

ทำให้ Marketing Data ใช้งานได้ด้วย 5 ขั้นตอนนี้

ในวันที่ทุกทีมการตลาดต้องรับมือกับตัวเลขจากหลาย Platform ที่รายงานที่ไม่เคยตรงกัน และคำถามซ้ำ ๆ ว่า “แคมเปญไหนกันแน่ที่ทำให้ขายได้” การทำงานในด้านการตลาดจึงไม่ใช่เรื่องของความคิดสร้างสรรค์เพียงอย่างเดียวอีกต่อไป แต่กลายเป็นงานที่ต้องคอยไล่ตามข้อมูลที่ไม่เคยอยู่ในที่เดียวกัน ความรู้ที่เกิดขึ้นแทบทุกทีม ไม่ว่าจะป็นธุรกิจเล็กหรือแบรนด์ระดับองค์กร แต่ทันทีที่ข้อมูลทุกชุดถูกจัดระเบียบ ความวุ่นวายก็หายไปอย่างเห็นได้ชัด การตลาดก็เริ่มมีความหมาย และตัวเลขต่าง ๆ เริ่มบอกเล่าเรื่องเดียวกันอย่างมีเหตุผล การที่สามารถทำให้ข้อมูลการตลาดเชื่อมโยงต้นทุน Traffic ยอดขาย และ Data อื่น ๆ เข้าไว้ในภาพเดียวกันได้โดยไม่ต้องอาศัยทีม Data ขนาดใหญ่หรือซอฟต์แวร์ราคาแพงใด ๆ นั้นเป็นเรื่องที่สำคัญที่จำทำให้ใช้ข้อมูลได้มีประสิทธิภาพ ซึ่งสามารถทำได้ผ่านการทำ “โครงสร้าง 5 ขั้นตอนนี้”

ขั้น 1 คือการเก็บข้อมูล UTM ตั้งแต่วันแรกที่ผู้ใช้งานเข้ามาถึงหน้าเว็บไซต์ การมองเห็นที่มาของผู้ใช้งานตั้งแต่แรกสัมผัส Source, Medium, Campaign, Device หรือประเทศ ทำให้ทุกการซื้อในอนาคตมีรากฐานของเรื่องราว ไม่ว่าจะลูกค้าจะลงทะเบียนหนึ่งสัปดาห์ถัดมาหรือซื้อสินค้าหนึ่งเดือนให้หลัง ข้อมูล 1st Touch ยัคงผูกกับตัวตนของลูกค้า จากจุดเริ่มต้นเล็ก ๆ นี่คือการทำให้ทุกการขาย “มีที่มา” ชัดเจน

ขั้น 2 คือการเก็บบันทึกค่าโฆษณารายวันอย่างเป็นระบบ แม้แต่ละ Platform จะบอกผลลัพธ์ในแบบของตัวเอง แต่การนำค่าใช้จ่ายทั้งหมดมาวางเรียงตามวัน แคมเปญ และแหล่งที่มา ช่วยให้ทีมเห็นภาพรวมการลงทุนอย่างโปร่งใส การเปลี่ยนชื่อแคมเปญ การย้ายงบ หรือการทดสอบรูปแบบใหม่ จะไม่ทำให้ข้อมูลระยะยาวเสียหาย เพราะประวัติการใช้จ่ายยังคงเรียงอย่างมีระเบียบ

ขั้น 3 คือการติดตามรายได้ในรูปแบบของ “เหตุการณ์” ไม่ใช่ตัวเลขรวมต่อเดือน ทุกคำสั่งซื้อควรถูกบันทึกตามเวลา มูลค่า ผู้ซื้อ และสินค้า เมื่อเหตุการณ์รายได้ถูกเชื่อมกลับไปยังข้อมูลต้นทางจากข้อแรก ธุรกิจจะเริ่มเห็นความจริงที่ซ่อนอยู่ว่า แคมเปญใดกันแน่ที่สร้างลูกค้าตัวจริง ไม่ใช่แค่สร้างคลิก นี่คือนาทีที่หลายธุรกิจพบ “ช่วงเวลาเข้าใจ” เป็นครั้งแรก

ขั้น 4 คือการสร้าง Cohort แบบเรียบง่ายและเข้าใจได้ ภายในไม่กี่วันที่ Cohort ก็คือการจัดกลุ่มผู้ใช้งานตามเดือนที่เข้ามาครั้งแรก เช่น กลุ่มมกราคม เมษา หรือกันยายน การติดตามพฤติกรรมของกลุ่มเหล่านี้เมื่อเวลาผ่านไปทำให้เห็นความต่างของคุณภาพทราฟฟิกแต่ละช่วงเดือน บางกลุ่มซื้อเร็ว บางกลุ่มใช้เวลาจนแถมให้มูลค่าสูงกว่า ในขณะที่บางกลุ่มอาจไม่เคยสร้างกำไรเลย โครงสร้างแบบนี้ทำให้ทีมมองเห็นสิ่งที่ได้ผลจริงแทนการมองแค่ตัวเลขรายวัน

ขั้น 5 คือการคำนวณ ROAS จาก 2 มุมมองที่สำคัญที่สุด มุมแรกคือ ROAS รายวัน ใช้เพื่อปรับบอย่างทันที ส่วนมุมมองคือ ROAS แบบ Cohort ซึ่งเป็นตัวชี้วัดเชิงกลยุทธ์ ระบุชัดเจนว่ากลุ่มลูกค้าที่เข้ามาเมื่อเดือนก่อนหรือฤดูก่อนสร้างรายได้ครบถ้วนคืนต้นทุนหรือไม่ ตัวเลขนี้มักเปิดเผยความจริงที่ทีมไม่เคยเห็น เพราะผลลัพธ์รายวันอาจดูธรรมดา แต่ผลลัพธ์ระยะยาวกลับให้คุณค่ามากกว่าที่คาดคิด

(ที่มา : MarketingOops!)



แบบ พ.๒

หนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียน
ตามพระราชบัญญัติจดทะเบียน พุทธศักราช ๒๕๕๐

เลขทะเบียน ๘๘๘๕๖๒๘๖๐

หนังสือสำคัญนี้ออกให้ไว้เพื่อแสดงว่า บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด โดย นางสาวพรรณ เดชานวัตร์
เลขประจำตัวประชาชน ๓ ๑๐๐๘ ๐๐๖๖๔ ๔๓ ๖ เชื้อชาติ ไทย สัญชาติ ไทย อายุ ๓๕ ปี อาชีพ นักธุรกิจ
ถิ่นที่อยู่บ้านเลขที่ ๔๖๗/๔ หมู่ที่ - ซอย - ถนน บางแวก
แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานคร
เป็น เจ้าของ หนังสือพิมพ์ชื่อ Prakard365 ประกาศ365

มีวัตถุประสงค์ เพื่อเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับ ด้านเศรษฐกิจ ธุรกิจ บัญชี สังคม และลงประกาศ

ภาษาที่หนังสือพิมพ์จะออก ภาษาไทย

ชนิดของหนังสือพิมพ์ที่ออก เป็นแผ่น

ระยะเวลาที่ออกหนังสือพิมพ์ รายวัน

ชื่อสำนักงานของหนังสือพิมพ์ บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด

ตั้งอยู่ ณ ที่ - เลขที่ ๔๖๗/๑ หมู่ที่ - ซอย -

ถนน บางแวก แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานคร

ชื่อสำนักงานของผู้โฆษณา บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด

ตั้งอยู่ ณ ที่ - เลขที่ ๔๖๗/๑ หมู่ที่ - ซอย -

ถนน บางแวก แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานคร

ชื่อโรงพิมพ์ที่พิมพ์ บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด

ตั้งอยู่ ณ ที่ - เลขที่ ๔๖๗/๑ หมู่ที่ - ซอย -

ถนน บางแวก แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานคร

หนังสือพิมพ์ฉบับนี้

นางสาวพรรณ เดชานวัตร์

เป็นผู้พิมพ์

นางสาวพรรณ เดชานวัตร์

เป็นผู้โฆษณา

นางสาวพรรณ เดชานวัตร์

เป็นบรรณาธิการ

บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด

เป็นเจ้าของกิจการหนังสือพิมพ์

ออกให้ตั้งแต่ วันที่ ๑๒ เดือน พฤษภาคม พุทธศักราช ๒๕๖๐

(ลงชื่อ)

(นางสาวกนกอร ศักดาเดช)

ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดแห่งชาติ

พนักงานเจ้าหน้าที่จดทะเบียนสำหรับจังหวัด กรุงเทพมหานคร

