเคมบริดจ์ การสนับสนุนออนไลน์ตลอด 24/7
ฉันจะวางคีย์เวิร์ดไว้ที่ไหน?	การโพสต์เว็บไซต์ โพสต์เฟสบุ๊ค

“ความเป็นจริงของ SEO คือความเป็นจริงของความพยายามที่ประสบความสำเร็จ: ต้องใช้ความพยายามเชิงกลยุทธ์ สม่ำเสมอ และเพียงพอในการจัดอันดับที่ดี” Viola Eva ผู้ก่อตั้ง Flow SEO

โมดูล 3: การตัดสินใจที่จะขับเคลื่อนด้วยข้อมูลเพื่อธุรกิจของคุณ

<p>การใช้ Analytics เพื่อทำความเข้าใจปัจจัยที่สำคัญ</p>	<p>Google Analytics คืออะไร? บริการวิเคราะห์เว็บที่ให้บริการสถิติและเครื่องมือวิเคราะห์พื้นฐานสำหรับการปรับแต่งเว็บไซต์ให้ติดอันดับบนเครื่องมือการค้นหา (SEO) และวัตถุประสงค์ทางการตลาด ใช้เพื่อติดตามประสิทธิภาพของเว็บไซต์และรวบรวมข้อมูลเชิงลึกของผู้เข้าชม</p> <p>ข้อมูลถูกรวบรวมอย่างไร? ข้อมูลถูกรวบรวมโดยใช้แท็กเพจ ซึ่งจะถูกเรียกใช้เมื่อลูกค้าเยี่ยมชมไซต์ของคุณ ข้อมูลจะถูกส่งไปยังเซิร์ฟเวอร์รวบรวมข้อมูลของ Google และ Google Analytics จะสร้างและแสดงภาพรายงานที่ปรับแต่งได้</p> <p>Google Analytics สามารถให้ข้อมูลอะไรได้บ้าง? สามารถติดตามได้ถึง 200 เมตริกเพื่อวัดประสิทธิภาพเว็บไซต์ของคุณ เมตริกที่เป็นที่นิยมได้แก่:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● จำนวนผู้ใช้และข้อมูลประชากร (เพื่อช่วยในการแบ่งกลุ่มลูกค้า) ● อัตราตีกลับ (เพื่อวัดการมีส่วนร่วมของผู้ใช้) ● เซสชัน (เพื่อระบุโอกาส/ปัญหาของไซต์) ● จำนวนการดูหน้าเว็บ (เพื่อเสริม SEO ของเว็บไซต์และเพิ่มการรับรู้ถึงแบรนด์) ● เป้าหมายที่สำเร็จ/การแปลง (เพื่อวัดว่าผู้คนตอบสนองต่อค่ากระตุ้นการตัดสินใจของคุณได้ดีเพียงใด)
<p>ทำความเข้าใจกับแนวโน้มล่าสุดสำหรับธุรกิจดิจิทัลของคุณ</p>	<p>การใช้การตลาดที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูลสำหรับธุรกิจ</p> <ul style="list-style-type: none"> ● ตรวจสอบให้แน่ใจว่าใช้การตลาดที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล ไม่ใช่การตลาดที่ขับเคลื่อนด้วยความตั้งใจจริง ● ปัจจัย 3 ประการที่จะกลายเป็นตัวขับเคลื่อนข้อมูล: การรวบรวมข้อมูล การได้มาซึ่งข้อมูลเชิงลึกจากข้อมูล และการสร้างประสบการณ์ส่วนบุคคลของลูกค้าและกลยุทธ์ทางการตลาดโดยใช้ข้อมูล ● เมื่อจัดการกับข้อมูล (รวมถึงข้อมูลขนาดใหญ่) ตรวจสอบให้แน่ใจว่าคุณระบุข้อมูลที่เกี่ยวข้องซึ่งสามารถช่วยปรับปรุงธุรกิจของคุณได้ ● นอกจากการเข้าถึงข้อมูลที่พร้อมใช้งาน เช่น ข้อมูลระดับประเทศแล้ว คุณยังสามารถใช้เว็บไซต์หรือแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียของคุณเองเพื่อรับข้อมูลได้ <p>ค้นหาเครื่องมือที่เหมาะสม</p> <ul style="list-style-type: none"> ● ระบุเครื่องมือที่ไม่เหมาะกับธุรกิจของคุณ ● ทำการวิจัยโดยใช้ Product Hunt ● ใช้ ChatGPT โดยระบุข้อความเฉพาะ <p>เทรนด์ล่าสุดในการตลาดที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล</p> <ul style="list-style-type: none"> ● ใช้ Google Analytics เป็นตัวเลือกฟรีสำหรับการวัดผลแพลตฟอร์มของคุณเอง ● ใช้ประโยชน์จากปัญญาประดิษฐ์ (AI) เช่น ChatGPT เพื่อสร้างสื่อทางการตลาดอย่างง่ายและมีความประสิทธิภาพด้วยต้นทุนที่ต่ำ ● ใช้ประโยชน์จากระบบอัตโนมัติและการบูรณาการในการทำงาน <p>ประเด็นที่ต้องระมัดระวังในการขับเคลื่อนด้วยข้อมูล แม้ว่า AI, ระบบอัตโนมัติ, การผสมรวม และเทคโนโลยีอื่น ๆ จะมีความเกี่ยวข้องและอาจช่วยให้ธุรกิจของคุณก้าวหน้าได้ แต่ต้องแน่ใจว่าคุณ:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● มีโปรโตคอลความปลอดภัยที่ดีเมื่อต้องรับมือกับหลายแพลตฟอร์ม ● ระวังความเป็นไปได้ที่ข้อมูลอาจไม่แสดงถึงลูกค้าเป้าหมายของคุณอย่างสมบูรณ์ ● สัมผัสกับมนุษย์และแก้ไขสื่อการตลาดหรือผลลัพธ์ที่สร้างโดย AI ● มีจริยธรรมและมีความรับผิดชอบในการใช้เครื่องมือ <p>500 สุดยอดเครื่องมือ AI และคำแนะนำสำหรับ MSMEs (จัดทำโดย จิรพันธ์ ไร่) https://zest-attraction-d65.notion.site/500-Best-AI-Tools-Prompts-SME-576ca951f4994982aa065cf906dc845b</p>
<p>เปลี่ยนข้อมูลให้เป็นข้อมูลเชิงลึกที่นำไปดำเนินการได้</p>	<p>รับข้อมูลเชิงลึกจากข้อมูล ข้อมูลเชิงลึกสามารถนำไปสู่ความต่อเนื่องทางธุรกิจเนื่องจากช่วยอำนวยความสะดวกในการตัดสินใจ การแก้ปัญหาความพยายามในการเพิ่มประสิทธิภาพทางธุรกิจและการปรับเปลี่ยนในแบบของคุณ ทำให้ธุรกิจของคุณได้เปรียบในการแข่งขัน</p> <p>จะเปลี่ยนข้อมูลให้เป็นข้อมูลเชิงลึกที่นำไปปฏิบัติได้อย่างไร?</p> <ul style="list-style-type: none"> ● ระบุแนวโน้มและความผิดปกติที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ ● จัดลำดับความสำคัญของข้อมูลเชิงลึกที่สำคัญต่อธุรกิจ ● พัฒนาแผนปฏิบัติการตามข้อมูลเชิงลึก ● ดำเนินการและติดตามความคืบหน้าของแผน ● สื่อสารผลลัพธ์ของแผนไปยังผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ● ติดตามประสิทธิภาพและค้นหาข้อมูลเชิงลึกใหม่ ๆ <p>จะหลีกเลี่ยงการข้ามไปสู่ข้อสรุปในขณะที่วิเคราะห์ข้อมูลได้อย่างไร?</p> <ul style="list-style-type: none"> ● มีความเข้าใจที่ชัดเจนเกี่ยวกับข้อมูลที่คุณกำลังวิเคราะห์ ● พิจารณาค่าอธิบายทางเลือก ● ระวังค่าผิดปกติหรือจุดข้อมูลที่ผิดปกติ ● อย่าลืมขนาดตัวอย่างของข้อมูล ● ใช้เทคนิคและเครื่องมือทางสถิติที่เหมาะสมในการวิเคราะห์ข้อมูล ● ขอความเห็นที่สองจากนักวิทยาศาสตร์ข้อมูลหรือนักวิเคราะห์ที่มีคุณสมบัติเหมาะสม

Google Analytics มีส่วนช่วยในประสิทธิภาพโดยรวมของธุรกิจและความต่อเนื่องทางธุรกิจอย่างไร?

Google Analytics นำเสนอข้อมูลใดบ้าง?	ข้อมูลสามารถทำอะไรได้บ้าง?
ข้อมูลการเข้าชมเว็บไซต์ รวมถึงจำนวนผู้เข้าชม พฤติกรรม และวิธีที่พวกเขามีปฏิสัมพันธ์กับเว็บไซต์	เพื่อระบุปัญหาเกี่ยวกับเว็บไซต์ เช่น เวลาโหลดช้า หรือประสบการณ์ที่ไม่ดีของผู้ใช้
ข้อมูลเกี่ยวกับประสิทธิภาพของแคมเปญการตลาด รวมถึงจำนวนการแปลง ราคาต่อหนึ่งการแปลง และผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI)	เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพความพยายามทางการตลาด และตรวจสอบให้แน่ใจว่าสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ
ข้อมูลประชากร ความสนใจ และพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์	เพื่อระบุกลุ่มเป้าหมายและสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดและการขายที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น
ข้อมูลเกี่ยวกับยอดขายและอัตราการแปลงของเว็บไซต์ (เช่น ผลิตภัณฑ์ เพจ หรือแคมเปญใดที่สร้างรายได้มากที่สุด)	เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพเว็บไซต์และความพยายามทางการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายและรายได้
ข้อมูลของผู้ใช้ไหลผ่านเว็บไซต์	เพื่อทำความเข้าใจว่าควรมุ่งเน้นที่จุดใดเพื่อปรับปรุงการเดินทางของลูกค้าและเพิ่มอัตราการแปลง
ข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนผู้เข้าชมบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ พฤติกรรมของพวกเขา และอัตราการแปลง	เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพเว็บไซต์สำหรับอุปกรณ์เคลื่อนที่ และปรับปรุงประสบการณ์อุปกรณ์เคลื่อนที่ของลูกค้า หลีกเลี่ยงการสูญเสียผู้มีโอกาสเป็นลูกค้า



กิจกรรม

การตัดสินใจที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูลได้กลายเป็นส่วนสำคัญของกลยุทธ์ทางธุรกิจสมัยใหม่ ด้วยข้อมูลจำนวนมากที่ปลายนิ้วของคุณ สิ่งสำคัญคือต้องรู้วิธีวิเคราะห์และตีความข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อทำการตัดสินใจอย่างชาญฉลาด

ในกิจกรรมนี้ คุณจะได้สะท้อนถึงวิธีปฏิบัติในการตัดสินใจที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูลในธุรกิจของตนเอง กิจกรรมนี้จะช่วยให้คุณเข้าใจถึงความสำคัญของการตัดสินใจจากข้อมูลและวิธีนำไปใช้กับการปฏิบัติประจำวันของคุณเพื่อพัฒนาทักษะการตัดสินใจของคุณ

วิธีทำกิจกรรม:

- ดูที่ตารางรายการตรวจสอบการตัดสินใจที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล อ่านประโยคในรายการตรวจสอบอย่างละเอียด จากนั้นเลือกช่องทำเครื่องหมาย
- คำนึงถึงกล่องที่ไม่ได้เลือก แล้วพิจารณารายการเหล่านั้นเพื่อให้คุณเพิ่มเข้าไปในการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันของคุณ

ตารางรายการตรวจสอบการตัดสินใจที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล

ขั้นตอนที่ 1: การกำหนดและกำหนดขอบเขตวัตถุประสงค์ของคุณ	<ul style="list-style-type: none"> กำหนดเป้าหมายของโครงการของคุณ (จำไว้ว่าต้องฉลาด!) ระบุงบประมาณ กำลังคน และทรัพยากรที่คุณต้องการเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย กำหนดพื้นที่โฟกัสของคุณ (เช่น พื้นที่ใดจะมีผลกระทบมากที่สุด) กำหนดข้อมูลที่คุณต้องการและเกี่ยวข้องกับเป้าหมายของคุณอย่างไร
ขั้นตอนที่ 2: การประมวลผลและรวบรวมข้อมูล	<ul style="list-style-type: none"> ระบุวิธีที่คุณจะได้รับข้อมูล ระบุตำแหน่งที่คุณสามารถรับข้อมูลได้ ระบุระยะเวลาที่คุณต้องการรวบรวมข้อมูล (โปรดจำไว้ว่า: อย่างน้อย 3 เดือน!) ระบุผู้รับผิดชอบในการตรวจสอบการประมวลผลข้อมูลและการรวบรวมข้อมูล
ขั้นตอนที่ 3: การวิเคราะห์ข้อมูลและการวางแผน	<ul style="list-style-type: none"> ใช้เครื่องมือวิเคราะห์เพื่อระบุรูปแบบที่โดดเด่น (หมายเหตุ: อ้างถึงผู้เชี่ยวชาญหากคุณต้องการ!) ระบุการดำเนินการเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้น จัดทำแผนเพื่อดำเนินการ สื่อสารกับหุ้นส่วน

โปรดจำไว้ว่าข้อมูลเป็นเพียงข้อมูลหากไม่มีการดำเนินการตาม

ดังที่ *Ted Cruz* กล่าวไว้ว่า “หากคุณจะตัดสินใจใช้แคมเปญที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล (สำหรับธุรกิจของคุณ) การตัดสินใจก็ต้องเป็นไปตามนั้น”

โมดูล 4: ปลดล็อกพลังของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์

<p>การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า 4.0</p>	<p>เหตุใดการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าจึงมีความสำคัญ?</p> <ul style="list-style-type: none"> ● การให้บริการ/ผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้าช่วยขับเคลื่อนธุรกิจ ● คุณสามารถลดการหมุนเวียนของลูกค้าและเพิ่มความภักดีของลูกค้าผ่านการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) ● ลูกค้าจะเริ่มสนับสนุนธุรกิจของคุณและช่วยเหลือด้านการตลาดให้กับคุณ (ปากต่อปาก) <p>จะสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าด้วยโซเชียลมีเดียได้อย่างไร?</p> <ul style="list-style-type: none"> ● มีแผนการเติบโตของคุณ ● ใช้ประโยชน์จากระบบนิเวศของเทคโนโลยี ● มอบประสบการณ์ที่ไร้รอยต่อให้กับลูกค้า <p>จะรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าได้อย่างไร?</p> <p>แม้ว่ากลยุทธ์อาจแตกต่างกันไปตามลักษณะธุรกิจ การเข้าใจลูกค้าของคุณและทำให้มั่นใจว่าความสัมพันธ์ที่คุณสร้างนั้นเกี่ยวข้องกับรูปแบบธุรกิจของคุณจะเป็นตัวกำหนดความยั่งยืน สามารถทำได้โดย:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● ระบุว่าใครคือลูกค้าของคุณ ● เน้นลักษณะการมีส่วนร่วมที่ลูกค้าต้องการ ● การกำหนดช่องทางการมีส่วนร่วมที่เหมาะสม
<p>เส้นทางของลูกค้าที่มีประสิทธิภาพ</p>	<p>การเดินทางของลูกค้าคืออะไร?</p> <p>ประสบการณ์ที่สมบูรณ์ที่ลูกค้ามีกับธุรกิจครอบคลุมขั้นตอนต่าง ๆ ที่นำไปสู่การซื้อขั้นสุดท้าย โดยพิจารณาจากพฤติกรรมของลูกค้า</p> <p>จะสร้างการเดินทางของลูกค้าที่มีประสิทธิภาพได้อย่างไร?</p> <ul style="list-style-type: none"> ● ระบบและกำหนดกลุ่มเป้าหมายของคุณ ● การสร้างตัวตนของผู้ซื้อ ● พิจารณาการเดินทางส่วนใหญ่ของผู้ซื้อ ● ใช้โปรแกรมความภักดี ● การเพิ่มจุดสัมผัสที่ระบุให้สูงสุด ● จับความคิดเห็นของลูกค้าเกี่ยวกับแบรนด์ของคุณ ● ฝึกความคล่องตัว <p>สิ่งที่ควรทราบในขณะที่พัฒนาแผนที่การเดินทางของลูกค้า?</p> <ul style="list-style-type: none"> ● จุดสัมผัสของลูกค้า ● ช่วงเวลาแห่งความจริงของลูกค้า ● จุดอ่อนของลูกค้า ● การกระทำที่ต้องการ ● การดำเนินการจริง
<p>การบริหารจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าแบบดิจิทัล</p>	<p>ความสำคัญของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (CRM)</p> <p>ในการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าแบบดิจิทัล ให้พิจารณาองค์ประกอบของแนวทางการสื่อสาร การปรับให้เป็นส่วนตัว ความสะดวก การใช้การวิเคราะห์ข้อมูล ความปลอดภัย ความสามารถในการปรับขนาด และการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง สิ่งนี้ช่วยให้คุณปรับปรุงประสิทธิภาพของความพยายามในการให้บริการลูกค้าและเข้าใจลูกค้าได้ดีขึ้น ซึ่งจะนำไปสู่การให้บริการที่เป็นส่วนตัวมากขึ้นและสร้างความสัมพันธ์ที่มั่นคงและยั่งยืนกับลูกค้า</p> <p>อะไรคือเครื่องมือที่สามารถใช้ในการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า?</p> <ul style="list-style-type: none"> ● ซอฟต์แวร์ CRM ● การตลาดทางอีเมล ● เครื่องมือจัดการโซเชียลมีเดีย ● ซอฟต์แวร์แชทสด ● ซอฟต์แวร์การตลาดอัตโนมัติ ● เครื่องมือสำรวจความคิดเห็น



กิจกรรม

การทำความเข้าใจข้อมูลประชากรของลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญสำหรับธุรกิจที่ต้องการสร้างแคมเปญการตลาดที่มีประสิทธิภาพและสร้างความภักดีของลูกค้า เมื่อรู้ว่าคุณค่าของคุณคือใคร คุณสามารถปรับแต่งความพยายามทางการตลาดของคุณเพื่อเข้าถึงพวกเขาด้วยวิธีที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ ในกิจกรรมนี้ คุณจะระบุข้อมูลประชากรของลูกค้า หลังจากระบุข้อมูลประชากรของลูกค้าแล้ว คุณจะเลือกแนวทางที่ดีที่สุดในการปลดล็อกพลังของ CRM (การจัดการลูกค้าสัมพันธ์)

วิธีทำกิจกรรม:

1. ดูแบบสำรวจข้อมูลประชากรของลูกค้า คัดลอกและวางคำถามแบบสำรวจลงใน Google Forms ส่งแบบสำรวจไปยังลูกค้าปัจจุบันของคุณ
2. เมื่อคุณได้รับผลการสำรวจแล้ว ให้กรอกตารางข้อมูลประชากรของลูกค้า
3. หลังจากกรอกตารางข้อมูลประชากรของลูกค้าแล้ว ให้ดูแนวทางที่ดีที่สุดในการปลดล็อกพลังของตาราง CRM วงกลมหรือเน้นแนวทางที่ดีที่สุดสำหรับลูกค้าของคุณตามข้อมูลประชากร

แบบสำรวจข้อมูลประชากรของลูกค้า

คำถาม
คุณอายุเท่าไร?
คุณเพศอะไร?
อาชีพปัจจุบันของคุณคืออะไร?
รายได้ต่อปีของคุณคือเท่าไร?
ระดับการศึกษาสูงสุดของคุณคืออะไร?
สถานภาพการสมรสของคุณคืออะไร?
ขนาดครัวเรือนของคุณคือเท่าไร?
คุณอาศัยอยู่ที่ใด?
คุณซื้อสินค้า/บริการจากธุรกิจของเราบ่อยแค่ไหน?
ปัจจัยใดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากธุรกิจของเรา?
คุณชอบอะไรมากที่สุดเกี่ยวกับธุรกิจของเรา?
คุณไม่ชอบอะไรมากที่สุดเกี่ยวกับธุรกิจของเรา?
คุณรู้จักธุรกิจของเราได้อย่างไร?
คุณใช้โซเชียลมีเดียบ่อยแค่ไหน?
คุณใช้แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียใดมากที่สุด?
คุณชอบดูเนื้อหาประเภทใดบนโซเชียลมีเดีย?
วิธีที่คุณต้องการสื่อสารกับธุรกิจของเราคืออะไร?
คุณได้แนะนำธุรกิจของเราให้กับเพื่อนหรือสมาชิกในครอบครัวหรือไม่? ถ้าเป็นเช่นนั้น ทำไม?
คุณจะแนะนำธุรกิจของเราให้กับผู้อื่นหรือไม่? ทำไมแนะนำ หรือทำไมไม่?
มีอะไรอีกบ้างที่คุณต้องการแบ่งปันกับเราเกี่ยวกับประสบการณ์ของคุณกับธุรกิจของเรา?

ตารางข้อมูลประชากรของลูกค้า

ข้อมูลประชากร	การแบ่งกลุ่ม*			
อายุ	18 - 24 ปี	25 - 34 ปี	35 - 44 ปี	มากกว่า 44 ปี
เพศ	ชาย	หญิง	ไม่ระบุ	
รายได้	น้อยกว่า 180,000 บาท	180,000 บาท - 360,000 บาท	360,000 บาท - 600,000 บาท	มากกว่า 600,000 บาท
การศึกษา	มัธยม	วิทยาลัย	บัณฑิตวิทยาลัย	
อาชีพ	ด้านสุขภาพ	การเงิน	ค้าขาย	การศึกษา
สถานภาพการสมรส	โสด	สมรส	หย่าร้าง	

*การแบ่งส่วนเหล่านี้สามารถปรับให้เข้ากับธุรกิจของคุณได้

แนวทางที่ดีที่สุดในการปลดล็อกพลังของตาราง CRM

ด้าน	แนวทางที่ 1	แนวทางที่ 2	แนวทางที่ 3
คุณสามารถใช้แนวทางใดที่เหมาะสมในการสร้าง/รักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าผ่านโซเชียลมีเดีย?	แนวทางการปรับเปลี่ยนในแบบของคุณ	แนวทางการมีส่วนร่วม	แนวทางการบริการลูกค้า
ฉันจะดำเนินการตามแนวทางนี้ได้อย่างไร?	รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้า ปรับแต่งเนื้อหา และข้อเสนอเพื่อตอบสนองความต้องการและความชอบเฉพาะของพวกเขา	สร้างเนื้อหาที่เกี่ยวข้องและมีคุณค่า ตอบสนองต่อความคิดเห็นของลูกค้า และมีส่วนร่วมในสนทนากับลูกค้า	ตอบคำถามของลูกค้าและแก้ไขปัญหาในเวลาที่เหมาะสมและมีมืออาชีพ
เครื่องมือใดที่เป็นไปได้ที่จะช่วยให้คุณสร้าง/ดำเนินการตามแนวทางนี้?	เครื่องมือวิเคราะห์โซเชียลมีเดีย ซอฟต์แวร์การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (CRM)	เครื่องมือจัดการโซเชียลมีเดีย เครื่องมือสร้างเนื้อหา แชทบอท	เครื่องมือตรวจสอบโซเชียลมีเดีย แชทบอท การส่งข้อความโดยตรง
ใครเป็นผู้รับผิดชอบในการปรับปรุงแนวคิดนี้เพิ่มเติมและดำเนินการ?	เครื่องมือตรวจสอบโซเชียลมีเดีย แชทบอท การส่งข้อความโดยตรง	การดำเนินงานของผู้จัดการ	ผู้จัดการผลิตภัณฑ์

”ทุกการติดต่อที่เรามีกับลูกค้ามีอิทธิพลต่อการที่พวกเขาจะกลับมาหรือไม่ เราต้องยอดเยี่ยมทุกครั้งไม่งั้นเราจะเสียมันไป”
Kevin Stirtz