

" Live Commerce Agency "
Business Kit (2025 Edition)"

An abstract graphic design featuring several horizontal brushstrokes in blue, green, yellow, and red on the left side. To the right of these strokes are five colored circles: a blue-to-purple gradient circle, a green circle, a yellow circle, and a red circle, arranged vertically. A small white circle with a grey outline is positioned to the right of the text.

iDEAS365

สารบัญ

บทนำและข้อจำกัดความรับผิดชอบ (Disclaimer)	[หน้า 1]
1. บทสรุปธุรกิจ (Business Summary)	[หน้า 1]
2. วิสัยทัศน์ พันธกิจ และจุดแข็ง (Vision & Mission)	[หน้า 1]
3. บริการหลัก (Core Services)	[หน้า 2]
3.1 บริการ Live Stream แบบครบวงจร	
3.2 บริการเสริม (Add-on Services)	
4. อุปกรณ์และเครื่องมือระดับมืออาชีพ (Equipment & Tools)	[หน้า 2]
4.1 อุปกรณ์ Hardware	
4.2 ซอฟต์แวร์ที่ใช้	
5. โครงสร้างทีมงานและบทบาทหน้าที่ (Team Structure)	[หน้า 6]
6. แนวโน้มตลาด Live Commerce ปี 2025 (Market Trends)	[หน้า 7]
7. โครงสร้างราคาและแพ็คเกจ (Pricing Structure)	[หน้า 10]
8. คู่แข่งและการวิเคราะห์ตลาด (Competitor Analysis)	[หน้า 11]
9. แผนขยายสู่ตลาดต่างประเทศ (Global Roadmap)	[หน้า 12]
10. แผนการดำเนินงาน 3 ระยะ (Operational Plan)	[หน้า 13]
Phase 1: Before Live (เตรียมการ)	
Phase 2: During Live (ดำเนินการ)	
Phase 3: After Live (สรุปผล)	
บรรณานุกรมและแหล่งอ้างอิง (References)	

Live Stream Agency

Business Proposal / Business Plan

คำแนะนำ: "เอกสารนี้เป็นเพียงแนวทางและโครงสร้างต้นแบบ (Framework) สำหรับผู้ที่ต้องการทำธุรกิจ Live Stream Agency ในการกำหนดราคาและการดำเนินงานจริงขึ้นนั้น อยู่กับต้นทุน สภาวะตลาด และปัจจัยเฉพาะของแต่ละธุรกิจและอื่นๆ ผู้จัดทำขอสงวนสิทธิ์ในการรับผิดชอบต่อผลกำไรหรือขาดทุนที่เกิดขึ้นจากการนำข้อมูลไปใช้"

1. บทสรุปธุรกิจ (Business Summary)

[ชื่อ Live Stream Agency] มุ่งมั่นที่จะเป็นผู้นำด้านการให้บริการ Live Stream Production และ Live Commerce แบบครบวงจรในประเทศไทย โดยมีจุดแข็งที่โดดเด่นคือ ประสบการณ์และความเชี่ยวชาญด้านการขายสินค้าแบบ Home Shopping ของทีมงาน ซึ่งจะช่วยยกระดับการนำเสนอสินค้าและขับเคลื่อนยอดขายให้กับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพเหนือคู่แข่ง เราให้บริการตั้งแต่การวางแผนกลยุทธ์, การผลิต Live Stream คุณภาพสูง, การฝึกสอน Talent ตาม "มาตรฐาน 360 องศา" ที่เน้นการขายจริง, ไปจนถึงการวิเคราะห์ผลลัพธ์ เพื่อให้ลูกค้าบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจในยุคดิจิทัลที่ Live Commerce กำลังเติบโตอย่างก้าวกระโดด

2. วิสัยทัศน์ พันธกิจ และจุดแข็งของ Agency

2.1 วิสัยทัศน์ (Vision)

มุ่งมั่นเป็นผู้นำด้าน Live Stream Production & Live Commerce Solution ที่ครบวงจร สร้างผลลัพธ์ยอดขายที่ยั่งยืน และขับเคลื่อนธุรกิจสู่ความสำเร็จในโลกออนไลน์

2.2 พันธกิจ (Mission)

- สร้างสรรค์: นำเสนอ Live Stream ที่โดดเด่น น่าสนใจ และสร้างสรรค์
- ขับเคลื่อนการขาย: ด้วยกลยุทธ์และประสบการณ์ Home Shopping กว่า X ปี
- ครบวงจร: ดูแลทุกขั้นตอน ตั้งแต่แนวคิดสู่ผลลัพธ์
- ยกระดับมาตรฐาน: ถ่ายทอดความรู้และเทคนิค เพื่อให้ทุก Live มีคุณภาพ 360 องศา

2.3 จุดแข็งและข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน (Core Strengths & Competitive Advantage)

- ประสบการณ์ Home Shopping เข้มข้น: ทีมงานมีประสบการณ์ตรงและเข้าใจกลไกการขายสินค้าผ่าน Live TV และ Online Home Shopping อย่างลึกซึ้ง ซึ่งเป็นจุดแข็งที่สำคัญในการเปลี่ยนผู้รับชมให้เป็นลูกค้า
- "มาตรฐาน 360 องศา" ในการฝึกสอน: เราไม่ได้แค่จัดหา Talent แต่เรายังโค้ชชิ่งและพัฒนา Talent (ทั้ง Talent ของเราเองและ Talent ของลูกค้า) ให้มีทักษะการนำเสนอ การสาริต และการปิดการขายที่แข็งแกร่งตามแบบฉบับ Home Shopping เพื่อเพิ่ม Conversion Rate อย่างมีนัยสำคัญ

- บริการครบวงจร: ให้บริการตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ ตั้งแต่การวิเคราะห์, วางแผน, ผลิต Live ด้วยอุปกรณ์คุณภาพสูง, การจัดการ Talent, ไปจนถึงการวิเคราะห์และสรุปผลหลัง Live ทำให้ลูกค้าสะดวกสบายและได้งานที่มีคุณภาพ
- อุปกรณ์และเทคนิคระดับมืออาชีพ: ลงทุนในอุปกรณ์ Production ที่ทันสมัย เพื่อให้ได้คุณภาพภาพและเสียงระดับสตูดิโอ

3. บริการหลักของ Agency

เรานำเสนอชุดบริการที่ครอบคลุม เพื่อให้มั่นใจว่า Live Stream ของลูกค้าจะประสบความสำเร็จในทุกมิติ

3.1 บริการ Live Stream แบบครบวงจร (Integrated Live Stream Services)

- 1. การวางแผนและสร้างสรรค์คอนเทนต์เชิงกลยุทธ์ (Strategic Content Planning & Creation):
 - การวิเคราะห์เชิงลึก: ศึกษาธุรกิจ, สินค้า/บริการ, กลุ่มเป้าหมาย และคู่แข่งของลูกค้า เพื่อกำหนดกลยุทธ์ Live Stream ที่เหมาะสมและสร้างความแตกต่าง
 - การกำหนดเป้าหมาย: ร่วมกับลูกค้าในการกำหนดเป้าหมายที่วัดผลได้ (เช่น ยอดขาย, การเข้าถึง, การมีส่วนร่วม, การสร้าง Lead)
 - การพัฒนาคอนเซ็ปต์และธีม: สร้างสรรค์แนวคิดและธีม Live ที่น่าสนใจ, ดึงดูดผู้ชม, และสอดคล้องกับภาพลักษณ์ของแบรนด์
 - การเขียนสคริปต์และ Storyboard: จัดทำสคริปต์ที่ละเอียด ครอบคลุมการเปิดตัว, การนำเสนอสินค้า (เน้นจุดเด่นและประโยชน์), ช่วงกระตุ้นการขาย, ช่วงถาม-ตอบ, และการปิดการขายอย่างชัดเจน รวมถึง Storyboard เพื่อให้เห็นภาพการเคลื่อนไหวและมุมกล้อง
 - การจัดวางสินค้า (Product Placement) และฉาก: ออกแบบการจัดวางสินค้าและองค์ประกอบของฉากให้สวยงาม น่าสนใจ และส่งเสริมการนำเสนอสินค้า
- 2. การผลิตและดูแลระบบ Live Stream (Live Production & Technical Management):
 - การเซ็ตอัพสตูดิโอ: จัดเตรียมพื้นที่, แสง, เสียง, และอุปกรณ์ Live Stream ทั้งหมด (กล้องคุณภาพสูง 2-4 ตัว, เลนส์หลากหลาย, ระบบไฟสตูดิโอ, ไมโครโฟนหลายประเภท, อุปกรณ์สลับสัญญาณ (Video Switcher), คอมพิวเตอร์ประสิทธิภาพสูง) ให้พร้อมใช้งาน
 - การควบคุมการถ่ายทอดสด: ทีม Producer และ Technical Director ควบคุมการสลับภาพจากกล้องหลายตัว, การปรับแสงและเสียง, การแสดงกราฟิก (Lower Thirds, Overlays, Promotions), และการนำคอมเมนต์ขึ้นหน้าจอแบบเรียลไทม์
 - การจัดการสัญญาณและอินเทอร์เน็ต: ตรวจสอบความเสถียรของสัญญาณอินเทอร์เน็ต (แนะนำ Fiber Optic) และระบบ Livestreaming Software (เช่น OBS Studio, Streamlabs OBS, vMix) เพื่อให้การถ่ายทอดสดเป็นไปอย่างราบรื่น ไม่มีสะดุด
 - แผนสำรองทางเทคนิค: เตรียมอุปกรณ์สำรองและระบบสำรองสำหรับกรณีเกิดปัญหาที่ไม่คาดฝัน

- 3. การคัดเลือก ฝึกสอน และจัดการ Talent/Host (Talent Management & Coaching):
 - การคัดเลือก Talent: คัดพิธีกร, Host ที่เหมาะสมกับสินค้าและกลุ่มเป้าหมายของลูกค้า
 - การฝึกสอน Live Stream มาตรฐาน 360 องศา
 - เทคนิคการพูดและการนำเสนอการแสดงผลออกทางสีหน้าและท่าทางน่าเชื่อถือและดึงดูด
 - การสาริตและรีวิวสินค้า: วิธีการโชว์สินค้าให้เห็นชัดเจนทุกมุม, การเน้นคุณสมบัติและประโยชน์, การเปรียบเทียบกับคู่แข่ง
 - การโต้ตอบกับผู้ชม: การอ่านและตอบคอมเมนต์อย่างรวดเร็ว, การสร้างปฏิสัมพันธ์, การใช้ชื่อลูกค้า, การกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วม (Engagement)
 - การปิดการขาย (Closing Techniques): เทคนิคการนำเสนอโปรโมชั่น, การสร้างความเร่งด่วน, การกระตุ้นการตัดสินใจซื้อในทันที
 - การรับมือการจัดการคำถามยากๆ, คอมเมนต์เชิงลบ, แก้ปัญหาอย่างมืออาชีพ
 - การทำงานร่วมกับทีม Production: ทำความเข้าใจคิว, สัญญาณ, และการประสานงานกับ Producer เพื่อให้ Live ไหลลื่น
 - การบริหาร Talent อย่างใกล้ชิด: เพื่อให้ Talent เข้าใจในสินค้า, โพรโมชัน, และเป้าหมายของ Live อย่างถ่องแท้
- 4. การวิเคราะห์และสรุปผลหลัง Live (Post-Live Analysis & Reporting):
 - รวบรวมข้อมูล: ยอดขายที่เกิดขึ้น, จำนวนผู้ชมสูงสุด/เฉลี่ย, ระยะเวลาการดูเฉลี่ย, Engagement Rate (Like, Share, Comment), จำนวนคลิกสั่งซื้อ
 - วิเคราะห์ผลลัพธ์: เปรียบเทียบผลลัพธ์ที่ได้กับเป้าหมายที่ตั้งไว้, ระบุจุดแข็งและจุดที่ต้องปรับปรุง
 - จัดทำรายงาน: นำเสนอข้อมูลเชิงลึกและข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ เพื่อนำไปปรับปรุง Live ครั้งต่อไปให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

3.2 บริการเสริม (Add-on Services)

- การผลิตวิดีโอ/คลิปสั้น: ผลิตวิดีโอเพื่อวัตถุประสงค์ต่างๆ เช่น:
 - คลิปโปรโมทก่อน Live: ดึงดูดผู้ชมให้มารอชม Live Stream
 - คลิปแนะนำสินค้า/บริการ: วิดีโอสั้นเน้นจุดเด่นของสินค้าสำหรับช่องทางโซเชียลมีเดีย
 - วิดีโอรีวิว/Testimonial: คลิปจากผู้ใช้งานจริง หรือ Influencer
- การโฆษณาและโปรโมท Live Stream: บริหารจัดการแคมเปญโฆษณาบนแพลตฟอร์มต่างๆ (เช่น Facebook Ads, TikTok Ads) เพื่อเพิ่มการเข้าถึงและจำนวนผู้ชม Live
- การให้คำปรึกษาเชิงกลยุทธ์ (Consulting): ให้คำแนะนำและวางแผนกลยุทธ์ Live Commerce ระยะยาวสำหรับธุรกิจของลูกค้า

4. อุปกรณ์และเครื่องมือสำคัญ (Key Equipment & Tools)

การลงทุนในอุปกรณ์และซอฟต์แวร์ที่ทันสมัยเป็นสิ่งสำคัญในการรักษาคุณภาพและสร้างความน่าเชื่อถือ

4.1 อุปกรณ์ Hardware

- กล้อง: กล้อง DSLR/Mirrorless คุณภาพสูง (เช่น Sony Alpha series, Canon EOS R series, Blackmagic Pocket Cinema Camera) จำนวนอย่างน้อย 2-4 ตัว เพื่อให้มีมุมมองหลากหลายและภาพคมชัดระดับ Full HD/4K
- เลนส์: เลนส์ Prime (เช่น 50mm f/1.8) สำหรับภาพบุคคลที่ชัดตื้น และเลนส์ Zoom (เช่น 24-70mm f/2.8) สำหรับความยืดหยุ่นในการถ่ายภาพ
- ไมโครโฟน:
 - ไมโครโฟนไร้สายแบบ Lavalier (ติดปกเสื้อ) สำหรับพิธีกร (เช่น Rode Wireless GO, DJI Mic) เพื่อเสียงที่ชัดเจน
 - ไมโครโฟน Shotgun สำหรับจับเสียงบรรยากาศหรือเสียงจากระยะไกล (เช่น Rode VideoMic Pro)
 - ไมโครโฟนตั้งโต๊ะ สำหรับการสัมภาษณ์หรือการพูดคุย
- ระบบไฟ: ชุดไฟสตูดิโอ (เช่น Softbox, Ring Light, LED Panel) พร้อมขาตั้งและเจลสี (ถ้าจำเป็น) เพื่อให้ภาพสว่างสวยงามและปรับอุณหภูมิสีได้
- ขาตั้งกล้อง: ขาตั้งที่มั่นคงและปรับระดับได้สำหรับกล้องทุกตัว
- คอมพิวเตอร์/โน้ตบุ๊กประสิทธิภาพสูง: สำหรับรันโปรแกรม Live Stream, ตัดต่อวิดีโอ, และกราฟิก (CPU Intel Core i7/i9 หรือ AMD Ryzen 7/9, RAM 16-32GB+, SSD, การ์ดจอ NVIDIA RTX Series)
- อุปกรณ์สลับสัญญาณ (Video Switcher/Video Mixer): (เช่น Blackmagic Design ATEM Mini Pro/Extreme) สำหรับสลับภาพจากกล้องหลายตัว, ใส่กราฟิก, และปรับแต่งภาพแบบเรียลไทม์
- การ์ดจับภาพ (Capture Card): สำหรับนำสัญญาณวิดีโอจากกล้องเข้าสู่คอมพิวเตอร์ (หากไม่ได้ใช้ Video Switcher ที่มีในตัว)
- อุปกรณ์บันทึกเสียง (Audio Mixer/Interface): สำหรับควบคุมและปรับคุณภาพเสียงจากไมโครโฟนหลายตัวและแหล่งเสียงอื่นๆ
- ระบบอินเทอร์เน็ต: Fiber Optic ที่มีความเสถียรและแบนด์วิดท์สูง (Upload Speed อย่างน้อย 20-50 Mbps ขึ้นไป) พร้อมระบบสำรอง (เช่น Mobile Hotspot หรือ Dual WAN Router)
- อุปกรณ์เสริมอื่นๆ: ฉากหลัง (Green Screen/ผ้าดำ/ขาว), อุปกรณ์ตกแต่งสตูดิโอ, Power Bank, สายไฟ, อะแดปเตอร์, ระบบสื่อสารภายในทีม (Intercom/Headsets)

4.2 ซอฟต์แวร์

- โปรแกรม Live Streaming:
 - OBS Studio: (ฟรี, Open-source) ยืดหยุ่นสูง, ปรับแต่งได้มาก, เหมาะสำหรับมืออาชีพ
 - Streamlabs OBS: (ฟรี) ใช้งานง่ายกว่า OBS Studio, มีฟีเจอร์สำหรับ Streamer โดยเฉพาะ
 - vMix: (เสียเงิน) โปรแกรมระดับมืออาชีพสำหรับงาน Production ขนาดใหญ่, ฟีเจอร์ครบครัน
 - Wirecast: (เสียเงิน) โปรแกรม Live Streaming ที่ใช้งานง่ายและมีประสิทธิภาพสูง
- โปรแกรมตัดต่อวิดีโอ:
 - Adobe Premiere Pro: (เสียเงิน, Subscription) มาตรฐานอุตสาหกรรม, ฟีเจอร์ครบถ้วน
 - DaVinci Resolve: (มีเวอร์ชันฟรี/เสียเงิน) ทรงพลังสำหรับงาน Color Grading และมีเครื่องมือตัดต่อที่ดี
 - Final Cut Pro: (เสียเงิน, สำหรับ Mac) ใช้งานง่าย, ประสิทธิภาพสูงบนระบบ Apple
 - CapCut : Free แต่เครื่องมือจำกัดการใช้งานบางอย่าง
- โปรแกรมกราฟิก:
 - Adobe Photoshop: (เสียเงิน, Subscription) สำหรับการสร้างและแก้ไขภาพนิ่ง
 - Adobe Illustrator: (เสียเงิน, Subscription) สำหรับการสร้าง Vector Graphic (โลโก้, ไอคอน)
 - Canva: (ฟรี/เสียเงิน) สำหรับการสร้างกราฟิกอย่างง่ายและรวดเร็ว

5. โครงสร้างทีมงานและบทบาทหน้าที่ (Team Structure & Roles)

ทีมงานที่แข็งแกร่งและมีความเชี่ยวชาญคือหัวใจสำคัญของ Agency

- 1. Livestream Producer (ผู้ควบคุมและกำกับ Live):
 - บทบาท: รับผิดชอบภาพรวมทั้งหมดของ Live Stream ตั้งแต่การวางแผน, การประสานงาน, การควบคุมการดำเนินงานแบบเรียลไทม์, การตัดสินใจแก้ปัญหาเฉพาะหน้า
 - คุณสมบัติ: มีความเข้าใจกลยุทธ์, มีทักษะการกำกับ, การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า, การสื่อสารที่ดีเยี่ยม
- 2. Technical Director / Engineer (ผู้ดูแลด้านเทคนิค):
 - บทบาท: รับผิดชอบการเชื่อมต่อ, ควบคุมการทำงานของอุปกรณ์ทั้งหมด (กล้อง, ไฟ, เสียง, Switcher, Software), ตรวจสอบคุณภาพสัญญาณ
 - คุณสมบัติ: มีความรู้ด้านเทคนิค Live Stream อย่างลึกซึ้ง, มีความละเอียดรอบคอบ, สามารถแก้ปัญหาทางเทคนิคได้อย่างรวดเร็ว

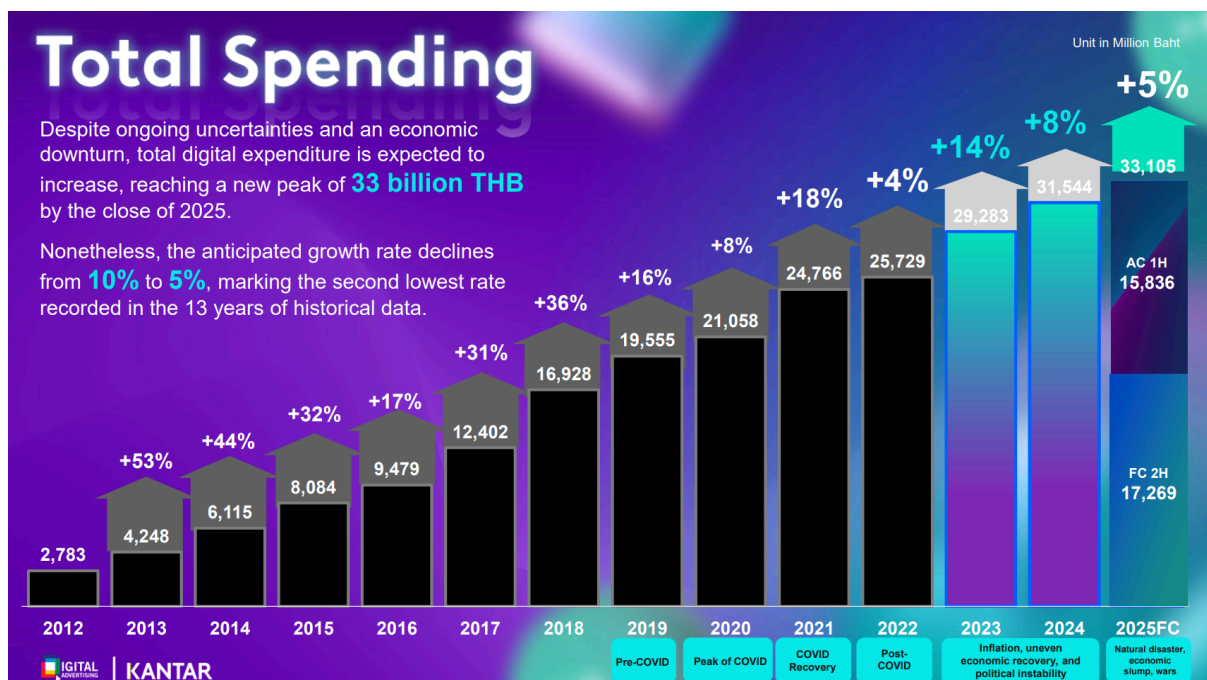
- 3. Content Creator / Scriptwriter (ผู้สร้างสคริปต์คอนเทนต์และเขียนสคริปต์):
 - บทบาท: คิดคอนเซ็ปต์, วางแผนเนื้อหา, เขียนสคริปต์และ Storyboard, ออกแบบองค์ประกอบของ Live ให้ดึงดูดและสอดคล้องกับเป้าหมาย
 - คุณสมบัติ: มีความคิดสร้างสรรค์, ทักษะการเขียน, เข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภค
- 4. Talent / Host Manager (ผู้จัดการ Talent/Host):
 - บทบาท: คัดเลือก, บริฟ, โค้ชชิ่ง, และดูแล Talent/Host ให้พร้อมสำหรับการ Live ทั้งในด้านข้อมูลสินค้าและเทคนิคการนำเสนอตามมาตรฐาน 360 องศา
 - คุณสมบัติ: มีทักษะการสื่อสารและประสานงาน, มีความเข้าใจในการพัฒนาศักยภาพบุคคล
- 5. Video Editor / Graphic Designer (ผู้ตัดต่อวิดีโอและออกแบบกราฟิก):
 - บทบาท: สร้างสคริปต์กราฟิกสำหรับ Live (Lower Thirds, Overlays, Promotions), ตัดต่อ Highlight Clip หรือวิดีโอโปรโมททั้งก่อนและหลัง Live
 - คุณสมบัติ: มีความเชี่ยวชาญโปรแกรมตัดต่อและออกแบบกราฟิก, มีความคิดสร้างสรรค์
- 6. Live Admin / Moderator (ผู้ดูแลคอมเมนต์และปฏิสัมพันธ์):
 - บทบาท: ติดตามคอมเมนต์แบบเรียลไทม์, ตอบคำถามเบื้องต้น, คัดกรองและปิดกั้นคอมเมนต์สำคัญ, รายงานปัญหาที่เกิดขึ้นใน Live
 - คุณสมบัติ: ไหวพริบดี, มีความเข้าใจในสินค้า, สามารถสื่อสารได้ดี
- 7. Sales & Marketing (ฝ่ายขายและการตลาด):
 - บทบาท: ติดตามลูกค้า, นำเสนอและปิดการขาย, วางแผนกลยุทธ์การตลาดสำหรับ Agency เพื่อสร้างการรับรู้และดึงดูดลูกค้า
 - คุณสมบัติ: มีทักษะการขาย, การเจรจาต่อรอง, ความรู้ด้านการตลาดดิจิทัล

6. แนวโน้มตลาด Live Stream และพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบัน

ตลาด Live Stream ในประเทศไทยยังคงเติบโตอย่างแข็งแกร่ง โดยข้อมูลล่าสุดจากรายงาน DAAT Mid-Year 2025 ยืนยันว่าแบรนด์และผู้บริโภคให้ความสำคัญกับช่องทางนี้สูงสุด

6.1 ภาพรวมเม็ดเงินโฆษณาดิจิทัลปี 2025

เม็ดเงินโฆษณาดิจิทัลคาดการณ์ว่าจะแตะระดับสูงสุดใหม่ที่ **33,105 ล้านบาท** เติบโตขึ้น **+5%** แม้ในสภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว สะท้อนให้เห็นว่าแบรนด์ยังคงทุ่มงบมาที่ออนไลน์เป็นหลัก เพื่อสร้างยอดขายที่วัดผลได้จริง

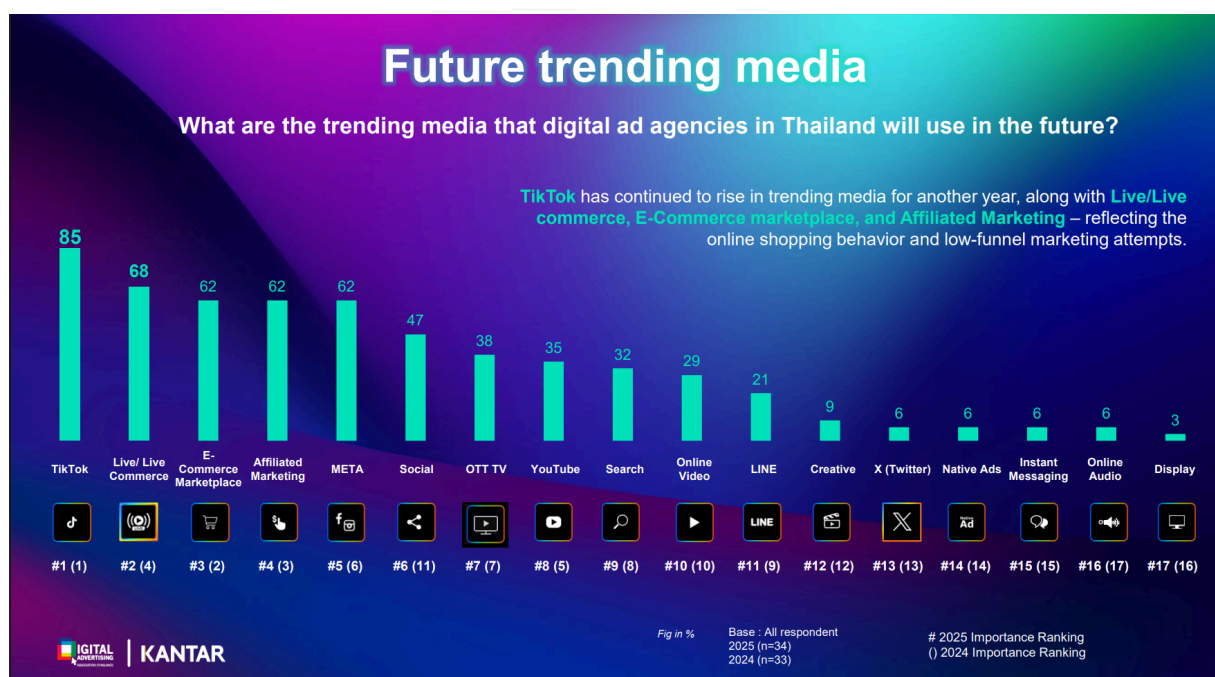


แผนภูมิ: การใช้จ่ายโฆษณาดิจิทัลรวม (หน่วย: ล้านบาท)

6.2 สื่อที่มาแรงที่สุด: TikTok และ Live Commerce ครองแชมป์

จากการสำรวจเอเจนซีชั้นนำ TikTok ถูกยกให้เป็นสื่อที่มีแนวโน้มได้รับความนิยมสูงสุดอันดับ 1 (85%) ตามมาด้วย Live/Live Commerce เป็นอันดับ 2 (68%) ซึ่งแซงหน้า E-Marketplace แบบเดิม แสดงให้เห็นว่า "การไลฟ์ขายของ" คือกลยุทธ์ที่สำคัญที่สุดในปีนี้

รูปแบบการนำเสนอที่ผู้บริโภคนิยม เน้นความสนุกสนานและเป็นกันเอง, การโต้ตอบกับผู้ชม, การแสดงสินค้าอย่างชัดเจน, โปรโมชันพิเศษเฉพาะตอน Live, และ Talent/Host ที่มีเสน่ห์และน่าเชื่อถือ



แผนภูมิ : สื่อที่กำลังเป็นที่นิยมในอนาคต (จัดอันดับตามความสำคัญในปี 2025)

6.3 แพลตฟอร์ม Live Stream ยอดนิยม

Meta ยังคงเป็นแพลตฟอร์มชั้นนำสำหรับนักการตลาดที่ลงทุนในงบประมาณโฆษณาดิจิทัล ในขณะที่ TikTok มีการเติบโตอย่างมีนัยสำคัญ โดยเกิน 6 พันล้านบาท และครองส่วนแบ่งตลาดที่ใหญ่เป็นอันดับสองในปี 2025 ซึ่งเพิ่มขึ้นจาก 13% ในปี 2024 เป็น 20% ในการคาดการณ์ปี 2025 Creative ยังเป็นอีกหนทางเลือกยอดนิยมสำหรับนักการตลาดในการเผยแพร่โฆษณาดิจิทัลในปี 2025 ซึ่ง TikTok, Creative, LINE และแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซกำลังประสบความสำเร็จกับการเติบโตที่โดดเด่น ในขณะที่ Social มีการลดลงอย่างมาก Meta (Facebook, Instagram) แสดงความก้าวหน้าที่น่าพอใจในปีนี้



ตาราง: การใช้จ่ายโฆษณาดิจิทัลแบ่งตามแพลตฟอร์ม (หน่วย: ล้านบาท)

"แพลตฟอร์มที่แบรนด์เลือกใช้: แม้ Meta (Facebook/Instagram) จะยังครองส่วนแบ่งงบโฆษณาสูงสุด (ประมาณ 8,451 ล้านบาท) แต่ TikTok Ads มีอัตราการเติบโตของเม็ดเงินโฆษณาที่น่าสนใจถึง +63% (แตะระดับ 6,776 ล้านบาท) ในขณะที่แพลตฟอร์มอื่นเติบโตเพียงเล็กน้อยหรือติดลบ"

6.4 การใช้จ่ายตามอุตสาหกรรมในปี 2025 (Industry Spending in 2025)

ผลิตภัณฑ์ดูแลผิว (Skin-care preparations) ยังคงเติบโตแซงหน้าอุตสาหกรรมอื่นๆ อย่างมาก ในขณะที่เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ (Non-alcoholic beverages) แสดงอัตราการเติบโตที่แข็งแกร่งถึง 22% ในปี 2025

Top Spenders 2025

1. สกินแคร์ (Skin-care): ครองแชมป์อันดับ 1 ด้วยงบกว่า 5,249 ล้านบาท (เติบโตต่อเนื่อง)
2. เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ (Non-Alcoholic Beverages): มาแรงมาก เติบโตขึ้นถึง +22%
3. ยานยนต์ (Motor Vehicles): (มีการชะลอตัวลง -17%)
4. กลุ่มสื่อสาร (Communications): เติบโต +17%
5. ผลิตภัณฑ์นม (Dairy Products): เติบโต +11%

Insight : ปีนี้กลุ่ม เครื่องสำอาง (Cosmetics) กลับมาเติบโตพุ่งปรวได้ถึง +80% และกลุ่ม ร้านอาหาร (Food Outlets) โต +40% เป็นโอกาสทองสำหรับ Live Stream Agency ที่จะเจาะลูกค้ากลุ่มนี้"

7. โครงสร้างราคาบริการ (Draft Pricing Structure)

การกำหนดราคาสำหรับ Live Stream Agency ขึ้นอยู่กับระยะเวลา, ความซับซ้อน, จำนวนบุคลากร, อุปกรณ์, และบริการเสริมที่ลูกค้าต้องการ โดยอ้างอิงจากราคาเฉลี่ยของ Agency ในตลาด (ทั้งในและต่างประเทศ)

7.1 แนวคิดในการกำหนดราคา

- Based on Duration: คิดตามจำนวนชั่วโมงหรือครั้งของ Live
- Based on Complexity: ขึ้นอยู่กับจำนวนกล้อง, คุณภาพอุปกรณ์, จำนวนบุคลากร, การใช้เทคนิคพิเศษ
- Based on Service Package: แบ่งเป็นแพ็คเกจพื้นฐาน, กลาง, และพรีเมียม
- Value-Based Pricing: อาจพิจารณาจากมูลค่าที่ลูกค้าจะได้รับ (เช่น ยอดขายที่คาดการณ์)

7.2 ตัวอย่างโครงสร้างราคา (Draft)

- 1. แพ็คเกจ Live Stream (Standard Live Commerce / Entertainment):
 - เหมาะสำหรับ: แบรนด์หรือธุรกิจที่ต้องการ Live Stream เพื่อขายสินค้าหรือให้ความบันเทิงเบื้องต้น
 - บริการ: ทีมงานหลัก (Producer, Technical), อุปกรณ์พื้นฐาน (กล้อง 2 ตัว, ไฟ, ไมโครโฟน), การดูแลระบบพื้นฐาน, รายงานผลสั้นๆ
 - ช่วงราคาโดยประมาณ: ฿25,000 - 50,000 บาท/ครั้ง (ไม่รวม Talent)
 - (รวม Talent/Host พื้นฐาน: ฿35,000 - 70,000 บาท/ครั้ง)
- 2. แพ็คเกจ Live Stream (Professional Live Commerce / Brand Focus):
 - เหมาะสำหรับ: แบรนด์ที่ต้องการ Live Stream คุณภาพสูง, เน้นภาพลักษณ์, และยอดขายจริงจัง
 - บริการ: ทีมงานครบ (Producer, Technical Director, Sound Engineer, Talent Manager), อุปกรณ์คุณภาพสูง (กล้อง 3-4 ตัว, ระบบไฟเต็มรูปแบบ, Video Switcher มืออาชีพ), การวางแผนเชิงลึก (สคริปต์, Graphic Designer), รายงานผลเชิงลึกพร้อมข้อเสนอแนะ, รวมบริการ "การฝึกสอน Live Stream มาตรฐาน 360 องศา" สำหรับ Talent ของลูกค้า (หากมี)
 - ช่วงราคาโดยประมาณ: ฿60,000 - 150,000 บาท/ครั้ง (ขึ้นอยู่กับความซับซ้อนและชื่อเสียงของ Talent)

- 3. แพคเกจ Live Event / Concert / Workshop (High-End Production):
 - เหมาะสำหรับ: องค์กร, ศิลปิน, หรือแบรนด์ที่ต้องการ Live Event ขนาดใหญ่, มีหลายมุมมองกล้อง, ใช้เทคนิคพิเศษสูง
 - บริการ: Full Production Service, ทีมงานขนาดใหญ่, อุปกรณ์เกรดออกอากาศ, ระบบเสียงมืออาชีพ, Multi-Platform Streaming, การสำรองระบบ
 - ช่วงราคาโดยประมาณ: เริ่มต้น \$150,000 บาทขึ้นไป (และอาจสูงถึงหลายแสนบาท ขึ้นอยู่กับขอบเขตงาน)
- 4. บริการเสริม (Add-on Services):
 - การผลิตวิดีโอ/คลิปสั้น: \$5,000 - 30,000 บาท/คลิป (ขึ้นอยู่กับความซับซ้อน)
 - การหาและจัดการ Talent/Host: \$5,000 - 20,000 บาท/Live (Talent พื้นฐาน), \$50,000 - หลักแสนบาท /Live (Influencer/Celebrity)
 - การโฆษณา/โปรโมท Live: ตามงบประมาณลูกค้า
 - การให้คำปรึกษาเชิงกลยุทธ์ (Consulting): \$5,000 - 15,000 บาท/ชั่วโมง หรือเป็นแพคเกจ

8. คู่แข่งและ Agency ในตลาด Live Stream Production

การทำความเข้าใจคู่แข่งจะช่วยให้เรากำหนดตำแหน่งทางการตลาดและจุดแข็งของเราได้อย่างชัดเจน

8.1 กลุ่มที่ 1: Agency ที่เน้น Live Commerce โดยเฉพาะ / Creative Commerce

- Hypelive (by Any Mind Group): เน้นการสร้างยอดขายผ่าน Live Commerce ครบวงจร, มีสตูดิโอและทีมงาน, เทรนนิ่ง Host/MC
- Minimice Group: Digital Marketing Agency ที่มีบริการ Live Commerce, ทีม MC ภายใน, เน้นวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก

8.2 กลุ่มที่ 2: Agency ที่เน้น Video Production / Live Streaming Services (คุณภาพสูง)

- Lexicon Thai: เน้นงาน Video Production หลากหลาย รวมถึง Live Streaming สำหรับ Event และ Corporate
- Bangkok Production Company: Full-service video production company, เน้นงานโปรดัคชั่นขนาดใหญ่
- Sphere Agency: เชี่ยวชาญด้าน Live Streaming ระดับ Broadcast Quality สำหรับองค์กรและ Agency

8.3 กลุ่มที่ 3: Studio Rental / Platform Provider

- HelloLive Studio by UnionSPACE: ให้บริการเช่าสตูดิโอสำหรับ Live Streaming พร้อมอุปกรณ์พื้นฐาน

การวัดศักยภาพธุรกิจของคุณ:

จุดแข็งด้าน "ทีมงานที่มีประสบการณ์ด้านการขายสินค้า Home Shopping" ของคุณ เป็นจุดแตกต่างที่สำคัญและมีมูลค่าสูง ที่คู่แข่งส่วนใหญ่อาจไม่มี คุณขาย "Live ที่ทำเงินได้จริง" ซึ่งลูกค้า E-commerce ต้องการมากที่สุด

9. แผนการขยายสู่ตลาดต่างประเทศ - Cross-Border Live Commerce

การขยายตลาดไปต่างประเทศด้วย Live Commerce เป็นโอกาสที่ใหญ่และมีศักยภาพสูงสำหรับสินค้าไทย

9.1 ประเทศและภูมิภาคที่น่าสนใจ

- เอเชียตะวันออกเฉียงใต้: เวียดนาม, อินโดนีเซีย, มาเลเซีย, ฟิลิปปินส์, สิงคโปร์ (ใกล้, วัฒนธรรมคล้าย, ตลาดเติบโตเร็ว)
- สหรัฐอเมริกาและยุโรป: สหรัฐอเมริกา, สหราชอาณาจักร, เยอรมนี, ฝรั่งเศส (กำลังซื้อสูง, ตลาดใหญ่, สินค้าไทยมีเอกลักษณ์)
- จีน: (ตลาดใหญ่ที่สุด, แต่มีกฎระเบียบซับซ้อน, แพลตฟอร์มท้องถิ่นเฉพาะ)

9.2 แพลตฟอร์มที่แนะนำสำหรับการ Cross-Border Live Commerce

- TikTok Shop: เติบโตสูงทั่วโลก, เข้าถึง Gen Z, อัลกอริทึมทรงพลัง
- Amazon Live: ความน่าเชื่อถือของ Amazon, ฐานลูกค้าใหญ่, ระบบ Fulfillment
- Shopee Live / LazLive: ครอบคลุมตลาด SEA เป็นอย่างดี, ผู้บริโภคคุ้นเคย
- Facebook Live / Instagram Live / YouTube Live: เข้าถึงผู้ชมได้ทั่วโลก, ใช้งานง่าย (แต่ต้องเชื่อมโยงระบบชำระเงิน/ขนส่งด้วยตัวเอง)

9.3 คำแนะนำเพิ่มเติมสำหรับการขยายสู่ Cross-Border Live Commerce

- ศึกษาตลาดและกฎระเบียบอย่างละเอียด: สินค้าที่อนุญาต, ภาษี, กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค, กฎหมายข้อมูลส่วนบุคคลในแต่ละประเทศ
- การจัดการโลจิสติกส์และการชำระเงิน: เลือกระบบขนส่งระหว่างประเทศที่เหมาะสม (เช่น DHL, FedEx), รองรับการชำระเงินด้วยสกุลเงินท้องถิ่น
- การปรับแต่งคอนเทนต์และภาษา (Localization): ใช้ภาษาท้องถิ่น หรือภาษาอังกฤษ, ปรับคอนเทนต์ให้เข้ากับวัฒนธรรมของผู้ชมในประเทศนั้นๆ
- หา Talent/Influencer ในท้องถิ่น: เพื่อช่วยสร้างการเข้าถึงและสร้างความน่าเชื่อถือ
- สร้าง Storytelling ของสินค้าไทย: เน้นคุณภาพ, ความประณีต, และเรื่องราวเบื้องหลังเพื่อเพิ่มมูลค่า
- เริ่มต้นจากตลาดที่เล็กและเข้าใจง่ายก่อน: เช่น ประเทศใน AEC เพื่อเรียนรู้และปรับปรุงระบบ

10. Live Stream Planning: แผนการดำเนินงานแบบครบวงจร

แผนที่คือ Road Map สำหรับทุก Live Stream ที่เราจะให้บริการลูกค้า เพื่อให้มั่นใจในประสิทธิภาพและผลลัพธ์

Phase 1: Before Live (การวางแผนและเตรียมการ)

1. การกำหนดเป้าหมายและกลยุทธ์

- 1.1 กำหนดเป้าหมายที่ชัดเจน: (เช่น เพิ่มยอดขาย X%, Brand Awareness X%)
- 1.2 วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย: (เพศ, อายุ, ความสนใจ, พฤติกรรม)
- 1.3 วิเคราะห์สินค้า/บริการ: (จุดเด่น, คุณสมบัติ, ประโยชน์, FAQs)
- 1.4 เลือกแพลตฟอร์ม: (Facebook, TikTok, Shopee, etc. ตามกลุ่มเป้าหมาย)

2. การสร้างสรรค์คอนเทนต์

- 2.1 พัฒนาคอนเซ็ปต์และธีม: (สร้างเรื่องราวที่น่าสนใจ, สอดคล้องแบรนด์)
- 2.2 การเขียนสคริปต์: (โครงสร้างเปิด-นำเสนอ-กระตุ้นขาย-Q&A-ปิดขาย, คำพูดกระตุ้นการขาย)
- 2.3 ออกแบบกราฟิกและภาพประกอบ: (Lower Thirds, Product Graphics, Promotion Overlays, Background)

3. การเตรียม Talent/Host

- 3.1 คัดเลือก Talent: (บุคลิก, ความเข้าใจสินค้า)
- 3.2 การbriefและฝึกสอน (มาตรฐาน 360 องศา): (เทคนิคการพูด, ภาษากาย, สาริต, ตอบโต้, ปิดการขาย, รับมือสถานการณ์, ซ้อมใหญ่)

4. การเตรียมอุปกรณ์และระบบ

- 4.1 ตรวจสอบอุปกรณ์: (กล้อง, ไมค์, ไฟ, คอมพิวเตอร์, Switcher, etc.)
- 4.2 Setup สตูดิโอ: (จัดวางกล้อง, แสง, ฉาก)
- 4.3 การเชื่อมต่อและทดสอบระบบ: (อินเทอร์เน็ต, โปรแกรม Live Stream, อุปกรณ์สำรอง)

5. การโปรโมท Live Stream

- 5.1 สร้าง Content โปรโมท: (คลิปสั้น, รูปภาพ, โพสต์)
- 5.2 ช่องทางโปรโมท: (Social Media, Website, Email, Influencer)
- 5.3 กำหนดวันและเวลา: (ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย)

Phase 2: During Live (การดำเนินการ Live Stream)

1. การบริหารจัดการและควบคุม Live

- 1.1 ผู้กำกับ Live (Producer/Director): (ควบคุมภาพรวม, ให้สัญญาณ, ตัดสินใจเฉพาะหน้า)
- 1.2 Technical Control: (สลับกล้อง, ควบคุมเสียง, ใส่กราฟิก, ตรวจสอบความเสถียร)
- 1.3 การจัดการ Comment & Engagement (Moderator/Admin): (คัดกรอง, ตอบคำถาม, ปกป้อง, จัดการ Spam)

2. การนำเสนอของ Talent/Host

- 2.1 สร้าง Energy และ Engagement: (รักษาพลังงาน, สร้างบรรยากาศ, เรียกชื่อผู้ชม)
- 2.2 การนำเสนอสินค้า: (สาริต, รีวิว, เน้นจุดเด่น)
- 2.3 การตอบโต้: (ตอบคำถามรวดเร็ว, ขอบคุณ)
- 2.4 การปิดการขาย: (ย้ำโปรโมชั่น, สร้างความเร่งด่วน, ชี้ช่องทางซื้อ)

Phase 3: After Live (การสรุปผลและปรับปรุง)

1. การวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผล

- 1.1 รวบรวมข้อมูล: (ยอดขาย, ผู้ชม, Engagement, ที่มา)
- 1.2 วิเคราะห์ผลลัพธ์เทียบกับเป้าหมาย: (บรรลุหรือไม่, เพราะอะไร)
- 1.3 สรุปผลและจัดทำรายงาน: (ข้อมูลเชิงลึก, ข้อเสนอแนะ)

2. การนำเสนอเนื้อหาหลัง Live

- 2.1 ตัดต่อ Highlight Clip: (ช่วงโปรโมชั่น, ช่วงสำคัญ)
- 2.2 Upload VOD (Video On Demand): (Live ฉบับเต็ม)
- 2.3 สร้าง Short-Form Content: (สำหรับ TikTok, Reels, Shorts)

3. การประเมินและปรับปรุง

- 3.1 ประชุมทีม (Post-Mortem Meeting): (จุดแข็ง, จุดอ่อน, บทเรียนที่ได้)
- 3.2 วางแผนสำหรับ Live ครั้งต่อไป: (นำ Feedback ไปปรับปรุง)

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อความสำเร็จ

- สร้างและรักษามาตรฐานคุณภาพ: สำหรับ Talent, Technical Production, และ Content อย่างสม่ำเสมอ
- สร้าง Brand Story และ Personal Branding: บอกเล่าเรื่องราวของ Agency, แสดงผลงานที่เน้น "ผลลัพธ์" การขาย, สร้าง Presence บน Online ของ Agency เอง
- การบริหารจัดการและพัฒนาบุคลากร: พัฒนาทักษะอย่างต่อเนื่อง, สร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ดี, ระบบค่าตอบแทนที่จูงใจ
- การจัดการความเสี่ยงและแผนฉุกเฉิน: เตรียมแผนสำรองสำหรับอินเทอร์เน็ต, อุปกรณ์, Talent, และแพลตฟอร์ม
- การใช้ประโยชน์จากข้อมูลและ AI: วิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก, ทำ A/B Testing, ใช้ AI Tools เพื่อประสิทธิภาพ
- การสร้าง Ecosystem และ Partnership: ร่วมมือกับ E-commerce Enabler, Influencer Network, Payment Gateway, และเข้าร่วมสมาคมต่างๆ

หมายเหตุ: "เอกสารนี้เป็นเพียงแนวทางและโครงสร้างต้นแบบ (Framework) จัดทำโดย iDEAS365 ที่เน้นข้อมูลเชิงกลยุทธ์และปฏิบัติการในการกำหนดราคาและการดำเนินงานจริงขึ้นอยู่กับต้นทุน สภาพตลาด และปัจจัยเฉพาะของแต่ละธุรกิจ อาจจะต้องเพิ่มเติมในส่วนของ "แผนการเงิน" และ "แผนการบริหารความเสี่ยง" ที่จะยืดหยุ่นขึ้นในอนาคต ผู้จัดทำขอสงวนสิทธิ์ในการรับผิดชอบต่อผลกำไรหรือขาดทุนที่เกิดขึ้นจากการนำข้อมูลไปใช้"

คำชี้แจง" (Disclaimer): "เอกสารนี้เป็นเพียงแนวทางและโครงสร้างต้นแบบ (Framework) จัดทำโดย iDEAS365 ที่เน้นข้อมูลเชิงกลยุทธ์และปฏิบัติการในการกำหนดราคาและการดำเนินงานจริงขึ้นอยู่กับต้นทุน สภาพตลาด และปัจจัยเฉพาะของแต่ละธุรกิจ อาจจะต้องเพิ่มเติมในส่วนของ "แผนการเงิน" และ "แผนการบริหารความเสี่ยง" ที่จะยืดหยุ่นขึ้นในอนาคต ผู้จัดทำขอสงวนสิทธิ์ในการรับผิดชอบต่อผลกำไรหรือขาดทุนที่เกิดขึ้นจากการนำข้อมูลไปใช้"

เอกสารนี้จัดทำขึ้นด้วยความตั้งใจให้คุณโดยเฉพาะ ขอความกรุณาสงวนสิทธิ์การใช้งานส่วนบุคคล ไม่ส่งต่อหรือเผยแพร่ในที่สาธารณะ เพื่อเป็นกำลังใจให้ทีมงาน iDEAS365 ผลิตผลงานดีๆ ต่อไปนะค่ะ ขอขอบคุณค่ะ"

เอกสารอ้างอิง (References)

ข้อมูลและสถิติในเอกสารฉบับนี้ ได้รับการรวบรวมและวิเคราะห์จากแหล่งข้อมูลชั้นนำ และการค้นคว้าข้อมูลจากสื่อต่างๆ รวมกับประสบการณ์ของผู้จัดทำในธุรกิจนี้ เพื่อความแม่นยำและทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน:

1. DAAT Digital Advertising Spend Report (Mid-Year 2025)
 - โดย สมาคมโฆษณาดิจิทัล (ประเทศไทย) ร่วมกับ KANTAR
 - ข้อมูลเปิดตัวโฆษณาดิจิทัล แนวโน้มสื่อ และพฤติกรรมการใช้จ่ายของแต่ละอุตสาหกรรมในประเทศไทย
2. Digital 2025: Thailand Overview
 - โดย We Are Social และ Meltwater
 - สถิติการใช้งานอินเทอร์เน็ต โซเชียลมีเดีย และพฤติกรรมผู้บริโภคดิจิทัล
3. State of Video Marketing 2025
 - โดย Wyzowl
 - แนวโน้มและประสิทธิภาพของการทำการตลาดผ่านวิดีโอในระดับโลก
4. e-Conomy SEA Report
 - โดย Google, Temasek และ Bain & Company
 - รายงานเศรษฐกิจดิจิทัลภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

"Live Commerce Agency Business Kit (2025 Edition)"

คุณจะได้:

- 1. คู่มือวางระบบในธุรกิจ Live Stream Agency (PDF Ebook)
- 2. "แถมฟรี! Template วางแผนคอนเทนต์และกลยุทธ์ มูลค่า 590 บาท : Content Strategy Workbook "

"Special Bonus for You" :

คลิกที่นี่ >>> เพื่อรับ Content Strategy Workbook (Google Sheet) >> coming soon

"Strategic Template" ในแบบฉบับ iDEAS365 Smart Lazy Style

- มันคือเครื่องมือที่คุณสามารถ “ลงมือทำ” (Actionable) ได้ทันที
- มีช่องให้คุณสามารถกรอก Content Pillar , เจาะลึกถึง Audience Persona, Goals และ Interests ครบจบ แบบไม่จ้อ Admin (ก็ได้นะ)