

deriv | 25 years

วิธีสร้างรายได้จากการ ตลาดแบบพันธมิตรกับ Deriv

10 เคล็ดลับมืออาชีพที่จะช่วยให้คุณกลายเป็น
นักการตลาดพันธมิตรที่ประสบความสำเร็จ

โดย VINCE STANZIONE



สารบัญ

- 6 การตลาดแบบพันธมิตรคืออะไร?
- 7 ทำไมต้องโปรโมทแพลตฟอร์มเทรดสินทรัพย์ทางการเงิน
- 8 ทำไมถึงควรเลือกเป็นหุ้นส่วนกับ Deriv
- 9 พลัของค่าคอมมิชชั่นต่อเนื่อง — มูลค่าตลอดชีพ
- 10 ความท้าทายในการตลาดแบบพันธมิตร
- 12 ฉันจำเป็นต้องเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการเงินเพื่อเป็นพันธมิตรกับ Deriv หรือไม่?
- 13 สิ่งจำเป็นสำหรับพันธมิตร: วิธีสมัคร ติดตามยอดขาย รับค่าคอมมิชชั่น และรับ
การชำระเงิน
- 13 การลงชื่อสมัครเป็นพันธมิตร
- 14 การติดตามยอดขายและการแนะนำ
- 14 การทำรายได้ด้วยค่าคอมมิชชั่น
- 15 การชำระเงินและการจ่ายเงินผลตอบแทน
- 15 วิธีการตลาดโปรโมทธุรกิจของคุณ
- 15 การดูตัวอย่างต้นแบบจากพันธมิตรคนอื่นๆ
- 15 การสร้างความสัมพันธ์
- 16 การสร้างเนื้อหาในภาษาที่ไม่ใช่ภาษาอังกฤษ
- 19 การโปรโมทแพลตฟอร์มการเงิน
- 19 การเริ่มต้นสร้างบล็อกหรือเว็บไซต์
- 20 ประเภทของเนื้อหาสำหรับบล็อก
- 21 แหล่งข้อมูลสำหรับการสร้างเนื้อหา
- 22 SEO - การเพิ่มประสิทธิภาพบนเครื่องมือค้นหา
- 22 รีวิวบทวิจารณ์
- 24 วิดีโอ Youtube
- 25 ไฟล์ PDF
- 26 อีบุ๊ก
- 28 การโฆษณาแบบชำระเงิน
- 31 การโปรโมทแบบออฟไลน์
- 31 คลาสเรียนออนไลน์เกี่ยวกับการเทรด
- 32 กลยุทธ์ขั้นสูง: API, ปลั๊กอิน และการพัฒนาซอฟต์แวร์
- 33 10 เคล็ดลับระดับมือโปรเพื่อเพิ่มความสำเร็จในการตลาดแบบพันธมิตรของคุณ
- 34 หนังสือเล่มโปรดของฉันเกี่ยวกับการเขียนคำโฆษณาและการโฆษณา
- 35 บทสรุป
- 36 อภิธานศัพท์

ข้อสงวนสิทธิ์

ข้อมูลที่ใช้ไว้ใน อีบุ๊ก นี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาเท่านั้น และไม่ได้ถือเป็นคำแนะนำทางกฎหมาย การเงิน หรือคำแนะนำในระดับมืออาชีพ แม้ว่าเรามุ่งมั่นที่จะนำเสนอข้อมูลเชิงลึกและกลยุทธ์ที่มีคุณค่า แต่เราไม่สามารถรับประกันความสามารถในการสร้างรายได้ผ่านการตลาดแบบพันธมิตรได้ ความสำเร็จในด้านนี้ต้องใช้เวลา ความพยายาม และความมุ่งมั่น โดยผลลัพธ์ของแต่ละบุคคลอาจแตกต่างกัน

พันธมิตรต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายหรือภาระผูกพันทางการเงินที่เกิดขึ้นระหว่างการทำการตลาดด้วยตนเองทั้งหมด รวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียง ต้นทุนค่าโฆษณา ค่าบริการโฮสต์เว็บไซต์ และสื่อส่งเสริมการขายต่างๆ พันธมิตรทำงานในฐานะผู้รับจ้างอิสระ และไม่ได้เป็นพนักงาน ตัวแทน หรือผู้แทนของบริษัท พันธมิตรต้องรับผิดชอบต่อกิจกรรมทางธุรกิจของตนเอง ซึ่งรวมถึงการปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับในท้องถิ่น ตลอดจนการเปิดเผยข้อมูลตามที่กำหนด

เราไม่รับผิดชอบต่อการกระทำหรือการละเว้นการกระทำของบุคคลภายนอก รวมถึงโปรแกรมพันธมิตร เครือข่าย หรือหน่วยงานอื่นๆ ที่พันธมิตรอาจเกี่ยวข้องด้วย เราไม่รับรองหรือรับประกันคุณภาพ ประสิทธิภาพ หรือความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์หรือบริการของบุคคลภายนอกที่พันธมิตรโปรโมท นอกจากนี้ พันธมิตรควรทราบว่าเงื่อนไขของโปรแกรมพันธมิตร รวมถึงอัตราค่าคอมมิชชั่นและข้อเสนอของผลิตภัณฑ์ อาจเปลี่ยนแปลงได้โดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบ และเป็นความรับผิดชอบของพันธมิตรที่จะต้องติดตามการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว

สำหรับข้อมูลบริษัททั้งหมด โปรดเยี่ยมชมที่ deriv.com



ข้อมูลเกี่ยวกับผู้เขียน Vince Stanzione

Vince Stanzione ได้ทำการซื้อขายหรือเทรดในตลาดต่างๆ มานานกว่า 37 ปีและเป็นมหาเศรษฐีที่ประสบความสำเร็จร่ำรวยขึ้นมาด้วยตัวเอง เขาเป็นผู้เขียนหนังสือขายดีจาก New York Times ชื่อเรื่องว่า “The Millionaire Dropout” และเป็นผู้เขียนหลักสูตร “Making Money from Financial Spread Trading” ทำให้สัมภาษณ์ของเขาได้รับการอ้างอิงถึงและนำเสนออย่างดีในหนังสือพิมพ์ สื่อ และเว็บไซต์ต่างๆ มากกว่า 200 รายการ รวมถึง CNBC, Yahoo Finance, MarketWatch, Reuters.com, The Independent, Sunday Independent, The Observer, The Guardian, The Times, The Sunday Times, Daily Express, What Investment, Growth Company Investor, The New York Times, BullBearings, City Magazine, Canary Wharf, Institutional Investor China, และ Shares Magazine

เขาใช้ชีวิตอยู่ในหมู่เกาะมายอร์กาในประเทศสเปนเป็นหลัก และทำการเทรดในตลาดทางการเงินรวมทั้งสกุลเงินต่างๆ หุ้น และสินค้าโภคภัณฑ์

เขาได้เริ่มต้น ดำเนินการ และลงทุนในบริษัทต่างๆ ที่มีการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ไตรคมนามคม และสื่อ เขาก่อตั้ง TV Commerce plc ซึ่งได้จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ AIM ที่ลอนดอน



[vincestanzione](#)



[Vince_Stanzione](#)



[vince-stanzione.medium.com](#)



การตลาดแบบพันธมิตรคืออะไร?

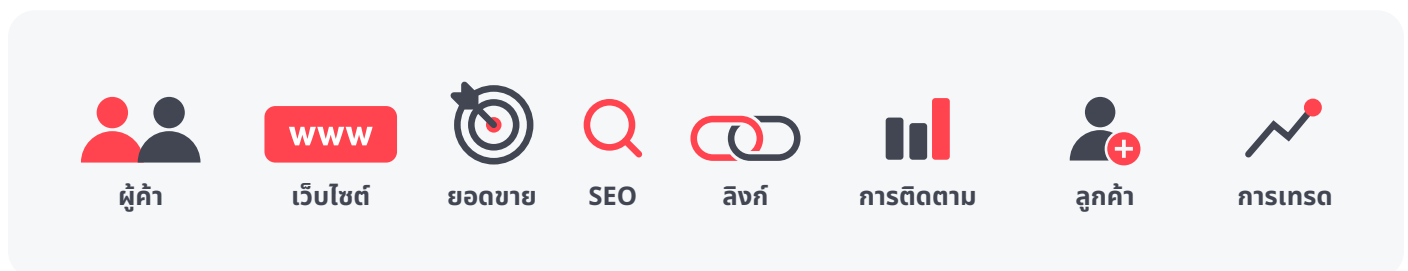
การตลาดแบบพันธมิตร คือรูปแบบการตลาดที่ขับเคลื่อนด้วยประสิทธิภาพผลลัพธ์ ซึ่งบุคคลหรือธุรกิจที่เรียกว่าพันธมิตร (Affiliate) จะโปรโมทสินค้าหรือบริการของบริษัทอื่น แล้วรับค่าคอมมิชชั่นจากแต่ละการขาย ลูกค้าเป้าหมายที่แสดงความสนใจ หรือการดำเนินการที่เกิดจากความพยายามทางการตลาดของพวกเขา

โมเดลนี้ให้ประโยชน์ทั้งผู้ให้บริการสินค้า/บริการและนักการตลาดแบบพันธมิตร กลุ่มหนึ่งขายสินค้า/บริการ ในขณะที่อีกกลุ่ม (ที่เรียกว่า นักการตลาดแบบพันธมิตร) ช่วยโปรโมทสินค้า เมื่อพันธมิตรสามารถนำลูกค้าที่ทำการซื้อเข้ามาได้ ทั้งสองกลุ่มจะได้รับรายได้จากยอดขายเหล่านั้น วิธีนี้ช่วยให้ทุกฝ่ายได้รับประโยชน์และแบ่งปันผลกำไรกัน

พันธมิตรยังสามารถเพิ่มมูลค่าได้ด้วยการแบ่งปันเนื้อหา รีวิว และข้อมูลวิธีใช้งานเกี่ยวกับสินค้า/บริการ ทำให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์ที่เป็นธรรมชาติและจริงใจมากขึ้นเมื่อเทียบกับข้อความในรูปแบบของค์กรที่เป็นทางการ วิธีนี้ยังช่วยให้ลูกค้าได้ค้นพบสินค้า/บริการใหม่ๆ ที่พวกเขาอาจไม่พบจากในช่องทางอื่น

โดยสรุปแล้ว หลักการสำคัญของการตลาดแบบพันธมิตรนั้นเรียบง่าย กล่าวคือ: โปรโมทผลิตภัณฑ์ไปยังกลุ่มเป้าหมาย และรับค่าตอบแทนสำหรับการแนะนำที่นำไปสู่ยอดขายที่สำเร็จ

วิธีการทำงานโดยทั่วไปมีดังนี้:



แม้ว่าผมจะมุ่งเน้นไปที่การตลาดแบบพันธมิตรออนไลน์เป็นหลัก แต่สิ่งสำคัญคือต้องจำไว้ว่ารูปแบบการดำเนินงานเช่นนี้มีมานานหลายทศวรรษแล้ว ย้อนกลับไปที่ก่อนยุคอินเทอร์เน็ต ปัจจุบันบุคคลสามารถทำหน้าที่เป็น “ตัวแทน” ของบริษัทได้ ซึ่งโดยปกติจะทำงานบนพื้นฐานการได้รับค่าคอมมิชชั่นเท่านั้น

จริงๆ แล้ว ในช่วงปลายยุค 1980 ผมได้สร้างความมั่งคั่งครั้งแรกจากการขายโทรศัพท์ที่ใช้ในรถยนต์และโทรศัพท์มือถือ (ใช้ รุ่นเก่าแบบเครื่องขนาดใหญ่) โดยเริ่มจากการทำงานบนพื้นฐานค่าคอมมิชชั่นเท่านั้น จากนั้นผมก่อตั้งบริษัทโทรคมนาคมของตัวเอง และสร้างเครือข่ายตัวแทนผู้ขายสินค้าของผม ซึ่งพวกเขาจะได้รับค่าคอมมิชชั่นอย่างเดียวนั่นเป็นประสบการณ์ที่เหมือนเดินงานครบวงจรเลยทีเดียว!

ทำไมต้องไปรโมทแพลตฟอร์มเทรดสินทรัพย์ทางการเงิน?

ก่อนจะเจาะลึกถึงรายละเอียดของ Deriv ลองมาดูก่อนว่าทำไมอุตสาหกรรมเทรดทางการเงินจึงเป็นหนึ่งในภาคธุรกิจที่ยอดเยี่ยมสำหรับการไปรโมทในฐานะพันธมิตร

ไม่มีผลิตภัณฑ์เป็นชิ้นอันทางกายภาพ: การเทรดออนไลน์—ไม่ว่าจะเป็นการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ สินค้าโภคภัณฑ์ หุ้น หรือคริปโตเคอร์เรนซี—ไม่จำเป็นต้องมีการจัดส่งสินค้าทางกายภาพ ต่างจากการขายคอมพิวเตอร์หรือเสื้อผ้าที่ลูกค้าอาจขอเงินคืนหรือส่งคืนสินค้ากลับมา การตลาดแบบพันธมิตรในด้านการเทรดทางการเงินนั้นจะไม่มีปัญหาในลักษณะนี้

ธุรกิจที่ก่อตั้งมายาวนาน: อุตสาหกรรมเทรดทางการเงินมีความมั่นคงและดำเนินการมายาวนาน แม้ว่าจะมีการพัฒนาเทคโนโลยี แต่แก่นธุรกิจของการเทรดในตลาดยังคงแข็งแกร่งและยั่งยืน ต่างจากสินค้าหรือบริการบางประเภทที่มีช่วงเวลาแห่งความนิยมเพียงสั้นๆ ก่อนที่จะหายไป การเทรดยังคงดึงดูดความสนใจของผู้คน จึงทำให้ความพยายามทางการตลาดของคุณยังคงมีความสำคัญ

มีความสนใจในระดับโลก: แม้จะมีข้อจำกัดด้านกฎระเบียบในบางภูมิภาค การเทรดทางการเงินยังคงเป็นธุรกิจที่มีการเข้าถึงทั่วโลก เช่น ใครบางคนสามารถเทรดหุ้นที่จดทะเบียนในสหรัฐฯ อย่าง Apple ได้จากสเปน เวียดนาม หรือออสเตรเลีย ตัวอย่างเช่น โปรแกรมพันธมิตรของ Deriv มีข้อจำกัดทางเขตอำนาจศาลเพียงเล็กน้อย (ยกเว้นในบางประเทศ เช่น สหรัฐอเมริกา) ซึ่งหมายความว่าบัญชีพันธมิตรของคุณมีการเข้าถึงระดับโลก ต่างจากเฟรนไชส์ที่ถูกจำกัดในบางภูมิภาค

การเคลื่อนไหวที่ต่อเนื่อง: ตลาดการเงินมีการเคลื่อนไหวอยู่เสมอ ด้วย Deriv ลูกค้าสามารถทำกำไรได้จากการเคลื่อนไหวตลาดไม่ว่าจะขึ้น ลง หรือแม้แต่ในแนวนอน นอกจากนี้ Deriv ยังพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ อย่างต่อเนื่องเพื่อให้ลูกค้ามีส่วนร่วม และมอบโอกาสเพิ่มเติมสำหรับการไปรโมทและสร้างรายได้ คุณจะไม่มีวันขาดเนื้อหาที่จะเขียนถึงหรือนำเสนอ

ไม่มีการลงทุนเบื้องต้น: การเปิดแพลตฟอร์มการเทรดของคุณเองต้องใช้เงินทุนหลายล้าน ทั้งพนักงาน IT ทีมบัญชี การปฏิบัติตามกฎระเบียบ ใบอนุญาต และพื้นที่สำนักงาน แต่ในฐานะพันธมิตร คุณสามารถเริ่มไปรโมทแพลตฟอร์มด้วยงบการตลาดเพียงเล็กน้อย และในภายหลัง ผมจะแบ่งปันเคล็ดลับในการไปรโมทโดยไม่ต้องใช้ต้นทุน

ความยืดหยุ่น: ในฐานะพันธมิตร คุณสามารถทำงานได้จากทุกที่ในโลกในเวลาที่เหมาะสมกับคุณ เพียงแค่มีโทรศัพท์และแล็ปท็อป คุณสามารถทำงานได้แม้จะยังสวมใส่ชุดนอนอยู่ก็ตาม!



ทำไมถึงควรเลือกเป็นหุ้นส่วนกับ Deriv?

การเป็นพันธมิตรกับ Deriv มอบข้อได้เปรียบมากมายที่ทำให้เป็นตัวเลือกที่เหมาะสมสำหรับพันธมิตรทางการตลาดต่อไปนี่คือเหตุผลสำคัญ:

เชื่อถือได้และมั่นคง: Deriv มีสถานะที่มั่นคงในอุตสาหกรรมเทรดทางการเงินมานานมากกว่า 25 ปีแล้ว ในขณะที่หลายบริษัทในอุตสาหกรรมนี้ผ่านเข้าแล้วก็ผ่านไป แต่ความยืนยาวของ Deriv และแนวทางที่เป็นมิตรต่อพันธมิตรจะทำให้คุณมั่นใจได้ว่า รายได้ของคุณผูกกับหุ้นส่วนที่เชื่อถือได้และมีความมั่นคง

ผลิตภัณฑ์การเงินที่หลากหลาย: Deriv มีผลิตภัณฑ์ทางการเงินให้เลือกมากมาย ช่วยให้คุณมีโอกาสดูแลเพียงพอในการทำการตลาดให้กับกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย แพลตฟอร์มที่รองรับหลายภาษายังช่วยให้คุณเข้าถึงตลาดในภูมิภาคต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สื่อการตลาดคุณภาพสูง: พันธมิตรสามารถเข้าถึงสื่อการตลาดคุณภาพสูงได้โดยไม่มีค่าใช้จ่าย การสนับสนุนนี้ช่วยให้คุณโปรโมทผลิตภัณฑ์และบริการของ Deriv ได้อย่างมืออาชีพ

ค่าคอมมิชชั่นต่อเนื่อง: Deriv เสนอค่าคอมมิชชั่นต่อเนื่อง ซึ่งมีความสำคัญต่อการสร้างรายได้ที่ยั่งยืน ผมจะเจาะลึกในเรื่องนี้อย่างละเอียดเพิ่มเติมในหัวข้อถัดไป

ผลิตภัณฑ์ที่ไม่เหมือนใคร: Deriv นำเสนอตลาดการเงินที่ไม่สามารถหาได้จากโบรกเกอร์รายอื่น ซึ่งช่วยเพิ่มจุดขายเฉพาะตัว (USP) ในการดึงดูดลูกค้า

เปิดให้บริการตลอด 24/7/365: ต่างจากโบรกเกอร์ส่วนใหญ่ Deriv เปิดให้บริการทุกวันตลอดทั้งปี โดยมีตลาดที่สามารถทำการเทรดได้แม้ในวันหยุดสุดสัปดาห์ ความพร้อมใช้งานอย่างต่อเนื่องนี้ช่วยเพิ่มศักยภาพในการสร้างรายได้ของคุณ

การเข้าถึงทั่วโลก: ในฐานะพันธมิตร คุณไม่ได้จำกัดอยู่แค่ในภูมิภาคของคุณเอง ตัวอย่างเช่น คุณอาศัยอยู่ในสเปน แต่สามารถทำการตลาดบริการของคุณไปยังละตินอเมริกาหรือประเทศไทย ขยายขอบเขตการเข้าถึงและศักยภาพในการทำรายได้

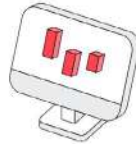
ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจจากในอุตสาหกรรม: Deriv ได้รับความเคารพอย่างสูงในอุตสาหกรรม โดยได้รับรางวัลมากมายและถือใบอนุญาตทางการเงินในเขตอำนาจศาลที่เป็นที่ยอมรับ ความน่าเชื่อถือนี้ช่วยส่งเสริมให้ลูกค้าของคุณมีความไว้วางใจ ทำให้ง่ายต่อการโปรโมทบริการของพวกเขา

การเลือก Deriv เป็นหุ้นส่วนพันธมิตรของคุณจะช่วยมอบความมั่นคง การสนับสนุนทางการตลาดที่ครอบคลุม ผลิตภัณฑ์ที่ไม่เหมือนใคร และการเข้าถึงในระดับโลก ช่วยให้คุณสร้างพื้นฐานที่มั่นคงสำหรับความสำเร็จในการตลาดแบบพันธมิตร



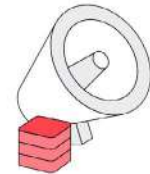
รับค่าคอมมิชชั่นตรงเวลา พร้อมถอนเงินได้ทันที

เราจ่ายค่าคอมมิชชั่นของคุณอย่างตรงเวลา พร้อมบริการระบบแคชเชียร์ที่ใช้งานได้ตลอด 24 ชั่วโมง ให้คุณถอนรายได้ของคุณได้อย่างสะดวก



ติดตามรายได้ของคุณ

ใช้เครื่องมือวิเคราะห์เพื่อประสิทธิภาพและติดตามรายได้ของคุณแบบเรียลไทม์ ดูแนวโน้มการเติบโตของรายได้ของคุณได้อย่างง่ายดาย



เข้าถึงเครื่องมือส่งเสริมการขาย และสื่อการตลาดสุดพิเศษ

รับเครื่องมือและสื่อการตลาดเฉพาะสำหรับหุ้นส่วน เพื่อช่วยให้คุณโปรโมทและขยายธุรกิจของคุณ



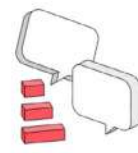
ผลิตภัณฑ์และแพลตฟอร์ม การเทรดที่หลากหลาย

เข้าถึงบริการและแพลตฟอร์มที่หลากหลาย เช่น Deriv GO, Deriv MT5, Deriv cTrader, Deriv X และโปรแกรมพันธมิตรของเรา



ประสบการณ์กว่า 25 ปี ใน 190+ ประเทศ

เราให้บริการมากกว่า 25 ปี ในกว่า 190 ประเทศ พร้อมด้วยเทรดเดอร์ที่ใช้งานจริงกว่า 300,000 รายต่อเดือน



การสนับสนุนจากผู้เชี่ยวชาญ

รับสื่อส่งเสริมการตลาดและการศึกษา และการสนับสนุนตลอด 24 ชั่วโมง เพื่อช่วยให้คุณเติบโตไปพร้อมกับเรา

พลังของค่าคอมมิชชั่นต่อเนื่อง - มูลค่าตลอดชีพ

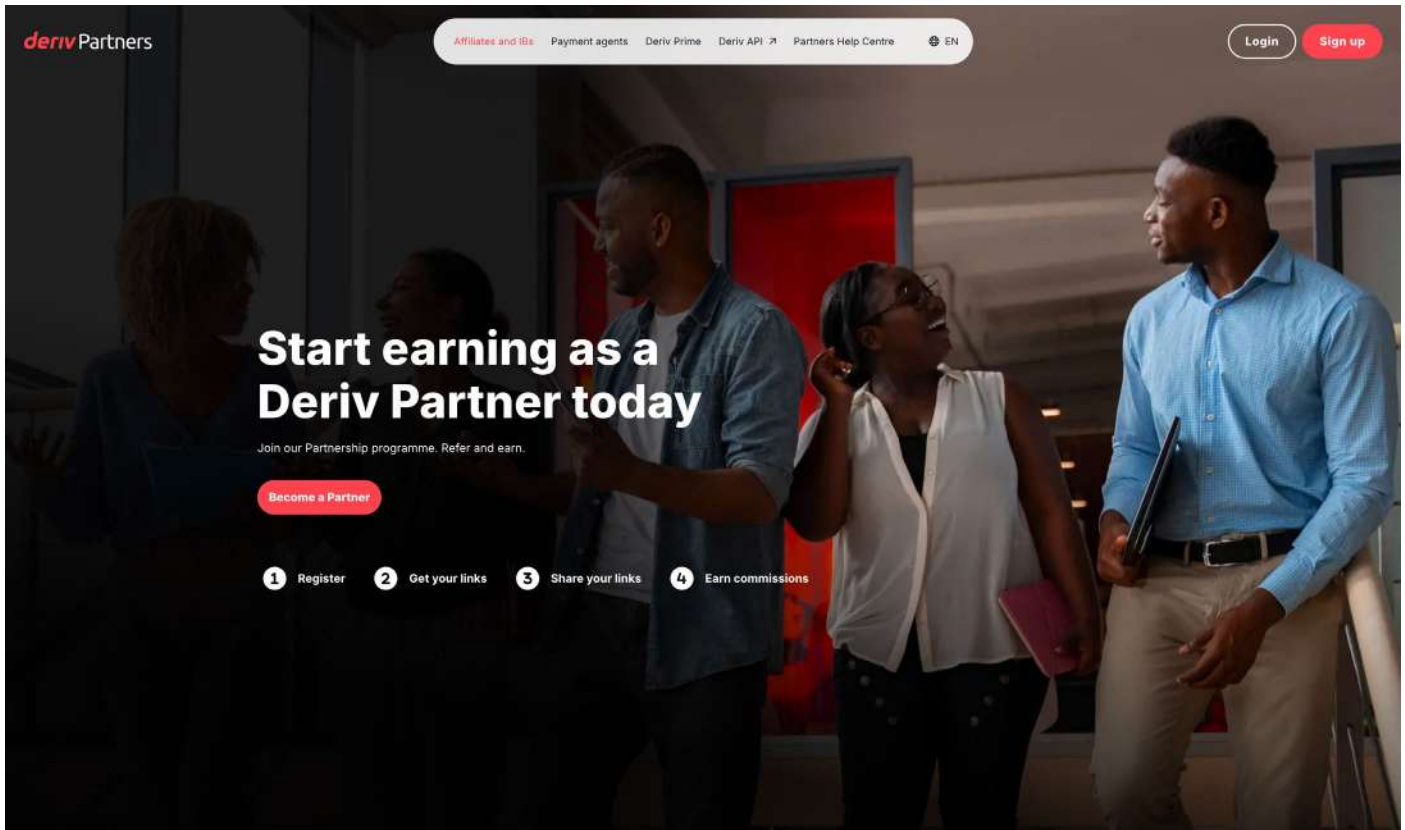
ในสถานการณ์การตลาดแบบพันธมิตรส่วนใหญ่ คุณจะได้รับค่าคอมมิชชั่นเพียงครั้งเดียว ตัวอย่างเช่น หากคุณขายแวนกันแดดราคา USD 300 ผ่านลิงก์แนะนำของคุณ คุณอาจได้รับค่าคอมมิชชั่น USD 30 (10%) แม้ว่านี่จะเป็นรางวัลที่น่าสนใจ แต่มันเป็นรายได้ครั้งเดียวจากลูกค้าที่คุณแนะนำมา แม้จะมีโอกาสที่ลูกค้าจะกลับมาซื้อซ้ำหรือตอบรับโปรโมชันเพิ่มเติม แต่วิธีนี้ไม่ได้รับประกันถึงกระแสรายได้ที่สม่ำเสมอ

อย่างไรก็ตาม กับ Deriv คุณจะได้รับเปอร์เซ็นต์จากกำไรของบริษัทที่ได้จากลูกค้าที่คุณแนะนำเทรดได้ ลูกค้ารายนั้นยังคงทำการเทรด การจัดการในลักษณะนี้อาจยาวนานหลายปี ช่วยให้คุณสร้างรายได้ต่อเนื่องที่มีมูลค่ามหาศาลในระยะยาว

แม้คุณจะทำสัญญาพันธมิตรกับหลายบริษัทได้ แต่ควรระวังไม่ให้กระจายความพยายามของคุณมากเกินไป นอกจากนี้ ควรระวังบริษัทที่สัญญาว่าจะให้ค่าคอมมิชชั่นสูงเกินไปจนไม่น่าเชื่อถือ ผลลัพธ์ที่รวดเร็วอาจฟังดูน่าสนใจ แต่ในการตลาดแบบพันธมิตร การมีมุมมองระยะยาวและมุ่งเน้นที่ “มูลค่าตลอดชีพ” ของลูกค้าเป็นสิ่งที่ให้ผลตอบแทนที่ยั่งยืนมากกว่า

พูดง่ายๆ คือ: คุณจะเลือกอะไรระหว่าง USD 100 ตอนนี้ หรือ USD 20 ทุกเดือนเป็นเวลาหลายปี? มุมมองระยะยาวนั้นให้ผลตอบแทนที่น่าสนใจกว่าและยั่งยืนกว่าอย่างชัดเจน

คุณสามารถดูศักยภาพรายได้ของคุณกับ Deriv ได้ที่ **หน้าพาร์ทเนอร์** ของพวกเขา



สรุปได้ว่า โมเดลค่าคอมมิชชั่นต่อเนื่องของ Deriv ช่วยสร้างแหล่งรายได้เพิ่มเติม ทำให้เป็นตัวเลือกที่น่าเชื่อถือสำหรับพันธมิตรที่มองหารายได้ที่มั่นคงและยั่งยืนในระยะยาว

ความท้าทายและความเป็นจริงของการตลาดแบบพันธมิตร

การตลาดแบบพันธมิตรไม่ใช่แผนการที่จะรวยเร็วทันใจ ผมอยากให้คุณเห็นมุมมองที่สมดุล ซึ่งจะสะท้อนถึงความท้าทายต่างๆ และ ข้อผิดพลาดที่ทำให้หลายคนล้มเหลว ในด้านนี้:

การแข่งขันสูง: ความนิยมของการตลาดแบบพันธมิตรทำให้เกิดการแข่งขันอย่างมาก การที่จะโดดเด่นออกมาได้ นั้น คุณต้องมีเนื้อหาที่เป็นเอกลักษณ์ การเจาะกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ และความพยายามอย่างต่อเนื่อง การแข่งขันกับพันธมิตรคนอื่นๆ จำนวนมากต้องอาศัยความคิดสร้างสรรค์และความมุ่งมั่นพยายาม

ความไม่แน่นอนของรายได้: รายได้จากการตลาดแบบพันธมิตรอาจผันผวนเปลี่ยนแปลง ความสำเร็จไม่ได้รับการันตี รายได้อาจเปลี่ยนแปลงได้จากการเปลี่ยนอัลกอริทึม เทรนด์แนวโน้มตลาด ความต้องการสินค้า หรือปัจจัยอื่นๆ ความไม่แน่นอนนี้ทำให้ต้องการมีความยืดหยุ่นและการปรับตัวได้ดี

การพึ่งพาโปรแกรมพันธมิตร: พันธมิตรต้องพึ่งพานโยบายและการตัดสินใจของโปรแกรมพันธมิตรที่พวกเขาเข้าร่วม การเปลี่ยนแปลงเงื่อนไข อัตราค่าคอมมิชชั่น หรือความพร้อมของสินค้า อาจส่งผลกระทบต่อรายได้ ตัวอย่าง เช่น การเปลี่ยนแปลงด้านกฎระเบียบในแพลตฟอร์มการเงินอย่าง Deriv อาจส่งผลกระทบต่อรายได้คุณ

ต้องใช้เวลาและความพยายาม: แม้การตลาดพันธมิตรจะมีศักยภาพในการสร้างรายได้แบบพาสซีฟ แต่การสร้างช่องทางที่ประสบความสำเร็จต้องใช้เวลา ความพยายาม และความสม่ำเสมอในการสร้างเนื้อหาที่มีคุณภาพและกลยุทธ์ทางการตลาด การเริ่มต้นอาจท้าทายและต้องใช้ความพยายาม เช่น การตั้งค่าโซเชียลมีเดีย เว็บไซต์ หรือบล็อก แต่เมื่อช่องทางเหล่านี้ถูกจัดตั้งขึ้นแล้ว การดำเนินการจะง่ายขึ้น

ข้อควรพิจารณาด้านจริยธรรม: การรักษาความไว้วางใจกับกลุ่มเป้าหมายเป็นสิ่งสำคัญ การโปรโมทสินค้ามากเกินไปหรือนำเสนอข้อมูลที่ไม่มีคุณภาพเพียงเพื่อให้ได้ค่าคอมมิชชันนั้น อาจทำลายความน่าเชื่อถือของคุณและทำลายความไว้วางใจจากผู้ชมได้ มันจึงเป็นเรื่องสำคัญที่จะต้องโปรโมทผลิตภัณฑ์และบริการที่คุณเชื่อมั่นและที่จะให้คุณค่าที่แท้จริงต่อผู้ชมของคุณ

ความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอ: อัตราความล้มเหลวในตลาดพันธมิตรส่วนหนึ่งมาจากความเฉื่อยในการเริ่มต้นที่ต่ำ จึงทำให้หลายคนลองพยายามเพียงครั้งเดียวแล้วก็ล้มเลิกหรือสลับเปลี่ยนไปโปรแกรมอื่น การบริหารการตลาดแบบพันธมิตรในลักษณะธุรกิจนั้นต้องอาศัยเวลา ความพยายาม และการมีส่วนร่วมกับผู้ชมอย่างสม่ำเสมอ เพื่อจะแข่งขันกับตัวเลือกมากมายและปรับเข้ากับช่วงความสนใจสั้น เนื้อหาของคุณต้องมีความโดดเด่นและให้คุณค่า การอัปเดตบ่อยๆ เป็นประจำจะมีประสิทธิภาพมากกว่าการโพสต์ยาวๆ แต่ไม่สม่ำเสมอ

แม้จะมีความท้าทายเหล่านี้ ผมเชื่อว่า การเป็นพันธมิตร Deriv นั้นเป็นโอกาสที่มีศักยภาพสูง ด้วยข้อได้เปรียบหลายประการเมื่อเทียบกับธุรกิจแบบดั้งเดิมและโอกาสการตลาดแบบพันธมิตรอื่นๆ การโปรโมทแพลตฟอร์มการเทรดทางการเงินที่มีการเข้าถึงทั่วโลกนั้นก็ช่วยให้คุณเจาะตลาดในภูมิภาคที่การแข่งขันน้อยได้ หลายตลาดเกิดใหม่ยังคงมีการบริการทางการเงินที่น้อยกว่าที่ควร

ในด้านการบริหารธุรกิจ คุณไม่จำเป็นต้องจดทะเบียนบริษัท แต่โปรดทราบว่าค่าคอมมิชชันที่ได้รับจากการตลาดแบบพันธมิตรมักจะถูกจ่ายในรูปแบบรวม (คือยังไม่ได้หักภาษี) ดังนั้นหาก Deriv จ่ายให้คุณ USD 10,000 ในหนึ่งเดือน คุณต้องพิจารณาว่าจะต้องเสียภาษีเท่าใด โดยทั่วไป ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจทั้งหมด อย่างเช่น การโฆษณาออนไลน์ ค่าใช้จ่ายในการพิมพ์ ค่าบริการอินเทอร์เน็ต และค่าบริการโทรศัพท์นั้น สามารถจะถูกหักออกจากรายได้ของคุณได้ กรุณาขอคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญด้านบัญชีหรือที่ปรึกษาภาษีในพื้นที่ของคุณ แต่เบื้องต้นนี้ให้มุ่งเป้าไปที่การรับเช็คค่าคอมมิชชันครั้งแรกของคุณเสียก่อน

โดยการทำความเข้าใจและจัดการกับความท้าทายเหล่านี้ คุณสามารถสร้างธุรกิจการตลาดแบบพันธมิตรที่ประสบความสำเร็จและยั่งยืนได้



ฉันจำเป็นต้องเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการเงินเพื่อเป็นพันธมิตรกับ Deriv หรือไม่?

แม้ว่าการมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และแพลตฟอร์มของ Deriv จะเป็นประโยชน์อย่างมาก แต่คุณไม่จำเป็นต้องเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการเงินเพื่อเริ่มต้นเป็นพันธมิตรกับ Deriv ทักษะในการโปรโมทสินค้า/บริการ การสร้างเนื้อหา หรือการใช้โซเชียลมีเดีย ถือว่ามีคุณค่าอย่างยิ่ง หากคุณมีประสบการณ์ด้านการโปรโมทออนไลน์ ทักษะที่คุณมีอยู่แล้วเหล่านั้นสามารถนำมาปรับใช้ในการโปรโมท Deriv ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

แนะนำให้เปิดบัญชีกับ Deriv โดยเริ่มต้นจาก **บัญชีทดลองฟรี** ที่สามารถช่วยให้คุณฝึกฝนการเทรด และคุณสามารถเริ่มต้นใช้บัญชีจริงด้วยเงินเพียง USD 5

Join over 2.5 million traders

Email



By creating an account, you confirm you are 18+ and understand we may send you updates and marketing materials (see [Security and privacy policy](#)). Unsubscribe in your account settings anytime.

By signing up, you agree to our [Terms and conditions](#).

Create account

Or sign up with



Already have an account? [Log in](#)

คุณสามารถเข้าถึงอีกมัลติมีเดียที่อธิบายวิธีการเทรดตลาดต่างๆ ได้อย่างละเอียด นอกจากนี้ **Deriv Academy** ยังมีวิดีโอและบทเรียนการเทรดที่เป็นประโยชน์

การติดตามข่าวสารอัปเดตเกี่ยวกับเหตุการณ์ทางการเงินทั่วโลก หุ่นที่เป็นข่าว ราคาน้ำมัน ทองคำ และสกุลเงินหลักต่างๆ สามารถช่วยสร้างโอกาสสำหรับการเทรดที่มีประโยชน์ให้คุณได้ เช่น หากราคากองคำทำสถิติสูงสุดใหม่ คุณสามารถใช้ข่าวนี้นี้เป็นประเด็นในการโปรโมทของคุณได้

จรรยาบรรณในการทำงาน ความสามารถในการเรียนรู้ และการปรับตัวมีความสำคัญมากกว่าประสบการณ์ที่ผ่าน มา ความสม่ำเสมอในการทำงานก็มีบทบาทสำคัญเช่นกัน ทักษะที่คุณขาดก็สามารถหาเรียนได้ทางออนไลน์ และมีหลายเครื่องมือให้ใช้ได้ฟรีหรือในราคาต่ำ เกือบทุกความท้าทายที่เผชิญนั้นสามารถแก้ไขได้ และคุณยังสามารถจ้างผู้เชี่ยวชาญภายนอกมาช่วยในบางงาน ซึ่งผมจะพูดถึงในภายหลัง ดังนั้นคุณไม่จำเป็นต้องทำหรือรู้ทุกอย่างด้วยตัวเอง

สิ่งจำเป็นสำหรับพันธมิตร: วิธีสมัคร ติดตามยอดขาย รับค่าคอมมิชชั่น และรับการชำระเงิน

การลงชื่อสมัครเป็นพันธมิตร

บริษัทที่มีโปรแกรมพันธมิตรจะมอบลิงก์ติดตามผลหรือรหัสเฉพาะให้กับพันธมิตรที่สนใจ เมื่อสมัครเข้าร่วมโปรแกรม พันธมิตรจะสามารถเข้าถึงทรัพยากรเหล่านี้เพื่อเริ่มโปรโมทสินค้าและบริการ รวมถึงสื่อการตลาดต่างๆ และแนวทางที่เหมาะสม ในกรณีของ Deriv คุณสามารถสมัครได้ที่ **หน้าเพจหุ้นส่วน** ของพวกเขา

Deriv มีแพลตฟอร์มเฉพาะสำหรับพันธมิตรซึ่งคุณสามารถสร้างลิงก์ติดตามผลและเข้าถึงสื่อการตลาดได้



พันธมิตรสามารถใช้ช่องทางการตลาดที่หลากหลายเพื่อโปรโมทสินค้าและบริการที่พวกเขานำเสนอ ซึ่งนี้ก็รวมถึงเว็บไซต์, บล็อก, แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย, การทำการตลาดผ่านอีเมล, วิดีโอ YouTube, คลิป TikTok หรือรูปแบบการโฆษณาออนไลน์และออฟไลน์อื่นๆ เนื้อหาเหล่านี้ยังสามารถสร้างในหลากหลายภาษา เพื่อเพิ่มการเข้าถึงตลาดได้สูงสุด ในส่วนของการตลาด ผมจะอธิบายรายละเอียดเพิ่มเติมเพราะนี่คือส่วนสำคัญของบทบาทคุณในฐานะพันธมิตร

ตัวอย่างหนึ่งของการโฆษณาคือแบนเนอร์ Deriv ที่คุณสามารถวางบนบล็อกหรือเว็บไซต์ของคุณ หากผู้อ่านคลิกที่แบนเนอร์นี้ พวกเขาจะถูกนำไปยังเว็บไซต์ของ Deriv พร้อมรายละเอียด ID พันธมิตรของคุณ หากพวกเขาสมัครและเริ่มเทรด คุณจะได้รับรายได้จากการแนะนำนี้

การติดตามยอดขายและการแนะนำ

พันธมิตรแต่ละรายจะได้รับ ID หรือลิงก์ติดตามเฉพาะที่ระบุถึงความพยายามทางการตลาดของพวกเขา เมื่อมีลูกค้าที่สนใจคลิกที่ลิงก์นี้และทำการซื้อหรือดำเนินการบางอย่าง (เช่น ลงชื่อสมัครใช้บริการหรือส่งข้อมูลติดต่อ) ระบบจะติดตามการกระทำนี้และให้เครดิตการขายหรือการแนะนำลูกค้าผู้ที่สนใจให้แก่พันธมิตรคนนั้น

ในกรณีของ Deriv การกระทำที่ติดตามได้อาจเป็นการที่ลูกค้าของคุณเปิดบัญชีทดลองฟรี ซึ่งเปิดโอกาสให้ลูกค้าที่มีศักยภาพได้เทรดโดยไม่มีความเสี่ยงและทดลองใช้งานแพลตฟอร์ม แม้ว่าสิ่งนี้จะไม่สร้างรายได้ให้กับ Deriv และไม่ส่งผลให้เกิดค่าคอมมิชชั่นแก่พันธมิตร แต่ควรมองว่าเป็นจุดเริ่มต้นของ “ช่องทางการขาย” (Funnel)

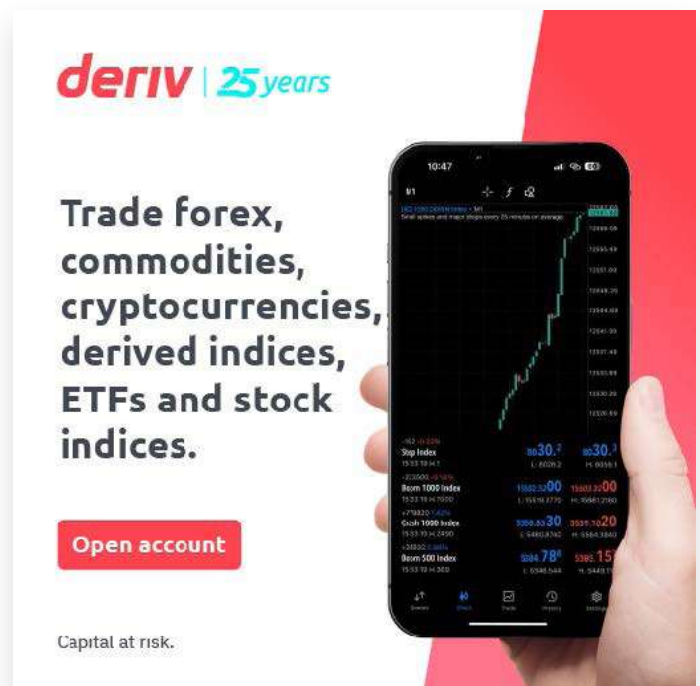
บัญชีทดลองจำนวนมากจะนำไปสู่การเปิดบัญชีที่ได้รับการเติมเงินจริง ซึ่งจะเริ่มสร้างรายได้ Deriv ยังเสนออีบุ๊กฟรีที่แม้จะไม่ใช่แหล่งรายได้โดยตรง แต่ก็ช่วยดึงดูดลูกค้าที่สนใจ ซึ่งบางส่วนก็นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงมาเป็นบัญชีที่ได้รับการเติมเงินจริง

ลูกค้าที่สนใจแต่ละรายนั้นมีความแตกต่างกัน บางคนจะเปิดบัญชี ฝากเงิน และเริ่มเทรดภายในไม่กี่วัน ในขณะที่บางคนอาจใช้เวลาหลายสัปดาห์ในการเริ่มต้น ซึ่งอาจต้องมีการทำการตลาดติดตามผลเพิ่มเติม

การทำรายได้ด้วยค่าคอมมิชชั่น

พันธมิตรได้รับค่าคอมมิชชั่นตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ล่วงหน้าของโปรแกรมพันธมิตร ค่าคอมมิชชั่นเหล่านี้อาจเป็นเปอร์เซ็นต์ของยอดขาย จำนวนเงินคงที่ต่อการขายหรือการแนะนำลูกค้า หรือโครงสร้างแบบผสมผสาน อัตราค่าคอมมิชชั่นจะแตกต่างกันไปในแต่ละโปรแกรมพันธมิตรและผลิตภัณฑ์

เมื่อคุณสมัครโปรแกรมพันธมิตรของ Deriv คุณสามารถดูแผนและค่าคอมมิชชั่นต่างๆ ที่มีให้ สำหรับข้อมูลเพิ่มเติม โปรดเยี่ยมชมที่ เว็บไซต์ Deriv ใน [หน้าเพจนี้](#)



การชำระเงินและการจ่ายเงินผลตอบแทน

ขึ้นอยู่กับนโยบายของโปรแกรม พันธมิตรจะได้รับรายได้ตามตารางที่กำหนดไว้ล่วงหน้า การจ่ายเงินผลตอบแทนอาจเป็นแบบรายเดือน ทุกสองเดือน หรือเมื่อพันธมิตรทำได้ถึงเกณฑ์ที่กำหนด โปรแกรมพันธมิตรส่วนใหญ่มักจ่ายในหลายสกุลเงิน และบางโปรแกรมยังมีตัวเลือกการจ่ายเงินในรูปแบบคริปโตเคอร์เรนซี เช่น Bitcoin อีกด้วย พันธมิตรของ Deriv มักจะได้รับเงินผลตอบแทนเป็นรายเดือน

วิธีทำการตลาดโปรแกรมของคุณ

หลังจากพูดถึงการทำงานของโปรแกรมพันธมิตร ตอนนี้เราจะมุ่งเน้นไปที่การตลาด การที่มีชื่อเรียกว่า การตลาดแบบพันธมิตร (Affiliate “Marketing”) เป้าหมายหลักของคุณคือการโปรโมทสินค้าและบริการเพื่อดึงดูด “กลุ่มลูกค้าผู้เข้าชมที่มีคุณภาพ” เข้ามายังเว็บไซต์ของคุณ

การตลาดแบบพันธมิตรไม่ใช่แค่การเพิ่มยอดการเข้าชม หรือยอดไลค์; แต่เป็นการดึงดูด “กลุ่มลูกค้าผู้เข้าชมที่มีคุณภาพ” — ซึ่งก็คือผู้เข้าชมเว็บไซต์ซึ่งมีแนวโน้มสูงที่จะสมัครเปิดบัญชีเทรดทางการเงิน

นักการตลาดออนไลน์บางคนใช้เทคนิคอย่างคลิกเบต หรือ พาดหัวยั่วให้คลิก ซึ่งผมขอแนะนำให้หลีกเลี่ยงอย่างยิ่ง การใช้คำบรรยายหรือพาดหัวที่ทำให้เข้าใจผิดเพื่อดึงดูดผู้ชม ไม่ได้ช่วยรับประกันว่าพวกเขาจะสมัคร และอาจทำให้ผู้ชมรู้สึกถูกหลอกลวง วิธีนี้ไม่ช่วยสร้างธุรกิจที่ยั่งยืนในระยะยาว

การดูตัวอย่างต้นแบบจากพันธมิตรคนอื่นๆ

แม้จะไม่ควรลอกเลียนพันธมิตรคนอื่นทั้งหมด แต่คุณสามารถนำแนวคิดที่มีคุณค่ามาปรับใช้ได้ ไม่ว่าจะเป็นจากพันธมิตรของ Deriv หรือบริษัทเทรดอื่นๆ วิธีนี้ช่วยให้คุณเริ่มต้นได้ง่ายกว่าการเริ่มต้นจากศูนย์

คุณอาจนำบทความที่เขียนเป็นภาษาอังกฤษมาปรับเขียนใหม่ในภาษาอื่น จำนวนยอดการเข้าชมวิดีโอหรือยอดการอ่านบทความสามารถบอกได้ถึงคามนิยมของหัวข้อ

แหล่งข้อมูล [Deriv Blog](#) ตีพิมพ์บทความเป็นประจำซึ่งสามารถให้แนวคิดในการสร้างเนื้อหาที่ดีเยี่ยม

ทุกวันนี้ เครื่องมือ AI และเครื่องมือแปลภาษา เช่น [Deepl.com](#) สามารถช่วยสร้างงานแปลที่มีคุณภาพสูงได้ ในขั้นต่อไป ฉันจะแนะนำลิสต์รายการลิงก์ไปยังแหล่งข้อมูล AI ต่างๆ

การสร้างความสัมพันธ์

ไม่ว่าคุณจะทำบล็อก เว็บไซต์ ช่อง YouTube หรือใช้แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียอื่นๆ ก็ตาม นั่นหมายถึงคุณกำลังพัฒนา “ความสัมพันธ์” กับผู้อ่านหรือผู้ชมของคุณและสร้างความไว้วางใจจากพวกเขา

อย่าสัญญาเรื่อง “ทำเงินได้ง่ายๆ” จากการเทรด เพราะการโปรโมทประเภทนี้อาจทำให้ข้อตกลงพันธมิตรของคุณถูกยกเลิก คำกล่าวอ้างดังกล่าวไม่จำเป็น และผู้บริโภคในปัจจุบันนั้นระมัดระวังมากขึ้นกับคำสัญญาที่เกินจริง

การเทรดเป็นธุรกิจที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแล ซึ่งหมายความว่า คุณต้องรักษาเนื้อหาและการโปรโมทให้อยู่ในแนวทางที่กำหนด ข้อกำหนดเหล่านี้มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ Deriv จะให้คำแนะนำสำหรับการโปรโมทที่เหมาะสม ซึ่งอาจแตกต่างกันไปในแต่ละภูมิภาค ตัวอย่างเช่น กฎระเบียบและการจดทะเบียนในสหภาพยุโรป (EU) จะแตกต่างจากในแอฟริกา

โปรดจำไว้ว่าในฐานะพันธมิตร คุณไม่ได้เป็นพนักงานของบริษัทโดยตรง ดังนั้นอย่าอ้างตัวว่าเป็นเช่นนั้น การนำเสนอตนเองว่าเป็นบุคคลอิสระสามารถเป็นข้อได้เปรียบ เพราะลูกค้าที่มีศักยภาพหลายคนมักมองหาความคิดเห็นที่ “เป็นกลาง” ไม่มีอะไรหยุดคุณจากการทำงานกับหลายบริษัท (เว้นแต่โปรแกรมพันธมิตรของคุณจะระบุห้ามไว้) คุณสามารถทำข้อตกลงการตลาดแบบพันธมิตรกับผลิตภัณฑ์หรือบริการที่เสริมกันได้ ยกตัวอย่างเช่น:

หากคุณทำบล็อกเกี่ยวกับการเทรดทางการเงิน คุณสามารถโปรโมท Deriv ในฐานะแพลตฟอร์มเทรดได้ นอกจากนี้ คุณอาจรีวิวหนังสือหรือผลิตภัณฑ์บน Amazon หรือผู้ค้าปลีกรายอื่นเพื่อรับค่าคอมมิชชั่นจากยอดขายเหล่านั้น คุณยังสามารถโปรโมทซอฟต์แวร์การเทรดหรือระบบการเทรดต่างๆ ที่สอดคล้องกับเนื้อหาของคุณ

การสร้างเนื้อหาในภาษาที่ไม่ใช่ภาษาอังกฤษ

ภาษาที่มีผู้พูดทั่วโลก

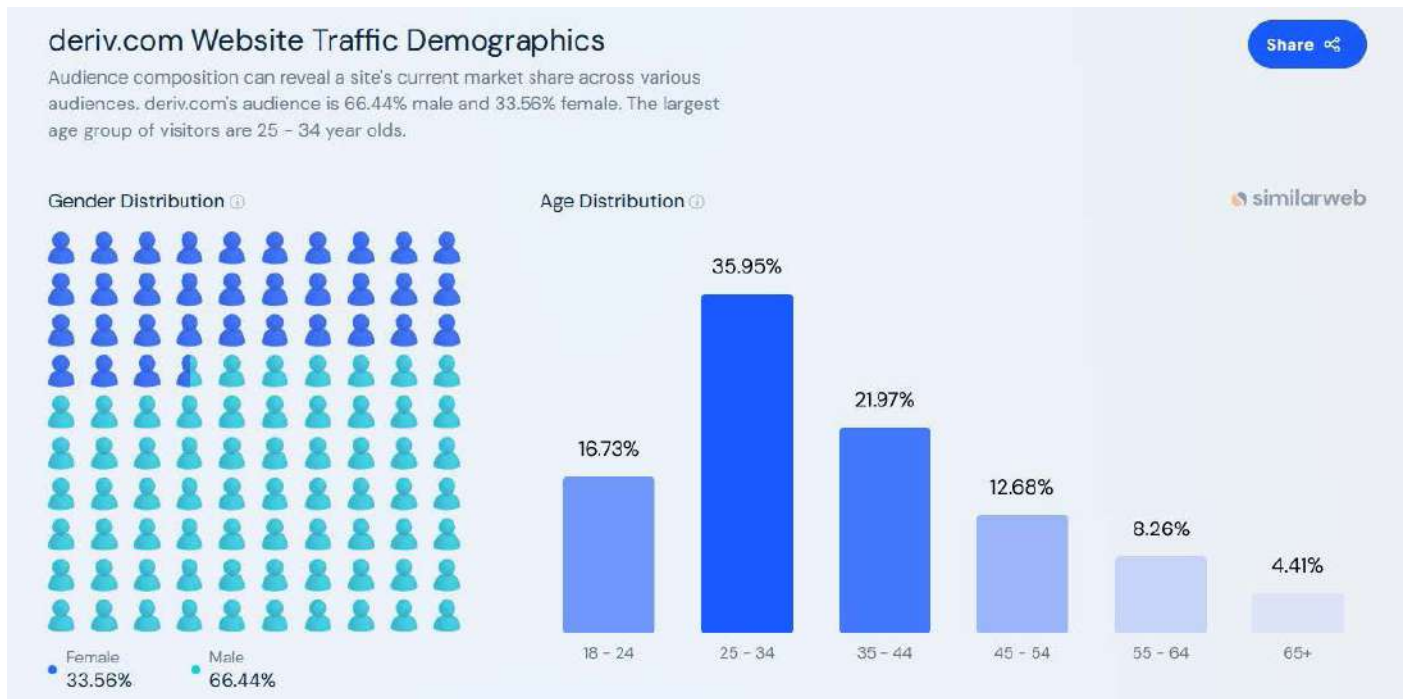
- อังกฤษ (1,452 ล้านคน)
- จีนกลาง (1,118 ล้านคน)
- ฮินดี (602+ ล้านคน)
- สเปน (548+ ล้านคน)
- ฝรั่งเศส (280 ล้านคน)
- ภาษาอาหรับมาตรฐานสมัยใหม่ (274 ล้านคน)
- เบงกาลี (272+ ล้านคน)
- รัสเซีย (258+ ล้านคน)

ที่มา: berlitz.com

แม้ว่าภาษาอังกฤษจะเป็นภาษาหลักของพันธมิตรส่วนใหญ่และยังคงเป็นภาษาสากลสำหรับธุรกิจทั่วโลก แต่ก็มีโอกาสที่สำคัญในการสร้างเนื้อหาในภาษาอื่น ตัวอย่างเช่น สเปน ไม่ได้ครอบคลุมแค่สเปน แต่ยังรวมถึงลาตินอเมริกาด้วย และฝรั่งเศส ไม่ได้จำกัดแค่ในฝรั่งเศส แต่ยังขยายไปถึงหลายพื้นที่ในแอฟริกา การสร้างเนื้อหาในภาษาดังกล่าวช่วยให้คุณเข้าถึงตลาดที่มีการแข่งขันน้อยกว่าได้

เคล็ดลับ: ผู้จัดการบัญชีของคุณสามารถให้คำแนะนำเกี่ยวกับภูมิภาคที่กำลังเติบโต ซึ่งงบประมาณและความพยายามในการตลาดของคุณอาจให้ผลลัพธ์ที่ดีกว่า มันเป็นเรื่องสำคัญที่ควรตระหนักถึงภูมิภาคและพื้นที่ต่างๆ ที่บริษัทไม่รับลูกค้าด้วย เพื่อที่จะหลีกเลี่ยงการเสียเวลาและทรัพยากร

สำหรับข้อมูลเชิงลึกเพิ่มเติม โปรดไปที่เว็บไซต์นี้: [SimilarWeb - Deriv](#)



เราพบว่าลูกค้าชายสนใจ Deriv มากกว่า โดยกลุ่มอายุ 25 ถึง 34 ปีเป็นกลุ่มที่มีเปอร์เซ็นต์ผู้เยี่ยมชมสูงสุด ข้อมูลสำคัญนี้สามารถช่วยให้คุณกำหนดเป้าหมายการโปรโมทได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

นอกจากนี้ คุณยังสามารถใช้ข้อมูลจากเว็บไซต์เพื่อระบุแพลตฟอร์มการเงินอื่นๆ ที่มีลักษณะใกล้เคียงกับ Deriv เพื่อนำไอเดียการตลาดมาใช้ในการโปรโมทได้



การโปรโมทแพลตฟอร์มการเงิน

การโปรโมทแพลตฟอร์มอย่าง Deriv สามารถจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพโดยใช้เครื่องมือที่ฟรีหรือมีค่าใช้จ่ายต่ำ

1. การเริ่มต้นสร้างบล็อกหรือเว็บไซต์

แพลตฟอร์มที่แนะนำ

การเริ่มต้นบล็อกเป็นก้าวแรกที่ยอดเยี่ยม ผมแนะนำให้ใช้ **WordPress** แม้ว่าจะมีตัวเลือกอื่นๆ คุณสามารถจัดการหลายบล็อกได้ และแม้ว่าจะมีแผนแบบเสียค่าใช้จ่ายที่มาพร้อมฟีเจอร์เพิ่มเติมต่างๆ คุณควรเริ่มต้นด้วยเวอร์ชันฟรีก่อน แพลตฟอร์มอื่นๆ ที่ควรพิจารณา ได้แก่ **Medium** และ **Substack** ตัวอย่างเช่น ในตัวอย่างต่อไปนี้คุณสามารถดูเนื้อหาเกี่ยวกับ Deriv บน Medium ที่เชื่อมโยงกับลิงก์พันธมิตรได้: **Deriv on Medium**

เคล็ดลับสำหรับการสร้างแบรนด์

การเพิ่มภาพถ่ายของตัวเองในบล็อกของคุณนั้นสำคัญมาก; คุณไม่จำเป็นต้องมีรูปแบบซูเปอร์โมเดลหรอกนะ! การมีภาพถ่ายช่วยแสดงว่าคุณเป็นบุคคลจริงและช่วยสร้างความไว้วางใจ ในตอนต้นของอีบุ๊กนี้ ผมได้ใส่ภาพของตัวเองพร้อมกับข้อมูลเบื้องต้นเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ ในภาพนั้น ผมใส่เนคไท Bitcoin ซึ่งก็ได้รับความคิดเห็นมากมาย

นอกจากนี้ ควรพิจารณาเพิ่มเอกลักษณ์ที่ทำให้คุณโดดเด่นแตกต่าง Tom Sosnoff ผู้ก่อตั้ง Tastytrade ซึ่งถูกขายให้กับ IG Group ที่มูลค่าหลายล้านดอลลาร์ ก็เป็นตัวอย่างที่ดีเยี่ยม ในช่อง YouTube ของเขา นั้น เขามักจะสวมหมวกที่โดดเด่นและมีโลโก้ของบริษัทของเขาเองอยู่เสมอ Tom อาจไม่ได้มีรูปแบบซูเปอร์โมเดล แต่บุคลิกและการสร้างแบรนด์ที่แข็งแกร่งของเขา ได้ช่วยสร้างธุรกิจที่ประสบความสำเร็จมาก หากไม่มีการสร้างแบรนด์ที่ชัดเจน ช่องของเขาอาจไม่ได้ประสบความสำเร็จเท่านี้



2. ประเภทของเนื้อหาสำหรับบล็อก

เนื้อหาแบบ Evergreen (เนื้อหาที่ไม่มีวันหมดอายุ)

เนื้อหาแบบ Evergreen ยังคงมีความเกี่ยวข้องกับผู้อ่านเป็นเวลานาน โดยยาวหลายปีในบางกรณี โดยเนื้อหาประเภทนี้มักจะแก้ไขปัญหาหรือตอบคำถามทั่วไปที่หลายคนมีอยู่ในใจ และไม่จำเป็นต้องได้รับการอัปเดตบ่อยครั้งเพื่อคงความน่าสนใจเอาไว้

บทความในบล็อกเกี่ยวกับ “วิธีเชื่อมต่อ MT5 กับบัญชี Deriv ของคุณ” เป็นเนื้อหาแบบ Evergreen ข้อมูลในเรื่องนี้ไม่เปลี่ยนแปลงและเป็นเรื่องที่ยังคงน่าสนใจในระยะยาวสำหรับผู้คนอยู่ ตลอด ในระยะยาว ตัวอย่างอื่นๆ อาจรวมถึงการพูดถึงกลยุทธ์การเทรดหรือตัวบ่งชี้ทางเทคนิค เช่น การใช้ค่าเฉลี่ยเคลื่อนที่ (Moving Average) หรือรูปแบบกราฟยอดนิยมต่างๆ

เนื้อหาแบบ Evergreen เป็นประเภทเนื้อหาที่ผมชอบที่สุด เพราะมีอายุการใช้งานที่ยาวนานกว่า

เนื้อหาตามฤดูกาลและเทรนด์ที่กำลังนิยม

เนื้อหาตามฤดูกาลและเทรนด์ที่กำลังนิยมนั้นมีอายุการใช้งานที่สั้นกว่า แต่สามารถดึงดูดให้มีผู้เข้าชมจำนวนมากได้ ยกตัวอย่างเช่น หุ่นที่กำลังเป็นข่าว ไม่ว่าจะเป็นข่าวเชิงบวกหรือเชิงลบ เป็นตัวอย่างของเนื้อหาที่กำลังได้รับความสนใจ เนื้อหาตามฤดูกาลอาจรวมถึงหัวข้อต่างๆ เช่น ปรากฏการณ์ Santa Claus Rally ซึ่งเป็นระบบการเทรดที่เน้นถือดัชนีหุ้นสหรัฐฯ ในช่วงไม่กี่วันของการเทรดสุดท้ายของปีและสองสามวันทำการแรกของปีใหม่ บทความประเภทนี้จะได้รับการเข้าชมเกือบทั้งหมดในช่วงเวลาดังกล่าว

ทั้งนี้ ก็ไม่ผิดอะไรหากคุณจะใช้เนื้อหาทั้งสองประเภทร่วมกัน

3. แหล่งข้อมูลสำหรับการสร้างเนื้อหา

แหล่งเนื้อหาที่ไม่มีค่าลิขสิทธิ์หรือที่มีราคาย่อมเยา

มีหลายเว็บไซต์ที่ให้บริการเนื้อหาที่ไม่มีค่าลิขสิทธิ์หรือที่มีราคาย่อมเยา เว็บไซต์ต่างๆ เช่น [Pixabay](#) นำเสนอภาพถ่าย วิดีโอ และไฟล์เสียงที่คุณสามารถใช้ในการสร้างวิดีโอหรือกราฟิกเพื่อการตลาดได้ นอกจากนี้ อาจลองพิจารณาใช้งาน [Unsplash](#) ดูด้วยได้

การจ้างงานจากภายนอก

การจ้างงานจากภายนอกสำหรับงานต่างๆ เช่น การสร้างวิดีโอหรือเขียนบทความนั้นอาจมีประสิทธิผลคุ้มค่า เว็บไซต์เช่น [Fiverr](#) เป็นจุดเริ่มต้นที่ดีและมีราคาย่อมเยา

การใช้ AI

AI กำลังเป็นที่นิยมมากขึ้นในการสร้างเนื้อหา แม้ว่า AI จะช่วยเขียนบทความได้ แต่ยังอยู่ในช่วงเริ่มต้นของการพัฒนา ดังนั้นควรหลีกเลี่ยงการคัดลอกและวางเนื้อหาที่สร้างโดย AI โดยตรง คุณควรตรวจสอบและเพิ่มองค์ประกอบที่สะท้อนความเป็นมนุษย์เข้าไปในเนื้อหา

นี่คือลิสต์รายการที่ดีของเครื่องมือ AI ต่างๆ ที่น่าสนใจสำหรับครีเอเตอร์และบล็อกเกอร์ รวมถึงเครื่องมือที่ช่วยด้านการเพิ่มประสิทธิภาพสำหรับเครื่องมือค้นหาหรือ SEO (Search Engine Optimisation) เครื่องมือเหล่านี้ไม่ใช่ทั้งหมดที่จะให้ใช้ได้ฟรี; บางตัวมีเวอร์ชันฟรีที่จำกัดหรือให้ลองใช้ฟรีชั่วคราวหนึ่ง คุณสามารถหาลิสต์รายการที่อัปเดตเป็นประจำได้จาก [Semrush](#)

การตัดต่อวิดีโอ

ถ้าคุณต้องการตัดต่อแก้ไขเนื้อหาวิดีโอ คุณสามารถใช้ **OpenShot** ซึ่งเป็นซอฟต์แวร์ฟรี อีกเครื่องมือหนึ่งที่มีประโยชน์ในการสร้างเนื้อหาที่รวม AI อยู่ในตัวคือ **Visme**

การบันทึกหน้าจอ (Screen Recording)

ผมใช้ Camtasia ซึ่งเป็นเครื่องมือแบบเสียค่าใช้จ่าย แต่มีตัวเลือกฟรีให้เลือกหากคุณค้นหาออนไลน์ การบันทึกหน้าจอพร้อมเสียงมีความสำคัญมากสำหรับการสร้างวิดีโอแนะนำ “วิธีการทำ” สิ่งใดๆ หรือวิดีโอช่วยสอน เช่น ในวิดีโอที่ฉันแสดงวิธีการเทรดผลิตภัณฑ์ที่เรียกว่า Accumulator ซึ่งมีให้บริการจากที่ Deriv การอธิบายผ่านวิดีโอที่ฉันแสดงวิธีทำสำหรับผมที่จะแสดงให้คุณดู เมื่อเทียบกับการเขียนคำอธิบายยาวๆ คุณสามารถชมวิดีโอ Accumulator ได้บน **YouTube**

เนื้อหาประเภทนี้มีประสิทธิภาพสูง คุณสามารถใส่ลิงก์พันธมิตรในคำอธิบายวิดีโอหรือใช้เพื่อดึงให้ผู้ชมกลับมายังเว็บไซต์หรือบล็อกของคุณได้

4. การสร้างและรักษาความสัมพันธ์

การมีปฏิสัมพันธ์ในโซเชียลมีเดีย

เมื่อเว็บไซต์หรือบล็อกของคุณถูกตั้งค่าแล้ว ขั้นตอนถัดไปคือการดึงดูดผู้เข้าชมไปยังเว็บไซต์ของคุณ ใช้แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียเพื่อโปรโมทเนื้อหาของคุณและมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ชม แร็ปทความ วิดีโอ หรืออินโฟกราฟิกของคุณในหลากหลายช่องทางโซเชียลมีเดีย สร้างความสัมพันธ์กับผู้ติดตามของคุณโดยการตอบกลับความคิดเห็น เข้าร่วมการอภิปรายแสดงความคิดเห็น และเสริมสร้างความเป็นชุมชนให้รายรอบบริษัทที่คุณเป็นตัวแทนเป็นพันธมิตรอยู่นั้น ถ้าคุณพูดได้หลายภาษา การสร้างเนื้อหาในภาษาท้องถิ่นสามารถเพิ่มการเข้าถึงของคุณได้อย่างมาก

สร้างบัญชีใหม่บน X (ชื่อเดิมว่า Twitter), Threads, Instagram, Facebook, TikTok, Pinterest, และ YouTube ที่มุ่งหมายเฉพาะเพื่อการโปรโมททางการเงินของคุณ นอกจากนี้ ควรพิจารณาการตั้งบัญชีใน **LinkedIn** ด้วย

การเขียนบล็อกแบบแฮกรับเชิญและการสร้างเครือข่าย

การเขียนบทความในฐานะแฮกรับเชิญให้กับเว็บไซต์ที่มีชื่อเสียงในอุตสาหกรรมของคุณไม่เพียงแต่แสดงให้เห็นถึงความเชี่ยวชาญของคุณ แต่ยังช่วยให้เนื้อหาของคุณเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายใหม่ๆ ได้อีกด้วย การสร้างเครือข่ายกับอินฟลูเอนเซอร์ บล็อกเกอร์ และผู้นำในอุตสาหกรรมเพื่อร่วมมือในการสร้างเนื้อหาหรือรับการกล่าวถึงช่วยขยายการเข้าถึงของคุณได้อย่างเป็นธรรมชาติ กลยุทธ์นี้มีประสิทธิภาพอย่างยิ่งหลังจากที่คุณสร้างเนื้อหาในเว็บไซต์ของคุณไว้แล้วสักระยะหนึ่ง เช่น 2-3 เดือน

5. SEO - การเพิ่มประสิทธิภาพบนเครื่องมือค้นหา

เมื่อคุณเขียนบทความหรือโพสต์ คุณต้องการให้เนื้อหาเหล่านั้นถูกค้นหาได้ง่ายในเครื่องมือค้นหา เช่น Google และ Bing SEO (Search Engine Optimisation) เป็นเทคนิคที่ช่วยปรับปรุงการจัดอันดับเนื้อหาของคุณให้ได้รับการจัดอันดับสูงขึ้นในแพลตฟอร์มเหล่านี้

ผมเชื่อว่า SEO ในปัจจุบันอาจไม่ทรงพลังเหมือนในอดีต เนื่องจากหลายคนพยายามใช้วิธีการที่ไม่โปร่งใสในการปรับแต่งระบบ และบริษัทที่ให้บริการเครื่องมือค้นหาก็ได้ปรับปรุงวิธีการจัดอันดับเนื้อหาให้รัดกุมยิ่งขึ้น สิ่งสำคัญในตอนนี้ คือการสร้างเนื้อหาที่เขียนได้ดีและแทรกคำสำคัญที่คุณต้องการให้คนค้นหาเจอ SEO ยังสามารถนำไปใช้กับรูปภาพได้ เช่น การเปลี่ยนชื่อไฟล์ภาพจาก “xyzlaptop” เป็น “Derivtradinglaptop” จะช่วยเพิ่มอันดับในการค้นหาภาพได้

การเปลี่ยนชื่อไฟล์รูปภาพ

การใช้รูปภาพที่มีชื่อไฟล์เริ่มต้นมาจากการตั้งชื่อของกล่องหรือซอฟต์แวร์แก้ไขภาพ/รูปภาพสต็อก นั้นไม่มีประสิทธิภาพตามวัตถุประสงค์ของ SEO เนื่องจาก Google ไม่สามารถตีความภาพถ่ายหรือรูปภาพได้โดยตรง แต่จะอาศัยจากชื่อไฟล์ในการจัดทำดัชนีและจัดอันดับทั้งรูปภาพและหน้าเว็บเพจที่รูปภาพปรากฏ ตามแนวทางการเผยแพร่รูปภาพของ Google ชื่อไฟล์ที่ไม่มีความหมาย เช่น ชุดตัวเลขหรือตัวอักษรที่ไม่เกี่ยวข้อง ก็ไม่มีความหมายต่อ Google เช่นกัน ในทางกลับกัน การตั้งชื่อไฟล์รูปภาพอย่างเหมาะสมจะช่วยให้รูปภาพปรากฏในการค้นหาภาพ และยิ่งช่วยเพิ่มประสิทธิภาพให้ทั้งหน้าเว็บมีอันดับที่สูงขึ้นในเครื่องมือค้นหา กล่าวคือ การตั้งชื่อไฟล์รูปภาพที่เหมาะสมสำหรับการโพสต์บทความหรือบล็อกอัตโนมัติบ่อยครั้ง นั้นจะสามารถให้ประโยชน์ได้มากกว่าแค่ทำให้หน้าเว็บดูสวยงาม แต่ยังช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ SEO ได้อีกด้วย

การค้นหาวีดีโอ

การค้นหาวีดีโอในปัจจุบันนั้นพึ่งพาคำสำคัญหรือ “คีย์เวิร์ด” น้อยลง แต่ข้อความคำอธิบาย (Description) และเนื้อหาของวีดีโอเองก็ยังคงมีบทบาทสำคัญ แม้ว่าในปัจจุบันจะยังเป็นช่วงเริ่มต้น แต่การค้นหาที่ขับเคลื่อนด้วย AI กำลังมีความสำคัญมากขึ้น ดังนั้นจึงควรติดตามเทคนิคใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง

6. รีวิวบทวิจารณ์

เมื่อผู้ที่สนใจแพลตฟอร์มกำลังพิจารณาเลือกใช้บริการ คำค้นหาทั่วไปมักเป็น “XYZ ดีไหม?” หรือ “รีวิว XYZ” พวกเขามองหาบทวิจารณ์และข้อมูลจากแหล่งอื่นที่ไม่ใช่โบรกเกอร์โดยตรง

การเขียนรีวิว

ในฐานะพันธมิตร คุณมักจะมีแนวโน้มที่จะเขียนรีวิวในเชิงบวก อย่างไรก็ตาม หากคุณเลือกที่จะเป็นตัวแทนของ Deriv นั้นหมายความว่าความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์และบริการจริงๆ มิฉะนั้น คุณจะโปรโมทมันไปทำไม?

ผู้อ่านรีวิวไม่ต้องการเห็นเพียงความคิดเห็นในแง่บวกเท่านั้น เพราะสิ่งนี้อาจดูไม่จริงใจ ดังนั้นจึงเป็นเรื่องสำคัญที่จะต้องระบุถึงบางประเด็นที่บริษัทยังสามารถปรับปรุงได้อีก สังเกตได้ว่าในอีบุ๊คนี้ ผมยังกล่าวถึง “ความท้าทาย” ของการตลาดแบบพันธมิตรแทนที่จะเน้นเฉพาะข้อดี

รีวิวเปรียบเทียบ

การโพสต์รีวิวเป็นวิธีที่ยอดเยียมในการสร้างกราฟฟิคดึงดูดให้มีคนเข้าชม รีวิวแบบเปรียบเทียบ เช่น “โบรกเกอร์ไหนดีกว่ากัน: Deriv หรือ Quotex?” มีประสิทธิภาพอย่างมาก หากคุณลองค้นหาคำนี้ คุณจะพบตัวอย่างมากมาย การสร้างหน้าเว็บไซต์หรือแม้แต่การตั้งค่านี้อีกเพื่อรีวิวบริษัทสามารถช่วยดึงดูดกราฟฟิคได้อย่างมหาศาล

รีวิวหนังสือการเทรด

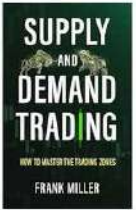
การเขียนรีวิวหรือสรุปหนังสือการเทรดที่ได้รับความนิยมสามารถให้ผลลัพธ์ที่ดีได้ คุณสามารถค้นหาหนังสือการเทรดยอดนิยมได้จากเว็บไซต์ เช่น [Amazon's Best Sellers in Online Trading](#)

หากมีคนกำลังอ่านรีวิวหนังสือการเทรด นั้นหมายความว่าพวกเขามีความสนใจในด้านการเทรด ดังนั้น คุณสามารถสอดแทรกชื่อการตลาดของ Deriv เข้าไปในรีวิว หรือเพิ่มย่อหน้าเล็กๆ เพื่อโปรโมท Deriv ภายในรีวิวนั้นได้

ตัวอย่างเช่น หนังสือการเทรดที่ขายดีบน Amazon สามารถสร้างแรงบันดาลใจสำหรับบทความ หัวข้อ หรือวิดีโอได้ จากหนังสือขายดีในปัจจุบัน โอเดียบทความที่น่าสนใจอาจเป็น “หยุดใช้คราเคออยู่เรื่อยๆ” ซึ่งสามารถสร้างบทความที่น่าดึงดูดใจได้ หรือ “การเทรดตามเทรนด์แนวโน้มด้วย Price Action” ซึ่งทั้งสองตัวอย่างนี้ก็เป็นหัวข้อที่ได้รับความนิยมอย่างชัดเจน

Best Sellers in Online Trading

Top 100 Paid Top 100 Free

<p>#1</p>  <p>How to Day Trade: The Plain Truth by Ross Cameron ★★★★☆ 319 Kindle Edition \$8.99</p>	<p>#2</p>  <p>SECRETS ON FIBONACCI TRADING: Masterin... by Frank Miller ★★★★☆ 1,217 Kindle Edition \$2.99</p>	<p>#3</p>  <p>Secrets On Reversal Trading: Master Reversal... by Frank Miller ★★★★☆ 512 Kindle Edition \$2.99</p>	<p>#4</p>  <p>The Basics of Bitcoins and Blockchains: An... by Antony Lewis ★★★★☆ 2,459 Kindle Edition \$11.17</p>
<p>#5</p>  <p>SUPPLY AND DEMAND TRADING: How To... by Frank Miller ★★★★☆ 467 Kindle Edition \$4.99</p>	<p>#6</p>  <p>Trading Price Action Trends: Technical Analys... by Al Brooks ★★★★☆ 551 Kindle Edition \$46.00</p>	<p>#7</p>  <p>Stop Checking The Price: Lose money every... by J. F. Dodaro ★★★★☆ 598 Kindle Edition \$7.99</p>	<p>#8</p>  <p>Crypto and Bitcoin: A Millionaire Mindset for... by Michael A. Duniec ★★★★☆ 64 Kindle Edition \$9.99</p>
<p>#9</p>	<p>#10</p>	<p>#11</p>	<p>#12</p>

การแสดงความคิดเห็น

การแสดงความคิดเห็นในบทความอื่นๆ สามารถให้ประโยชน์ได้ แต่ต้องทำอย่างระมัดระวังเพื่อหลีกเลี่ยงการดูหมิ่นว่าเป็นสแปม ตรวจสอบให้แน่ใจว่า ความคิดเห็นของคุณน่าเชื่อถือและเพิ่มคุณค่า แทนที่จะบอกแค่ “บทความนี้ดี” ความคิดเห็นที่คิดมาอย่างรอบคอบสามารถช่วยดึงดูดกราฟฟิคกลับมาหาคุณหรือส่งเสริมให้ผู้คนรับรู้ถึงและจดจำชื่อของคุณได้

7. วิดีโอ YouTube

หัวข้อ (Title)

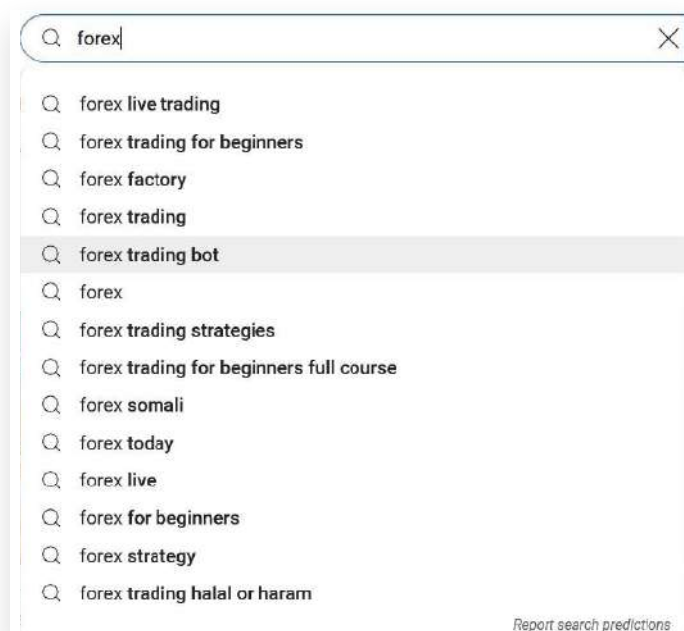
- คิดชื่อหัวข้อวิดีโอให้ดี โดยทำให้ดึงดูดใจและมีความเกี่ยวข้องกับสิ่งที่คนสนใจ ใช้ภาษาที่เป็นกันเองและตั้งเป้าความยาวหัวข้อไว้ที่ 50–60 อักขระ เนื่องจากหัวข้อที่สั้นกว่ามักแสดงผลได้ดีกว่าในการค้นหา
- จงใส่คำสำคัญ (Keyword Phrase) เป้าหมายในหัวข้อ หากเป็นไปได้ เพราะ YouTube ให้ความสำคัญกับหัวข้อที่มีคำสำคัญ แต่จงหลีกเลี่ยงการยัดคำสำคัญมากเกินไป หรือ “Keyword Stuffing” เพื่อให้หัวข้อยังอ่านได้อย่างเป็นธรรมชาติ

คำอธิบาย (Description)

- เขียนคำอธิบายที่น่าสนใจและมีความยาวสูงสุด 5,000 อักขระ ให้รวมบทสรุปเนื้อหา (Summary) คำสำคัญที่เกี่ยวข้อง และลิงก์ที่จำเป็น เข้าไปด้วย คุณอาจจำเป็นต้องเพิ่มคำสงวนสิทธิ์หรือคำเตือนถึงความเสี่ยงเข้าไปด้วย เมื่อโปรโมทแพลตฟอร์มการเทรดทางการเงิน
- ใส่คำสำคัญและวลีสำคัญไว้ที่จุดเริ่มต้นของหัวข้อและคำอธิบาย
- เพิ่มคำสำคัญที่เกี่ยวข้องและรูปแบบคำที่หลากหลาย (Long-tail Variations) ในเมตาดาต้าหรือส่วนข้อมูลรายละเอียดเนื้อหาวิดีโอ เพื่อจะเพิ่มขยายการเข้าถึง

การค้นหาคำสำคัญ (Keyword Research)

ใน YouTube ลองพิมพ์คำ เช่น “Deriv” หรือ “Forex” แล้วดูคำแนะนำที่ปรากฏในช่องค้นหา คำแนะนำเหล่านี้อ้างอิงมาจากสิ่งที่ผู้คนกำลังค้นหา และจึงสามารถให้ไอเดียที่ดีสำหรับหัวข้อวิดีโอหรือบทความของคุณได้



ภาพหน้าปกขนาดย่อ (Thumbnail)

การสร้างภาพหน้าปกขนาดย่อที่ดึงดูดสายตานั้นเป็นสิ่งสำคัญ เพราะสามารถกำหนดได้ว่าวิดีโอของคุณจะถูกคลิกหรือถูกมองข้ามไป ภาพหน้าปกถือเป็นศิลปะที่เหล่า YouTuber หลายคนลงทุนใช้เวลาและความพยายามอย่างมากในการสร้างให้ดูดี เครื่องมือที่ดีที่ช่วยให้คุณสร้างภาพหน้าปกระดับมืออาชีพได้คือ **Visme**

ลองดูตัวอย่างของพันธมิตร Deriv บน YouTube



การใช้คำสำคัญในวิดีโอของคุณ

ตรวจสอบให้แน่ใจว่าคุณได้กล่าวถึงคำสำคัญที่คุณต้องการให้ผู้ชมค้นพบในวิดีโอของคุณแล้ว ตัวอย่างเช่น หากผมมีวิดีโอเกี่ยวกับการใช้งานตราสารสิทธิ Accumulator ไปกับ Deriv ผมจะต้องกล่าวถึงคำนี้ในวิดีโอของผมด้วย YouTube จะถอดเสียงวิดีโอของคุณโดยอัตโนมัติ ดังนั้นควรตรวจสอบให้แน่ใจว่าชื่อเรื่องสอดคล้องกับเนื้อหา โดยเฉพาะในช่วง 60 วินาทีแรก วิธีนี้ช่วยให้วิดีโอของคุณมีอันดับที่ดีขึ้นในผลการค้นหา และแสดงให้เห็นว่าวิดีโอไม่ได้เป็นเพียง “คลิกเบต”

คลิปสั้น YouTube shorts และวิดีโอ TikTok

- ในขณะที่การใช้งานโทรศัพท์มือถือเพิ่มขึ้นในการบริโภคเนื้อหา คลิปสั้น YouTube Shorts ได้ตอบสนองต่อเทรนด์นี้ด้วยการนำเสนอวิดีโอแบบสั้นในสไตล์ TikTok โดย YouTube ได้เปิดตัว Shorts มาเพื่อจะแข่งขันกับ TikTok แต่โดยส่วนตัวแล้ว ผมยังคงชอบเนื้อหาแบบยาวมากกว่าอยู่ดี มี YouTuber บางรายถึงขนาดที่สร้างช่องแยกเพื่อนำเสนอคลิปสั้นแบบ Shorts ของพวกเขาคนเดียว Shorts เป็นวิธีที่ดีในการทดลองไอเดียเนื้อหา หากวิดีโอสั้นได้ผลตอบรับที่ดี คุณสามารถขยายเนื้อหานั้นให้เป็นเวอร์ชันที่ยาวขึ้นได้
- สำหรับ TikTok จุดเริ่มต้นที่ดีคือการดูเนื้อหาที่มีอยู่แล้ว เช่น คุณสามารถค้นหา #Deriv on TikTok

8. ไฟล์ PDF

หลังจากเขียนบทความแล้ว ลองพิจารณาแปลงบทความนั้นเป็น PDF ที่มีรูปแบบการจัดวางที่สวยงามและดูคล้ายกับบทความในนิตยสาร จากนั้นคุณสามารถโพสต์ PDF นี้ในเว็บไซต์แชร์เอกสารต่างๆ ได้เพราะส่วนใหญ่จะอนุญาตให้อัพโหลดได้ฟรี นี่จะช่วยให้กราฟฟิกลูกค้าของคุณยังเว็บไซต์/บล็อกของคุณ หรือไปยัง Deriv โดยตรงผ่านทางลิงก์พันธมิตรของคุณ

นี่คือเว็บไซต์หลักๆ ที่ผมใช้อยู่ แต่ก็อาจมีหลายเว็บไซต์อื่นๆ อีกนอกจากนี้:

- SlideShare
- Issuu
- Scribd
- Calameo

นอกจากนี้ ลองพิจารณาโพสต์ PDF ในเวอร์ชันภาษาอื่นๆ เพื่อขยายการเข้าถึงผู้ชมกลุ่มเป้าหมายของคุณ บทความเหล่านี้ยังสามารถถูกค้นพบโดยเครื่องมือค้นหาอีกด้วย

นี่คือตัวอย่าง:



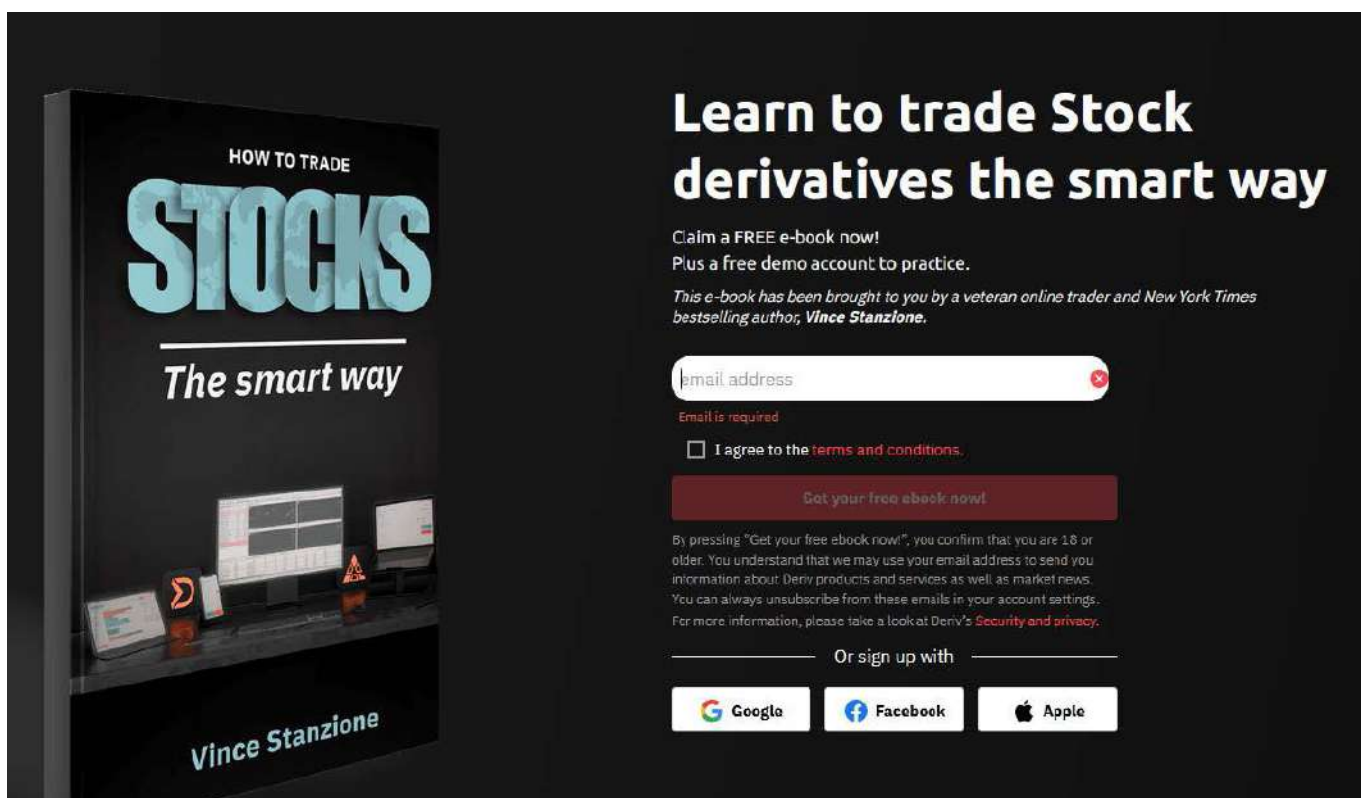
บทความนี้ให้เนื้อหาที่มีคุณค่าและสรุปด้วยข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับการสมัครใช้งาน ซึ่งนับเป็นตัวอย่างที่ดีของการปรับใช้เนื้อหาซ้ำ (Repurposing Content) เว็บไซต์เหล่านี้ยังอนุญาตให้คุณแชร์งานนำเสนอ PowerPoint ได้อีกด้วย คุณสามารถสร้าง PowerPoint ที่มีเคล็ดลับหรือเนื้อหาเกี่ยวกับการเทรด แล้วอัปโหลดในรูปแบบเดียวกัน

9. อีบุ๊ค

การสร้างอีบุ๊คที่มีเนื้อหาสั้นกระชับเป็นวิธีที่ยอดเยี่ยมในการดึงดูดผู้ที่มีแนวโน้มสนใจมาเป็นลูกค้าหรือ Lead ที่มีคุณภาพ หากเลือกหัวข้อที่เกี่ยวข้อง เช่น “10 รูปแบบกราฟยอดนิยมที่เทรดเดอร์มืออาชีพใช้” คุณจะดึงดูดผู้อ่านที่สนใจการเทรดและคุ้นเคยกับแพลตฟอร์มอย่าง MT5 และ TradingView เมื่อแจกจ่ายอีบุ๊ค คุณสามารถขอที่อยู่อีเมลหรือหมายเลขโทรศัพท์สำหรับการส่งอีบุ๊คนั้นไปให้แก่ผู้ใช้งาน เนื่องจากปัจจุบัน WhatsApp กำลังได้รับความนิยมมากกว่าอีเมล คุณอาจพิจารณาส่งอีบุ๊คผ่านทาง WhatsApp ตามด้วยข้อความที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติม

Deriv มีอิบุคหลากหลายประเภทที่พร้อมจะมอบให้แก่ลูกค้าและพันธมิตร ซึ่งช่วยให้คุณโปรโมทอิบุคได้โดยไม่ต้องเขียนเอง (ผมได้เขียนไว้หลายเล่มแล้ว) คุณไม่จำเป็นต้องกังวลถึงการสร้างหน้าเพจเป้าหมาย (Landing Page) ด้วยเพราะ Deriv ได้จัดเตรียมไว้ให้แล้ว ระบบที่จัดมาแบบนี้เป็นประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับผู้เริ่มต้น เพราะผู้ที่มีแนวโน้มสนใจมาเป็นลูกค้าหรือ Lead ที่ถูกดึงเข้ามานั้นจะถูกเก็บด้วยรหัสไอดีพันธมิตรเพื่อการติดตามของคุณ หากพวกเขาสมัครใช้งานและเริ่มเทรด คุณก็จะได้รับค่าคอมมิชชั่น Deriv ยังช่วยติดตามและดูแลผู้ที่สนใจเหล่านี้เพื่อเพิ่มอัตราการแปลงมาเป็นลูกค้า (Conversions) ให้มากที่สุดอีกด้วย

ยกตัวอย่างเช่น ในฐานะพันธมิตร คุณสามารถใช้ประโยชน์จากหน้าเพจเป้าหมายของ Deriv ได้โดยการตรวจสอบดูให้แน่ใจว่า URL ของคุณมีการรวมรหัสไอดีพันธมิตรของคุณอยู่ด้วยแล้ว



หากคุณต้องการอิบุคที่ปรับแต่งเฉพาะตามที่คุณต้องการแต่ไม่อยากเขียนเอง ก็มีนักเขียนฟรีแลนซ์ด้านการเงินจำนวนมากที่สามารถเขียนอิบุคหรือบทความให้คุณได้ แม้ว่างานของพวกเขาอาจจะมีลักษณะทั่วไป แต่คุณสามารถเพิ่มรายละเอียดเกี่ยวกับ Deriv ลงไปเพื่อปรับเนื้อหาให้ตรงกับความต้องการของคุณได้ เว็บไซต์ฟรีแลนซ์หลายแห่งเช่น **Fiverr** มีบริการที่คุณสามารถค้นหาได้โดยใช้คำว่า “เขียนอิบุคเรื่องการเทรด”

หากคุณเป็นเจ้าของอิบุค ลองพิจารณาขายบนแพลตฟอร์มอย่าง Amazon ในราคาต่ำ เช่น 99 เซนต์ (USD) เป้าหมายหลักไม่ใช่การกำไรจากอิบุค แต่เป็นการดึงดูดผู้ที่มีแนวโน้มสนใจมาเป็นลูกค้าหรือ Lead ต่างหาก ตรวจสอบดูให้แน่ใจว่า อิบุคมีลิงก์ไปยังบล็อกหรือเว็บไซต์ของคุณ รวมถึงลิงก์พันธมิตรของคุณ

10. การโฆษณา แบบชำระเงิน

หนึ่งในวิธีเร่งการสร้างกราฟฟิคคือการจ่ายเงินเพื่อโฆษณา การโฆษณาแบบจ่ายต่อคลิกหรือ Pay Per Click (PPC) ยังคงเป็นวิธีที่มีประสิทธิภาพในการดึงดูดกราฟฟิค แม้ว่า คุณจะมียอดประมาณจำกัดก็ตาม หากคุณเป็นมือใหม่ใน Google Ads คุณอาจพบข้อเสนอพิเศษ เช่น เครดิตมูลค่า USD 100 เชื่อมชม [Google Ads](#) เพื่อดูข้อมูลเพิ่มเติม

การเลือกแพลตฟอร์ม PPC

ขั้นตอนแรกคือการเลือกแพลตฟอร์ม PPC ที่เหมาะสมสำหรับแคมเปญพันธมิตรของคุณ ตัวเลือกหลักได้แก่ Google Ads และ Facebook Ads

- **Google Ads:** เป็นเครือข่าย PPC ที่ใหญ่ที่สุด โดย Google Ads จะนำโฆษณาของคุณไปเชื่อมต่อกับเครื่องมือค้นหาและเครือข่ายแสดงผลที่กว้างขวางของ Google มีตัวเลือกการกำหนดเป้าหมายที่หลากหลาย เช่น ข้อมูลประชากร ความสนใจ และคำค้นหา มาผสมรวมกับเครื่องมือวิเคราะห์ จึงทำให้การติดตามผลลัพธ์ของการแปลงผู้ชมให้มาเป็นลูกค้าเป็นเรื่องที่เข้าใจง่าย
- **Facebook Ads:** Facebook Ads ช่วยให้โฆษณาสู่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพเนื่องมาจากฐานข้อมูลผู้ใช้งานที่กว้างขวางครอบคลุมของ Facebook คุณสามารถกำหนดเป้าหมายตามความสนใจอันจำเพาะ อายุ พื้นที่ พฤติกรรม และอื่นๆ

คุณสามารถลิงก์โฆษณาไปยังแพลตฟอร์มการเทรด เช่น Deriv หรือเว็บไซต์/บล็อกของคุณเอง การทดลองใช้ทั้งสองวิธีจะช่วยให้คุณตัดสินใจได้ว่าวิธีใดให้ผลลัพธ์ที่ดีกว่า

จงเลือกกลุ่มเป้าหมายเฉพาะทางซึ่งสอดคล้องกับโปรแกรมพันธมิตรที่คุณต้องการโปรโมท เช่น ตลาดการเทรดของ Deriv ตรวจสอบให้แน่ใจว่า กลุ่มเป้าหมายมีเจตนาเชิงพาณิชย์และมีความสนใจในการซื้อ เครื่องมือค้นหาอย่าง Google Keyword Planner ก็สามารถช่วยให้คุณค้นหาคำสำคัญที่อาจทำได้ เช่น “แพลตฟอร์มเทรด Forex ที่ดีที่สุด,” “คู่มือเริ่มต้นการเทรด Forex,” หรือ “โบรกเกอร์ Forex ที่มีเงินฝากขั้นต่ำจำนวนน้อย”

การค้นหาคำสำคัญ

ระบุคำสำคัญและวลีที่ผู้คนใช้ค้นหาสินค้าหรือบริการในกลุ่มเป้าหมายของคุณ จงพิจารณาเรื่องปริมาณการค้นหา การแข่งขัน และเจตนาของผู้ค้นหา เน้นคำสำคัญแบบ Long-tail เพื่อเสริมความเกี่ยวข้องให้มากขึ้น เช่น “คู่มือเริ่มต้นการเทรด Forex” ซึ่งแม้จะมีกราฟฟิคน้อยกว่า “การเทรด Forex” แต่มีความเฉพาะเจาะจงมากกว่า หากคุณกำหนดเป้าหมายในประเทศใดประเทศหนึ่ง ให้ใช้คำในภาษาท้องถิ่นในคำสำคัญด้วย เช่น “que son las opciones” (ภาษาสเปน แปลว่า “ตราสารสิทธิคืออะไร”)

จำไว้ว่า มันไม่ใช่เพียงแค่เรื่องของปริมาณการเข้าชมที่คุณนำมายังเว็บไซต์ของคุณ แต่เป็นเรื่องของคุณภาพและเจตนาของการเข้าชมนั้นด้วย

การสร้างโฆษณาที่มีประสิทธิภาพ

สร้างข้อความโฆษณาที่ดึงดูดใจซึ่งปรับให้เหมาะสมเพื่อนำสู่การคลิกจากกลุ่มเป้าหมายของคุณ ควรให้มีหัวข้อที่น่าสนใจ ข้อเสนอที่ดึงดูด และคำกระตุ้นให้ลงมือทำ (Call to Action) ที่ชัดเจน ตั้งงบประมาณรายวันตามผลตอบแทนการลงทุนที่ประมาณการไว้ โดยเริ่มต้นด้วยจำนวนเล็กๆ (เช่น USD 10 ต่อวัน) และขยายงบประมาณนั้นเมื่อคุณทดสอบแล้วเห็นผลกำไร

การจัดโครงสร้างแคมเปญ

จัดโครงสร้างแคมเปญให้รองรับเป้าหมายของคุณ เช่น การเพิ่มกราฟฟิค การดึงดูดผู้ที่สนใจหรือ Lead หรือ การเพิ่มประสิทธิภาพการแปลงมาเป็นลูกค้า จัดกลุ่มโฆษณาตามหัวข้อเฉพาะเพื่อจัดการที่ดีขึ้น ใช้คำสำคัญเชิงลบเพื่อกรองผู้ค้นหาที่ไม่เกี่ยวข้องออกไปและลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น หลีกเลี่ยงการจ่ายเงินสำหรับกราฟฟิคในภูมิภาคที่แพลตฟอร์มการเงินของคุณไม่สามารถจะดำเนินการได้ (เช่น Deriv ไม่อาจให้บริการได้ในประเทศสหรัฐฯ) และติดตามข่าวสารในโปรแกรมพันธมิตรของคุณ เพื่อรับทราบการเปลี่ยนแปลงของภูมิภาคที่อาจเปลี่ยนสถานะการเข้าถึง

โฆษณา YouTube

อีกวิธีหนึ่งที่มีประสิทธิภาพในการสร้างกราฟฟิคมายังบล็อกหรือเนื้อหาวิดีโอของคุณคือการใช้โฆษณาแบบ “pre-roll” บน YouTube โฆษณาแบบชำระเงินเหล่านี้เป็นวิดีโอสั้นที่ออกแบบมาเพื่อกระตุ้นให้ผู้ชมลงมือกระทำ เช่น สมัครสมาชิกอีบุ๊ก หรือสมัครเปิดบัญชีทดลองฟรี

การโพสต์บนเว็บไซต์อื่น

คุณสามารถจ่ายเงินเพื่อให้เนื้อหาของคุณปรากฏบนเว็บไซต์อื่น ซึ่งเรียกว่า “Advertorial” หรือโฆษณาในรูปแบบบทความ ซึ่งเป็นการผสมผสานระหว่างโฆษณาและบทความวิชาการ คุณจะสร้างเนื้อหาที่ดึงดูดใจพร้อมกับลิงก์ที่พาคลับไปยังลิงก์พันธมิตรหรือบล็อกของคุณ โดยค่าใช้จ่ายจะแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับเว็บไซต์ที่คุณเลือกให้เป็นโฮสต์ของเนื้อหานั้น

ตัวอย่างเช่น คุณสามารถเขียนบทความที่ต้องชำระเงินในหัวข้อ “กลยุทธ์การเทรดขั้นสูงบน Deriv: เคล็ดลับและเทคนิค” แล้วใส่ลิงก์ที่เกี่ยวข้องเข้าไปด้วย ในอีกทางเลือกหนึ่ง คุณสามารถปรับหัวข้อสำหรับผู้เริ่มต้น เช่น “กลยุทธ์การเทรดสำหรับมือใหม่บน Deriv: เคล็ดลับและเทคนิค”

The screenshot shows the ShareCast website interface. At the top, there's a navigation bar with 'ShareCast' logo, a search bar, and social media icons. Below the navigation bar, there's a secondary bar with links to 'UK Shares', 'Market Data', 'Sharecast News', 'Cryptocurrencies', and 'Active Trader'. The main content area features a large article titled 'Advanced Trading Strategies on Deriv: Tips and Tricks' with a sub-header 'RELATED NEWS' and a thumbnail image of a person trading. To the right of the article, there's a 'THE MOST READ' section with a list of news items, including 'German consumer sentiment hits two-year high', 'UK private sector expands as new business growth accelerates', 'Euro area PMIs show private sector nearly stagnated in July', 'China PBoC cuts interest rates', and 'Global IT systems crash after CrowdStrike update hits Microsoft'. Below this, there's a 'SMART BOX' section with a 'Metro Bank Holdings' stock ticker showing a price of 39.45p and a 3.14% increase.

ปรับเนื้อหาให้เหมาะสมเพื่อเพิ่มการแปลงมาเป็นลูกค้าและเพื่อได้ค่าคอมมิชชั่น

การเรียนรู้จนเชี่ยวชาญในการโฆษณา PPC นั้นเป็นเรื่องที่ซับซ้อนครอบคลุมและต้องมีการเรียนรู้ต่อเนื่อง คู่มือนี้ให้ภาพรวมสั้นๆ เบื้องต้นเท่านั้น การเรียนรู้เพื่อเสริมประสิทธิภาพเนื้อหาและแคมเปญโฆษณาเพื่อเพิ่มการแปลงจากกราฟฟิค PPC จะช่วยเพิ่มค่าคอมมิชชั่นและผลตอบแทนจากงบโฆษณาได้อย่างมีนัยสำคัญ

11. การโปรโมทแบบออฟไลน์

แม้ว่าการโปรโมทออนไลน์อาจเป็นแหล่งสำคัญของการดึงดูดลูกค้าเป้าหมาย แต่ก็ยังมีโอกาสที่มีค่าในสื่อสิ่งพิมพ์อยู่ ในหลายภูมิภาค ผู้คนยังคงชื่นชอบการทำธุรกรรมแบบพบปะกันโดยตรง หนึ่งในไอเดียที่น่าสนใจคือการใช้แพลตฟอร์มออนไลน์เป็นตัวช่วยดึงดูดผู้คนมาร่วมกิจกรรมแบบพบหน้ากัน เช่น การจัดคลาสสอนเทรดที่อาจมีค่าใช้จ่ายเล็กน้อยหรือจัดให้ฟรี พร้อมทั้งกระตุ้นให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมาลงทะเบียนสมัครเทรดผ่านโปรแกรมหุ้นส่วนพันธมิตรของ Deriv ของคุณ คลาสเหล่านี้สามารถจัดขึ้นในสถานที่ที่มีค่าใช้จ่ายต่ำหรือฟรี เช่น ร้านกาแฟ หรือห้องประชุมในโบสถ์

นอกจากนี้ การแจกโบรชัวร์ขนาดเล็กที่จัดพิมพ์รายละเอียดธุรกิจพันธมิตรของคุณภายในงานกิจกรรมเหล่านี้ก็ถือเป็นเครื่องมือโปรโมทที่มีประสิทธิภาพเช่นกัน

12. คลาสเรียนออนไลน์เกี่ยวกับการเทรด

คุณสามารถจัดคลาสสอนเทรดออนไลน์ผ่านเว็บมินาร์โดยใช้แพลตฟอร์มอย่าง Zoom เสนอเนื้อหาที่มีคุณค่าและโปรโมทแพลตฟอร์มการเทรดและผลิตภัณฑ์ ควรทำให้เซสชันมีเนื้อหาสาระและใช้งานได้จริง ไม่ใช่เพียงแค่มุ่งแต่การขายสินค้า โดยให้ความสำคัญกับเนื้อหาแบบสอน “วิธีการทำ” ที่ช่วยให้ผู้เข้าร่วมเรียนรู้การเทรดได้จริง



ตัวอย่างโฆษณา



กลยุทธ์ขั้นสูง: API, ปลั๊กอิน และการพัฒนาซอฟต์แวร์

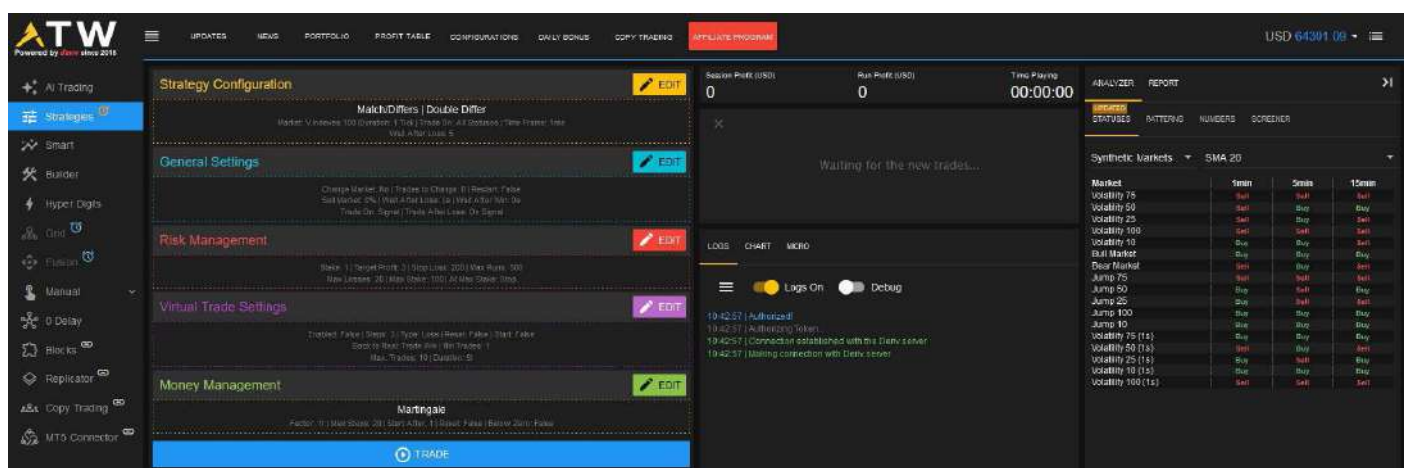
ผมจะพูดถึงส่วนนี้อย่างย่อๆ แต่มันเป็นเรื่องสำคัญที่ต้องเน้นถึงโอกาสสำคัญกับ Deriv: การใช้ Deriv API เพื่อพัฒนาแพลตฟอร์มและเครื่องมือของคุณเอง สำรองโอกาสความเป็นไปได้ไปกับ **Deriv API**

ในการพัฒนาแอปหรือเว็บไซต์ของคุณเองนั้น คุณสามารถปรับแต่งการแสดงผลในส่วนหน้าของระบบ (Front End) ที่ผู้ใช้เห็นและโต้ตอบในขณะที่ Deriv จะดูแลการดำเนินการในส่วนหลังของระบบ (Back End) ทั้งหมด การทำเช่นนี้จะช่วยให้คุณสามารถมุ่งเน้นไปที่ประสบการณ์ของผู้ใช้งาน (User Experience) ได้อย่างเต็มที่ ในขณะที่คุณใช้ประโยชน์จากโครงสร้างพื้นฐานที่แข็งแกร่งของ Deriv

คุณสามารถสร้างรายได้โดยขายแอปหรือซอฟต์แวร์ที่พัฒนาขึ้น อย่างไรก็ตาม รูปแบบที่พบได้บ่อยที่สุดก็คือ การเสนอให้ใช้แอปหรือซอฟต์แวร์ได้ฟรี แล้วสร้างรายได้จากค่าคอมมิชชั่นของโปรแกรมพันธมิตร หรือการบวกเพิ่มกำไรเล็กน้อยเข้าไปในการตั้งราคาผลิตภัณฑ์

หากโอกาสนี้สนใจ ผมขอแนะนำให้คุณติดต่อผู้จัดการบัญชีของคุณ

ตัวอย่างเช่น เข้าไปดู **Deriv API** ที่ทำงานร่วมกับชุดเครื่องมือการเทรดที่ซับซ้อนซึ่งสร้างขึ้นโดยใช้ Deriv เป็นโบรกเกอร์ที่ดูแลในส่วนหลังของระบบ (Back End) ให้



ที่มา: เว็บไซต์ Deriv API

10 เคล็ดลับระดับมือโปรเพื่อเพิ่มความสำเร็จในการตลาดแบบพันธมิตรของคุณ

นี่คือ 10 เคล็ดลับมืออาชีพที่จะช่วยให้คุณกลายเป็นนักการตลาดพันธมิตรที่ประสบความสำเร็จ:

- เลือกโปรแกรมพันธมิตรของคุณ:** โฟกัสในด้านที่สอดคล้องกับความสนใจ ความรู้ และความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย เลือกสิ่งที่คุณมีความหลงใหล เพราะจะช่วยให้การสร้างเนื้อหาและการสื่อสารปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายดูเป็นธรรมชาติและน่าเชื่อถือ เช่น ผมไม่สนใจเรื่องการเย็บปักถักร้อย ดังนั้นการทำตลาดในด้านนี้อาจเป็นเรื่องยากสำหรับผม แต่ผมสนใจเรื่องการเทรดหุ้น สกุลเงิน และตลาดการเงินต่างๆ ดังนั้นการโปรโมทแพลตฟอร์มอย่าง Deriv จึงเป็นสิ่งที่ผมทำได้อย่างมีความสุข
- โปรโมทผลิตภัณฑ์หรือบริการที่คุณเชื่อมั่น:** เลือกโปรโมทเฉพาะผลิตภัณฑ์หรือบริการที่คุณเชื่อว่าให้คุณค่าแก่ผู้ใช้งาน สร้างความไว้วางใจกับกลุ่มเป้าหมายของคุณเพื่อความสำเร็จในระยะยาว หากคุณโปรโมท Deriv การเป็นลูกค้าของแพลตฟอร์ม (หากว่าคุณยังไม่ได้เป็น) จะช่วยให้คุณเข้าใจผลิตภัณฑ์มากขึ้น คุณสามารถใช้บัญชีทดลองเพื่อบันทึกวิดีโอแนะนำฟีเจอร์และผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ
- เข้าใจกลุ่มเป้าหมายของคุณ:** ทำการวิจัยอย่างละเอียดเพื่อเข้าใจความต้องการ ความชอบ และปัญหาของกลุ่มเป้าหมาย ปรับเนื้อหาและการโปรโมทให้เหมาะสมกับสิ่งที่พวกเขาสนใจและปัญหาเฉพาะของพวกเขา Deriv สามารถช่วยคุณระบุกลุ่มเป้าหมายในพื้นที่หรือกลุ่มประชากรที่เหมาะสมและมีแนวโน้มที่จะให้ผลลัพธ์ทางการตลาดที่ดีกว่า เช่น ลูกค้าของแพลตฟอร์มการเทรดมักจะเป็นเพศชายอายุ 18-35 ปี นอกจากนี้ ควรทำความเข้าใจว่า “การเทรด” นั้นไม่เหมือนกับ “การลงทุน”; แม้ว่าจะถูกใช้ร่วมกันบ่อยครั้งก็ตาม แต่การเทรดนั้นมีแนวโน้มที่จะเป็นแบบระยะสั้นและเก็งกำไรมากกว่า ในขณะที่การลงทุนมีระยะยาวและค่อยเป็นค่อยไป จงใช้เครื่องมือต่างๆ เพื่อช่วยค้นหาพื้นที่ที่มีศักยภาพสูงที่สุดในการโปรโมท
- มอบเนื้อหาที่มีคุณค่า:** เสนอเนื้อหาคุณภาพสูงที่ให้ข้อมูลและน่าสนใจเพื่อดึงดูดและรักษากลุ่มเป้าหมายของคุณ ไม่ว่าจะเป็นบทความบล็อก วิดีโอ หรือเนื้อหาบนโซเชียลมีเดีย ให้โฟกัสที่การให้คุณค่าก่อนการโปรโมทผลิตภัณฑ์ โปรดจำไว้ว่า ช่วงความสนใจของผู้ชมมักสั้น หากเนื้อหาของคุณดูเหมือนเนื้อหาโฆษณาเกินไป ผู้ชมอาจไม่ให้ความสนใจนานนัก
- เปิดเผยความสัมพันธ์พันธมิตร:** แสดงความโปร่งใสกับผู้ชมของคุณเกี่ยวกับความสัมพันธ์พันธมิตรของคุณ แจ้งให้ทราบถึงการใช้ลิงก์พันธมิตรหรือการสนับสนุนอย่างชัดเจนและซื่อสัตย์เพื่อรักษาความเชื่อมั่นไว้วางใจ จงเป็นตัวของตัวเอง – ผู้คนชอบซื้อจากคนที่พวกเขาไว้ใจ บล็อกหรือช่องที่เผย “ใบหน้า” และบุคลิกเฉพาะตัวมักดึงดูดผู้ติดตามได้ดีที่สุด
- กระจายช่องทางการโปรโมทของคุณ:** ทดลองใช้ช่องทางการตลาดที่หลากหลาย เช่น บล็อก โซเชียลมีเดีย การตลาดผ่านอีเมล หรือวิดีโอ การกระจายช่องทางช่วยให้คุณเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่กว้างขึ้นและลดการพึ่งพาแพลตฟอร์มใดแพลตฟอร์มหนึ่ง (ซึ่งอาจแบนคุณได้) เมื่อเวลาผ่านไป อาจพิจารณาสร้างช่อง YouTube มากกว่าหนึ่งช่อง เช่น ช่องภาษาอังกฤษและช่องภาษาสเปน รวมถึงตั้งเป้าหมายจดหมายข่าวและลิสต์รายการผู้รับอีเมลจากคุณ อย่าลืมว่า โซเชียลมีเดียไม่ใช่ทรัพย์สินของคุณ แพลตฟอร์มจึงอาจจะจับบัญชีของคุณได้ แต่ลิสต์รายการผู้รับอีเมลจากคุณหรือลิสต์รายการหมายเลขโทรศัพท์นั้นเป็นของคุณ
- ติดตามและวิเคราะห์ประสิทธิภาพ:** ใช้เครื่องมือวิเคราะห์เพื่อติดตามผลลัพธ์ของแคมเปญการตลาดของคุณ วิเคราะห์ว่ากลยุทธ์ใดได้ผลและไม่ได้ผลผ่านเมตริก เช่น อัตราการคลิก (CTR) การแปลง (Conversion) และการมีส่วนร่วมของผู้ชม ตรวจสอบบทความหรือเนื้อหาที่มียอดเข้าชมสูงสุด แล้วสร้างเนื้อหาในแนวทางเดียวกันเพิ่มเติม
- สร้างรายชื่ออีเมล:** เริ่มสร้างรายการอีเมลตั้งแต่นั้นๆ เพราะเป็นทรัพย์สินที่มีค่าในการสื่อสารต่อเนื่องกับกลุ่มเป้าหมายและโปรโมทข้อเสนอพันธมิตรให้กับผู้ติดตามที่มีส่วนร่วมโดยตรง ซึ่งนี่หมายความว่าเมื่อคุณโพสต์ข่าวสารอัปเดต ผู้ที่อยู่ในรายการจะได้รับอีเมลแจ้งเตือนทันที นอกจากนี้ WhatsApp ยังเป็นเครื่องมือการตลาดที่ทรงพลังในปัจจุบัน ดังนั้นการเก็บรวบรวมเบอร์โทรศัพท์จึงเป็นสิ่งที่ควรทำ

9. **ติดตามข่าวสารและปรับตัว:** เทรนด์และกลยุทธ์ของการตลาดพันธมิตรมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ คอยอัปเดตข้อมูลเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรม อัลกอริทึมใหม่ๆ และเทคนิคการตลาดล่าสุด เพื่อปรับกลยุทธ์ให้ทันสมัยและแข่งขันได้ดี โชคดีที่มีข้อมูลดีๆ ให้เรียนรู้ได้ฟรีทางออนไลน์ และคุณยังสามารถเรียนรู้ได้จากนักการตลาดหรือคอนเทนต์ครีเอเตอร์ในสายงานเดียวกันหรือใกล้เคียงกันอีกด้วย
10. **ความอดทนและความมุ่งมั่น:** ความสำเร็จในการตลาดแบบพันธมิตรนั้นต้องใช้เวลา จงอดทนและพยายามทำอย่างสม่ำเสมอ พยายามเรียนรู้ ทดสอบ และปรับกลยุทธ์ของคุณเรื่อยๆ ในขณะที่คุณก้าวหน้าต่อไป หลายคนล้มเหลวในการตลาดแบบพันธมิตรเพราะพวกเขาเพียงแค่ “ลองทำดู” แต่ไม่ได้มุ่งมั่นหรือทำอย่างต่อเนื่อง

สำหรับผมแล้ว หนึ่งในปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการสร้างธุรกิจที่ประสบความสำเร็จก็คือการสร้าง “ความสัมพันธ์” กับกลุ่มเป้าหมายและลูกค้า คอยตอบคำถาม ความคิดเห็น หรืออีเมล นอกจากนี้ ข้อผิดพลาดใหญ่ๆ ที่หลายคนทำคือ การล้มลูกค้าหลังจากที่พวกเขาลงทะเบียนหรือซื้อสินค้าแล้ว การสร้างยอดขายเสริมเพิ่มเติม หรือที่เรียกว่า “Back-End Sales” สามารถสร้างความแตกต่างได้อย่างมากมาย

ต่อไปนี้เป็นบางส่วนของหนังสือเล่มโปรดของผมเกี่ยวกับการเขียนคำโฆษณาและการโฆษณา

การเรียนรู้วิธีการเขียนคำโฆษณา (copywriting) และการสร้างโฆษณาและโปรโมชั่นที่ประสบความสำเร็จถือเป็นทักษะที่มีคุณค่าอย่างยิ่ง นี่คือลิสต์รายการหนังสือบางส่วน ซึ่งแม้ว่าบางเล่มจะเขียนขึ้นมาหลายสิบปีก่อนยุคอินเทอร์เน็ต แต่ก็ยังคงมีความเกี่ยวข้องอยู่ในปัจจุบัน:

- Scientific Advertising โดย Claude Hopkins
- Tested Advertising Methods โดย John Caples
- The Adweek Copywriting Handbook โดย Joseph Sugarman
- The Copywriter's Handbook โดย Robert Bly
- The Art of the Click: How to Harness the Power of Direct-Response Copywriting and Make More Sales โดย Glenn Fisher – ผู้ที่ได้เคยเขียนคำโฆษณาให้ผมในอดีต

บทสรุป

เป็นไปได้ที่จะครอบคลุมทุกอย่างในอีบุ๊กสั้นๆ เล่มนี้ แต่ผมหวังว่าสิ่งที่ได้แบ่งปันกันที่นี่จะช่วยให้คุณได้มีจุดเริ่มต้นที่แข็งแกร่ง หากคุณกำลังวางแผนที่จะโปรโมทแพลตฟอร์มการเทรดแล้วละก็ Deriv นั้นเป็นบริษัทที่ยอดเยี่ยมสำหรับการร่วมงานด้วย

ความสำเร็จในการตลาดแบบพันธมิตรนั้นไม่ได้เกิดขึ้นในชั่วข้ามคืน มันต้องการความทุ่มเท การเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง และการมุ่งมั่นในการมอบคุณค่าให้กับกลุ่มเป้าหมายของคุณ การนำเคล็ดลับจากผู้เชี่ยวชาญเหล่านี้ไปปรับใช้จะสามารถเพิ่มโอกาสในการสร้างธุรกิจการตลาดแบบพันธมิตรที่ประสบความสำเร็จได้อย่างมากเมื่อเวลาผ่านไป

เมื่อคุณเข้าร่วมโปรแกรมพันธมิตรของ Deriv คุณสามารถติดต่อผู้จัดการบัญชีของคุณได้ทุกเมื่อเพื่อขอความช่วยเหลือและคำแนะนำ

ขอให้คุณประสบความสำเร็จในทุกก้าว

Vince Stanzione



อภิธานศัพท์

การทดสอบเปรียบเทียบตัวเลือก A และ B (A/B test)

A/B Test คือวิธีการเปรียบเทียบสองตัวเลือกเพื่อดูว่าตัวเลือกใดให้ผลลัพธ์ที่ดีกว่า วิธีนี้มีประโยชน์อย่างยิ่งในด้านการตลาดดิจิทัล เช่น การทดสอบบรรทัดหัวข้ออีเมลสองรูปแบบ

การตลาดแบบพันธมิตร (Affiliate Marketing)

การตลาดแบบพันธมิตรเกี่ยวข้องกับบุคคลภายนอกที่แนะนำผู้เข้าชมไปยังผลิตภัณฑ์หรือบริการบนแพลตฟอร์มดิจิทัล เช่น บล็อกหรือแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย และพวกเขาจะได้รับค่าคอมมิชชั่นหากการแนะนำนั้นนำไปสู่การขาย

อัตราการตีกลับ (Bounce Rate)

อัตราการตีกลับก็คือเปอร์เซ็นต์ของผู้เข้าชมที่ออกจากหน้าเว็บโดยไม่ได้ทำการใดๆ

การจำลองตัวแทนลูกค้า (Buyer persona)

Buyer persona คือการจำลองตัวแทนลูกค้าเป้าหมายของแบรนด์ในรูปแบบที่เป็นสมมติขึ้น เพื่อช่วยกำหนดและวางกลยุทธ์การตลาด โดยมีจะรวมถึงรายละเอียดประชากรศาสตร์และลักษณะพฤติกรรมที่เฉพาะจากการวิจัย

อัตราการสูญเสียลูกค้า (Churn Rate)

อัตราการสูญเสียลูกค้าคือตัวชี้วัดที่สำคัญทางการตลาดที่บอกเปอร์เซ็นต์ของลูกค้าที่คุณสูญเสียไปในช่วงเวลาหนึ่ง

การวิเคราะห์คู่แข่ง (Competitor Analysis)

การวิเคราะห์คู่แข่ง — หรือบางครั้งเรียกว่าการวิเคราะห์การแข่งขัน — เป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยคู่แข่งหลักของแบรนด์เพื่อวิเคราะห์การสร้างแบรนด์ การตลาด และผลิตภัณฑ์ของพวกเขา การเข้าใจองค์ประกอบเหล่านี้สามารถช่วยพัฒนาแบรนด์ให้สามารถสร้างกลยุทธ์การตลาดที่เฉพาะเจาะจงและโดดเด่นแตกต่างได้มากขึ้น

การตลาดเนื้อหา (Content Marketing)

การตลาดเนื้อหาเป็นด้านหนึ่งของการตลาดที่มุ่งพัฒนาเนื้อหาที่เกี่ยวข้องและมีความน่าเชื่อถือผ่านช่องทางต่างๆ เช่น บล็อก พอดแคสต์ วิดีโอ และสื่อประเภทอื่น ๆ เพื่อดึงดูดและสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย

กลยุทธ์เนื้อหา (Content Strategy)

กลยุทธ์เนื้อหาคือแผนการพัฒนา เผยแพร่ และดูแลเนื้อหา เช่น บล็อก พอดแคสต์ และวิดีโอ การพัฒนากลยุทธ์มักเกี่ยวข้องกับการวิจัยกลุ่มเป้าหมาย การตัดสินใจว่าจะใช้เนื้อหาแบบใด การกำหนดกระบวนการสร้างเนื้อหา และการวัดผลความสำเร็จของเนื้อหาแต่ละประเภท

อัตราการแปลงมาเป็นลูกค้า (Conversion Rate)

อัตราการแปลงมาเป็นลูกค้าคือตัวชี้วัดการตลาดที่สำคัญซึ่งติดตามเปอร์เซ็นต์ของผู้ที่กระทำการตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ เช่น ลงชื่อสมัครรับจดหมายข่าวหรือทำการซื้อ ในกรณีเหล่านี้ ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายจะขยับเข้าใกล้การเป็นลูกค้าที่จ่ายเงินจริงๆ และดังนั้นก็คือว่าได้ถูก “แปลงมาเป็นลูกค้า” อัตราการแปลงที่สูงหมายถึงกลยุทธ์การตลาดหรือแคมเปญโฆษณาที่มีประสิทธิภาพ

อัตราการคลิกผ่านหรือ CTR (Clickthrough Rate)

CTR (อัตราการคลิกผ่าน) คือตัวชี้วัดการตลาดที่บอกว่าเปอร์เซ็นต์ของผู้คนที่ทำการบางอย่างหลังจากที่เห็นโฆษณาหรือเข้าชมหน้าเว็บเพจ โดยมักวัดจากจำนวนการแสดงผล (Impressions) ซึ่งหมายถึงจำนวนครั้งที่โฆษณาถูกมองเห็น

การดึงดูดลูกค้าใหม่ (Customer Acquisition)

การดึงดูดลูกค้าใหม่ คือกระบวนการดึงดูดให้ลูกค้ามาซื้อผลิตภัณฑ์ของคุณ ไม่เพียงแต่การดึงดูดความสนใจ แต่ยังรวมถึงการสร้างความสัมพันธ์และดูแลลูกค้าเป้าหมาย (Leads) ในระยะยาวจนเกิดการซื้อจริง

มูลค่าตลอดอายุการใช้งานของลูกค้า (Customer Lifetime Value: CLV)

มูลค่าตลอดอายุการใช้งานของลูกค้า (CLV) เป็นตัวชี้วัดสำคัญที่กำหนดว่าธุรกิจอาจทำรายได้เท่าไรจากลูกค้าแต่ละรายตลอดระยะเวลาความสัมพันธ์กับลูกค้านั้น การมี CLV สูงช่วยลดต้นทุนในการดึงดูดลูกค้าใหม่ เพราะคุณไม่จำเป็นต้องใช้เงินมากในการหาลูกค้าใหม่ หากคุณมีลูกค้าที่ภักดีและกลับมาซื้อซ้ำอย่างสม่ำเสมอ

การแบ่งกลุ่มลูกค้า (Customer Segmentation)

การแบ่งกลุ่มลูกค้า คือกระบวนการจัดกลุ่มลูกค้าโดยพิจารณาจากลักษณะที่แตกต่างกัน เพื่อพัฒนากลยุทธ์การตลาดที่เฉพาะเจาะจงมากขึ้นในการเข้าถึงและสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าแต่ละกลุ่ม

การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing)

การตลาดดิจิทัล คือรูปแบบการโฆษณาที่ใช้ช่องทางดิจิทัล เช่น SEO และโซเชียลมีเดีย เพื่อเชื่อมต่อและสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ดูเพิ่มเติม: การตลาดออนไลน์

การตลาดทางตรง (Direct Marketing)

การตลาดทางตรง คือวิธีการเข้าถึงลูกค้าโดยการส่งข้อความถึงพวกเขาโดยตรงผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น ไปรษณีย์ อีเมล หรือข้อความ แทนที่จะใช้สื่อทางอ้อมเพื่อเข้าถึงลูกค้ากลุ่มใหญ่ การตลาดทางตรงมุ่งเน้นการสื่อสารกับลูกค้าเป็นรายบุคคลเพื่อกระตุ้นให้เกิดการตอบสนองที่รวดเร็ว เช่น การส่งข้อเสนอ

โฆษณาแบบดิสเพลย์ (Display Advertising)

โฆษณาแบบดิสเพลย์ คือวิธีการโฆษณาดิจิทัล ซึ่งแสดงโฆษณาบนเว็บไซต์ โดยปกติจะแสดงในตำแหน่งด้านข้าง ด้านบน หรือด้านล่างของหน้าเว็บ

สื่อที่กล่าวถึงธุรกิจของคุณ (Earned Media)

การกล่าวถึงโดยธรรมชาติจากสื่ออื่นเป็นวิธีหนึ่งในการคิดถึงเรื่องการเผยแพร่ชื่อเสียง โดยพื้นฐานแล้วคือสื่อที่กล่าวถึงธุรกิจของคุณ—และดังนั้นจึงช่วยโฆษณาหรือโปรโมทในทางใดทางหนึ่ง—โดยที่คุณไม่ต้องจ่ายเงินใดๆ ให้กับสื่ออื่น

การตลาดผ่านอีเมล

การตลาดผ่านอีเมล คือช่องทางการตลาดที่มีอยู่ภายใต้การตลาดดิจิทัล โดยใช้การส่งอีเมลถึงลูกค้าเพื่อโปรโมทผลิตภัณฑ์หรือข้อเสนอในปัจจุบัน

การตลาดผ่าน Facebook

การตลาดผ่าน Facebook หมายถึงการทำตลาดธุรกิจของคุณบน Facebook ซึ่งยังคงเป็นแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียยอดนิยมที่มีผู้ใช้มากกว่า 3 พันล้านคนต่อเดือนบนแพลตฟอร์มนี้ คุณสามารถใช้การโฆษณาแบบออร์แกนิกและแบบชำระเงินร่วมกันเพื่อเข้าถึงลูกค้าเป้าหมายและลูกค้าปัจจุบัน

หลักการ 4P

การตลาดที่ประสบความสำเร็จนั้นขึ้นอยู่กับหลักการ 4P ซึ่งประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product), ราคา (Price), สถานที่ (Place), และการส่งเสริมการขาย (Promotion) หลักการ 4P ถูกถือเป็น “ส่วนผสมทางการตลาด” หรือกรอบแนวคิดสำคัญที่ใช้ในการพัฒนากลยุทธ์และแผนการตลาด

การตลาดกองโจร (Guerilla Marketing)

การตลาดกองโจรเป็นกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพด้านต้นทุน โดยใช้ความแปลกใหม่และสร้างความประหลาดใจเพื่อดึงดูดความสนใจให้กับแบรนด์หรือโปรโมทผลิตภัณฑ์

การตลาดผ่านอินฟลูเอนเซอร์ (Influencer Marketing)

การตลาดผ่านอินฟลูเอนเซอร์ คือกลยุทธ์ที่ธุรกิจร่วมมือกับบุคคลที่มีชื่อเสียงและมีตัวตนที่แข็งแกร่งในโลกออนไลน์ (หรือที่เรียกว่า “อินฟลูเอนเซอร์”) เพื่อโปรโมทสินค้าหรือบริการ หรือเพิ่มการรับรู้ต่อแบรนด์

SEO สำหรับพื้นที่เฉพาะ (Local SEO)

SEO สำหรับพื้นที่เฉพาะ คือกระบวนการปรับปรุงการมองเห็นของธุรกิจในพื้นที่ เพื่อเข้าถึงตลาดเป้าหมายในภูมิศาสตร์ที่เฉพาะเจาะจง ตัวอย่างเช่น หากคุณกำลังจัดคลาสสอนเทรดในพื้นที่ของคุณ คุณเพียงต้องการให้โฆษณาโปรโมทกิจกรรมปรากฏเฉพาะในพื้นที่นั้น

การวิจัยตลาด (Market Research)

การวิจัยตลาด คือกระบวนการที่ธุรกิจรวบรวมข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภค โดยใช้วิธีการ เช่น แบบสำรวจ การสัมภาษณ์ รวมถึงการติดตามข้อมูลเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณอื่นๆ

การแบ่งส่วนตลาด (Market Segmentation)

การแบ่งส่วนตลาด คือกระบวนการแบ่งกลุ่มลูกค้าเป้าหมายออกเป็นกลุ่มย่อย ๆ เพื่อทำความเข้าใจความต้องการที่เฉพาะเจาะจง และวางกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมกับแต่ละกลุ่ม

นักวิเคราะห์การตลาด (Marketing Analyst)

บ่อยครั้งที่นักวิเคราะห์การตลาดมักถูกเข้าใจว่าคล้ายกับนักวิเคราะห์การวิจัยตลาด เนื่องจากมีชื่อเรียกที่ใกล้เคียงกัน แต่นักวิเคราะห์การตลาด คือผู้ที่ใช้ข้อมูลเพื่อได้มาซึ่งข้อค้นพบที่สำคัญเพื่อที่จะปรับปรุงพัฒนาความพยายามของทีมการตลาดให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

การวิเคราะห์การตลาด (Marketing Analytics)

ทีมการตลาดใช้ข้อมูลเพื่อตรวจสอบว่าสิ่งใดได้ผลหรือไม่ได้ผล การวิเคราะห์การตลาดหมายถึงข้อมูลเฉพาะด้านการตลาดที่ทีมสามารถติดตามได้ เช่น การมีส่วนร่วม อัตราการคลิก และอัตราการแปลงมาเป็นลูกค้า

Meta

Meta Platforms เป็นบริษัทที่เป็นเจ้าของและดำเนินการ Facebook, Instagram, Threads และ WhatsApp รวมถึงผลิตภัณฑ์และบริการอื่นๆ แพลตฟอร์มเหล่านี้ได้รับความนิยมในหมู่นักการตลาดพันธมิตรสำหรับโปรโมทสินค้าและบริการ รวมถึงใช้สำหรับโฆษณาและโพสต์แบบจ่ายเงิน คุณสามารถเรียนรู้เพิ่มเติมได้ที่ Meta for Business

ช่องทางการตลาด (Marketing Channel)

ช่องทางการตลาดคือเส้นทางที่คุณใช้ในการโฆษณาผลิตภัณฑ์และบริการของธุรกิจ ซึ่งมีหลากหลายรูปแบบ เช่น อีเมล, เนื้อหา (Content), การตลาดทางตรง, และโซเชียลมีเดีย

กรวยการตลาด (Marketing Funnel)

กรวยการตลาด อธิบายเส้นทางกระบวนการที่ลูกค้ามักจะต้องเดินทางผ่าน ซึ่งแบ่งออกเป็นหลายขั้นตอน เช่น การที่ลูกค้าเริ่มรู้จักสินค้าหรือบริการของธุรกิจ จนกระทั่งลูกค้าได้ทำการกระทำบางอย่าง กรวยการตลาดมักถูกใช้เพื่อช่วยให้นักการตลาดเข้าใจวิธีการมีส่วนร่วมและสนับสนุนลูกค้าในแต่ละขั้นตอน

แผนการตลาด (Marketing Plan)

แผนการตลาด คือแผนงานที่จัดระเบียบความพยายามที่หลากหลายของทีมการตลาด โดยแสดงถึงการดำเนินการต่างๆ ที่ชัดเจนซึ่งจะถูกใช้ในการดำเนินกลยุทธ์การตลาดที่ใหญ่กว่า

กลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategy)

กลยุทธ์การตลาด คือภาพรวมในระยะยาวของวิสัยทัศน์การตลาดของธุรกิจที่แสดงถึงคุณค่าที่จะส่งมอบให้กับลูกค้า (Value Proposition)

การวางแผนสื่อ (Media Planning)

การวางแผนสื่อ คือกระบวนการที่ทีมการตลาดกำหนดว่าควรมุ่งเน้นความพยายามในการโฆษณาในช่องทางใดก่อนที่จะเปิดตัวแคมเปญใหม่ ซึ่งรวมถึงการวิเคราะห์ช่องทาง แพลตฟอร์ม และกลุ่มเป้าหมาย

ตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Market)

ตลาดเฉพาะกลุ่ม หมายถึงกลุ่มผู้บริโภคที่มีลักษณะเฉพาะเจาะจงสูง—ซึ่งมักจะเป็นกลุ่มเล็ก ๆ ในกลุ่มลูกค้าขนาดใหญ่—โดยผู้บริโภคในตลาดเฉพาะกลุ่มนี้จะแชร์คุณสมบัติ พฤติกรรม หรือความต้องการที่คล้ายคลึงกัน ตลาดเฉพาะกลุ่มต่างจากตลาดมวลชน (Mass Market) ที่เน้นกลุ่มใหญ่และหลากหลาย เพราะตลาดเฉพาะกลุ่มมักมีลูกค้าที่มีแนวโน้มในการตัดสินใจซื้อมากกว่า

การตลาดแบบหลายช่องทาง (Omnichannel Marketing)

การตลาดแบบหลายช่องทางจะให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์ผ่านหลายจุดสัมผัส (Touchpoint) ในขณะที่พวกเขามีปฏิสัมพันธ์กับแบรนด์ผ่านช่องทางต่างๆ เช่น เว็บไซต์ โซเชียลมีเดีย หรือการพบปะในสถานที่จริง การตลาดแบบหลายช่องทางคือวิธีการสร้างประสบการณ์ที่ราบรื่น ต่อเนื่องและสอดคล้องในการสื่อสารผ่านจุดสัมผัสหรือช่องทางต่างๆ เหล่านั้น

สื่อที่ธุรกิจเป็นเจ้าของ (Owned Media)

สื่อที่ธุรกิจเป็นเจ้าของ หมายถึงช่องทางสื่อทั้งหมดที่ธุรกิจมีการควบคุมโดยตรง เช่น อีเมล จดหมายข่าว (Newsletter) และบทความบล็อก มันจึงมีความแตกต่างจากสื่อที่กล่าวถึงธุรกิจของคุณ (Earned Media) ซึ่งเป็นการกล่าวถึงจากแหล่งอื่น เพราะสื่อที่ธุรกิจเป็นเจ้านั้นเป็นสิ่งที่ธุรกิจต้องดูแลและลงทุนในระยะยาว

สื่อแบบชำระเงิน (Paid Media)

สื่อแบบชำระเงิน หมายถึงความพยายามด้านการตลาดดิจิทัลใดๆ ที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาที่ต้องจ่ายเงิน นี่รวมถึง วิดีโอโฆษณา โฆษณาแบบเนออร์ และโฆษณาผ่านการค้นหา

การค้นหาแบบชำระเงิน (Paid Search)

การค้นหาแบบชำระเงิน คือกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลที่ธุรกิจจ่ายเงินให้กับเครื่องมือค้นหา (Search Engine) เพื่อแสดงโฆษณาในตำแหน่งที่มองเห็นได้ชัดเจนมากขึ้น การทำเช่นนี้ช่วยเพิ่มจำนวนการเข้าชมเว็บไซต์ของธุรกิจ

การจ่ายต่อคลิก (Pay-Per-Click: PPC)

การจ่ายต่อคลิก (PPC) คือรูปแบบที่พบได้บ่อยที่สุดของการค้นหาแบบชำระเงิน โดยเกี่ยวข้องกับการจ่ายเงินเพื่อให้โฆษณาของคุณปรากฏที่ด้านบนของหน้าผลลัพธ์การค้นหา (Search Engine Result Page: SERP) ค่าธรรมเนียมที่คุณต้องจ่ายนั้นมักจะสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่ผู้คลิกที่โฆษณาของคุณ

การตลาดเพื่อการส่งเสริมการขาย (Promotional Marketing)

การตลาดเพื่อการส่งเสริมการขาย เป็นหนึ่งในหลักการ 4P ของการตลาด โดยเป็นกระบวนการให้ความรู้เกี่ยวกับแบรนด์ผลิตภัณฑ์ หรือบริการผ่านช่องทางการตลาดต่าง ๆ เพื่อเพิ่มการรับรู้ถึงแบรนด์

การตลาดซ้ำอีก (Remarketing)

บ่อยครั้งเลยที่การตลาดเป็นการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ที่อาจกลายมาเป็นลูกค้าใหม่ อย่างไรก็ตาม การตลาดซ้ำอีกคือการมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าที่เคยโต้ตอบกับธุรกิจของคุณในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งมาก่อนแล้ว และกระตุ้นให้พวกเขาดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่ง

ผลตอบแทนจากค่าใช้จ่ายโฆษณา (ROAS)

ผลตอบแทนจากค่าใช้จ่ายโฆษณา (Return On Ad Spend: ROAS) เป็นตัวชี้วัดที่สำคัญที่ใช้วัดความสำเร็จของแคมเปญโฆษณา โดยการเปรียบเทียบระหว่างจำนวนเงินที่ธุรกิจใช้จ่ายไปกับโฆษณา และยอดขายที่เกิดขึ้นจากโฆษณานั้น พวกเขาสามารถวัดความสำเร็จของแคมเปญได้

ผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI)

ผลตอบแทนจากการลงทุน (Return On Investment: ROI) ของแคมเปญการตลาดจะเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายของแคมเปญกับจำนวนรายได้ที่เกิดขึ้นจากแคมเปญนั้น

การตลาดด้วย SEO (SEO Marketing)

การตลาดด้วย SEO—การตลาดด้วยการปรับแต่งเว็บไซต์ให้ติดอันดับในเครื่องมือค้นหา—เป็นด้านหนึ่งของการตลาดดิจิทัลที่เกี่ยวข้องกับการปรับปรุงเว็บไซต์และเนื้อหาให้มีความโดดเด่นและมองเห็นได้ชัดเจนมากขึ้นบนเครื่องมือค้นหา เช่น Google, Bing, และ Yahoo

หน้าผลลัพธ์ของเครื่องมือค้นหา (SERP)

หน้าผลลัพธ์ของเครื่องมือค้นหา หรือ SERP (Search Engine Results Page) คือผลลัพธ์ที่เครื่องมือค้นหา—เช่น Google, Bing หรือ Yahoo—แสดงขึ้นมาหลังจากที่ผู้ใช้ทำการค้นหาข้อมูลออนไลน์ โดยปกติแล้วจะเรียงตามความเกี่ยวข้องกับคำค้นหา

แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย (Social Media Platforms)

แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย หมายถึงเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ต่างๆ กันไป—เช่น Facebook, Twitter, Instagram และ LinkedIn—ที่ธุรกิจสามารถใช้เพื่อโปรโมทสินค้าและบริการ รวมถึงการมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า

ตลาดเป้าหมาย (Target Market)

ตลาดเป้าหมาย คือกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มีแนวโน้มจะซื้อสินค้าหรือบริการของธุรกิจมากที่สุด ในกรณีของ Deriv ตลาดเป้าหมายคือกลุ่มผู้ชายอายุ 18-35 ปี

deriv | **25** years