

Digital Marketing Facebook & IG & Line

By PATIPAN PEDJUN
digital marketing specialist





MR. Patipan Pedjun (Job)
ปฏิกาน เพ็ชรจุล (จ๊อบ)
Digital Marketing Specialist
Digital Business Consult Co.,Ltd

ทหาร

ลาดกระบัง

Certification :

การศึกษา :

เศรษฐศาสตรบัณฑิต ภาควิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
 สาขาเศรษฐศาสตร์ สถาบันมหาวิทยาลัยบูรพา

ตำแหน่ง :

Digital Marketing Specialist บริษัท ดิจิทัล บิสิเนส คอนซัลท์ (ประเทศไทย) จำกัด

ประวัติ :

เจ้าหน้าที่ **Online Marketing** บริษัทพีเอ็มจี คอปอเรชั่น จำกัด
 ผู้ช่วยที่ปรึกษาการตลาดออนไลน์ บริษัท ยูแอนด์เอ็นเพื่อการศึกษา จำกัด
 ผู้ช่วยที่ปรึกษาการตลาดออนไลน์ บริษัท มีเดียแอสโซซิเอตเต็ด จำกัด
 ผู้ช่วยที่ปรึกษาการตลาดออนไลน์ บริษัท ซัคเซสมอร์ บิอิงค์ จำกัด (มหาชน)

ผลงาน :

วิทยากรอบรมการใช้งานโซเชียลมีเดีย โครงการ **OTOP** นวัตกรรม : กรมการพัฒนาชุมชน
 กระทรวงมหาดไทย
 วิทยากรอบรม **Digital Marketing** : สมาคมนักข่าว นักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย
 วิทยากรอบรม **Digital Marketing** : บริษัท ซีคอน ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน)
 วิทยากรอบรม **Digital Marketing** : บริษัท ซีคอน บางแค จำกัด
 วิทยากรรับเชิญ **Digital Marketing** : คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าคุณ

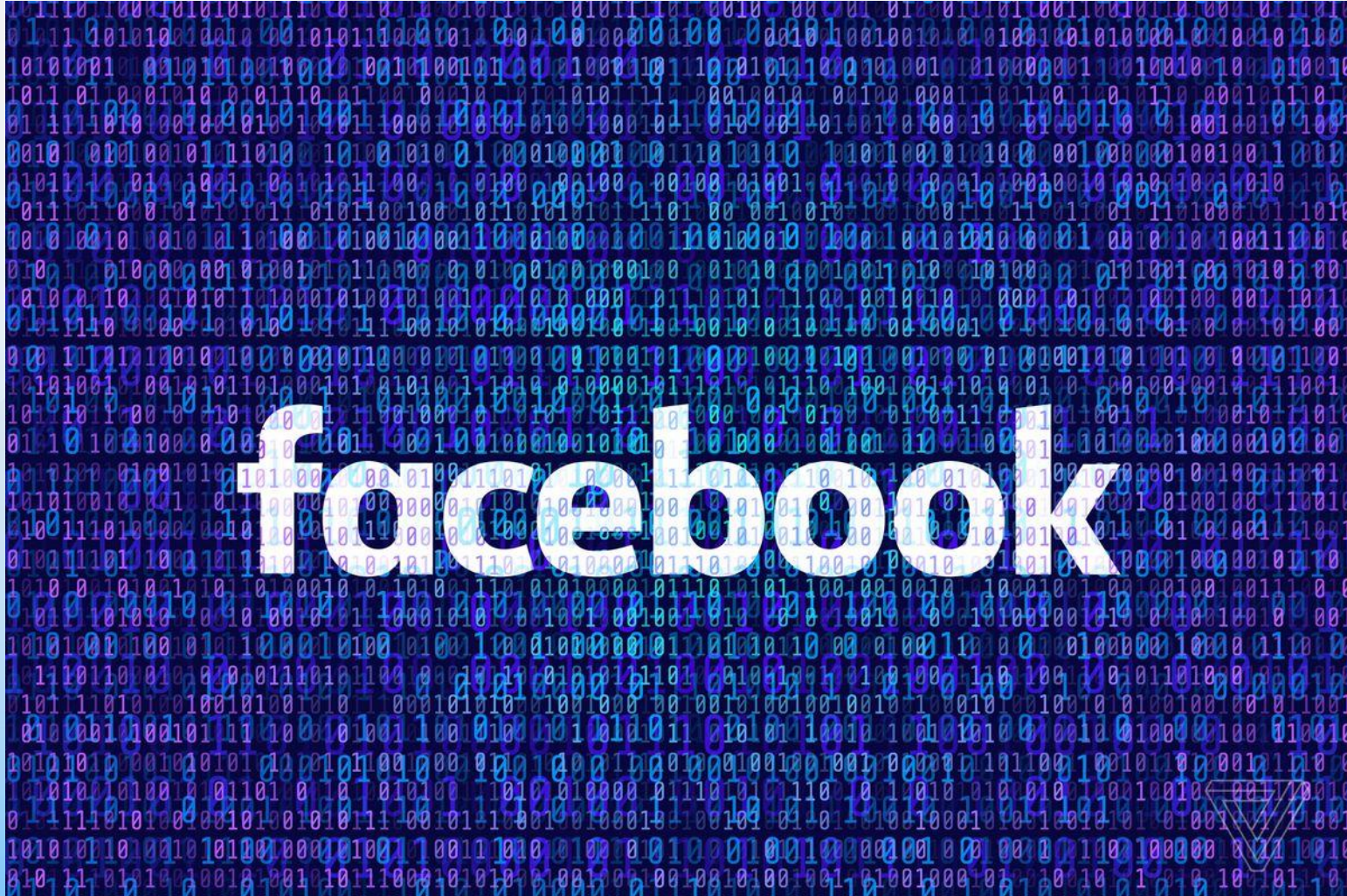
Tel. 064 – 254 – 6724

e-Mail :
 patipan.pd@digitalbusinessconsult.asia

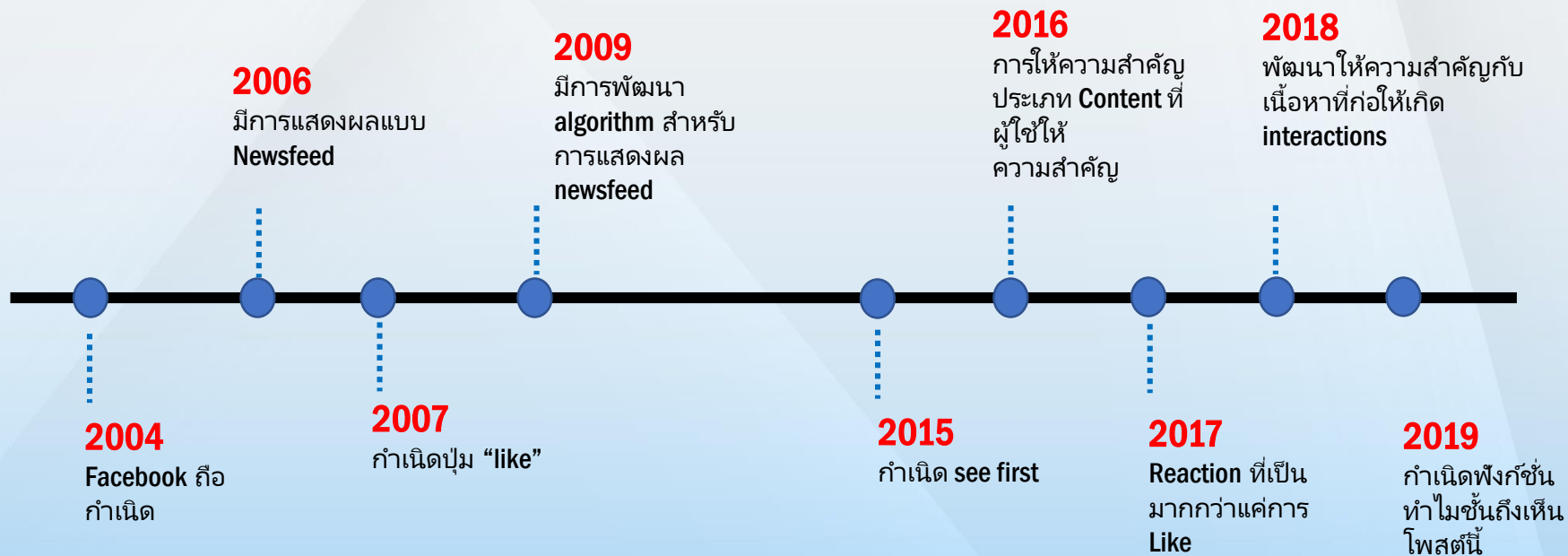
The International computer Driving License (ICDL) Train The Trainer Certificate
 The International computer Driving License (ICDL) Digital Marketing Certificate
 Business Analysis Certificate form Chulalongkorn

Facebook Marketing

1. Facebook Overview



Facebook



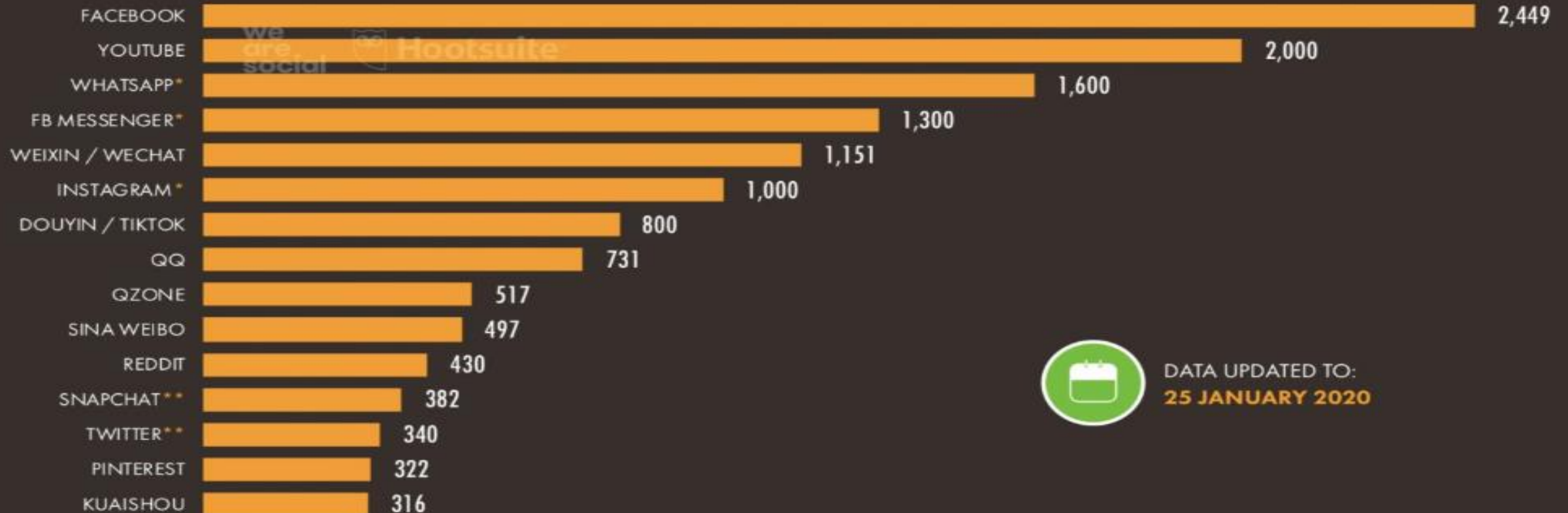
Facebook คือ Social Media
ที่พยายามพัฒนาเพื่อให้ผู้ใช้ ใช้เวลาอยู่บน Platform ให้
นานที่สุด

เมื่อผู้ใช้อยู่บน Platform นาน = มีเวลาเห็นโฆษณามากขึ้น = ค่าโฆษณาที่ได้รับ
มากขึ้น

JAN
2020

THE WORLD'S MOST-USED SOCIAL PLATFORMS

BASED ON MONTHLY ACTIVE USERS, ACTIVE USER ACCOUNTS, ADVERTISING AUDIENCES, OR UNIQUE MONTHLY VISITORS (IN MILLIONS)



DATA UPDATED TO:
25 JANUARY 2020

**JAN
2020**

FACEBOOK REACH RANKINGS

COUNTRIES AND TERRITORIES * WITH THE GREATEST POTENTIAL FACEBOOK ADVERTISING REACH

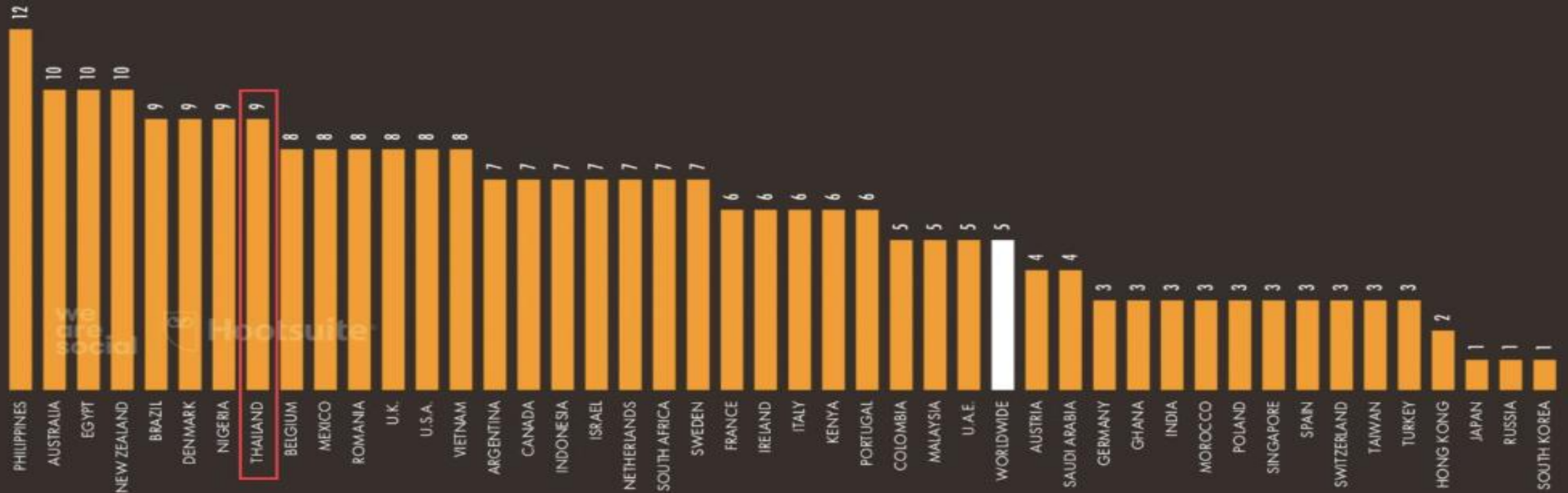
#	COUNTRY	REACH	▲ QOQ	▲ QOQ
01	INDIA	260,000,000	-3.7%	-10,000,000
02	U.S.A.	180,000,000	0%	[UNCHANGED]
03	INDONESIA	130,000,000	+8.3%	+10,000,000
04	BRAZIL	120,000,000	0%	[UNCHANGED]
05	MEXICO	84,000,000	+2.4%	+2,000,000
06	PHILIPPINES	70,000,000	+2.9%	+2,000,000
07	VIETNAM	61,000,000	+1.7%	+1,000,000
08	THAILAND	47,000,000	0%	[UNCHANGED]
09	EGYPT	38,000,000	+2.7%	+1,000,000
10=	TURKEY	37,000,000	0%	[UNCHANGED]
10=	U.K.	37,000,000	0%	[UNCHANGED]
12	BANGLADESH	34,000,000	+6.3%	+2,000,000

#	COUNTRY	REACH	▲ QOQ	▲ QOQ
13	PAKISTAN	33,000,000	+3.1%	+1,000,000
14	COLOMBIA	32,000,000	0%	[UNCHANGED]
15	FRANCE	31,000,000	0%	[UNCHANGED]
16=	ARGENTINA	29,000,000	0%	[UNCHANGED]
16=	ITALY	29,000,000	0%	[UNCHANGED]
18	GERMANY	28,000,000	0%	[UNCHANGED]
19	NIGERIA	24,000,000	+4.3%	+1,000,000
20=	MALAYSIA	22,000,000	0%	[UNCHANGED]
20=	PERU	22,000,000	0%	[UNCHANGED]
22=	CANADA	21,000,000	0%	[UNCHANGED]
22=	MYANMAR	21,000,000	+5.0%	[UNCHANGED]
22=	SPAIN	21,000,000	-4.5%	[UNCHANGED]

**JAN
2020**

MEDIAN MONTHLY FACEBOOK COMMENTS PER USER

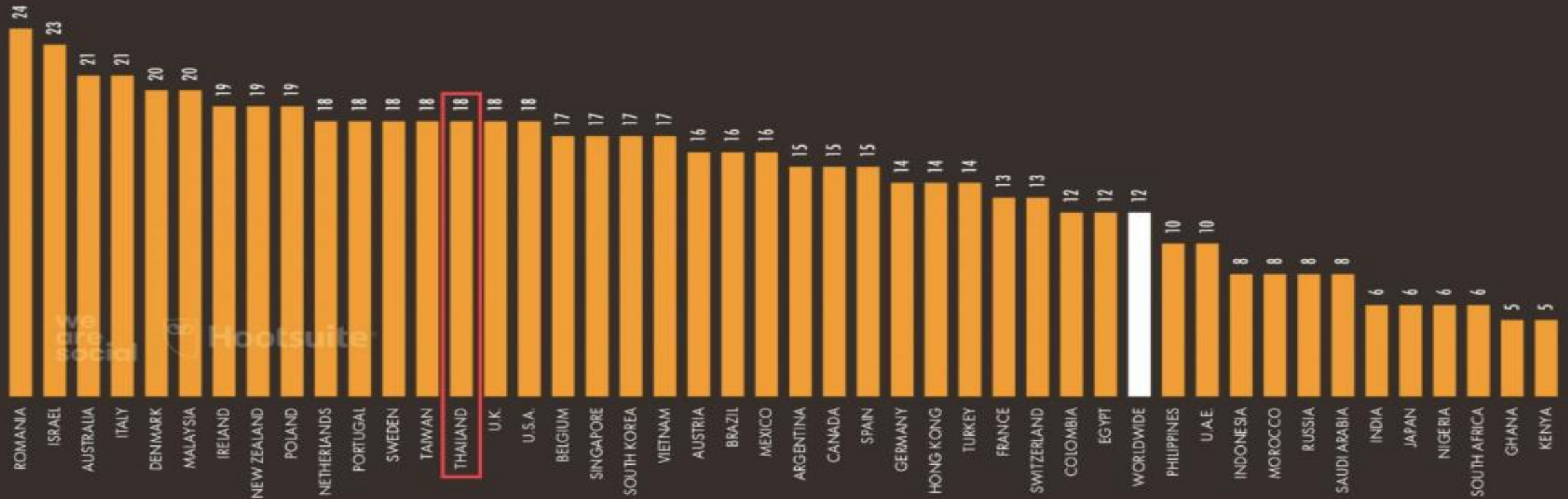
THE NUMBER OF TIMES EACH MONTH THAT THE 'TYPICAL' FACEBOOK USER* COMMENTS ON FACEBOOK POSTS



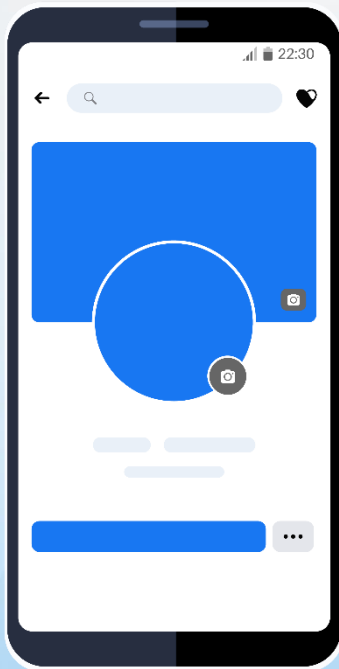
**JAN
2020**

MEDIAN MONTHLY FACEBOOK ADVERT CLICKS PER USER

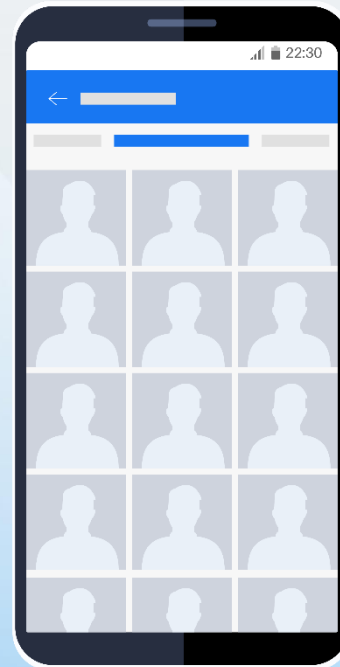
THE NUMBER OF TIMES EACH MONTH THAT THE 'TYPICAL' FACEBOOK USER* CLICKS OR TAPS ON AN ADVERT ON FACEBOOK (ANY AD FORMAT)



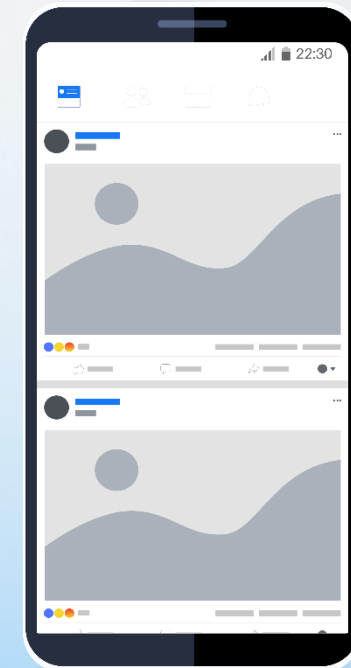
รูปแบบการใช้งานของ Facebook



Facebook Profile



Facebook Group



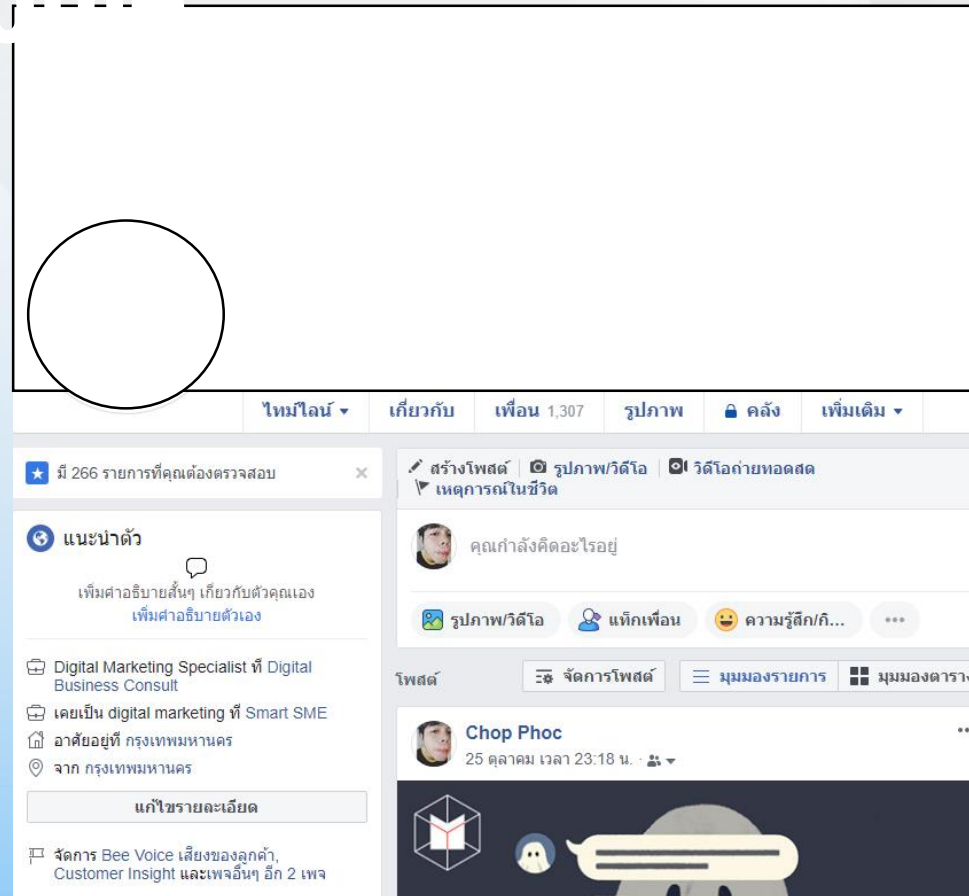
Facebook Page

Facebook

Profile

1 account
สามารถมีได้
แค่

1 Facebook
Profile



Facebook Page

1 account

**สามารถสร้าง
หรือติดตาม
ได้มากกว่า 1
Page**



การสร้าง Facebook Page การสร้างชื่อผู้ใช้ของเพจ!

ชื่อ facebook สามารถสร้างซ้ำได้ แต่ชื่อผู้ใช้ไม่สามารถใช้ซ้ำได้

Content Marketing

การตลาดเชิงเนื้อหา

ทำไมมนุษย์เราต้องเสพ เนื้อหา?





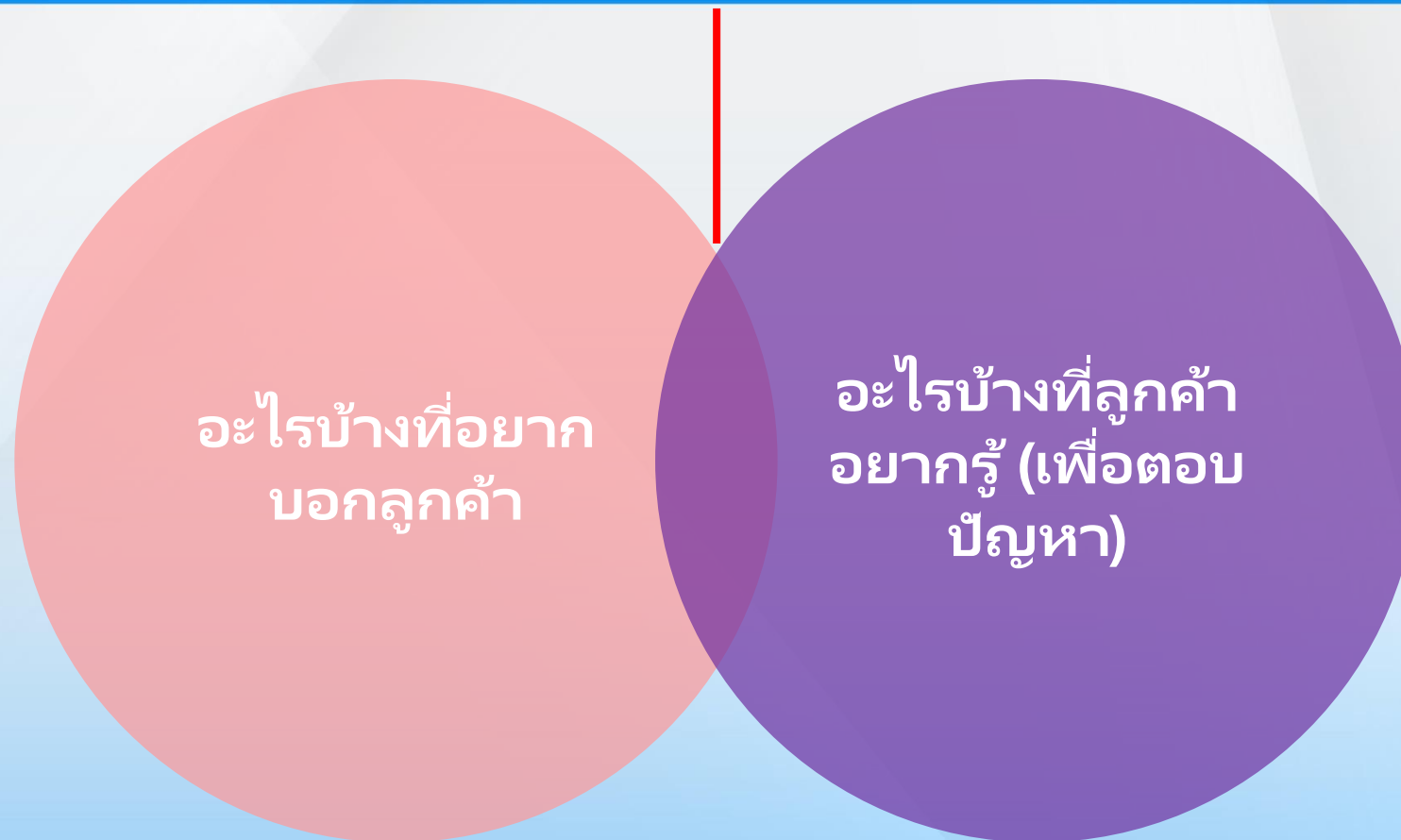
“วารสารศาสตร์” (Journalism) มีรากฐานมากจากแนวคิดนี้



มนุษย์ต้องการมีชีวิตรอดจากสิ่งที่ไม่รู้ (Need to Survive)

เพราะมนุษย์เราไม่รู้ว่าอะไรจะเจออะไรบ้างในแต่ละวัน เพื่อลดความเสี่ยงในชีวิต
= มนุษย์จึงไขว่คว้าหาเนื้อหาที่สามารถตอบคำถามหรือแก้ปัญหาของตนเองได้

เนื้อหาที่ใช่ (Good Content)



สิ่งที่คุณอยากนำเสนอ + สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการรับรู้ = เนื้อหาที่ประสบความสำเร็จ

Outbound Marketing VS Inbound Marketing

Outbound Marketing การตลาดแบบผลัก

ออก

มักขัดจังหวะในการรับสื่อหรือวิถีชีวิตของ
คน เช่น การซื้อโฆษณาบนสื่อดั้งเดิม การ
ยิงโฆษณาออนไลน์ การเสนอขายทางตรง

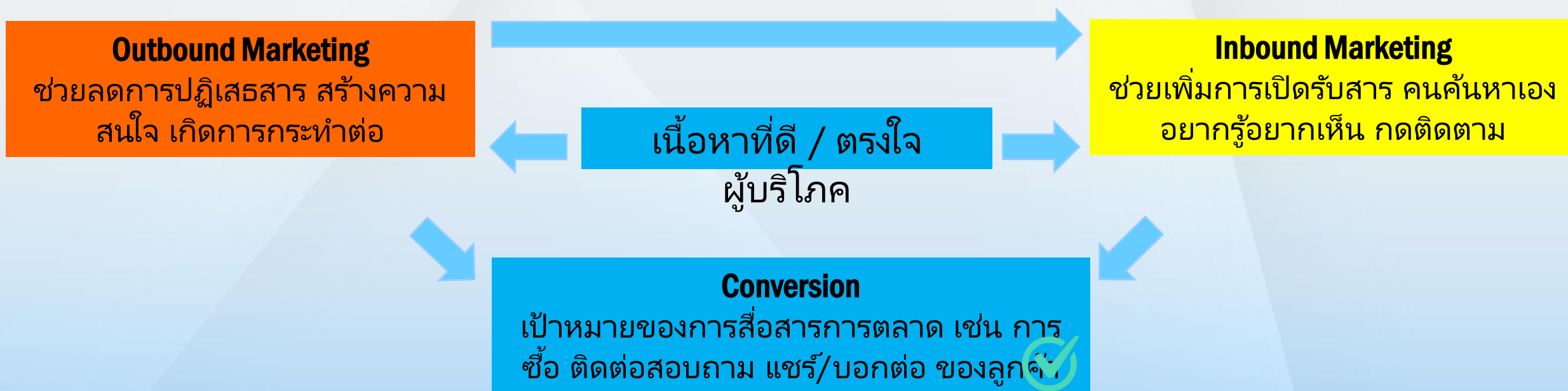
Inbound Marketing การตลาดสร้างแรงดึงดูด

มุ่งให้คนค้นหา/เข้าหาคุณเอง เช่น การทำบล็อก
SEO โซเชียลมีเดีย

อดีตเน้น Outbound ด้วยลักษณะของสื่อ - ไม่ใช่ทุกคนที่จะสามารถเป็นเจ้าของสื่อ

การทำการตลาดส่วนมากในปัจจุบันเป็น Inbound Marketing ที่ดึงดูดลูกค้าเข้ามาหาคุณ + Outbound Marketing สนับสนุนกัน

Content Marketing สำคัญต่อการขาย อย่างไร?



Content Marketing = ปัจจัยต่อความสำเร็จของการตลาดแบบ Outbound และ Inbound

ขั้นตอนพื้นฐานในการทำ Content Marketing

1

ทำความเข้าใจลูกค้า

2

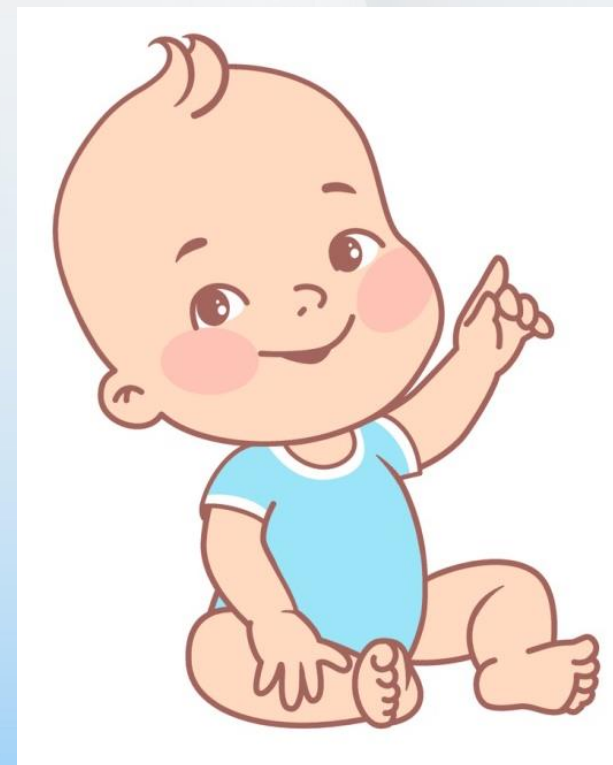
กำหนดวัตถุประสงค์ของเนื้อหา

3

เลือกรูปแบบสื่อเพื่อนำเสนอเนื้อหา

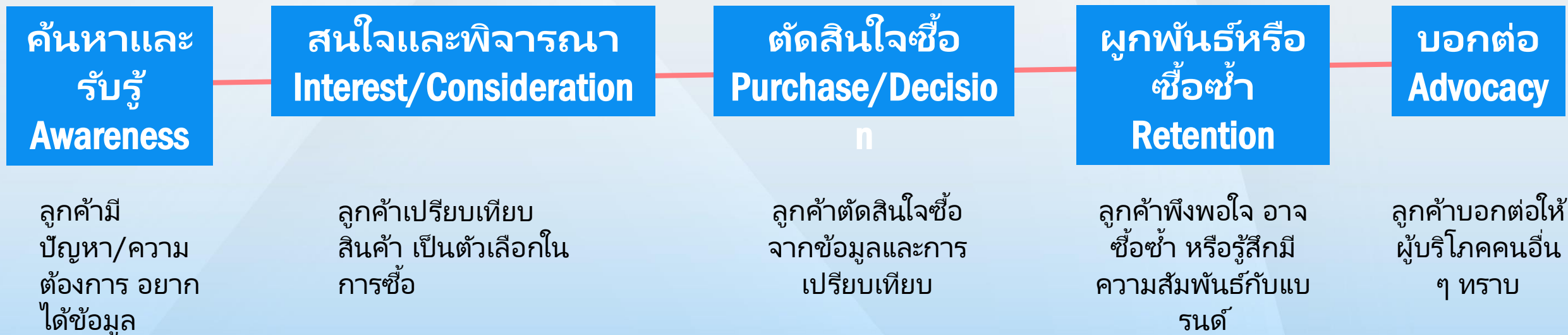
4

ลงมือผลิตเนื้อหา



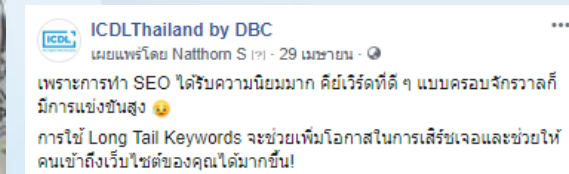
และคลอດเนื้อหาออกมา อุ๊ว๊ว ๆ

Customer Journey – ก่อน ระหว่าง และหลังการซื้อสินค้าของลูกค้า ย่อมมีเส้นทางเดินเสมอ



รูปแบบของเนื้อหาบนเฟซบุ๊ก

- ตัวหนังสืออย่างเดียว
- ข้อความ อัปเดตข่าว สเตตัส
- รูปภาพ - Infographic, Photo, Album, Carousel
- Video Clip
- Live Video
- Shared Link



Lean Media และ Rich Media (Facebook)

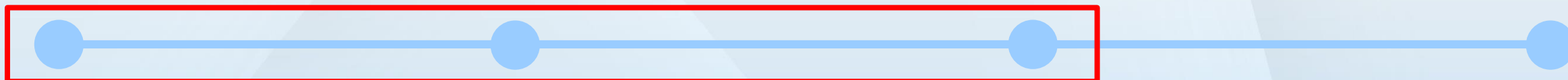
เลือกรูปแบบสื่อเพื่อนำเสนอเนื้อหาที่สัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร
เนื้อหา

ข้อความ

รูปภาพ

วิดีโอ

ไลฟ์สด



Lean Media (สื่อสมบูรณ์ต่ำ)

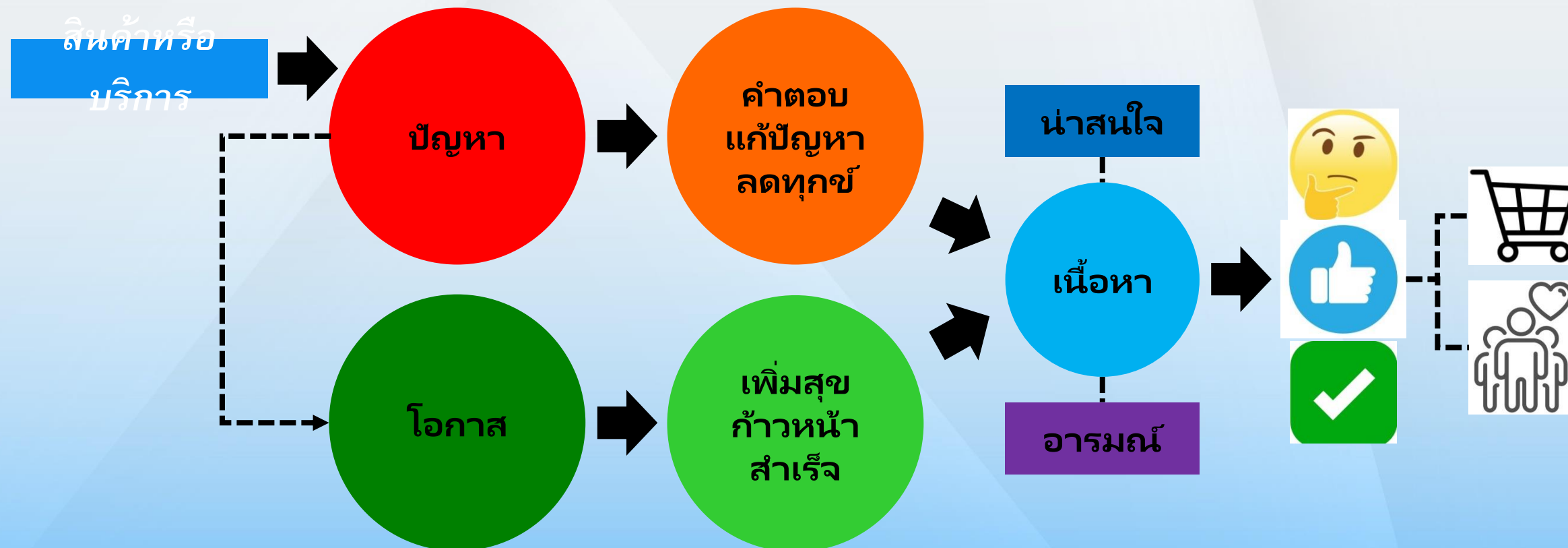
- สัญญาณการสื่อสารน้อย
- ตอบโต้ได้ช้า
- เหมาะสำหรับการรายงานข่าวให้ข้อมูลอย่างรวดเร็ว แฉงประกาศ ไม่ต้องการโต้เถียง

เหมาะให้ข้อมูลเพื่อตอบปัญหาของกลุ่มเป้าหมาย + ช่วยให้หาเราเจอจากการค้นหา

Rich Media (สื่อสมบูรณ์สูง)

- สัญญาณการสื่อสารมาก
- ตอบโต้ได้อย่างทันที
- เหมาะสำหรับการโน้มน้าว กระตุ้นให้ตัดสินใจ การขาย การกล่าวถึงประเด็นยาก ๆ

แผนภาพขั้นตอนในการพัฒนา เนื้อหา



เทคนิคการทำการตลาดเชิง

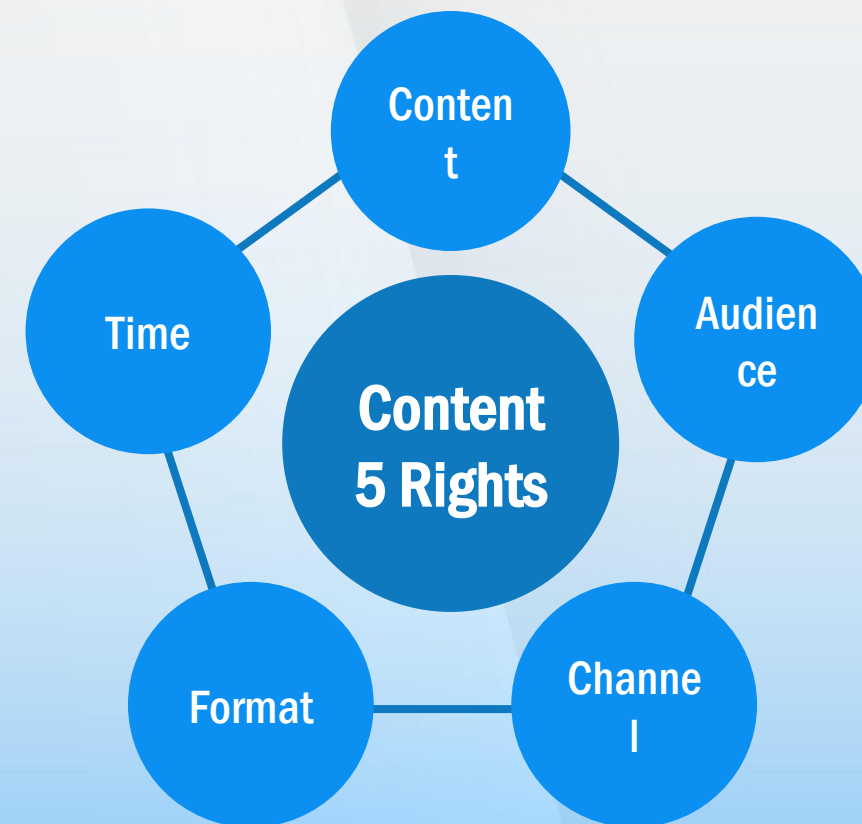
เนื้อหา Content Marketing Techniques

Content Marketing 5 Rights (5 Իշ)

สิ่งที่ต้องคำนึงถึงเมื่อทำการตลาดเชิงเนื้อหา

คอนเทนต์ที่ “ใช่” (Right Content) – Content Marketing คือการช่วยเหลือกลุ่มเป้าหมายแก้ปัญหา ไม่ใช่พยายามขายหรือพูดถึงแบรนด์ตัวเอง

คนดูที่ “ใช่” (Right Audience) – คอนเทนต์ที่ดีแต่สื่อสารไม่ตรงกลุ่มเป้าหมาย หรือถูกพบเห็นโดยกลุ่มที่ไม่ใช่เป้าหมาย ย่อมไม่ได้ประสิทธิภาพตามที่คาดหวัง

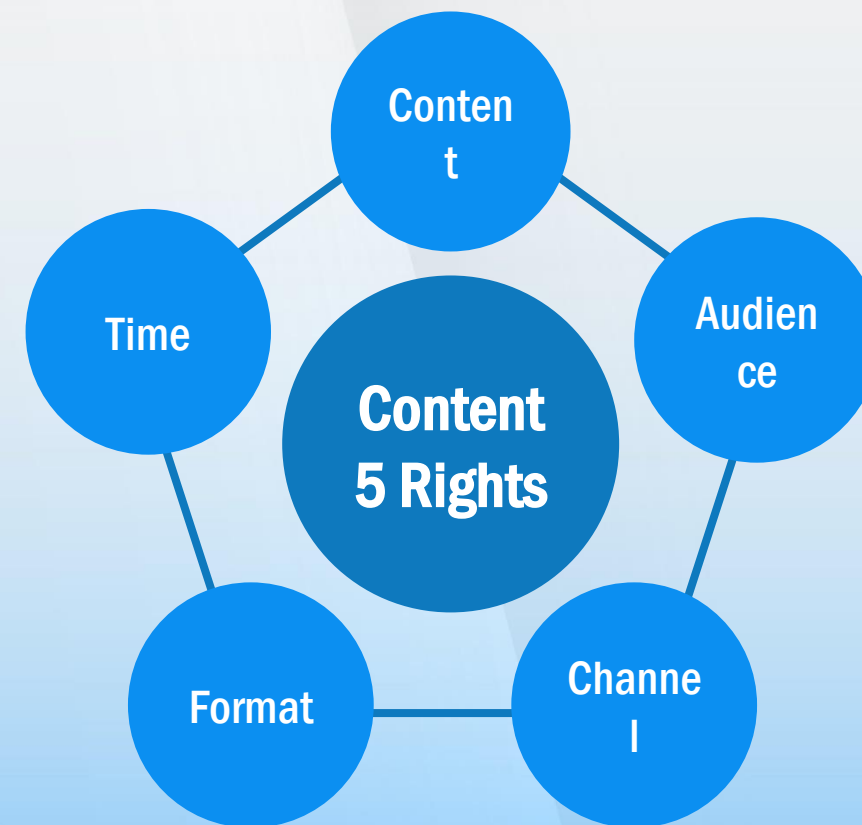


Content Marketing 5 Rights (5 ไร่)

ช่องทางที่ “ไร่” (Right Channel) – สัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย
เมื่อรู้ว่ากลุ่มเป้าหมายที่ใช่เสพสื่อผ่านช่องทางใด ก็ควรเผยแพร่
เนื้อหาของคุณผ่านช่องทางนั้น

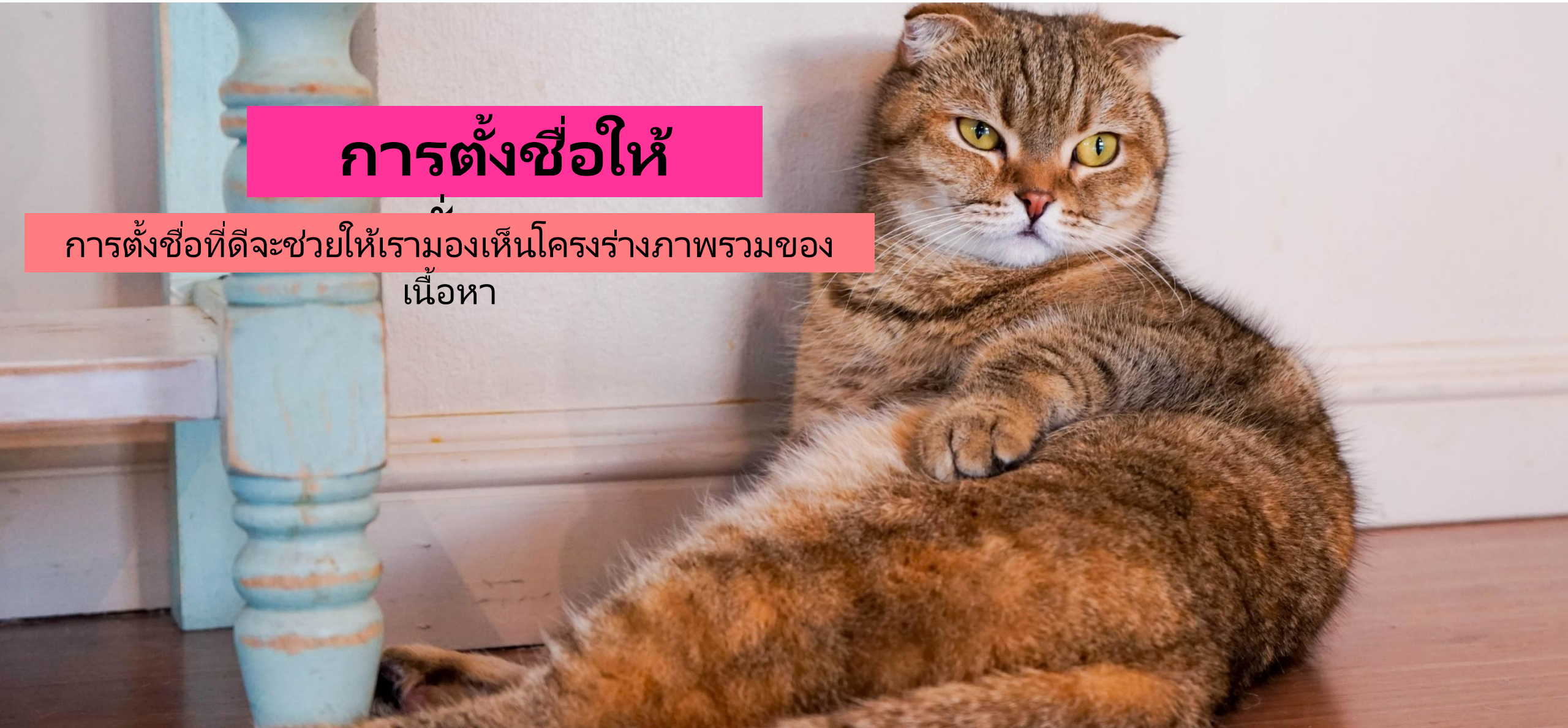
รูปแบบที่ “ไร่” (Right Format) – แก่นของคอนเทนต์ที่เป็นข้อมูล
สามารถปรับเปลี่ยนดัดแปลงให้เข้ากับลักษณะรูปแบบคอนเทนต์
ของแต่ละแพลตฟอร์มได้ เพื่อประสิทธิภาพสูงสุด

เวลาที่ “ไร่” (Right Time) – คุณทำทุกอย่างดีหมดแล้ว แต่หาก
เผยแพร่ผิดเวลามันก็เท่านั้น โดยต้องเลือกช่วงเวลา
กลุ่มเป้าหมายพร้อมเสพคอนเทนต์



การตั้งชื่อให้

การตั้งชื่อที่ดีจะช่วยให้เรามองเห็นโครงร่างภาพรวมของ
เนื้อหา





ยั่วด้วยประโยชน์ที่จะ ได้รับ

- 6 ดิจิทัลสกิลที่จะช่วยให้คุณ “ยืนหนึ่ง” ในโลกธุรกิจ
- ชีตแซทภาษาอังกฤษ 'แจกประโยคภาษาอังกฤษ เอาตัวรอด!' รู้แค่นี้ก็เที่ยวได้ทั่วโลกแล้ว
 - เปลี่ยนพฤติกรรมง่าย ๆ ลดโรคภัยได้จริง
- ดูนลากโภชนาการให้เป็น ลดเค็ม ลดโรค

ย่ำด้วย คำถาม?

- ลูกน้องออกหักจนไม่เป็นอันทำงาน เราจะอย่างไรดีคะ?
 - ออกไก่อป็นดียังไง ทำไมต้องเป็นออกไก่อป็น
- จริงไหม? ที่ Facebook Live กำลังคุกคามสื่อโทรทัศน์อยู่





ยั่วด้วยคำ

ขู่!

- โครตแม่น!! นี่คือ..ตัวตนของคุณที่แท้จริง ใครไม่ได้อ่านถือว่าพลาด
- เช็กลิสต์ 20 ประโยคเตรียมพร้อมสำหรับการสัมภาษณ์งาน (ถ้าไม่อยากสอบตก)
- 10 เรื่อง Do's & Don'ts ที่คนไม่อยากเป็นสืวต้องรู้

ยั่วด้วยความ ขัดแย้ง

- ผู้ใหญ่ไม่ยอมเปลี่ยน vs เด็กรุ่นใหม่ไม่หุ่มเห
จะลดช่องว่างระหว่างวัยอย่างไรให้เข้าใจกัน
- คุณอาหาร vs ออกกำลังกาย แบบไหนลดน้ำหนักได้ดีกว่า
- ซื้อ Notebook หรือ PC ดี !! ตัวไหนเหมาะกับคุณ

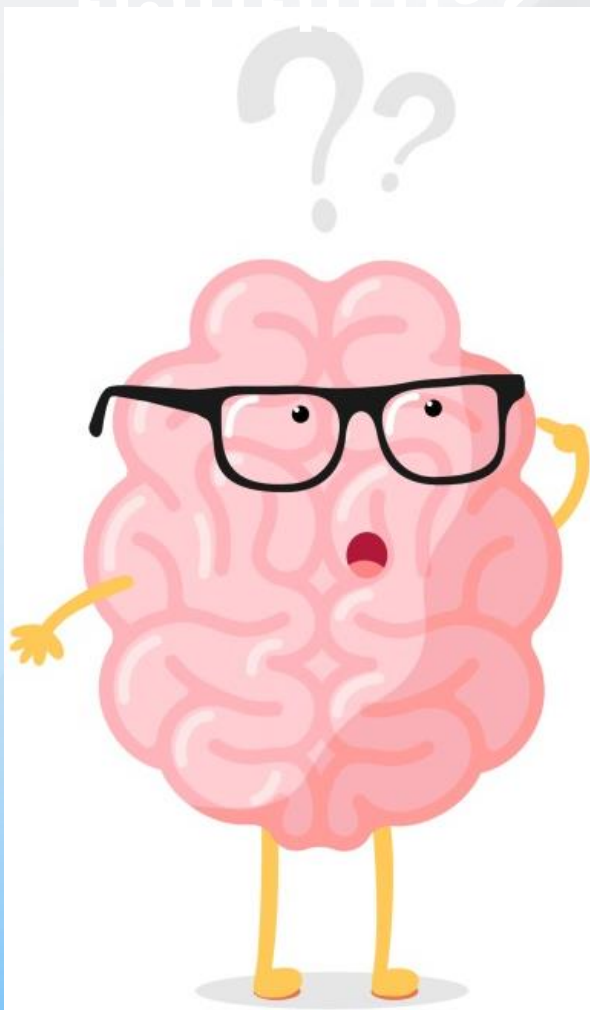


ยั่วด้วยตัวเลข

- 4 วิธี ทำให้ใจให้เย็น แบบพลิกฝ่ามือ
- 7 สถานที่ท่องเที่ยวในไทย ที่ฝรั่งรันตีว่า “ห้ามพลาด”
- 8 เคล็ดลับดูแลผิวแบบสาวเกาหลี
- 10 กระหู่คำถามสุดฮาในตำนานจากเว็บพันทิป
- 12 เพลงยอดวิว 200 ล้าน นักร้องอีสานมาแรงโลด!



เมื่อเห็นโพสต์ 1 โพสต์ คุณจะมองหรืออ่านตรงไหน



ตำแหน่ง A

ตำแหน่ง B

ตำแหน่ง C

ตำแหน่ง D

เมื่อเห็นโพสต์ 1 โพสต์ คุณจะมองหรืออ่านตรงไหน



แล้วจึงมาอ่านตรงนี้ในตอนสุดท้าย (4)

คุณจะอ่านตรงนี้ก่อน (1)

แล้วจึงมาอ่านตรงนี้ (2)

แล้วจึงตรงนี้ (3)

ลำดับการอ่านเพื่อวางแผนจัดทำ

โพสต์ขาย

Priority of Reading and Sales Post Strategy

แล้วจึงมาอ่านตรงนี้ในตอนสุดท้าย (4)

คุณจะอ่านตรงนี้ก่อน (1)

แล้วจึงมาอ่านตรงนี้ (2)

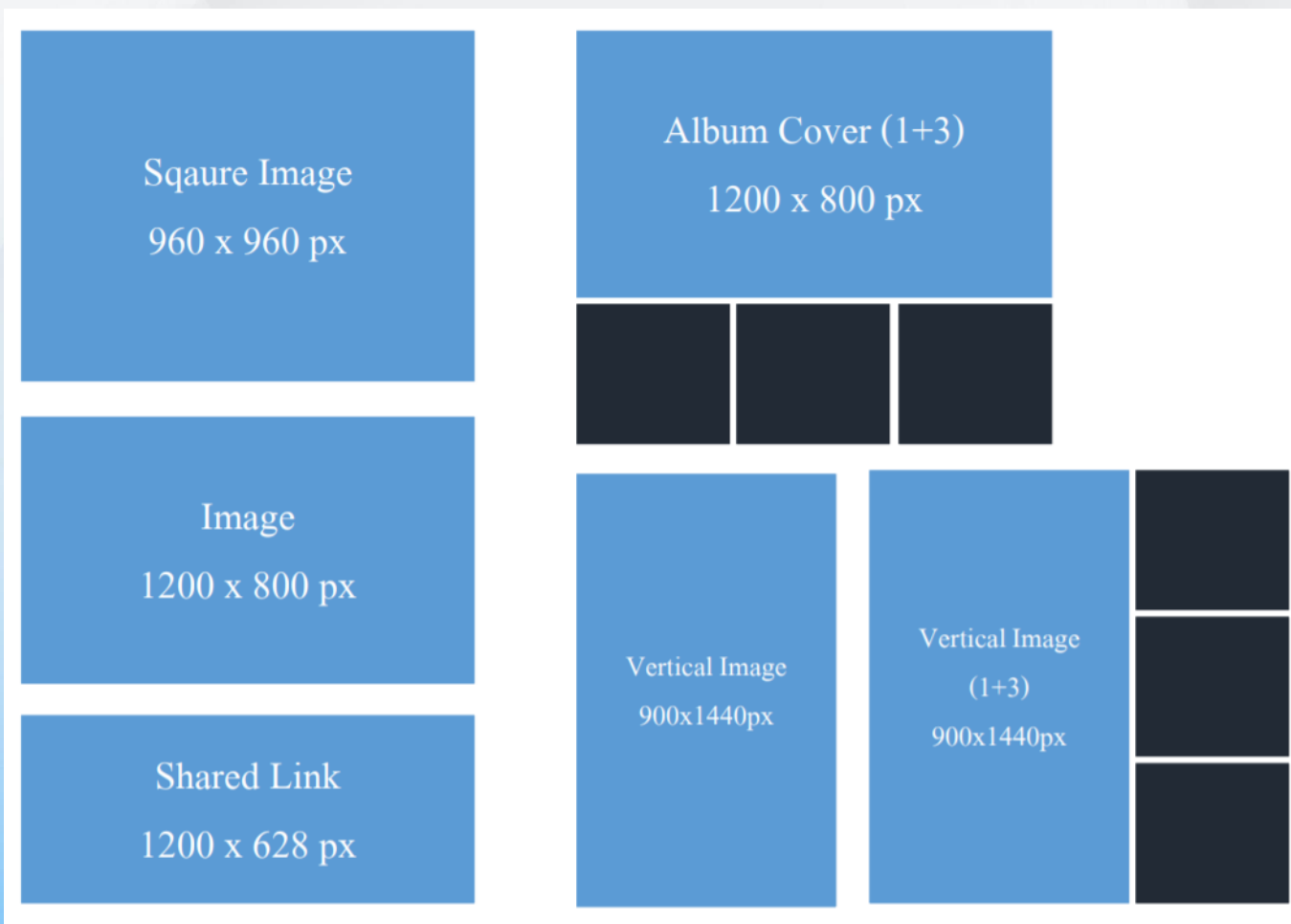
แล้วจึงตรงนี้ (3)

“คุณจะอ่านข้อความตรงกลางก่อน ตามด้วยข้อความด้านล่าง ไหลลง มาจนสุด แล้วจึงย้อนกลับไปอ่านข้อความด้านบนเป็นลำดับสุดท้าย”

เรียกได้ว่าเป็น การจัดลำดับความสำคัญและตำแหน่งของการเล่าเนื้อหาใน โพสต์

- (1) ภาพตรงกลาง คือจุดแรกที่จะสนใจ ต้องโดดเด่นและสามารถสะกดคนให้หยุดดูได้
- (2)-(3) ข้อความหรือภาพด้านล่างต้องทำให้รู้สึกอยากได้ อยากมี และพ่วงข้อความที่ เร่งรัดให้ตัดสินใจ
- (4) ข้อความด้านบน ควรย้ำด้วยประโยคหรือวลีสั้น ๆ ถึงเหตุผลที่ต้องตัดสินใจโดยเร็ว ข้ำอดหมดสิทธิ์ พลาดแล้วรออีกนาน (Exclusive + Sense of Urgency)

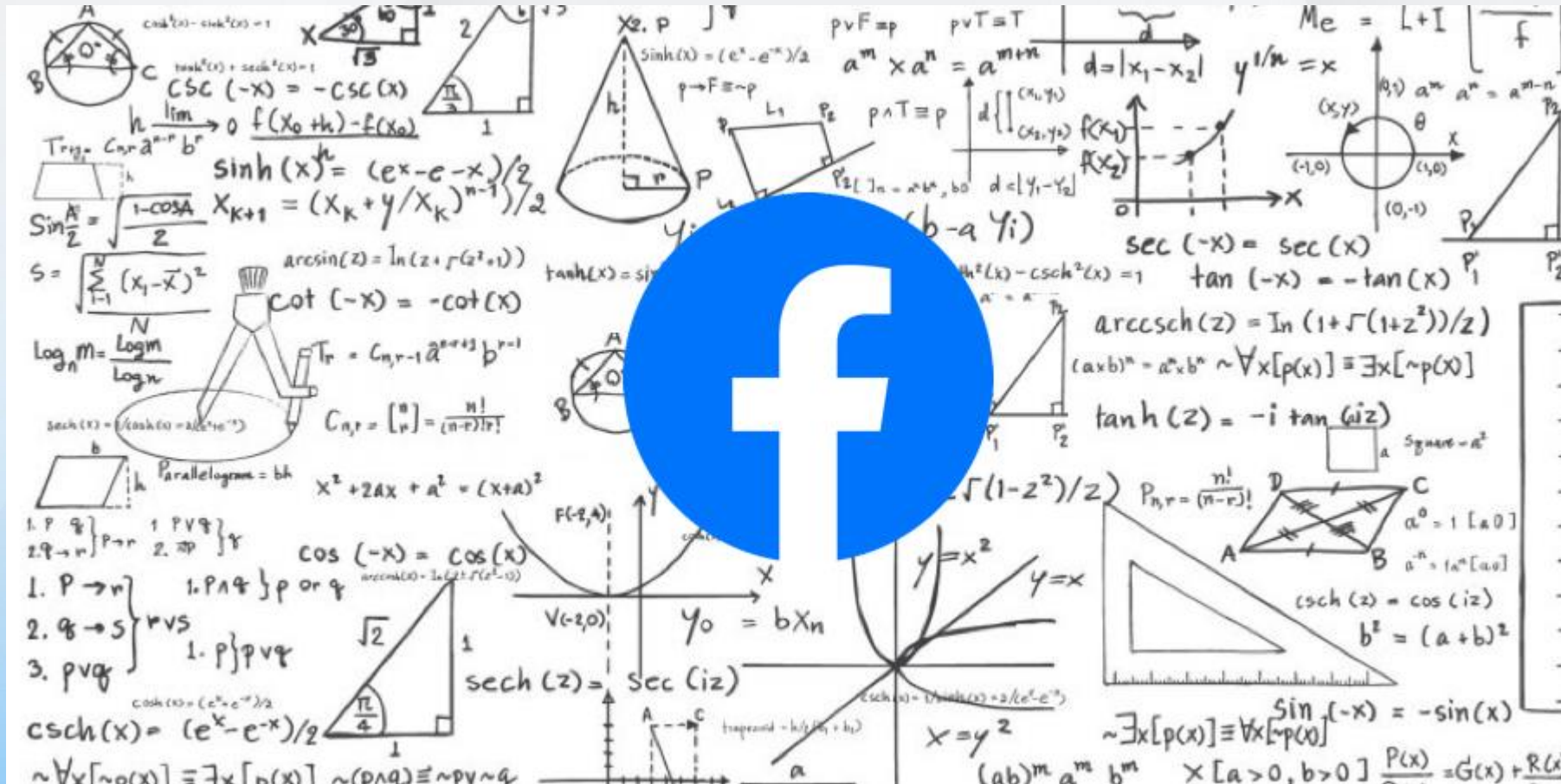
ขนาดโพสต์ที่แนะนำ



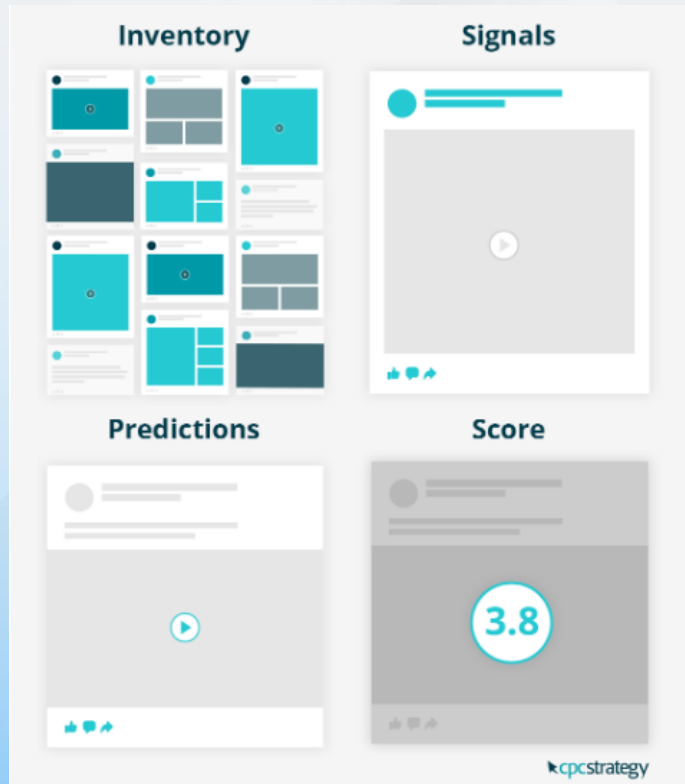
บทบาทแอดมินเพจ

	ผู้ดูแล	ผู้แก้ไข	ผู้ควบคุม	ผู้ลงโฆษณา	ผู้วิเคราะห์	ผู้จัดการงาน
จัดการบทบาทและ การตั้งค่าของเพจ	✓					
แก้ไขเพจและเพิ่ม แอป	✓	✓				
สร้างและลบโพสต์ ในนามของเพจ	✓	✓				
ส่งข้อความในนาม ของเพจ	✓	✓	✓			
ตอบกลับและลบ ความคิดเห็นและ โพสต์ในเพจ	✓	✓	✓			
ลบและแบนบุคคล ออกจากเพจ	✓	✓	✓			
สร้างโฆษณา การ โปรโมท หรือโพสต์ ที่โปรโมท	✓	✓	✓	✓		✓
ดูข้อมูลเชิงลึก	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ดูแท็บคุณภาพของ เพจ	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ดูว่าใครเผยแพร่ใน ฐานะเพจ	✓	✓	✓	✓	✓	✓
เผยแพร่และจัดการ งาน	✓	✓				✓
เปิดที่เจอรงาน สำหรับโพสต์	✓	✓				✓

2. Facebook Algorithm

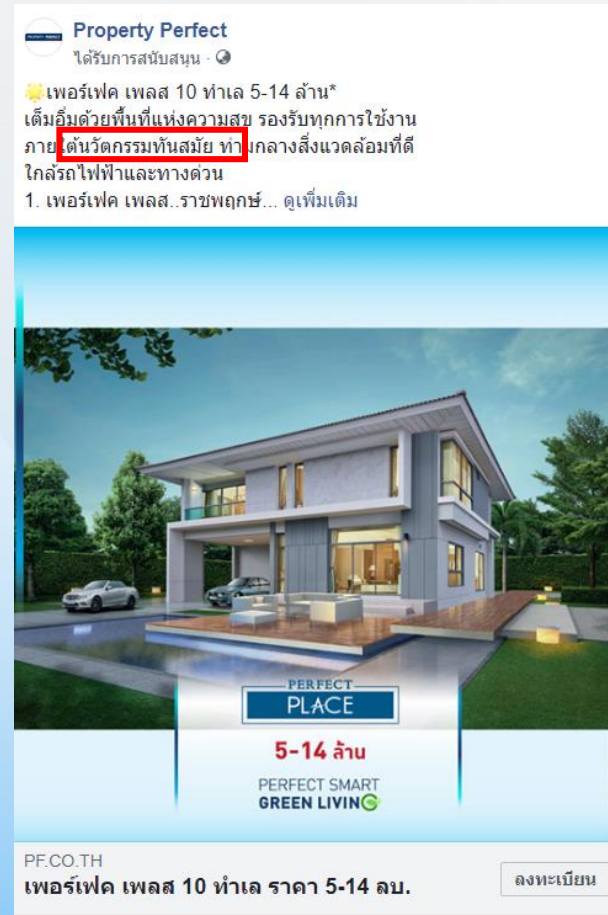
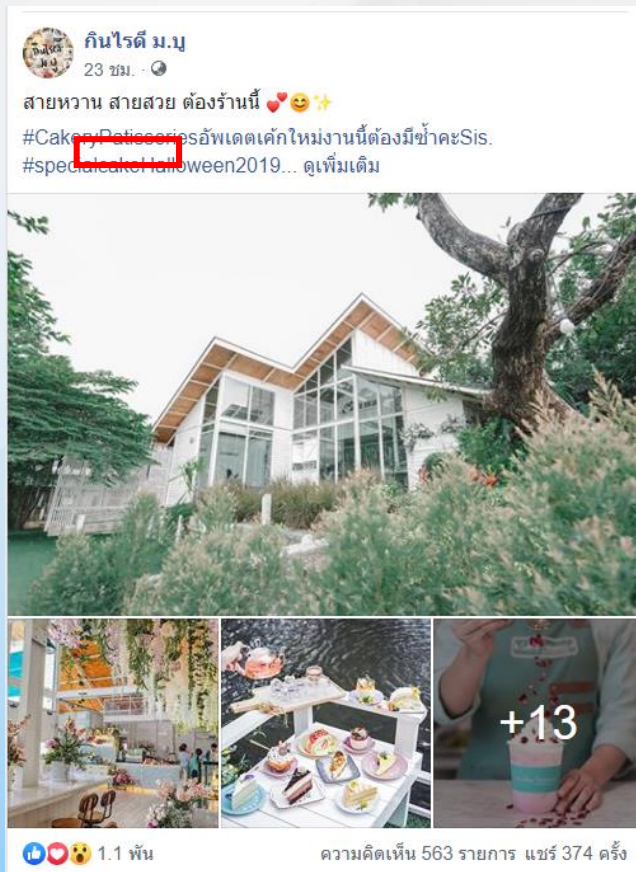


Facebook จะนำเสนอโพสต์ที่มีการจัดอันดับการมีปฏิกริยาตอบสนองทั้งหมด
ของ Feed ผู้ใช้



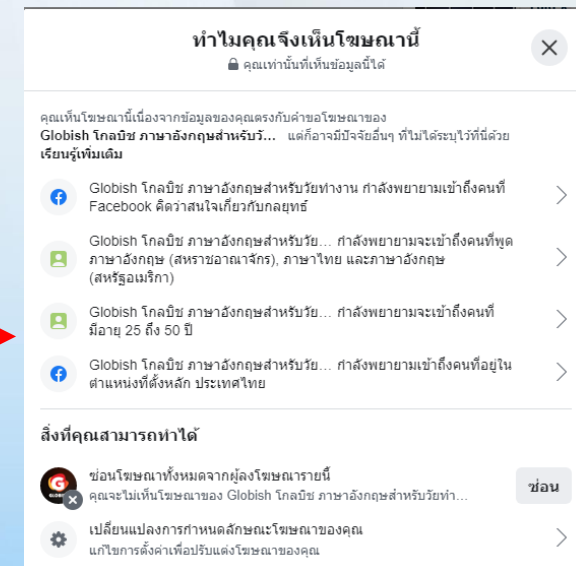
Signals เป็นปัจจัยเดียว
ที่ผู้โฆษณาสามารถ
ควบคุมได้

รูปแบบการนำเสนอ Content ที่ Facebook นำส่งมี 2 ประเภท

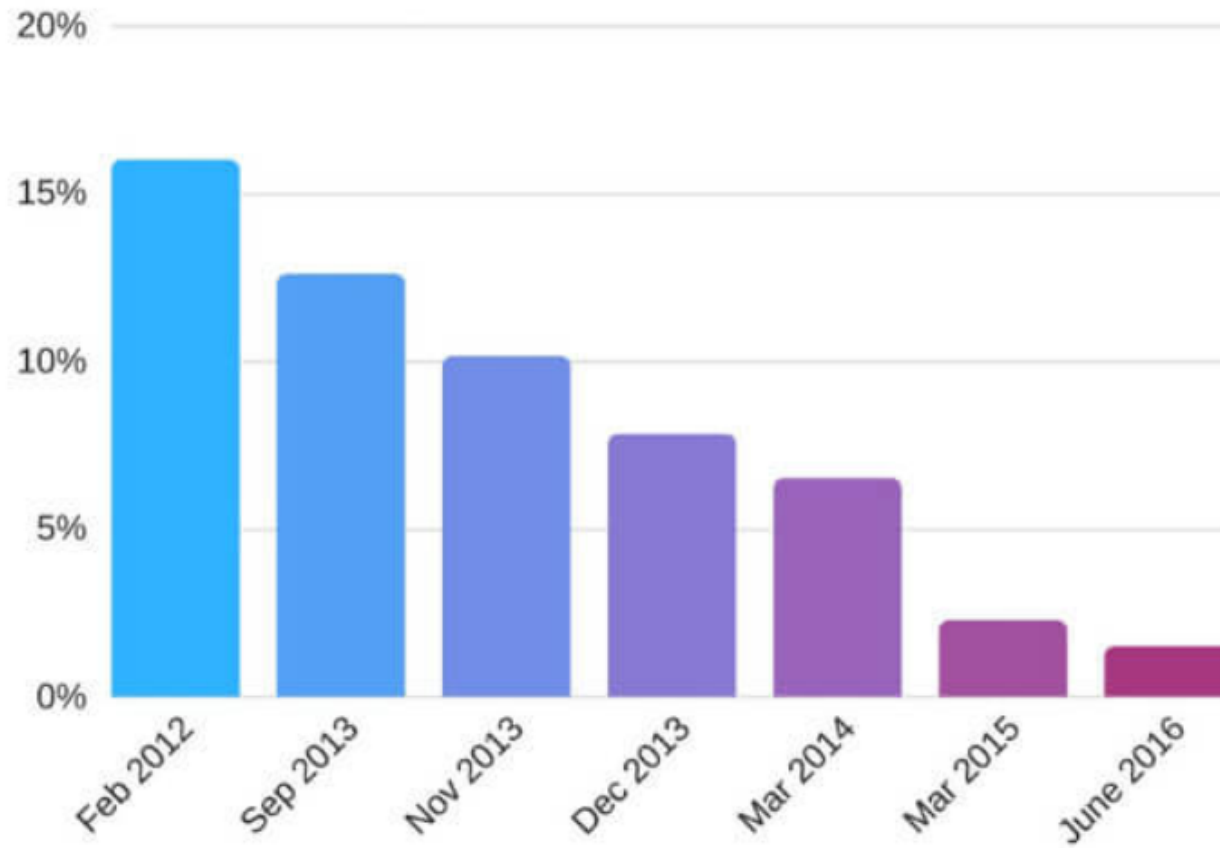


วิธีการตรวจสอบโฆษณาทำไมถึงแสดงที่หน้า

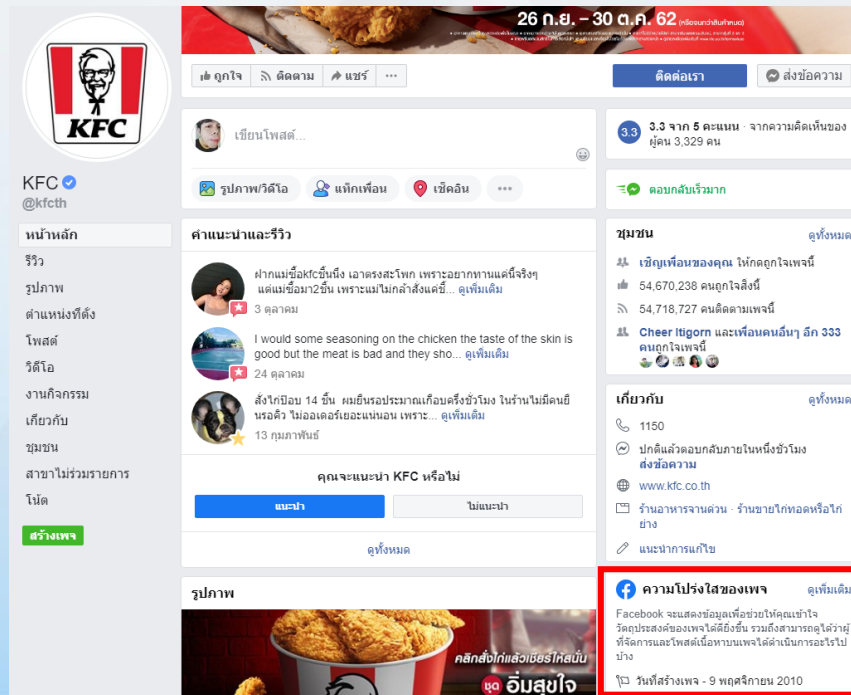
Feed



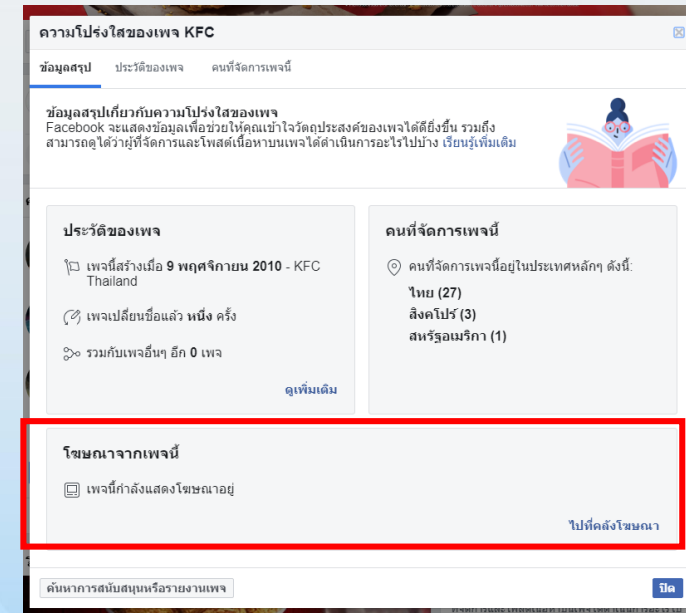
Facebook Page Organic Reach



วิธีการตรวจสอบโฆษณาโฆษณาแต่ละเพจนำเสนออยู่ใน



The screenshot shows the KFC Facebook page. On the left is the navigation menu. The main content area includes a post about a contest, a 'Join' button, and a 'Like' button. At the bottom, there is a section titled 'ความโปร่งใสของเพจ' (Page Transparency) which is highlighted with a red box. This section contains information about the page's creation date and the type of business it represents.

The screenshot shows the 'ความโปร่งใสของเพจ KFC' (KFC Page Transparency) page. It provides detailed information about the page, including the date it was created (September 9, 2010) and the type of business (Food & Beverage). A red box highlights the 'โฆษณาจากเพจนี้' (Ads from this page) section, which shows that the page has no ads. The 'ไปที่คลังโฆษณา' (Go to ad library) button is also visible.

เปิดตัวเมื่อตุลาคม 2019

2

• ก่อตั้งใช้งาน
ได้เริ่มลงโฆษณาเมื่อ 20 ต.ค. 2019
ID: 508327856621033

โฆษณาที่มีหลายเวอร์ชัน

KFC
ได้รับการสนับสนุน

ถ้าเงินมาให้อะไร เพราะเคเอฟซีก็กินเล่น เค้าไม่ได้มาเล่นๆ
อร่อยจริงห้ามพลาด เริ่มต้นแค่ 32 บาทเท่านั้น! #ริงซ์แซบ
#ไก่ป้อป #ไก่กินเล่น #เคเอฟซี #อร่อยจริงเริ่มต้น32บาท
หมายถึง • อาหารและภาชนะในภาพตกแต่งเพื่อโฆษณา •
ราคาอาจแตกต่างกันในแต่ละสาขา • สำหรับทานที่ร้านหรือซื้อ
กลับบ้าน ณ สาขาที่ร่วมรายการเท่านั้น • ริงซ์แซบ 2 ชิ้น ราคา
34 บาท ไก่ป้อป 7 ชิ้น ราคา 32 บาท • เคเอฟซีขอสงวนสิทธิ์...



• ก่อตั้งใช้งาน
ได้เริ่มลงโฆษณาเมื่อ 18 ต.ค. 2019
ID: 671627393326446

KFC
ได้รับการสนับสนุน

คุณแบบไหน ได้ใจกว่า?
คุณซึ่ๆ กับไอศกรีมโคนวานิลลา ราคาเพียง 9 บาท (ปกติ 10
บาท)
หรือ คุณจัดเต็ม กับชาไทยโฟลด์ และโกโก้มอลต์โฟลด์ ในราคา
แค่ 19 บาทเท่านั้น! (ปกติ 29 บาท)
จะอยากคุณแบบไหน ก็รีบมา ช้าหมดอดคุณ ถึง 30 ต.ค. นี้เท่านั้น
#คุณๆคุ้มๆ #โคน9โฟลด์19 #KFCSweetSnack #เคเอฟซี



คุณแบบไหน ได้ใจกว่า?

ดูรายละเอียดโฆษณา

2

• ก่อตั้งใช้งาน
ได้เริ่มลงโฆษณาเมื่อ 16 ต.ค. 2019
ID: 489165101932460

KFC
ได้รับการสนับสนุน

KFC.CO.TH คลิกอีกไม่กี่ทีก็พร้อมส่งแล้ว! ส่งง่าย ส่งถึงที่ กด
สั่งตอนนี้อยู่กินไก่ทอดกรอบๆ ใหม่ๆ ได้เลย



ไม่กี่คลิกสั่งเสร็จแล้ว
ส่งออนไลน์ง่ายนิดเดียว
KFC.CO.TH

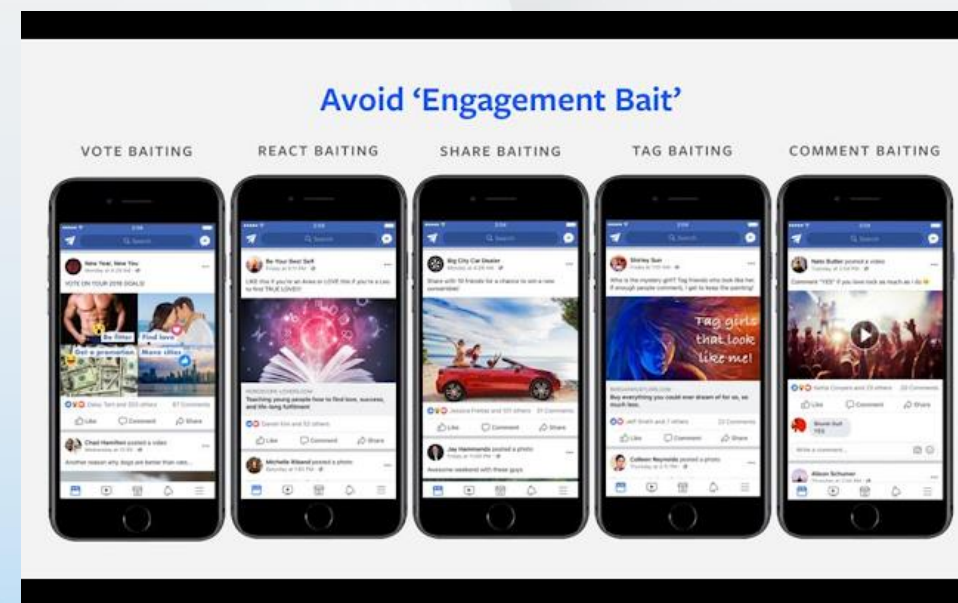
เลือกซื้อเลย

ดูรายละเอียดโฆษณา

Facebook ออกมาประกาศว่าจะมี
มาตรการลงโทษโพสต์ที่แอบโกง

Engagement ยกตัวอย่างเช่น

- **Vote baiting** : โพสต์ที่ขอให้คนโหวตด้วยการกด Reaction
- **React baiting** : โพสต์ที่เขียน Caption ขอให้คน React กันตรงๆ
- **Share baiting** : โพสต์ที่ขอให้คนกดแชร์ เพื่อแลกมาซึ่งอะไรบางอย่าง





จำนวนผู้ติดตาม
เพจ



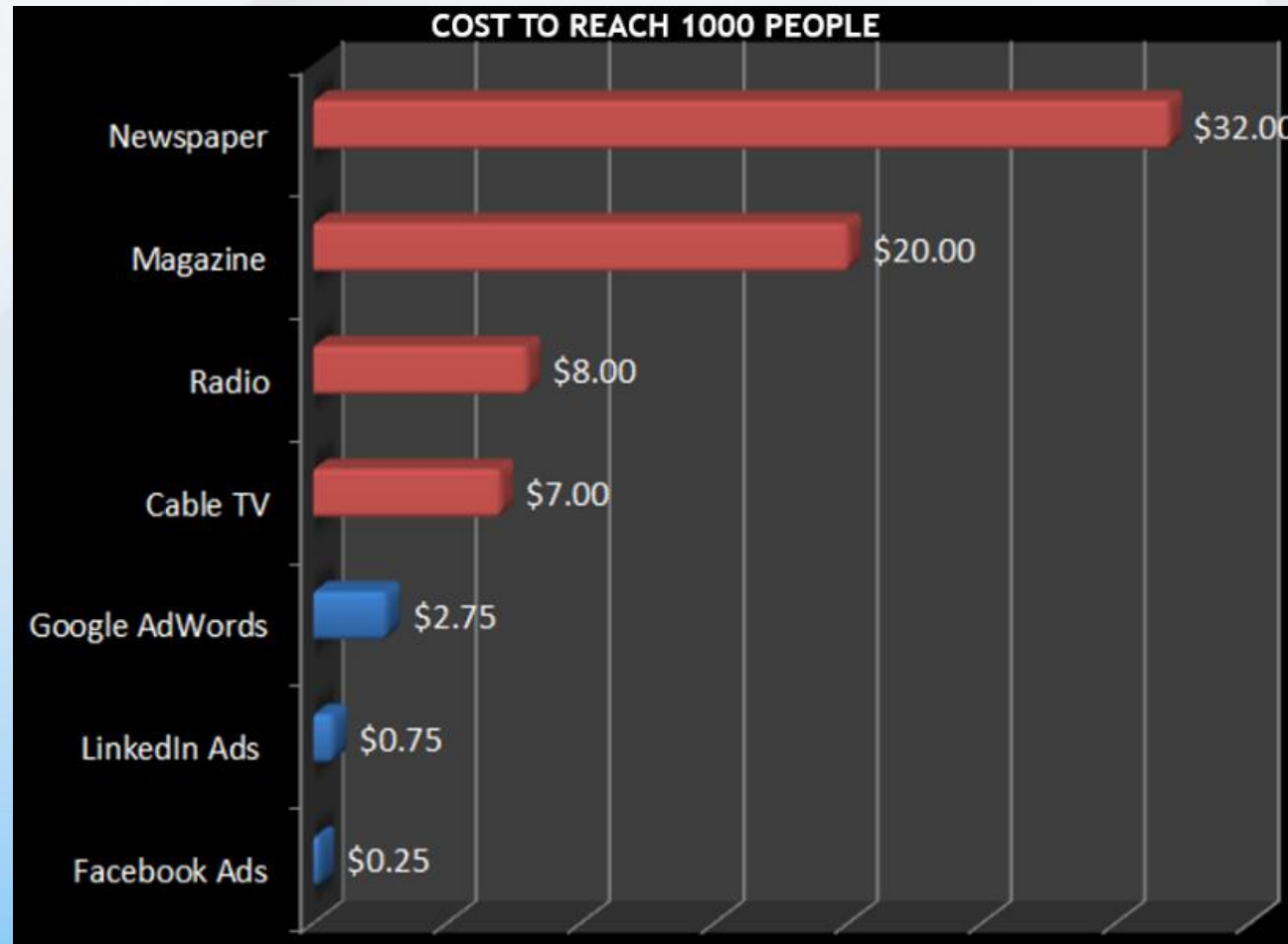
คุณภาพเพจ

เครื่องมือเสริมที่แนะนำ

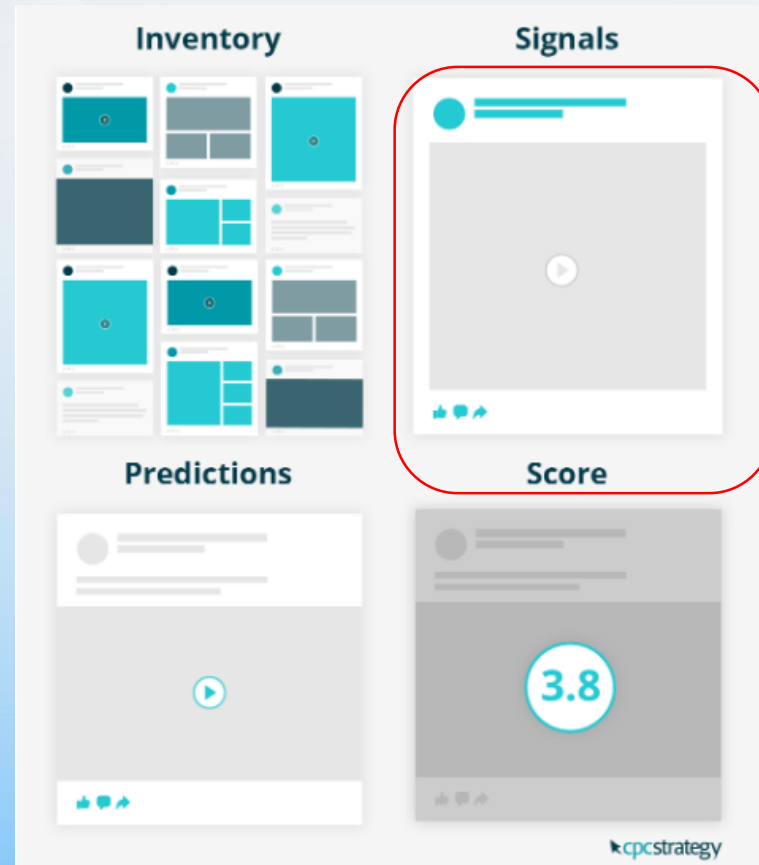


3. Why Advertise on Facebook

1. ต้นทุนค่าโฆษณาต่ำเมื่อเทียบกับช่องทางอื่น



2. Signals เป็นปัจจัยที่คุณสามารถกำหนดได้



วิธีหากกลุ่มเป้าหมายของคุณ

(Digital Marketing) ICDL อบรมฟรี สู้ COVID-19

🔒 กลุ่มส่วนตัว

โต้ตอบในฐานะตัวคุณเอง

เกี่ยวกับ

พูดคุย

ประกาศ

สมาชิก

งานกิจกรรม

วิดีโอ

รูปภาพ

ยินดีต้อนรับ ทุก

" ICDL Digital Marketing Certificate

ขอให้กั

4-8 , 11-1

ICDL The Digital Skills Standard

เข้าร่วมแล้ว ▾

✓ การแจ้งเตือน

🔗 แชร์

⋮ เพิ่มเติม

สร้าง

เพจ

ติดต่อและแชร์กับลูกค้าหรือแฟน ๆ

โฆษณา

ลงโฆษณาธุรกิจ แบนด์ หรือองค์กรของคุณ

กลุ่ม

ค้นหาผู้คนที่มีความชอบเหมือนกัน

งานกิจกรรม

จัดงานกิจกรรมสาธารณะหรืองานกิจกรรมส่วนตัวให้ผู้คนได้เข้าร่วม

การประกาศสินค้าใน Marketplace

ขายสินค้าให้ผู้คนในชุมชน

วิธีหากลุ่มเป้าหมายของคุณ



ตัวจัดการโฆษณา

โฆษณา

📄 กฎแบบอัตโนมัติ

👤 กลุ่มเป้าหมาย

📋 การตั้งค่าบัญชีโฆษณา

📱 ครีเอทีฟฮับ

📌 ตัวจัดการโฆษณา

วิเคราะห์และรายงาน

🧪 การทดลอง

🕒 การระบุที่มา

📄 การรายงานโฆษณา

📊 การวิเคราะห์

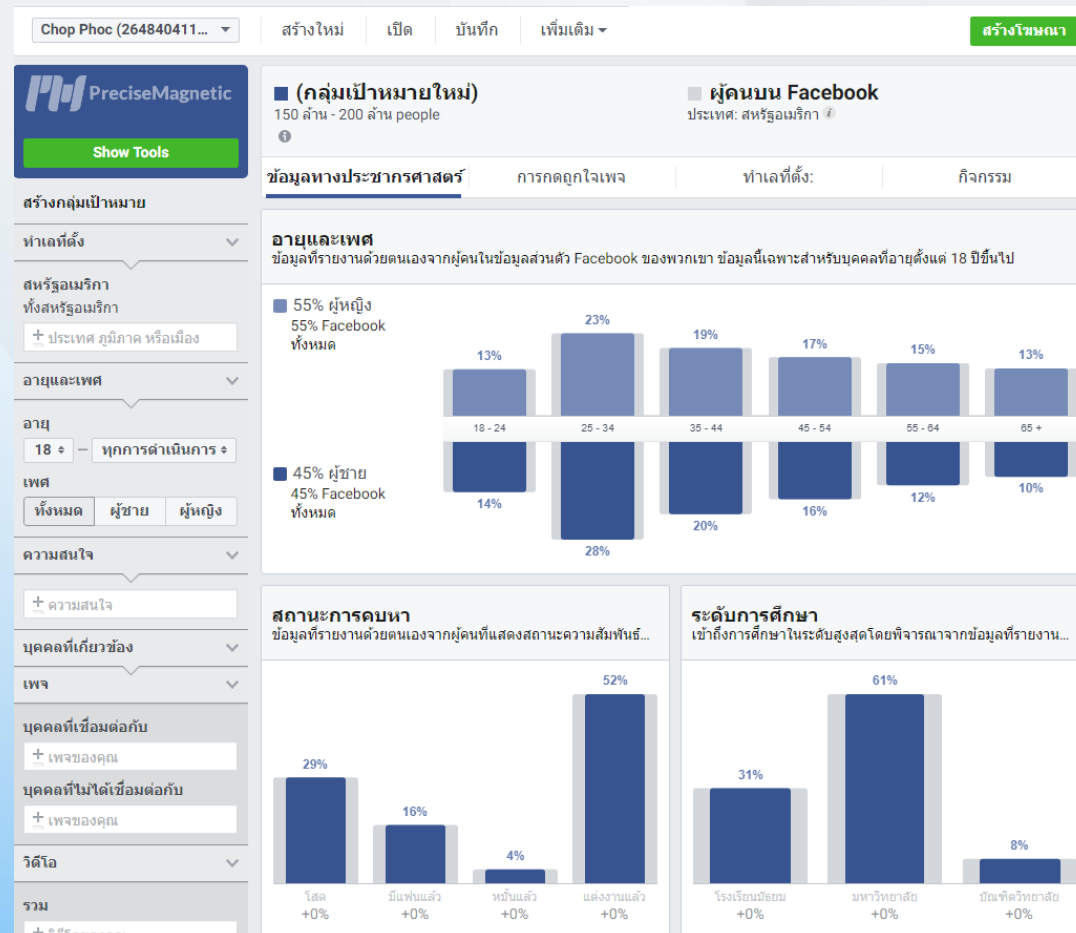
👤 ข้อมูลเชิงลึกของกลุ่มเป้าหมาย

👥 ตัวจัดการการร่วมงานกับแบรนด์

ระบุกลุ่มเป้าหมายของคุณ

สามารถกรองข้อมูล

- ที่ตั้ง
- อายุ
- เพศ
- ความสนใจ
- การเชื่อมต่อกับเพจ



แสดงผลกลุ่มเป้าหมาย อายุ - เพศ

■ (กลุ่มเป้าหมายใหม่)

45 ล้าน - 50 ล้าน people ⓘ

■ ผู้คนบน Facebook

ประเทศ: ไทย ⓘ

ข้อมูลทางประชากรศาสตร์

การกดถูกใจเพจ

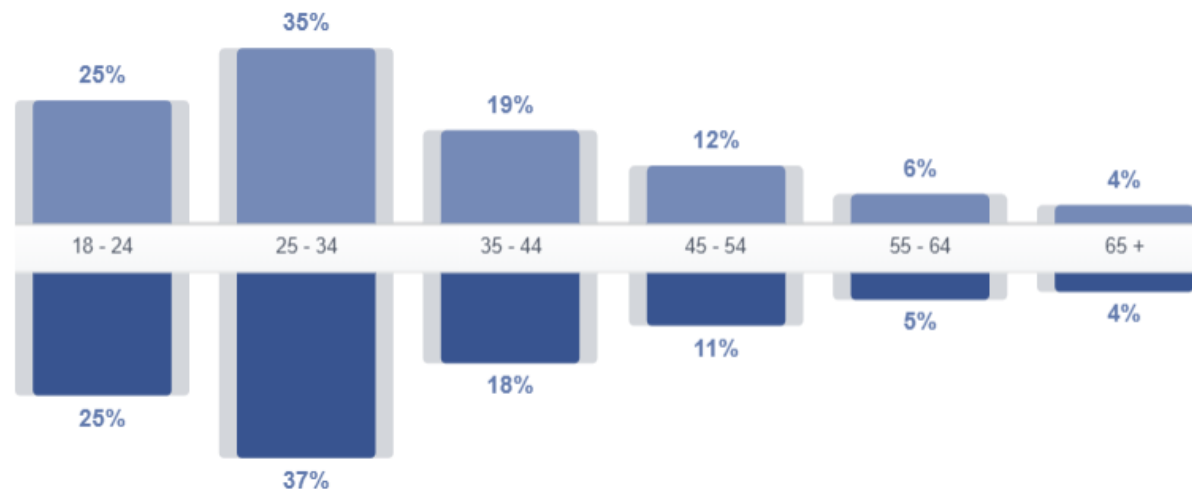
ทำเลที่ตั้ง:

กิจกรรม

อายุและเพศ

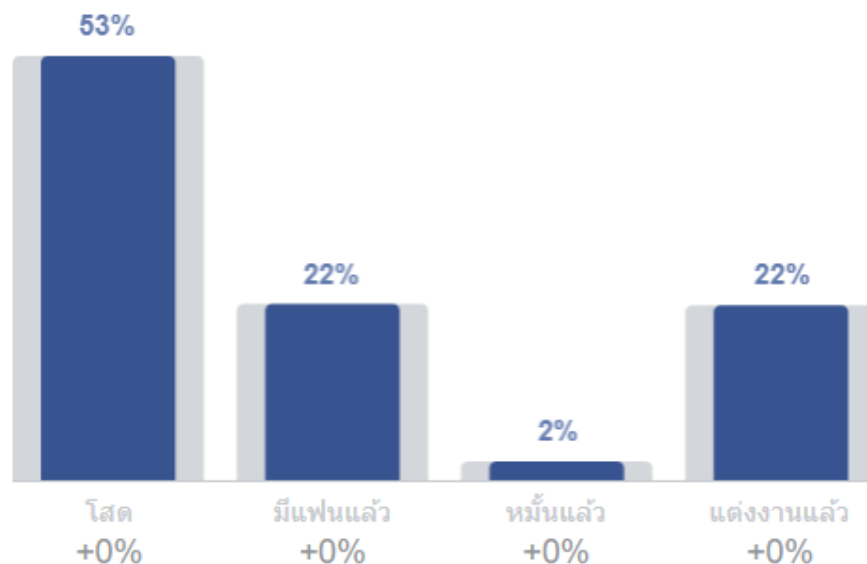
■ 51% ผู้หญิง
51% Facebook
ทั้งหมด

■ 49% ผู้ชาย
49% Facebook
ทั้งหมด

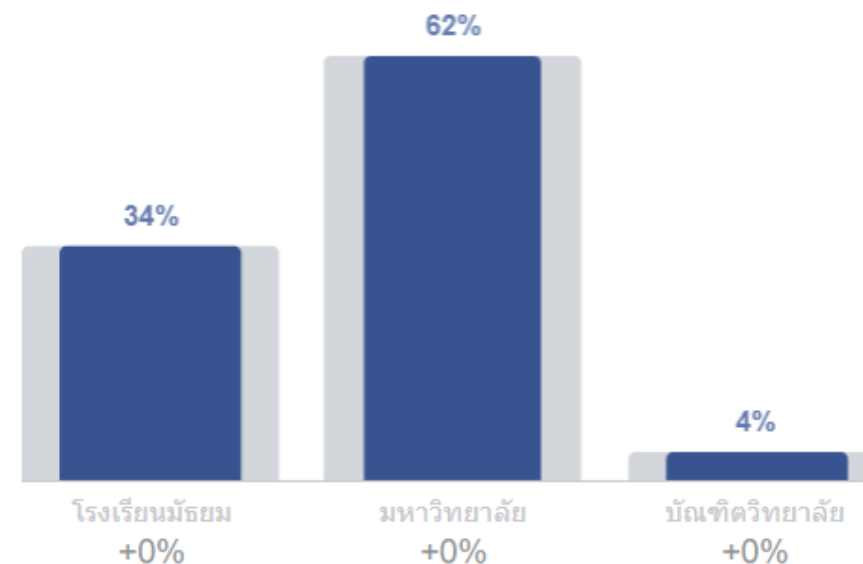


แสดงผลกลุ่มเป้าหมายสถานะการคบหาระดับการศึกษา

สถานะการคบหา



ระดับการศึกษา



แสดงผลกลุ่มเป้าหมายหมวดหมู่เพจยอด

นิยม

กลุ่มเพจยอดนิยม

1	เพจแอป	ไฟเท็กซ์สโทยา • Shopee
2	เกม/ของเล่น	Garena Free Fire
3	บริษัทเครื่องใช้ไฟฟ้า	Samsung
4	เว็บไซต์อีคอมเมิร์ซ	Chilindo
5	ร้านเบอร์เกอร์	McDonald's
6	เว็บไซต์ในพื้นที่และการท่องเที่ยว	Traveloka
7	ร้านพิซซ่า	Pizza Hut
8	ร้านอาหารจานด่วน	KFC
9	เครือข่ายโทรทัศน์	C Channel
10	อาหารและเครื่องดื่ม	Coca-Cola

แสดงผลกลุ่มเป้าหมายความสัมพันธ์การกด

ถูกใจเพจ

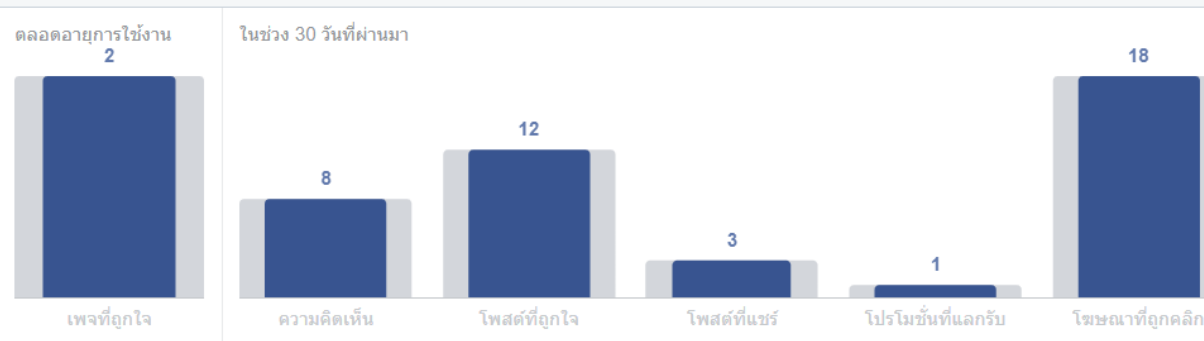
การกดถูกใจเพจ

เพจ	ความเกี่ยวข้อง ⁱ	กลุ่มเป้าหมาย	Facebook ⁱ	ความสัมพันธ์ใกล้ชิด ⁱ
ไฟเท็กซ์สโทยา	1	1.2m	1.2m	42x 
Garena Free Fire	2	1.2m	1.2m	42x 
Samsung	3	4m	4m	42x 
Chilindo	4	3.8m	3.9m	42x 
McDonald's	5	1.4m	1.4m	42x 
Traveloka	6	1.4m	1.4m	41x 
Pizza Hut	7	1.1m	1.1m	41x 
KFC	8	3.6m	3.6m	41x 
OPPO	9	1.4m	1.4m	41x 
adidas	10	1.8m	1.8m	41x 

แสดงผลกลุ่มเป้าหมายกิจกรรมที่ทำบน

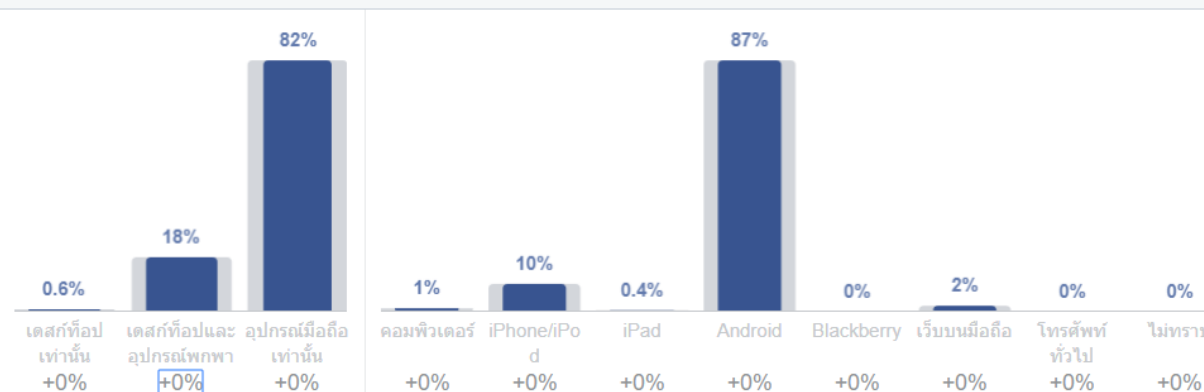
Facebook

ผลตอบรับกิจกรรม

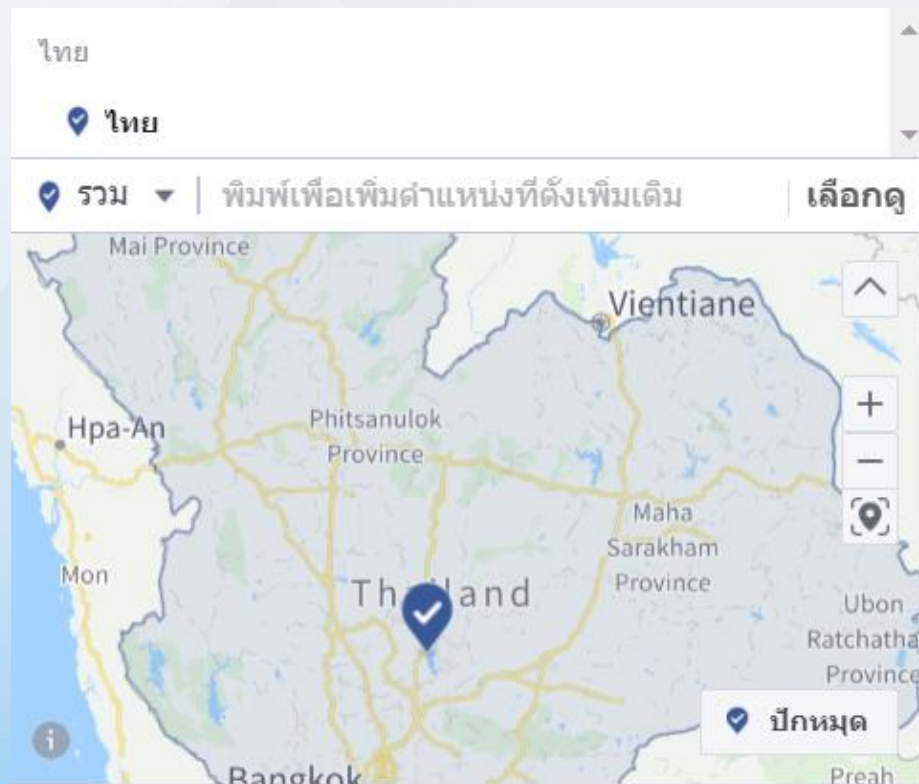


ผู้ใช้อุปกรณ์

อุปกรณ์ทั้งหมดที่ใช้งาน ▾



3. สามารถระบุ Location ได้ละเอียด



คุณสามารถพิมพ์ด้วย ประเทศ, รัฐ/ภูมิภาค, เมือง, รหัสไปรษณีย์, ที่อยู่, DMA หรือ เขตการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร เฉพาะเจาะจงได้ นอกจากนี้ คุณยังสามารถเพิ่มตำแหน่งที่ตั้งทั่วโลกหรือภูมิภาคต่างๆ ได้ด้วย เรียนรู้เพิ่มเติม

ข้อห้ามในการทำโฆษณา Facebook

- สินค้าหรือบริการที่ผิดกฎหมาย
- โฆษณาต้องไม่เลือกปฏิบัติ
- ไม่ใช่สินค้าประเภทยาสูบหรือสินค้าที่เกี่ยวข้อง
- ยาและสินค้าที่เกี่ยวข้องกับยา
- ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่ไม่ปลอดภัย
- อาวุธ ยุทธภัณฑ์ หรือวัตถุระเบิด
- สินค้าหรือบริการสำหรับผู้ใหญ่
- การขายชิ้นส่วนมนุษย์

โฆษณาไม่ควรมีตัวหนังสือเกิน

20%

วิธีการตรวจสอบขนาดข้อความ Facebook




Chop
หน้าหลัก
สร้าง
👤
💬
🔔 6
?

การตรวจสอบข้อความบนภาพ

อัปโหลดรูปภาพเพื่อกำหนดจำนวนข้อความในรูปภาพโฆษณาของคุณ หากอัตราส่วนของข้อความต่อรูปภาพสูงเกินไป โฆษณาของคุณอาจไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายทั้งหมดได้

เรามีข้อบกพร่องสำหรับผลิตภัณฑ์บางประเภทที่มีการลงโฆษณา ไปที่ “ศูนย์ช่วยเหลือ” ของเราเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับข้อบกพร่อง ดูตัวอย่างรูปภาพที่มีข้อความ และรับคำแนะนำเพิ่มเติม

อัปโหลด

การให้คะแนนข้อความในรูปภาพ

- 
ข้อความในภาพ: เหมาะสม
 โฆษณาของคุณจะแสดงตามปกติ
- 
ข้อความในภาพ: ต่ำ
 การเข้าถึงของโฆษณาของคุณอาจลดลงเล็กน้อย
- 
ข้อความในภาพ: ปานกลาง
 การเข้าถึงของโฆษณาของคุณอาจลดลงอย่างมาก
- 
ข้อความในภาพ: สูง
 โฆษณาของคุณอาจไม่แสดง

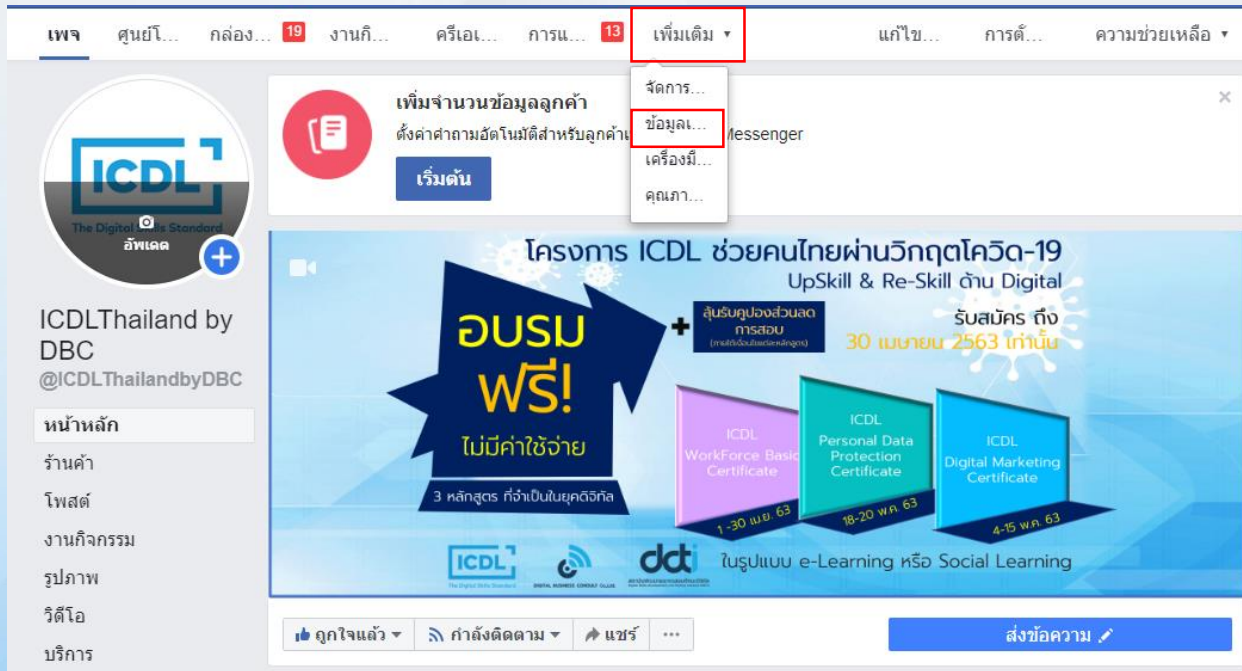
4. Facebook Insight

เครื่องมือที่ใช้วิเคราะห์ Insight ของ Facebook

- Facebook Insight Page
- Facebook Analytics (Facebook Business)
- วิเคราะห์ Insight คู่แข่ง (เครื่องมือแนะนำ Fanpagekarma)

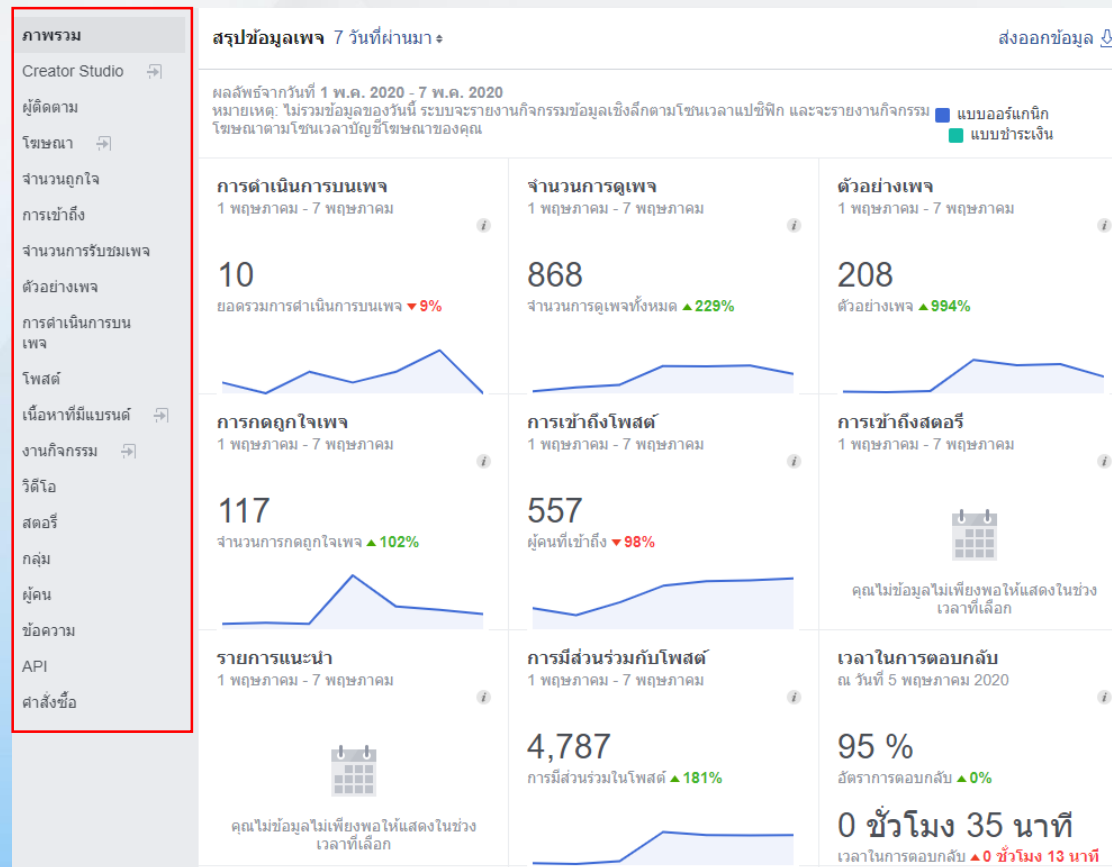


Facebook Insight Page



คลิก ข้อมูลเชิงลึก
เพื่อเข้าถึงสถิติของ
เพจคุณ

Facebook Insight Page



การส่งออกข้อมูล

ภาพรวม

Creator Studio

ผู้ติดตาม

โฆษณา

จำนวนถูกใจ

การเข้าถึง

จำนวนการรับชมเพจ

ตัวอย่างเพจ

การดำเนินการบนเพจ

โพสต์

เนื้อหาที่มีแบรนด์

งานกิจกรรม

วิดีโอ

สตอรี่

กลุ่ม

ผู้คน

ข้อความ

API

คำสั่งซื้อ

สรุปข้อมูลเพจ 7 วันที่ผ่านมา *

ส่งออกข้อมูล

ผลลัพธ์จากรวันที่ 1 พ.ค. 2020 - 7 พ.ค. 2020
หมายเหตุ: ไม่รวมข้อมูลของวันนี้ ระบบจะรายงานกิจกรรมข้อมูลเชิงลึกตามโซนเวลาแปซิฟิก และจะรายงานกิจกรรมโฆษณาตามโซนเวลาปฏิจูซีโซนเวลาของคุณ

แบบออฟไลน์

แบบชำระเงิน

การดำเนินการบนเพจ

1 พฤษภาคม - 7 พฤษภาคม

10

ยอดรวมการดำเนินการบนเพจ ▼9%

จำนวนการดูเพจ

1 พฤษภาคม - 7 พฤษภาคม

868

จำนวนการดูเพจทั้งหมด ▲229%

การกดถูกใจเพจ

1 พฤษภาคม - 7 พฤษภาคม

117

จำนวนการกดถูกใจเพจ ▲102%

การเข้าถึงโพสต์

1 พฤษภาคม - 7 พฤษภาคม

557

ผู้คนที่เข้าถึง ▼98%

รายการแนะนำ

1 พฤษภาคม - 7 พฤษภาคม

4,787

การมีส่วนร่วมในโพสต์ ▲181%

การมีส่วนร่วมกับโพสต์

1 พฤษภาคม - 7 พฤษภาคม

0 ชั่วโมง 35 นาที

เวลาในการตอบกลับ ▲0 ชั่วโมง 13 นาที

ส่งออกข้อมูลเชิงลึก

เลือกประเภทข้อมูล รูปแบบไฟล์ และช่วงวันที่ คุณสามารถส่งออกโพสต์ได้สูงสุดครั้งละ 500 โพสต์

ประเภทข้อมูล

ข้อมูลเพจ

ข้อมูลโพสต์

ข้อมูลวิดีโอ

รูปแบบไฟล์

Excel (.xls)

ช่วงวันที่

11 เมษายน 2020 - 8 พฤษภาคม 2020

เค้าโครง

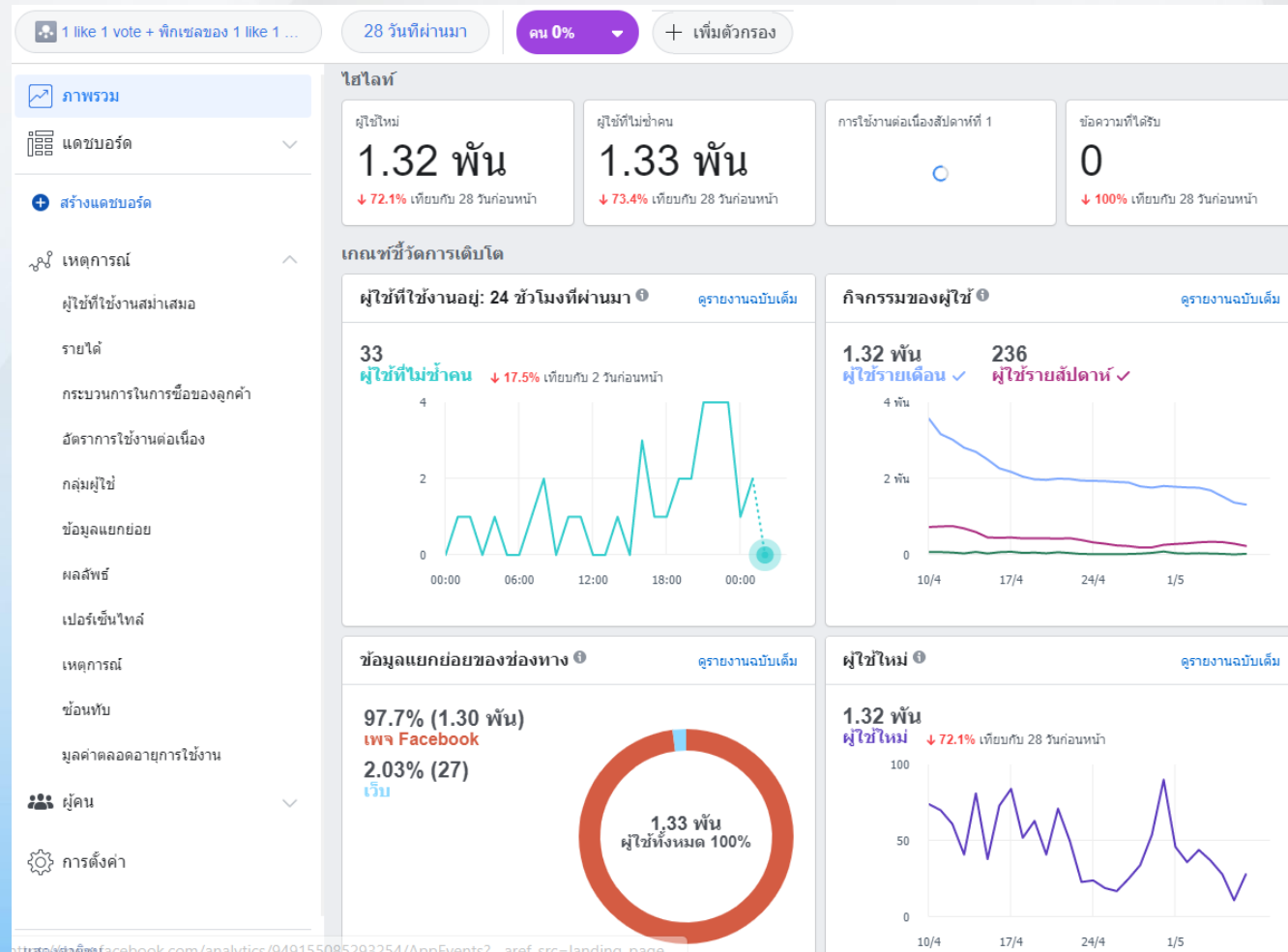
ข้อมูลเพจทั้งหมด

เงื่อนไขของเพจ Facebook

ยกเลิก

ส่งออกข้อมูล

Facebook Analytics (Facebook Business)



Fanpage karma



fanpage karma

Select a
dashboard.

+ DASHBOARD

Dashboard

0 Profiles



Fanpage karma

	POSTS PER DAY	PAGE PERFORMANCE INDEX	FANS	TOTAL REACTIONS, COMMENTS, SHARES	NUMBER OF LIKES	AVERAGE WEEKLY GROWTH	NUMBER OF COMMENTS	POST INTERACTION	GROWTH (ABSOLUTE)
  KFC (TH) @kfcth	1.6	13%	4.9M	359k	272k	0.26%	15k	0.16%	51k

Fanpage karma



แกน x = Day

แกน y = total reactions

Fanpage karma

Post ที่ได้รับความนิยมมากที่สุด

Top Posts

 **KFC (TH)** shared a [picture](#) - January 6 2:30 PM

คุ้มสะใจ ลดเลย์ไฮส์ใหญ่ จ่ายแค่ครึ่ง สดชื่นกันพินๆ
จะซาเขียวหรือโกโก้ก็ได้หมด กับ KFC โพลตไฮส์ใหญ่ เหลือแค่ 22 บาท (จากปกติ 45 บาท) ถึง 29 ม.ค. นี้เท่านั้น

#คุ้มสะใจ #โพลตไฮส์ใหญ่ #ลดครึ่งราคา #เคเอฟซี

หมายเหตุ

- วันที่ 6 ม.ค. 63 - 29 ม.ค. 63 (หรือจนกว่าสินค้าจะหมด)
- โปรโมชั่นเฉพาะเมนูโพลตขนาดแก้ว 16 ออนซ์ เท่านั้น
- อาหารและภาชนะในภาพตกแต่งเพื่อโฆษณา
- ราคาอาจแตกต่างกันในแต่ละสาขา
- เฉพาะทานที่...



 109,489  1,975  513  2,254  104  37  3,011  5,854

Fanpage karma

Post ที่ได้รับความนิยมมากที่สุด แยกตามประเภท

TOP TEXTS

 KFC (TH) shared a [status](#) - January 10 2:42 PM

จากเหตุการณ์ที่กำลังเป็นประเด็นใน Social Media กรณีผู้จัดการร้าน KFC สาขาโรบินสัน ลพบุรี เรื่องไม่ให้ความร่วมมือกับเจ้าหน้าที่ตำรวจในการตรวจสอบกล้องวงจรปิด ทางบริษัทฯ ขอชี้แจงว่า ทางผู้จัดการสาขาได้ประสานงานกับเจ้าหน้าที่ตำรวจให้เข้าทำการตรวจสอบกล้องวงจรปิด โดยไม่ได้มีการเรียกขอดูหนังสือแต่อย่างใด ตั้งแต่เวลา 21.56 น. คืนวันที่ 9 มกราคม 2563 ที่ผ่านมา บริษัทฯ รู้สึกเสียใจต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น...

👍 11,416 🍷 46 😊 220 🙄 32 😞 238 😡 66 💬 736
📩 361

TOP PICS

 KFC (TH) shared a [picture](#) - January 6 2:30 PM

คุ้มสะใจ ลดเลย์โซส์ใหญ่ จ่ายแค่ครึ่ง สดชื่นกันพี่น้อง
จะชားเขียวหรือโกโก้ก็ได้หมด กับ KFC โพลตโซส์ใหญ่ เหลือแค่ 22 บาท (จากปกติ 45 บาท) ถึง 29 ม.ค. นี้เท่านั้น
#คุ้มสะใจ #โพลตโซส์ใหญ่ #ลดครึ่งราคา #เคเอฟซี
หมายเหตุ
- วันที่ 6 ม.ค. 63 - 29 ม.ค. 63 (หรือจนกว่าสินค้าจะหมด)
- โปรโมชันเฉพาะเมนูโพลตขนาดแก้ว 16 ออนซ์ เท่านั้น
- อาหารและภาชนะในภาพตกแต่งเพื่อโฆษณา
- ราคาอาจแตกต่างกันในแต่ละสาขา
- เฉพาะทานที่...



👍 109,489 🍷 1,975 😊 513 🙄 2,254 😞 104 😡 37
💬 3,011 📩 5,854

TOP VIDEOS

 KFC (TH) shared a [video](#) - January 30 2:00 PM



หวานชื่นมัน เย็นชื่นใจ อร์อยโซส์ใหญ่ ได้เป็นคู่ รสไหนก็ 1 แกม 1 หั่งชา
เซียวมีทละ และโกโก้มอลต์ แค่ 39 บาท ถึง 26 ก.พ 2563

Fanpage karma

TOP HASHTAGS

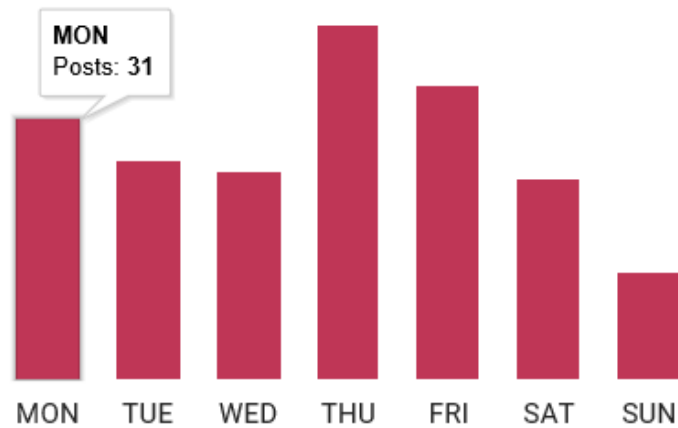
#เคเอฟซี	107
#kfc	26
#กินไก่ดีป้อม	12
#kfcxrov	11
#สโมกกีบาร์บีคิว	8
#ป๊อปบอมบ์แซบ	7
#kfcxgrabfood	7

TOP WORDS

บาท	293
ขึ้น	255
KFC	230
หมายเหตุ	121
และ	102
เท่านั้น	92

Fanpage karma

PER WEEKDAY



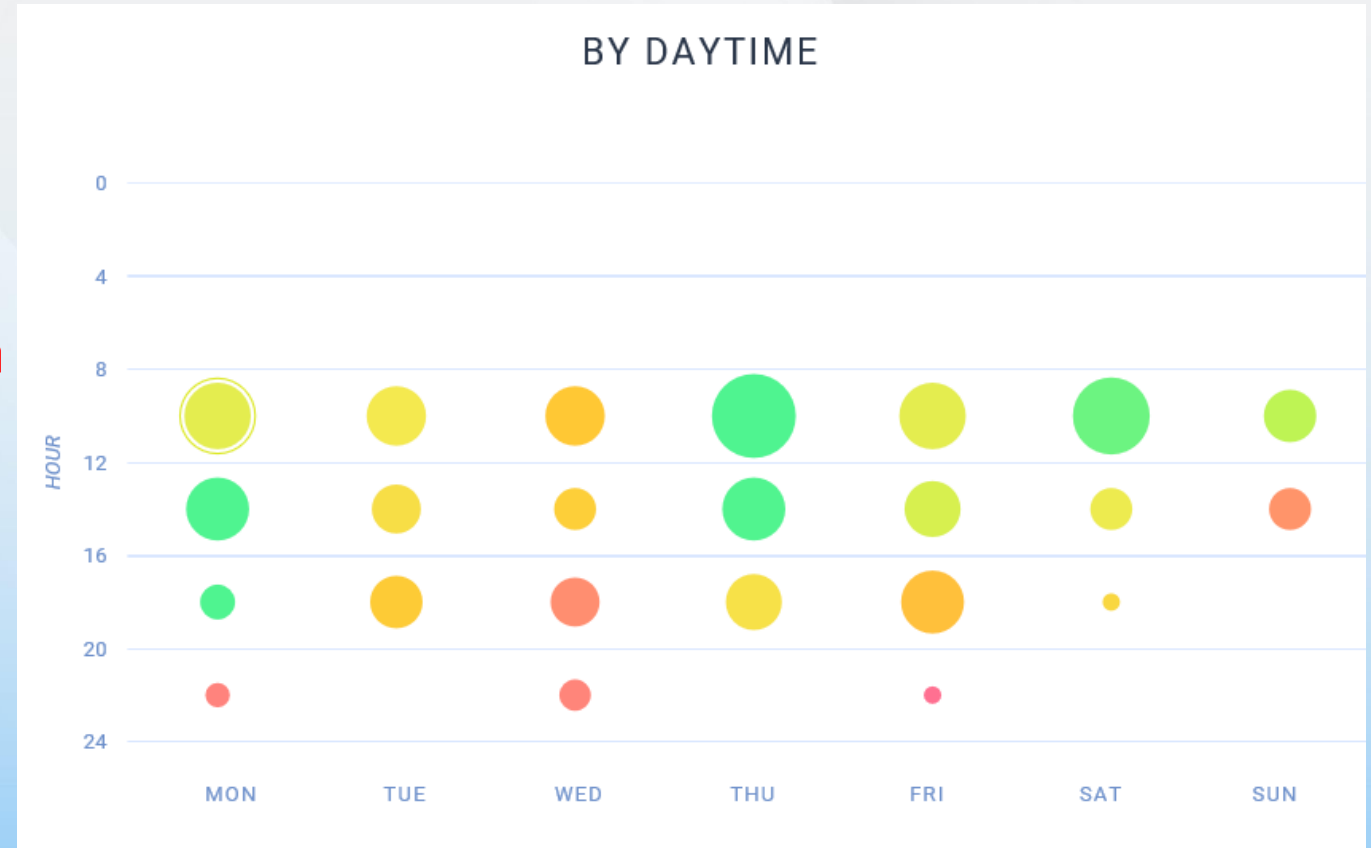
FREQUENCY



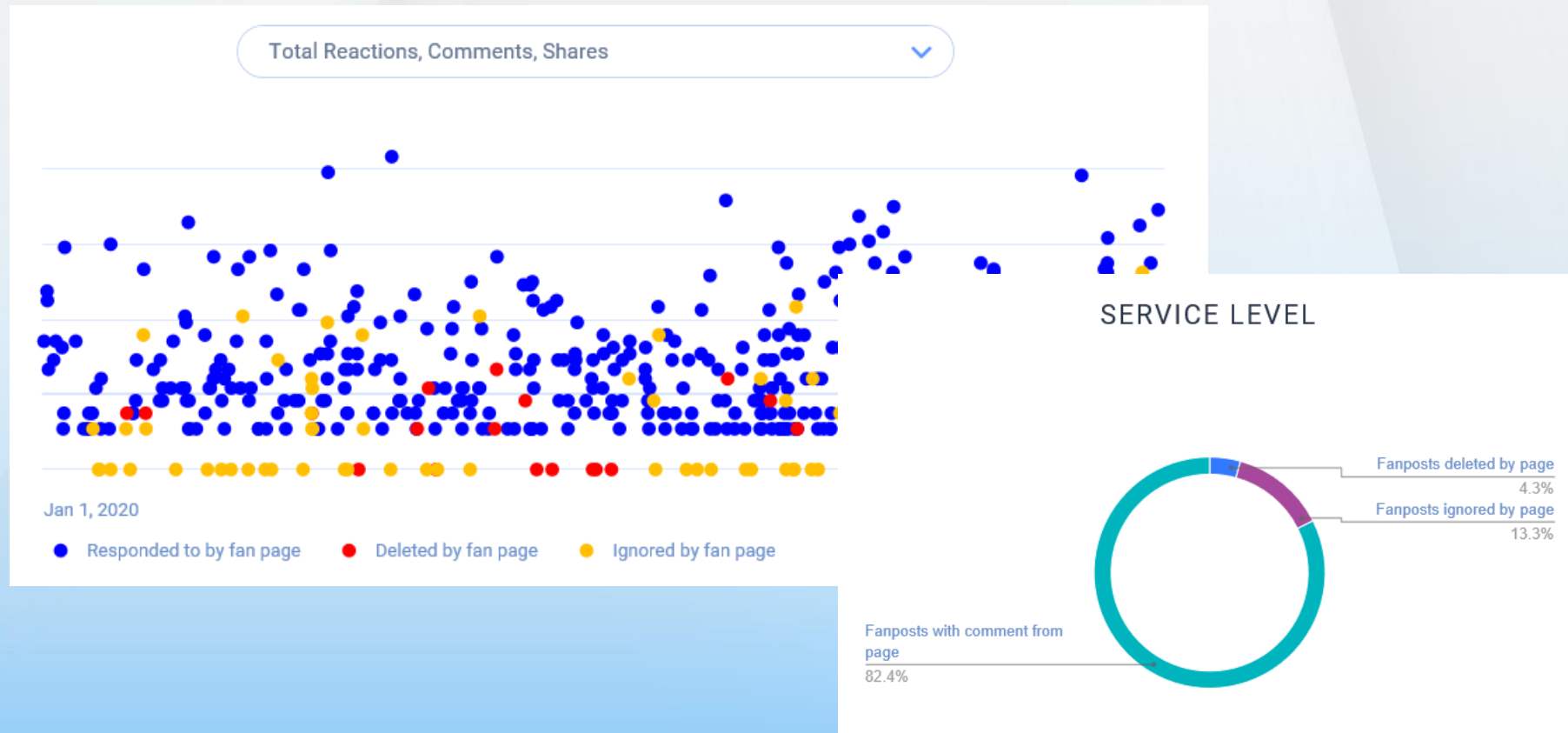
"Posts per day: 1.5"

Fanpage karma

ยิ่งวงกลมใหญ่ หมายถึงจำนวนโพสต์ที่สูง
ยิ่งสีเขียวมาก หมายถึง มีการตอบโต้ใน
โพสต์สูง

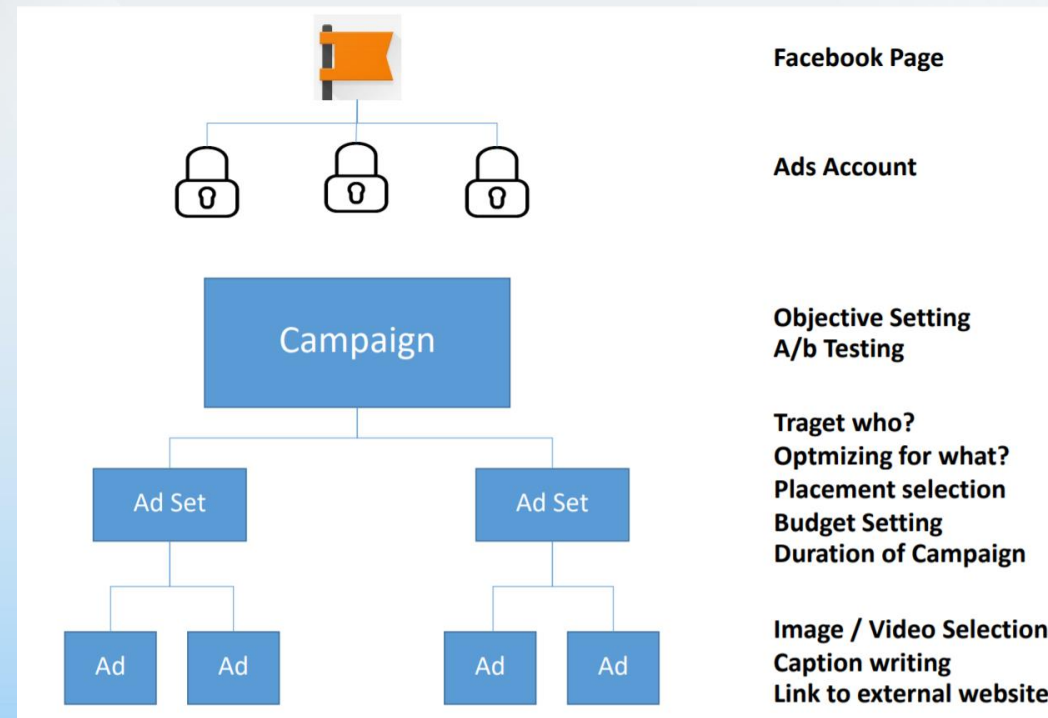


Fanpage karma



4. Facebook Insight

โครงสร้างการโฆษณา Facebook



Objective Facebook Ads

การรับรู้	การพิจารณา	คอนเวอร์ชัน
การรับรู้แบรนด์	จำนวนผู้เข้าชม	คอนเวอร์ชัน
การเข้าถึง	การมีส่วนร่วม	ยอดขายจากแค็ตตาล็อก
	จำนวนการติดตั้งแอป	การเยี่ยมชมหน้าร้าน
	จำนวนการรับชมวิดีโอ	
	การสร้างลูกค้าเป้าหมาย	
	ข้อความ	

Strategy	Full funnel			CRM
Business objective	Awareness	Consideration	Conversion	Retention
Allocation from 100%				
Expected result	People reach People recalled ads	Video view FB/IG engagement Message reply Full screen experience view Website view Lead form open/submit Event participation	Purchase Subscribed customers	Repurchase Renewal customers
Facebook Objective	Reach Brand awareness	Video view Engagement Message Traffic Lead generation	Conversion Catalog sales	Conversion Catalog sales
Audience	Core audiences (E) Lookalike audiences	Core audiences Lookalike audiences Custom audiences	Core audiences Lookalike audiences Custom audiences	Custom audiences
AD	Video ads, <15sec Carousel Slideshow Stories	Video ads, <15sec Carousel Slideshow Photo Full screen experience	Photo Carousel Slideshow Video ads, <15sec	Photo Carousel Slideshow Video ads, <15sec

ตัวอย่าง



ตัวอย่าง



Facebook แบ่งกลุ่มเป้าหมายออกเป็น 3

แบบ

CORE AUDIENCE
กลุ่มเป้าหมายหลัก

CUSTOM AUDIENCE
กลุ่มเป้าหมายที่
กำหนดเอง

**LOOKALIKE
AUDIENCE**
กลุ่มเป้าหมายที่
คล้ายกัน

ตัวอย่าง Report การโฆษณา

	ผลลัพธ์	การเข้าถึง	อิมเพรสชัน	ต้นทุนต่อผลลัพธ์	จำนวนเงินที่ใช้จ่ายไป
มีส่วนร่วมกับเพจ	2	707	858	฿98.97	฿197.94
lookalike video	14	6,664	7,072	฿58.96	฿825.39
retraget video	—	180	201	—	฿15.27
sale inbox	7	2,618	2,669	฿50.48	฿353.38
	23	9,754	10,800	฿60.52	฿1,391.98
	เริ่มการรับส...	ผู้คน	รวม	ต่อการเริ่มก...	ยอดรวมที่ใช้จำ...

Line Official Account (Line OA)

เนื้อหาบทเรียน

ช่วงที่ 1. ทำความรู้จักและสมัคร Line OA

1.1 line OA คืออะไร

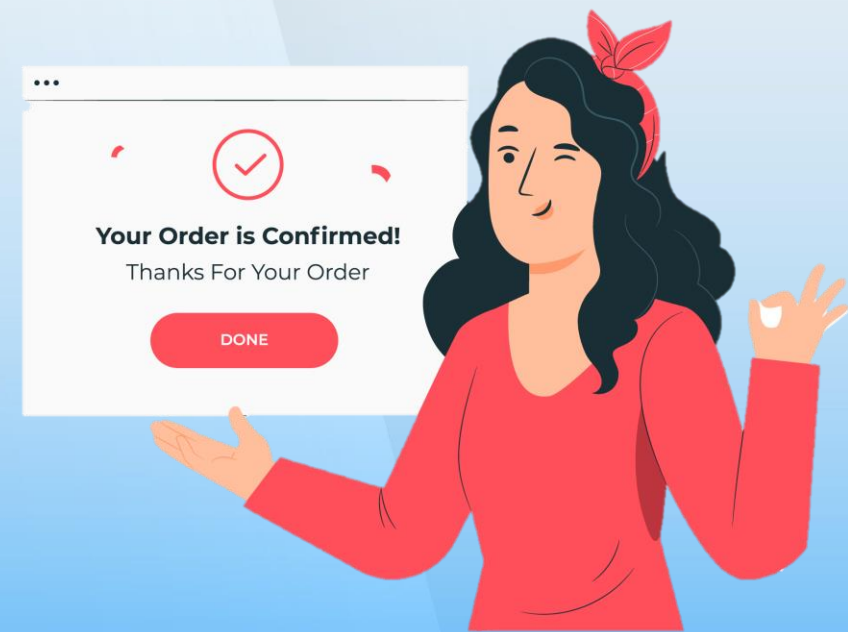
1.2 line account connect

1.3 การสมัคร account line oa

1.4 การตั้งค่าบัญชี

1.5 สถานการณ์รับรอง

1.6 การอัปเกรดชื่อ Premium ID



เนื้อหาบทเรียน

ช่วงที่ 2.เริ่มใช้งาน

2.1 การบรอดแคสต์

2.2 การแชต และระบบข้อความอัตโนมัติ

2.3 การใช้แท็ก

2.4 ข้อความตอบกลับ AI

2.5 ริชเมสเสจ

2.6 ริชวิดีโอเมสเสจ.

2.7 การ์ดเมสเสจ

2.8 ริชเมนู

2.9 ระบบคุปอง

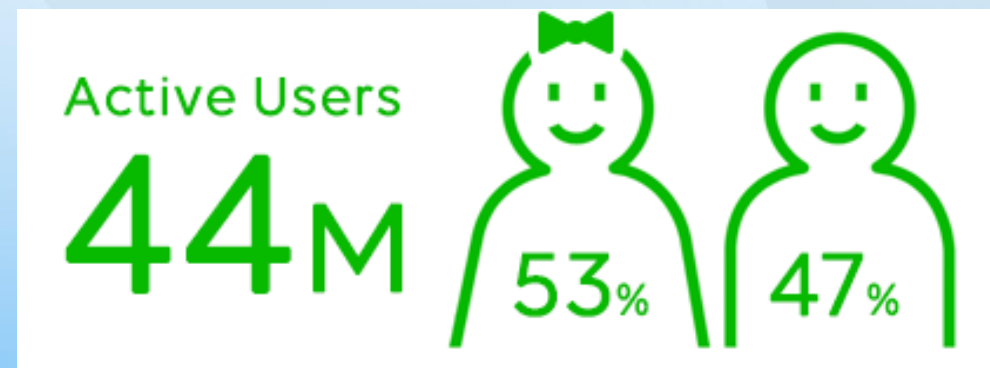
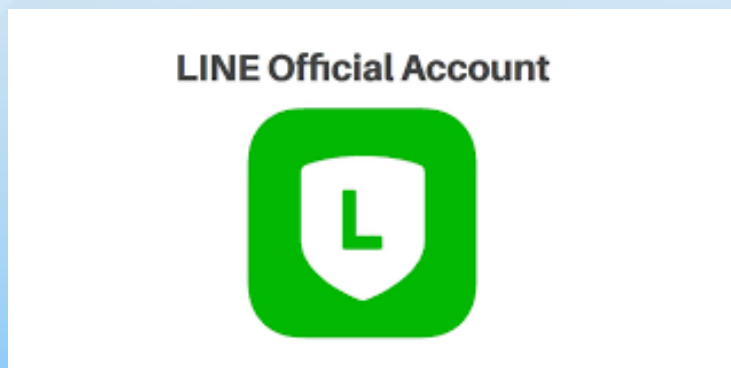
2.10 บัตรสะสมแต้ม

2.11 การอ่านข้อมูลเชิง
ลึก

1. ทำความรู้จักและสมัคร Line OA

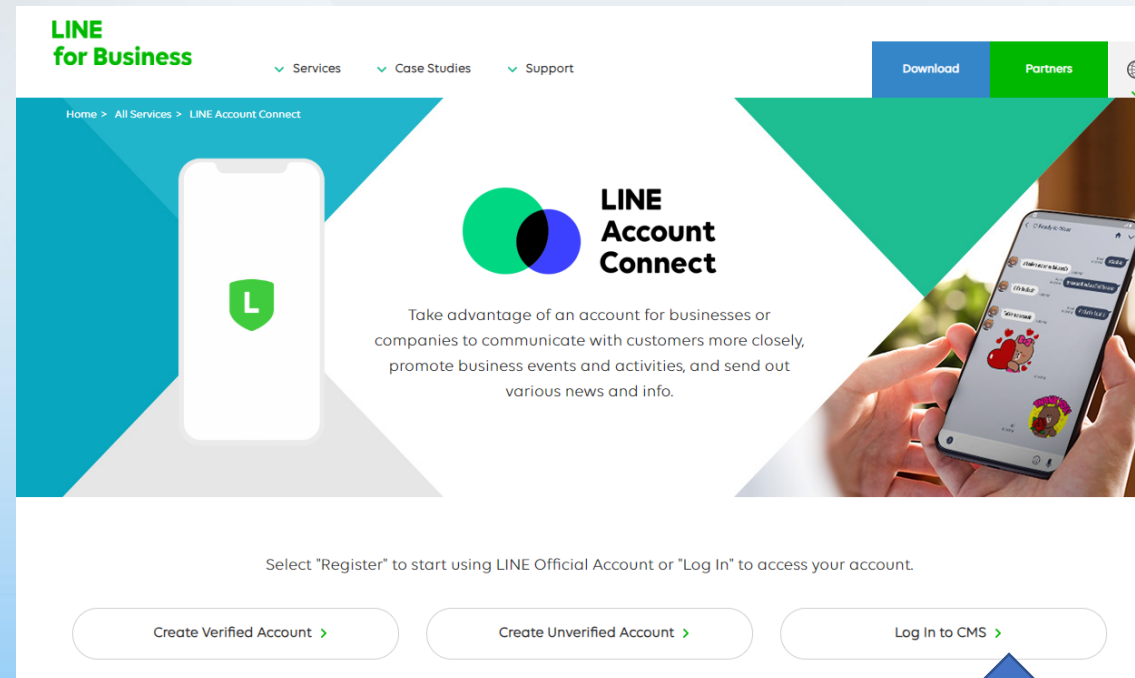
1.1 line OA คืออะไร

บัญชี **LINE** ที่เหมือนกับการสื่อสารกับเพื่อนและครอบครัวโดยสามารถส่งได้ทั้งข้อมูลทั่วไป กิจกรรมทางการขายและการตลาดหรือโปรโมชั่นพิเศษไปยังลูกค้า และแบรนด์สามารถจัดการข้อความหรือ รูปภาพต่างๆ ได้ด้วยตนเองผ่านระบบจัดการคอนเทนต์ของ **LINE** ไม่ว่าจะด้วยข้อความ รูปภาพ วิดีโอ หรือไลฟ์สดผ่าน **LINE LIVE** ก็สามารถถ่ายทอดให้ผู้ติดตามได้อย่างง่ายดาย โดยคอนเทนต์จะแจ้งเตือนบน **LINE** เหมือนเวลาได้รับข้อความจากเพื่อนหรือครอบครัว



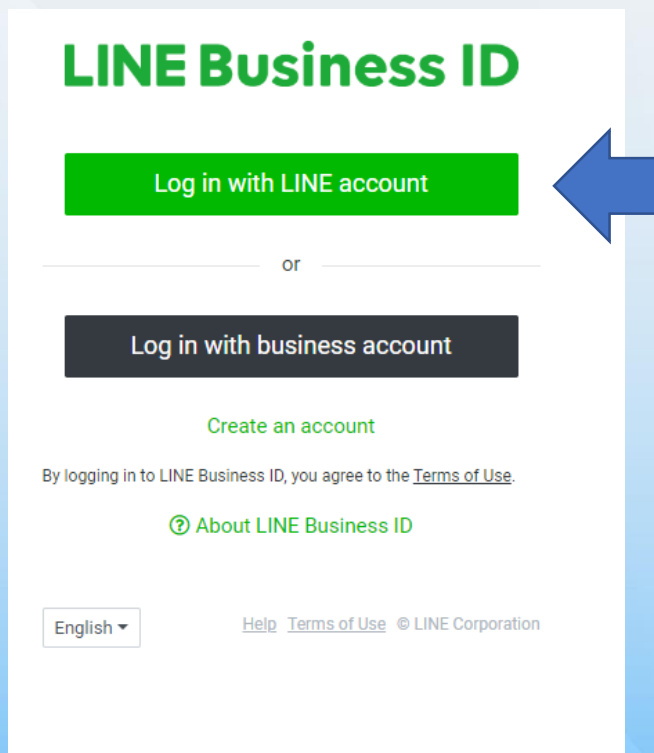
1.3 การสมัคร account line oa

เข้า website <https://www.linebiz.com/>
แล้วเลือก log in to CMS



1.3 การสมัคร account line oa

จากนั้นเลือก **Log in with LINE account** และกรอกข้อมูล
line account ให้ถูกต้อง



LINE Business ID

Log in with LINE account

or

Log in with business account

Create an account

By logging in to LINE Business ID, you agree to the [Terms of Use](#).

[? About LINE Business ID](#)

English ▼

[Help](#) [Terms of Use](#) © LINE Corporation

1.3 การสมัคร account line oa

หลังจากการ log in แล้วให้เลือก account

รายชื่อบัญชี

บัญชี (2)



ชื่อบัญชี

จำนวนเพื่อน

หน้าที่

แพ็กเกจ



edskub

1

แอดมิน

ฟรี

1.4 การตั้งค่าบัญชี

เข้าที่ menu ตั้ง

LINE Official Account Manager

edsclub @10srlus

หน้าหลัก การแจ้งเตือน ข้อมูลเชิงลึก ค่า โปสเตอร์

ตั้งค่า

ทำไมบัญชีนี้ถึงได้รับความนิยม

มาดูเทคนิคการจัดการของบัญชีที่ได้รับความนิยมกัน

ดูรายละเอียดเพิ่มเติม

ประกาศ

ชื่อ	วันที่
[Important] Notice of New Year's traffic	26/12/2019 16:38
[Notice] Notice about creating Targeting Broadcast	19/12/2019 10:15
[Notice] Improve Search feature in 1:1 Chat	06/12/2019 14:28

1.4 การตั้งค่าบัญชี

แล้วทำการปรับปรุงข้อมูลตามที่ต้องการ และในหน้านี้ยังสามารถเลือกการรับรองบัญชี หรือการซื้อ ชื่อ Premium ID ได้ด้วย

ตั้งค่าบัญชี

ตั้งค่าเบื้องต้น

ชื่อบัญชี

stock_list

สถานะ

รูปโปรไฟล์

แก้ไข

รูปหน้าปก

แก้ไข

ดูตัวอย่างโปรไฟล์

การแสดงผลข้อมูลบัญชี

สถานะการรับรอง

บัญชีทั่วไป

รับรองบัญชี

เมื่อบัญชีได้รับการรับรอง จะทำให้ผู้ใช้พบบัญชีของคุณง่ายขึ้น เนื่องจากจะแสดงชื่อบัญชีที่ผลการค้นหาในแอป LINE

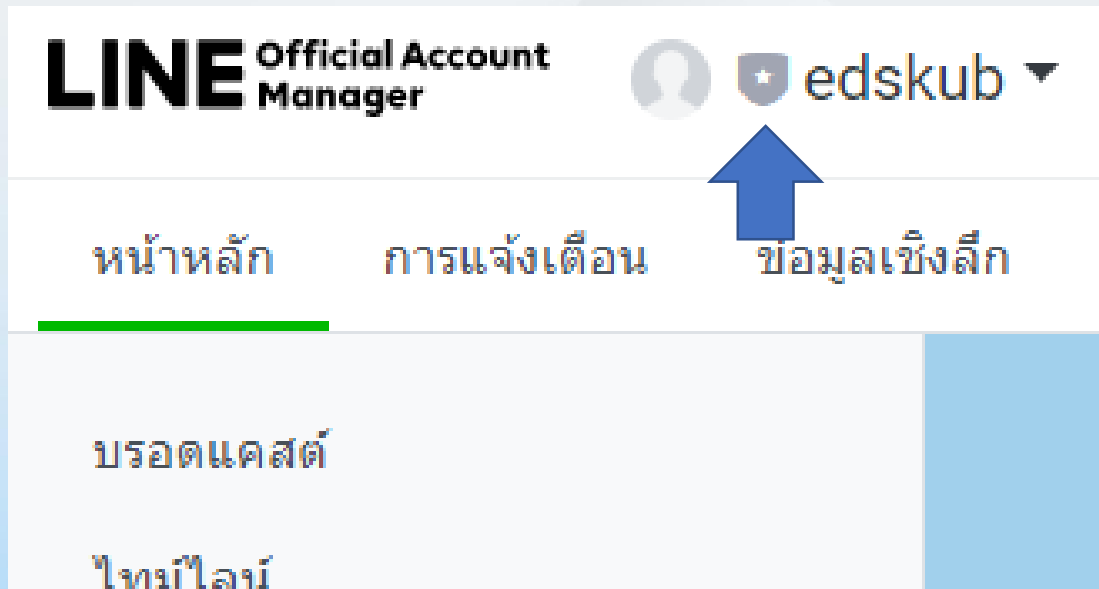
ตำแหน่งที่ตั้ง

ยังไม่กำหนด

แก้ไข

ที่อยู่ปัจจุบันที่กวีจะถูกแสดงที่ผลการค้นหาบัญชีและบัตรสะสมแต้ม

1.5 สถานะการรับรอง



Line OA ได้แบ่งสถานะทางบัญชีออกเป็น 3 ระดับ คือ

- โส่ขาว
- โส่น้ำเงิน
- โส่เขียว

1.5 สถานะการรับรอง

ชนิดของบัญชี LINE Official Account

บัญชี LINE เพื่อธุรกิจมีทั้งหมด 3 แบบ
โดยสามารถดูได้จากสีที่แตกต่างกันของโลโก้

ชนิด	รายละเอียด
 บัญชีพรีเมียม	หลังจากตรวจสอบโดย LINE จะได้รับโลโก้เขียวหรือน้ำเงิน โดยแอคเคาท์พรีเมียมและแอคเคาท์รับรองจะสามารถหาเจอได้บนแอปฯ LINE ทั้งยังได้รับฟีเจอร์พิเศษอื่นๆ มากกว่าด้วย
 บัญชีรับรอง	
 บัญชีทั่วไป	เป็นแอคเคาท์ทั้งสำหรับร้านค้าและบุคคล ซึ่งสามารถใช้ฟีเจอร์พื้นฐานได้เหมือนแอคเคาท์พรีเมียมและแอคเคาท์รับรอง และสามารถซื้อชื่อ Premium ID หรือชื่อเพิกเฉยเพิ่มเติมได้เช่นเดียวกัน

1.6 การอัปเกรดชื่อ Premium ID

เป็นการขอชื่อชื่อ ID ตามที่เราต้องการ(ในกรณีชื่อนั้นยังไม่มีผู้ใช้)

อัปเกรดชื่อ Premium ID

LINE Official Account แบบทั่วไปและรับรอง จะได้รับ ID แบบอักษรผสมตัวเลข ผู้ใช้สามารถเปลี่ยนเป็น ชื่อ Premium ID หรือตั้งชื่อให้เป็นชื่อแบรนด์หรือธุรกิจคุณ
โดยจะมีค่าใช้จ่าย 444 บาท หรือ \$12 ต่อปี เมื่อสมัครผ่านแอนดรอยด์หรือเว็บไซต์ และจะมีค่าใช้จ่าย 459 บาท ต่อปี เมื่อสมัครผ่าน iOS

ไอดีแบบสุ่ม

@Ax3DLI24c7

rabbit LINE Pay

Premium ID

@linecafe

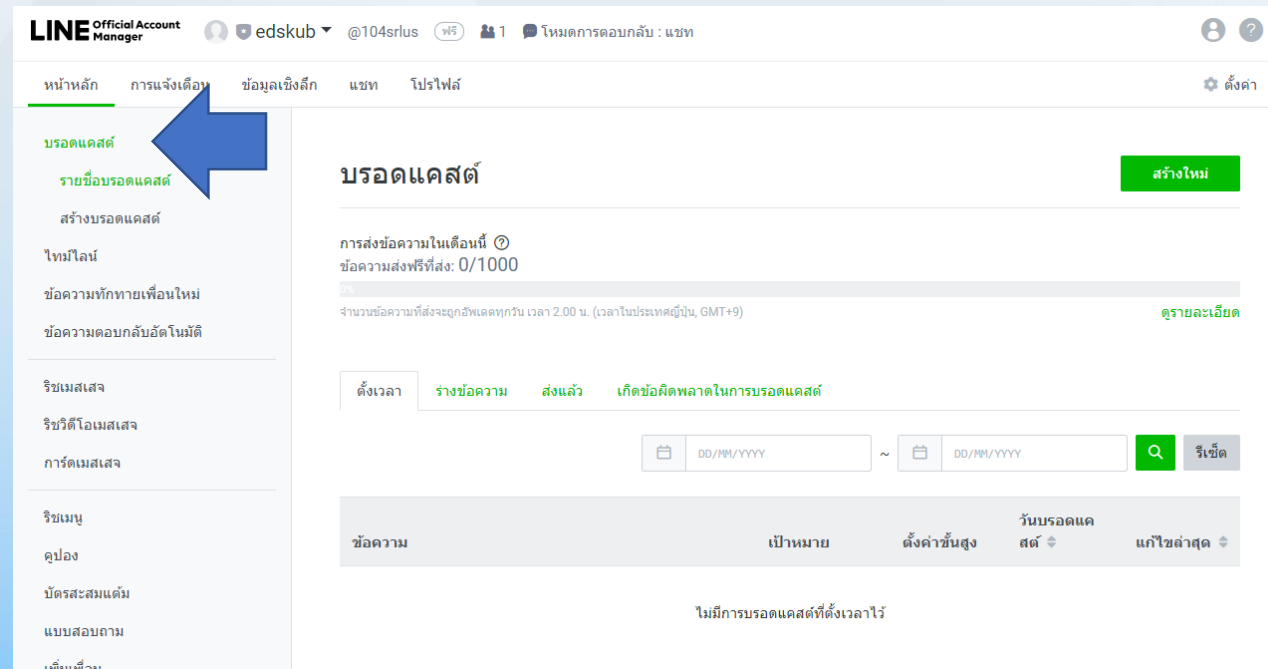
*สำหรับผู้ใช้งาน iOS

- 1) สามารถสมัครได้สูงสุด 1 Premium ID ต่อ 1 Apple ID
- 2) ไม่สามารถเปลี่ยนแปลง Premium ID นั้นๆ ได้ภายใน 1 ปี ทั้งนี้ หากผู้ใช้มีมากกว่า 3 บัญชี แนะนำให้สมัครผ่านเว็บไซต์ manager.line.biz
- 3) เมื่อครบ 1 ปีตามกำหนด ระบบจะต่ออายุบัญชีโดยอัตโนมัติ หากผู้ใช้ต้องการเปลี่ยนชื่อ Premium ID จำเป็นต้องยกเลิกก่อนวันหมดอายุ อย่างน้อย 1 วัน

2. เริ่มใช้งาน

2.1 การบรอดแคสต์

บรอดแคสต์ คือ การส่งข้อความจากบัญชี Line OA ส่งข้อมูลไปให้ติดตาม สามารถส่งได้ทั้งภาพ ข้อความ รูปภาพ เพื่อช่วยกระตุ้นยอดขายสินค้าและบริการได้อีกด้วยการบรอดแคสต์ทำได้โดยไปที่ หน้าหลักและเลือกบรอดแคสต์ จากนั้นเลือกสร้างใหม่



LINE Official Account Manager

หน้าหลัก การแจ้งเตือน ข้อมูลเชิงลึก แชท โปรไฟล์

บรอดแคสต์

รายชื่อบรอดแคสต์

สร้างบรอดแคสต์

ใหม่ไลน์

ข้อความที่หายเพื่อนใหม่

ข้อความตอบกลับอัตโนมัติ

ริชเมสเสจ

ริชวิดีโอเมสเสจ

การ์ดเมสเสจ

ริชเมนู

คู่มือ

บัตรสะสมแต้ม

แบบสอบถาม

เพิ่มเพื่อน

บรอดแคสต์

สร้างใหม่

การส่งข้อความในเดือนนี้ ②

ข้อความส่งฟรีที่ส่ง: 0/1000

จำนวนข้อความที่ส่งจะถูกลบทุกวัน เวลา 2.00 น. (เวลาในประเทศไทย, GMT+9)

ดูรายละเอียด

ตั้งเวลา

ร่างข้อความ

ส่งแล้ว

เกิดข้อผิดพลาดในการบรอดแคสต์

00/00/0000 ~ 00/00/0000

รีเซ็ต

ข้อความ	เป้าหมาย	ตั้งค่าขึ้นสูง	วันบรอดแคสต์	แก้ไขล่าสุด
ไม่มีการบรอดแคสต์ที่สร้างเวลาไว้				

จากนั้นกรอกข้อมูลสำหรับการทำ บรอดแคสต์ทั้งหมดและสามารถดูตัวอย่างได้
จากกรอบตัวอย่าง

ประวัติแชต

รายชื่อโปรดแคสต์

สร้างโปรดแคสต์

ใหม่ใหม่

ข้อความทักทายเพื่อนใหม่

ข้อความตอบกลับอัตโนมัติ

ริบเมสเสจ

รีวิคีโมเมสเสจ

การติเมสเสจ

ริบเมนู

คุปอง

บัตรสะสมแต้ม

แบบสอบถาม

เพิ่มเพื่อน

โปรดแคสต์

บันทึกวาง

ทดสอบโปรดแคสต์

ส่ง

ผู้รับ

เพื่อนทั้งหมด

ระบุ

วันรอดแคสต์

โปรดแคสต์ตอนนี้

DD/MM/YYYY

HH:mm

ตั้งค่าขั้นสูง

โพสต์บนใหม่ใหม่

กำหนดจำนวนสูงสุดของข้อความโปรดแคสต์

สร้างการทดสอบ A/B test

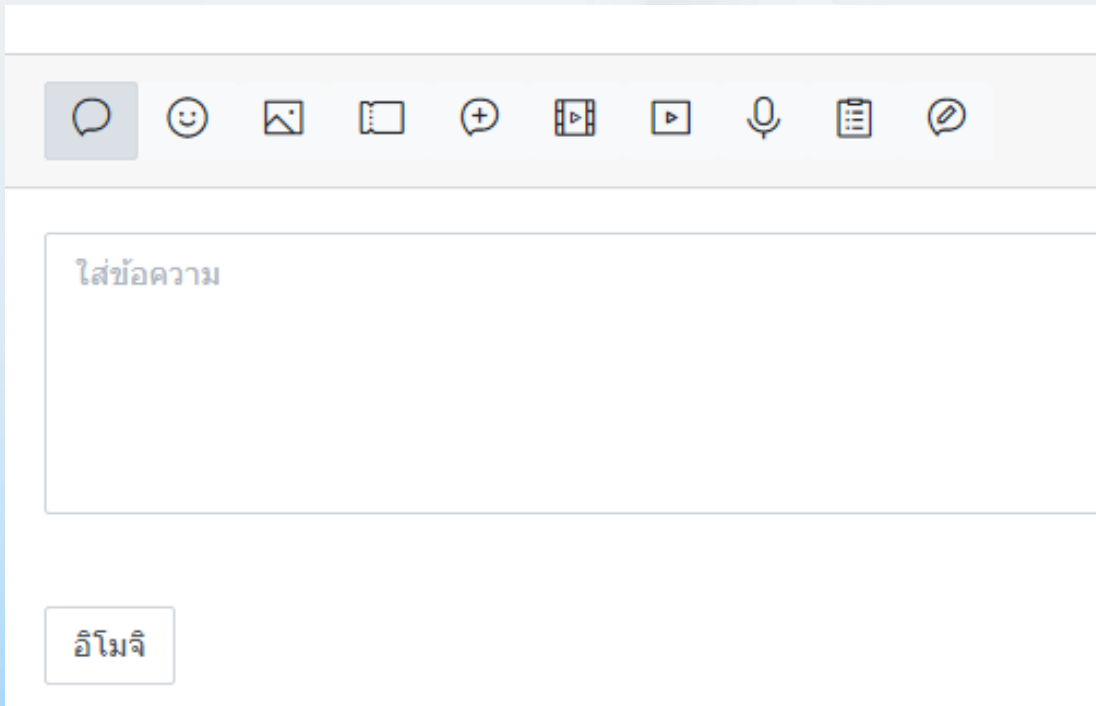
ดูตัวอย่าง

edskub

สวัสดีครับ

ประวัติได้รับ

2.1 การบรอดแคสต์



ใส่ข้อความ

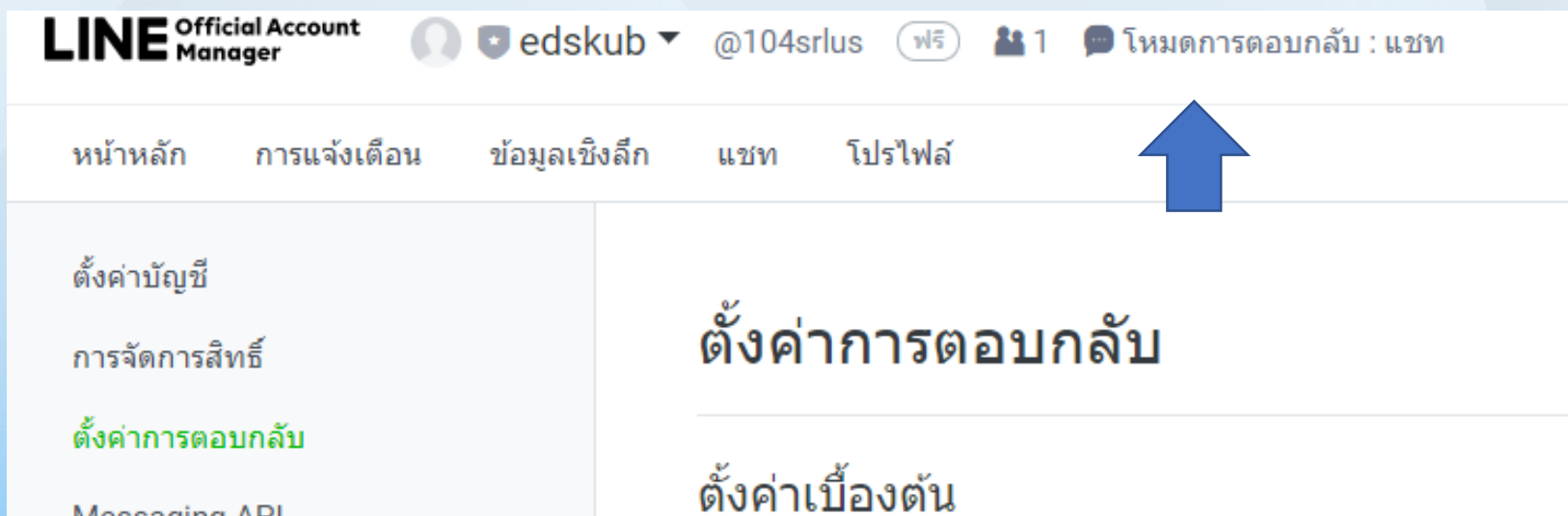
ส่ง

การบรอดแคสต์ทำได้ทั้งหมด 10 รูปแบบ คือ

- ข้อความ
- สติกเกอร์
- รูป
- คู่มือ
- ริชแมสเสจ
- ริชวิดีโอแมสเสจ
- วิดีโอ
- ข้อความเสียง
- แบบสอบถาม
- การ์ดแมสเสจ

2.2 การแชต และระบบข้อความอัตโนมัติ

การแชตในระบบ line OA นั้นมีรูปแบบคล้ายกับใน line app โดยใช้ตอบโต้แบบโดยตรงกับผู้ใช้ และสามารถใช้ระบบข้อความตอบกลับอัตโนมัติรวมเข้าไปด้วยในกรณีที่มีคนตอบข้อความ การตั้งค่าการแชตทำได้โดยการไปที่รูปบอลลูนข้อความ



2.2 การแชต และระบบข้อความอัตโนมัติ

LINE Official Account Manager

edskub @104srlus 1 โหมดการตอบกลับ : แชท

หน้าหลัก การแจ้งเตือน ข้อมูลเชิงลึก แชท โปรไฟล์

ตั้งค่าบัญชี

การจัดการสิทธิ์

ตั้งค่าการตอบกลับ

Messaging API

ข้อมูลลงทะเบียน

การใช้งานและการเรียกเก็บเงิน

ตั้งค่าการตอบกลับ

ตั้งค่าเบื้องต้น

โหมดการตอบกลับ

☐ ปิด

คุณสามารถใช้ข้อความตอบกลับอัตโนมัติและ Webhook ได้ในโหมดปิด

☒ แชท

คุณสามารถใช้แชทและข้อความตอบกลับอัตโนมัติได้ในโหมดแชท

ข้อความทักทายเพื่อนใหม่

☒ เปิด

☐ ปิด

ตั้งค่าข้อความทักทายเพื่อนใหม่

ตั้งค่าอย่างละเอียด

เวลาทำการ

☒ เปิด

☐ ปิด

ตั้งค่าเวลาทำการ

วิธีตอบข้อความ

ในเวลาทำการ

จากนั้นให้ทำการตั้งค่า

- โหมดการตอบกลับ
- ข้อความทักทายเพื่อนใหม่
- ข้อความตอบกลับอัตโนมัติ

2.2 การแชต และระบบข้อความอัตโนมัติ

การแชตด้วย bot

เมื่อตั้งค่าโหมดการตอบกลับเป็น bot จะสามารถ ส่งข้อความตอบกลับอัตโนมัติ

ตั้งค่าการตอบกลับ

ตั้งค่าเบื้องต้น

โหมดการตอบกลับ

☒ บอต
คุณสามารถใช้ข้อความตอบกลับอัตโนมัติและ Webhook ได้ในโหมดบอต

☐ แชท
คุณสามารถใช้แชทและข้อความตอบกลับอัตโนมัติได้ในโหมดแชท

ข้อความทักทายเพื่อนใหม่

☒ เปิด
☐ ปิด

ตั้งค่าข้อความทักทายเพื่อนใหม่

ตั้งค่าอย่างละเอียด

ข้อความตอบกลับอัตโนมัติ

☒ เปิด
☐ ปิด

ตั้งค่าข้อความตอบกลับอัตโนมัติ

2.2 การแชต และระบบข้อความอัตโนมัติ

โดยการตอบกลับด้วย bot นั้นจะใช้การกำหนด keyword เมื่อมีข้อความตรงตาม keyword เข้ามา bot จะตอบกลับไปตามข้อความที่ระบุไว้ให้

ลบ

บันทึก

ชื่อ

ใส่ชื่อ

0/20

สถานะ

☒ เปิด
 ☐ ปิด

ตั้งเวลาส่งข้อความ

☐ ตั้งเวลา

DD/MM/YYYY

~

DD/MM/YYYY

HH:mm

~

HH:mm

ทุกวัน

โซนเวลา :

(UTC+07:00) Asia/Bangkok, Jakarta

คีย์เวิร์ด

☐ กำหนดคีย์เวิร์ด

ใส่คีย์เวิร์ด

เพิ่ม

เพิ่มคีย์เวิร์ดได้โดยพิมพ์คำที่ต้องการแล้วกดปุ่ม "ENTER" หรือคลิก "เพิ่ม"

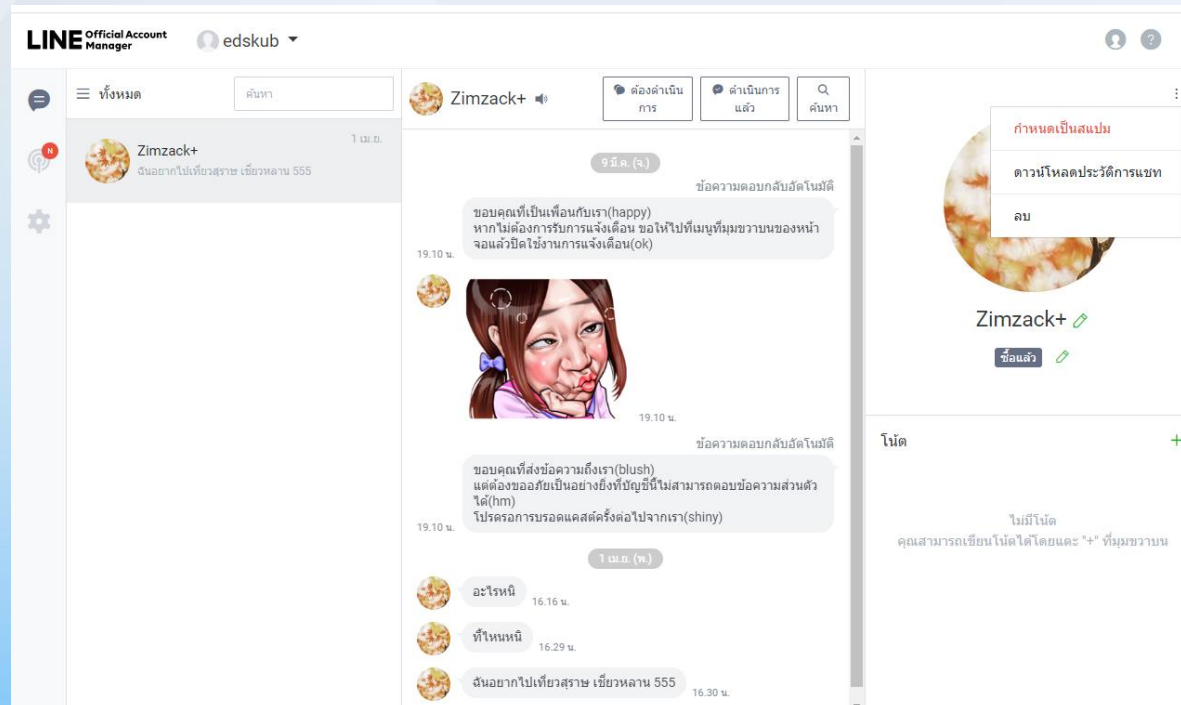
คีย์เวิร์ดต้องมีความยาวไม่เกิน 30 ตัวอักษร

^ v x

ใส่ข้อความ

2.2 การแชต และระบบข้อความอัตโนมัติ

ในกรณีตั้งค่าการตอบกลับแบบแชตนั้นจะเหมือนกับการพูดคุยบน line App และหากมีผู้ใช้บางคนเป็นสแปม เราสามารถทำการบล็อกสแปมและลบผู้ใช้ออกได้



2.2 การแชต และระบบข้อความอัตโนมัติ

ข้อความตอบกลับอีกรูปแบบคือข้อความตอบรับเพื่อนใหม่ ซึ่ง 1 คนจะได้รับ 1 ครั้งเท่านั้นตอนเป็นเพื่อนใหม่กับ Line OA ของเรา โดยเราสามารถตั้งข้อความทักทายเพื่อนใหม่ได้ในเมนูทักทายเพื่อนใหม่แล้วกรอกข้อมูลตามต้องการ

The screenshot shows the LINE Official Account Manager interface. The top navigation bar includes 'LINE Official Account Manager', a user profile 'stock_list' with ID '@209lutuf', and a notification bell icon. The main menu on the left lists various management options: 'หน้าหลัก', 'การแจ้งเตือน', 'ข้อมูลเชิงลึก', 'แชท' (highlighted with a green circle and '1'), and 'โปรไฟล์'. The 'แชท' section is active, displaying 'ข้อความทักทายเพื่อนใหม่' (New Greeting Message). Below the title, a description states: 'ข้อความนี้จะถูกส่งโดยอัตโนมัติเมื่อผู้ใช้เพิ่มบัญชีของคุณเป็นเพื่อน หากไม่ต้องการส่งข้อความทักทายเพื่อนใหม่ โปรดไปที่ "ตั้งค่า" > "ตั้งค่าการตอบกลับ" แล้วปิดใช้งาน'. There are two buttons: 'ยกเลิกการแก้ไข' (Cancel Edit) and 'บันทึกการแก้ไข' (Save Edit). The main content area shows a preview of the greeting message with fields for 'Nickname' and 'AccountName'. Below the preview are input fields for 'อีโมจิ' (Emoji), 'ชื่อผู้ใช้' (Username), and 'ชื่อบัญชี' (Account Name). At the bottom, a note reads: 'ข้อความที่ประกอบด้วยชื่อที่ใช้ใน LINE ของเพื่อนจะถูกส่งไปยังผู้ใช้ที่อนุญาตให้ดูโปรไฟล์เท่านั้น'.

2.3 การใช้ แท็ก

แท็ก คือ การติดป้ายกำกับให้กับผู้ใช้เพื่อแบ่งกลุ่มหรือคัดกรองผู้ใช้งานสร้าง แท็กไปที่เมนูเลือกการตั้งค่าแชตและ เลือกหัวข้อ แท็กแล้วจึงเลือกสร้างใหม่

ตั้งค่าแชต

แชต

แท็ก

ข้อความตอบกลับ

กลับไปที่แชต

แท็ก

ค้นหาแท็ก

+

สร้างใหม่

ชื่อ

▼

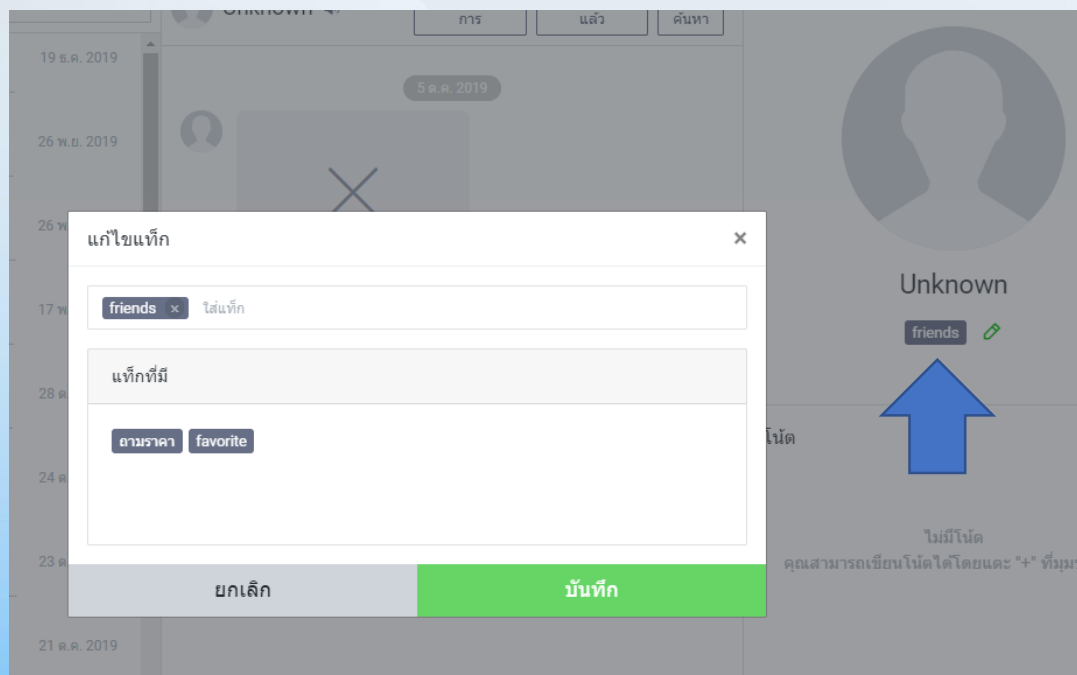
แชตที่ใช้แท็ก

ยังไม่มีแท็ก

โปรดคลิก "สร้างใหม่" ที่มุมขวบนเพื่อสร้างแท็กใหม่สำหรับใช้จัดการแชต

2.3 การใช้ แท็ก

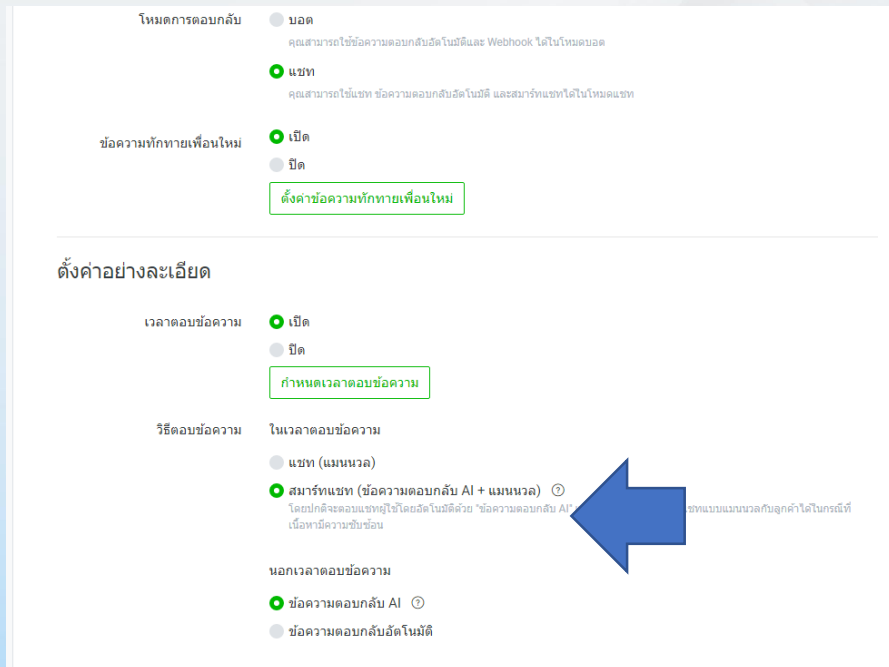
เมื่อต้องการใช้ แท็ก ให้เลือกชื่อผู้ติดตามจากนั้นกดมราเครื่องหมาย
แท็กได้รูปเพื่อติด แท็ก



2.4 ข้อความตอบกลับ AI

ข้อความตอบกลับ AI คือการที่ระบบส่งข้อความอัตโนมัติกลับไปยังลูกค้าได้โดยจะพิจารณาเนื้อหาในข้อความที่ลูกค้าพิมพ์เข้ามาแล้ว ระบบจะเลือกชุดคำตอบที่ AI คาดการณ์และคิดว่า เหมาะสมเพื่อตอบกลับโดยอัตโนมัติ ซึ่งไม่ต้องทำการกำหนด **Keyword** หรือดักคำ

การจะเริ่มใช้งานข้อความตอบกลับ AI ต้องเริ่มจากการปรับ ตั้งค่าการตอบกลับเป็น **สมาร์ตแชท (ข้อความตอบกลับ AI + แมนนวล)**



The screenshot shows a configuration page for a chatbot. It includes sections for 'โหมดการตอบกลับ' (Response Mode) with options 'บอด' (Mute) and 'แชท' (Chat), 'ข้อความทักทายเพื่อนใหม่' (New friend greeting message) with 'เปิด' (On) and 'ปิด' (Off) options, 'ตั้งค่าข้อความทักทายเพื่อนใหม่' (Set new friend greeting message), 'ตั้งค่าอย่างละเอียด' (Detailed settings), 'เวลาตอบข้อความ' (Response time) with 'เปิด' (On) and 'ปิด' (Off) options, 'กำหนดเวลาตอบข้อความ' (Set response time), 'วิธีตอบข้อความ' (Response method) with 'ในเวลาตอบข้อความ' (In response time) and 'สมาร์ตแชท (ข้อความตอบกลับ AI + แมนนวล)' (Smart Chat (AI response + Manual)) options, and 'นอกเวลาตอบข้อความ' (Response time outside) with 'ข้อความตอบกลับ AI' (AI response) and 'ข้อความตอบกลับอัตโนมัติ' (Automatic response) options. A blue arrow points to the 'สมาร์ตแชท (ข้อความตอบกลับ AI + แมนนวล)' option.

2.4 ข้อความตอบกลับ AI

โดยระบบ AI จะแบ่งหมวดคำถามออกเป็น 4 หมวดใหญ่ คือ

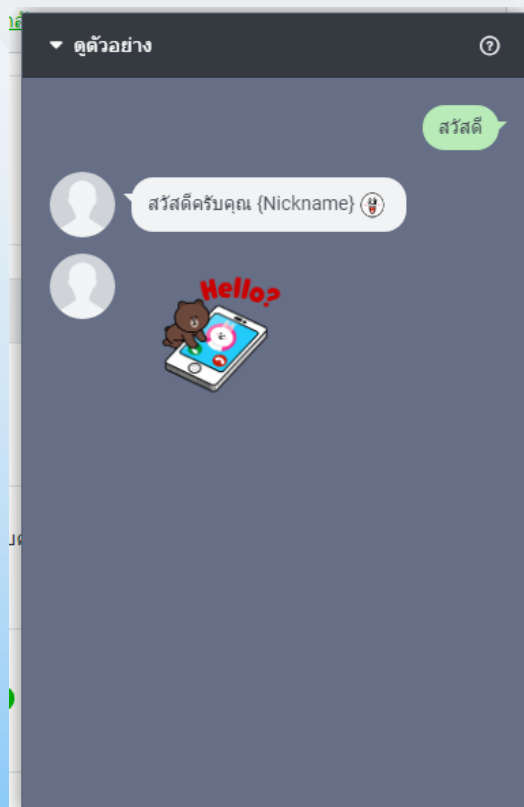
- คำถามทั่วไป
- ข้อมูลพื้นฐาน
- ข้อมูลอื่นๆ
- การจอง

และในแต่ละหมวดจะมีกลุ่มคำของแต่ละกลุ่มเองที่ไม่ซ้ำกัน

คำถามทั่วไป	ข้อมูลพื้นฐาน	ข้อมูลอื่นๆ	การจอง
ประเภท	ข้อความ	ตัวอย่าง	
ทักทาย	 สวัสดีครับคุณ Nickname	 ตัวอย่าง	
วิธีใช้	 สืบค้นของเราคือ คอร์สการอบรมครับคุณ Nickname	 ตัวอย่าง	
ขอบคุณ	 ยินดีให้บริการครับคุณ Nickname	 ตัวอย่าง	
ไม่สามารถตอบได้	 ขออภัยในความไม่สะดวกครับ	 ตัวอย่าง	
ร้องเรียน	 ขออภัยเป็นอย่างยิ่ง	 ตัวอย่าง	
คำถามยาวเกินไป	 ฉันไม่สามารถเข้าใจคำถามได้ กรุณาถามด้วยคำถามที่สั้นลงได้ไหมคะ	 ตัวอย่าง	

2.4 ข้อความตอบกลับ AI

เมื่อแก้ไขข้อความเสร็จแล้วให้กดดูตัวอย่างเพื่อตรวจสอบการทำงาน



2.5 ริชเมสเสจ

วิเศษเสจ

ข้อความแบบรูปภาพที่ดึงดูดความสนใจจากลูกค้าได้เป็นอย่างดี

ลบ

บันทึก

ชื่อ

แนะนำสินค้าใหม่

15/100

ชื่อจะถูกแสดงในทางแจ้งเตือนแบบพุทธรและรายชื่อแชท

ตั้งคำข้อความ

ติ๊กไฮไลท์



B

C

เลือกเทมเพลต

อัปเดตโครงสร้าง

สร้างรูป

แก้ไข

▼ A

ประเภท

ลิงก์

https://www.sanook.com/

ป้ายแอคชั่น

สนุกจำ

7/100

ริชเมสเสจ คือการส่งข้อความแบบ รวบรวมภาพและข้อความไว้ที่เดียวกันโดยสามารถฝัง ลิงค์ที่เมื่อกดรูปแล้วจะพาไปเว็บไซต์ที่ต้องการ หรือจะเลือกส่งริชเมสเสจเป็นคุปองก็ได้

วิธีการใช้งาน คือ เลือกสร้างใหม่และกรอกข้อมูลของ ริชแมสเสจให้ครบถ้วน โดยต้องมีการใส่รูป **background** ด้วย

2.5 ริชเมสเสจ

ตั้งค่าข้อความ



B

C

เลือกเทมเพลต

อัปโหลดรูปพื้นหลัง

สร้างรูป

ไอคอนไกด์

แฉีกชั้น

▼ A

ประเภท

ลิงก์

https://www.sanook.com/

ป้ายแฉีกชั้น ?

สนุกจ๋า

7/100

จากนั้นเลือกแฉีกชั้นที่ต้องการให้กระทำ
ซึ่งเลือกได้ 2 แบบคือ ลิงก์ หรือคูปอง

2.5 ริชเมสเสจ

แบบ ลิงก์ ให้กรอกข้อมูล **link** และกดบันทึก

ประเภท

ลิงก์

https://www.pdpa.online.th

ป้ายแอ็คชัน ?

link pdpa

9/100

แบบคูปองให้เลือกคูปอง (ต้องสร้างคูปองไว้ก่อน)

ประเภท

คูปอง

เลือก

ป้ายแอ็คชัน ?

coupon

6/100

2.5 ริชเมสเสจ

ตั้งค่าขั้นสูง ☒ โพสต์บนโซเชียล

☐ กำหนดจำนวนสูงสุดของข้อความบรอดแคสต์

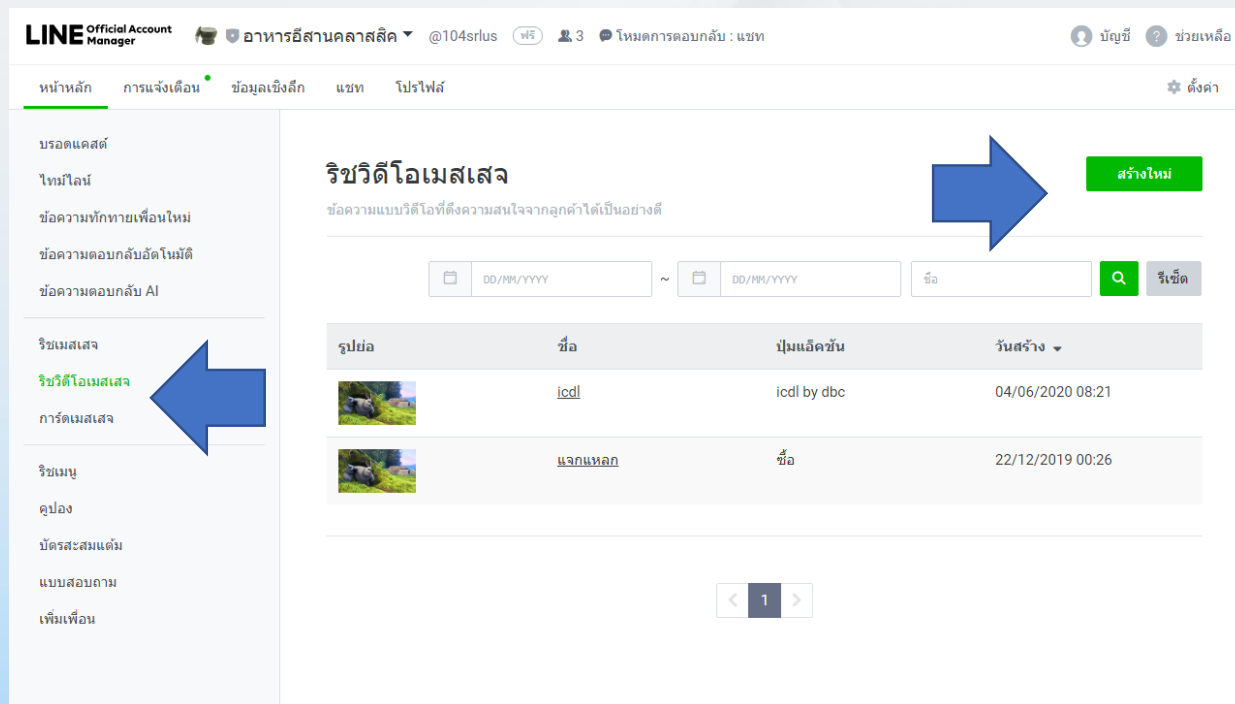
☐ สร้างการทดสอบ A/B test

ริชเมสเสจ

ใส่ข้อความ

เมื่อจะส่งให้ไปที่เมนู
broadcast และเลือก
ข้อมูล
ที่จะส่งเป็นริชเมสเสจ

2.6 ริชวิตีโอเมสเสจ



LINE Official Account Manager

อาหารอีสานคลาสสิก @104srlus 3 โหมดการตอบกลับ : แห่

หน้าหลัก การแจ้งเตือน ข้อมูลเชิงลึก แห่ โปรไฟล์

รีชเมสเสจ

ริชวิตีโอเมสเสจ

การดเมสเสจ

ริชเมนู

คู่มือ

บัตรสะสมแต้ม

แบบสอบถาม

เพิ่มเพื่อน

ริชวิตีโอเมสเสจ

ข้อความแบบริชวิตีโอที่ดึงความสนใจจากลูกค้าได้เป็นอย่างดี

สร้างใหม่

DD/MM/YYYY ~ DD/MM/YYYY ชื่อ

รูปย่อ	ชื่อ	ปุ่มแอคชั่น	วันสร้าง
	icdl	icdl by dbc	04/06/2020 08:21
	แจกแหมลก	ชื่อ	22/12/2019 00:26

1

ริชวิตีโอเมสเสจ เป็นการส่งข้อความแบบวิดีโอให้กับผู้ใช้และสามารถที่ดึงความสนใจจากลูกค้าได้เป็นอย่างดี

เริ่มการใช้งานโดยเข้าไปที่เมนูริชวิตีโอเมสเสจแล้วกดสร้างใหม่ หรือเลือก ริชวิตีโอเมสเสจที่มีอยู่แล้ว

2.6 รัชวัติโอเมสเสจ

ชื่อ

0/100

ชื่อจะถูกแสดงในการแจ้งเตือนแบบพุชและรายชื่อแชท

ตั้งคำวิดีโอ

คลิกที่นี่เพื่อ

ชื่อไฟล์: -

ความยาว: -

ปุ่มแอคชัน

☐ ซ่อน

☒ แสดง

ลิงก์

ข้อความบนปุ่มแอคชัน

☒ ดูเพิ่มเติม

☐ ติดตั้ง

☐ ชื่อ

☐ จอ

☐ เข้าร่วม

☐ สมัคร

☐ ร่วมกิจกรรม

☐ โหวต

☐ ค้นหา

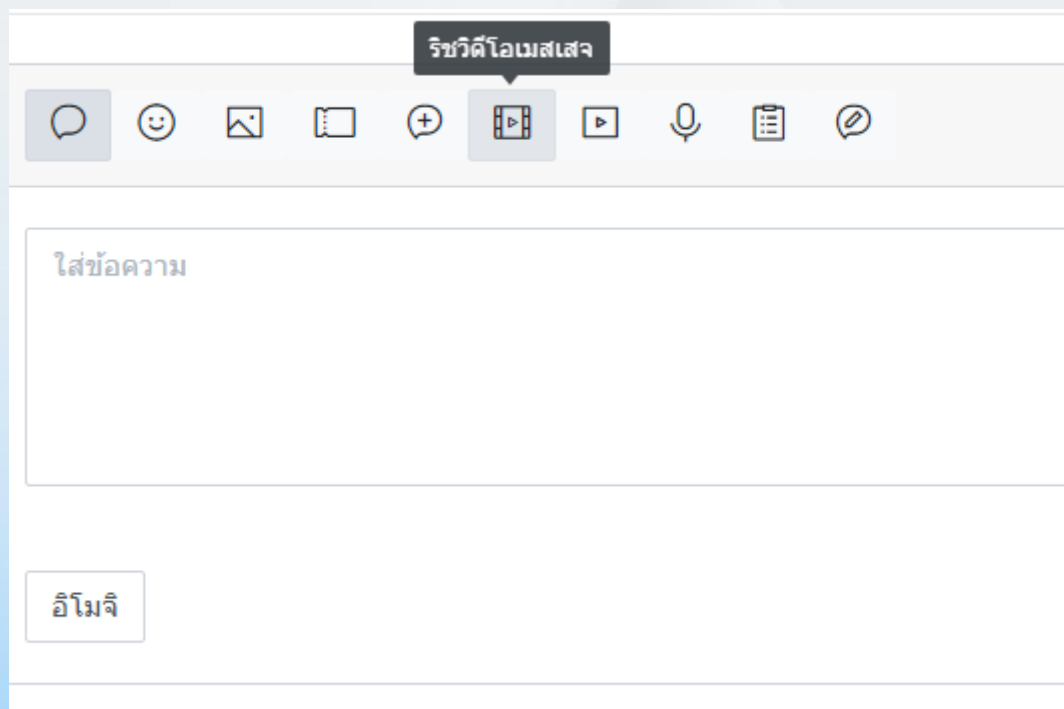
☐ ติดต่อสอบถาม

☐ ขอเอกสาร

☐ ดูวิดีโออื่นๆ

กรอกข้อมูลให้ครบถ้วนและอัปโหลดวิดีโอ โดยสามารถใช้รูปแบบไฟล์ที่แนะนำคือ **MP4, MOV, WMV** ขนาดไฟล์ไม่เกิน **200 MB**

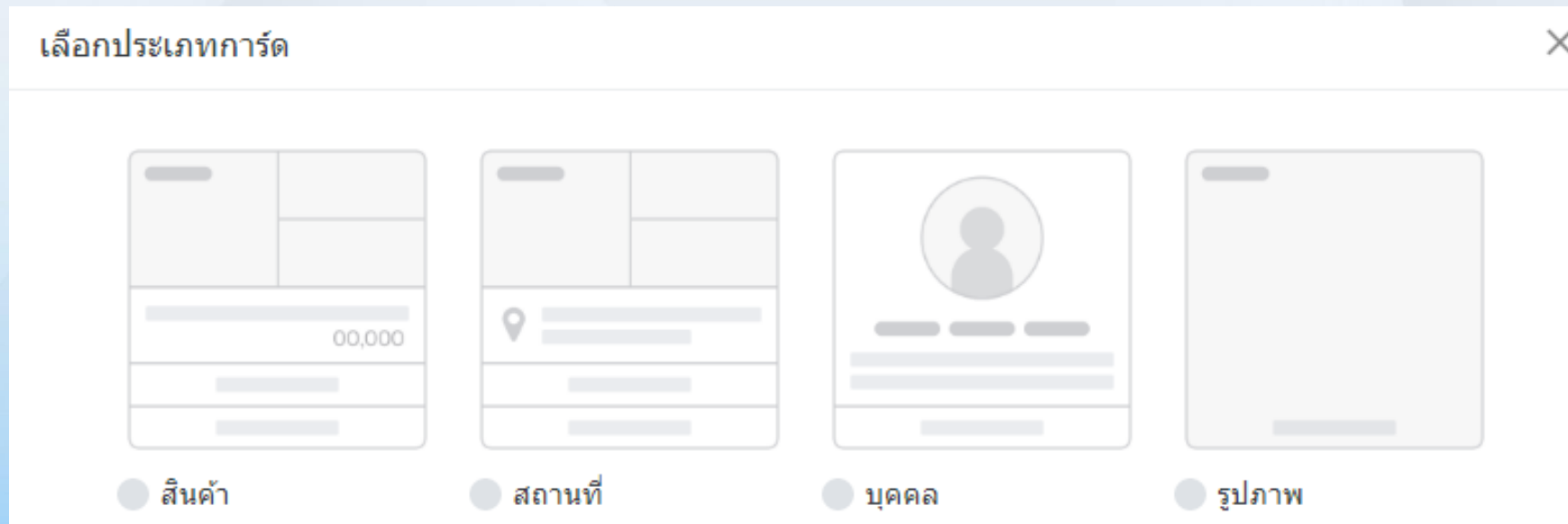
2.6 ริชวิดีโอเมสเสจ



และใช้การบรอดแคสแบบ
ริชวิดีโอเมสเสจเพื่อส่งข้อความ

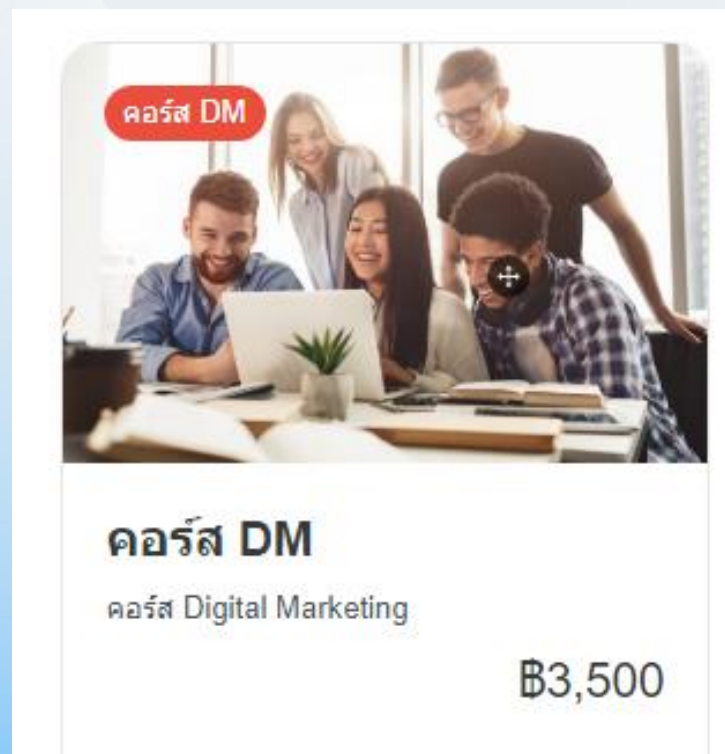
2.7 การ์ดเมสเสจ

เป็นการส่งข้อความในรูปแบบการ์ดที่รวมเนื้อหาต่างๆ เอาไว้ในที่เดียว โดยจะแสดงเนื้อหาแบบภาพสไลด์ที่ลูกค้าสามารถปิดการ์ดไปด้านข้างเพื่อดูเนื้อหาบนการ์ดอื่นได้ โดยมีรูปแบบ การ์ดอยู่ 4 รูปแบบ



2.7 การ์ดเมสเสจ

การ์ดเมสเสจแบบสินค้าเป็นการ์ดที่ใช้แสดงข้อมูลสินค้า และราคาได้ด้วยและยังสามารถใส่แอคชั่นสำหรับการกระทำอื่นๆเพิ่มได้



2.7 การ์ดเมสเสจ

เมื่อเลือก **การ์ดเมสเสจแบบสินค้า** แล้วให้กรอกข้อมูลรายละเอียดพร้อมราคา และสามารถ **ใช้แอ็กชัน** เพื่อเพิ่มลูกเล่นได้



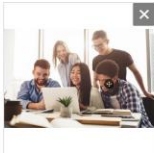
คอร์ส DM
คอร์ส Digital Marketing
฿3,500

ข้อมูลเพิ่ม

☒ **แบนเนอร์**

คอร์ส DM 8/12

รูป 1



ชื่อการ์ด

คอร์ส DM 8/20

☒ **คำอธิบาย**

คอร์ส Digital Marketing 23/60

☒ **ราคา**

฿ 3,500 5/15

☒ **แอ็กชัน 1**

ข้อมูลเพิ่ม 11/15

ประเภท

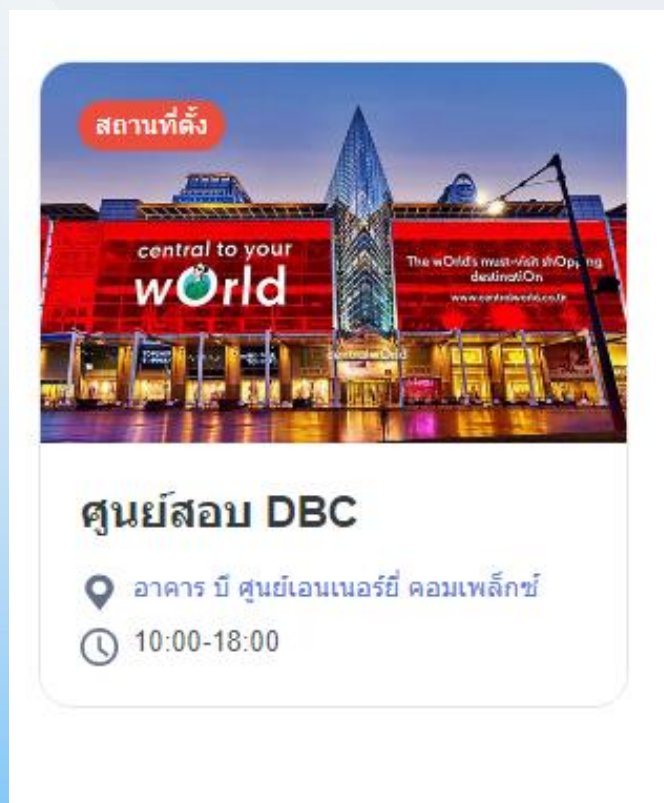
ลิงก์
<https://icdl.online.th/icdl-thailand-dbc-certifi>

☐ **แอ็กชัน 2**

ใส่ข้อความสำหรับป้ายแอ็กชัน 0/15

2.7 การ์ดเมสเสจ

การ์ดเมสเสจแบบสถานที่ เป็นการการ์ดที่ใช้แสดงที่อยู่ติดต่อ
หรือสถานที่บนแผนที่ออนไลน์ได้



2.7 การ์ดเมสเสจ

สถานที่ตั้ง



ศูนย์สโตน DBC

อาคาร บี ศูนย์เอนเนอร์ยี คอมเพล็กซ์

10:00-18:00

☒ แบนเนอร์

สถานที่ตั้ง

11/12

A

A

✓

A

A

A

รูป

1



ชื่อการ์ด

ศูนย์สโตน DBC

12/20

☒ ที่อยู่

อาคาร บี ศูนย์เอนเนอร์ยี คอมเพล็กซ์

ตำแหน่งที่ตั้ง

37/60

☒ ข้อมูลเพิ่มเติม

เวลา

10:00-18:00

11/30

☐ แอ็กชัน 1

ใส่ข้อความสำหรับป้ายแอ็กชัน

0/15

ประเภท

เลือก

☐ แอ็กชัน 2

ใส่ข้อความสำหรับป้ายแอ็กชัน

0/15

ประเภท

เลือก

เมื่อเลือก การ์ดเมสเสจแบบสถานที่
แล้วให้กรอกข้อมูลรายละเอียดโดยสามารถใส่
รูปสถานที่ แผนที่ออนไลน์ ที่อยู่ ที่ติดต่อ
ข้อมูลเวลา เปิดทำการ

2.7 การ์ดเมสเสจ



ร้านอาหารอีสาน

ร้านอาหาร

ร้านอาหารเปิดใหม่ อร่อย สะอาด ราคาถูก

[link เว็บไซต์](#)

การ์ดเมสเสจแบบบุคคล

เป็นการ์ดที่ใช้แสดงมูลของบุคคล ร้านค้า
หรือ บริษัทแบบลงรายละเอียดพร้อม
การติดแท็ก

2.7 การ์ดเมสเสจ



ร้านอาหารอีสาน

ร้านอาหาร

ร้านอาหารเปิดใหม่ อร่อย สะอาด ราคาถูก

link เว็บไซต์

รูป



ชื่อ

ร้านอาหารอีสาน 14/20

ร้านอาหาร 9/12

ได้ข้อความแบบแนบ 0/12

ได้ข้อความแบบแนบ 0/12

ร้านอาหารเปิดใหม่ อร่อย สะอาด ราคาถูก

37/60

link เว็บไซต์ 13/15

ประเภท

ลิงก์

https://dbc.online.th/

✓ แท็ก 1

✓ แท็ก 2

✓ แท็ก 3

✓ คำอธิบาย

✓ แฉีกชั้น 1

เมื่อเลือกสร้าง การ์ดเมสเสจแบบบุคคล
จะสามารถใส่ข้อมูลที่น่าสนใจพร้อมการใส่แท็ก
เพื่อให้ผู้ใช้ค้นหาได้ง่ายขึ้น

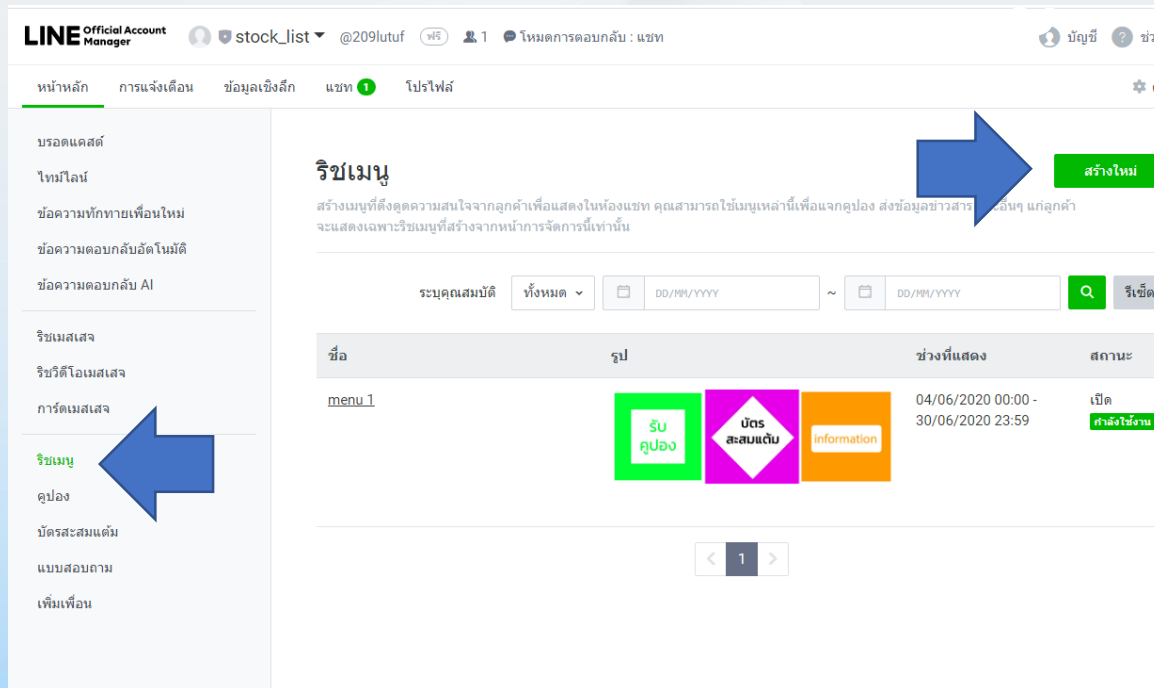
2.7 การ์ดเมสเสจ



การ์ดเมสเสจแบบรูปภาพ
เป็นการ์ดที่ใช้ส่งรูปภาพให้ผู้รับโดยสามารถ
ส่งรูปภาพได้มากกว่า 1 ในการส่ง 1 ครั้ง

2.8 ริช

เมนู



LINE Official Account Manager

stock_list @209lutuf 1 โหมดการตอบกลับ : แชท

หน้าหลัก การแจ้งเตือน ข้อมูลเชิงลึก แชท 1 โปรไฟล์

บรอดแคสต์
ไทม์ไลน์
ข้อความที่หายเพี้ยนใหม่
ข้อความตอบกลับอัตโนมัติ
ข้อความตอบกลับ AI

ริชเมสเสจ
ริชวิดีโอเมสเสจ
การ์ดเมสเสจ
ริชเมนู
คูปอง
บัตรสะสมแต้ม
แบบสอบถาม
เพิ่มเพื่อน

ริชเมนู

สร้างเมนูที่ดึงดูดความสนใจจากลูกค้าเพื่อแสดงในหน้าจอแชท คุณสามารถใช้เมนูเหล่านี้เพื่อแจกคูปอง ส่งข้อมูลข่าวสาร และอื่นๆ แก่ลูกค้า จะแสดงเฉพาะริชเมนูที่สร้างจากหน้าการจัดการนี้เท่านั้น

ระบุคุณสมบัติ ทั้งหมด DD/MM/YYYY ~ DD/MM/YYYY

ชื่อ	รูป	ช่วงที่แสดง	สถานะ
menu 1		04/06/2020 00:00 - 30/06/2020 23:59	เปิด แก้ไข

< 1 >

ริชเมนูคือการสร้างเมนูซึ่งจะปรากฏอยู่ด้านล่างของช่องแชท คุณสามารถใช้เมนูเหล่านี้เพื่อแจกคูปอง ส่งข้อมูลข่าวสาร และอื่นๆ แก่ลูกค้า

เริ่มการใช้งานโดยเข้าไปที่หน้าหลัก และเลือก ริชเมนู จากนั้นกดสร้างใหม่

2.8 ริช

เมนู

ตั้งค่าเมนู

ชื่อ

menu 1

6/30

สถานะ

☒ เปิด
 ☐ ปิด

ช่วงที่แสดง

04/06/2020

00:00

~

30/06/2020

23:59

รีเซ็ต

ข้อความบนเมนูบาร์ ?

☐ เมนู
 ☒ ข้อความอื่นๆ

เลือก

5/14

การแสดงผลเมนูแบบเริ่มต้น ?

☒ แสดง
 ☐ ซ่อน

จากนั้นกรอกข้อมูลส่วนแรก
คือ ชื่อของเมนู สถานะ
การแสดงผลข้อมูลให้ครบถ้วน

2.8 ริช

เมนู

ใหญ่

Check

Check

Check

Check

Check

Check

Check

เล็ก

Check

Check

Check

Check

Check

ยกเลิก

เลือก

แล้วจึงมาส่วนการเลือกเทมเพลต ซึ่งจะเป็น
การเลือกจำนวนเมนูที่แสดงด้วย พร้อมทั้งใส่
รูปซึ่งจะแสดงเป็นไอคอนของเมนู

2.8 ริช

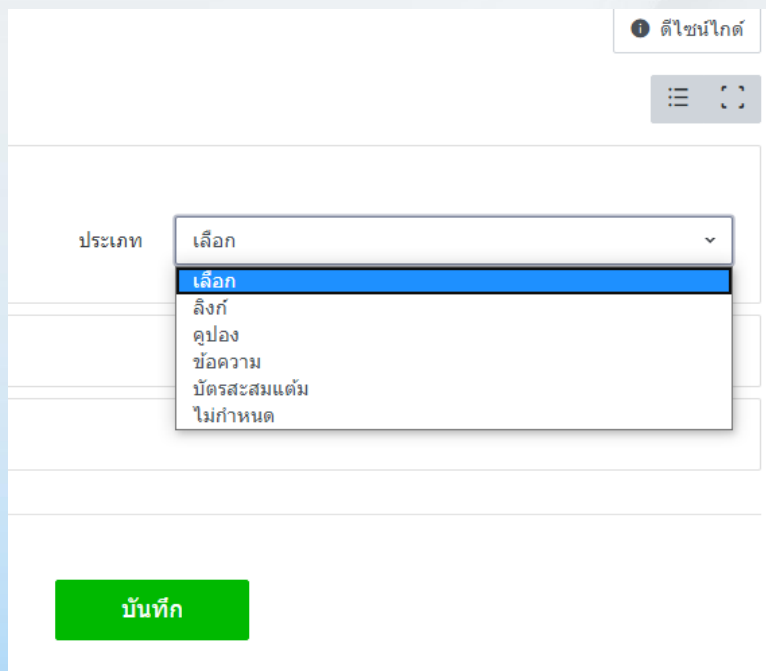
เมนู

จากนั้นให้เลือกแอคชั่นแต่ละเมนูว่าต้องการให้ทำอะไรโดยเลือกได้

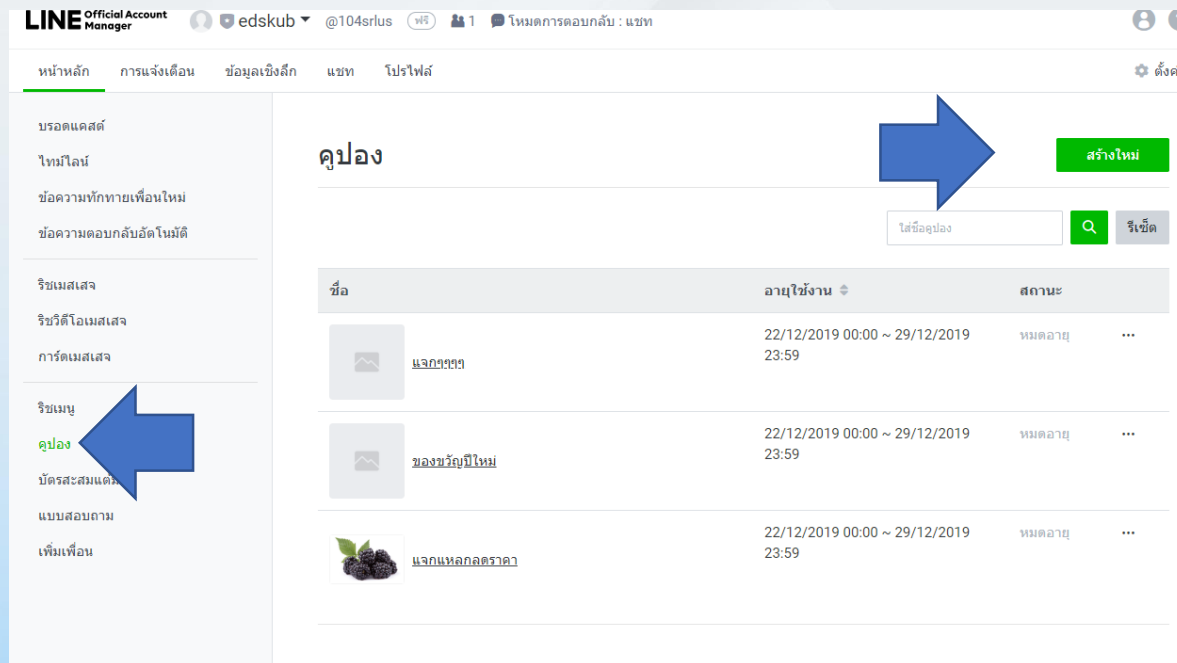
5 แบบคือ

- ลิ้งค์
- คู่มือ
- ข้อความ
- บัตรสะสมแต้ม
- กำหนด

แล้วกรอกข้อมูลแอคชั่นให้ครบถ้วนเมื่อกดบันทึกกริขเมนูจะใช้งาน
ได้ทันที



2.9 ระบบคูปอง



LINE Official Account Manager

หน้าหลัก การแจ้งเตือน ข้อมูลเชิงลึก แชท โปรไฟล์

บรอดแคสต์ ไลน์ โฆษณา ความท้าทายเพื่อนใหม่ ความคืบหน้าคูปอง

ริชเมสเสจ ริชวิดีโอเมสเสจ การ์ดเมสเสจ

ริชเมนู **คูปอง** บัตรสะสมแต้ม แบบสอบถาม เพื่อน

คูปอง

สร้างใหม่

ใส่ชื่อคูปอง

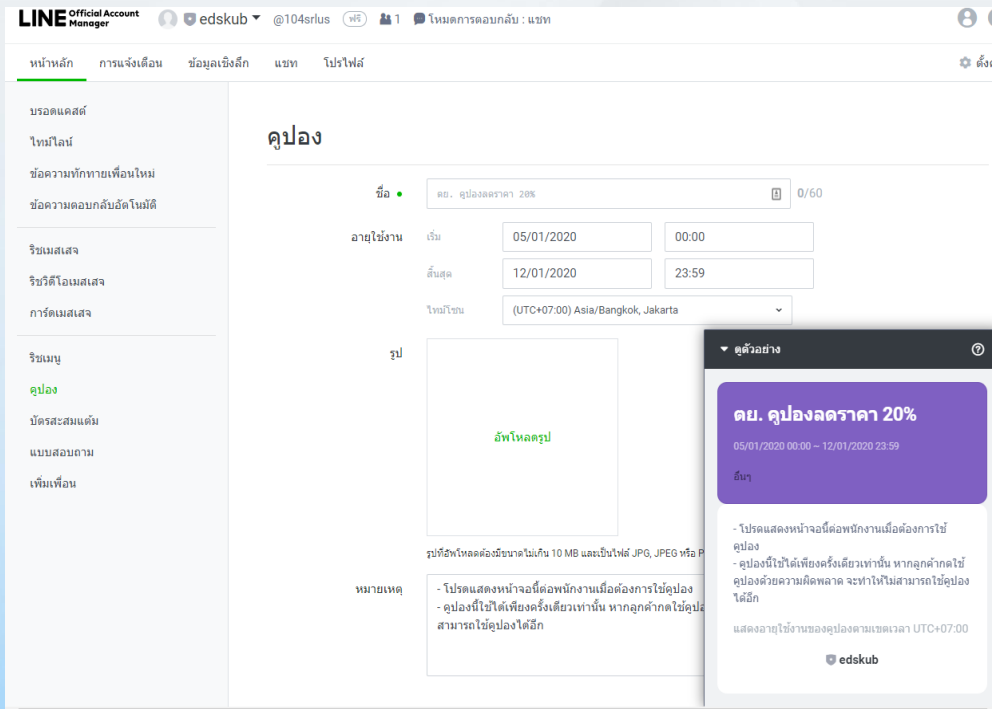
ชื่อ	อายุใช้งาน	สถานะ
แจกๆๆๆ	22/12/2019 00:00 ~ 29/12/2019 23:59	หมดอายุ ...
ของขวัญปีใหม่	22/12/2019 00:00 ~ 29/12/2019 23:59	หมดอายุ ...
แจกแกลบกลดราคา	22/12/2019 00:00 ~ 29/12/2019 23:59	หมดอายุ ...

คูปองคือการรูปแบบหนึ่งซึ่ง
สามารถให้ลูกค้าเข้ามารับส่วนลด
ของขวัญ หรือแคชแบ็กได้ เริ่มใช้งาน
คูปองโดยกดที่เมนูคูปอง และกด
สร้างใหม่

2.9 ระบบคูปอง

จากนั้นกรอกข้อมูลส่วนแรก

- ชื่อคูปอง
- อายุการใช้งาน และ การกำหนดวันที่เริ่มใช้งาน



The screenshot shows the 'LINE Official Account Manager' interface for 'edsclub'. The 'คูปอง' (Coupon) section is active. The form includes the following fields:

- ชื่อ** (Name): คย. คูปองลดราคา 20%
- อายุใช้งาน** (Valid Period):
 - เริ่ม (Start): 05/01/2020 00:00
 - สิ้นสุด (End): 12/01/2020 23:59
 - โซนเวลา (Timezone): (UTC+07:00) Asia/Bangkok, Jakarta
- รูป** (Image): Placeholder for the coupon image with the text 'อัพโหลดรูป' (Upload image).
- หมายเหตุ** (Remarks):
 - โปรดแสดงหน้าจอนี้ต่อพนักงานเมื่อต้องการใช้คูปอง
 - คูปองนี้ใช้ได้เพียงครั้งเดียวเท่านั้น หากลูกค้าใช้คูปองด้วยความผิดพลาด จะทำให้ไม่สามารถใช้คูปองได้อีก
 - คูปองนี้ใช้ได้เพียงครั้งเดียวเท่านั้น หากลูกค้ากดใช้คูปอง สามารถใช้คูปองได้อีก

A preview window titled 'ดูตัวอย่าง' (Preview) shows the final coupon design with the text: 'คย. คูปองลดราคา 20%', '05/01/2020 00:00 - 12/01/2020 23:59', and 'อื่นๆ' (Others).

2.9 ระบบคุปอง

ตั้งค่าอย่างละเอียด

การแสดงคุปอง ☐ ทุกคน ☒ เพื่อนเท่านั้น

จำนวนการใช้ ☒ ครั้งเดียวเท่านั้น ☐ ไม่จำกัด

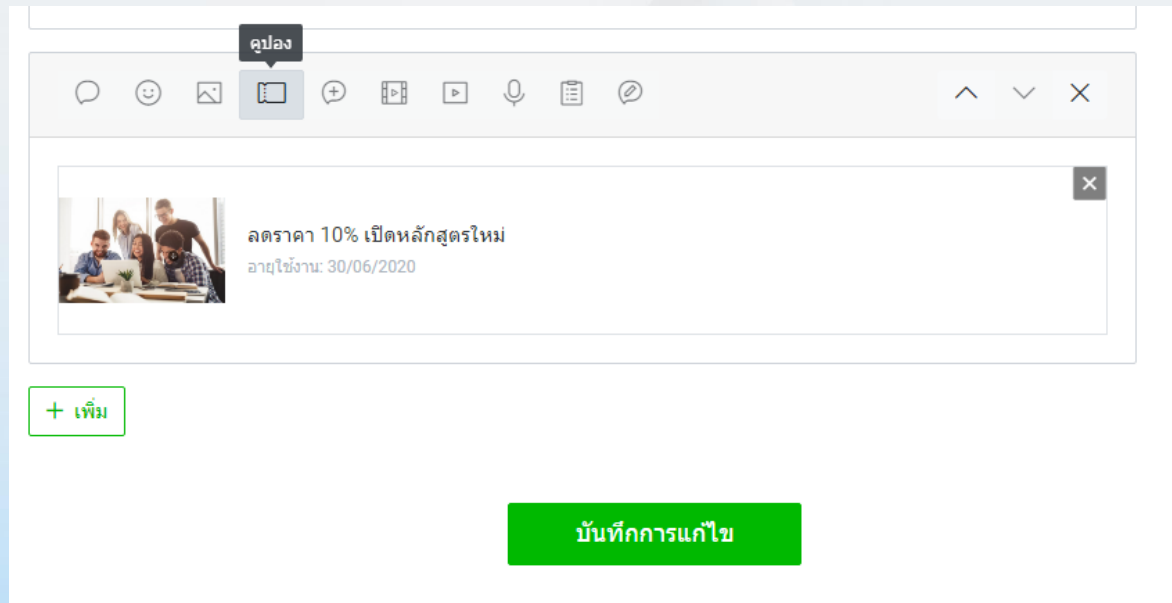
คุปองโค้ด ☒ ไม่แสดง ☐ แสดง 0/16

ประเภทคุปอง

แล้วจึงตั้งค่าอย่างละเอียดโดย
ต้องเลือก

- การแสดงคุปอง
 - จำนวนการใช้
 - ประเภทของคุปอง
- จากนั้นให้ทำการบันทึก

2.9 ระบบคูปอง



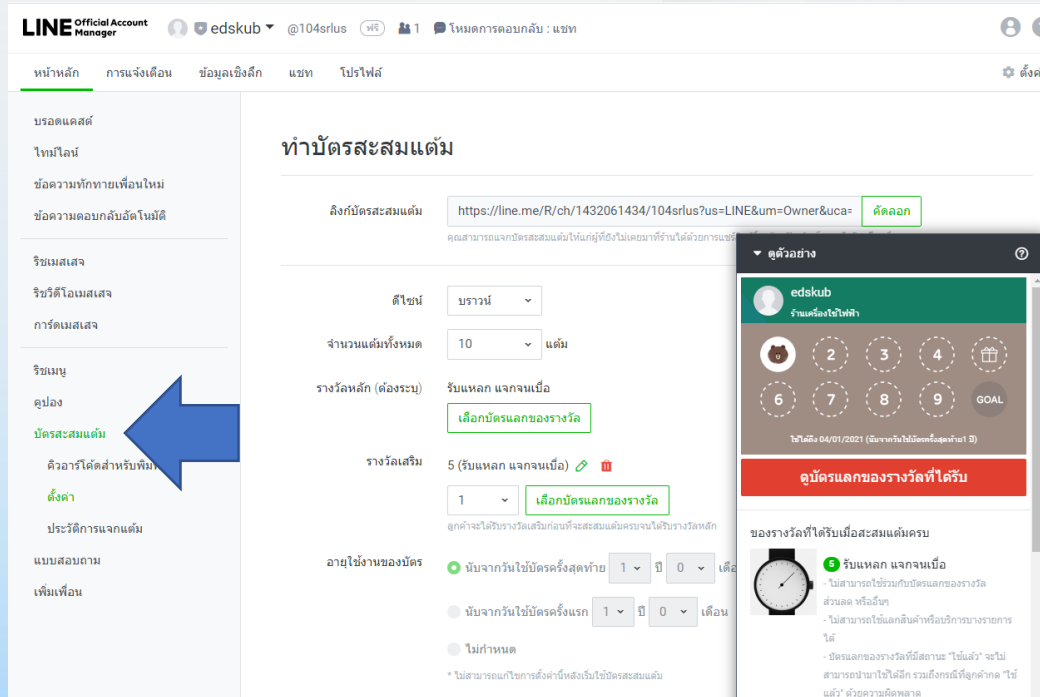
จากนั้นจะสามารถแจกคูปองได้โดยวิธีการดังนี้

- การบรอดแคสต์
- ข้อความตอบรับเพื่อนใหม่
- ริชแมสแซจ
- ริชเมนู

2.10 บัตรสะสม แต้ม

บัตรสะสมแต้ม คือ การสร้างบัตรสะสมแต้ม ดิจิตอลซึ่งช่วยอำนวยความสะดวกให้ผู้ใช้ไม่ต้องสะสมบัตรจริง เพียงแค่มี **Line Application** ก็สามารถใช้บัตรสะสมแต้มได้ แต่มีข้อจำกัดคือ **1 Line OA** จะมีบัตรสะสมแต้มได้แค่ **1 ใบเท่านั้น**

วิธีใช้เข้าไปที่หน้าหลัก เมนูบัตรสะสมแต้ม หลังจากนั้นให้กรอกข้อมูลให้ครบถ้วน



LINE Official Account Manager
edsclub @104srlus

หน้าหลัก การแจ้งเตือน ข้อมูลเชิงลึก แชนnel โปรไฟล์

บัตรสะสมแต้ม

ลิงก์บัตรสะสมแต้ม <https://line.me/R/ch/1432061434/104srlus?us=LINE&um=Owner&uca=> [คัดลอก](#)

คุณสามารถแจกบัตรสะสมแต้มให้สมาชิกได้โดยไม่ต้องพิมพ์บัตรจริง

ดีไอชี่

จำนวนแต้มทั้งหมด แต้ม

รางวัลหลัก (ต้องระบุ) รับแลก แจกจนเต็ม [เลือกบัตรแลกของรางวัล](#)

รางวัลเสริม 5 (รับแลก แจกจนเต็ม) [เลือกบัตรแลกของรางวัล](#)

อายุใช้งานของบัตร ☒ นับจากวันใช้บัตรครั้งสุดท้าย ปี เดือน วัน ชั่วโมง

☐ นับจากวันใช้บัตรครั้งแรก ปี เดือน

☐ ไม่กำหนด

* ไม่สามารถแก้ไขการตั้งค่าบัตรสะสมแต้มได้

ตัวอย่าง

edsclub ร้านเครื่องใช้ไฟฟ้า

1 2 3 4 5 6 7 8 9 GOAL

บัตรแลกของรางวัลที่ได้รับ

ของรางวัลที่ได้รับเมื่อสะสมแต้มครบ

1 รับแลก แจกจนเต็ม

- ไม่สามารถใช้ร่วมกับบัตรแลกของรางวัลส่วนตัว หรืออื่นๆ
- ไม่สามารถโอนสิทธิ์บัตรแลกของรางวัล
- บัตรแลกของรางวัลที่มีสถานะ "ใช้แล้ว" จะไม่สามารถนำมาใช้ได้อีก รวมถึงกรณีที่ถูกคัดลอก "ใช้แล้ว" ด้วยความผิดพลาด

2.10 บัตรสะสม

แต้ม

เมื่อเข้ามาในส่วนบัตรสะสมแต้มจะต้องตั้งค่าบัตร โดยเลือกรูปแบบดีไซน์ / จำนวนแต้ม / อายุบัตร / โบนัสเมื่อทำบัตร

หลังจากนั้นต้องสร้างบัตรแลกของรางวัล โดยกดที่เลือกบัตรแลกของรางวัล

ตั้งค่าบัตร

ดีไซน์ ▼

จำนวนแต้มทั้งหมด ▼ 10 ▼ แต้ม

รางวัลหลัก (ต้องระบุ) สะสมครบ 10 แต้ม เลือกบัตรแลกของรางวัล

รางวัลเสริม 5 (สะสมครบ 5 แต้ม) เลือกบัตรแลกของรางวัล

อายุใช้งานของบัตร ☒ นับจากรับบัตรครั้งสุดท้าย ▼ 1 ▼ ปี ▼ 0 ▼ เดือน

☐ นับจากรับบัตรครั้งแรก ▼ 1 ▼ ปี ▼ 0 ▼ เดือน

☐ ไม่กำหนด

* ไม่สามารถแก้ไขการตั้งค่าบัตรหลังจากเริ่มใช้บัตรสะสมแต้ม

การแจ้งเตือนเมื่อบัตรใกล้หมดอายุ ☐ 1 วันก่อนหมดอายุ ☐ 3 วันก่อนหมดอายุ ☐ 1 สัปดาห์ก่อนหมดอายุ ☐ 2 สัปดาห์ก่อนหมดอายุ ☐ 3 สัปดาห์ก่อนหมดอายุ ☒ 1 เดือนก่อนหมดอายุ ☐ ไม่แจ้งเตือน

ส่งข้อความแจ้งเตือนอัตโนมัติเมื่อบัตรสะสมแต้มหรือของรางวัลใกล้หมดอายุ * ไม่สามารถแก้ไขการตั้งค่าบัตรหลังจากเริ่มใช้

2.10 บัตรสะสม

แต้ม

ทำบัตรแลกของรางวัล

ดีไซน์ แดง

ชื่อบัตร (ต้องระบุ) คย. ชุดเครื่องครัว 0/30

หมายเหตุ

- ไม่สามารถไ้ร่วมกับบัตรแลกของรางวัล ส่วนลด หรืออื่น
- ไม่สามารถใช้แลกสินค้าหรือบริการบางรายการได้
- บัตรแลกของรางวัลที่มีสถานะ "ใช้แล้ว" จะไม่สามารถป
- "ใช้แล้ว" ด้วยความผิดพลาด

วันหมดอายุใช้งาน ☒ นับจากวันได้รับบัตรแลกของรางวัล 1 ปี 0

☐ ใช้ได้โดยไม่มีกำหนดอายุใช้งาน

รูปของรางวัล

อัปโหลดรูปของรางวัล (ตัวเลือก)

รูปที่อัปโหลดต้องมีขนาดไม่เกิน 10 MB และเป็นไฟล์ JPG, JPEG หรือ P

ดูตัวอย่าง



PRIZE TICKET

คย. ชุดเครื่องครัว

ใช้ได้ถึง 23/06/2021

@209lutuf

รหัส

โปรดแสดงหน้าจอนี้ต่อพนักงาน

เกี่ยวกับบัตรแลกของรางวัล

สำหรับพนักงานร้านค้า

ใช้และเปลี่ยนผ่านสินค้าใช้บัตรแลกของรางวัล

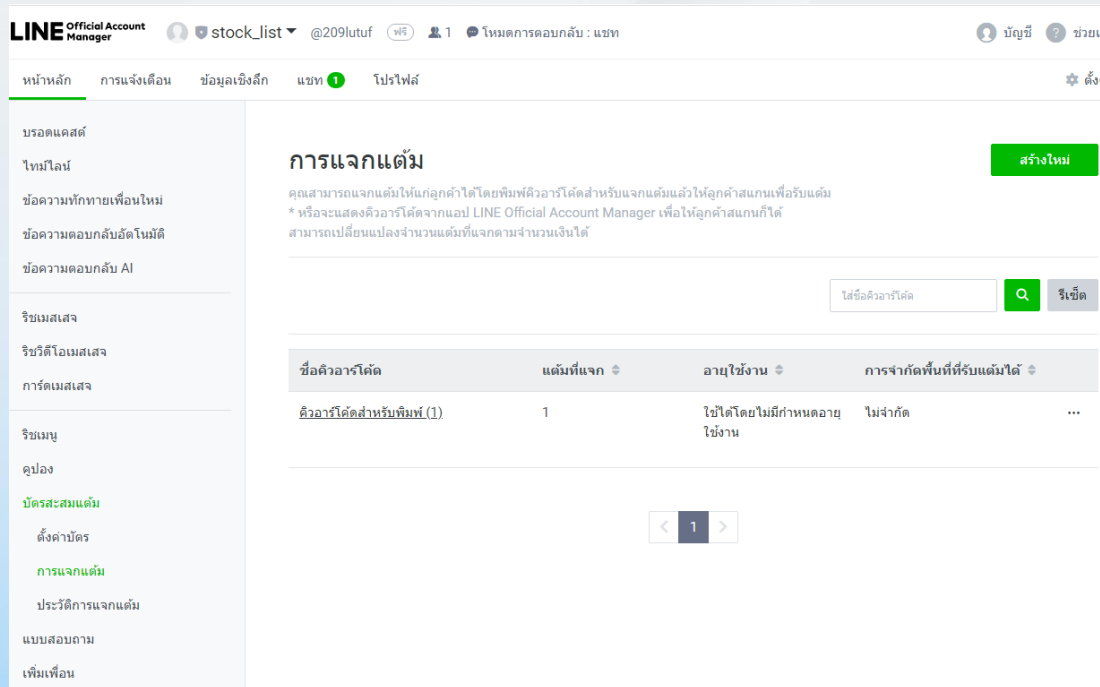
☐ ใช้บัตรแลกของรางวัลนี้

บัตรแลกของรางวัล คือบัตรที่จะมอบให้ผู้ใช้เมื่อผู้ใช้สะสมแต้มในบัตรสะสมแต้มครบตามที่กำหนด ซึ่งจะแจ้งรายละเอียดของรางวัลที่จะได้รับและเงื่อนไขการแลกของรางวัล

เมื่อเข้ามำบัตรแลกของรางวัลจะสามารถปรับดีไซน์และกรอกข้อมูลของรางวัลแล้วจึงทำการบันทึก โดยเมื่อมีการเริ่มใช้บัตรสะสมแต้มต้องมี บัตรแลกของรางวัลอย่างน้อย 1 ใบด้วย

2.10 บัตรสะสม แต้ม

หลังจากสร้างบัตรสะสมแต้มและบัตรแลกของรางวัลเสร็จแล้ว จะต้องสร้างจุดรับแต้มเพื่อให้ผู้ใช้แสกนรับแต้มเข้าในบัตรสะสมแต้ม โดยเข้าที่เมนูการแจกแต้มแล้วกดสร้างใหม่



LINE Official Account Manager | stock_list | @209lutuf | 1 | โหมดการตอบกลับ : แบท

หน้าหลัก | การแจ้งเตือน | ข้อมูลเชิงลึก | แบท | โปรไฟล์

บรอดแคสต์ | ไลน์ไลฟ์ | ข้อความทักทายเพื่อนใหม่ | ข้อความตอบกลับอัตโนมัติ | ข้อความตอบกลับ AI

ริชเมสเสจ | ริชวีดีโอเมสเสจ | การ์ดเมสเสจ

ริชเมนู | คู่มือ

บัตรสะสมแต้ม

ตั้งค่าบัตร | **การแจกแต้ม** | ประวัติการแจกแต้ม | แบบสอบถาม | เพิ่มเพื่อน

การแจกแต้ม สร้างใหม่

คุณสามารถแจกแต้มให้ลูกค้าได้โดยพิมพ์คิวอาร์โค้ดสำหรับแจกแต้มแล้วให้ลูกค้าสแกนเพื่อรับแต้ม
* หรือจะแสดงคิวอาร์โค้ดจากแอป LINE Official Account Manager เพื่อให้อุปกรณ์สแกนก็ได้
สามารถเปลี่ยนแปลงจำนวนแต้มที่แจกตามจำนวนเงินได้

ใส่ชื่อคิวอาร์โค้ด 🔍 รีเซ็ต

ชื่อคิวอาร์โค้ด	แต้มที่แจก	อายุใช้งาน	การจำกัดพื้นที่ที่รับแต้มได้
คิวอาร์โค้ดสำหรับพิมพ์ (1)	1	ใช้ได้โดยไม่มีกำหนดอายุใช้งาน	ไม่จำกัด

< 1 >

2.10 บัตรสะสม แต้ม

ออกคิวอาร์โค้ดสำหรับพิมพ์

ชื่อคิวอาร์โค้ด (ต้องระบุ)

คิวอาร์โค้ดสำหรับพิมพ์ (2)

26/30

แต้มที่แจก

1

วันหมดอายุ

☒ ใช้ได้โดยไม่มีกำหนดอายุใช้งาน
 ☐

DD/MM/YYYY

การจำกัดพื้นที่ที่รับแต้มได้

☒ ไม่จำกัด
 ☐ อนุญาตเมื่ออยู่ในระยะไม่เกิน 300 เมตรจากร้าน
แก้ไขตำแหน่งที่ตั้งได้ [ที่นี่](#)

ข้อจำกัดการได้รับแต้ม

การตั้งค่าในขณะนี้: ลูกค้าจะได้รับแต้ม 1 ครั้ง/วัน (เริ่มวันใหม่ที่เวลา 0.00 น)

แก้ไขการตั้งค่าได้ [ที่นี่](#)

บันทึกแล้วแสดงไฟล์

กรอกรายละเอียด
ชื่อบัตร / แต้มที่แจก /
การจำกัดพื้นที่การรับแต้ม
ครบถ้วนแล้วกดบันทึกแล้วแสดงไฟล์

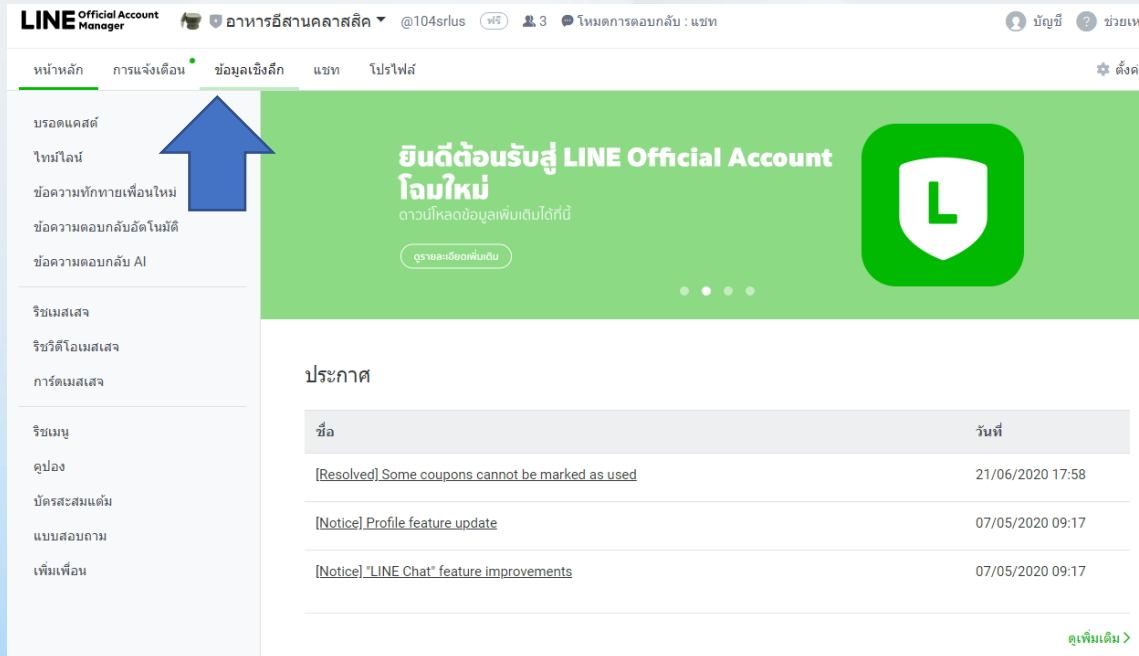
2.10 บัตรสะสม แต้ม



จากนั้นจะต้องสร้าง QR code สำหรับใช้
กับบัตรสะสมแต้มโดยเลือกเมนู QR
code สำหรับพิมพ์ โดยจะใช้ QR code
ที่ได้มาแบบดิจิทัล หรือพิมพ์ออกมาก็ได้

2.11 การอ่านข้อมูลเชิง

ลึก



LINE Official Account Manager

อาหารอีสานคลาสสิก @104srlus

หน้าหลัก การแจ้งเตือน ข้อมูลเชิงลึก แชน แชท โปรไฟล์

บล็อกแคสต์
ไทม์ไลน์
ข้อความทักทายเพื่อนใหม่
ข้อความตอบกลับอัตโนมัติ
ข้อความตอบกลับ AI

ริบเมสเสจ
ริบวิดีโอเมสเสจ
การ์ดเมสเสจ

ริบเมนู
คู่มือ
บัตรสะสมแต้ม
แบบสอบถาม
เพิ่มเพื่อน

ยินดีต้อนรับสู่ LINE Official Account ใหม่
ดาวน์โหลดข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่นี่

ประกาศ

ชื่อ	วันที่
[Resolved] Some coupons cannot be marked as used	21/06/2020 17:58
[Notice] Profile feature update	07/05/2020 09:17
[Notice] "LINE Chat" feature improvements	07/05/2020 09:17

ดูเพิ่มเติม >

ใน line OA จะมีการบันทึกสถิติไว้ทั้งหมดโดยเรียกว่าข้อมูลเชิงลึกโดยมีหัวข้อคือ ข้อความ / เพื่อน / ไทม์ไลน์ / แชท

โดยเลือกที่หัวข้อข้อมูลเชิงลึกเพื่อเข้าใช้งาน

2.11 การอ่านข้อมูลเชิง

ลึก

ข้อมูลเชิงลึกในส่วนของข้อความ

แสดงรายละเอียดสถิติทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับข้อความ เช่น

- ข้อความที่ส่งทั้งหมด
- ข้อความหักทลาย
- ข้อความบรอดแคสต์
- แชต

ข้อความ								
คุณสามารถดูสถิติของข้อความประเภทต่างๆ ที่ส่งได้ดังนี้								
วันเก็บข้อมูล ถึง 23/06/2020								
วิธีอ่านค่า								
รวม (ข้อความทั้งหมด)			บรอดแคสต์ (เพื่อนทั้งหมด)			ข้อความอัตโนมัติ		
วันที่เสร็จ ส่งการ คำนวณ	7 วันที่ ผ่านมา	30 วันที่ ผ่านมา	วันที่เสร็จ ส่งการ คำนวณ	7 วันที่ ผ่านมา	30 วันที่ ผ่านมา	วันที่เสร็จ ส่งการ คำนวณ	7 วันที่ ผ่านมา	30 วันที่ ผ่านมา
1 ()	1 (-66%)	61 (-44%)	0 ()	0 ()	21 (+16%)	0 ()	0 ()	36 (-60%)
หักทลาย			แชต					
วันที่เสร็จ ส่งการ คำนวณ	7 วันที่ ผ่านมา	30 วันที่ ผ่านมา	วันที่เสร็จ ส่งการ คำนวณ	7 วันที่ ผ่านมา	30 วันที่ ผ่านมา			
0 ()	0 ()	0 (-100%)	1 ()	1 (-66%)	4 ()			

2.11 การอ่านข้อมูลเชิง

ลึก

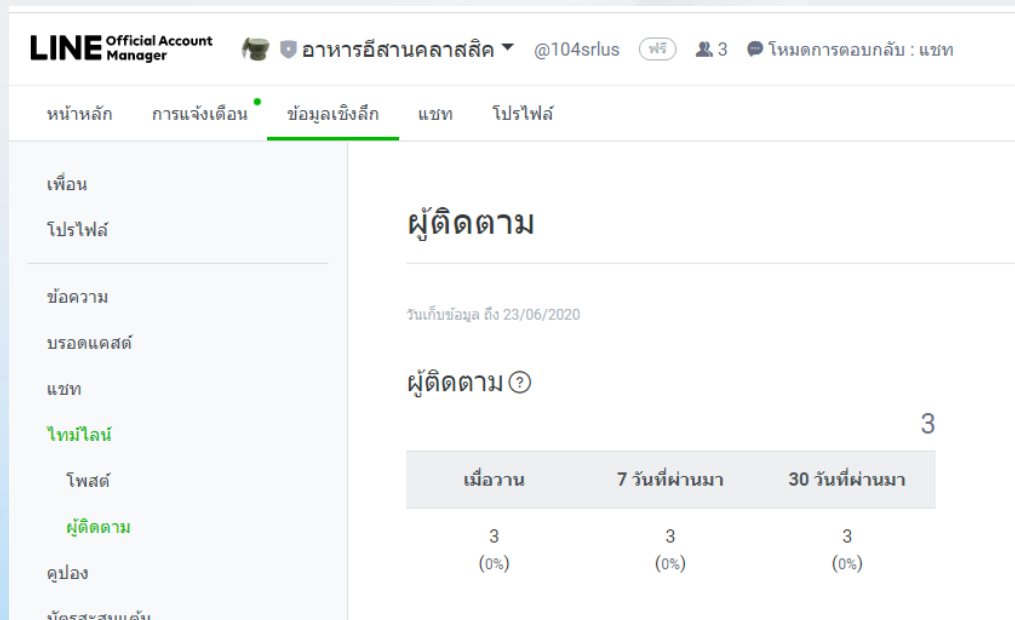


- ข้อมูลเชิงลึกในส่วนเพื่อน
แสดงรายละเอียดสถิติทั้งหมดที่
เกี่ยวกับเพื่อน เช่น
- การเพิ่มเพื่อน
 - เพื่อนที่สามารถส่งข้อความถึงได้
(ทาร์เก็ตรีช)
 - บล็อก

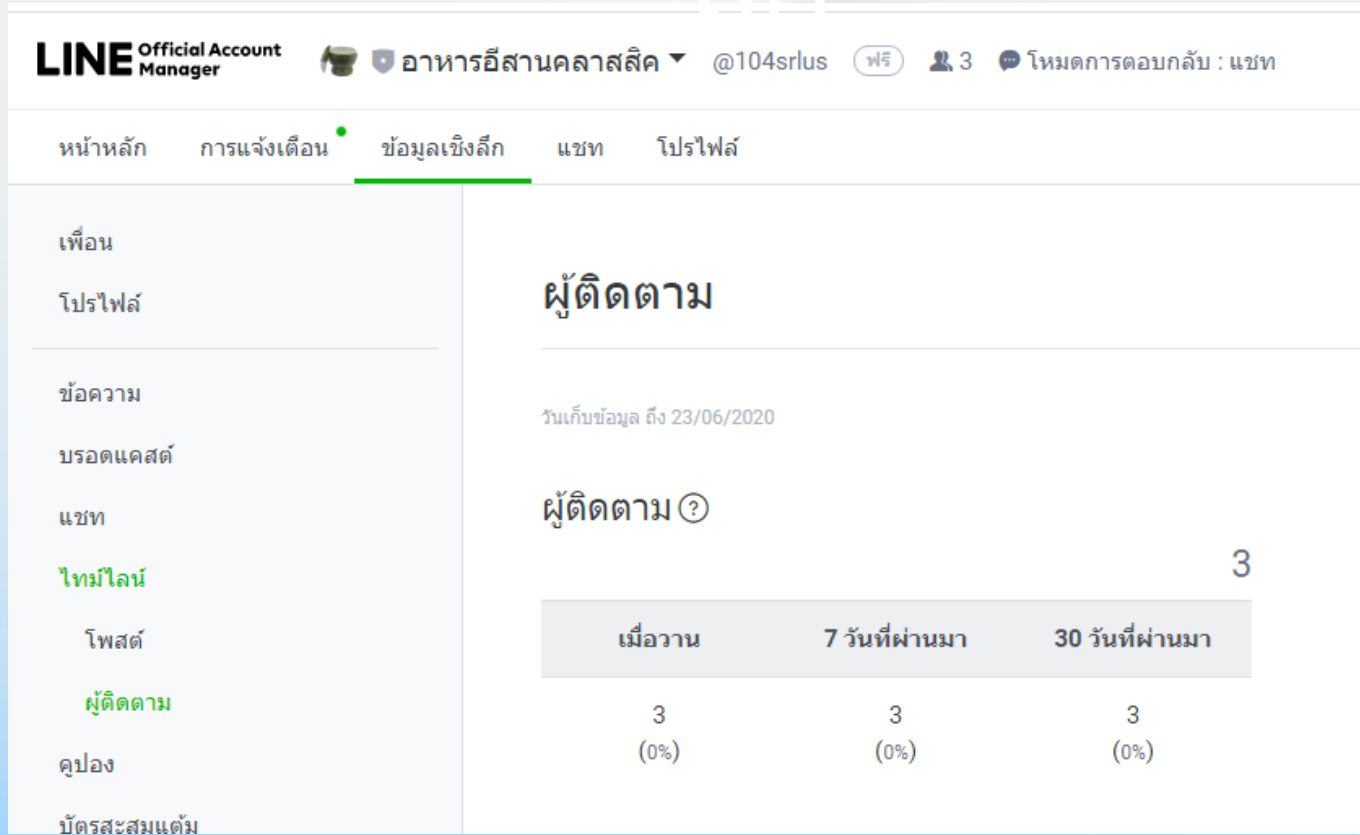
2.11 การอ่านข้อมูลเชิง

ลึก

ข้อมูลเชิงลึกในส่วนใหม่ไลน์
แสดงรายละเอียดสถิติทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับผู้ติดตามในใหม่ไลน์



2.11 การอ่านข้อมูลเชิงลึก



ข้อมูลเชิงลึกในส่วนแชต
แสดงรายละเอียดสถิติทั้งหมดที่
เกี่ยวกับการแชตเช่น

- ผู้ที่กำลังแชตกับเรา(แอดทียแชต)
- ข้อความที่ได้รับ
- ข้อความที่ส่ง