

รายงานสรุป กลยุทธ์ และเทรนด์ด้านการตลาด ที่น่าสนใจในปี

2023





ในโลกของการตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ไม่ว่าจะเป็น **พฤติกรรม, ทัศนคติ** หรือ **ความชอบของผู้บริโภค, เทรนด์การตลาดต่าง ๆ** ฯลฯ ทำให้หลายธุรกิจจำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยนการดำเนินงาน เพื่อตอบสนองต่อความเปลี่ยนแปลงเหล่านั้น

ใน **E-book** เล่มนี้ จะนำเสนอรายงาน **กลยุทธ์ และเทรนด์การตลาด** ที่ทาง **HubSpot** ได้ทำการสำรวจนักการตลาดแบบ **B2B** และ **B2C** กว่า **1,200** คนทั่วโลก ซึ่งได้สอบถามเกี่ยวกับ **เป้าหมาย, ความท้าทาย และกลยุทธ์การตลาด** ของพวกเขา โดยคุณสามารถนำข้อมูลเหล่านี้ไปปรับใช้ เพื่อ **วางแผนกลยุทธ์ทางธุรกิจ** ในปีหน้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

■■ **การค้นพบที่ใหญ่ที่สุดของ HubSpot คือ นักการตลาดที่ขับเคลื่อนด้วยการใช้ข้อมูล และมีการทำงานแบบคล่องตัว (Agile) จะประสบความสำเร็จในปี 2023** ■■

จากข้อมูลของ HubSpot พบว่า โดยรวมแล้ว ผลการสำรวจ ชี้ให้เห็นถึง **2 กลยุทธ์**ที่จะมีความสำคัญ ที่จะทำให้ธุรกิจของคุณบรรลุได้ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้

1. ใช้ข้อมูลที่ลึกซึ้ง เพื่อให้รู้รายละเอียด หรือข้อมูลที่จำเป็นของกลุ่มเป้าหมายของคุณ

แค่ข้อมูลประชากรพื้นฐานทั่วไป อาจจะไม่เพียงพออีกต่อไปแล้ว คุณจำเป็นต้องรู้จักกลุ่มเป้าหมายของคุณดีกว่านั้น โดยคุณจำเป็นต้องรู้ความสนใจกับงานอดิเรกของพวกเขา รวมถึง วิธีการซื้อ, สถานที่ที่ได้เสพสื่อ, ชุมชนออนไลน์ที่มีส่วนร่วม, ความท้าทายที่ต้องเจอ และปัญหาทางสังคมที่กำลังสนใจ

2. วางแผนพร้อมที่จะปรับเปลี่ยนอยู่เสมอ

เนื่องจากเกิดสถานการณ์ต่าง ๆ มากมาย ไม่ว่าจะเป็นการแพร่ระบาดของโรคต่าง ๆ ไปจนถึงความวุ่นวายทางการเมือง ส่งผลให้เกิดภาวะเศรษฐกิจถดถอย และในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ก็ได้กลายเป็นสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วสำหรับแบรนด์ และผู้บริโภค โดยนักการตลาดมากกว่าครึ่งไม่เพียงแต่ปรับเปลี่ยนทิศทางการทำงานในปี 2021 เท่านั้น แต่ในบรรดาคนที่เปลี่ยนกว่า **83% ยังได้ทำการปรับเปลี่ยนถึง 2 - 4 ครั้งในหนึ่งปี**

นอกจากนี้ ทาง HubSpot ยังพบว่า **20% ของนักการตลาดได้ปรับเปลี่ยนไปแล้ว** เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจถดถอยที่อาจเกิดขึ้น โดยในปี 2023 ก็ยังจะเห็นการเปลี่ยนแปลงในเรื่องนี้

หากสิ่งที่คุณคาดหวังไว้ไม่เป็นไปตาม
ที่คุณต้องการ คุณควรมี**แผนการรองรับ**
เพื่อปรับเปลี่ยนอยู่เสมอ

- คุณจะเพิ่มงบประมาณการตลาดของคุณหรือไม่?
- คุณจะลดช่องทางการตลาดลงหรือไม่?
- คุณจะปรับข้อความของคุณให้สอดคล้องกับประสบการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้บริโภคอย่างไร?
- คุณมีข้อมูลที่จำเป็นสำหรับการตัดสินใจหรือไม่?

ต่อไปลองมาดู **การเปลี่ยนแปลงเชิงกลยุทธ์**
ที่ใหญ่ที่สุดที่นักการตลาดคาดหวังจะเห็นได้
ในปี 2023 และมันเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร
จากการสำรวจของ HubSpot ครั้งล่าสุด
ในปี 2022



กลยุทธ์การตลาดยอดนิยม

1. นักการตลาดจำนวนมากขึ้นได้ทำให้การปรับเปลี่ยนเป็นส่วนหนึ่งของแผนของพวกเขา
2. กลยุทธ์การตลาดที่ใช้ข้อมูล เป็นสิ่งที่มีความจำเป็น
3. แแบรนด์ต่าง ๆ มุ่งสร้างคอนเทนต์ที่สะท้อนถึงคุณค่าของตนเองมากขึ้น
4. นักการตลาดใช้ระบบ CRM เพื่อติดตาม และบริหารจัดการข้อมูลเพิ่มมากขึ้น
5. การโฟกัสที่ประสบการณ์ของลูกค้า จะช่วยลดช่องว่าง ระหว่างการให้บริการ และการตลาด
6. กลยุทธ์ DM หรือ Direct Message ของ Social Media กำลังได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น
7. การสร้างชุมชนออนไลน์ของแบรนด์ของคุณ มีความสำคัญต่อการสร้างการมีส่วนร่วม

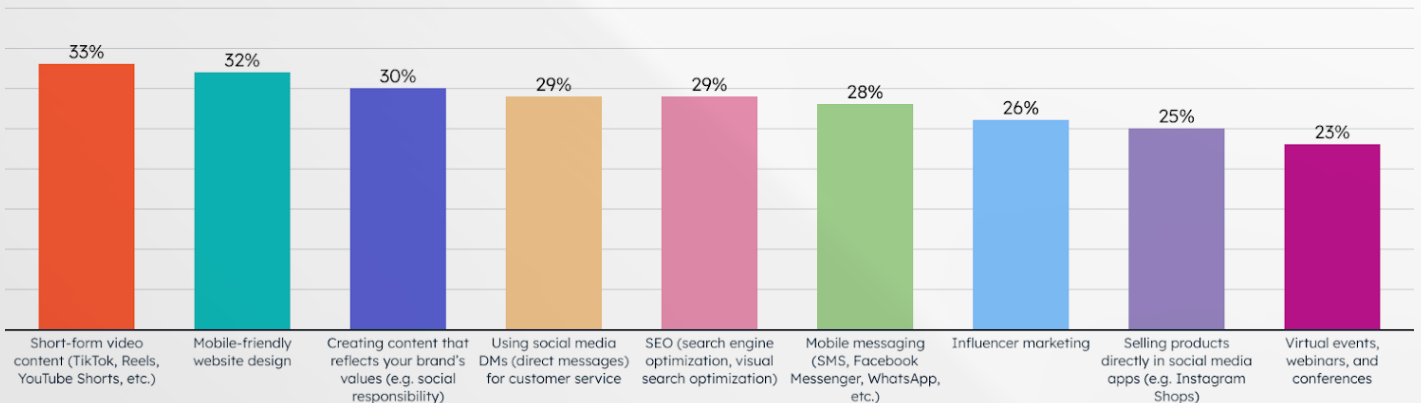
สำหรับกลยุทธ์ และเทรนด์บางส่วนเหล่านี้ในรายงานปี 2022 ของ HubSpot ก็จะเห็นถึงความสำคัญมากขึ้นใน**การตัดสินใจโดยใช้ข้อมูลเป็นหลัก, การตลาดที่มีความรวดเร็ว และคล่องตัว (Agile Marketing) และการสร้างแบรนด์ผ่าน Social Media** (ซึ่งมักจะมีส่วนสำคัญต่อ กลยุทธ์ และการปรับเปลี่ยนที่รวดเร็ว ซึ่งจำเป็นในอุตสาหกรรมการตลาดในแต่ละวัน) โดยรวมแล้ว นักการตลาดจำนวนมากขึ้นกำลังเร่งกระบวนการ และกลยุทธ์ เพื่อให้เป็นไปตามโลกดิจิทัลที่เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตตลอดเวลาแบบที่เรามีอยู่ในปัจจุบัน

ในส่วนต่อไป จะเป็น**ข้อมูลเชิงลึก**มากขึ้น ซึ่งจะช่วยให้คุณ**บรรลุกลยุทธ์**ที่เปลี่ยนแปลงเหล่านี้ได้สำเร็จ

เทรนด์การตลาดยอดนิยมในปี 2023

เทรนด์การตลาดยอดนิยมที่นักการตลาดกำลังใช้ประโยชน์อยู่ คือ **วิดีโอแบบสั้น (Short-form Video)**, การออกแบบเว็บไซต์ให้เหมาะสมกับอุปกรณ์ต่าง ๆ อย่าง สมาร์ทโฟน หรือแท็บเล็ต, การสร้างคอนเทนต์ที่สะท้อนถึงคุณค่าของแบรนด์ และการใช้ **Direct Message** ของ **Social Media** สำหรับการให้บริการลูกค้า ตามมาด้วย **SEO (Search Engine Optimization)**, การส่งข้อความผ่านโทรศัพท์มือถือ, การตลาดโดยใช้ **Influencer** และการขายผลิตภัณฑ์โดยตรงผ่านทางแอปพลิเคชัน **Social** ต่าง ๆ

What trends are marketers leveraging in their marketing strategy (top 9)?



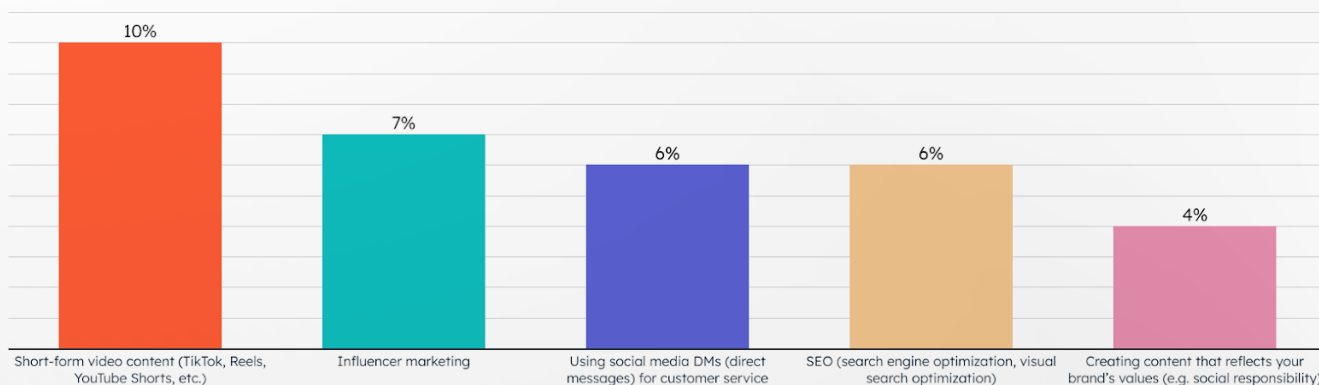
1. วิดีโอแบบสั้น (Short-form Video) จะมีการเติบโตสูงสุด ในปี 2023

วิดีโอแบบสั้น (Short-form Video) เป็นเทรนด์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในกลุ่มนักการตลาด และยังมีประสิทธิภาพมากที่สุด และมี ROI สูงที่สุดอีกด้วย

ในปี 2023 วิดีโอแบบสั้นจะมีการเติบโตสูงสุด เมื่อเปรียบเทียบกับเทรนด์อื่น ๆ โดยนักการตลาดวางแผนที่จะลงทุนในเทรนด์นี้มากกว่าเทรนด์อื่น ๆ

90% ของนักการตลาดที่ใช้วิดีโอแบบสั้น จะเพิ่มหรือยังคงลงทุนกับวิดีโอแบบสั้นอยู่ในปีหน้า และ **21%** ของนักการตลาดวางแผนที่จะใช้ประโยชน์จากวิดีโอแบบสั้นเป็นครั้งแรกในปี 2023 ซึ่งเป็นเทรนด์ที่สูงที่สุดเช่นกัน

Which marketing trend has the highest ROI (top 5)?

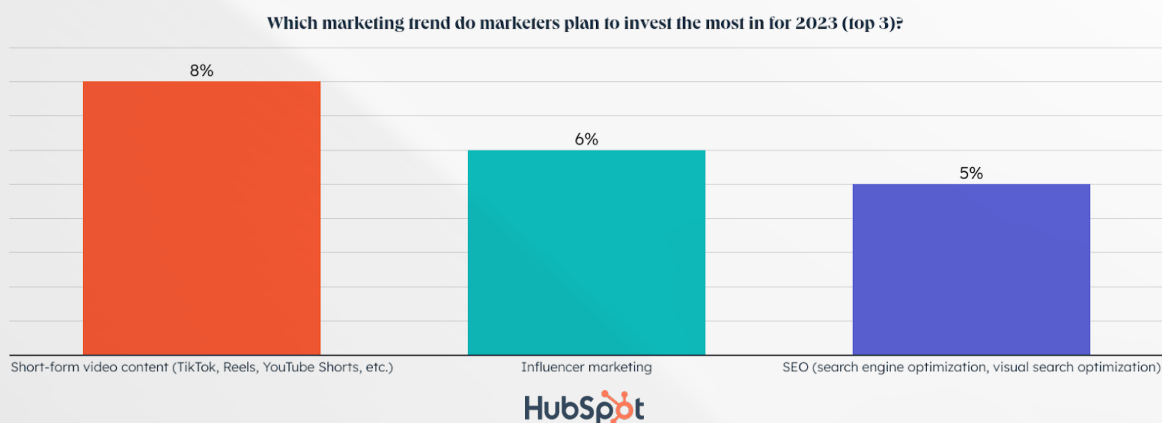


2. การตลาดแบบอินฟลูเอนเซอร์ จะเติบโตด้วย ROI ที่สูงอย่างต่อเนื่อง

ในปัจจุบัน นักการตลาด **มากกว่า 1 ใน 4 ราย** ได้ใช้ประโยชน์จากการตลาดโดยใช้ **Influencer** ซึ่งให้ ROI สูงสุดเป็นอันดับ 2 ของเทรนด์ต่าง ๆ และที่โชคดี ก็คือ คุณสามารถใช้ประโยชน์จากการตลาดโดยการใช้ Influencer นี้ร่วมกับการใช้วิดีโอแบบสั้น เพื่อให้ได้ประโยชน์จากทั้ง 2 อย่างที่ได้ ROI สูงสุดไปพร้อมกันได้เลย

ในปี 2023 จะเห็นการเติบโตอย่างมีนัยสำคัญสำหรับการตลาดโดยใช้ Influencer โดย 17% ของนักการตลาดวางแผนที่จะลงทุนในการตลาดโดยใช้ Influencer เป็นครั้งแรก ซึ่งสูงเป็นอันดับ 2 ของเทรนด์ต่าง ๆ

การตลาดโดยใช้ Influencer ยังมาเป็นเทรนด์อันดับ 2 ที่นักการตลาดจะลงทุนมากกว่าเทรนด์อื่น ๆ ในปี 2023 และ **89%** ของนักการตลาดที่ใช้กลยุทธ์นี้จะเพิ่ม หรือยังคงการลงทุนไว้ในปีหน้า



การสำรวจเทรนด์ผู้บริโภคของ HubSpot แสดงให้เห็นว่า **33%** ของกลุ่ม Gen Z ได้ซื้อผลิตภัณฑ์ตามคำแนะนำของ Influencer ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา และในตอนที่พวกเขาตัดสินใจซื้อ กลุ่ม Gen Z กล่าวว่า คำแนะนำของ Influencer มีความสำคัญมากกว่าคำแนะนำจากเพื่อน และครอบครัว

3. กลยุทธ์ของแบรนด์ที่มีการใช้ Direct Message ของ Social Media กำลังเติบโต

การใช้ Direct Message ของ Social Media สำหรับการให้บริการลูกค้านั้นค่อนข้างเป็นเรื่องใหม่ แต่ก็มีนักการตลาด **29%** ที่มีการใช้งานไปแล้ว โดยการใช้ Direct Message นี้ มี ROI สูงเป็นอันดับ 3 ของเทรนด์การตลาดอื่น ๆ และการใช้งานจะเติบโตขึ้นในปี 2023 โดย **15%** ของนักการตลาดวางแผนที่จะทดลองใช้งานเป็นครั้งแรก

โดย **87%** ของนักการตลาดที่ใช้ Direct Message ของ Social Media สำหรับการให้บริการลูกค้าจะเพิ่มหรือยังคงลงทุนในปี 2023

ในขณะที่ **แอปพลิเคชัน Social Media อย่าง Instagram, Twitter และ Facebook** ยังคงพัฒนาความสามารถด้าน E-Commerce ต่อไป ทำให้การให้บริการลูกค้าผ่าน Direct Message จะยิ่งมีความสำคัญมากขึ้นเท่านั้น

การสำรวจเทรนด์ผู้บริโภคของ HubSpot ยังพบว่า **มากกว่า 1 ใน 5** ของกลุ่ม Gen Z และเกือบ **25%** ของกลุ่ม Millennials ได้ติดต่อแบรนด์ เพื่อรับการให้บริการลูกค้าผ่านทาง Social Media ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา

การใช้เครื่องมือการซื้อ - ขายผ่านทาง Social Media เป็นอีกเทรนด์การตลาดที่กำลังเติบโต และมี ROI สูง ซึ่งควบคู่ไปกับการช้อปปิ้งผ่านทาง Direct Message โดยเกือบ **30%** ของกลุ่ม Gen Z และกลุ่ม Millennials ซื้อสินค้าผ่าน Social Media ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา

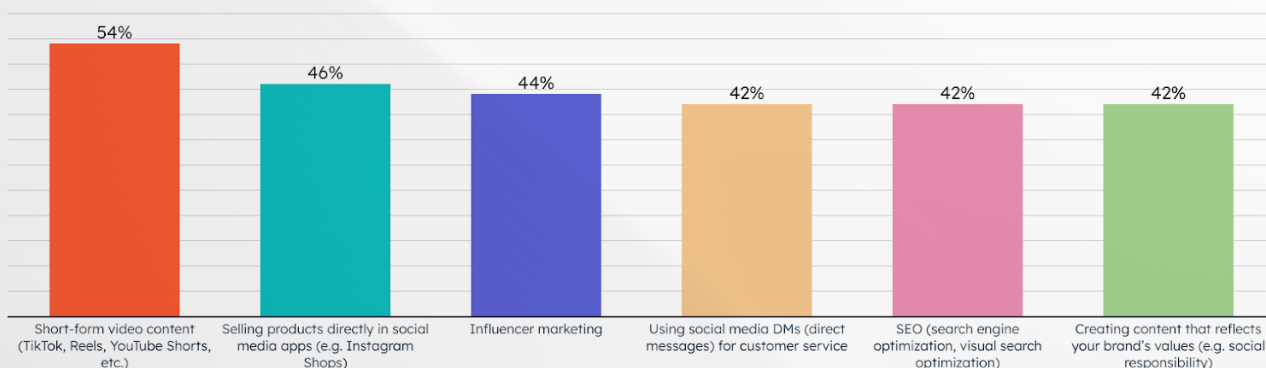
4. SEO ของเว็บไซต์ยังคงมีความโดดเด่น

ถึงจะไม่ใช้เรื่องใหม่ แต่การใช้ประโยชน์จาก Blog ด้วย **กลยุทธ์ SEO** ที่มีประสิทธิภาพก็ยังคงเป็นเครื่องมือที่ดีมาก โดย **29%** ของนักการตลาดใช้ Website เพื่อดึงดูด และสร้าง Lead

การใช้ประโยชน์จาก SEO อยู่ในอันดับที่ 4 ในด้านของ ROI และด้านประสิทธิภาพ และ **88%** ของผู้ใช้ SEO จะเพิ่ม หรือยังคงการลงทุนไว้ในปี 2023

หากพูดถึงเทรนด์ที่นักการตลาดจะลงทุนเงินมากที่สุดในปี 2023 นั้น SEO อยู่ในอันดับที่ 3 รองจากวิดีโอแบบสั้น และการตลาดโดยใช้ Influencer

Which marketing trends are most effective (top 6)?

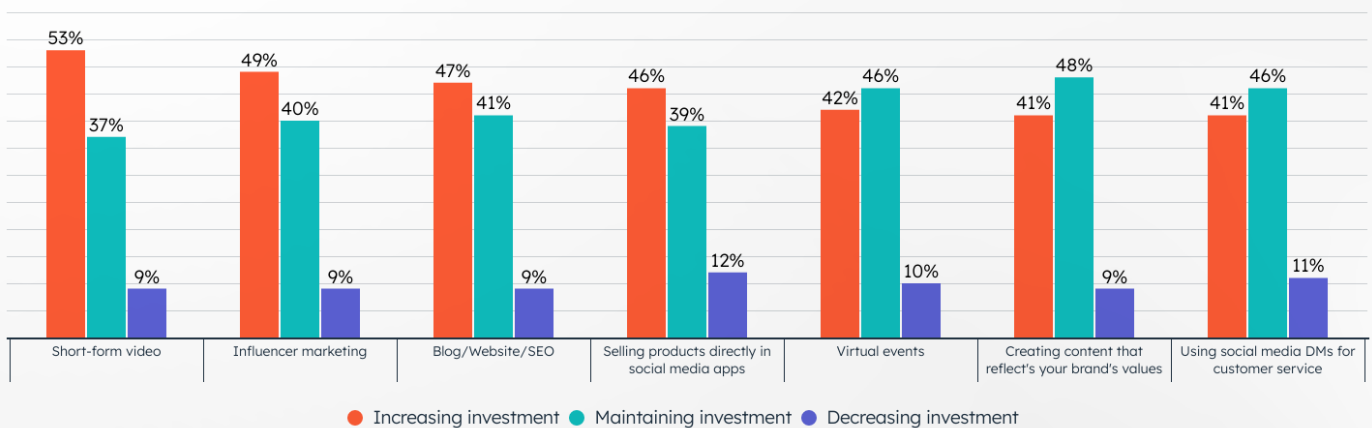


5. นักการตลาดจะยังทำให้แบรนด์สามารถเข้าถึงผู้คนได้ต่อไป

30% ของนักการตลาดกำลังสร้างคอนเทนต์ที่สะท้อนถึงคุณค่าของแบรนด์ ทำให้เป็นเทรนด์ที่ได้รับความนิยมสูงสุดเป็นอันดับ 3 ในตอนนี้

โดยการสร้างคอนเทนต์ที่สะท้อนถึงคุณค่าของแบรนด์มี ROI มากที่สุดเป็นอันดับที่ 5 ของเทรนด์อื่น ๆ และจะมีการเติบโตในปี 2023 โดย **16%** ของนักการตลาดวางแผนที่จะใช้ประโยชน์จากคอนเทนต์ที่สะท้อนถึงคุณค่าของแบรนด์เป็นครั้งแรกในปี 2023 และ **89%** ของผู้ที่ลงทุนทำไปแล้วก็วางแผนที่จะเพิ่ม หรือยังคงการลงทุนของพวกเขาไว้

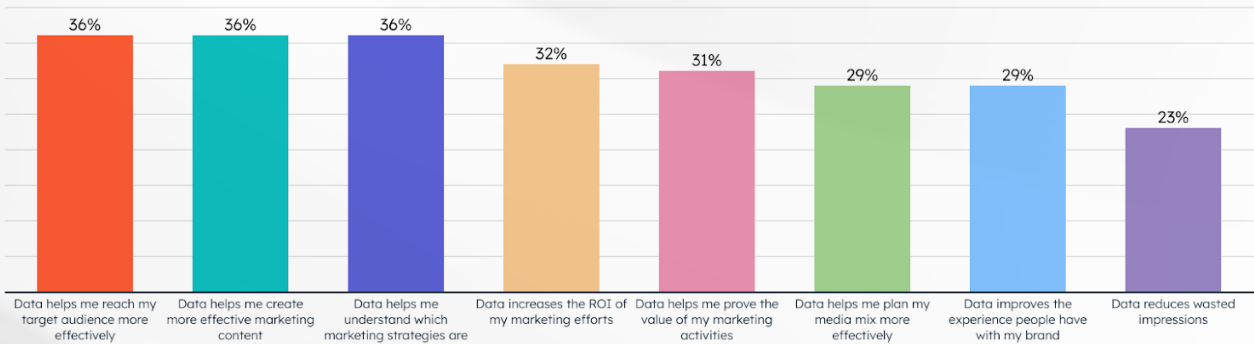
How are marketers changing their investments in 2023 (among the trends they currently leverage?)



6. นักการตลาดจะได้รับประโยชน์จากข้อมูลในปี 2023

จากที่เกริ่นไว้ก่อนหน้านี้ว่า นักการตลาดที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูลจะประสบความสำเร็จในปี 2023 เนื่องจากข้อมูลจะช่วยให้ นักการตลาดเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น, สร้างคอนเทนต์การตลาดให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น, ทำความเข้าใจว่ากลยุทธ์ทางการตลาดไหนมีประสิทธิภาพมากที่สุด, เพิ่ม ROI ของความพยายามทางการตลาด และพิสูจน์คุณค่าของการตลาด และกิจกรรมของพวกเขา

What are the biggest advantages of using data to inform your marketing strategy?

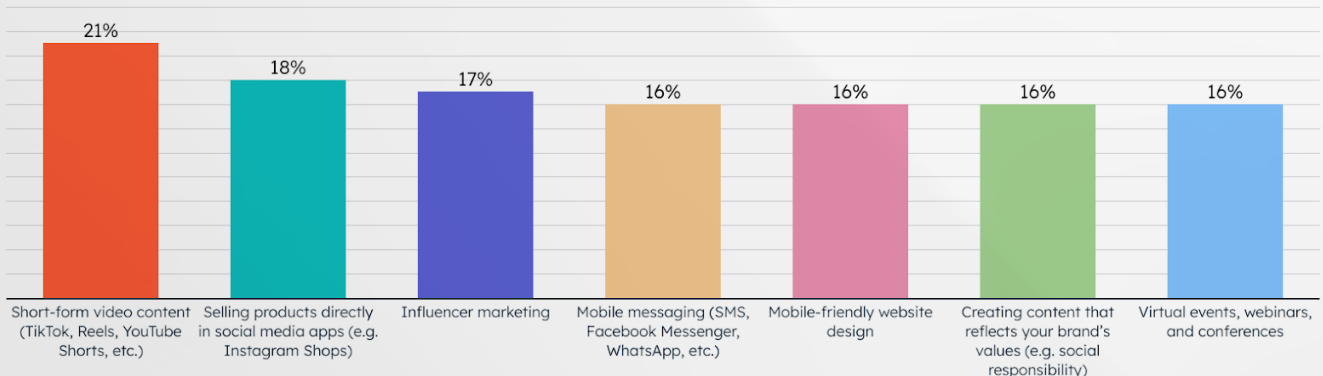


HubSpot

เทรนด์การตลาดใดจะเติบโตในปี 2023?

วิดีโอแบบสั้น, การขายผลิตภัณฑ์โดยตรงในแอปพลิเคชัน Social และการตลาดโดยการใช้ Influencer จะมีการใช้งานครั้งแรกมากที่สุดจากนักการตลาดในปี 2023

Which marketing trends do marketers plan on leveraging for the first time in 2023 (top 7)?



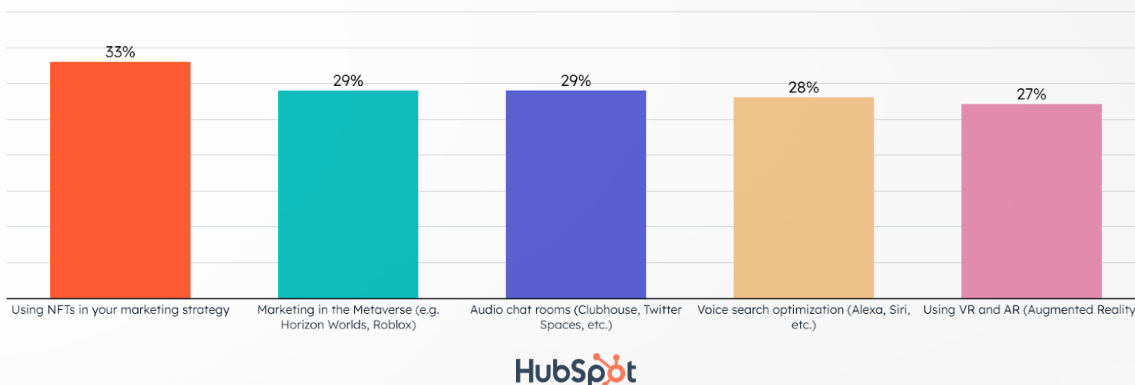
HubSpot

เทรนด์ใดที่นักการตลาด สามารถเลิกใช้ไปได้เลย?

ลองมาดูเทรนด์ที่นักการตลาดจะเลิกใช้ประโยชน์ในปี 2023

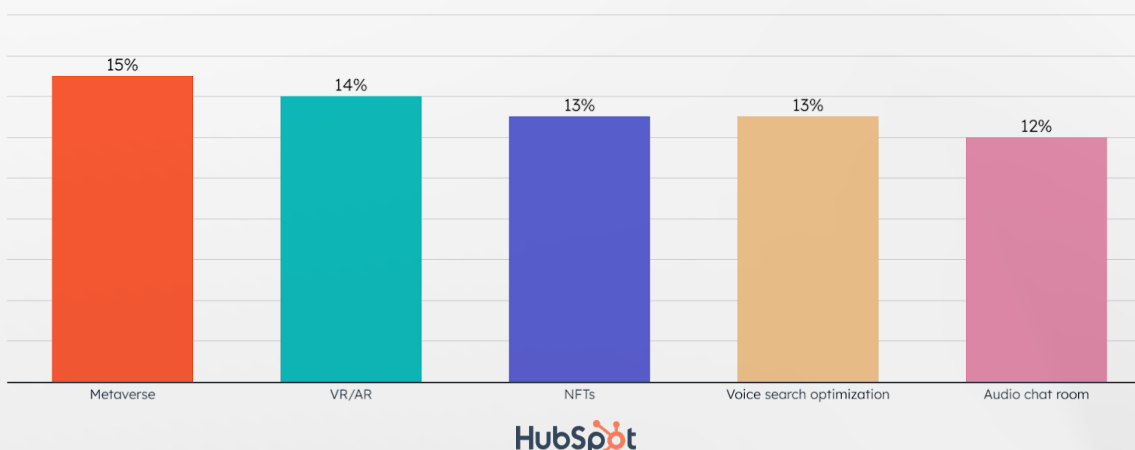
1 ใน 3 ของนักการตลาดวางแผนที่จะเลิกใช้ **NFT** และ **29%** วางแผนที่จะตัดการตลาดแบบ **Metaverse** และ **Audio chat Room** (ห้องแชทที่สามารถพูดคุยกันได้จริง) ในปี 2023 นอกจากนี้ **การเพิ่มประสิทธิภาพการค้นหาด้วยเสียง (Voice Search)** และ **Virtual Reality (VR)** หรือ การจำลองโลกเสมือนโดยแยกออกจากโลกความเป็นจริง / **Augmented Reality (AR)** หรือ การนำวัตถุเสมือนมาใช้กับโลกความเป็นจริงก็อยู่ในอันดับต้น ๆ ของเทรนด์ที่นักการตลาดวางแผนที่จะหยุดใช้ในปีหน้า

Which marketing trends do marketers plan to stop leveraging (top 5)?



ถึงเทรนด์เหล่านี้จะไม่ค่อยน่าดึงดูดใจ แต่ก็มีนักการตลาดจำนวนมากที่วางแผนจะลองใช้เทรนด์นี้เป็นครั้งแรกในปี 2023

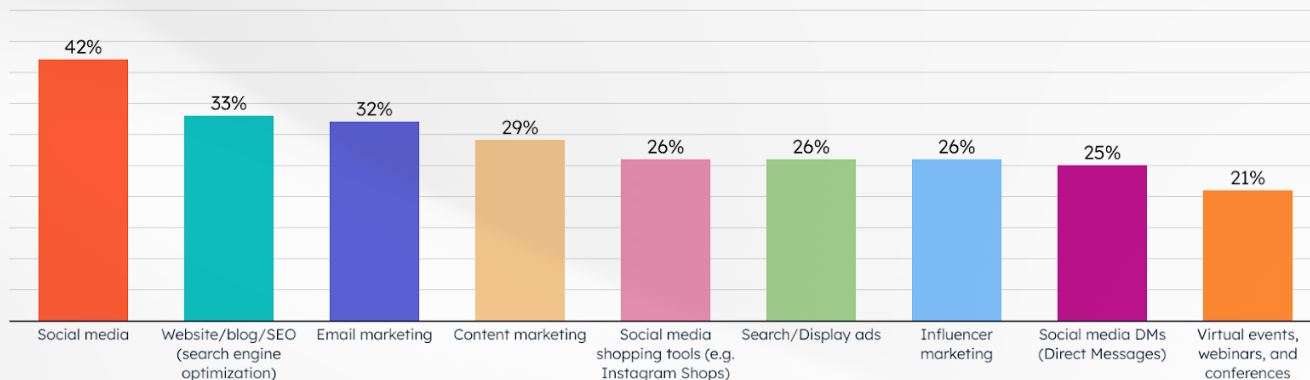
Which marketing trends do marketers plan on leveraging for the first time in 2023?



3 ช่องทางการตลาดยอดนิยมของปี 2023

นักการตลาดใช้ประโยชน์จากช่องทางการตลาดต่าง ๆ โดยเฉลี่ย **4 ช่องทาง** โดยนักการตลาดใช้ **Social Media** มากกว่า **42%** ทำให้เป็นช่องทางอันดับ 1 ที่นักการตลาดกำลังใช้ประโยชน์อยู่ และ ยังมี ROI สูงสุดจากในทุกช่องทาง และจะเติบโตอย่างมาก ในปี 2023

Which channels are marketers leveraging (top 9)?

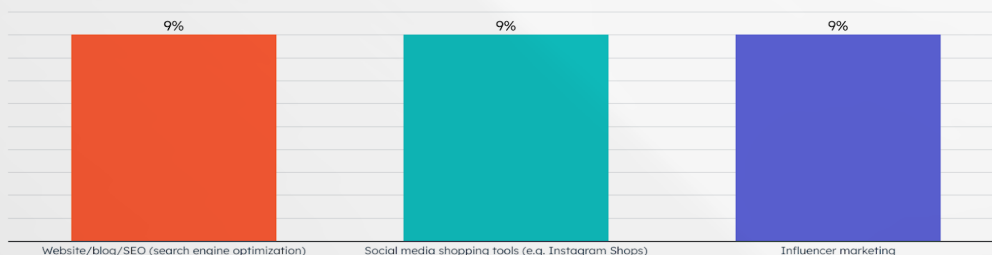


HubSpot

1 ใน 3 ของนักการตลาดกำลังใช้ประโยชน์จาก **Blog หรือ Website** ของตนเอง รวมทั้ง **SEO และ SERP** (Search Engine Result Page) หรือ การแสดงอันดับบน Search Engine ในขณะเดียวกัน **32%** ของนักการตลาด ก็ได้ใช้การ**ทำการตลาดผ่าน E-mail**

โดยการ ใช้ Blog, การใช้เครื่องมือการซื้อ - ขายผ่านทาง Social Media และการตลาดโดยการใช้ Influencer มี ROI ที่สูงที่สุดแบบสุสีกัน

Which marketing channel has the highest ROI (top 3)?



HubSpot

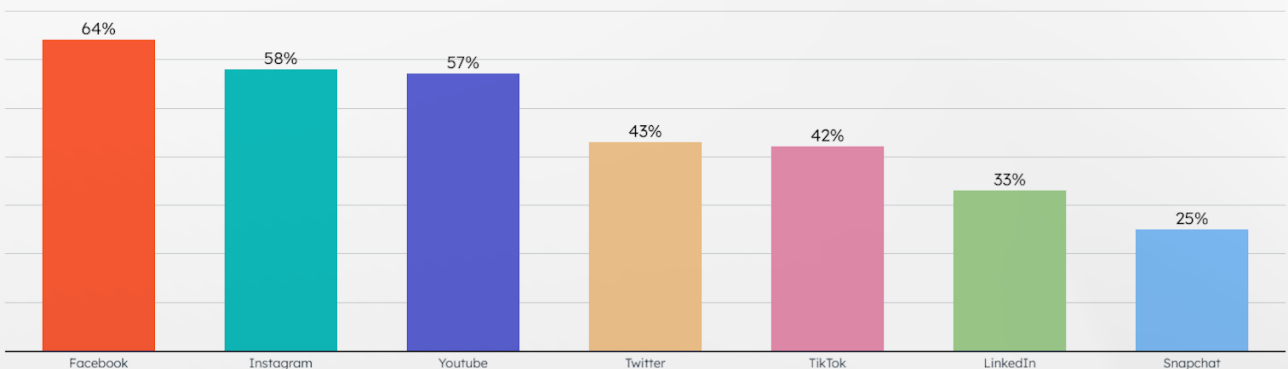
เนื่องจาก Social Media เป็นช่องทางยอดนิยมอันดับแรกของนักการตลาด ลองมาดูกันว่า แพลตฟอร์ม Social Media ใดมีประสิทธิภาพมากที่สุด



ช่องทางการตลาด Social Media ยอดนิยม

นักการตลาดใช้ประโยชน์จากแพลตฟอร์ม Social Media โดยเฉลี่ย 4 แพลตฟอร์ม ซึ่ง **Facebook** เป็นแพลตฟอร์ม Social Media ที่นักการตลาดใช้มากที่สุด คิดเป็น **64%** ตามมาด้วย **Instagram (58%), YouTube (57%), Twitter (43%), TikTok (42%)** และ **LinkedIn (33%)**

What social media platforms are marketers leveraging (top 6)?

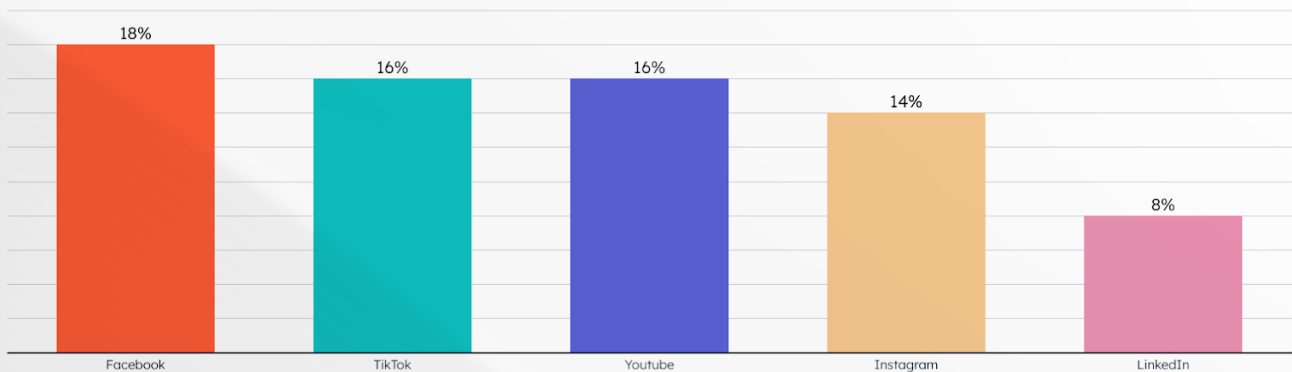


ต่อไป เรามาดูแต่ละแพลตฟอร์มในเชิงลึกมากขึ้น และดูว่าพวกเขามีการเปรียบเทียบแพลตฟอร์มกันอย่างไร

1. Facebook ได้ ROI สูงกว่าแอปพลิเคชันอื่น ๆ ถึงแม้ว่าแอปพลิเคชันอื่น ๆ จะเติบโตมากขึ้น

Facebook ไม่ได้เป็นเพียงแค่แพลตฟอร์ม Social Media ที่ใช้มากที่สุดในกลุ่มนักการตลาด แต่ยังให้ ROI สูงสุดอีกด้วย โดย Facebook เป็นช่องทางที่นักการตลาดวางแผนในการลงทุนมากที่สุดในปี 2023 และสูงกว่าช่องทางอื่น ๆ

What social media platform do marketers plan to invest the most in for 2023 (top 5) ?



HubSpot

โดยนักการตลาดเกือบ **25%** วางแผนที่จะลงทุนใน Facebook เป็นครั้งแรกในปี 2023 แต่การเติบโตนี้จะช้ากว่าแอปอื่น ๆ อย่าง YouTube, Instagram, TikTok และ Twitter ที่จะได้เห็นในปีหน้า

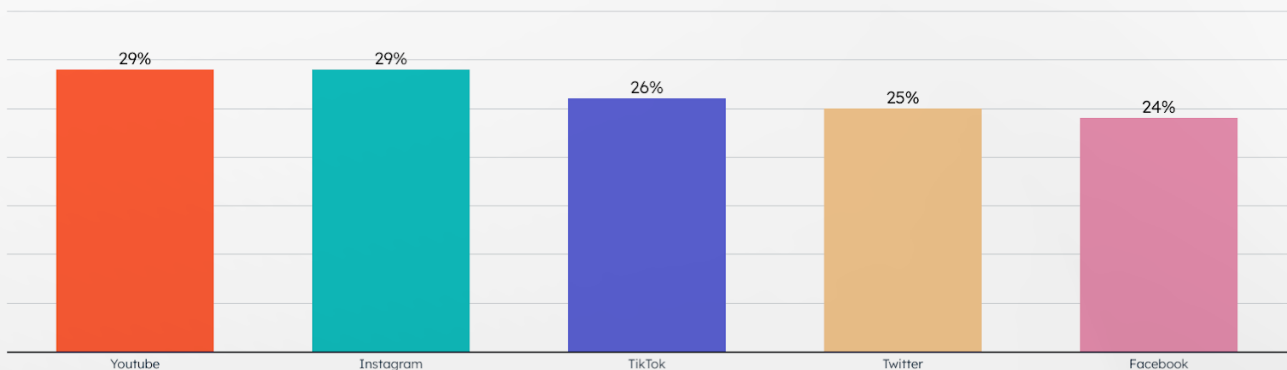


2. YouTube จะมีการเติบโตสูงสุดจากทุก ๆ แพลตฟอร์มในปี 2023

ในปัจจุบัน **57%** ของนักการตลาดได้ใช้ **Youtube** และมี ROI เป็นอันดับที่ 2 เท่ากันกับ Youtube และ TikTok

YouTube จะมีการเติบโตสูงสุดจากทุก ๆ แพลตฟอร์มในปี 2023 โดย **91%** ของผู้ใช้ YouTube วางแผนที่จะเพิ่ม หรือยังคงการลงทุนไว้ และในขณะเดียวกัน **29%** ของนักการตลาด วางแผนที่จะลองใช้ YouTube เป็นครั้งแรก ซึ่งสูงที่สุดเมื่อเทียบกับแอปพลิเคชัน Social อื่น ๆ

Which social media platforms do marketers plan to invest in for the first time in 2023 (top 5)?

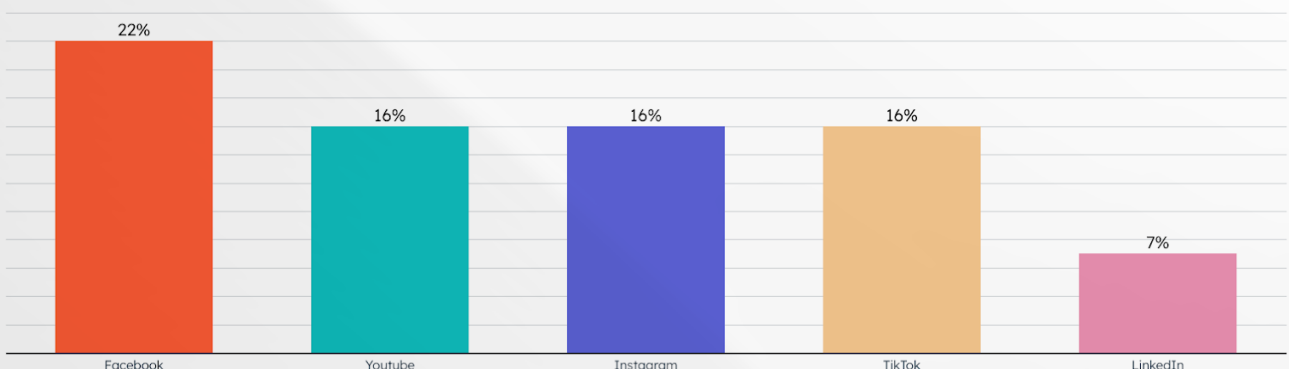




3. Instagram อยู่ในอันดับที่ 2 ในด้าน ROI และจะมีการใช้งานครั้งแรกสูงในปี 2023

58% ของนักการตลาดทั้งหมด ใช้ **Instagram** สูงสุดเป็นอันดับ 2 จากทุก ๆ แพลตฟอร์ม นอกจากนี้ ยังมี ROI เป็นอันดับที่ 2 เท่ากันกับ Youtube และ TikTok โดยจะมีการเติบโตอย่างมีนัยสำคัญในปี 2023

What social media platform has the best ROI (top 5) ?



HubSpot

โดย **14%** ของนักการตลาดจะลงทุนกับ Instagram มากกว่าแพลตฟอร์มอื่น ๆ ในปี 2023 และ **29%** ของนักการตลาดวางแผนที่จะลองใช้ Instagram เป็นครั้งแรกในปีหน้า

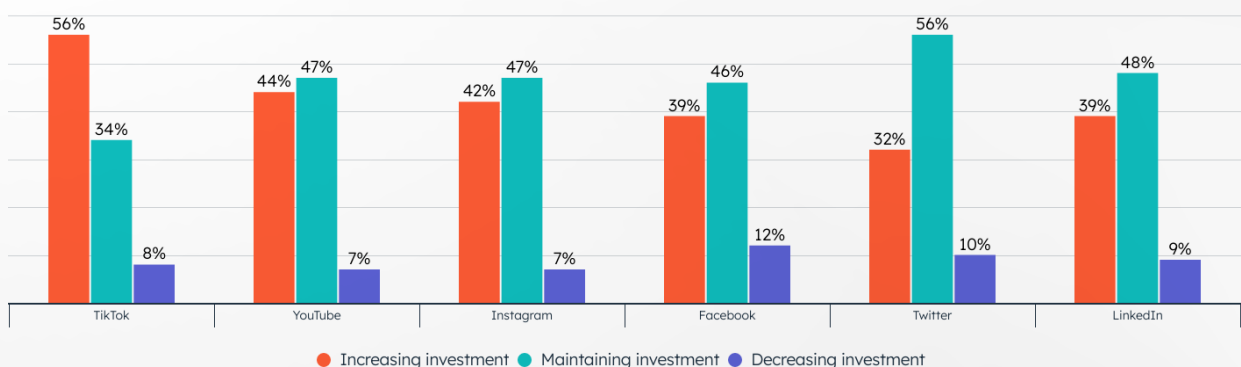
4. นักการตลาดกว่าครึ่งจับตามอง TikTok เพื่อการลงทุนในอนาคต

TikTok กลายเป็นมากกว่าแอปพลิเคชันที่เป็นเทรนด์อย่างรวดเร็ว ซึ่งเมื่อก่อนอาจจะมีแค่กลุ่ม Gen Z ที่ใช้เป็นหลัก โดยนักการตลาดต่างก็ให้ความสนใจเป็นอย่างมาก

42% ของนักการตลาดใช้ TikTok โดย TikTok ยังเป็นแพลตฟอร์มยอดนิยมที่สร้าง ROI เป็นอันดับที่ 2 เท่ากันกับ Youtube และ Instagram

โดย TikTok จะยังคงเห็นการเติบโตของแบรนด์ที่เพิ่มขึ้นในปี 2023 โดย **56%** ของผู้ใช้ TikTok วางแผนที่จะเพิ่มการลงทุนในปีหน้า ซึ่งเป็นการเพิ่มขึ้นที่สูงที่สุด เมื่อเทียบกับแอปพลิเคชัน Social Media อื่น ๆ ในขณะที่ **34%** ก็วางแผนที่จะคงการลงทุนไว้ในปัจจุบัน

How are marketers changing their investments in 2023 (among the platforms they currently leverage?)



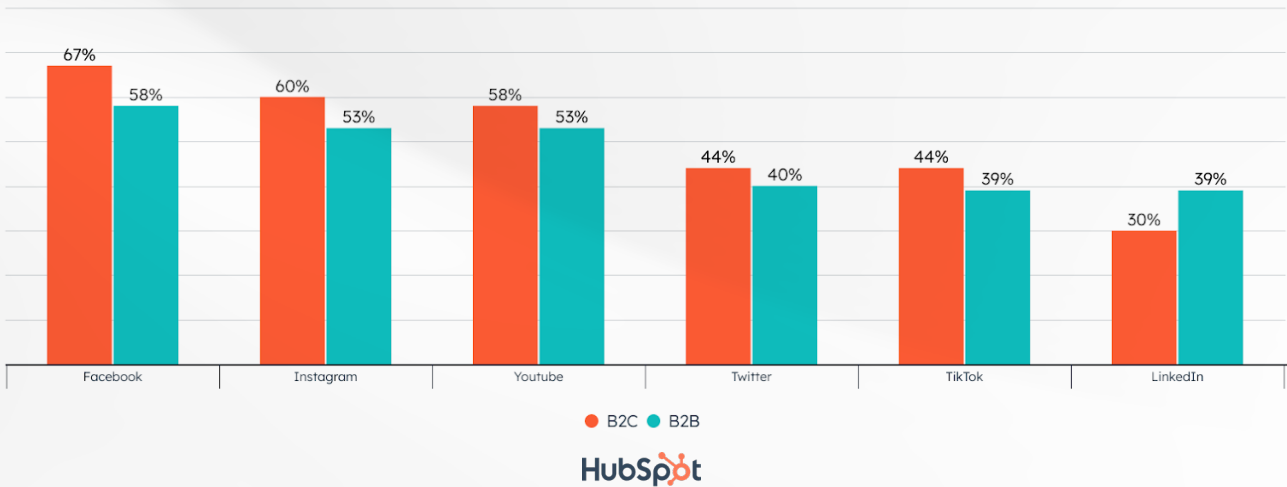
HubSpot

นอกจากนี้ **26%** ของนักการตลาดวางแผนที่จะใช้ TikTok เป็นครั้งแรกในปี 2023 ในขณะที่ 16% ของนักการตลาดจะลงทุนใน TikTok มากกว่าแอปพลิเคชันอื่น ๆ ในปีหน้า

ข้อมูลการทำตลาดผ่าน Social Media ระหว่างธุรกิจแบบ B2B และแบบ B2C

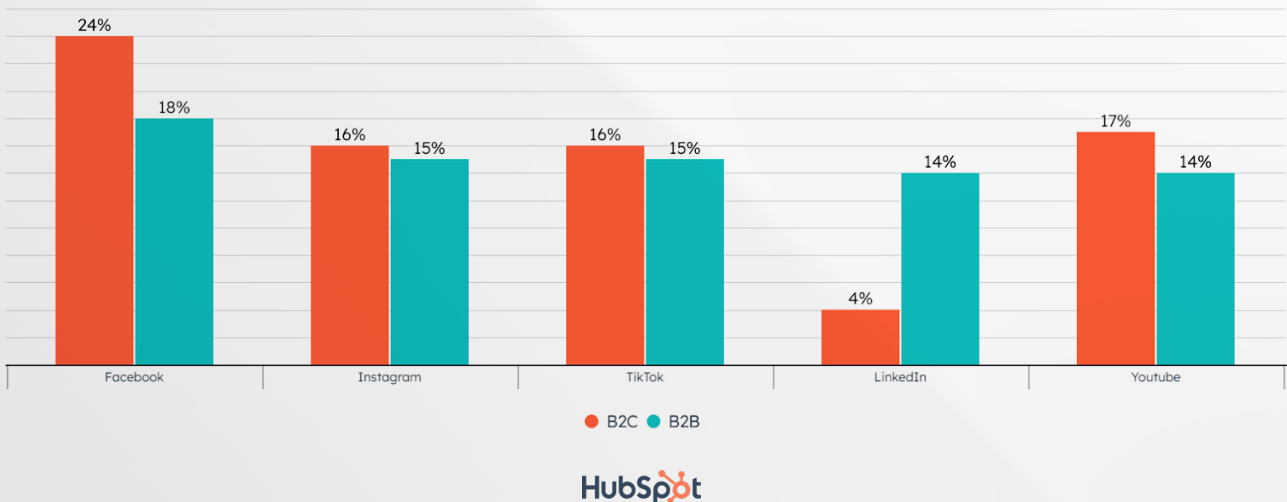
ในแง่ของแพลตฟอร์มที่พวกเขาใช้ นักการตลาดทั้งแบบ **B2B** และ **B2C** จะมีความคล้ายกันมาก โดยความแตกต่างที่มากที่สุดคือ นักการตลาดแบบ B2B มีแนวโน้มที่จะใช้ **LinkedIn**

What social media platforms are marketers leveraging (top 5 B2B vs. B2C)?



จากผลการสำรวจ พบว่า มีนักการตลาดแบบ B2B เพียง **14%** ที่ใช้ **LinkedIn** ได้บอกว่า LinkedIn นั้น ให้ ROI สูงสุดจากทุก ๆ แพลตฟอร์ม ซึ่งนั่นก็ยังเป็นเปอร์เซ็นต์ที่ต่ำกว่า Facebook, Instagram และ TikTok

What social media platforms are offer the biggest ROI (top 5 B2B vs. B2C)?

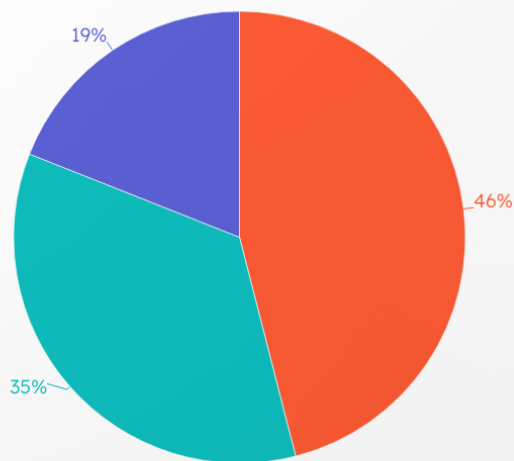


นักการตลาดแชร์คอนเทนต์ผ่าน Social Media อย่างไร

เนื่องจาก นักการตลาดได้ใช้แอปพลิเคชัน **Social Media** เป็นจำนวนมากไปพร้อม ๆ กัน ซึ่งคุณอาจจะสงสัยว่า นักการตลาดเหล่านั้น ได้ปรับคอนเทนต์ให้เหมาะกับแต่ละช่องทางหรือไม่ หรือพวกเขาแชร์คอนเทนต์เดียวกันในทุกแพลตฟอร์ม

จากรายงาน พบว่า นักการตลาด **เกือบครึ่ง** โพสต์คอนเทนต์เดิมซ้ำผ่านหลายแพลตฟอร์มของ Social Media ในขณะที่ **35%** ของนักการตลาดนั้นปรับคอนเทนต์ให้เหมาะกับแต่ละแพลตฟอร์ม และ **19%** ของนักการตลาด ได้ทำทั้ง 2 อย่างบ้างเล็กน้อย

How do marketers share content across different social media platforms?

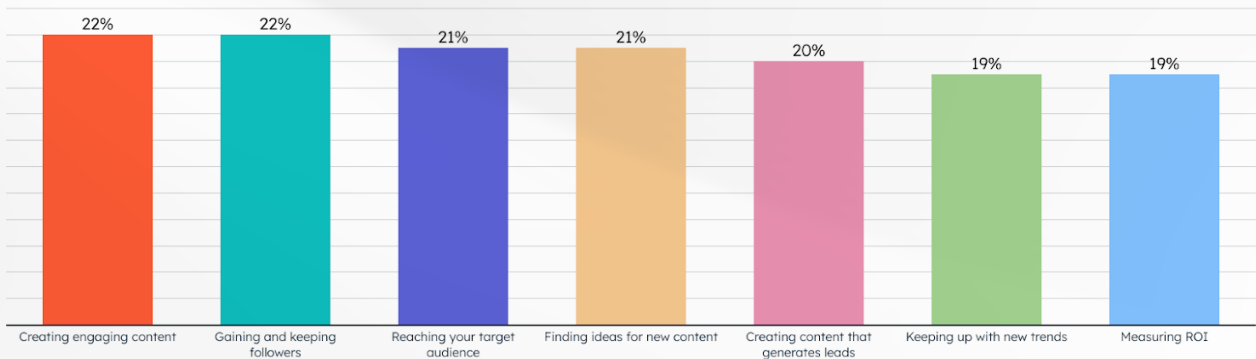


- I usually re-purpose the same marketing content across various social media platforms
- I usually tailor content to the platform I'm sharing it on
- I do both about equally

ความท้าทายด้านการทำการตลาดผ่าน Social Media ที่ใหญ่ที่สุด

ความท้าทายอันดับต้น ๆ ที่นักการตลาดด้าน Social Media ต้องเจอ คือ **การสร้างคอนเทนต์ที่สร้างการมีส่วนร่วม, การดึงดูด และรักษาผู้ติดตาม (Follower), การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย, การค้นหาแนวคิดสำหรับคอนเทนต์ใหม่ ๆ, การสร้าง Lead หรือผู้มีโอกาสมาเป็นลูกค้า, การตามเทรนด์ให้ทัน และการวัด ROI**

What are the biggest challenges social media marketers face (top 7)?



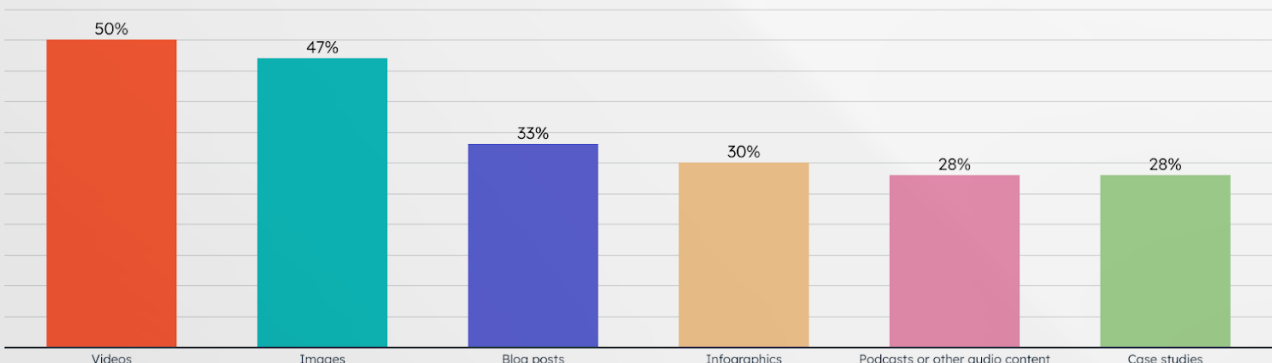
HubSpot

ในส่วนต่อไป ลองมาดูข้อมูลเกี่ยวกับสื่อการตลาดที่นักการตลาดใช้แล้วมีประสิทธิภาพมากที่สุด

นักการตลาดใช้ประโยชน์จากสื่อรูปแบบใด?

ครึ่งหนึ่งของนักการตลาดได้ใช้วิดีโอ โดย **47%** ได้ใช้รูปภาพตามด้วย **33%** ที่โพสต์บทความใน **Blog**, **30%** ใช้อินโฟกราฟิก และ **28%** ใช้ **Podcast** หรือคอนเทนต์แบบเสียงอื่น ๆ

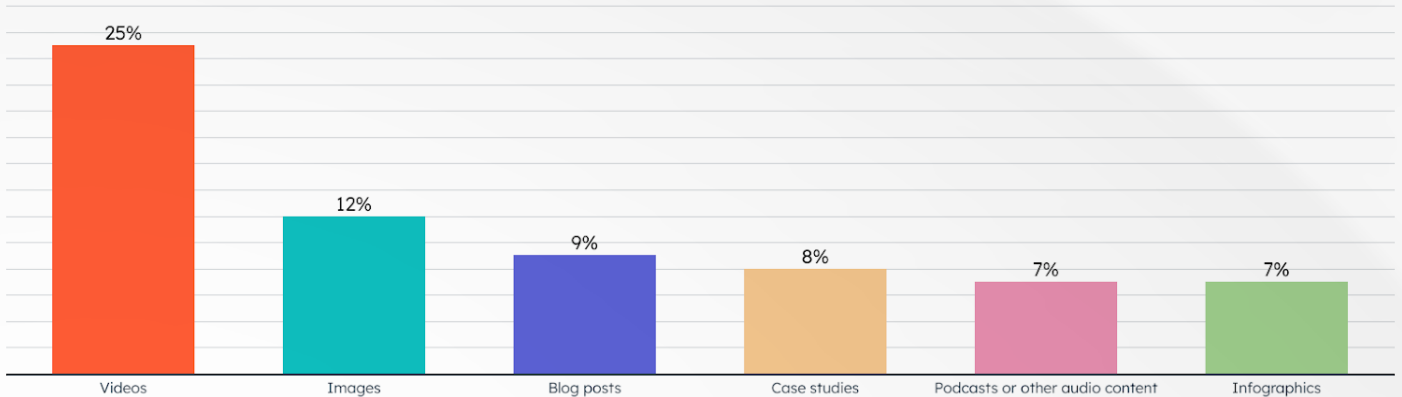
What media formats are marketers leveraging in their marketing strategy (top 6)?



HubSpot

วิดีโอมี ROI สูงสุดเมื่อเทียบกับสื่อรูปแบบอื่น ๆ โดยรองลงมา คือ รูปภาพ, โพสต์ Blog และ Podcast หรือคอนเทนต์แบบเสียงอื่น ๆ

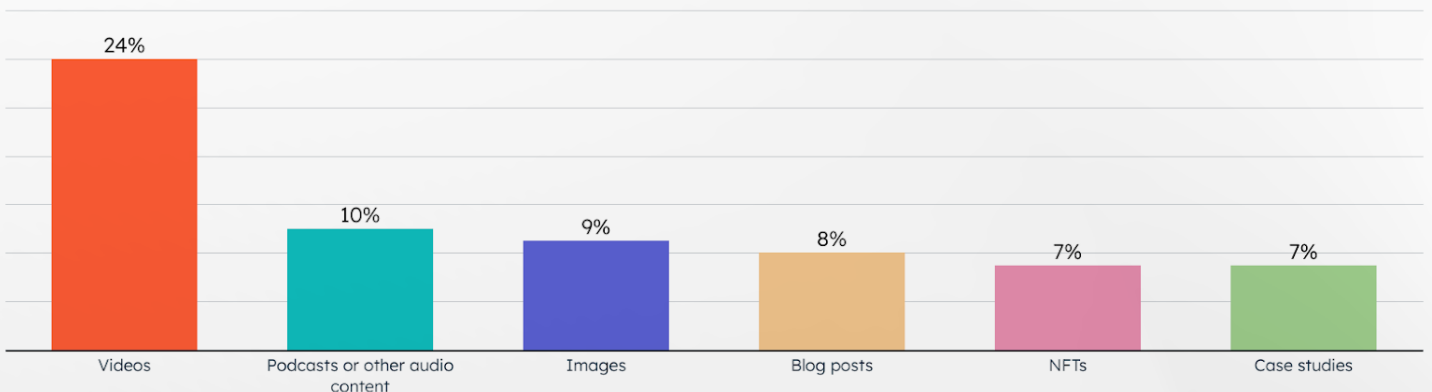
Which media formats have the highest ROI (top 6)?



HubSpot

การใช้วิดีโอจะเติบโตอย่างมากในปี 2023 โดย **24%** ของนักการตลาดวางแผนที่จะลงทุนกับ วิดีโอมากกว่าสื่อรูปแบบอื่น ๆ และ Podcast จะมีการลงทุนสูงสุดเป็นอันดับที่ 2 นอกจากนี้ **10%** ของนักการตลาดจะลงทุนมากขึ้นกับคอนเทนต์แบบเสียงมากกว่าสื่อรูปแบบอื่น ๆ

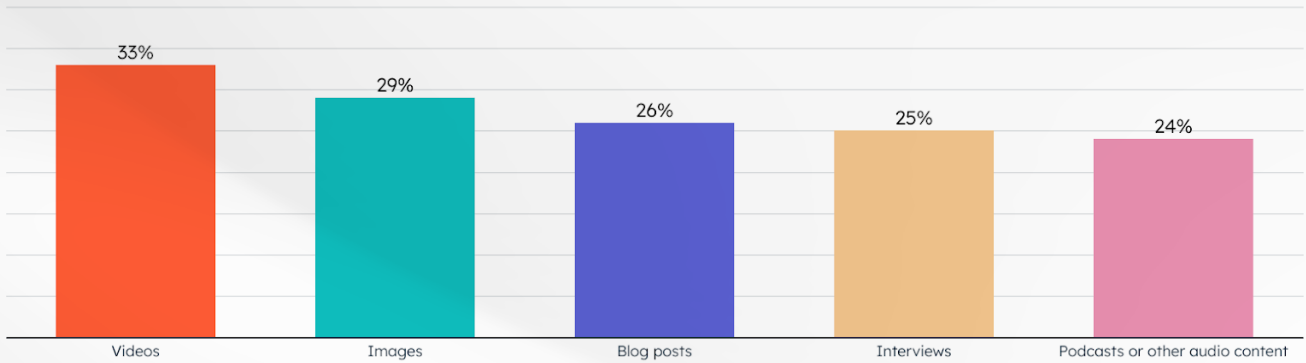
Which media format will marketers invest the most in for 2023 (top 6)?



HubSpot

ในปี 2023 วิดีโอจะมีการเติบโตสูงสุดในกลุ่มผู้ใช้งานครั้งแรก โดย **1 ใน 3** วางแผนที่จะลองใช้**วิดีโอ**ในปีหน้า ซึ่ง**รูปภาพ (29%)**, **โพสต์ Blog (26%)**, **บทสัมภาษณ์ (25%)** และ **Podcast (24%)** ก็จะมีการใช้งานสูงครั้งแรกในกลุ่มนักการตลาดในปีหน้า

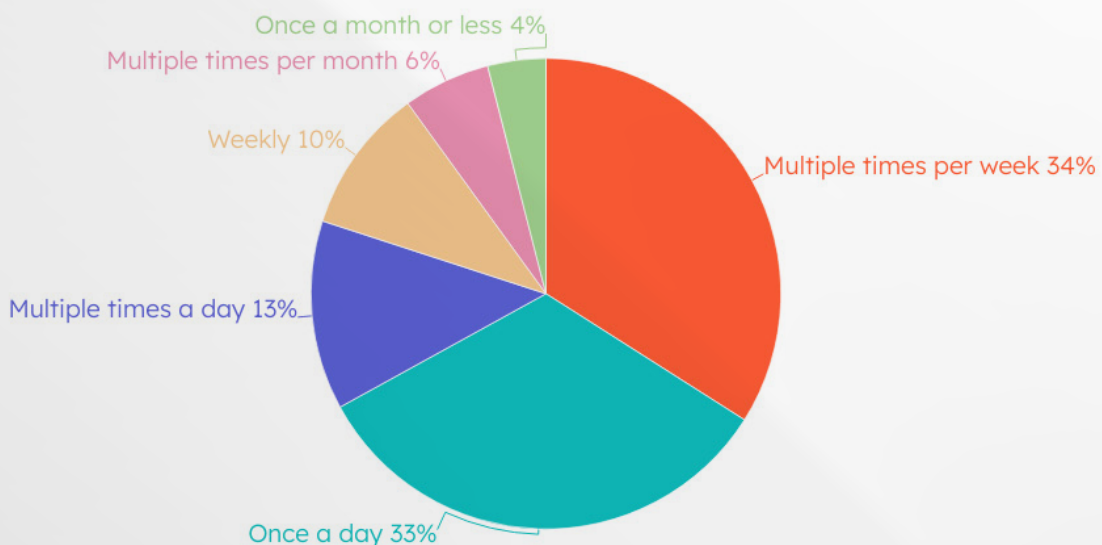
Which media format will marketers leverage for the first time in 2023 (top 5)?



HubSpot

สำหรับความถี่ที่นักการตลาดได้นำเสนอคอนเทนต์นั้น พบว่า **1 ใน 3** ของนักการตลาดนำเสนอคอนเทนต์ 2 - 3 ครั้งต่อสัปดาห์ ในขณะที่อีก **2 ใน 3** ของนักการตลาดนำเสนอคอนเทนต์ทุกวัน และมีนักการตลาดเพียง **13%** ที่นำเสนอคอนเทนต์หลายครั้งต่อวัน

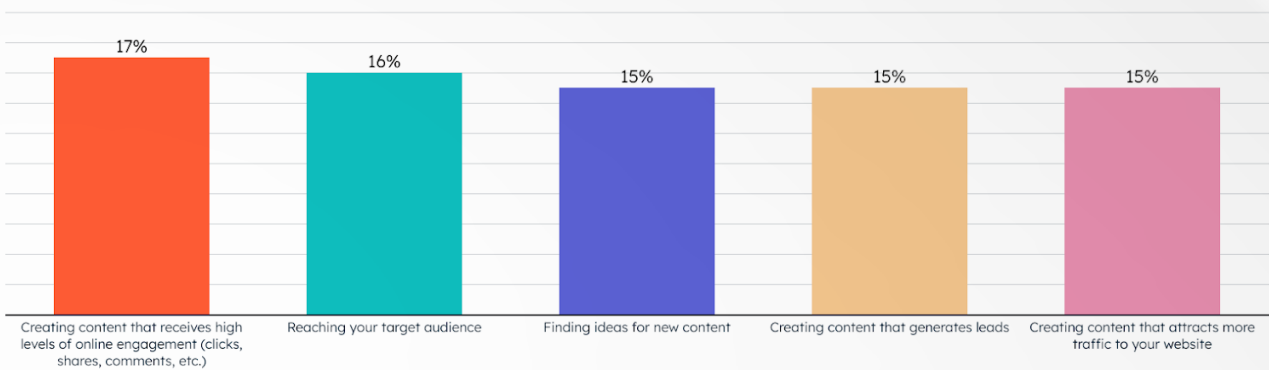
How often do marketers publish content?



HubSpot

โดยทาง HubSpot ยังได้สอบถามนักการตลาดด้านคอนเทนต์เกี่ยวกับความท้าทายที่ยิ่งใหญ่ที่สุดที่พวกเขาต้องเจอในเรื่องกลยุทธ์ของคอนเทนต์ พบว่า ในปัจจุบันนักการตลาดด้านคอนเทนต์กำลังพยายามมากที่สุดในการสร้างคอนเทนต์ที่จะได้รับการมีส่วนร่วมในระดับสูง, การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย, การค้นหาแนวคิดสำหรับคอนเทนต์ใหม่ ๆ, การสร้างคอนเทนต์ที่สร้าง Lead หรือผู้มีโอกาสมาเป็นลูกค้า และการสร้างคอนเทนต์ที่ดึงดูด Traffic หรือ การเข้าชมเว็บไซต์

What are the biggest challenges content marketers face (top 5)?

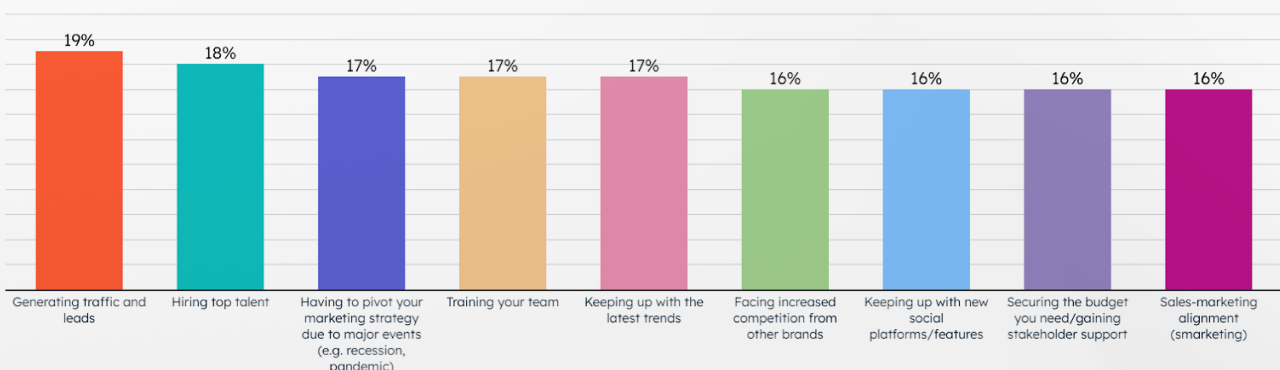


HubSpot

ความท้าทายที่นักการตลาดต้องเจอคืออะไร?

ความท้าทายอันดับต้น ๆ ที่นักการตลาดต้องพบเจอ คือ การสร้าง Traffic และการสร้าง Lead, การจ้างผู้มีความสามารถในระดับสูง, การปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางการตลาด, การฝึกอบรมทีมพนักงาน, การตามเทรนด์ล่าสุดให้ทัน และการเพิ่มการแข่งขันกับแบรนด์อื่น ๆ

What challenges are marketers facing in their role (top 9)?

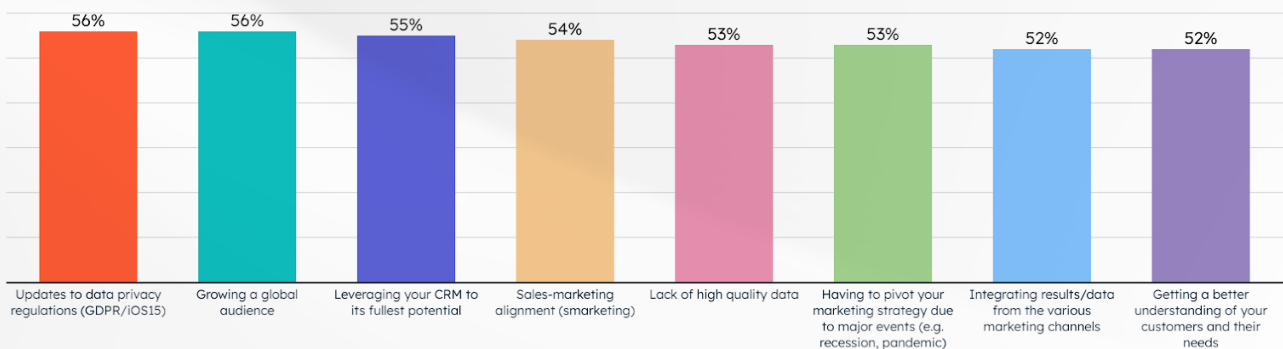


HubSpot

สำหรับความท้าทายที่นักการตลาดเจอ และกำลังพยายามบริหารจัดการอยู่ คือ

- 1 การอัปเดตกฎระเบียบด้านความเป็นส่วนตัวของข้อมูล
- 2 การเพิ่มขึ้นของกลุ่มเป้าหมายทั่วโลก
- 3 การใช้ CRM อย่างเต็มศักยภาพ
- 4 การปรับการขาย/การตลาดให้เหมาะสม
- 5 การขาดข้อมูลที่มีคุณภาพสูง

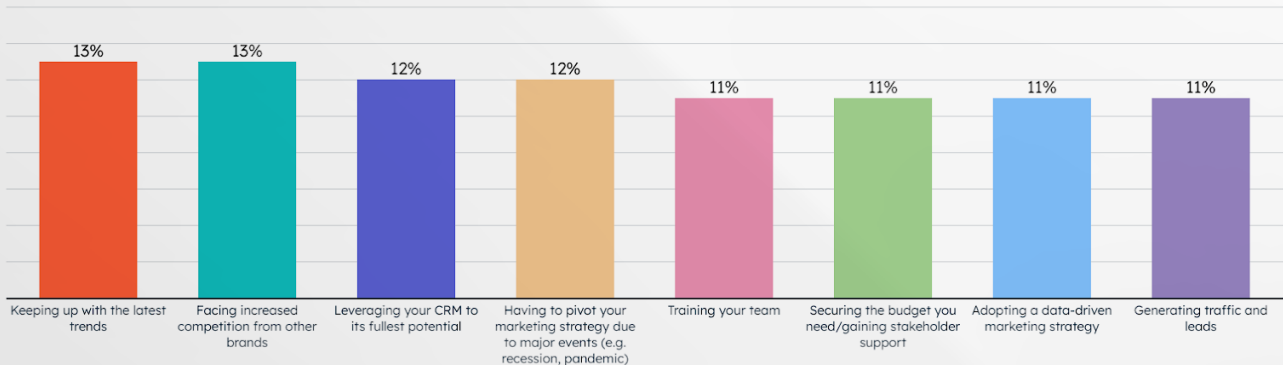
Which of the challenges marketers face are they struggling with the most (top 8)?



HubSpot

เมื่อพูดถึงความท้าทายที่ยิ่งใหญ่ที่สุดที่นักการตลาดคาดการณ์ในปี 2023 **การตามเทรนด์ล่าสุดให้ทัน**นั้นอยู่ในอันดับต้น ๆ ตามด้วยการแข่งขันที่เพิ่มขึ้น, การใช้ประโยชน์จาก CRM ของพวกเขาอย่างเต็มศักยภาพ และการต้องปรับกลยุทธ์ทางการตลาด

What are the biggest challenges marketers anticipate struggling with in 2023 (top 8)?



HubSpot

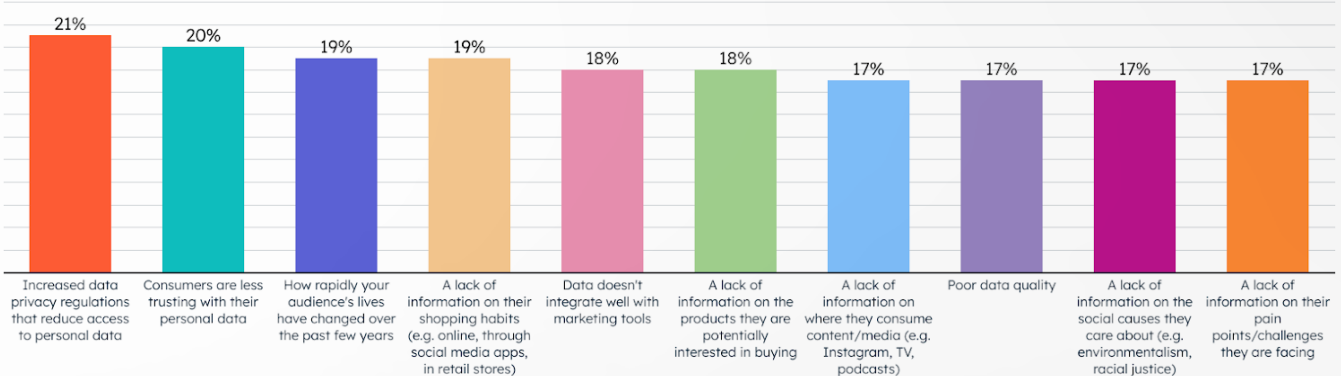
ประเด็นสำคัญ :

นักการตลาดยังคงพยายามอย่างมากในการทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมาย

สิ่งที่ทำให้นักการตลาดไม่มีข้อมูลที่ต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้คืออะไร?

ความท้าทายที่ใหญ่ที่สุด ก็คือ **กฎระเบียบด้านความเป็นส่วนตัวของข้อมูล, ผู้บริโภคไม่ค่อยไว้วางใจในการให้ข้อมูลส่วนบุคคลของตนเอง, การเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วของกลุ่มเป้าหมาย, การขาดข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อของ และปัญหาทางด้านเทคโนโลยี และพัฒนาการของการเรียนรู้ที่มาพร้อมกับการรวบรวมข้อมูล**

What are the biggest challenges marketers face in trying to understand their target audience?



HubSpot

ในการที่นักการตลาดสามารถเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยเครื่องมือและเทคโนโลยีที่มี กฎระเบียบด้านความเป็นส่วนตัวของข้อมูล และความไม่ไว้วางใจของผู้บริโภคในการให้ข้อมูลส่วนบุคคล อาจทำให้นักการตลาดพลาดข้อมูลที่สำคัญได้ ยิ่งไปกว่านั้น คุณภาพของข้อมูลที่ไม่ดีซึ่งเกิดจากสิ่งเหล่านี้รวมถึงผลกระทบอื่น ๆ ที่กล่าวไว้ อาจทำให้การติดตามชีวิตของกลุ่มเป้าหมายที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของคุณนั้น ยากยิ่งขึ้น

เป้าหมายทางการตลาดยอดนิยม

1. การเพิ่มรายได้/ยอดขาย
2. การพัฒนาประสบการณ์ของลูกค้า
3. การเพิ่มการรับรู้แบรนด์ และการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายใหม่ ๆ
4. การเพิ่มการมีส่วนร่วม
5. การเสริมสร้างความภักดีต่อแบรนด์

ในปี 2022 เป้าหมายทางการตลาดจะมุ่งไปที่ **การเพิ่มรายได้/การขาย (27%)**, **การพัฒนาประสบการณ์ของลูกค้า (22%)**, **การเพิ่มการรับรู้แบรนด์ และการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายใหม่ ๆ (20%)** ตลอดจน**การเพิ่มการมีส่วนร่วม และการเสริมสร้างความภักดีต่อแบรนด์ผ่านการสร้างความความสัมพันธ์กับลูกค้า (18%)**

โดยนักการตลาดยังเน้นกลยุทธ์ของปี 2022 ในการทำความเข้าใจลูกค้าให้ดียิ่งขึ้น, การเพิ่มจำนวนผู้ติดตาม (Follower) ใน Social Media หรือชุมชนต่าง ๆ และการพัฒนาการบริการขายกับการตลาดให้มีความเหมาะสม

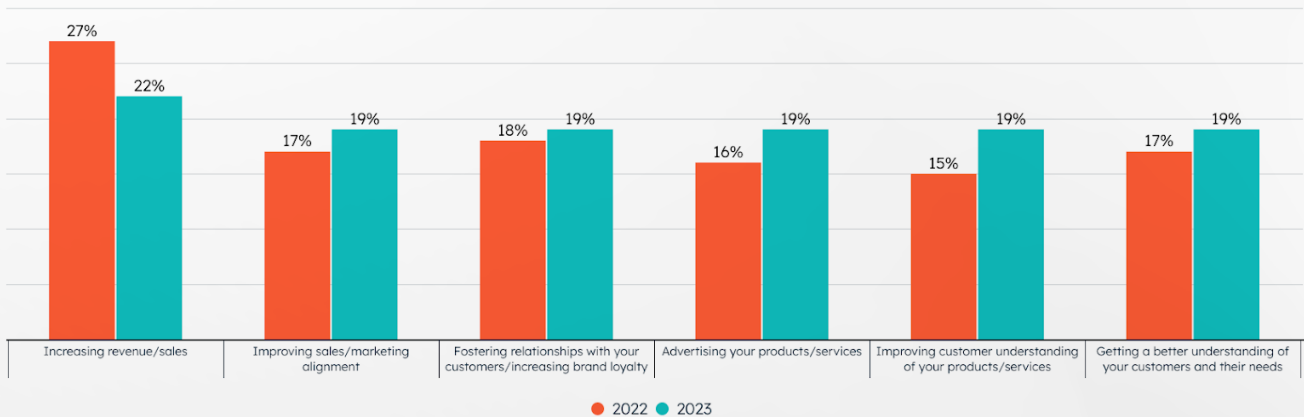
แต่ในปี 2023 **นักการตลาดครึ่งหนึ่ง กล่าวว่าเป้าหมายเหล่านี้จะเปลี่ยนไป**





สำหรับนักการตลาดที่จะทำการปรับเปลี่ยนนั้น **การเพิ่มรายได้/การขาย** ก็ยังคงมาเป็นอันดับต้น ๆ แต่การโฟกัสจะเปลี่ยนไปที่ **การพัฒนาการปรับการขาย และการตลาดให้มีความเหมาะสม, การส่งเสริมความสัมพันธ์กับลูกค้า เพื่อเพิ่มความภักดีต่อแบรนด์, การปรับการโฆษณา, การพัฒนาความเข้าใจของลูกค้าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์/บริการ และความเข้าใจกลุ่มเป้าหมายได้ดีขึ้น**

How are marketers changing their goals in 2023?

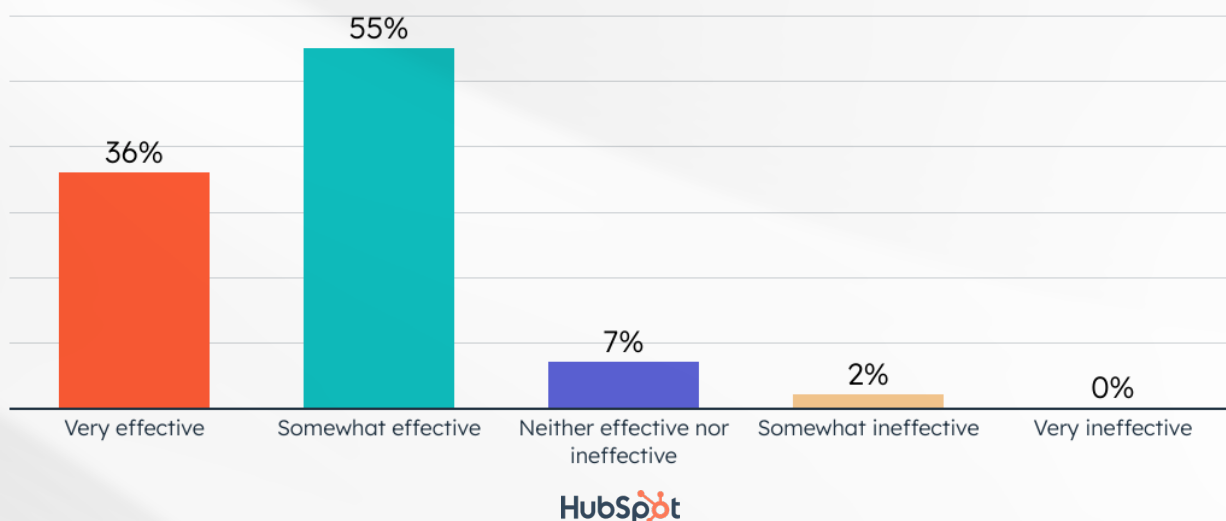


Ordered by marketers' top goals for 2023. 2023 data is among marketers planning to change their goals from 2022 to 2023.

ลองมาดูความท้าทายที่ใหญ่ที่สุดที่นักการตลาดกำลังเจออยู่
ในตอนนี้ รวมถึงปัญหา หรืออุปสรรคที่พวกเขาคาดว่าจะเจอ
ในปี 2023

ผลงานของนักการตลาด เป็นอย่างไรบ้างในปี 2022?

How do marketers describe their marketing strategy in 2022?



ทาง HubSpot ได้มีการสอบถามนักการตลาดเกี่ยวกับกลยุทธ์
ทางการตลาดของพวกเขาในปี 2022 และ **91%** บอกว่า
กลยุทธ์ที่พวกเขาใช้นั้น ได้ผลดี

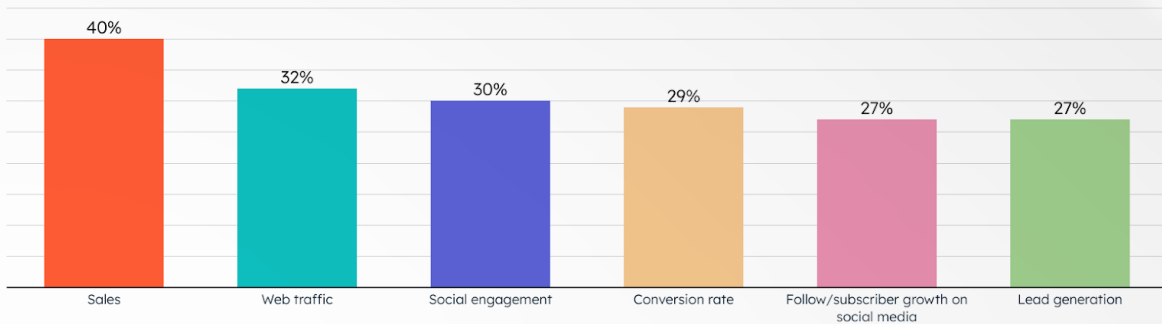
มีเพียง **2%** เท่านั้นที่บอกว่า กลยุทธ์ของพวกเขาไม่ได้ผลดี ในขณะที่
7% บอกว่า ความพยายามทางการตลาดของพวกเขาไม่ได้
สร้างผลด้านลบ หรือด้านบวกใด ๆ เลย

โดยนักการตลาดส่วนใหญ่มองว่า กลยุทธ์ของตนนั้นได้ผลดี
ดังนั้น ลองมาดูตัวชี้วัดทางการตลาดหรือ KPI ที่พวกเขาใช้
เพื่อวัดความสำเร็จกันดีกว่า

ตัวชี้วัดทางการตลาด และ KPI ที่สำคัญที่สุด

เมื่อพูดถึงการวัดประสิทธิภาพของกลยุทธ์ด้านคอนเทนต์การตลาด นักการตลาด กล่าวว่า **การขาย, การเข้าชมเว็บไซต์ และการมีส่วนร่วมทาง Social** เป็นตัวชี้วัดที่สำคัญที่สุด ตามมาด้วย **อัตรา Conversion, การเพิ่มขึ้นของ Follower/Subscriber และการสร้าง Lead หรือผู้ที่มีโอกาสมาเป็นลูกค้า**

What are the most important metrics for measuring the effectiveness of your content marketing strategy (top 6)?



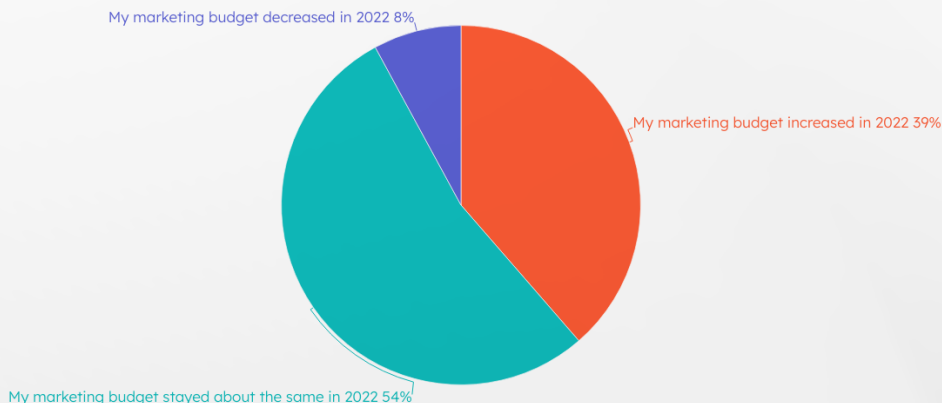
HubSpot

ลองมาดูกันว่า งบประมาณการตลาดเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร และจะมีการเปลี่ยนแปลงต่อไปในอีกไม่กี่เดือนข้างหน้าอย่างไร?

งบประมาณการตลาดเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร?

54% ของนักการตลาดเห็นว่า งบประมาณยังคงเท่าเดิมในระหว่างปี 2021 ถึง 2022 ในขณะที่ **39%** เห็นงบประมาณที่เพิ่มขึ้น และมีเพียง **8%** เท่านั้นที่รายงานว่า มีการลดงบประมาณลง

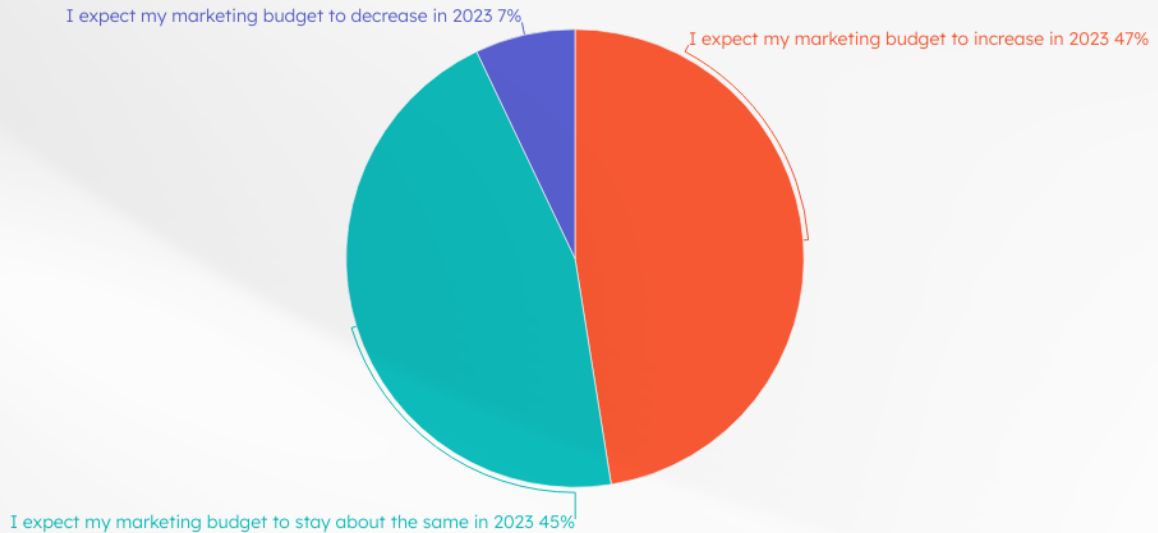
How did marketing budgets change from 2021 to 2022?



HubSpot

สำหรับปี 2023 **47%** ของนักการตลาด คาดว่า งบประมาณ จะเพิ่มขึ้น ในขณะที่ **45%** คาดว่า งบประมาณจะยังคงเท่าเดิม และ **7%** คาดว่า งบประมาณจะลดลง

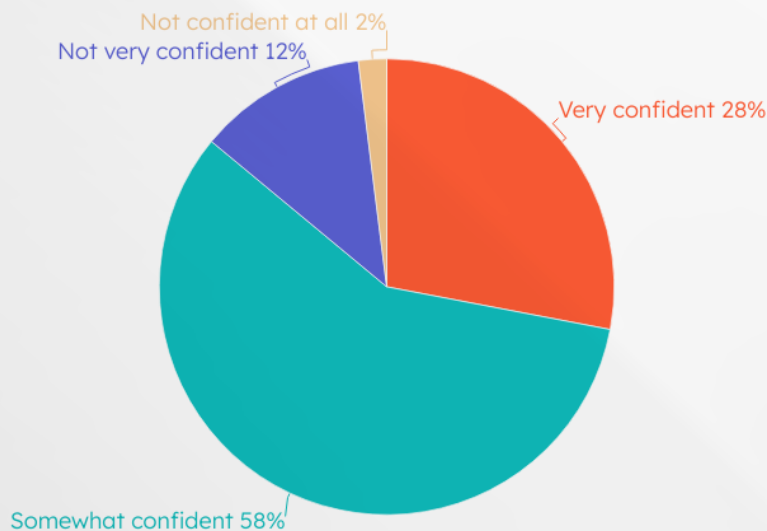
How do marketers expect their budgets to change in 2023?



HubSpot

เมื่อพูดถึงการลงทุนงบประมาณนั้น นักการตลาดส่วนใหญ่ **(58%)** ค่อนข้างมั่นใจเมื่อตัดสินใจว่า จะใช้งบประมาณของตนอย่างไรเพื่อเพิ่ม ROI ให้ได้สูงสุด ในขณะที่ นักการตลาดเพียง **28%** รู้สึกมั่นใจมาก และนักการตลาดประมาณ **14%** ไม่มั่นใจในวิธีที่พวกเขาลงทุนงบประมาณการตลาด

How confident are marketers in deciding how to invest their budget to maximize ROI?



HubSpot

ลองมาดูการเจาะลึกเทรนด์การทำงาน เพื่อทำความเข้าใจว่า
นักการตลาดทำงานอย่างไรในปีนี้?

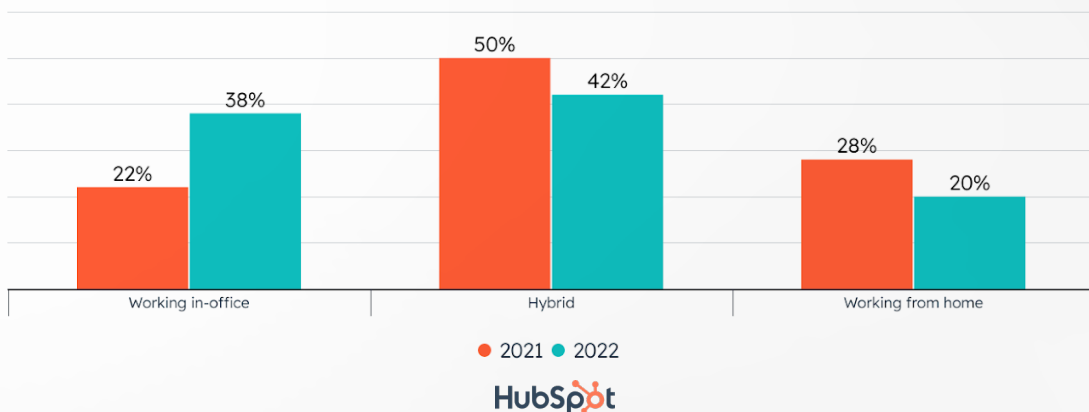
เทรนด์เกี่ยวกับการทำงาน ของนักการตลาด

จากการสำรวจครั้งล่าสุดของ HubSpot ได้เจาะลึกถึงลักษณะ
การทำงาน และสภาพแวดล้อมในการทำงานของนักการตลาด

นักการตลาดทำงานที่ใด

จากการสำรวจ พบว่า นักการตลาดได้กลับเข้ามาทำงาน
ที่ออฟฟิศในปี 2022 โดย 80% ของนักการตลาด ได้กลับมา
ทำงานที่ออฟฟิศอย่างน้อยแบบไม่เต็มเวลา ในขณะที่มีเพียง
20% เท่านั้นที่ทำงานแบบ Work from home เต็มเวลา

Where are marketers working from (2021 vs. 2022)?

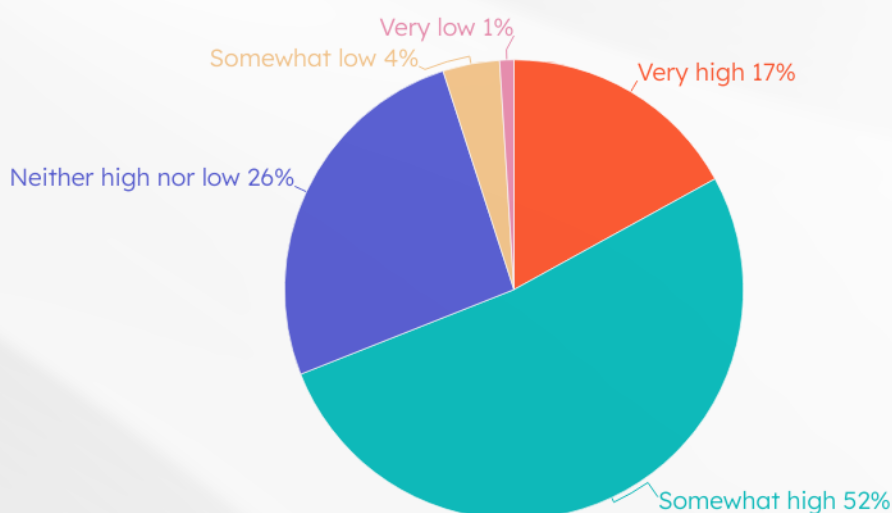


- **38%** ของนักการตลาดทำงานในออฟฟิศในปี 2022 โดยเพิ่มขึ้นเป็น 73% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว
- **42%** ของนักการตลาดทำงานในรูปแบบ Hybrid ในปี 2022 โดยลดลงเป็น 16% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว
- **20%** ของนักการตลาดทำงานแบบ Work from home ในปี 2022 โดยลดลงเป็น 29% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว

นักการตลาดรู้สึกอย่างไร กับปริมาณงานของพวกเขา

เมื่อพูดถึง**ปริมาณงาน 70%** ของนักการตลาด ระบุว่า ปริมาณงานของตนนั้นสูง ในขณะที่ **26%** ของนักการตลาด ระบุว่า ไม่สูงหรือไม่ต่ำ และมีเพียง **5%** ของนักการตลาดเท่านั้นที่บอกว่าต่ำ นอกเหนือจากปริมาณงานที่สูงนั้นแล้ว **46%** ของนักการตลาด กล่าวว่า ในปี 2022 ปริมาณงานของพวกเขาเพิ่มขึ้นจากปี 2021

How do marketers describe their current workload?



HubSpot

นักการตลาดโดยเฉลี่ยทำงาน **5** แคมเปญในแต่ละครั้ง และรวมทั้งหมดเป็น **7** แคมเปญต่อไตรมาส นอกจากนี้ **42%** ของนักการตลาด กล่าวว่า ในปี 2022 จำนวนแคมเปญที่พวกเขา ทำงานในแต่ละไตรมาสเพิ่มขึ้นจากปี 2021 และนักการตลาดคิดว่า ปริมาณงานของพวกเขาจะเพิ่มขึ้นอีกครั้งในปี 2023 โดยพวกเขาคาดว่าจะทำงาน **9** แคมเปญต่อไตรมาส

อีกสิ่งหนึ่งที่พบคือ **นักการตลาดไม่ค่อยมีเวลา** และพวกเขาคาดว่า **ภาระงานของพวกเขาจะหนักขึ้นเรื่อย ๆ** โดยนักการตลาดใช้เวลาเฉลี่ย **6 ชั่วโมงต่อวัน**ในการทำงานแบบ Manual, งานธุรการและงานปฏิบัติการต่าง ๆ ซึ่งทำให้พวกเขา **มีเวลาน้อยลง**ในการทำงานที่จะสร้างผลลัพธ์ที่ยิ่งใหญ่

โดยในปัจจุบัน ก็มี **ระบบการทำงานแบบอัตโนมัติ** ที่จะสามารถเข้ามาช่วยเหลืองานในส่วนนี้ได้ ซึ่งจากข้อมูลของ HubSpot แสดงให้เห็นว่า นักการตลาดที่รายงานว่า ในปีนี้ กลยุทธ์ทางการตลาดของตนเองมีประสิทธิภาพ มีแนวโน้มที่จะใช้ระบบอัตโนมัติในงานมากกว่านักการตลาดที่มีกลยุทธ์ทางการตลาดที่ไม่มีประสิทธิภาพ

ประเด็นสำคัญทางการตลาดที่ใหญ่ที่สุดสำหรับปี 2023

ในช่วงหลายเดือนที่ผ่านมา พบว่า **20%** ของนักการตลาดได้ปรับเปลี่ยนแผนของตนเอง เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจถดถอยที่อาจเกิดขึ้น

โดยข้อมูลของ HubSpot แสดงให้เห็นว่า นักการตลาดที่ลงทุนไปกับ **การทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมาย, เทรนด์ล่าสุด และการเปลี่ยนแปลงของกลุ่มเป้าหมาย** จะพร้อมที่สุดที่ในการ **ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ และเอาชนะในการแข่งขัน** ในปี 2023

ลองมาดูการสรุปผลบางส่วนที่คุณสามารถนำไปปรับใช้ในการวางแผนกลยุทธ์การตลาดในปีหน้าของคุณได้

- **วิดีโอแบบสั้น, การตลาดโดยใช้ Influencer และการซื้อ - ขายผ่าน Social / การใช้ Direct Message** สำหรับการให้บริการลูกค้า คือ **เทรนด์ยอดนิยม**ที่นักการตลาดใช้ในปี 2022 และอาจได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่องในปี 2023
- **Facebook** ยังคงครองบัลลังก์เป็นแพลตฟอร์ม Social Media ที่มี ROI สูงสุด แต่ **YouTube, Instagram และ TikTok** จะเห็นการเติบโตมากขึ้นกว่า Facebook ในปี 2023
- **งบประมาณการตลาดจะไม่หดตัว** หรือลดลง แม้จะมีการแพร่ระบาดของโรคระบาด, ภาวะเศรษฐกิจถดถอย, การเปลี่ยนแปลงด้านความเป็นส่วนตัวของข้อมูล ฯลฯ ที่จะเกิดขึ้น ในปี 2023 และดูเหมือนว่า นักการตลาดก็ยังคงจะได้รับเงินทุนที่
- จำเป็นต้องใช้ เมื่อเข้าสู่ช่วงเวลาที่ไม่วางใจ บทบาททางการตลาดกำลังเปลี่ยนกลับไปเป็น **แบบเจอกันตัวต่อตัว** โดยนักการตลาดจำนวนมาก **80%** กลับเข้าออฟฟิศอย่างน้อยบางส่วน
- ในปี 2022 ในขณะที่ มีนักการตลาดเพียง **20%** เท่านั้นที่ยังทำงานแบบ Work from home นักการตลาด**มีปริมาณงานสูงอย่างไม่มีจุดจบ** พวกเขารายงานว่า ในปี 2022 ปริมาณงานเพิ่มขึ้นจากในปี 2021 และคาดว่า จะมีจำนวนเพิ่มขึ้นในปี 2023 **การเพิ่มระดับการทำงานของเครื่องมืออัตโนมัติ** จะสามารถช่วยให้คุณ และทีมของคุณใช้เวลามากขึ้นกับงานที่มีผลกระทบสูง



สำหรับรายงานสถิติเหล่านี้ คุณสามารถนำข้อมูลไปใช้เป็นส่วนประกอบในการตัดสินใจในการวางแผนกลยุทธ์การทำการตลาดในปีหน้าได้ แต่ทั้งนี้ ก็อาจจะต้องใช้**ข้อมูลของกลุ่มเป้าหมาย**ที่คุณทำการเก็บรวบรวมมาด้วย เพื่อให้แผนกลยุทธ์ของคุณ**ตอบสนองความต้องการ**ของพวกเขาได้อย่างตรงจุด และสิ่งสำคัญคือ คุณต้อง**มีความยืดหยุ่นในการดำเนินธุรกิจ** และ**พร้อมที่จะปรับเปลี่ยน**เพื่อก้าวตามเทรนด์ใหม่ ๆ ให้ทันอยู่เสมอ ➤

Source : <https://blog.hubspot.com/marketing/hubspot-blog-marketing-industry-trends-report#marketingstrategies>

หากคุณต้องการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานธุรกิจของคุณ ทั้งในด้านการตลาด, การขาย และการบริการนั้น เครื่องมือ MarTech ก็เป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่จะช่วยธุรกิจของคุณได้ ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจขนาดเล็ก หรือขนาดใหญ่ คุณสามารถเลือกใช้ และปรับให้เหมาะสมกับความ ต้องการของคุณได้



OURGREENFISH
ACCELERATE YOUR TRANSFORMATION

ให้ **OURGREENFISH**

เป็นผู้ช่วยในการพัฒนา
และ ต่อยอดธุรกิจของคุณ

*ให้มีประสิทธิภาพ
มากยิ่งขึ้น*

พัฒนาธุรกิจของคุณให้เติบโตไป
อีกขั้น ด้วย **HubSpot CRM**
ที่เป็น CRM ในรูปแบบซอฟต์แวร์
พร้อมใช้งาน (SaaS) ที่จะเชื่อมโยง
ข้อมูลสำคัญทางธุรกิจของคุณ
ในทุกส่วน ทั้งระบบ CRM,
Marketing, Sales, และ Service
Hub โดยที่คุณสามารถเริ่มต้นได้
ง่าย ๆ กับ Package Starter หรือ
Professional และเมื่อคุณมีความ
พร้อมมากขึ้น ก็สามารถขยายไปสู่
ระดับ Enterprise เพื่อจะช่วยให้
ธุรกิจของคุณเติบโตยิ่งขึ้นได้
อย่างต่อเนื่อง

“ **HubSpot CRM**
for Scaling
Companies
พัฒนาธุรกิจของคุณ
ให้เติบโตไปอีกขั้น
ด้วย **HubSpot** ”



ปรึกษาทีมผู้เชี่ยวชาญของ
OURGREENFISH ได้เลย



www.ourgreenfish.com



02-0268918