

## บทที่ 5

### สรุปผลและขอเสนอแนะ

#### 5.1 บทสรุปโครงการ

จากการศึกษาเปรียบเทียบประสิทธิภาพของกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลบนแพลตฟอร์ม TikTok และ Instagram กรณีศึกษา Affiliate ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง Lovepotion พบว่าทั้งสองแพลตฟอร์มมีข้อดีและข้อเสียที่แตกต่างกัน ในระยะเวลา 4 เดือนที่ผ่านมา การวิเคราะห์ผลลัพธ์จากช่องทางการตลาด Instagram และ TikTok แสดงให้เห็นถึงการเติบโตและความสำเร็จที่แตกต่างกัน โดยในขณะที่ Instagram มียอดผู้ติดตามเพิ่มขึ้นเป็น 903 คน TikTok กลับมีการเติบโตที่รวดเร็วกว่าด้วยผู้ติดตามจำนวน 1,103 คน ทั้งสองช่องทางมีรายได้ค่าคอมมิชชั่นที่ใกล้เคียงกัน คือ 713 บาทสำหรับ Instagram และ 814 บาทสำหรับ TikTok การเข้าถึงเนื้อหาใน TikTok มีแนวโน้มที่สูงกว่าในทุกเดือน โดยเฉพาะในเดือนกันยายนที่มียอดดูถึง 3,461 ยอดดู แสดงให้เห็นถึงศักยภาพในการสร้างการรับรู้และการมีส่วนร่วมที่สูงกว่าใน Instagram โดย Instagram เหมาะสำหรับการสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า เนื่องจากมีเครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกที่ช่วยในการติดตามพฤติกรรมของผู้ติดตาม เช่น การตอบสนองต่อโพสต์ และการมีส่วนร่วม แต่ข้อเสียของ Instagram คือการมีส่วนร่วมอาจไม่สูงเท่าที่คาดหวัง แม้ว่ายอดเข้าชมจะสูง แต่การตอบสนองในรูปแบบไลค์และคอมเมนต์อาจต่ำลงเมื่อเปรียบเทียบกับ TikTok ในขณะที่ TikTok มีศักยภาพในการเข้าถึงกลุ่มผู้ใช้ใหม่ได้ง่ายกว่า เนื่องจากมีแนวโน้มที่คอนเทนต์จะเป็นไวรัลได้รวดเร็ว โดยเฉพาะเนื้อหาที่สร้างสรรค์และใช้พีเจอร์ต่าง ๆ ของแอปในการดึงดูดผู้ติดตาม ข้อดีอีกประการของ TikTok คือการมีส่วนร่วมที่สูงกว่ามาก แต่ความยากลำบากคือการวัดผลจาก TikTok เนื่องจากอัลกอริทึมที่เปลี่ยนแปลงบ่อยและคอนเทนต์บน TikTok มักมีอายุการใช้งานที่สั้น จึงต้องผลิตคอนเทนต์อย่างต่อเนื่อง

การเปรียบเทียบกลยุทธ์การตลาดที่ใช้ในงานวิจัยนี้ ได้แก่ การยิงแอดหรือโฆษณา การทำคอนเทนต์ การจัดโปรโมชัน และการไลฟ์สด พบว่าทุกกลยุทธ์มีข้อดีและข้อเสียที่แตกต่างกัน โดยการยิงแอดสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เร็วและตรงจุด ขณะที่การทำคอนเทนต์มุ่งเน้นการสร้างความสำเร็จในระยะยาว การจัดโปรโมชันเป็นวิธีที่มีประสิทธิภาพในการกระตุ้นยอดขายในระยะสั้น และการไลฟ์สดสามารถสร้างการมีส่วนร่วมที่สูงจากผู้ชม

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าแพลตฟอร์ม TikTok มีประสิทธิภาพดีกว่า Instagram ในการสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้ชมอย่างชัดเจน ไม่ว่าจะเป็นผู้ติดตาม จำนวนการเข้าชมคลิปและโพสต์ การเข้าชมไลฟ์สด รวมถึงการสั่งซื้อสินค้า แต่ในเรื่องของการโปรโมทคลิปและโพสต์ Instagram สามารถทำได้ดีกว่า Tiktok อย่างเห็นได้ชัดและกลยุทธ์ที่ได้ผลมากที่สุดคือการยิงแอดหรือโฆษณาและการทำคอนเทนต์

## 5.2 ปัญหาและอุปสรรคของโครงการ

5.2.1 อุปกรณ์ที่ใช้ในการถ่ายวิดีโอและการถ่ายทอดสดยังไม่เป็นระดับมืออาชีพ ส่งผลให้คุณภาพของงานอาจไม่เป็นไปตามมาตรฐานที่ต้องการ นอกจากนี้ การสื่อสารและการพูดคุยยังขาดความคล่องแคล่ว และยังไม่คุ้นเคยกับการพูดต่อหน้ากล้อง ซึ่งอาจส่งผลต่อประสิทธิภาพในการถ่ายทอดสด

5.2.2 TiktokและInstagram มีการปิดกั้นการมองเห็น

5.2.3 การดำเนินการด้านการตลาดต้องใช้เวลาและงบประมาณในการวางแผนและดำเนินกิจกรรม ส่งผลให้การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเป็นไปได้ช้าและไม่ครอบคลุมมากเท่าที่ควร

## 5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 เพิ่มการใช้ผู้มีอิทธิพลทางสังคม (Influencers) เข้าช่วยในการส่งเสริมการตลาดและสร้างการรับรู้แบรนด์

5.4.2 เพิ่มการดำเนินการด้านการตลาดการใช้เงินลงทุนในการทำโฆษณาแบบชำระเงิน (ยิงแอด) เพื่อโปรโมทสินค้าและบริการ

5.4.3 การทำ SEO เพิ่มโอกาสให้คนเข้าเว็บไซต์ของเรามากขึ้น เมื่อคนเข้ามาเยอะก็จะเพิ่มโอกาสที่คนจะมารู้จักแบรนด์ ชื่อของ หรือติดต่อทำธุรกิจ จึงเป็นเหตุผลที่ธุรกิจไม่ควรพลาดทำ โดยเฉพาะในยุคดิจิทัลที่ไม่ว่าใครก็เสิร์ช ค้นหาสิ่งที่ต้องการ