

# คู่มือประกอบการจัดอบรม



## หลักสูตร

### การทำโฆษณาประชาสัมพันธ์ ผ่าน Facebook Ads

โครงการสร้างสื่อการเรียนรู้เพื่อประชาสัมพันธ์



นางสาวเบญจวรรณ วรรณะบุรณ์  
นักวิชาการศึกษา



นายกรินทร์ สรหงษ์  
นักวิชาการโสตทัศนศึกษา

วันที่ 19 พฤษภาคม 2565  
ผ่านระบบออนไลน์ Google meet

- ☑ ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับ Facebook Ads
- ☑ การสร้างเพจ Facebook เพื่อประชาสัมพันธ์
- ☑ การยิง Facebook Ads เพื่อประชาสัมพันธ์

งานเทคโนโลยีการศึกษา

สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

## คำนำ

เอกสารประกอบการอบรมใช้งาน เรื่อง การทำโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่าน Facebook Ads จัดทำขึ้นเพื่อใช้ประกอบการจัดอบรมโครงการสร้างสื่อการเรียนรู้เพื่อประชาสัมพันธ์ และเป็นการเผยแพร่ให้ความรู้เกี่ยวกับการทำโฆษณาประชาสัมพันธ์ ในรูปแบบผ่านระบบออนไลน์ ให้กับบุคลากรมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิได้สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการเรียนการสอนและชีวิตประจำวัน โดยนำความรู้ในการอบรมครั้งนี้ไปฝึกทักษะลงมือปฏิบัติจริง ซึ่งนำเสนอรายละเอียดเกี่ยวกับ ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับ Facebook Ads การสร้างเพจ Facebook เพื่อประชาสัมพันธ์ และการยิง Facebook Ads เพื่อประชาสัมพันธ์ เป็นต้น

ผู้จัดทำหวังเป็นอย่างยิ่งว่า เอกสารประกอบนี้จะเป็นสื่อการประกอบการอบรมช่วยให้ผู้ร่วมอบรมเข้าใจเนื้อหาและสามารถฝึกทักษะการปฏิบัติใช้งานเบื้องต้นได้ด้วยตนเอง สามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันและการศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้นต่อไป

เบญจวรรณ วรรณะบุรณ์

# สารบัญ

รายการ	หน้า
<b>ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับ Facebook Ads</b>	<b>1</b>
เรื่องที่เราควรรู้ก่อนที่จะเริ่มทำ Facebook Ads	1
รู้จักกับบัญชีโฆษณา	4
ความแตกต่างระหว่าง Boost Post กับ Facebook Ads Manager	4
ขั้นตอนการลงโฆษณา Facebook Ads	5
<b>การสร้างเพจ Facebook เพื่อประชาสัมพันธ์</b>	<b>6</b>
การสร้างเพจ Facebook	6
ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับเพจ	8
ตั้งค่าแท็บที่ต้องการแสดงของเพจ	12
<b>การยิง Facebook Ads เพื่อประชาสัมพันธ์</b>	<b>16</b>
วิธีเปิดใช้งาน Facebook Ads Manager	16
เครื่องมือในการจัดการโฆษณา Facebook Ads Manager	17
วิธีลงโฆษณา Facebook Ads ในคอมพิวเตอร์	19
1. เตรียมคอนเทนต์ รูปภาพหรือวิดีโอ	19
2. สร้าง Campaign สำหรับการยิง Facebook Ads	19
3. เข้าใจกับกลุ่มวัตถุประสงค์ของ Facebook เบื้องต้น	20
4. เลือกวัตถุประสงค์ในการทำโฆษณา	21
5. ตั้งชื่อแคมเปญ	22
6. กำหนดกลุ่มเป้าหมายยิงโฆษณา Facebook Ads	26
7. วิธีการยืนยันตัวตนบัญชีส่วนตัวและผูกการชำระเงินสำหรับโฆษณาบน Facebook	60
8. การชำระเงินค่าโฆษณาบน Facebook	64
9. การลบบัญชีการชำระเงินออกจากบัญชีโฆษณา	69

## การทำโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่าน Facebook Ads

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับ Facebook Ads

### 1. เรื่องที่ควรรู้ก่อนที่จะเริ่มทำ Facebook Ads

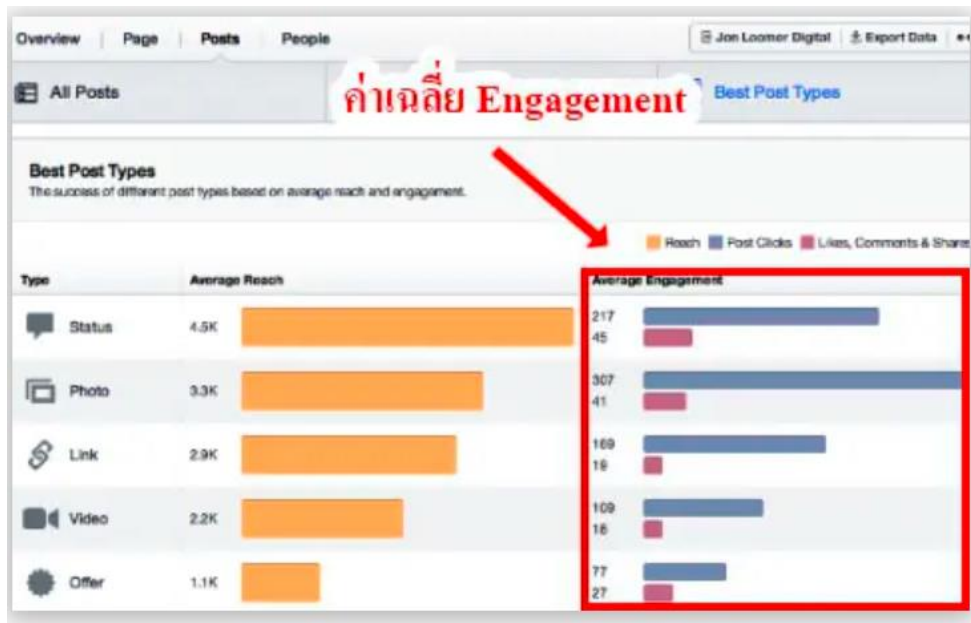
สำหรับใครที่ยังเป็นมือใหม่อยู่ แนะนำว่าทำความเข้าใจกับ “คำศัพท์โฆษณา Facebook” ก่อนจะดีกว่า เพราะจะได้รู้ว่าเมื่อเราทำโฆษณา Facebook ไปแล้ว ผลลัพธ์แต่ละตัวได้อะไรมาบ้าง เพื่อที่จะได้เข้าใจภาพรวมโฆษณานั้นๆ มากยิ่งขึ้น คำศัพท์เกี่ยวกับ Facebook Ads ตัวนี้เข้าใจง่ายๆ พร้อมยกตัวอย่างผลลัพธ์เพื่อให้ผู้อ่านได้เอาไปใช้คิดจริงๆ ถ้าพร้อมแล้วก็มาเริ่มกันได้เลย

#### 1.1 คำศัพท์น่ารู้สำหรับการยิงแอด Facebook

**Boost Post** บูสโพสต์ คือ การโปรโมทรูปแบบหนึ่งบน Facebook สามารถทำให้คนเข้าถึงได้มากและเยอะขึ้น สามารถใช้ได้กับโพสต์ที่ลงไว้ในเพจอยู่แล้ว

**Facebook Ads Manager** เป็นตัวจัดการโฆษณาบนเบราว์เซอร์บนคอมพิวเตอร์ โดยสามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมาย ตั้งค่าโฆษณา และเก็บผลลัพธ์โฆษณาได้จากเครื่องมือตัวนี้เลย

**Engagement** คือ การมีส่วนร่วมกับโฆษณาที่เราได้ส่งออกไป ไม่ว่าจะเป็นการกดไลค์ กดแชร์ พิมพ์คอมเมนต์ในโพสต์ของเรา ทำให้โพสต์ของเราหรือตัวโฆษณาที่เราเลือกมี Engagement ที่สูงขึ้น



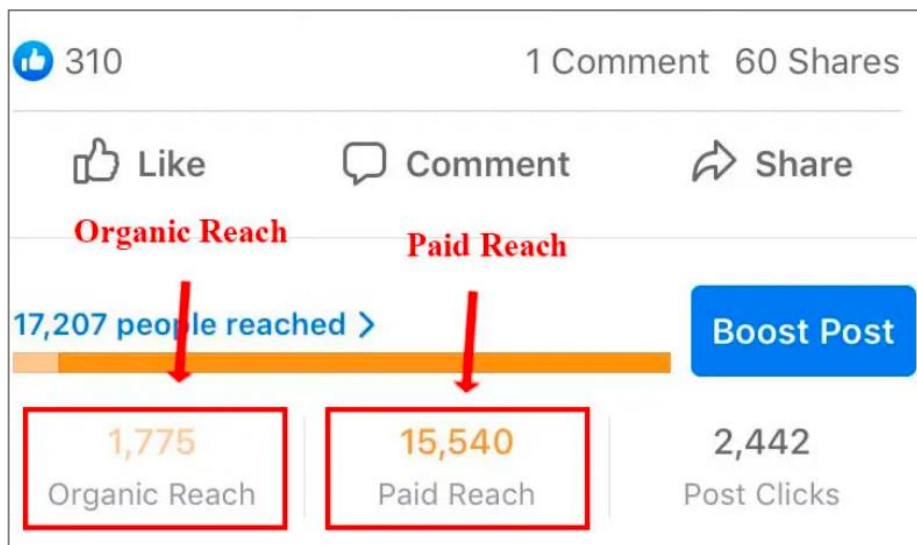
ตัวอย่างค่าเฉลี่ย Engagement ขอบคุณภาพจาก [www.socialmediaexaminer.com](http://www.socialmediaexaminer.com)

**Reach** การเข้าถึงโฆษณาของผู้คน โดยจะนับก็ต่อเมื่อโฆษณาของเราแสดงให้ใครเห็นบ้าง ไม่จำเป็นว่าต้องมีส่วนร่วมใดๆ กับโฆษณาเรา โดยใน Facebook จะหมายถึง การส่งโฆษณาชิ้นหนึ่งไปหาผู้คนที่ต่าง ๆ

ตัวอย่างเช่น นาย A เห็นโฆษณา Facebook ตัวเดิม เป็นจำนวน 5 ครั้ง แต่เวลา Facebook นับ Reach จะนับเพียงแค่ว่าคนเท่านั้น ถูกแล้วครับค่า Reach จะเท่ากับ 1 นั้นเอง ไม่สำคัญว่าจะเห็นกี่ครั้ง ยิ่งไงก็นับแค่ 1 เพราะคนเดิมเห็นโฆษณาตัวเดิม แต่ Reach ยังแบ่งประเภทได้อีก 2 ประเภทคือ

1) **Paid Reach** ตรงตัวเลยคือการจ่ายเงินเพื่อโฆษณาให้คนเห็นโฆษณาสินค้าหรือสื่อต่างๆ ของเรามากขึ้น สามารถกำหนดงบเพื่อให้ตรงกับความต้องการที่จะให้ลูกค้ามองเห็นได้เลย

2) **Organic Reach** เป็นการโพสต์แบบปกติ หรือที่เรียกว่า “โพสต์ลงเพจ” นั้นแหละ ยิ่งคนมองเห็นเยอะเท่าไรก็ยิ่งดี เพราะเป็นการประหยัดงบประมาณของเราไปได้เยอะ



### Paid and Organic Reach

**Impression** เรียกว่าง่าย ๆ คือ Facebook จะนับตามจำนวนโฆษณาที่ถูกส่งออกไป ตัวอย่างเช่น ลูกค้า A เห็นโฆษณาตัวเดิม ๆ เป็นจำนวน 10 ครั้ง ทีนี้ Facebook ก็จะนับเป็น 10 Impression เพราะว่าเป็นการ “จำนวนที่โฆษณาแสดง” ไม่ใช่ “นับจำนวนคน”

**Frequency** หมายถึง ความถี่ในการแสดงผลโฆษณาต่อครั้ง สูตรคิดง่าย ๆ เลยคือ

**Impression / Reach** ตัวอย่างเช่น 1500 Impression / 300 Reach ก็จะได้เท่ากับ 5 ครั้ง แต่การที่มี Frequency สูงเกินไปบางครั้งก็ย่อมไม่ดี อาจจะไปรบกวนลูกค้า และโดนรีพอร์ตจนทำให้เพจหรือโฆษณาของเราปลิวเลยก็ได้

**Cost Per Click หรือ CPC** คือ การเฉลี่ยต้นทุนต่อการคลิกโฆษณา สูตรการคิดคือ ต้นทุนโฆษณา / จำนวนคลิก

ตัวอย่างเช่น ค่าโฆษณาอยู่ที่ 500 บาท จำนวนคลิก 250 ครั้ง จะเท่ากับ 2 บาทต่อหนึ่งคลิก

**Click Through Rate หรือ CTR** อัตราส่วนในการคลิกโฆษณาต่อการมองเห็น โดยตัวนี้สามารถบ่งบอกได้ว่าคอนเทนต์ รูปภาพ และรายละเอียดต่าง ๆ น่าสนใจพอให้กลุ่มเป้าหมายคลิกหรือไม่ เราสามารถนำมาวิเคราะห์และปรับปรุงโฆษณาของเราให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นได้ แต่การที่



จะบอกว่าตัวเลขเท่าไรถึงจะดี อันนี้ก็อยู่ที่แต่ละท่านแล้วว่าอัตราการคลิกอยู่ที่เท่าไรถึงจะเป็นที่น่าพอใจ

ตัวอย่างเช่น การมองเห็นอยู่ที่ 1000 คน มีคนคลิกเข้ามาที่โฆษณาเราอยู่ที่ 120 คน จะเท่ากับ 8.3%

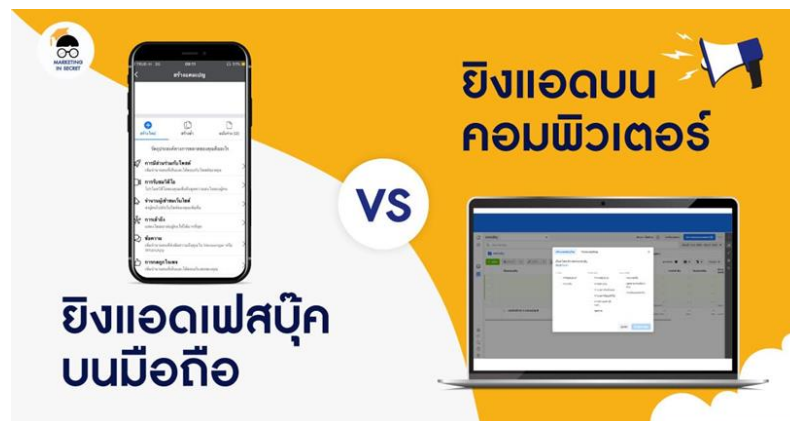
### Cost Per 1,000 Impression หรือ CPM

คิดจากการแสดงโฆษณา 1,000 ครั้ง เมื่อครบตามจำนวนแล้วก็จะมีการเรียกเก็บเงิน

ตัวอย่างเช่น มิงบ 300 บาท เข้าถึงแล้ว 8,000 ครั้ง  $300/8,000 * 1,000 = 37.5$  บาทต่อ 1,000 ครั้ง หรืออีกวิธีคือ  $300*1000 / 8000 = 37.5$  บาทต่อ 1,000 ครั้งสามารถเลือกได้วิธีได้ตามที่ถนัดกันได้เลย

**Relevance Score** เป็นระบบคะแนนของโฆษณา Facebook ที่จะคอยบอกว่าโฆษณาของเรามีความน่าสนใจขนาดไหน โดยคะแนนจะมีตั้งแต่ 0 – 10 หากยังมีคะแนนเยอะ แสดงว่าโฆษณาของเราที่น่าสนใจ

### 1.2 ทำ Facebook Ads ผ่านมือถือ VS ทำผ่าน Desktop



การทำ Facebook Ads นั้นเราสามารถทำได้สะดวกเป็นอย่างมาก เพราะใช้ได้ทั้งมือถือทั้งคอมพิวเตอร์ในการสร้างสรรค์โฆษณาสักชิ้นขึ้นมา สำหรับบนคอมนั้นจะมีลูกเล่นที่หลากหลาย ครบถ้วน มีตัววิเคราะห์หลังจากยิงโฆษณา Facebook ได้ครบกว่ามือถือพอสมควร

แต่ทั้งนี้ด้วยมือถือเป็นสิ่งที่พกพาสะดวก Facebook เลยได้ใส่ Application อย่าง “ตัวจัดการโฆษณา” เอาไว้ให้สำหรับใครที่ไม่มีคอมพิวเตอร์ ให้สามารถทำโฆษณาได้สะดวกรวดเร็ว และทำได้ทุกที่ทุกเวลาด้วย

### 1.3 ตั้งเป้าหมายว่าจะยิงแอด Facebook ไปเพื่ออะไร

การตั้งเป้าหมายให้กับธุรกิจเราก่อนที่จะเริ่มยิงแอดนั้น ช่วยให้เราเข้าใจว่าจริง ๆ แล้ว เราต้องการยิงไปเพื่อให้ได้อะไรกันแน่ เพื่อให้เราสามารถเลือกวัตถุประสงค์ตรงกับความต้องการของเรา โดยวัตถุประสงค์โฆษณา Facebook Ads นั้นมีทั้งสิ้น 3 หัวข้อใหญ่ และอีก 11 วัตถุประสงค์ย่อย จากตรงนี้เมื่อเรามีเป้าหมายที่ชัดเจน ก็จะทำให้เราบรรลุเป้าหมายจากการยิง Facebook Ads ได้

## 2. รู้จักกับบัญชีโฆษณา

บัญชีโฆษณาช่วยให้เกิดความสะดวกเป็นอย่างมากสำหรับใครที่มีเพจให้ดูแลหลายเพจช่วยให้เราไม่ต้องเข้าออกบัญชีบ่อย ๆ โดยที่เราสามารถเข้าใช้งานบัญชีแต่ละเพจได้เลยทันที สำหรับใครที่มีหลาย ๆ เพจ จึงควรสร้างบัญชีโฆษณาเอาไว้

### 2.1 ความแตกต่างระหว่างบัญชีส่วนตัวและบัญชีโฆษณา

สำหรับบัญชีส่วนตัวนั้นก็คือเมื่อเราสร้างเพจและเมื่อทำการ Boost Post หรือใช้งาน Facebook Ads Manager บัญชีโฆษณาส่วนตัวก็จะถูกสร้างขึ้นมาจากที่โดยอัตโนมัติ ซึ่งบัญชีโฆษณาส่วนตัวจะสามารถดูแลได้เพียงเพจเดียวเท่านั้น แต่ถ้าเป็นบัญชีแบบบัญชีธุรกิจ จะสามารถดูแลได้หลายๆ เพจพร้อมกันได้ง่ายมากขึ้น

### 2.2 เริ่มต้นการสร้างบัญชีโฆษณาเลยหรือไม่

หากคุณทำเพจแค่เพจเดียวหรือสองเพจ ไม่จำเป็นต้องสมัครบัญชีแบบธุรกิจก็ได้ เพราะอาจจะยังไม่เหมาะมากนัก โดยบัญชีธุรกิจเหมาะกับสายงาน Agency หรือบริษัทที่มีเพจแยกย่อยแต่ละสินค้าเป็นจำนวนมากแบบนั้นจะเหมาะกว่า แรกๆ อาจจะยังไม่ต้องเริ่มสร้าง ใช้บัญชีส่วนตัวไปก่อน

## 3. ความแตกต่างระหว่าง Boost Post กับ Facebook Ads Manager



การทำ Facebook Ads สามารถทำได้สองวิธีคือ การใช้วิธีการ Boost Post และการทำโฆษณาผ่าน Facebook Ads Manager ซึ่งสามารถใช้งานได้ทั้งคู่ แล้วแต่ว่าใครต้องการทำโฆษณาในรูปแบบไหน และชื่นชอบแบบไหนมากกว่ากัน

3.1 Boost Post คือการสร้างโฆษณาแบบรวดเร็ว เน้นเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายแบบกว้าง ๆ การกดโปรโมตโพสต์บนหน้า Timeline ของ Facebook Page เราเพื่อให้โพสต์นั้น ๆ ของเราเข้าถึงคนได้มากขึ้น ซึ่งการแสดงผลจะออกมาเหมือนกับ Facebook Ads

การ Boost Post มีเป้าหมายอยู่เพียงแค่ การรับรู้แบรนด์ (Aware) ให้รู้จักออกไปเป็นวงกว้าง และการสร้าง การมีส่วนร่วม (Engagement) กับโพสต์นั้น ๆ รวมทั้งการทำให้คนส่งข้อความ (Message) มาหาเรา ซึ่งส่วนใหญ่ผลลัพธ์ที่ได้ก็จะเป็น ยอดไลค์ คอมเมนต์ และ แชร์

3.2 Facebook Ads Manager คือ เป็นเครื่องมือที่กำหนดได้ละเอียดครบถ้วน มีวัตถุประสงค์ให้ครบทั้ง 3 ชนิด สามารถดูข้อมูลหลังจากที่เรายิงโฆษณาออกไปได้แล้ว

การทำ Facebook Ads สามารถทำได้สองวิธีคือ การใช้วิธีการ Boost Post และการทำโฆษณาผ่าน Facebook Ads Manger ซึ่งสามารถใช้งานได้ทั้งคู่ แล้วแต่ว่าใครต้องการทำโฆษณาในรูปแบบไหน และชื่นชอบแบบไหนมากกว่ากัน

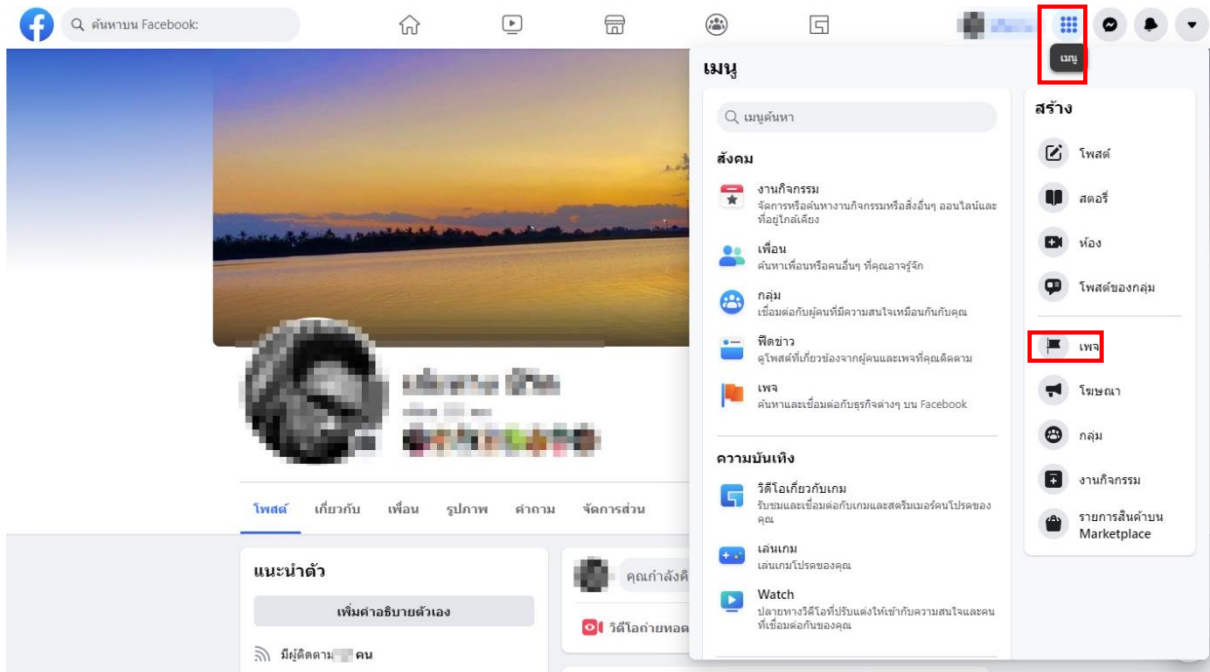
#### 4. ขั้นตอนการลงโฆษณา Facebook Ads มีอะไรบ้าง?

1. สร้าง Account
  2. เข้าสู่หน้า Overview
  3. สร้าง Campaign
    - ขั้นที่ 1 เริ่มต้นสร้าง Campaign
    - ขั้นที่ 2 เลือก Campaign Objective
    - ขั้นที่ 3 ใส่ Campaign Detail
  4. สร้าง Ad sets
    - ขั้นที่ 1 ตั้งชื่อ Ad sets ตั้งค่า Budget และเวลาที่ต้องการรันแคมเปญ
    - ขั้นที่ 2 กำหนดกลุ่มเป้าหมาย
    - ขั้นที่ 3 กำหนดพื้นที่การโฆษณา
  5. สร้าง Ads
    - ขั้นที่ 1 ตั้งชื่อและเลือกกำหนดรูปแบบของโฆษณา Facebook Ads
    - ขั้นที่ 2 เลือก Format ของ Ads ที่จะใช้
- Shifu แนะนำ
- ขั้นที่ 3 เขียนแคปชันและ Headline ให้ปัง
  - ขั้นที่ 4 อย่าลืมเรื่องการ Tracking
  - ขั้นที่ 5 กด Publish

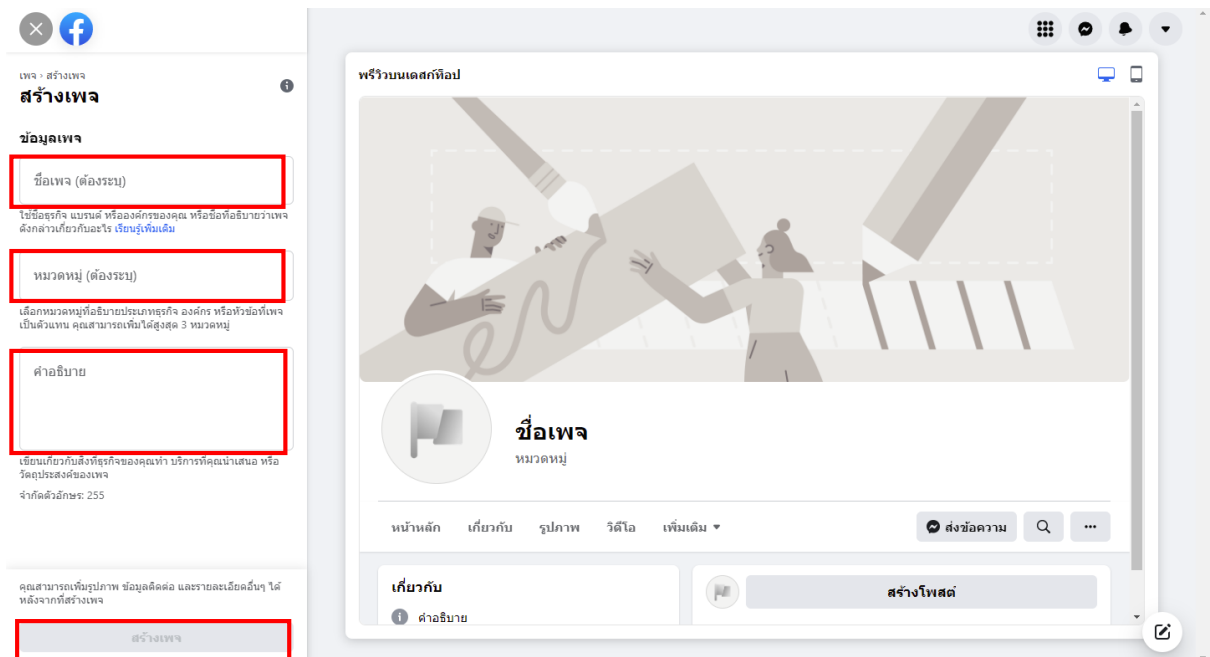


# การสร้าง Page Facebook

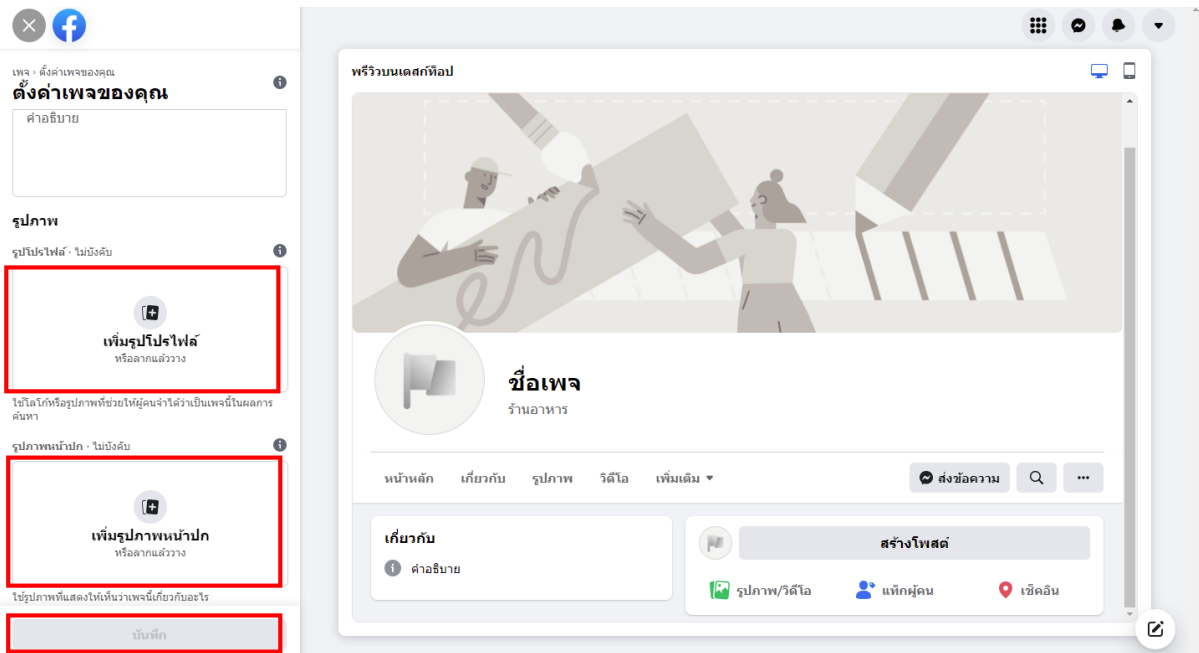
## 1. Login Facebook หลัก เลือกเมนู แล้วเลือกเพจ



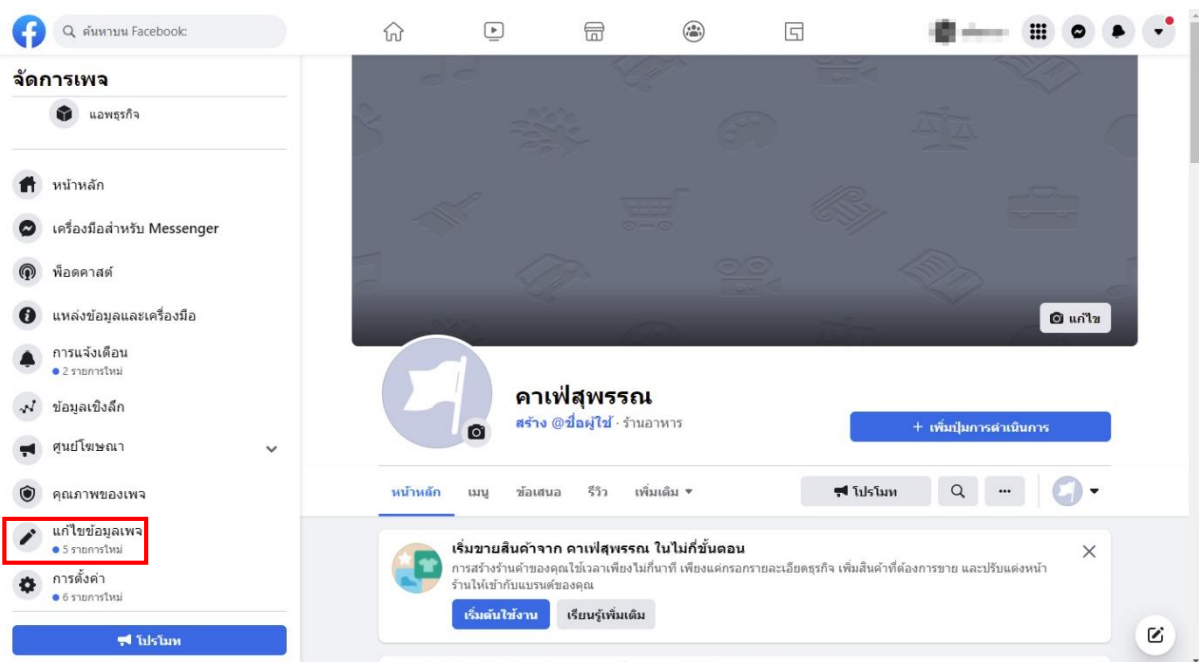
## 2. ตั้งชื่อเพจ เลือกหมวดหมู่ เพิ่มคำอธิบาย แล้วกดปุ่มสร้างเพจ



3. เพิ่มรูปโปรไฟล์ขนาด 720x720 พิกเซล เพิ่มรูปภาพหน้าปกขนาด 820x312 พิกเซล แล้วกดปุ่มบันทึก



4. เลือกแก้ไขข้อมูลเพจ แถบซ้ายด้านล่างเพื่อป้อนข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับเพจ



## ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับเพจ

- ชื่อเพจ
- ชื่อผู้ใช้
- คำอธิบายเพจ
- หมวดหมู่
- หมายเลขโทรศัพท์มือถือ
- อีเมล
- เว็บไซต์

### แก้ไขข้อมูลเพจ

#### ทั่วไป

ชื่อ  
คาเฟ่สุพรรณ

ชื่อผู้ใช้

คำอธิบาย

#### หมวดหมู่

หมวดหมู่  
ร้านอาหาร X

ช่วยให้ผู้คนค้นพบเพจของคุณได้โดยการเลือกหมวดหมู่ที่แสดงถึงเพจของคุณ  
การมีหมวดหมู่ที่ถูกต้องช่วยให้ Facebook แสดงธุรกิจของคุณต่อคนที่ควรเห็นได้ในเวลาที่เหมาะสม ทั้งนี้ก็เพื่อให้อุรกิจของคุณเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ให้การมีส่วนร่วมมากกว่าได้

#### ติดต่อ

หมายเลขโทรศัพท์มือถือ

เพจของฉันไม่มีหมายเลขโทรศัพท์

อีเมล

เพจของฉันไม่มีอีเมล

เว็บไซต์

เพจของฉันไม่มีเว็บไซต์

## ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับเพจ

- ตำแหน่งที่ตั้งธุรกิจ
- พื้นที่ให้บริการจัดส่งสินค้า(ถ้ามี)
- เวลาทำการ
- ช่วงราคาสินค้า


### 📍 ตำแหน่ง

อสังหาริมทรัพย์อยู่ เมือง และรหัสไปรษณีย์ด้วยตัวเอง การอสังหาริมทรัพย์อยู่จะไม่เป็นการอสังหาริมทรัพย์ โดยอัตโนมัติ

ที่อยู่

เมือง รหัสไปรษณีย์

ตำแหน่งที่ตั้งบนแผนที่



คลิกแล้วลากเพื่อจัดตำแหน่งใหม่

เพจของฉันไม่มีตำแหน่งที่ตั้ง

รายละเอียดตำแหน่งที่ตั้งเพิ่มเติม ระบบหรือไม่ก็ได้

### 🏠 พื้นที่ให้บริการ

พื้นที่ให้บริการ

หากคุณมีบริการส่งสินค้าหรือบริการในแก่ลูกค้า โปรดเลือกย่าน จังหวัด หรือภูมิภาคสูงสุด 10 รายการเพื่อระบุพื้นที่ให้บริการ

### 🕒 เวลาทำการ

ไม่มีเวลาทำการ  
ผู้เข้าชมจะไม่เห็นเวลาทำการบนเพจนี้

เปิดตลอดเวลา  
เช่น ส่วนสาธารณะ ชายหาด ถนน

ปิดถาวร  
ธุรกิจปิดถาวรแล้ว

เปิดทำการเฉพาะช่วงเวลา  
ป้อนเวลาทำการของคุณเอง

อัปเดตเวลาทำการของคุณเพื่อให้ผลการค้นหาแสดงเมื่อสถานที่ของคุณเปิดให้บริการ

### ช่วงราคา

๘  
ถูก

๘๘  
ปานกลาง

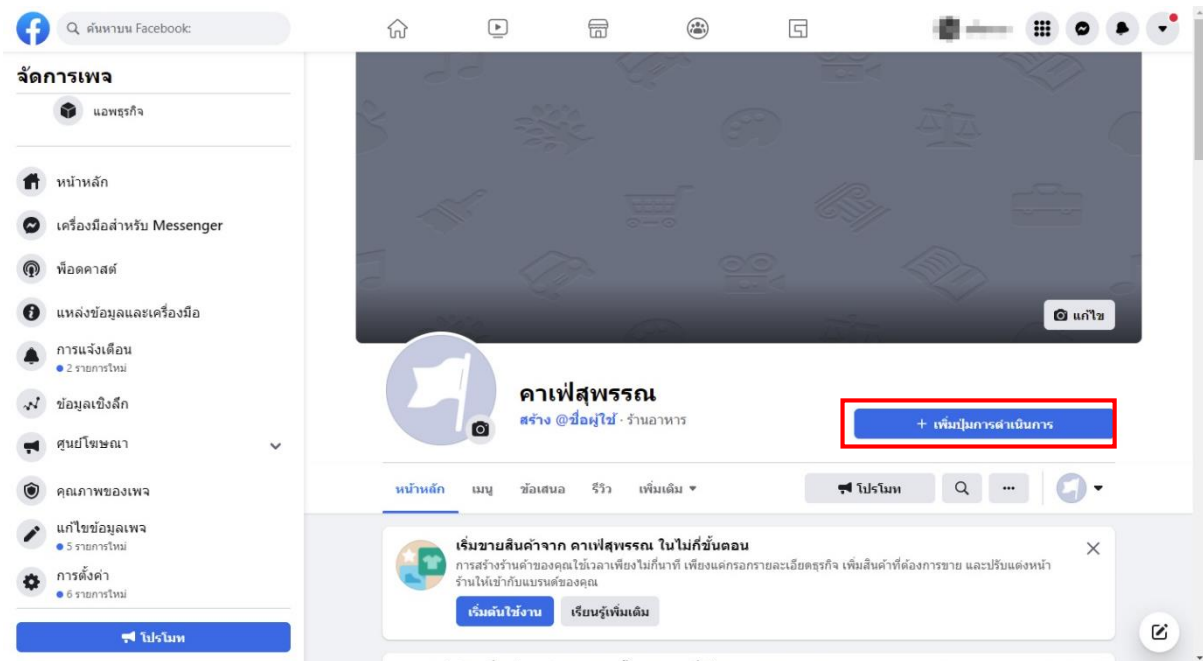
๘๘๘  
แพง

๘๘๘๘  
แพงมาก

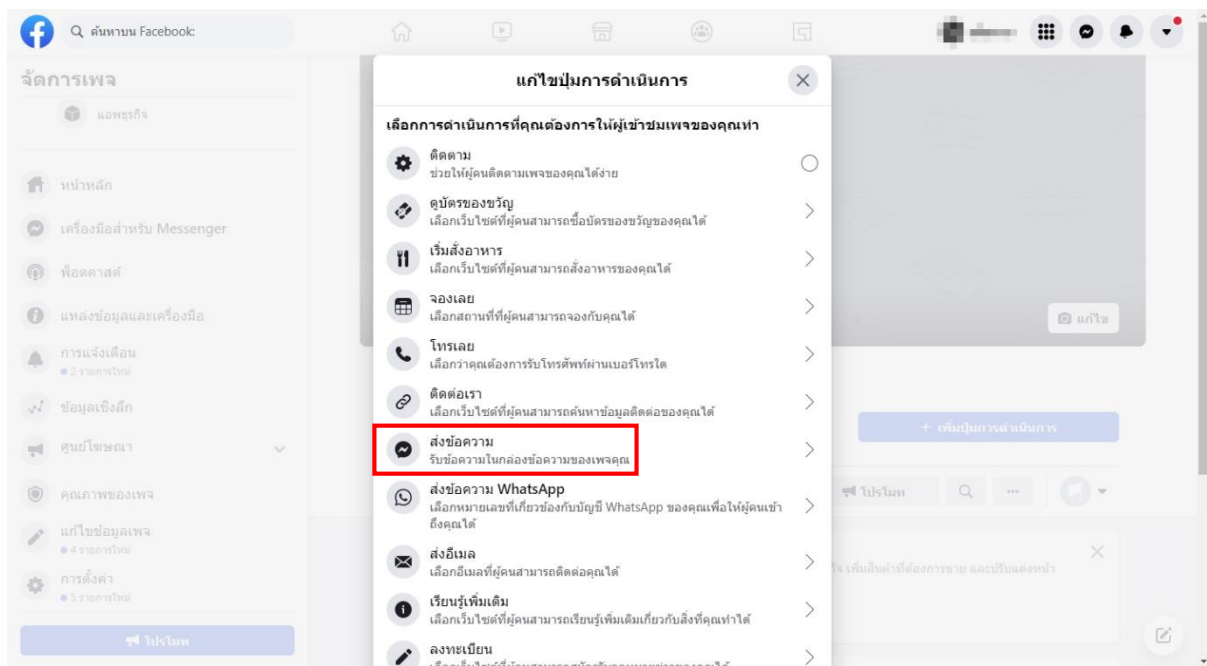
ไม่ระบุ  
เลือกตัวเลือกนี้ถ้าคุณไม่ต้องการระบุช่วงราคา

ระบุไม่ได้  
ระบุช่วงราคาไม่ได้

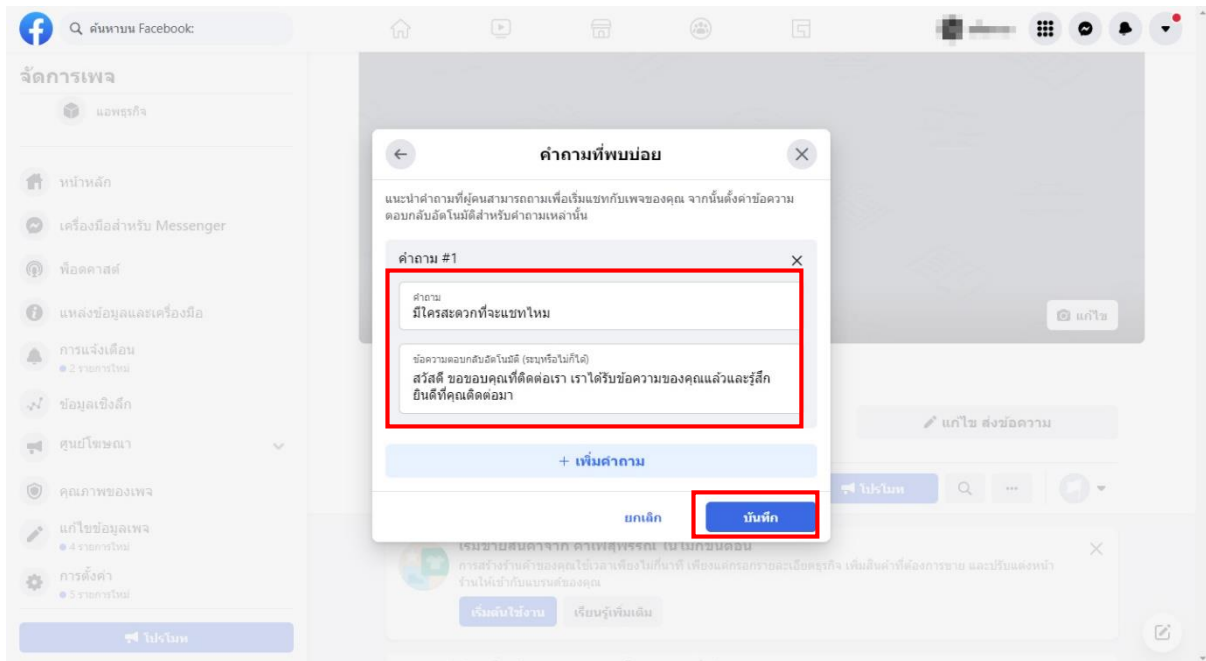
## 5. กดปุ่ม + เพิ่มปุ่มการดำเนินการ เพื่อสร้างปุ่ม Inbox



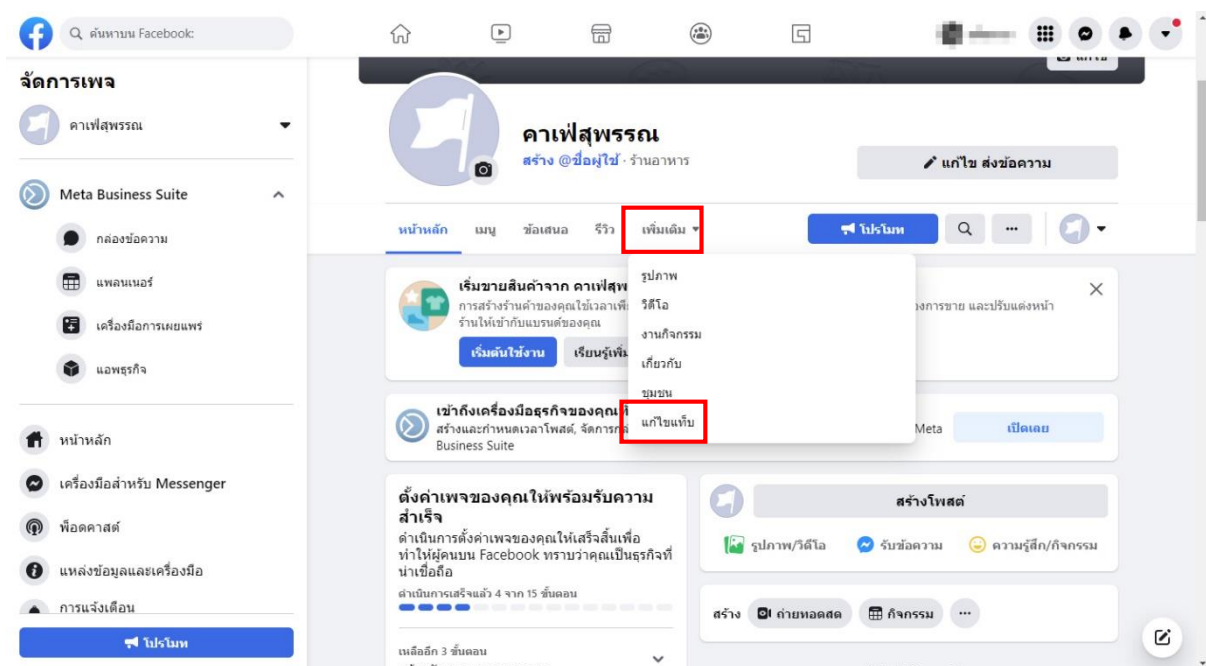
## 6. เลือกส่งข้อความ



## 7. ส่วนนี้สามารถตั้งคำถามอัตโนมัติให้กับลูกค้าได้ที่ช่องคำถาม แล้วกดปุ่มบันทึก



## 8. เลือกเพิ่มเติม แล้วเลือกแก้ไขแท็บ เพื่อทำการตั้งค่าแท็บของเพจ







## ตั้งค่าแท็บที่ต้องการแสดงของเพจ

ปรับเปลี่ยนแท็บที่ต้องการแสดงของเพจ โดยการเลื่อนแถบเปิด/ปิด และสามารถจัดลำดับแท็บที่ต้องการแสดงก่อนหลังได้ โดยการคลิกที่สัญลักษณ์จุดแล้วลากขึ้นหรือลง

### เทมเพลต


เลือกเทมเพลตที่มีปุ่มและแท็บเริ่มต้นที่ออกแบบมาเพื่อช่วยสนับสนุนเพจของคุณ





















 เทมเพลตปัจจุบัน  
ร้านอาหารและคาเฟ่ 

### แท็บ

ช่วยให้ผู้เข้าชมเพจพบสิ่งที่กำลังมองหาได้อย่างรวดเร็ว

คลิกและลากชื่อแท็บเพื่อเรียงลำดับใหม่ ลำดับของแท็บยังเป็นตัวกำหนดลำดับของส่วนที่ผู้คนจะเห็นที่ด้านบนสุดของเพจอีกด้วย

 **หน้าหลัก**  
หน้าหลักสำหรับเพจ Facebook ของคุณ

-  **เมนู**  
ให้คุณได้มีพื้นที่สำหรับจัดวางเมนูของคุณให้เด่นขึ้น 
-  **ข้อเสนอ**  
ระบุข้อเสนอล่าสุดของธุรกิจของคุณ 
-  **รีวิว**  
จัดแสดงคำวิจารณ์บนเพจของคุณและอนุญาตให้คนเขียน... 
-  **รูปภาพ**  
แสดงรูปภาพที่คุณได้อัปโหลดบนเพจของคุณ
-  **วิดีโอ**  
แสดงวิดีโอที่คุณอัปโหลดไว้บนเพจของคุณ
-  **งานกิจกรรม**  
แสดงงานกิจกรรมที่กำลังจะมาถึง 
-  **เกี่ยวกับ**  
ให้ข้อมูลโดยรวมเกี่ยวกับเพจของคุณ
-  **ชุมชน**  
แสดงโพสต์ของเพื่อนและโพสต์สาธารณะเกี่ยวกับเพจของคุณ
-  **บริการ**  
ให้คุณมีพื้นที่สำหรับเน้นบริการที่คุณต้องการนำเสนอ 
-  **ร้านค้า**  
แสดงสินค้าที่คุณต้องการแนะนำ 
-  **กลุ่ม**  
แสดงกลุ่มที่คุณได้ลิงก์กับเพจนี้ 
-  **Live**  
แสดงวิดีโอถ่ายทอดสดเกี่ยวกับเพจของคุณ 

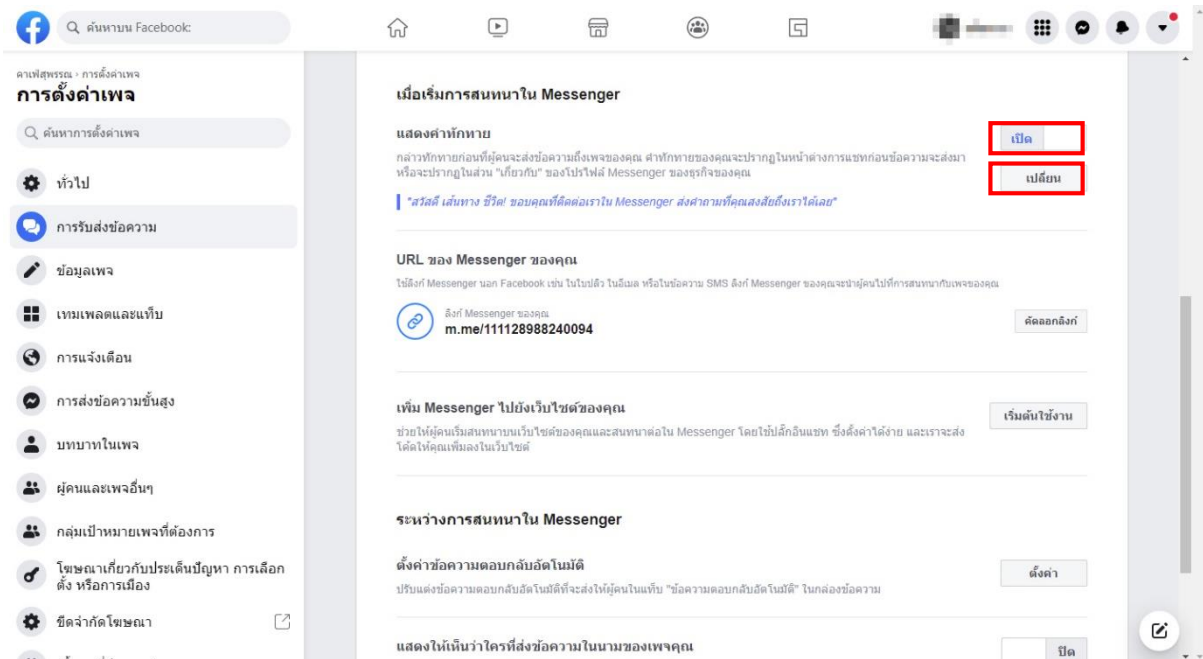
## 9. เลือกการตั้งค่า แถบซ้ายด้านล่าง

The screenshot shows the Facebook mobile app interface. On the left, the 'จัดการเพจ' (Manage Page) menu is visible. The 'การตั้งค่า' (Settings) option, represented by a gear icon, is highlighted with a red box. Other options in the menu include แอปธุรกิจ, หน้าหลัก, เครื่องมือสำหรับ Messenger, ทีดคาสต์, แหล่งข้อมูลและเครื่องมือ, การแจ้งเตือน, ข้อมูลเชิงลึก, ศูนย์โฆษณา, คุณภาพของเพจ, แก้ไขข้อมูลเพจ, and การตั้งค่า. The main content area shows the profile of 'คาเฟ่สุพรรณ' (Cafe Suphann) with a notification banner about a new feature.

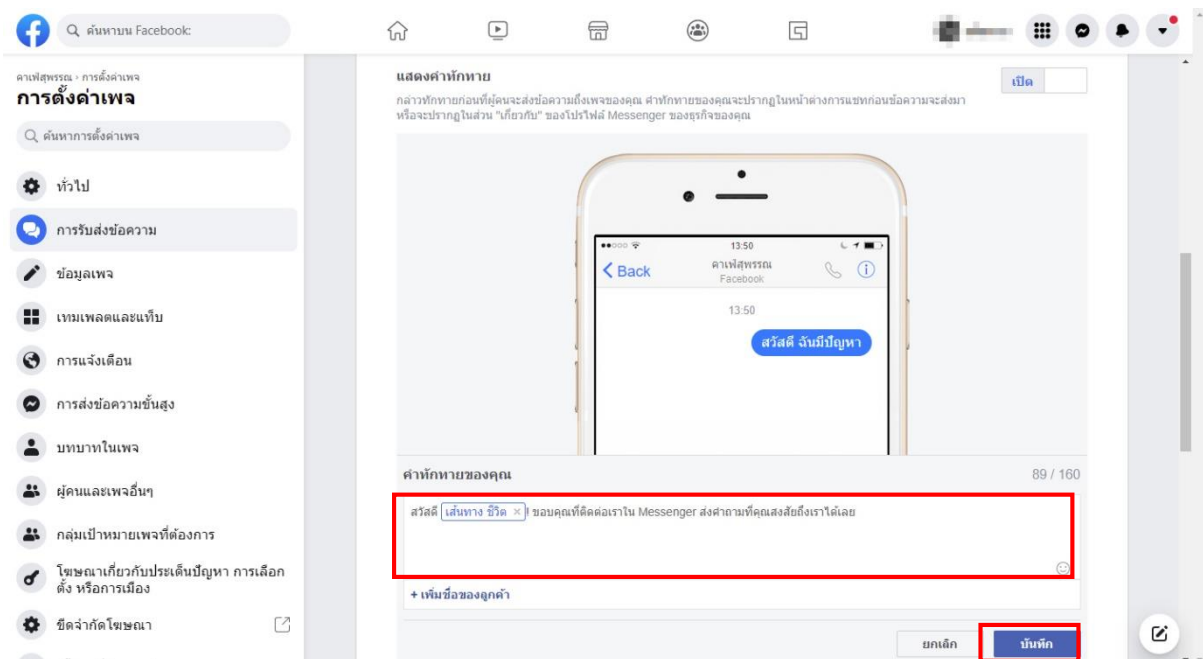
## 10. เลือกการรับส่งข้อความ

The screenshot shows the 'การตั้งค่าเพจ' (Page Settings) screen in the Facebook mobile app. The 'การรับส่งข้อความ' (Message Settings) option is highlighted with a red box. The screen displays various settings for the page, including 'การแสดงผลเพจ', 'โพสต์จากผู้เข้าชม', 'กลุ่มเป้าหมายของโพสต์และการแสดงโพสต์', 'คำบรรยายและซันไต์เด็ค', 'การแชร์โพสต์และสตอรี่', 'ข้อความ', 'ความสามารถในการแท็ก', 'การแท็กเพจโดยคนอื่น ๆ', 'การจำกัดประเทศ', 'การจำกัดอายุ', 'การควบคุมดูแลเนื้อหา', 'ตัวกรองคำหยาบคาย', 'การแนะนำเพจที่คล้ายกัน', 'การอัปเดตข้อมูลของเพจ', 'โพสต์ตามภาษา', and 'แปลอัตโนมัติ'. Each setting has a brief description and a 'แก้ไข' (Edit) button.

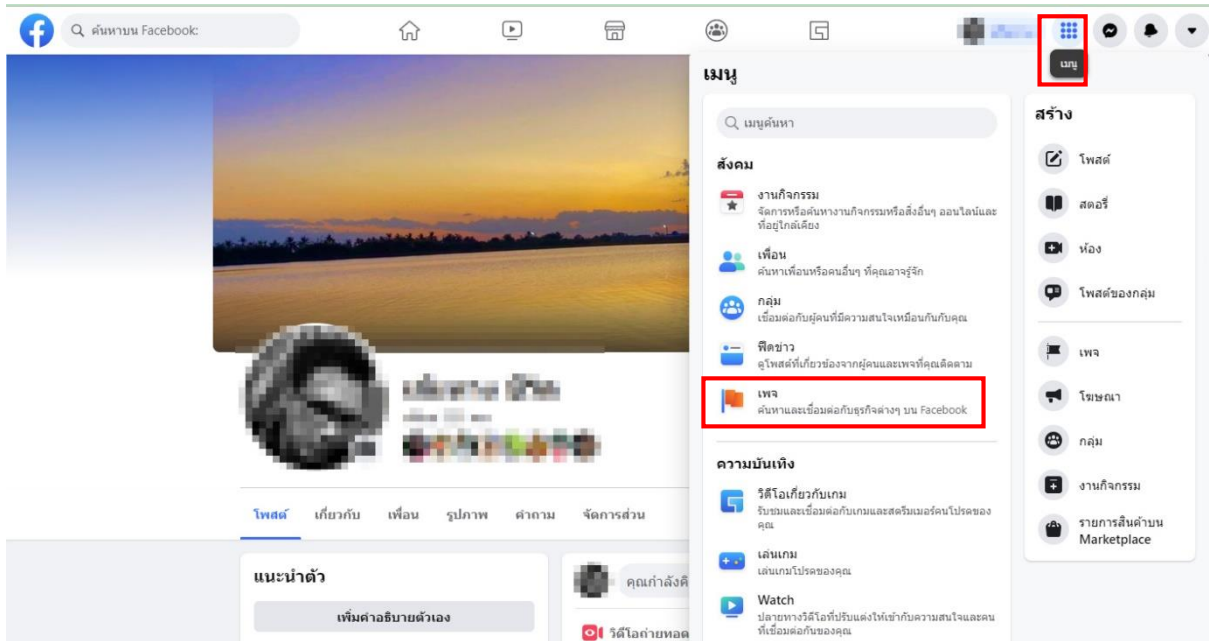
## 11. ตั้งค่าสถานะเปิด/ปิดคำกล่าวทักทายโดยการเลื่อนแถบเปิด/ปิด และสามารถเปลี่ยนแปลงข้อความคำกล่าวทักทายโดยการเลือกที่เปลี่ยน



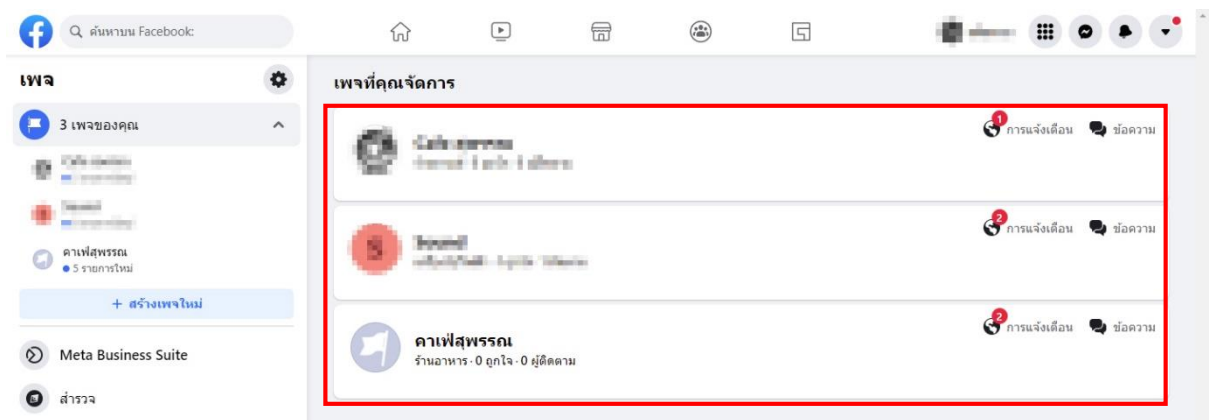
## 12. ทำการเปลี่ยนแปลงข้อความคำกล่าวทักทาย และกดปุ่มบันทึก เป็นอันเสร็จสิ้นการขั้นตอนสร้างเพจ Facebook เบื้องต้น



13. หากต้องการแก้ไขเพจที่สร้างไว้ในครั้งถัดไป ทำได้โดยหลังจากที่ Login Facebook เรียบร้อยแล้ว ให้เลือกที่เมนู แล้วเลือกที่เพจ



14. จะได้ภาพเพจคุณจัดการดังภาพ



## การยิง Facebook Ads เพื่อประชาสัมพันธ์

### Facebook Ads Manager คืออะไร

Facebook Ads Manager คือ เครื่องมือที่ใช้สำหรับจัดการโฆษณาต่าง ๆ ของเพจ (ทั้ง Facebook และ Instagram) ที่ทำได้ทั้งสร้าง โปรโมต ประชาสัมพันธ์ วิเคราะห์ และกำหนดงบประมาณในการโฆษณาได้ในทีเดียว

### Facebook Ads Manager ดียังไง

#### 1. ใช้สร้างโฆษณา

- เลือกจุดประสงค์ของโฆษณา (Objectives)
- สร้างแคมเปญโฆษณา (Campaigns)
- สร้างกลุ่มโฆษณา (Ad Sets)
- สร้างโฆษณา (Ads)

#### 2. ใช้จัดการโฆษณา

- กำหนดงบประมาณสำหรับโฆษณา
- ตั้งค่าวิธีการชำระเงิน
- กำหนดสิทธิ์ให้บุคคลอื่นเข้ามาดูแล จัดการโฆษณา

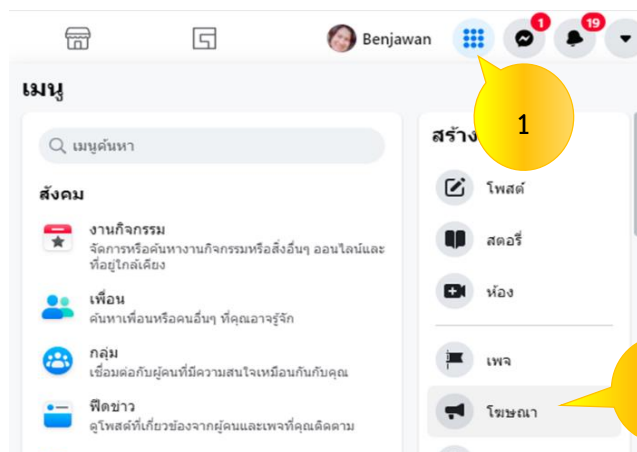
#### 3. ใช้วิเคราะห์โฆษณา

- ช่วยในการติดตามผลลัพธ์และประสิทธิภาพของโฆษณาที่เรายิงไปแล้ว
- สามารถใช้วิเคราะห์ข้อมูล A/B Testing
- ช่วยในการ Optimize แคมเปญโฆษณา

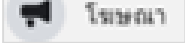
### วิธีเปิดใช้งาน Facebook Ads Manager

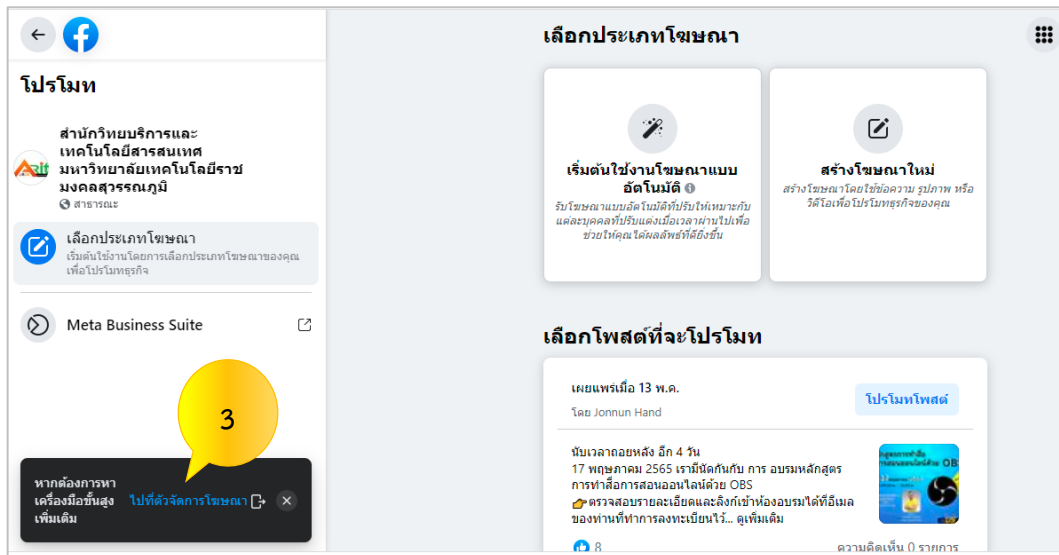
การตั้งค่าสำหรับลงโฆษณาบน Facebook ประกอบด้วย 2 ส่วนหลักๆ คือ 1. เข้าไปที่ <https://www.facebook.com/adsmanager> หรือ กดเข้าไปในปุ่ม Ads Manager ของ Facebook

Business Manager ไปที่ 1)  2) คลิกที่โฆษณา  3) 

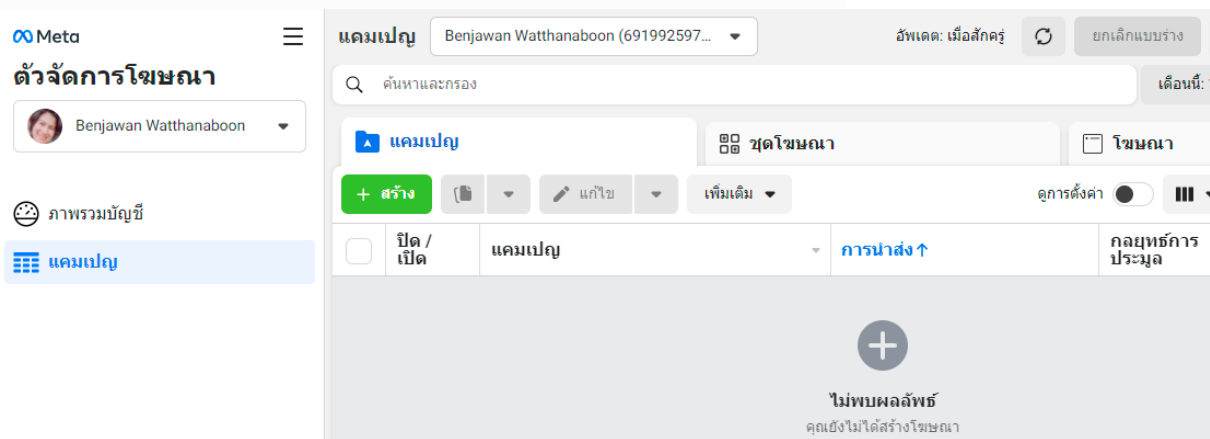


กรณีที่สร้างโฆษณาเป็นครั้งแรก

ถ้าเคยสร้างแล้ว คลิกที่  โฆษณา จะเข้าสู่หน้าจอสร้างโฆษณาของ Facebook Ads Manager ได้เลย

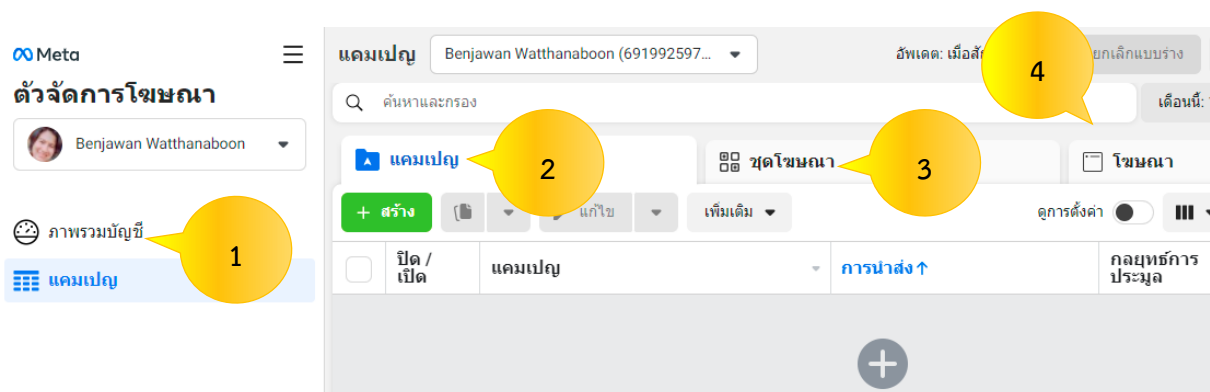


#### 4) เมื่อเข้ามาแล้วจะเจอกับหน้าของ Facebook Ads Manager



#### เครื่องมือในการจัดการโฆษณา Facebook Ads Manager

Facebook Ads Manager คือเครื่องมือที่สำคัญในการยิงโฆษณา Facebook Ads ที่เหมาะสมสำหรับทุกธุรกิจ โดยเครื่องมือนี้เปิดโอกาสให้เราสามารถ สร้าง ปรับแต่ง จัดการ และวิเคราะห์ผลลัพธ์การยิงโฆษณา Facebook Ads ได้ภายในที่เดียว และนอกจากนี้ Facebook Ads Manager สามารถใช้ร่วมกับบัญชีโฆษณาหลายอันได้อีกด้วย โดย Facebook Ads Manager จะมีองค์ประกอบหลัก ๆ 4 หมวดดังนี้ 1) ภาพรวมบัญชี 2) แคมเปญ 3) ชุดโฆษณา 4) โฆษณา





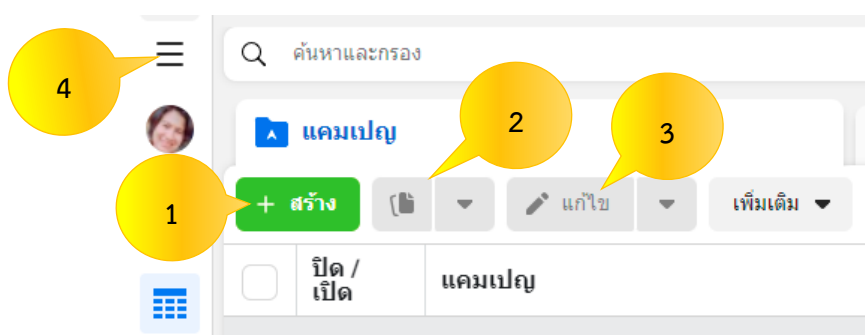
## 1. ภาพรวมบัญชี

ภาพรวมบัญชีโฆษณา มีหน้าที่สรุปสิ่งสำคัญต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับบัญชีโฆษณา Facebook Ads นั้น ๆ ในหน้าเดียว เช่น จำนวนการเข้าถึงของโฆษณา หรือ ราคาที่เราจ่ายไปทั้งหมด เป็นต้น



ทั้งนี้สำหรับการสร้างบัญชีโฆษณาสามารถสร้างได้ใน Facebook Business Manager โดยการสมัคร เราจะต้องกรอกข้อมูลต่าง ๆ อย่าง ชื่อบัญชี โชนเวลา และ สกุลเงินที่จะใช้

## 2. Campaign แคมเปญ



เราสามารถดูผลลัพธ์ และจัดการแคมเปญโฆษณา Facebook Ads ต่าง ๆ ได้ในหน้า Campaign ของ Facebook Ads Manager เช่น

- 1) Create Campaign : สร้างแคมเปญโฆษณา Facebook Ads ใหม่
- 2) Duplicate Existing Campaign : สร้างแคมเปญโฆษณา Facebook Ads ซ้ำ
- 3) Edit : ปรับแต่ง และ

4) อัปเดตแคมเปญต่าง ๆ เช่น ลิมิตการจ่ายเงินสำหรับ Facebook Ads เป็นต้น Insight : ดูข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับแคมเปญ Facebook Ads นั้น ๆ Export and Share : เราสามารถดึงข้อมูลแคมเปญ Facebook Ads ออกมาเป็น Excel ได้

### 3. Ad Sets ชุดโฆษณา

หน้าชุดโฆษณา (Ad sets) เป็นหน้ารวมทุกชุดโฆษณาที่เราเคยสร้างไว้เราสามารถดูผลลัพธ์ และจัดการชุดโฆษณา Facebook Ads ต่าง ๆ ได้ในหน้า Ad Sets ของ Facebook Ads Manager ซึ่งจะตัวเลือกจะคล้ายกันกับหน้า Campaign

### 4. หน้าโฆษณา (Ads)


เป็นหน้ารวมทุกโฆษณาที่เราเคยสร้างไว้

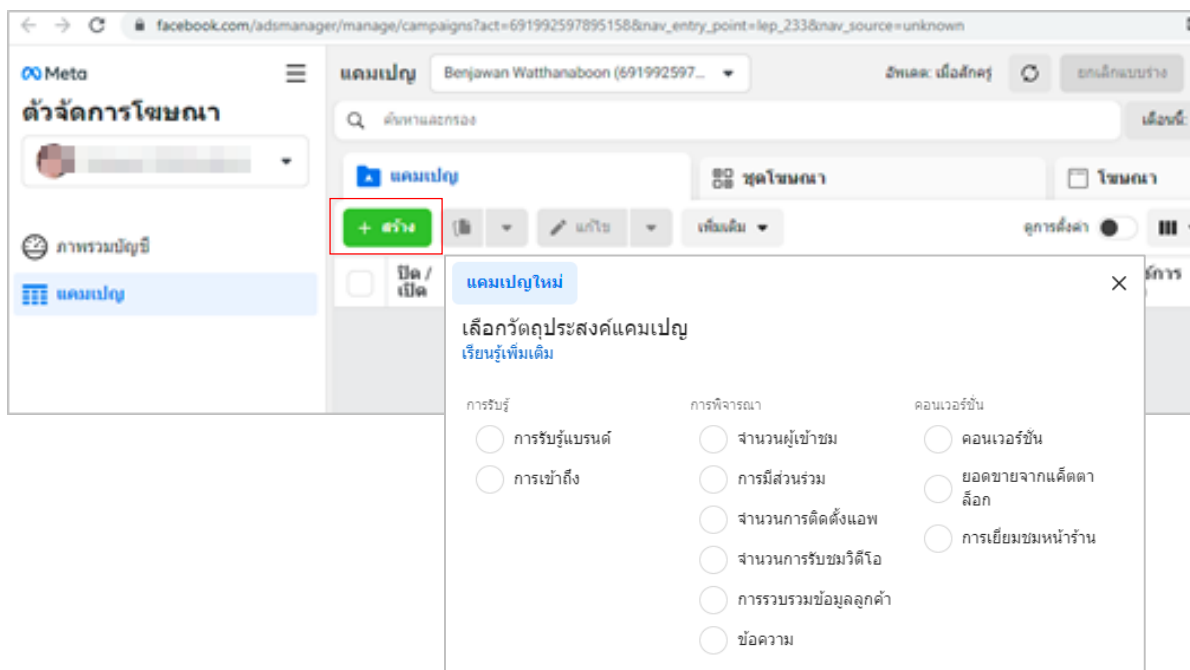
## วิธีลงโฆษณา Facebook Ads ในคอมพิวเตอร์ (ด้วยเครื่องมือ Facebook Ads Manager)

### 1. เตรียมคอนเทนต์ รูปภาพหรือวิดีโอ ทำการโพสต์ลงในเพจของเราก่อน

เตรียมคอนเทนต์ รูปภาพ หรือวิดีโอ ทำการโพสต์ลงในเพจของเราก่อน เพื่อให้เกิดการเคลื่อนไหวบ้างก่อน และนอกจากนี้เราสามารถยิงโฆษณา Facebook Ads ด้วยโพสต์ที่เราเคยทำได้ด้วย

### 2. สร้าง Campaign สำหรับการทำให้ Facebook Ads ขึ้นมา

สำหรับการสร้างแคมเปญนั้นก็เหมือนกับเป็นฐานของการทำโฆษณา โดยพื้นฐานแล้วหากเราต้องการทำโฆษณาเราก็จะต้องเริ่มด้วยแคมเปญเสมอคล้าย ๆ กับเป็นแกนหลักของการที่เราทำโฆษณาชุดนี้ไปเพื่ออะไร เช่น ลดราคาสินค้า ต้องการข้อมูลลูกค้า เป็นต้น โดยคลิกที่ปุ่มสร้าง 



### 3. เข้าใจกับกลุ่มวัตถุประสงค์ของ Facebook เบื้องต้น

การทำโฆษณาบน Facebook จำเป็นจะต้องเลือกวัตถุประสงค์ในการยิงแอด Facebook ด้วยทุกครั้ง เพื่อให้ Facebook เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ตรงกับวัตถุประสงค์เราได้อย่างแม่นยำมากยิ่งขึ้น โดยวัตถุประสงค์ของ Facebook Ads ที่มีใน Facebook Ads Manager แบ่งเป็น 3 หัวข้อหลัก ได้แก่

#### 1. การรับรู้ (Awareness)

- การรับรู้แบรนด์ (Brand Awareness) คือ การเพิ่มการรับรู้ ให้แบรนด์ของเราเป็นที่รู้จักแพร่หลายมากขึ้น เราจะนำเสนอไปหาคนที่ได้มากที่สุดจนกลุ่มเป้าหมายสามารถจำแบรนด์เราได้
- การเข้าถึง (Reach) คือ เป้าหมายในการแสดงโฆษณาให้ได้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ โดยจะแสดงให้เห็นแค่กลุ่มคนที่เรากำหนดไว้เป็นกลุ่มเป้าหมาย เราต้องการการยิงโฆษณาไปหาคน ๆ หนึ่งโดยที่เราจะกำหนดความถี่ได้ด้วยว่าจะให้คน ๆ หนึ่งเห็นได้วันละกี่รอบ

#### 2. การพิจารณา (Consideration)

- ยอดเข้าชมเว็บไซต์ (Traffic) คือ เป้าหมายในการเพิ่มยอดผู้เข้าชมเว็บไซต์ ที่เราได้ระบุ URL เอาไว้ เช่น บล็อก หรือ หน้าเว็บไซต์ขายสินค้า ถ้าใครทำการตลาดออนไลน์ด้วยการทำเว็บไซต์เราสามารถส่งเป้าหมายไปดูเว็บไซต์เราเพื่อดูรายละเอียดเว็บไซต์ของเรา
- การมีส่วนร่วม (Engagement) คือ เป้าหมายในการเพิ่มการมีส่วนร่วมของผู้ที่พบเห็นโฆษณา ซึ่งผลลัพธ์ส่วนใหญ่ที่ได้มาจะเป็น การกดไลก์ คอมเมนต์ หรือกดแชร์
- การติดตั้งแอปฯ (App Installation) คือ เป้าหมายในการเพิ่มยอดการติดตั้งแอปพลิเคชัน ถ้าใครเป็นโปรแกรมเมอร์หรือมีแอปพลิเคชัน และต้องการจะโปรโมทให้คนมาติดตั้งแอปพลิเคชันได้มากขึ้นก็สามารถทำได้เช่นกัน
- ยอดการชมวิดีโอ (Video View) คือ เป้าหมายในการเพิ่มยอดเข้าชมวิดีโอที่เราได้ทำการโพสต์ไว้ สำหรับเป้าหมายที่มีโอกาสกดดูสูงการพิจารณา (Conversion) ยกตัวอย่างเช่น เราสร้างคลิปวิดีโอตัวหนึ่งแล้วเราต้องการจะยิงแอดให้ระบบ facebook หาคนที่มีโอกาสดูวิดีโอเราได้มากที่สุด
- การรวบรวมข้อมูลลูกค้า (Lead Generation) คือ เป้าหมายในการเก็บข้อมูลของผู้ใช้ที่มีโอกาสเป็นไปได้ในการกลายเป็นลูกค้าสูง เช่น การยิงโฆษณา Facebook Ads เพื่อให้เกิดการลงทะเบียนกรอกแบบฟอร์ม เหมาะสำหรับธุรกิจด้านรถ โชว์รูมรถยนต์ คอร์สสัมมนา ประกันชีวิต หรือสินค้าที่มีราคาสูงพวกนี้ต้องการเก็บหมายเลขโทรศัพท์ลูกค้าก่อน เมื่อมีลูกค้ากรอกชื่อหมายเลขโทรศัพท์มาเราจึงส่งทีมขายไปปิดการขายได้
- ข้อความ (Message) คือ เป้าหมายในการกระตุ้นให้เกิดการส่งข้อความเข้ามาถามรายละเอียดต่าง ๆ ของสินค้าและบริการ ซึ่งเป็นวัตถุประสงค์ยอดที่นิยมที่สุด ข้อความคือการยิงโฆษณาหาคนที่มีโอกาสทักแชทเข้ามาหาเราให้มากที่สุด นั่นก็คือส่งสินค้าผ่านการแชทนั่นเอง

### 3. คอนเวอร์ชัน (Conversions)

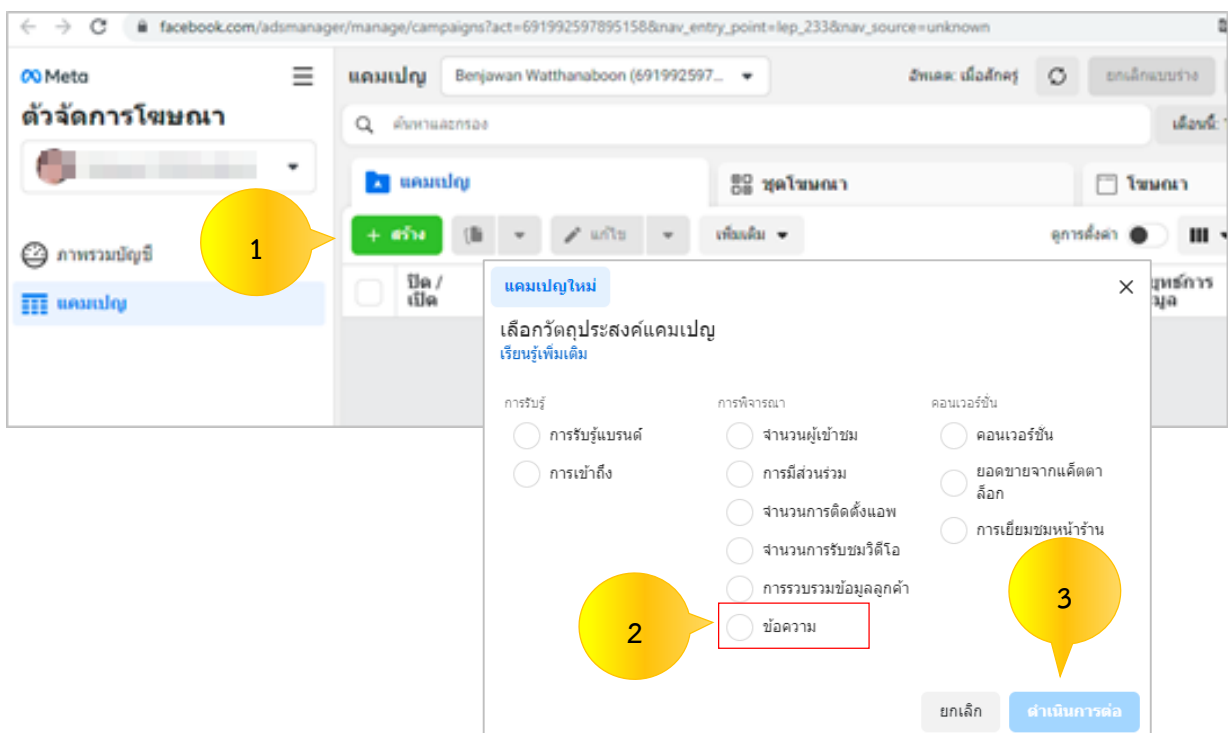
- คอนเวอร์ชัน (Conversions) คือ ทำให้เกิดการดำเนินการที่มีมูลค่าบนเว็บไซต์หรือแอปฯ ของคุณ เช่น เพิ่มข้อมูลการชำระเงินหรือซื้อสินค้า เอาไว้สำหรับยิงโฆษณาให้กับคนที่มีโอกาสซื้อสินค้าได้มากที่สุด บนเว็บไซต์ หรือแมสเซนเจอร์คืออินบล็อคนั่นเอง

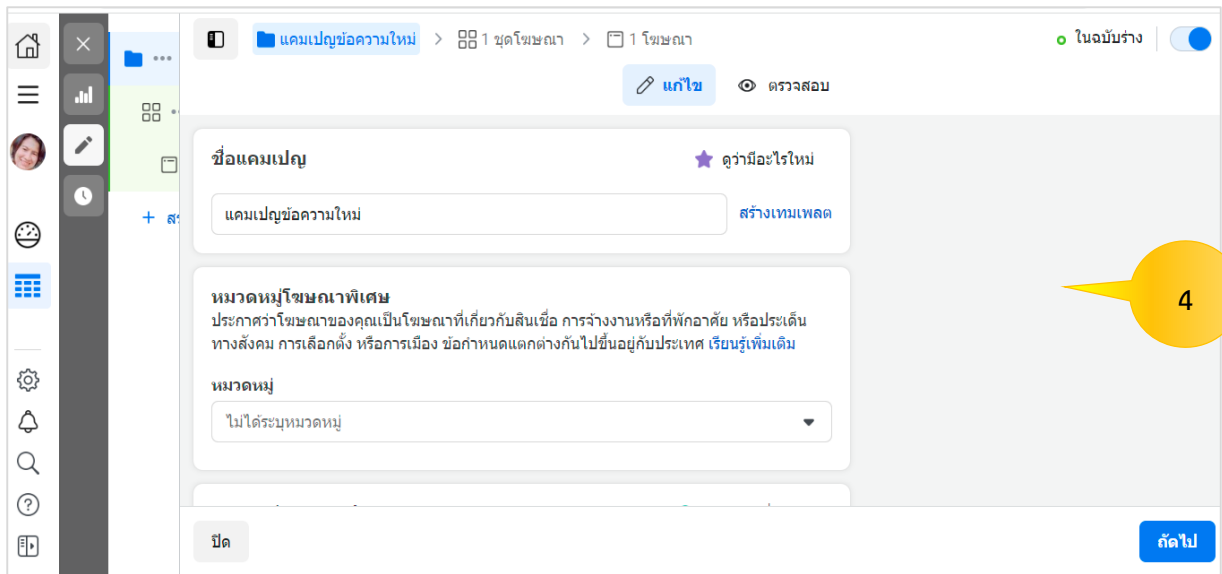
- ยอดขายในแคตตาล็อก (Catalogue Sales) คือ การสร้างโฆษณาที่แสดงสินค้าจากแคตตาล็อกสินค้า เป็นวิธีการยิงโฆษณาที่เหมาะสมกับคนที่มีความสนใจหลายไทด์ ตัวอย่างเช่น มีหลายแบบ หลายสี หลายไซส์ อย่างเช่น บางคนจะเคยเห็นแบบว่าพอเราคลิกเลือกไปในหน้าการจองโรงแรมเป็นแอทโรว์เป็นแบบสไลด์โชว์ นี่ก็คือการยิงแอทโรว์แบบแคตตาล็อก

- การเยี่ยมชมหน้าร้าน (Store Visits) แสดงตำแหน่งที่ตั้งของร้าน เพื่อโปรโมทธุรกิจกับคนที่อยู่ใกล้เคียง หมายถึงถ้าเราเปิดร้านคาเฟ่อยู่ ต้องการยิงโฆษณาบน facebook และให้ลูกค้าไปในแต่ละสาขา สามารถเลือกวัตถุประสงค์นี้ได้ค่ะ

### 4. เลือกวัตถุประสงค์ในการทำโฆษณา

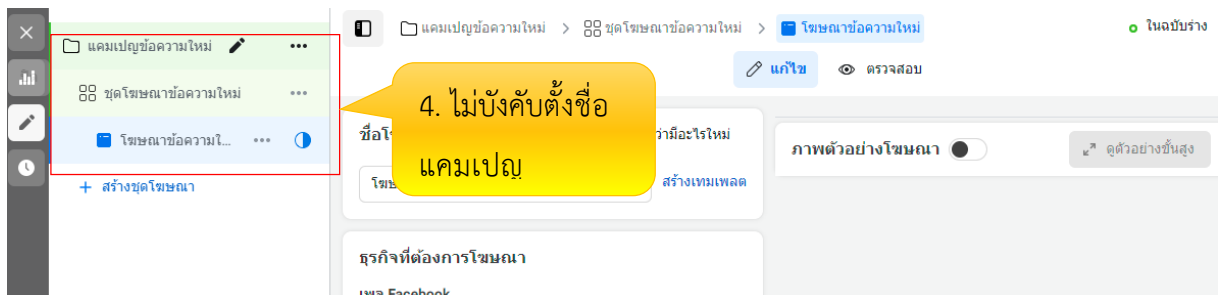
เมื่อเข้าใจวัตถุประสงค์แต่ละตัวที่ Facebook ได้มีมาให้ ก็เลือกวัตถุประสงค์ตามที่เราได้วางเอาไว้ได้เลย เช่น หากเราต้องการยอดไลค์ แชร์ คอมเมนต์โพสต์หรือเพจก็ให้เลือกที่ “การมีส่วนร่วม” หรือหากต้องการให้ลูกค้าแชทเข้ามาก็เลือกที่ “ข้อความ” โดย 1) คลิกที่ปุ่มสร้าง **+ สร้าง** 2) คลิกข้อความ 3) จะมีหน้าจอใหม่ขึ้นมาให้คลิกที่ดำเนินการต่อ 4) ได้หน้าจอการสร้างโฆษณาด้วยจุดประสงค์ข้อความ





## 5. ตั้งชื่อแคมเปญ

5.1 ในการตั้งชื่อแคมเปญ เราควรที่จะตั้งชื่อแบบที่เราเข้าใจ และสามารถค้นหาได้ง่าย โดยควรตั้งให้รู้เรื่องเข้าใจตั้งแต่ครั้งแรกที่เราทำโฆษณา เมื่อเราทำโฆษณาอย่างต่อเนื่องแล้ว เราก็สามารถค้นหาโฆษณาตัวดังกล่าวย้อนหลังได้ง่ายจากฟังก์ชัน Search และ Filter ของ Facebook



การตั้งชื่อแคมเปญที่ดีอาจจะต้องทำให้เป็นรูปแบบที่เราเข้าใจ มองเห็นแล้วเรารู้ทันทีว่าโฆษณาตัวนี้คือสินค้าอะไร ยิ่งไปรูปแบบไหน เพื่อที่จะง่ายต่อการค้นหา ตัวอย่างการตั้งชื่อโฆษณา เช่น

วันที่ 01/01/64 – ยาลดน้ำหนัก – Awareness  
 01 – 05 มกราคม 64 – รองเท้าวิ่งยี่ห้อสบายเท้ารุ่น A01 – ราคา 550 – ข้อความ  
 คนเข้าเว็บไซต์ – ABC.com – มีส่วนร่วมในช่องทาง Facebook, IG

### เทคนิคการตั้งชื่อแคมเปญ

ในแคมเปญนั้นก็จะมีหมวดย่อย ๆ ลงมาอีกนั่นก็คือ

1. แคมเปญ คลิก 1 ครั้งที่แคมเปญข้อความใหม่ จะมีกล่องข้อความให้กรอกตั้งภาพขวาน้ำถัดไป
2. ชุดโฆษณา คลิก 1 ครั้งที่ชุดโฆษณาข้อความใหม่ จะมีกล่องข้อความให้กรอกตั้งภาพขวาน้ำถัดไป
3. โฆษณา คลิก 1 ครั้งที่โฆษณาข้อความใหม่ จะมีกล่องข้อความให้กรอกตั้งภาพขวาน้ำถัดไป

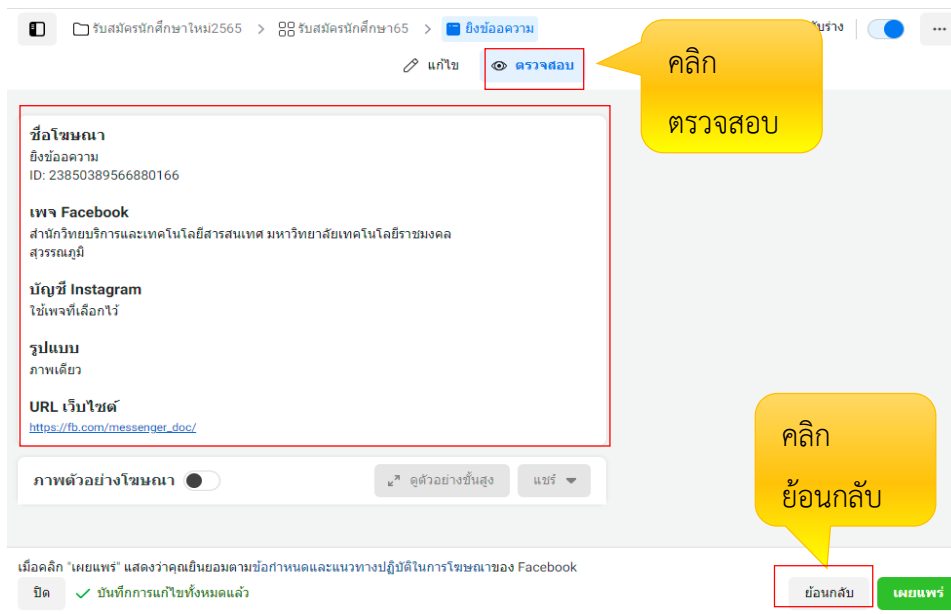
ให้เราใส่ชื่อต่าง ๆ ลงในแต่ละชุดแคมเปญให้เรียบร้อยและกดถัดไปได้เลย



หลังจากที่ได้ตั้งค่าการสร้างชุดแคมเปญโฆษณาแล้ว Facebook Business Manager ก็จะนำเรามาอีกหน้านึง เมื่อถึงหน้านี้แล้วก็สามารถตั้งค่าตามลำดับและตามความเหมาะสมของแต่ละธุรกิจได้เลย

## 5.2 ตรวจสอบชุดแคมเปญเบื้องต้น

คลิกที่ปุ่มตรวจสอบ ได้ข้อความดังกรอบสี่เหลี่ยม จากนั้นให้คลิกปุ่มย้อนกลับ เพื่อออกจากการตรวจสอบ



## 5.3 หมวดหมู่โฆษณาพิเศษ

หากโฆษณาของคุณเกี่ยวกับประเด็นทางสังคม การเลือกตั้งหรือการเมือง จะต้องกดเปิดหมวดหมู่โฆษณาพิเศษเพื่อให้ทาง Facebook ได้ตรวจสอบโฆษณาดังกล่าวและไม่ผิดหลักการทำโฆษณาของ Facebook





## 5.4 รายละเอียดแคมเปญ

ตรงนี้ Facebook มีตายตัวอยู่แล้วนั่นก็คือ การประมูลนั่นเอง โดยระบบของ Facebook จะเป็นผู้ที่กำหนดการมองเห็นของโฆษณาชั้น ๆ ให้ ส่วนวัตถุประสงค์แคมเปญ หากเปลี่ยนใจจะ เปลี่ยนวัตถุประสงค์ ก็สามารถแก้ไขใน ขั้นตอนนี้ได้เหมือนกัน

## 5.5 แสดงตัวเลือกเพิ่มเติม

อันนี้เราสามารถกำหนดงบประมาณในการโฆษณาได้ว่าตลอดระยะเวลาแคมเปญทำโฆษณา Facebook Ads เรามิงบไว้ที่เท่าไร อย่างในรูปมิงบ 3,000 บาท ก็ใส่ตามงบที่มีเลย หลังจากตั้งค่าด้านบน เสร็จตามรูปด้านล่างแล้วให้เลื่อนลงมาด้านล่างก็จะเจอหน้าต่างดังต่อไปนี้ สามารถตั้งตามลำดับต่อไปได้เลย

## 5.6 การทดสอบ A/B

เป็นการทดสอบชุดโฆษณาระหว่าง 2 ชุดโฆษณา สำหรับมือใหม่อาจจะยังไม่ต้องทดสอบ เพราะ ในนี้มีรายละเอียดค่อนข้างเยอะพอสมควร มีชุดโฆษณาเดียวไม่ต้องเลือก

## 5.7 การปรับให้เหมาะสมกับงบประมาณแคมเปญ

การปรับให้เหมาะสมกับงบประมาณแคมเปญเหมาะที่สุดสำหรับแคมเปญที่มีชุดโฆษณาอย่างน้อย 2 ชุด การปรับให้เหมาะสมกับงบประมาณแคมเปญ (CBO) จะจัดการงบประมาณแคมเปญของคุณสำหรับโฆษณาต่าง ๆ โดยอัตโนมัติเพื่อให้คุณได้รับผลลัพธ์โดยรวมที่ดีที่สุด เมื่อใช้งาน CBO คุณจะสามารถตั้งงบประมาณแคมเปญ กองกลางได้ ซึ่งงบประมาณแคมเปญกองกลางนี้จะกระจายไปยังชุดโฆษณาที่มีโอกาสที่ดีที่สุดอย่างต่อเนื่องใน

แบบเรียลไทม์ได้ตลอดระยะเวลาของแคมเปญ หมายความว่าเงินส่วนนี้จะถูกเกลี่ยให้กับชุดโฆษณาไม่ได้เท่ากัน จะเกลี่ยให้ชุดโฆษณาที่แอดวิ่งเร็วตามอัตราส่วนมากน้อย

การปรับให้เหมาะสมกับงบประมาณแคมเปญ ปิด

การปรับให้เหมาะสมกับงบประมาณของแคมเปญจะกระจายงบประมาณไปยังชุดโฆษณาต่างๆ เพื่อรับผลลัพธ์ที่มากขึ้นตามตัวเลือกการปรับให้เหมาะสมกับการแสดงโฆษณาและกลยุทธ์การประมูล ซึ่งคุณสามารถควบคุมการใช้จ่ายของชุดโฆษณาแต่ละชุดได้ [เรียนรู้เพิ่มเติม](#)

การปรับให้เหมาะสมกับงบประมาณแคมเปญ เปิด

การปรับให้เหมาะสมกับงบประมาณของแคมเปญจะกระจายงบประมาณไปยังชุดโฆษณาต่างๆ เพื่อรับผลลัพธ์ที่มากขึ้นตามตัวเลือกการปรับให้เหมาะสมกับการแสดงโฆษณาและกลยุทธ์การประมูล ซึ่งคุณสามารถควบคุมการใช้จ่ายของชุดโฆษณาแต่ละชุดได้ [เรียนรู้เพิ่มเติม](#)

งบประมาณแคมเปญ

งบประมาณต่อวัน B200.00 THB

จำนวนเงินที่ใช้จ่ายจริงต่อวันอาจแตกต่างไปจากนี้ ⓘ

ตรงจุดนี้เราสามารถกำหนดได้ว่าต้องการให้ชุดโฆษณาใช้เงินต่อวันเป็นจำนวนเท่าไร อย่างเช่นเรามีงบประมาณ 200 บาท ต้องการโฆษณาสัก 2 วัน นำ  $200/2 = 100$  เป็น 100 บาท/วัน เพื่อเหลือเผื่อขาด แต่ตรงนี้จะกำหนดหรือไม่ก็ได้ เพราะในหน้าถัดไปเราก็กำหนดได้เช่นกัน แต่ว่าถ้าเราเปิดงบประมาณแคมเปญ (CBO) ถ้าเราเลือกงบประมาณต่อวันเงินจะถูกเกลี่ยใน 24 ชั่วโมงจนครบวงเงิน

งบประมาณแคมเปญ

งบประมาณต่อวัน B200.00 THB

จำนวนเงินที่ใช้จ่ายจริงต่อวันอาจแตกต่างไปจากนี้ ⓘ

ถ้าเลือกเป็นงบประมาณตลอดการใช้งาน ข้อดีจะแสดงโฆษณาที่เรากำหนดเองได้

งบประมาณแคมเปญ

งบประมาณตลอดอายุการใช้งาน B200.00 THB

## 5.8 กลยุทธ์การประมูลราคาแคมเปญ

กลยุทธ์การประมูลราคาแคมเปญ ตรงจุดนี้หากเป็นมือใหม่ แนะนำให้ใส่ “ต้นทุนต่ำที่สุด” ไปเลย เพราะเดี๋ยว Facebook เค้าจะจัดการงบประมาณของเราให้วิ่งไปหากลุ่มเป้าหมายดีที่สุด ในราคาที่ต่ำที่สุด

กลยุทธ์การประมูลราคาแคมเปญ

ต้นทุนต่ำที่สุด

ต้นทุนต่ำที่สุด  
เพิ่มผลลัพธ์ให้สูงที่สุดสำหรับงบประมาณของคุณ

เพดานราคาประมูล  
ควบคุมราคาประมูลของคุณในการประมูลแต่ละครั้ง

## 5.9 การกำหนดเวลาแสดงโฆษณา

ตรงนี้ปล่อยไปเลยให้แสดงตลอดเวลา เพราะเราไม่สามารถแก้ไขได้ หากต้องการตั้งเป็น เวลา เราอาจจะต้องใช้การเปิด - ปิด เอาเอง เมื่อเราตั้งค่าทุกอย่างเรียบร้อยแล้ว ให้กดถัดไปได้เลย รวมกลุ่มเป้าหมายของสินค้าทุกชนิดไว้ใน E-Book เล่มเดียว ยิ่งแอดได้ตรงกลุ่มเป้าหมายยิ่งขึ้น

### การกำหนดเวลาแสดงโฆษณา

คุณจะเป็นผู้ตั้งค่ากำหนดเวลาเฉพาะในแต่ละชุดโฆษณา

แสดงโฆษณาตามเวลาที่กำหนด

## 6. กำหนดกลุ่มเป้าหมายยิงโฆษณา Facebook Ads

ให้คลิกปุ่มถัดไปเมื่อกำหนดค่าในส่วนแคมเปญแล้ว จะไปสู่หน้าจอข้อที่ 6.1

รับสมัครนักศึกษาใหม่2565 > 1 ชุดโฆษณา > 1 โฆษณา

งบแคมเปญ

งบประมาณตลอดอายุการใช้งาน B200.00 THB

มีการเปลี่ยนชื่อตัวเลือกกลยุทธ์การประมูล

เราได้เปลี่ยนชื่อตัวเลือกกลยุทธ์การประมูลของเรา เพื่อให้เข้าใจและเปรียบเทียบได้ง่ายขึ้น

เรียนรู้เพิ่มเติม

กลยุทธ์การประมูลราคาแคมเปญ

ราคาประมูลสูงสุด

ซ่อนตัวเลือก

การกำหนดเวลาแสดงโฆษณา

คุณจะเป็นผู้ตั้งค่ากำหนดเวลาเฉพาะในแต่ละชุดโฆษณา

แสดงโฆษณาตามเวลาที่กำหนด

ประเภทการนำเสนอ

เร่งความเร็ว

ไปยังงบประมาณของคุณและรับผลลัพธ์ได้อย่างรวดเร็วเท่าที่ทำได้

ปิด  บันทึกการแก้ไขทั้งหมดแล้ว **ถัดไป**

6.1 เข้าสู่หน้าชุดโฆษณา เมื่อเข้าสู่หน้าโฆษณาแล้ว ก็จะเจอกับหน้าดังกล่าวตามรูปด้านล่าง ให้เราเริ่มตั้งค่า “หน้าชุดโฆษณา” ไปที่ละขั้นตอนได้เลย

รับสมัครนักศึกษาใหม่2565 > รับสมัครนักศึกษา65 > 1 โฆษณา

ชื่อชุดโฆษณา

รับสมัครนักศึกษา65 สร้างแบบพลัด

ปลายทาง

ส่งค่าโฆษณาข้อความของคุณและตำแหน่งที่ต้องการให้ผู้คนส่งข้อความถึงคุณ

ประเภทโฆษณา

เลือกประเภทของโฆษณาที่คิดต้องการเผยแพร่ โฆษณาที่คลิกเพื่อส่งข้อความการสนทนาใหม่ ข้อความที่ได้รับการสนทนาจะส่งคนที่เชื่อมต่อกับที่มีโอกาสมีส่วนร่วมอีกครั้ง

คลิกเพื่อส่งข้อความ

แพลตฟอร์มส่งข้อความ

เลือกแพลตฟอร์มที่จะเซทกับคุณได้ เรากำหนดแพลตฟอร์มเริ่มต้นที่จะแสดงโฆษณาของคุณจากแพลตฟอร์มใหม่ที่จะเกิดการสนทนาที่ดีที่สุด

Messenger

WhatsApp

ผลลัพ์ต่อวันโดยประมาณ


การเข้าถึง

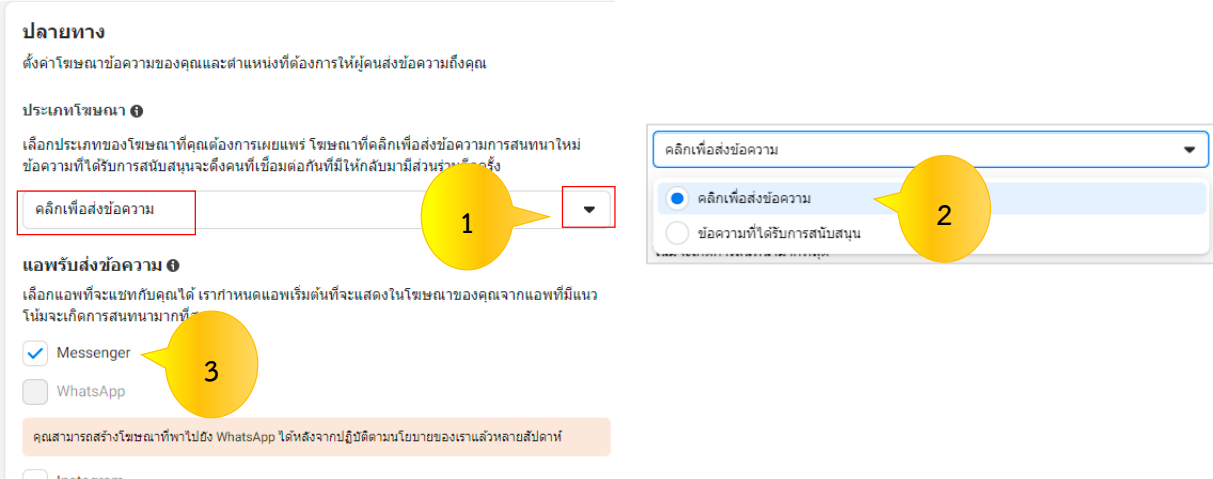
345 - 996

การสนทนา

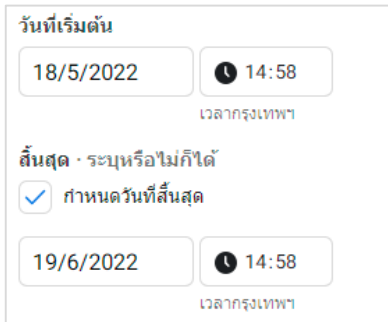
< 10

ปิด  บันทึกการแก้ไขทั้งหมดแล้ว **ถัดไป**

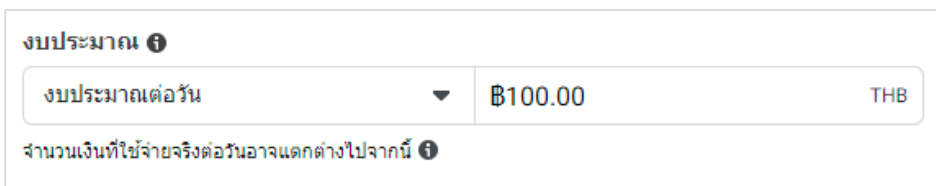
**6.2 กำหนดปลายทางข้อความ** เป็นการเลือกปลายทางของข้อความที่เราต้องการให้ลูกค้าของเราพักแชททางไหน ซึ่งโดยทั่ว ๆ ไปประเภทโฆษณา เลือก 1) คลิกส่งข้อความคลิกที่ปุ่ม  และ 2) เลือก”คลิกเพื่อส่งข้อความ” 3) ส่วนแอฟรับส่งข้อความเลือกเป็น Messenger อยู่แล้ว หากใครมีร้านค้าบน IG ก็สามารถรวมช่องทางการแชทให้อยู่ใน Messenger ได้เลย



**6.3 กำหนดเวลา** ตรงนี้เราสามารถกำหนดได้ว่าจะปล่อยให้โฆษณาเริ่มต้นวันไหนและสิ้นสุดเมื่อไหร่ ถ้าเราต้องการใส่วันสิ้นสุดให้ติ๊กตรงช่องสี่เหลี่ยม แล้วจะมีชุดวันที่กำหนดวันที่สิ้นสุดมาให้อีกชุดหนึ่ง หรือหากเราไม่ต้องการใส่วันสิ้นสุด ก็สามารถปล่อยให้โฆษณา Facebook Ads วิ่งจนครบกำหนดวงเงินของเราได้



**6.4 งบประมาณวงเงินใช้จ่ายของงบโฆษณา** เป็นตัวที่กำหนดวงเงินใช้จ่ายโฆษณาในแต่ละวัน ในช่อง “มูลค่าน้อยสุดต่อวัน” ส่วนตัวจะไม่ค่อยใส่ จะไปเน้นตรงที่ “มูลค่าสูงสุดต่อวัน” ที่เป็นตัวควบคุมการใช้จ่ายงบยิงแอดในแต่ละวันที่เรายิงไป เพื่อไม่ให้เกิดตามที่เรากำหนด อย่างเช่น ไม่อยากให้เกิด 100 บาท



6.5 กลุ่มเป้าหมาย ตรงนี้มือใหม่อาจจะกังวลว่าจะยังไม่ถูกกลุ่ม เลยจะขอแนะนำทริคเล็กๆ ๑ ส่วนตัวของ Marketing In Secret ให้ภายในเนื้อหานี้ โดยไล่ทีละสเต็ปตั้งแต่ช่องแรกของกลุ่มเป้าหมาย คลิกที่ปุ่มแก้ไข

1. กลุ่มเป้าหมายที่กำหนดเอง จะเป็นกลุ่มเป้าหมายที่เราเคยทำโฆษณา Facebook Ads ไปแล้ว และมีการบันทึกกลุ่มเป้าหมายไว้ เราสามารถดึงข้อมูลกลุ่มเป้าหมายเก่ากลับมาใช้ใหม่อีกครั้งได้ แต่สำหรับการยิงครั้งแรก จะไม่มีข้อมูลดังกล่าว ฉะนั้นข้อนี้ข้ามไปเลย ดังนั้นมาสร้างกลุ่มเป้าหมายใหม่โดยคลิกที่ปุ่มแก้ไข

**กลุ่มเป้าหมาย**  
กำหนดว่าคุณต้องการให้ใครเห็นโฆษณาของคุณ [เรียนรู้เพิ่มเติม](#)

**สร้างกลุ่มเป้าหมายใหม่**   ใช้กลุ่มเป้าหมายที่บันทึกไว้ ▾

---

**การตั้งค่า** ✎ แก้ไข

ตำแหน่ง: ไทย  
อายุ: 20 - 65+  
เพศ: ทุกเพศ

หน้าจอสร้างกลุ่มเป้าหมายใหม่การตั้งค่าตำแหน่ง ดังภาพล่าง

**สร้างกลุ่มเป้าหมายใหม่**   ใช้กลุ่มเป้าหมายที่บันทึกไว้ ▾


---

**การตั้งค่า**

ตำแหน่ง

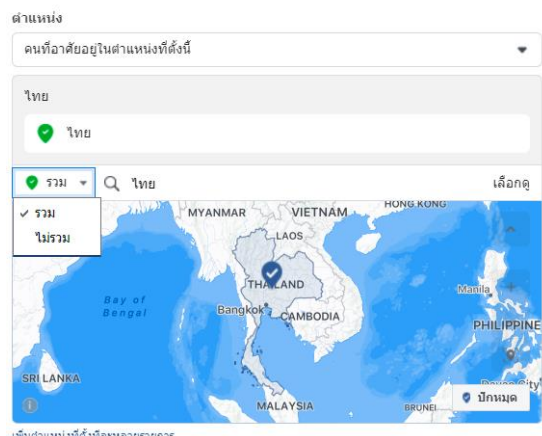
ผู้ที่อาศัยอยู่ในตำแหน่งนี้หรือเคยอยู่ในตำแหน่งนี้เมื่อเร็วๆ นี้ ▾

รวม ▾   🔍 ค้นหาตำแหน่งที่ตั้ง   เลือกดู

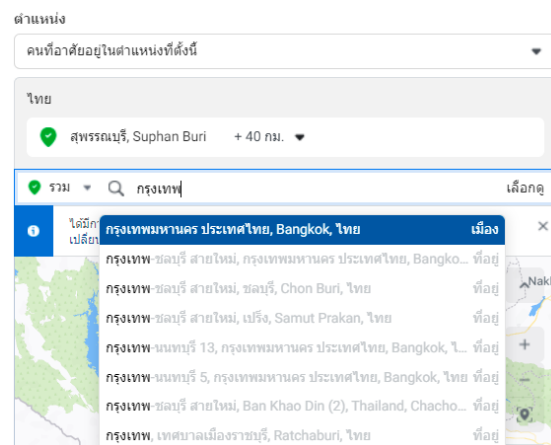


The map displays Southeast Asia and surrounding regions including India, Myanmar, Vietnam, Laos, Thailand, Cambodia, Hong Kong, Philippines, and Sri Lanka. Specific locations like Bangkok, Manila, and Davao City are marked. The Bay of Bengal is also labeled.

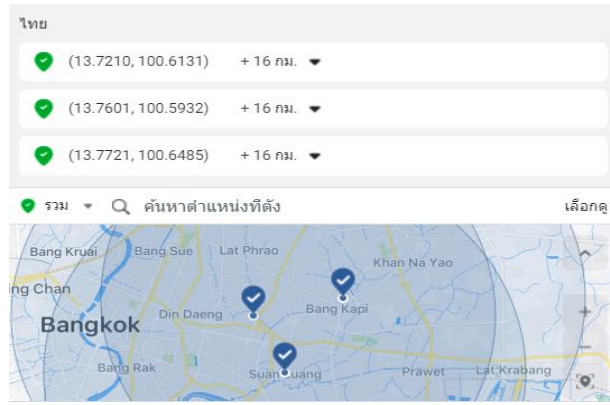
2. ตำแหน่งที่ตั้ง ถ้าเราต้องการยิงโฆษณาแคในประเทศที่เราอาศัยอยู่ก็เลือกตามประเทศนั้น ๆ การเลือกตำแหน่งที่ตั้งโดยการพิมพ์ในตำแหน่งค้นหาตำแหน่งที่ตั้ง คุณสามารถพิมพ์ด้วย ประเทศ, รัฐ/ภูมิภาค, เมือง, รหัสไปรษณีย์, ที่อยู่, DMA หรือ เขตการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร เฉพาะเจาะจงได้ นอกจากนี้ คุณยังสามารถเพิ่มตำแหน่งที่ตั้งทั่วโลกหรือภูมิภาคต่างๆ ได้ด้วย เนื่องจากเรายิงโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับเปิดรับนักศึกษาใหม่ เป้าหมายเลือกประเทศไทย โดยปกติระบบจะเลือกประเทศไทยอัตโนมัติให้ ได้หน้าจอแสดงแผนที่ที่เราเลือกกลุ่มเป้าหมายตำแหน่งที่ตั้งประเทศไทย จะมีเมนูรวมและไม่รวม ดังภาพล่าง



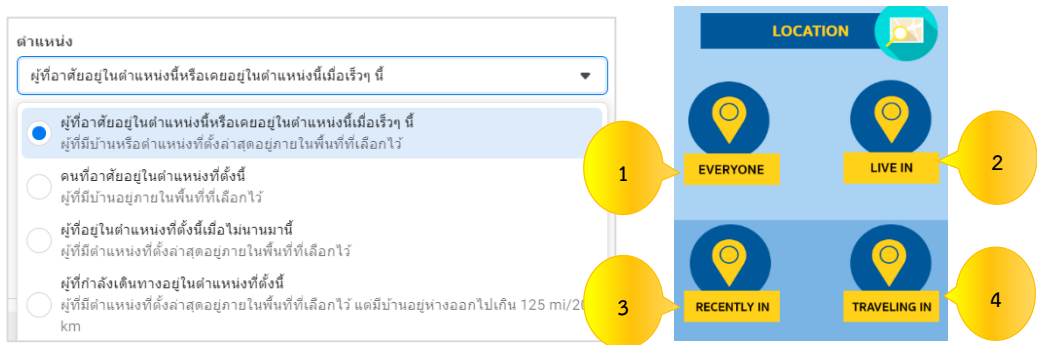
ถ้าต้องการเลือกจังหวัดที่อยู่ในประเทศไทยสามารถทำได้ เช่น ต้องการตำแหน่งจังหวัด กรุงเทพมหานคร ให้พิมพ์ตำแหน่งที่ตั้งว่า กรุงเทพ ในช่อง  และเลือกข้อความดรอปดาวน์บรรทัดแรก คือ กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย, Bangkok, ไทย ดังภาพล่าง



ได้ภาพตำแหน่งพื้นที่ “กรุงเทพมหานคร” และเราสามารถเลือกปิดหมุดพื้นที่ให้แคบลงเพื่อให้ได้กลุ่มเป้าหมายที่แม่นยำ เลือกเขตที่เราต้องการปิดหมุด โดยการเลือกปิดหมุดแต่ละครั้งต้องคลิกที่ปุ่ม  ก่อนแล้วจึงคลิกตำแหน่งเขตที่ต้องการปิดหมุด ดังตัวอย่างการเลือกปิดหมุด เลือกเขตดินแดง เขตบางกะปิ และเขตสวนหลวง ดังภาพหน้าถัดไป



และจากช่องตำแหน่งที่ตั้งก็สามารถเลือกการนำเสนอโฆษณาได้อีก 4 รูปแบบ



การเลือก ตำแหน่งที่อยู่ หรือ Location โดยปกติแล้ว คนจะไม่ค่อยสนใจตัวเลือกตัวนี้กัน ถ้าไม่ได้เปลี่ยนแปลงค่า Default ของโฆษณา Facebook จะเป็นทุกคนที่อยู่ในตำแหน่งนี้ (Everyone in this Location) แต่จริงๆ มี ตัวเลือกย่อยที่ทำให้เราเจาะกลุ่มเป้าหมายได้ดีขึ้นไปอีก (ต้องยิ่งผ่านระบบหลังบ้าน Ad Manager ถ้ากด Boost Post คลิกขวาที่โพสต์ จะไม่มีให้เลือก) ตำแหน่งที่อยู่ ของกลุ่มเป้าหมายในการยิงโฆษณา Facebook หรือ Facebook Location แบ่งได้ 4 แบบ

1.  ผู้ที่อาศัยอยู่ในตำแหน่งนี้หรือเคยอยู่ในตำแหน่งนี้เมื่อเร็วๆ นี้ ผู้ที่มีบ้านหรือตำแหน่งที่ตั้งล่าสุดอยู่ในพื้นที่ที่เลือกไว้ หมายถึง ทุกคนที่อยู่ในตำแหน่งนี้ คือ รวมข้อ 1 + 2 + 3 เช่น กลุ่มเป้าหมายคนที่อาศัยอยู่ที่นี่ กทม รวมไปถึงคนที่ขับรถผ่านและคนที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร
2.  คนที่อาศัยอยู่ในตำแหน่งที่ตั้งนี้ ผู้ที่มีบ้านอยู่ภายในพื้นที่ที่เลือกไว้ หมายถึง เฉพาะคนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่นี้เท่านั้น (เพราะฉะนั้น จะไม่รวมคนไปเที่ยว/นักท่องเที่ยว/คนทำงานแถวนั้น) เช่น ผู้ที่อยู่อาศัยในกรุงเทพมหานครอย่างเดียว
3.  ผู้ที่อยู่ในตำแหน่งที่ตั้งนี้เมื่อไม่นานมานี้ ผู้ที่มีตำแหน่งที่ตั้งล่าสุดอยู่ในพื้นที่ที่เลือกไว้ หมายถึง คนที่เพิ่งมาถึงตำแหน่งนี้ เพราะฉะนั้นจะไม่รวมคนอาศัยแถวนี้ ผู้ที่อดีตเคยอยู่อาศัยในกรุงเทพมหานคร
4.  ผู้ที่กำลังเดินทางอยู่ในตำแหน่งที่ตั้งนี้ ผู้ที่มีตำแหน่งที่ตั้งล่าสุดอยู่ในพื้นที่ที่เลือกไว้ และมีบ้านอยู่ห่างออกไปเกิน 125 mi/200 km หมายถึง ต้องเป็นคนที่มาท่องเที่ยวในสถานที่นี้ โดย Facebook กำหนดว่าเค้าต้องใส่รายละเอียดบ้านเกิด (Hometown) ของเค้ากับตำแหน่งที่เราพิมพ์ใส่ห่างจากกัน 200 กม. เช่น ผู้ที่กำลังเดินทางมากรุงเทพมหานครคือนักท่องเที่ยวนั่นเองที่มากกรุงเทพมหานคร



3. ในส่วนของอายุ กำหนดช่วงอายุของกลุ่มเป้าหมายของเรา การยิงโฆษณาครั้งแรกอยากให้ปล่อยให้วิ่งหลูกค้าไปก่อน เพราะเคยมีเคสหนึ่งที่ยิงแอดขายเสื้อผ้าคนวัยทำงานสำหรับคนอายุประมาณ 25 – 40 ปี ปรากฏว่า กลุ่มลูกค้าใหญ่ ๆ กลายเป็นวัย 40+ เสียเป็นส่วนใหญ่ซะงั้น ดังนั้นแล้วเราไม่ต้องกำหนดอายุ แล้วค่อยมาดูอีกทีว่าช่วงอายุเท่าไรที่น่าจะเป็นลูกค้าของเรา ให้ตัวเลขเป็นคนบอกเราจะดีที่สุด ในที่นี้เรายิงโฆษณาให้นักศึกษาใหม่ได้กำหนดช่วงอายุตั้งแต่ 20-45 ปี เนื่องจากเปิดสอนตั้งแต่ระดับ ปวส. ถึง ปริญญาโท

4. ต่อมาเป็นเพศ กำหนดเพศของกลุ่มเป้าหมายที่เราต้องการส่งโฆษณาไปให้ถึง จะปล่อยให้ยิงเป็นเพศทั้งหมดเช่นกัน เพราะเราไม่รู้ว่ากลุ่มลูกค้าเราจะเป็นใครกันแน่เมื่อขายบน Facebook อย่างมีเคสหนึ่งเป็นทางเก่งในคุณผู้ชาย แต่เมื่อยิงแอด Facebook ออกไปแล้ว ปรากฏว่าผู้หญิงเห็นมากกว่าและเกิดการซื้อมากกว่าผู้ชาย ดังนั้นอย่าคิดไปเองทั้งหมด ให้คิดคร่าว ๆ ไว้ แล้วลองยิงแอดสัก 2 – 3 ครั้งดู เท่านั้นตัวเลขจะเป็นคนบอกคุณเองว่าลูกค้านั้นเป็นใครกันแน่

### 6.6 การกำหนดกลุ่มเป้าหมายแบบละเอียด

การขยายการกำหนดเป้าหมายอย่างละเอียดจะช่วยปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานของแคมเปญ โดยทำให้ระบบของเราสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้คนที่กว้างกว่าที่คุณกำหนดในการกำหนดเป้าหมายอย่างละเอียด ทำให้เราสามารถขยายกลุ่มเป้าหมายต่อไปเพื่อเพิ่มโอกาสที่จะได้รับผลลัพธ์ที่ประสิทธิภาพดีกว่า

ในขั้นตอนนี้จะมีกลุ่มเป้าหมายกำหนดรายละเอียดเชิงลึกเพิ่มเติมไปได้อีก โดย Facebook แบ่งรายละเอียดเชิงลึกนี้ออกเป็น 3 หัวข้อใหญ่ ๆ คือ “ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ ความสนใจ และพฤติกรรม”

#### 1. การเลือกกลุ่มเป้าหมายด้วย “ลักษณะทางประชากรศาสตร์ (DEMOGRAPHIC)”

การเลือกกลุ่มเป้าหมายด้วย “ลักษณะทางประชากรศาสตร์ (DEMOGRAPHIC)”

**STARTUP NOW** **DEMO GRAPHIC** **งาน**

- นายจ้าง
- ด้าเหม่ง
- สายงาน

**STARTUP NOW** **DEMO GRAPHIC** **เหตุการณ์ในชีวิต**

- ความสัมพันธ์ใหม่
- วันเกิด
- ลาจาก
- วันหยุดยาว
- แต่งงาน
- เลี้ยงฉลอง
- เลี้ยงฉลอง
- เลี้ยงฉลอง

**STARTUP NOW** **DEMO GRAPHIC** **พ่อแม่/ลูกหรือคนในครอบครัว**

- ลูกทุกช่วงอายุ
- 3-5 ปี
- 13-18 ปี
- ลูก 0-12 เดือน
- 6-8 ปี
- 18-26 ปี
- 1-2 ปี
- 8-12 ปี

2. การเลือกกลุ่มเป้าหมายด้วย “ความสนใจ ของกลุ่มเป้าหมาย (INTEREST)”

**STARTUP NOW** **INTEREST** **ธุรกิจ & อดสาหกรรม**

- ก่อตั้ง
- ขยาย
- จุดสูงสุด
- การลด
- ธนาคาร
- บริหาร
- การเงิน
- พยาบาล
- การศึกษา
- ออกแบบ
- การเขียน
- ส่วนแปล
- การโยกย้าย
- คำปรึกษา
- ธุรกิจขนาดเล็ก
- ผู้ประกอบการ
- วิทยาศาสตร์
- วิศวกรรม
- สตาร์ทอัพ
- อสังหาริมทรัพย์
- เทคโนโลยี

**STARTUP NOW** **INTEREST** **บันเทิง**

- หนังสือ
- ดนตรี
- หนัง
- เกม
- ทีวี
- LIVE

**STARTUP NOW** **INTEREST** **พ่อแม่เด็ก & กิจกรรม**

- การแต่งงาน
- งานแต่งงาน
- เพื่อน/มิตรภาพ
- ครอบครัว
- หาข้อมูล
- พ่อแม่และเด็ก
- ความบันเทิง
- ความเป็นแม่

**STARTUP NOW** **INTEREST** **ออกกำลังกาย**

- วิ่ง
- ยกน้ำหนัก
- โยคะ
- ออกกำลังกาย
- สิ่งของ
- ออกกำลังกาย
- เล่นกีฬา
- บ่งเสริม

**STARTUP NOW** **INTEREST** **อาหาร & เครื่องดื่ม**

- ร้านอาหาร
- ร้านอาหาร
- อาหาร
- เครื่องดื่ม
- เครื่องดื่มแอลกอฮอล์
- ท่องเที่ยว
- บ้านและสวน
- การเมือง

**STARTUP NOW** **INTEREST** **พ่อแม่เด็ก & กิจกรรม**

- รถยนต์
- ศิลปะและดนตรี
- สวดสียง
- กิจกรรมปัจจุบัน

**STARTUP NOW** **INTEREST** **แฟชั่น & เฟอร์นิเจอร์**

- ความงาม
- เครื่องแต่งกาย
- อัญมณี
- ของขวัญ
- เครื่องประดับ

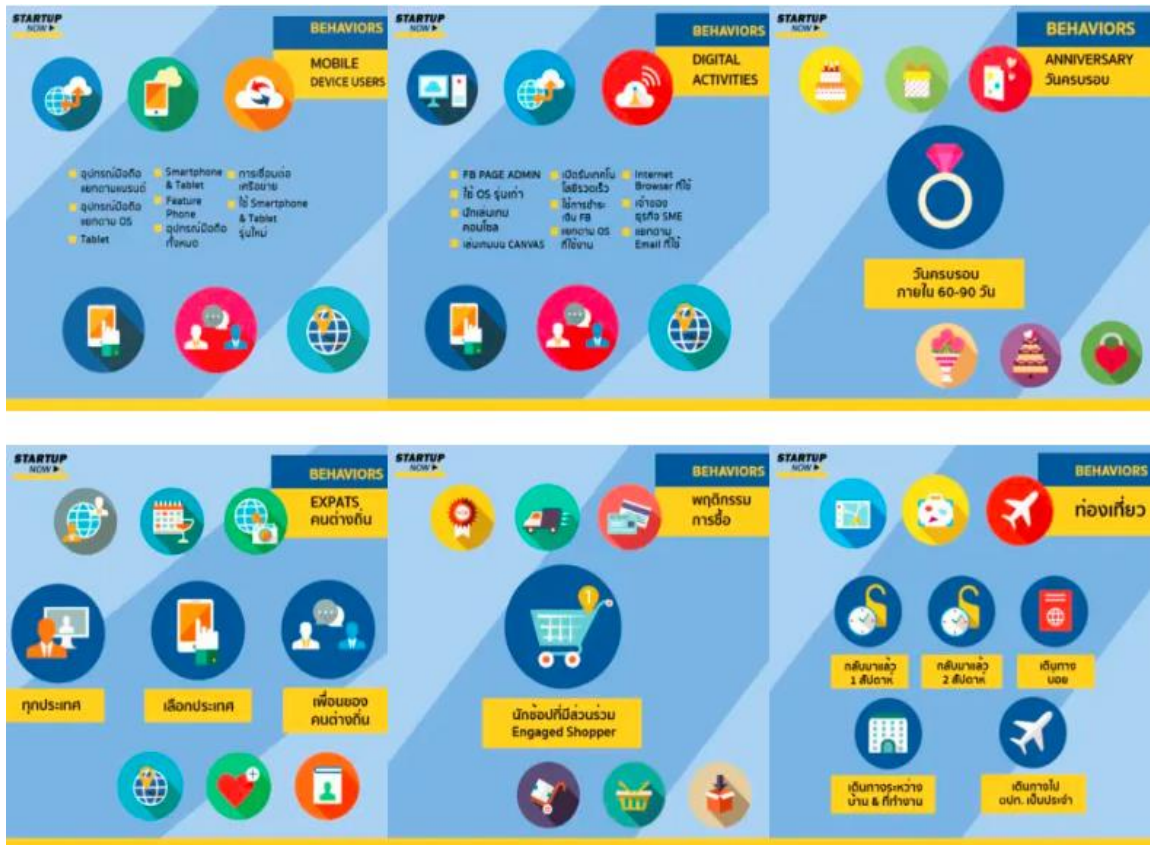
**STARTUP NOW** **INTEREST** **กีฬา**

- กีฬา
- กิจกรรมกลางแจ้ง

**STARTUP NOW** **INTEREST** **เทคโนโลยี**

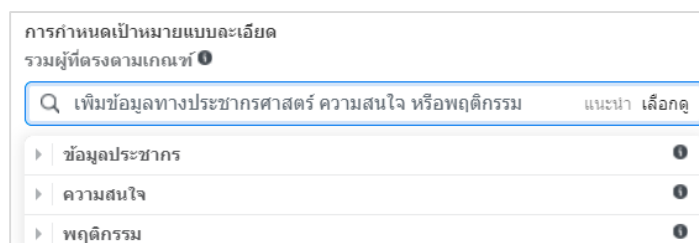
- คอมพิวเตอร์
- อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์

### 3. การเลือกกลุ่มเป้าหมายด้วย “พฤติกรรม ของกลุ่มเป้าหมาย (BEHAVIORS)”



ให้เราลองวิเคราะห์ว่าลูกค้าเป็นใครโดยเบื้องต้นที่ยกตัวอย่างคือ “ชุดเดรสผู้หญิง” ตัวอย่างการวิเคราะห์ เช่น “ชุดเดรสผู้หญิง เหมาะกับวัยทำงาน สาว ๆ ออฟฟิศ อายุ 24 – 35 ปี สนใจในแฟชั่น ชอบการแต่งตัว และชอบความสวยงาม”

ดังนั้นจึงได้ลองยิงโฆษณาเป็นคนที่สนใจ “ชุดเดรสและเสื้อผ้าผู้หญิง” แต่กลุ่มเป้าหมายกลุ่มนี้กว้างเกินไป ก็เลยบีบให้แคบลงด้วยการที่กลุ่มเป้าหมายต้องชอบ “Eveandboy และ Zara” ซึ่งก็คือนอกจากจะสนใจชุดเดรสแล้ว ก็ต้องชอบหรือถูกใจเกี่ยวกับเสื้อผ้าแบรนด์ซาราและถูกใจเครื่องสำอาง Eveandboy ด้วย (Eveandboy เป็นเครื่องสำอางที่ผู้หญิงชื่นชอบอยู่แล้ว จึงคาดว่าอาจจะได้ผลสำหรับการใส่กลุ่มเป้าหมายรวม) แต่จะถูกต้องหรือไม่นั้น ต้องให้ตัวเลขเป็นคนบอกหลังจากการยิงโฆษณา Facebook Ads แล้ว

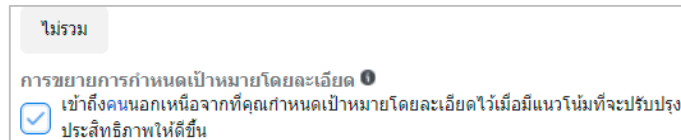


“Facebook มีกลุ่มเป้าหมายอยู่หลัก 1,000 กลุ่มที่แอบไว้ไม่ได้แสดงให้เห็นตรงช่องแนะนำ ทางเราจึงได้ใช้เครื่องมือเจาะกลุ่มเป้าหมายของ InterestPRO ที่มีการใช้ API ของ Facebook เข้าไปแอบดูกลุ่มเป้าหมายเชิงลึกที่ซ่อนอยู่ และนำมาใช้ทำโฆษณา Facebook Ads”

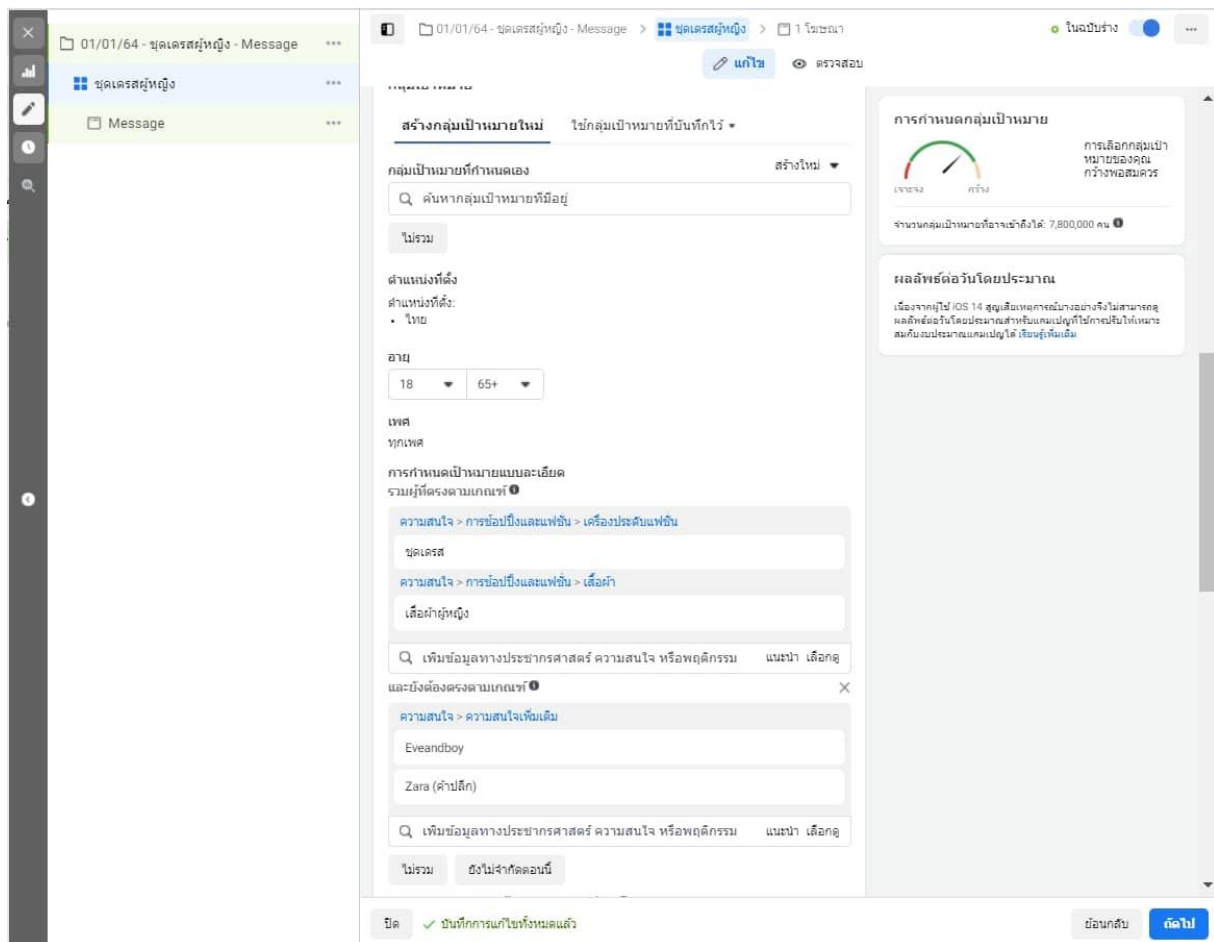


## การขยายการกำหนดเป้าหมายโดยละเอียด

อันนี้ส่วนตัวไม่ตีเกลือกเพราะจำนวนเงินที่น้อยเกินไป โดยวิเคราะห์จากกลุ่มเป้าหมายก่อนการปิดให้แคบลงมาถึง 27 ล้านคน ซึ่งวงเงิน 3,000 ไม่สามารถนำส่งได้ถึง 27 ล้านคนแน่นอน ดังนั้นแล้วจึงไม่เลือกการปรับปรุงประสิทธิภาพ เมื่อเราตั้งค่าเสร็จก็จะได้น้ำตาประมาณนี้เลย (ถ้าเป็นไปได้พยายามอย่าให้กลุ่มเป้าหมายเกิน 3 ล้านคน เพราะมันอาจจะส่งได้ไม่ถึงขนาดนั้น และ AI Facebook ที่ทำโฆษณาอาจจะสับสนได้)



หลังจากตั้งค่ากลุ่มเป้าหมายทุกอย่างเสร็จเรียบร้อยแล้ว ก็จะได้หน้าจอตั้งภาพ



## กลุ่มเป้าหมายโฆษณา Facebook Ads (Facebook Ad Audience) นั้นปกติมี 3 ประเภท คือ

1. Detailed Target Audience กลุ่มเป้าหมายที่เรากำหนดรายละเอียดของกลุ่มเป้าหมายเอง เช่น ใส่รายละเอียดต่าง ๆ ลงไป เพศ อายุ ความสนใจ พฤติกรรม และบอกให้ Facebook ยิ่งโฆษณา ไปหาคนที่มีความละเอียดตรงกับที่เรากำหนดไว้

2. Facebook Custom Audience กลุ่มเป้าหมายที่แอดวานซ์ขึ้นมาอีก มาจากการเก็บข้อมูลลูกค้าที่จับซ้อนขึ้น เช่น มาจากการใส่ฐานข้อมูลกลุ่มเป้าหมายด้วยเบอร์โทรศัพท์, E-mail หรือมาเป็นกลุ่มคนที่เคยมีปฏิสัมพันธ์กับเพจของเรา หรือ Video View, กลุ่มคนที่เคยเข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์ของเรา

กลุ่มเป้าหมายโฆษณา Facebook แบบนี้ จะยิ่งได้ตรงกว่าแบบแรก เพราะมีการเก็บข้อมูลที่กรองแล้วระดับหนึ่งว่ารู้จักแบรนด์และมีความสนใจในสินค้าและบริการของเราอยู่บ้าง

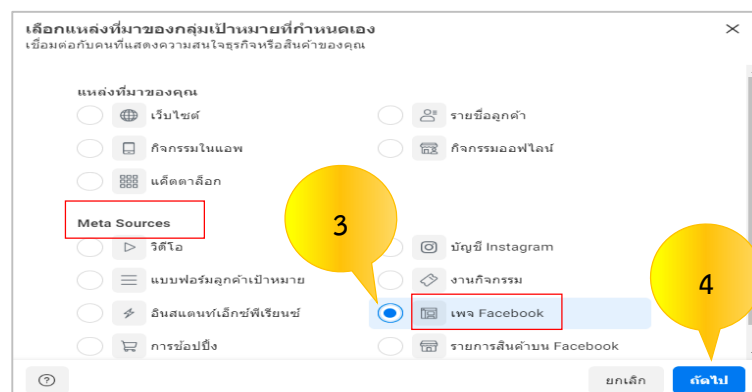
3. Lookalike Audience มาจากการทำ Test กลุ่มเป้าหมายแล้ว เมื่อได้กลุ่มเป้าหมายที่ดี ที่เป็นลูกค้าเราจริง ๆ เป็นกลุ่มเป้าหมายโฆษณา Facebook ของธุรกิจที่บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาดแล้ว เช่น สร้างยอดขายได้ดี เราสามารถนำ กลุ่มเป้าหมายนั้นมาทำ Lookalike อีกครั้ง ด้วยการให้ Facebook ไปหา “คนที่มีความใกล้เคียง” (Lookalike) คล้าย ๆ กันกับกลุ่มเป้าหมายหลัก เนื่องจากคนที่มี lifestyle ใกล้เคียงกัน ถ้าคนหนึ่งเป็นลูกค้าเราก็มีแนวโน้มว่าอีกคนจะเป็นลูกค้าเราเช่นกัน

เนื่องจากเราจะยิ่งโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับเปิดรับนักศึกษาใหม่ เป้าหมายเลือกประเทศไทย โดยทำการกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดเอง ดังนี้ 1) คลิกสร้างใหม่และ 2) เลือกกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดเอง



ได้หน้าจอให้เลือกแหล่งที่มาของกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดเอง (Custom Audience) ในที่นี้เรามีเพจ facebook ข้อมูลที่อยู่บนระบบ Facebook (On-Facebook) ให้เลือก Meta Sources 3) ติ๊กเพจ facebook และ

4) คลิกปุ่มถัดไป 5) เลือกส่วนเหตุการณ์คลิกปุ่ม



สร้างกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดเองสำหรับเพจ Facebook

★ วิธีใหม่ในการเข้าถึงคนที่ถูกใจหรือติดตามเพจของคุณอยู่ในขณะนี้  
ตอนนี้คุณสามารถเข้าถึงคนที่ถูกใจหรือติดตามเพจของคุณอยู่ในขณะนี้ได้โดยเลือกตัวเลือกนั้นในเมนู dropdown "กิจกรรม"

เพิ่มคนที่ตรงตามเกณฑ์ ทั้งหมด ของเกณฑ์ต่อไปนี้เป็น:

เพจ  
สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

เหตุการณ์  
ทุกคนที่มีส่วนร่วมกับเพจของคุณ

การรักษากลุ่มเป้าหมาย  
365 วัน

ย้อนกลับ สร้างกลุ่มเป้าหมาย



6) เมนู dropdown เลือกเหตุการณ์ทุกคนที่มีส่วนร่วมกับเพจของคุณ

สร้างกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดเองสำหรับเพจ Facebook

เพิ่มคนที่ตรงตามเกณฑ์ ทั้งหมด ของเกณฑ์ต่อไปนี้เป็น:

เพจ  
สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล...

เหตุการณ์  
ทุกคนที่มีส่วนร่วมกับเพจของคุณ

- ผู้คนที่ถูกใจหรือติดตามเพจของคุณอยู่ในขณะนี้  
ซึ่งรวมถึงคนที่ถูกใจหรือติดตามเพจของคุณบน Facebook ตอนนี้ ส่วนคนที่เลิกถูกใจหรือเลิกติดตามเพจของคุณจะถูกขจัดออกจากกลุ่มเป้าหมายนี้
- ทุกคนที่มีส่วนร่วมกับเพจของคุณ  
รวมคนที่เยี่ยมชมเพจของคุณหรือดำเนินการกับโพสต์หรือโฆษณาของคุณ เช่น แสดงความรู้สึก แชร์ แสดงความคิดเห็น คลิกลิงก์ หรือปิดภาพสไลด์
- ทุกคนที่เข้าชมเพจของคุณ  
ซึ่งรวมถึงทุกคนที่เข้าชมเพจของคุณโดยไม่คำนึงว่าจะดำเนินการอะไร
- ผู้คนที่มีส่วนร่วมกับโพสต์หรือโฆษณาใดก็ตาม  
รวมคนที่ดำเนินการกับโพสต์หรือโฆษณา เช่น แสดงความรู้สึก, แชร์, แสดงความคิดเห็น, คลิกลิงก์ หรือปิดภาพสไลด์
- ผู้คนที่คลิกปุ่มกระตุ้นให้ดำเนินการ  
รวมคนที่คลิกปุ่มกระตุ้นให้ดำเนินการบนเพจของคุณ เช่น "ติดต่อเรา" หรือ "ซื้อเลย"
- ผู้คนที่ส่งข้อความถึงเพจของคุณ  
กระบวนการนี้รวมถึงผู้ที่ส่งข้อความถึงเพจของคุณเท่านั้น
- ผู้คนที่บันทึกเพจของคุณหรือโพสต์ใดก็ตาม  
สิ่งนี้รวมเฉพาะผู้ที่บันทึกเพจของคุณหรือเฉพาะโพสต์บนเพจของคุณเท่านั้น



7) ตั้งชื่อกลุ่มเป้าหมายว่า กลุ่มเป้าหมายแบบมีส่วนร่วม 8) คลิกปุ่มสร้างกลุ่มเป้าหมาย

สร้างกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดเองสำหรับเพจ Facebook

เหตุการณ์

ผู้คนที่ส่วนร่วมกับโพสต์หรือโฆษณาใดก็ตาม

การรักษากลุ่มเป้าหมาย

365 วัน

ยกเลิกผู้ตน

ชื่อกลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายแบบมีส่วนร่วม 26/50

คำอธิบาย - ระบุหรือไม่ก็ได้

0/100

ย้อนกลับ สร้างกลุ่มเป้าหมาย

9) จะได้นำจอสร้างกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดเองสำหรับเพจ Facebook มือใหม่ไม่ต้องกำหนดค่าอะไรให้คลิกปุ่มเรียบร้อย

สร้างกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดเองสำหรับเพจ Facebook

สามารถตรวจสอบสถานะได้ในตัวจัดการกลุ่มเป้าหมาย

ขั้นตอนถัดไป

สร้างกลุ่มเป้าหมายที่คล้ายกัน

เข้าถึงคนที่คล้ายกับกลุ่มเป้าหมายที่คุณเพิ่งสร้างโดยการสร้างกลุ่มเป้าหมายที่คล้ายกัน

เรียนรู้เพิ่มเติม

สร้างโฆษณา

สร้างโฆษณาเพื่อแสดงโฆษณาต่อกลุ่มเป้าหมายใหม่ของคุณ

เรียนรู้เพิ่มเติม

สร้างกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดเองอื่น

ดำเนินการต่อเพื่อสร้างกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดเองอื่น

เรียนรู้เพิ่มเติม

9

เรียบร้อย

จะได้ภาพดังหน้าจอด้านล่างนี้ 10) จากนั้นให้คลิกปุ่มบันทึกกลุ่มเป้าหมายนี้ จะได้หน้าจอตั้งภาพด้านขวา 11) คลิกปุ่มบันทึก

กลุ่มเป้าหมายที่กำหนดเอง สร้างใหม่

การมีส่วนร่วม - เพจ

กลุ่มเป้าหมายแบบมีส่วนร่วม

ค้นหากลุ่มเป้าหมายที่มีอยู่

ไม่รวม

บันทึกกลุ่มเป้าหมายนี้ 10

บันทึกกลุ่มเป้าหมาย

ชื่อกลุ่มเป้าหมาย Benjawan Watthanaboon

กลุ่มเป้าหมายที่กำหนดเอง: กลุ่มเป้าหมายแบบมีส่วนร่วม

ตำแหน่ง: ไทย

อายุ: 20 - 45

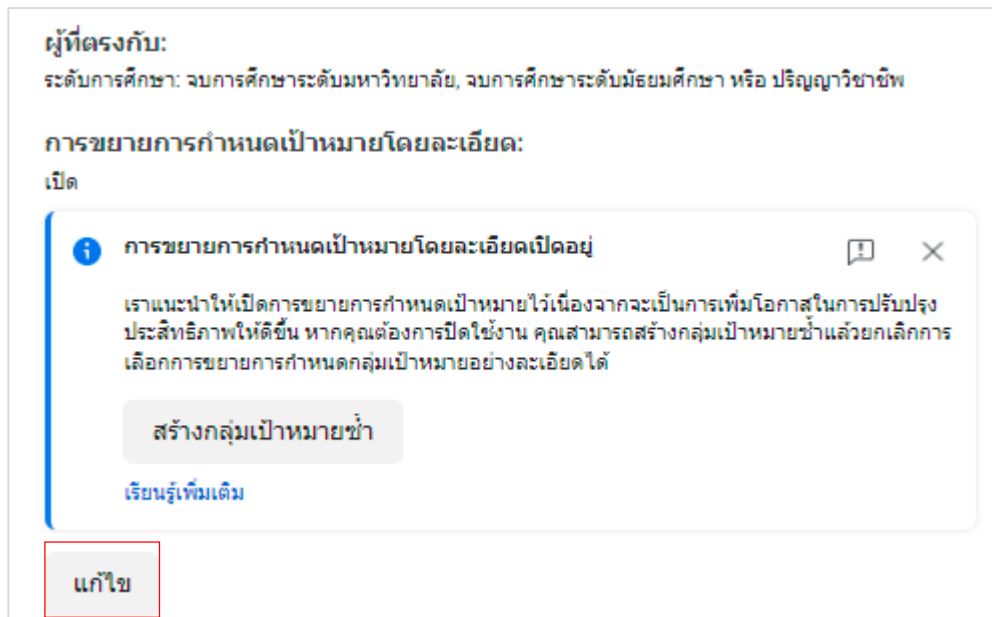
ผู้ที่ตรงกับ: ระดับการศึกษา: จบการศึกษาระดับมหาวิทยาลัย, จบการศึกษามัธยมศึกษา หรือ ปริญญาวิชาชีพ

การขยายการกำหนดเป้าหมายโดยละเอียด: เปิด

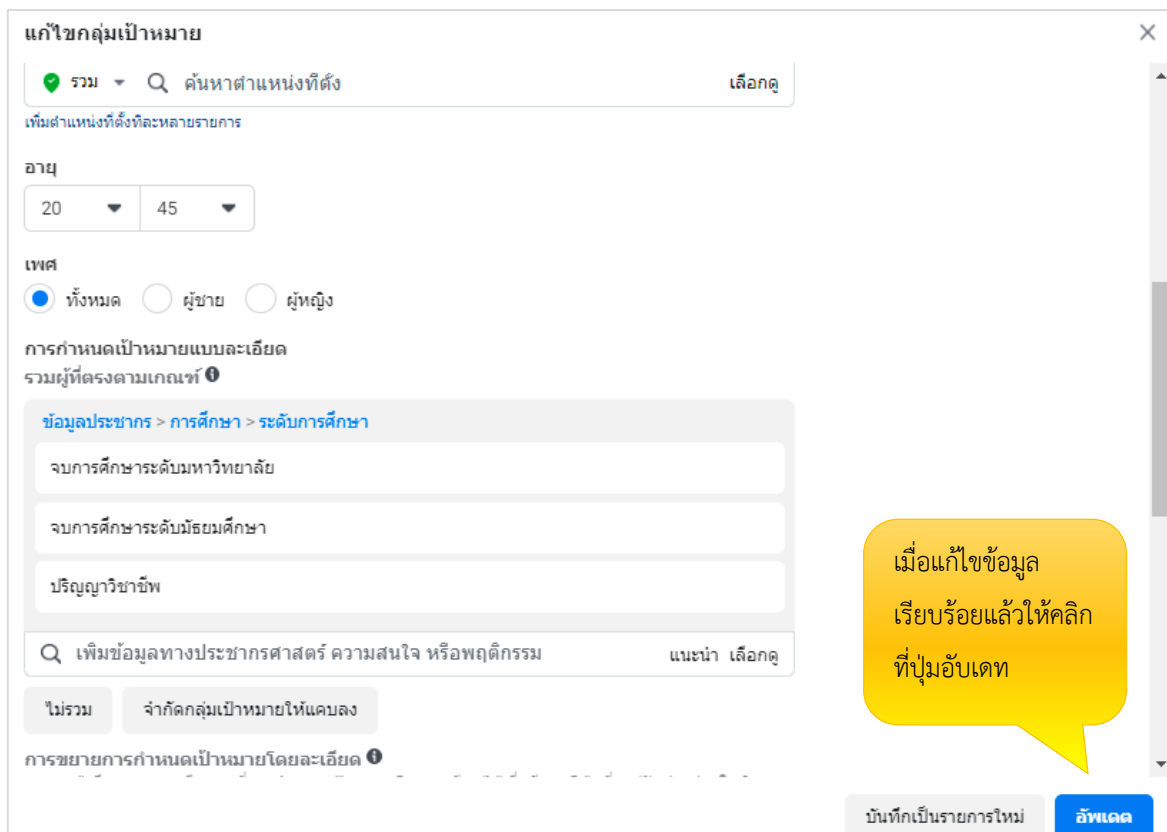
ยกเลิก บันทึก 11



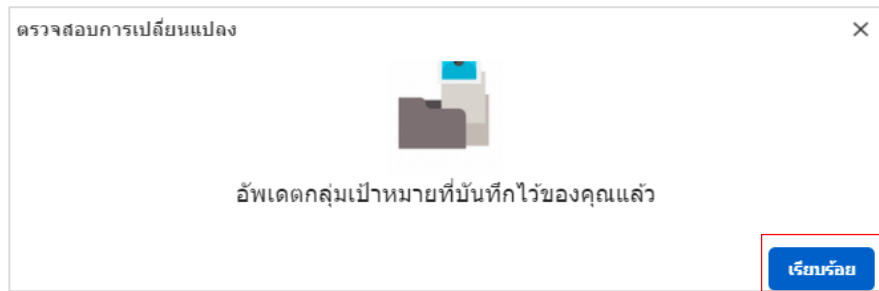
จะได้หน้าจอนี้เมื่อคลิกบันทึกข้อมูลแล้ว ซึ่งเราสามารถแก้ไขได้โดยคลิกที่ปุ่มสร้างกลุ่มเป้าหมายซ้ำ จะได้นำจอเข้าไปแก้ไขการกำหนดค่าต่าง ๆ ได้ดังภาพถัดไป



ภาพหน้าจอแก้ไขข้อมูลต่างๆ เมื่อแก้ไขเรียบร้อยแล้วให้คลิกที่ปุ่มอัปเดตเพื่อบันทึกการเปลี่ยนแปลง



และได้หน้าจอประมวลผลการตรวจสอบการเปลี่ยนแปลงจนมีปุ่มคำว่า “เรียบร้อย” ที่ชัดเจน ให้คลิกที่ปุ่มเรียบร้อย เพียงเท่านี้การเปลี่ยนแปลงได้ถูกบันทึกใหม่แล้ว



ในการกำหนดกลุ่มเป้าหมายแบบละเอียดจะมีกลุ่มเป้าหมายที่แบ่งเป็น 3 หัวข้อใหญ่ ๆ คือ “ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ ความสนใจ และพฤติกรรม” ต้องการยิงโฆษณารับสมัครนักศึกษาใหม่ ให้เลือกข้อมูลประชากร เพียงข้อเดียวเพื่อคัดกลุ่มเป้าหมายที่เราเลือกระดับการศึกษา โดยที่ 1) คลิกที่ปุ่มเลือกดู 2) จะมีเมนูรอปดาวน์ให้เลือกข้อมูลประชากร

### การกำหนดเป้าหมายแบบละเอียด รวมผู้ที่ตรงตามเกณฑ์ <sup>?</sup>

แนะนำ เลือกดู

### การกำหนดเป้าหมายแบบละเอียด รวมผู้ที่ตรงตามเกณฑ์ <sup>?</sup>

แนะนำ เลือกดู

- รวม
  - ข้อมูลประชากร ?
  - ความสนใจ ?
  - พฤติกรรม ?
- การขยายการกำหนด
  - เข้าถึงคนนอกแพลตฟอร์ม ?
  - ประสิทธิภาพให้...

### 3) เลือกการศึกษา

แนะนำ เลือกดู

- รวม
  - ข้อมูลประชากร ?
    - การศึกษา 3
    - การเงิน
    - เหตุการณ์ในชีวิต
    - ผู้ปกครอง
    - ความสัมพันธ์
    - การทำงาน
    - ความสนใจ ?
    - พฤติกรรม ?
- การขยายการกำหนด
  - เข้าถึงคนนอกแพลตฟอร์ม ?
  - ประสิทธิภาพให้...

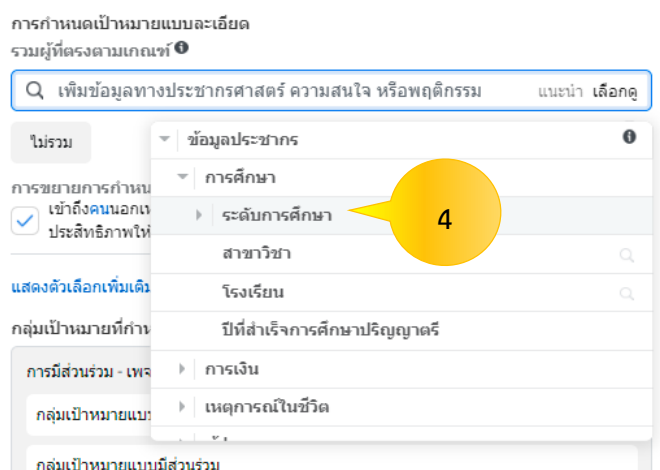
แสดงตัวเลือกเพิ่มเติม

กลุ่มเป้าหมายที่กำหนด

การมีส่วนร่วม - เพจ

กลุ่มเป้าหมายแบบ

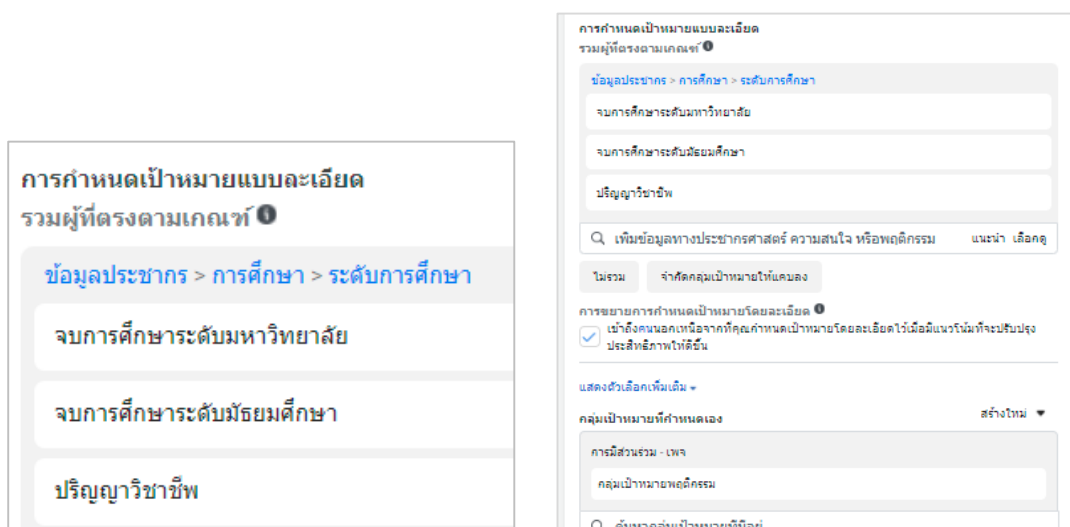
#### 4) เลือกระดับการศึกษา



#### 5) ตี๊กเลือกระดับการศึกษาตามต้องการตั้งภาพ



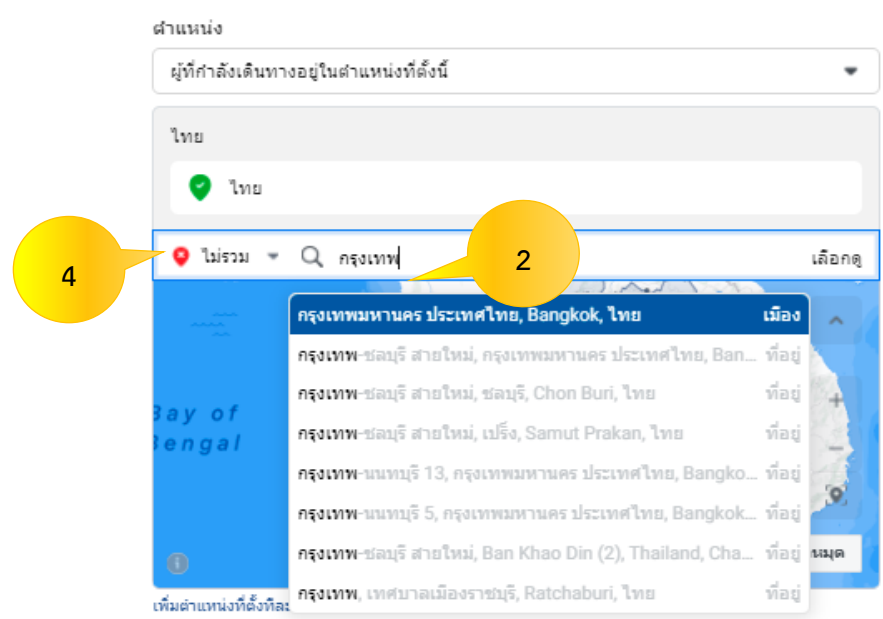
จะได้ภาพหน้าจอการกำหนดกลุ่มเป้าหมายจกระดับการศึกษาดังภาพล่างนี้



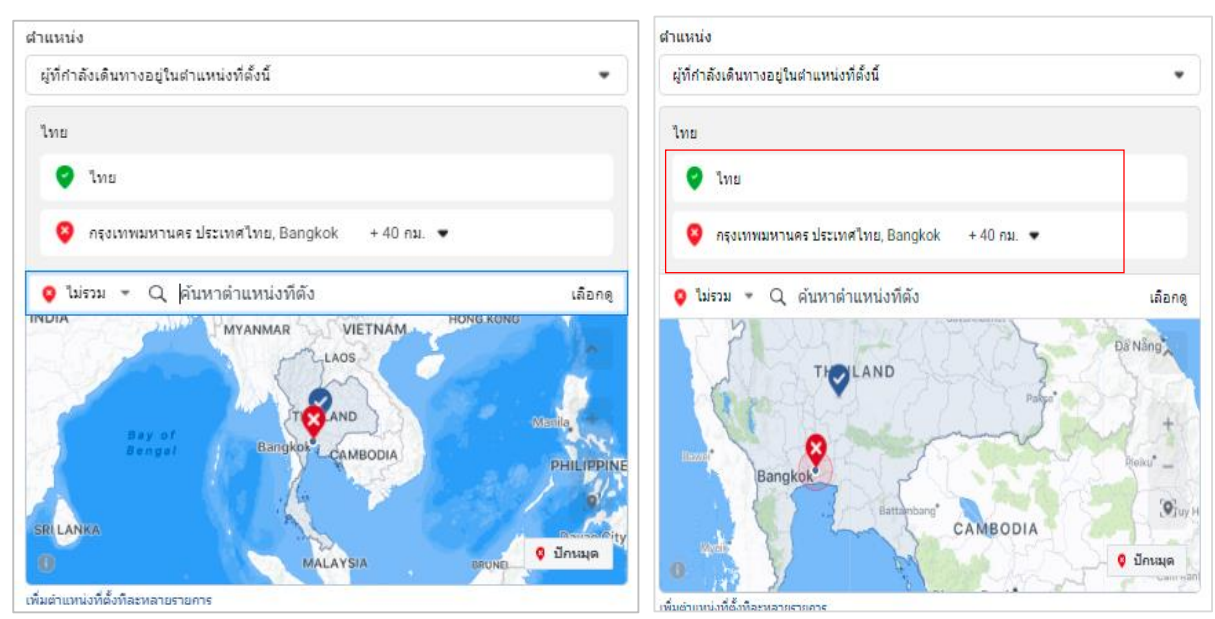
**หมายเหตุ:** การขยายการกำหนดเป้าหมายอย่างละเอียดไม่สามารถใช้งานร่วมกับวัตถุประสงค์แคมเปญ การรับรู้แบรนด์หรือการเข้าถึง และไม่สามารถใช้ได้กับแคมเปญที่ใช้หมวดหมู่โฆษณาพิเศษ เช่น การเคหะ การจ้างงาน และสินเชื่อ (HEC) รวมถึงประเด็นทางสังคม การเลือกตั้ง และการเมือง (SIEP) ด้วย

” ต้องการยิงโฆษณารับสมัครนักศึกษาใหม่ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ” เดิมได้เลือกตำแหน่งพื้นที่ประเทศไทย รับนักศึกษาทั่วประเทศ แต่จะไม่รวมกรุงเทพมหานคร เนื่องจากมีการแข่งขันสูง โดย

- 1) คลิกปุ่มไม่รวม
- 2) พิมพ์คำว่า กรุงเทพในช่องสืบค้นจะมีลิสรายการให้เลือกบรรทัดแรก



จะได้ตำแหน่งกลุ่มเป้าหมายประเทศไทยแต่ไม่รวมกรุงเทพมหานครดังภาพ



## 6.7 ภาษาที่เราต้องการส่งโฆษณา

ตรงนี้แล้วแต่เราเลยว่าจะเลือกให้นำส่งโฆษณาให้กับคนที่ใช้ภาษาใด แต่ส่วนตัวแนะนำเป็น “ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ” เนื่องจากว่าคนไทยบางคนก็ยังใช้ภาษาอังกฤษเป็นหลักบน Facebook อยู่เหมือนกัน ดังนั้นแล้วหากเราเลือกเฉพาะภาษาไทย คนไทยที่ใช้ภาษาอังกฤษบน Facebook ก็จะไม่เห็น มีขั้นตอนเลือกภาษาดังนี้ 1) คลิกที่ปุ่มแก้ไข 2) เลื่อนเมาส์ลงมาด้านล่างหาเมนูคลิกปุ่มคำว่าภาษา

**ผู้ที่ตรงกับ:**  
ระดับการศึกษา: จบการศึกษาระดับมหาวิทยาลัย, จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษา หรือ ปริญญาวิชาชีพ

**การขยายการกำหนดเป้าหมายโดยละเอียด:**  
เปิด

**การขยายการกำหนดเป้าหมายโดยละเอียดเปิดอยู่**

เราแนะนำให้เปิดการขยายการกำหนดเป้าหมายไว้เนื่องจากจะเป็นการเพิ่มโอกาสในการปรับปรุงประสิทธิภาพให้ดีขึ้น หากคุณต้องการปิดใช้งาน คุณสามารถสร้างกลุ่มเป้าหมายซ้ำแล้วคลิกเลือกการขยายการกำหนดกลุ่มเป้าหมายอย่างละเอียดได้

สร้างกลุ่มเป้าหมายซ้ำ

เรียนรู้เพิ่มเติม

**แก้ไข** 1

**แก้ไขกลุ่มเป้าหมาย**

การกำหนดเป้าหมายแบบละเอียด ⓘ  
รวมผู้ที่ตรงตามเกณฑ์ ⓘ

ข้อมูลประชากร > การศึกษา > ระดับการศึกษา

จบการศึกษาระดับมหาวิทยาลัย

จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษา

ปริญญาวิชาชีพ

🔍 เพิ่มข้อมูลทางประชากรศาสตร์ ความสนใจ หรือพฤติกรรม แนะนำ เลือกดู

ไม่รวม จำกัดกลุ่มเป้าหมายให้แคบลง

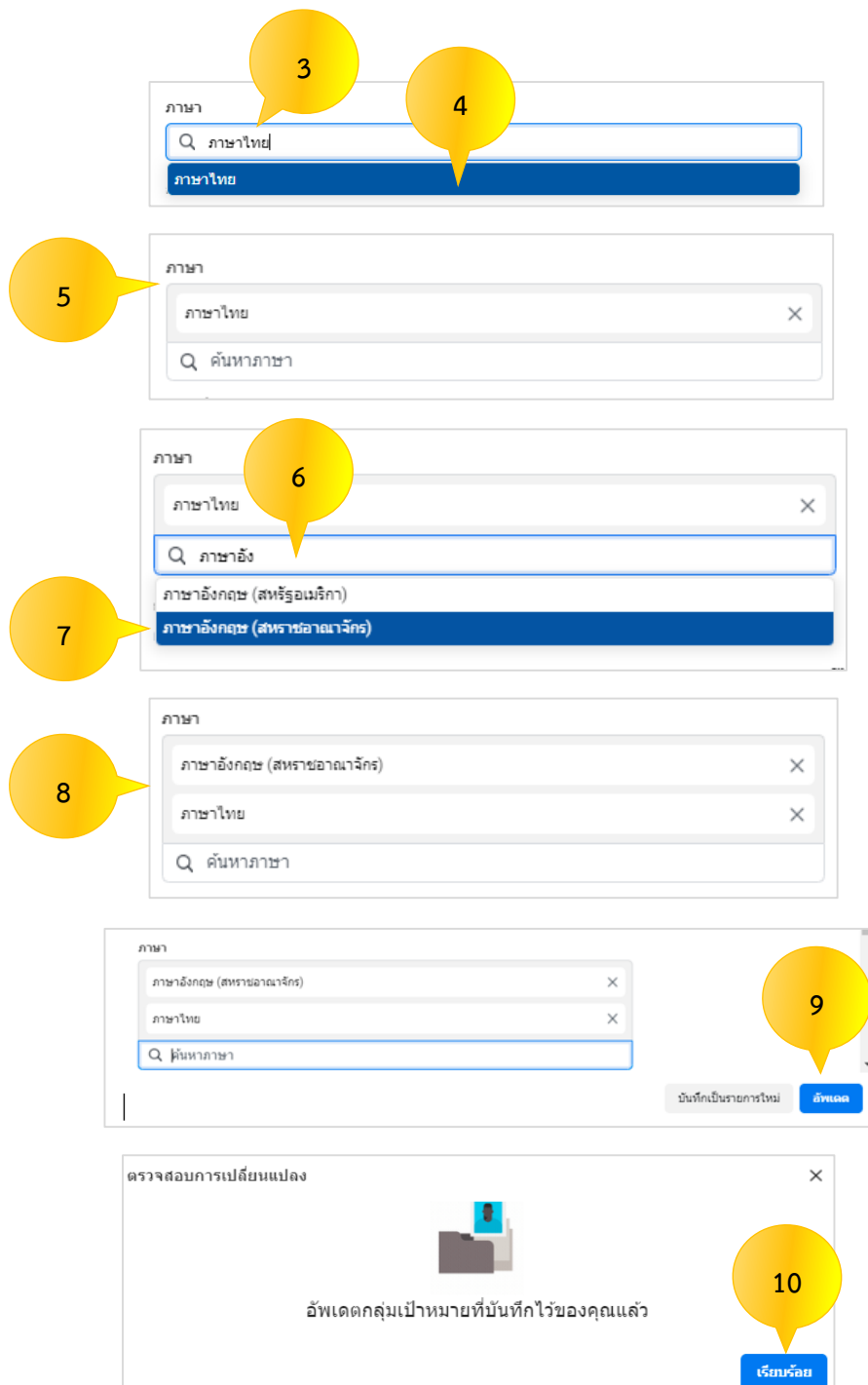
**การขยายการกำหนดเป้าหมายโดยละเอียด ⓘ**

เข้าถึงคนนอกเหนือจากที่คุณกำหนดเป้าหมายโดยละเอียดไว้เมื่อมีแนวโน้มที่จะปรับปรุงประสิทธิภาพให้ดีขึ้น

**ภาษา** 2

🔍 ค้นหาภาษา

3) พิมพ์คำว่าภาษาไทยในช่องค้น  4) จะมีข้อความคำว่าภาษาไทยบรรทัดล่าง ให้คลิกเลือก 5) จะมีหน้าจอภาษาไทยที่เลือกไว้และมีช่องคำค้น  ให้สามารถเลือกภาษาอื่น ๆ ต่อไป 6) เลือกภาษาอังกฤษให้พิมพ์คำว่าภาษาอังกฤษ 7) จะมีคำว่าภาษาอังกฤษสองบรรทัดในที่นี่ (สหราชอาณาจักร) 8) ในที่นี้เราต้องการเลือก 2 ภาษา ไทยและอังกฤษดังภาพล่าสุด 9) คลิกปุ่มอัปเดตเพื่อบันทึกการเปลี่ยนแปลง และ 10) ได้หน้าจอประมวลผลการตรวจสอบการเปลี่ยนแปลงจนมีปุ่มคำว่า “เรียบร้อย” ที่ชัดเจน ให้คลิกที่ปุ่มเรียบร้อย เพียงเท่านี้การเปลี่ยนแปลงได้ถูกการบันทึกภาษาใหม่แล้ว



เมื่อตั้งค่าด้านบนเสร็จแล้ว ก็ให้เลื่อนมาตั้งค่ากันต่อด้านล่างจะเจอในส่วนของ “ตำแหน่งการจัดวาง”

## 6.8 ตำแหน่งจัดวางโฆษณา

**ตำแหน่งการจัดวาง** เรียนรู้เพิ่มเติม

- ตำแหน่งการจัดวางอัตโนมัติ (แนะนำ)  
ใช้ตำแหน่งการจัดวางอัตโนมัติเพื่อใช้งบประมาณให้คุ้มค่าที่สุดและช่วยให้โฆษณาเข้าถึงผู้คนมากขึ้น ระบบการแสดงผลโฆษณาของ Facebook จะจัดสรรงบประมาณของชุดโฆษณาของคุณในตำแหน่งการจัดวางต่างๆ ในตำแหน่งที่มีแนวโน้มที่จะมีประสิทธิภาพดีที่สุด
- ตำแหน่งการจัดวางที่กำหนดเอง  
เลือกตำแหน่งที่จะแสดงผลโฆษณาของคุณด้วยตนเอง ยิ่งคุณเลือกตำแหน่งการจัดวางมากเท่าใด ก็ยิ่งเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจได้มากขึ้นเท่านั้น

ตำแหน่งการจัดวางนั้นสามารถแบ่งได้เป็น 2 แบบคือ

1. ตำแหน่งการจัดวางอัตโนมัติ คือ Facebook จะหาตำแหน่งการจัดวางที่เหมาะสมให้เราทั้งใน Facebook, IG, Messenger โดยเลือกตำแหน่งการจัดวางในฟีดข่าว สตอรี่ ข้อความ ในบทความ หรืออื่น ๆ ที่เป็นของ Facebook โดยอัตโนมัติ

2. ตำแหน่งการจัดวางที่กำหนดเอง คือ เราสามารถกำหนดได้ว่าจะให้แสดงผลเฉพาะแพลตฟอร์มไหนบ้าง เช่น Facebook, IG, Messenger เป็นต้น รวมถึงกำหนดได้ถึงการจัดวางบนที่ต่าง ๆ ของแพลตฟอร์มนั้น ๆ ข้อแนะนำ หากไม่รู้ว่าจะจัดวางตรงไหนถึงจะได้ผลดีที่สุด ให้เราเลือกการวางแบบอัตโนมัติไปก่อนและค่อยมาทดสอบการจัดวางอีกครั้งหนึ่ง

สำหรับมือใหม่ให้เลือก “ตำแหน่งการจัดวางอัตโนมัติ” และส่วนอื่น ๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องเราก็ข้ามไปได้เลย สำหรับการยิงโฆษณาครั้งแรก ถ้าเรามีประสบการณ์ยิงโฆษณาแล้วสามารถเลือก “ตำแหน่งการจัดวางที่กำหนดเอง” เพื่อยกเว้นตำแหน่งการจัดวางบางตำแหน่ง เลิกทำเครื่องหมายในช่องถัดจากตำแหน่งการจัดวางแต่ละตำแหน่งเพื่อลบบอก หากคุณไม่เห็นช่องดังกล่าว แสดงว่าประเภทโฆษณาหรือวัตถุประสงค์ของคุณอาจไม่รองรับตำแหน่งการจัดวางนั้น ๆ เราไม่จำเป็นต้องให้ Facebook เลือกแสดงผลให้เรา เราตี๊กได้เลยให้แสดงผลที่ข้อความ และไปแสดงในฟีดข่าวเพียงพอแล้ว ตำแหน่งการจัดวางที่กำหนดเองสามารถกำหนดตำแหน่งการจัดวางได้อย่างละเอียด โดยสามารถเลือกประเภทอุปกรณ์ที่ต้องการให้แสดงผลโฆษณาว่าจะเป็นบนอุปกรณ์มือถือหรือบนเดสก์ท็อป รวมไปถึงกำหนดตำแหน่งพื้นที่ ที่ต้องการแสดงผลโฆษณาบนแพลตฟอร์มต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น Facebook, Instagram, Audience Network วิธีเลือกตำแหน่งการจัดวางที่กำหนดเองมีขั้นตอนดังนี้

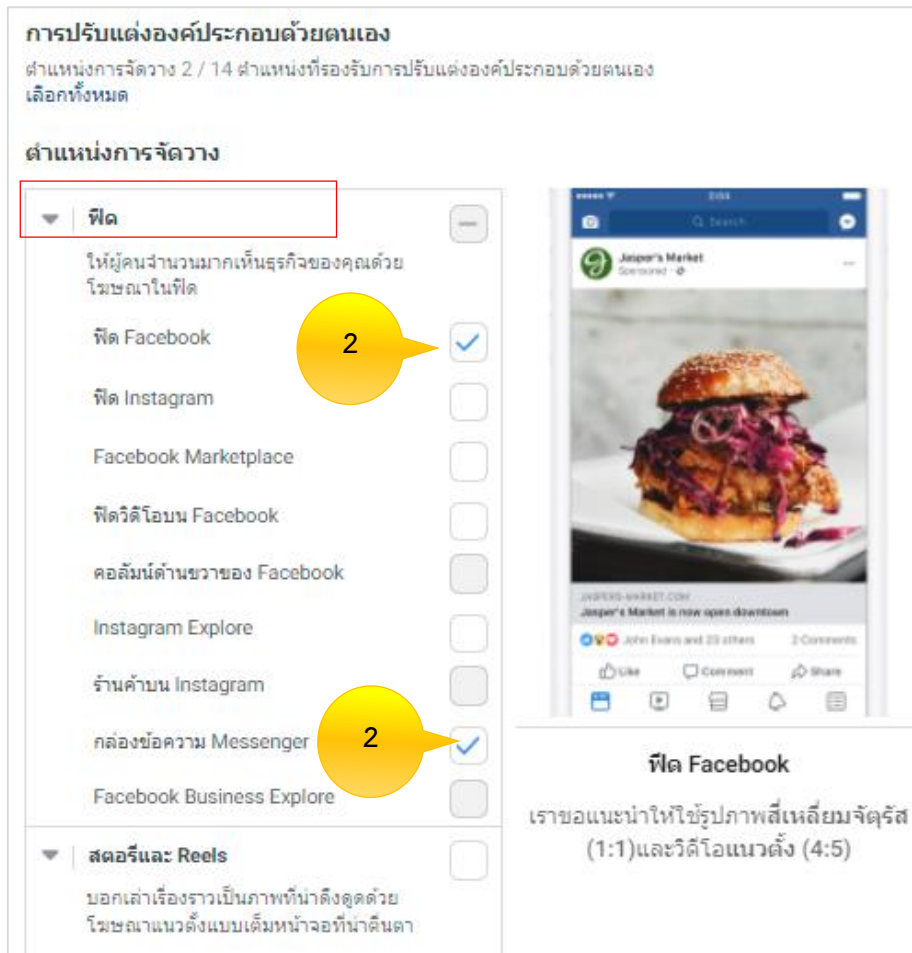
1) คลิกที่ตำแหน่งการจัดวางที่กำหนดเอง 2) เลือกตี๊กตำแหน่งจัดวางที่ฟีด ตี๊กเลือกฟีด Facebook และกล่องข้อความ Messenger

**ตำแหน่งการจัดวาง** เรียนรู้เพิ่มเติม

- ตำแหน่งการจัดวางอัตโนมัติ (แนะนำ)  
ใช้ตำแหน่งการจัดวางอัตโนมัติเพื่อใช้งบประมาณให้คุ้มค่าที่สุดและช่วยให้โฆษณาเข้าถึงผู้คนมากขึ้น ระบบการแสดงผลโฆษณาของ Facebook จะจัดสรรงบประมาณของชุดโฆษณาของคุณในตำแหน่งการจัดวางต่างๆ ในตำแหน่งที่มีแนวโน้มที่จะมีประสิทธิภาพดีที่สุด
- ตำแหน่งการจัดวางที่กำหนดเอง  
เลือกตำแหน่งที่จะแสดงผลโฆษณาของคุณด้วยตนเอง ยิ่งคุณเลือกตำแหน่งการจัดวางมากเท่าใด ก็ยิ่งเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจได้มากขึ้นเท่านั้น

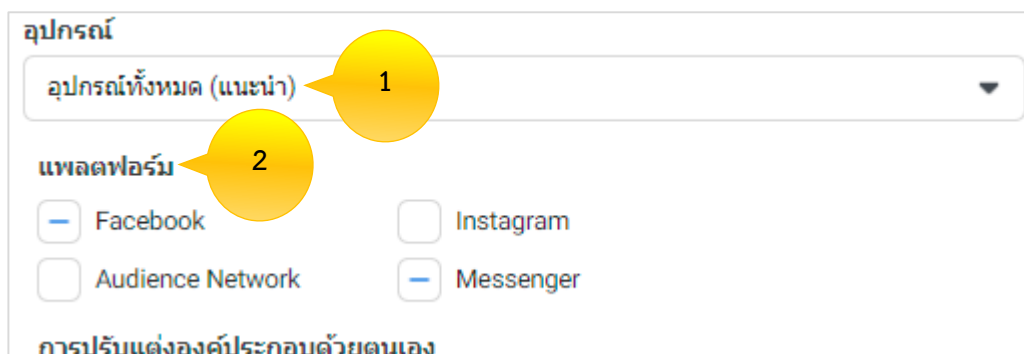
1





การเลือกว่าจะให้โฆษณาไปแสดงผลในส่วนไหน (Placement) ของ Platforms

1. เลือก Device โดยเลือกได้เป็นให้แสดงโฆษณาในเฉพาะการใช้งานผ่านโทรศัพท์หรือคอมพิวเตอร์ แนะนำให้เลือกทั้งโทรศัพท์และคอมพิวเตอร์
2. เลือก Platforms ที่ต้องการให้โฆษณาแสดงผล เลือกได้ทั้ง Facebook, Instagram, Messenger ผู้ใช้งานครั้งแรกแนะนำให้เลือกเป็น Facebook



1. เลือกประเภทอุปกรณ์ที่ต้องการให้แสดงโฆษณา 1) คลิกที่ปุ่มแก้ไข 2) เลือกทุกอุปกรณ์โดยการคลิกเลือกมือถือและเดสก์ท็อป คือโทรศัพท์และคอมพิวเตอร์

**ตำแหน่งการจัดวาง** เรียนรู้เพิ่มเติม

ตำแหน่งการจัดวางอัตโนมัติ (แนะนำ)  
ใช้ตำแหน่งการจัดวางอัตโนมัติเพื่อใช้งบประมาณให้คุ้มค่าที่สุดและช่วยให้โฆษณาเข้าถึงผู้คนมากขึ้น ระบบการแสดงผลโฆษณาของ Facebook จะจัดสรรงบประมาณของชุดโฆษณาของคุณในตำแหน่งการจัดวางต่างๆ ในตำแหน่งที่มีแนวโน้มที่จะมีประสิทธิภาพดีที่สุด

ตำแหน่งการจัดวางที่กำหนดเอง  
เลือกตำแหน่งที่จะแสดงผลโฆษณาของคุณด้วยตนเอง ยิ่งคุณเลือกตำแหน่งการจัดวางมากเท่าใด ก็ยิ่งมีโอกาสในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจได้มากขึ้นเท่านั้น

**อุปกรณ์** แก้ไข

อุปกรณ์ทั้งหมด

**อุปกรณ์**

อุปกรณ์ทั้งหมด (แนะนำ)

มือถือ

เดสก์ท็อป

2. เลือก Platforms ที่ต้องการให้โฆษณาแสดงผล ผู้ใช้งานครั้งแรกแนะนำให้เลือกเป็น Facebook และ Messenger

**แพลตฟอร์ม**

อุปกรณ์ทั้งหมด (แนะนำ)

Facebook  Instagram

Audience Network  Messenger

### การปรับให้เหมาะสมและการแสดงโฆษณา

**การปรับให้เหมาะสมและการแสดงโฆษณา**

การปรับให้เหมาะสมสำหรับการนำเสนอโฆษณา

การตอบกลับ

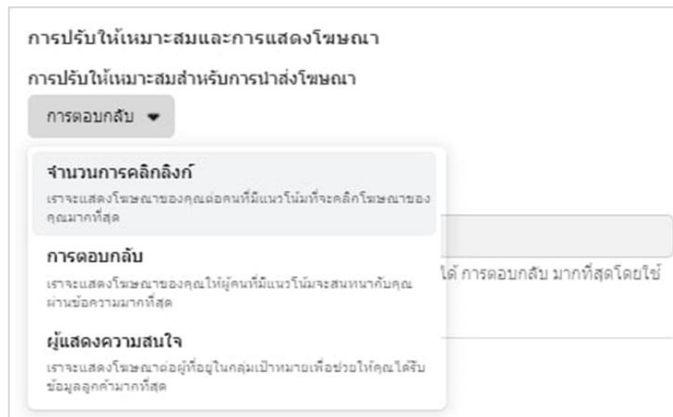
การควบคุมต้นทุน

SX.XX

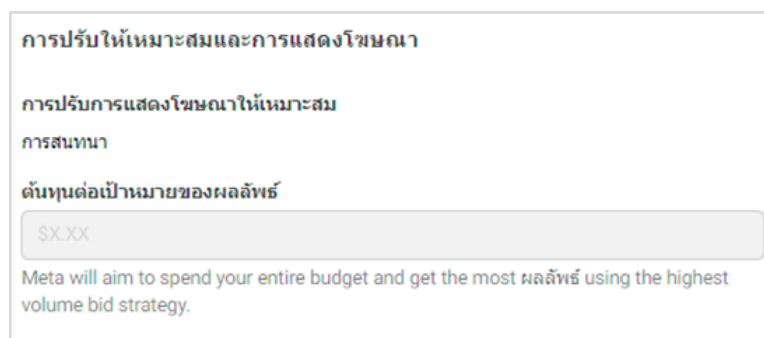
Facebook จะตั้งเป้าเพื่อใช้จ่ายงบประมาณทั้งหมดของคุณให้ได้ การตอบกลับ มากที่สุดโดยใช้กลยุทธ์การประมูลด้วยต้นทุนที่ต่ำที่สุด

แสดงตัวเลือกเพิ่มเติม

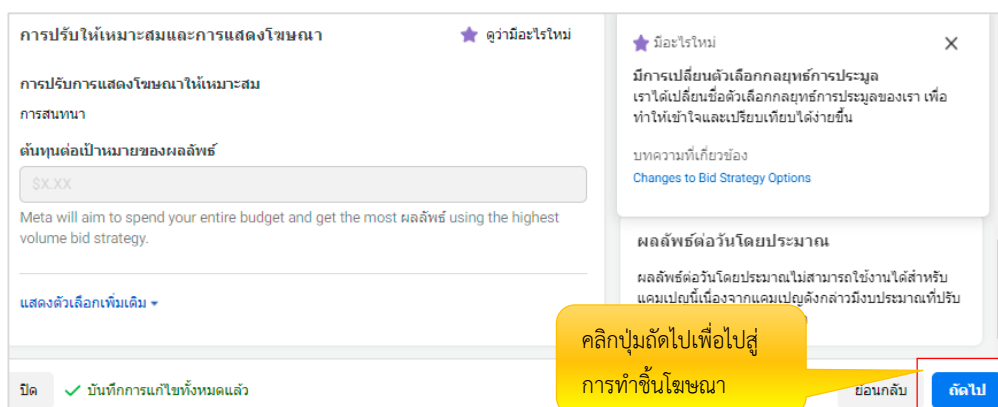
โดยในรูปเราสามารถเลือกตรงที่ “การตอบกลับ” และจะมีตัวอย่างมาให้เลือกทั้งหมด 3 แบบ เราสามารถเลือกได้ให้ตรงกับตามวัตถุประสงค์ของเราเลยว่าเราต้องการให้คนมีส่วนร่วมกับเราในรูปแบบใด เช่น “การคลิกโฆษณา การสนทนาผ่านข้อความ การแสดงโฆษณาให้คนที่สนใจและอยู่ในกลุ่มเป้าหมายของเรา” ตรงนี้ในส่วนตัวจะขอเลือก “ผู้แสดงความสนใจ” เนื่องจากวัตถุประสงค์ของ Marketing In Secret คือต้องการให้กลุ่มเป้าหมายเห็นมากที่สุด



ตัวอย่างการยิงโฆษณาด้วยวัตถุประสงค์ข้อความ ระบบจะให้เป็นการปรับการแสดงผลโฆษณาให้เหมาะสมด้วยการสนทนา จะไม่สามารถปรับแก้ไขใด ๆ ได้



เมื่อตั้งค่าตรงปุ่มการตอบกลับเสร็จแล้ว ส่วนอื่น ๆ อย่างเช่น การควบคุมต้นทุน และเกณฑ์การเรียกเก็บเงินก็ข้ามไปได้เลย เพราะเราได้กำหนดไปหมดแล้วตั้งแต่ต้น จากนั้นให้คลิกปุ่มถัดไปเพื่อไปสู่การทำการยิงโฆษณา



## 6.9 การตั้งค่าโฆษณา

การสร้างแอดโดยขั้นตอนนี้จะเป็นการกำหนดรูปแบบโฆษณาของคุณว่าจะออกมาเป็นรูปแบบไหน ตรงนี้เราสามารถเลือกได้ว่าจะเลือกสร้างใหม่ทำโพสต์ใหม่ คือ 1.การสร้างโฆษณาใหม่ หรือ 2.ใช้โพสต์เดิมที่มีอยู่แล้ว

**ถ้าต้องการการสร้างโฆษณาใหม่** มีเมนูครอบตาวนนี้ให้เลือกได้ 2 รูปแบบคือ 1) รูปภาพหรือวิดีโอรายการเดียว 2) ภาพสไลด์ คุณสามารถเลือกรูปแบบ (Format) ที่จะไปแสดงผลเป็นรูปแบบโพสต์ประเภทต่าง ๆ มากมาย ไม่ว่าจะเป็น

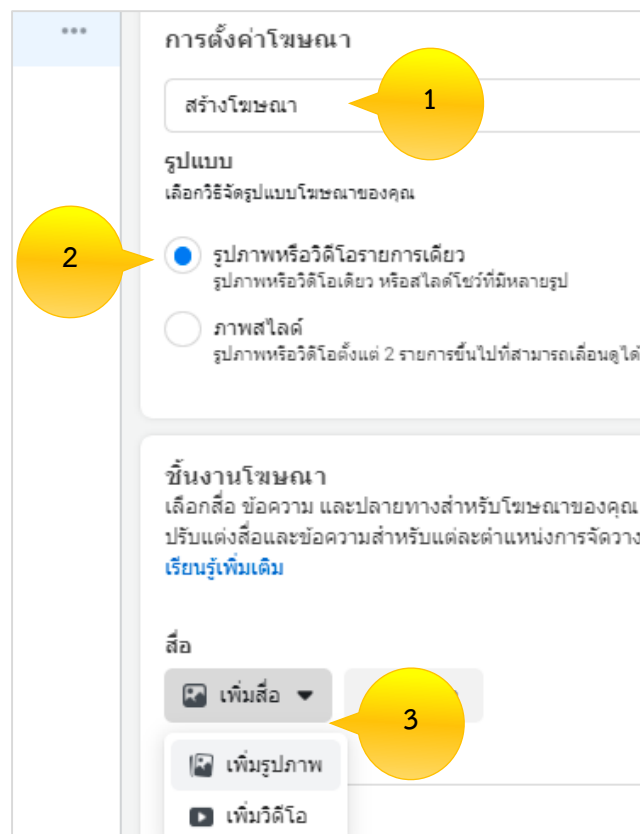
- Image โฆษณาประเภทรูปภาพ ใช้ jpg หรือ png แนะนำขนาด 1 : 1 ความละเอียด: 1080 x 1080 พิกเซล
- Video โฆษณาประเภทวิดีโอ ใช้ได้เกือบทุกสกุลไฟล์ แต่จะมีการกำหนดความยาวว่าต้องไม่น้อยกว่า 1 วินาที สูงสุดไม่เกิน 240 นาที และมีสัดส่วน 9 : 16 ถึง 16 : 9

- Carousel โฆษณาในรูปแบบสไลด์ ใช้ได้ทั้งแบบรูปภาพและวิดีโอ โดยจะต้องมีจำนวนทั้งหมด 2 ภาพ หรือ 2 วิดีโอขึ้นไป ซึ่งการยิงโฆษณารูปแบบนี้จะต้องมีหน้าเว็บไซต์ (Landing page) รองรับ

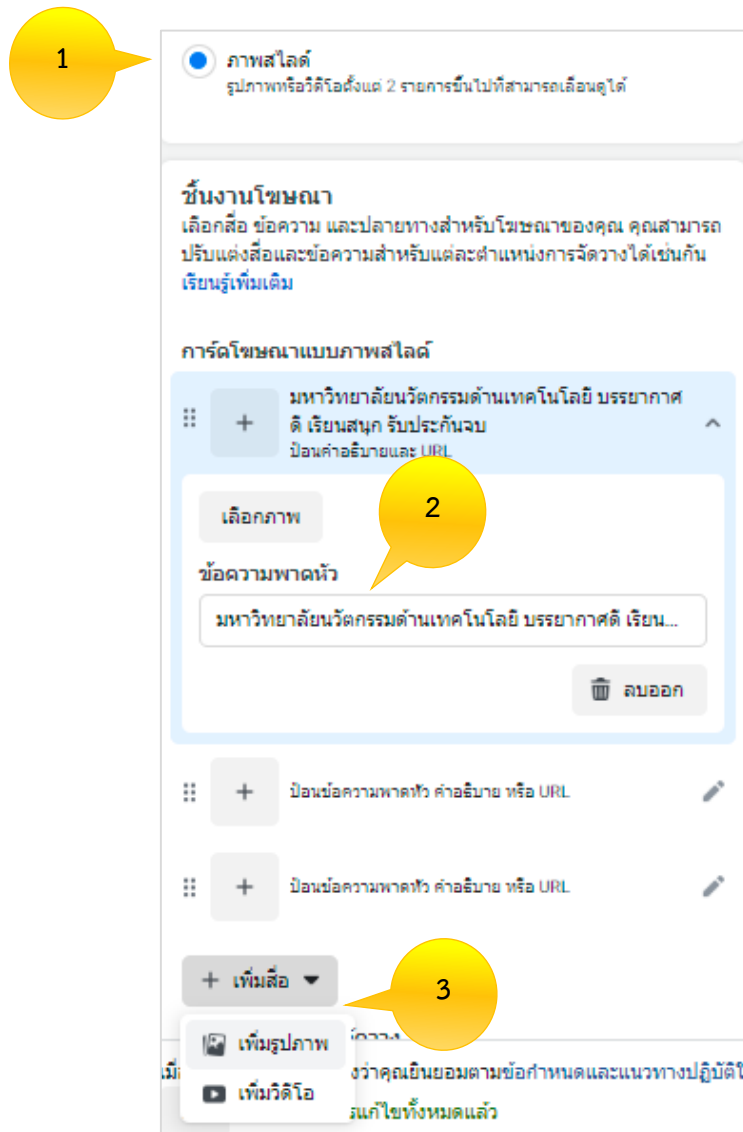
**ถ้าต้องการสร้างใช้โพสต์เดิมที่มีอยู่แล้ว** จะมีเพียงรายการเดียวสามารถเลือกโพสต์ที่ต้องการ และเลือกพื้นที่การจัดวางเท่านั้น

### 1.การสร้างโฆษณาใหม่

1.1 ต้องการการสร้างโฆษณาใหม่สร้างโพสต์รูปแบบภาพหรือวิดีโอ ขั้นตอนดังนี้ 1) เลือกสร้างโฆษณา 2) เลือกรูปแบบรูปภาพหรือวิดีโอรายการเดียว จากนั้น 3)เลือกที่ปุ่มเพิ่มสื่อ เลือกเพิ่มสื่อจะเป็นรูปภาพ/วิดีโอ จากนั้นกดเพิ่มรูปภาพและอัปโหลดวิดีโอขึ้นไป



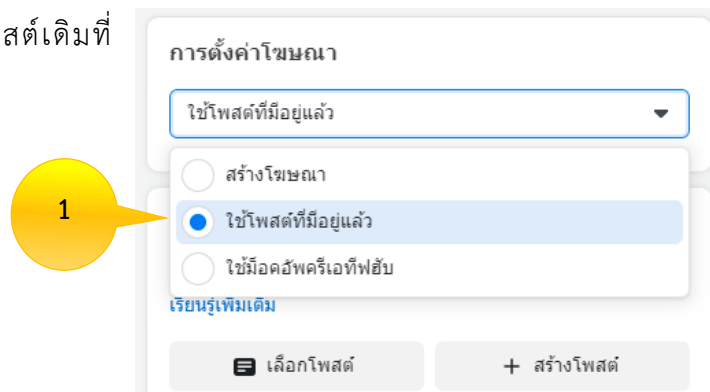
1.2 ต้องการการสร้างโฆษณาใหม่สร้างโพสต์รูปแบบรูปภาพสไลด์ ขั้นตอนดังนี้ 1) เลือกสร้างโฆษณา 2) กรอกข้อความพาดหัว 3)เลือกที่ปุ่มเพิ่มสื่อ เลือกเพิ่มสื่อเป็นรูปภาพ/วิดีโอ จากนั้นกดเพิ่มรูปภาพและอัปโหลดวิดีโอขึ้นไป



## 2.การใช้โพสต์เดิมที่มีอยู่แล้ว

ในที่นี้เรามีโพสต์ที่จะต้องการยิงโฆษณาอยู่แล้วได้เลือกใช้โพสต์เดิมที่มีอยู่แล้ว มีขั้นตอนดังนี้

1) เลือกการตั้งค่าโฆษณาเป็นใช้โพสต์เดิมที่มีอยู่แล้ว



## 2) คลิกปุ่มเลือกโพสต์

ชื่อโฆษณา ☆ ดูว่ามีอะไรใหม่

ยิงข้อความ เพิ่มเฟลต

การตั้งค่าโฆษณา

ใช้โพสต์ที่มีอยู่แล้ว

ขั้นตอนโฆษณา

เลือกสื่อ ข้อความ และปลายทางสำหรับโฆษณาของคุณ คุณสามารถปรับแต่งสื่อและข้อความสำหรับแต่ละตำแหน่งการจัดวางได้เช่นกัน [เรียนรู้เพิ่มเติม](#)

**เลือกโพสต์**

3) เลือกโพสต์ที่ต้องการ และ

4) คลิกปุ่มดำเนินการต่อ

5) ในส่วนการกระตุ้นให้

ดำเนินการให้เลือก

"ส่งข้อความ" ระบุเลือก  
ให้แล้ว

เลือกโพสต์

Facebook Instagram เนื้อหาที่มีแบรนด์

กรองตาม:

โพสต์ทั้งหมด

โพสต์บน Facebook	ID โพสต์	สื่อ	วันที่สร้าง
2 <span>0</span> <span>2</span>			
ประกาศ ! รับสมัครนักศึกษาใหม่ ปี 2565 ทุกก้าวแห่งความสำเร็จ... 1 <span>0</span> <span>1</span>	5088470961219472	Photo	17 พ.ค. 20...
นับเวลาถอยหลัง อีก 4 วัน 17 พฤษภาคม 2565 เรา...	5077277389005496	Photo	13 พ.ค. 20...

Selected Facebook Post

ประกาศ ! รับสมัครนักศึกษาใหม่ ปี 2565 ทุกก้าวแห่งความสำเร็จ มาเริ่มที่ราชมงคลสุวรรณภูมิ พร้อมสร้างบัณฑิต...   
 โพสต์แล้ว 17 พ.ค. 2022 . ถูกใจ 1 คน, ความคิดเห็น 0 รายการ, แชร์ 1 ครั้ง

ยกเลิก **ดำเนินการต่อ**

ขั้นตอนโฆษณา

เลือกสื่อ ข้อความ และปลายทางสำหรับโฆษณาของคุณ คุณสามารถปรับแต่งสื่อและข้อความสำหรับแต่ละตำแหน่งการจัดวางได้เช่นกัน [เรียนรู้เพิ่มเติม](#)

โฆษณาบน Instagram ของคุณจะแสดงการกล่าวถึงบน Facebook เป็นข้อความปกติ

Facebook ประกาศ ! รับสมัครนักศึกษาใหม่... 5088470961219472 17 พ.ค. 2022

เปลี่ยนโพสต์ + สร้างโพสต์

ป้อน ID โพสต์

**การกระตุ้นให้ดำเนินการ**

ส่งข้อความ

แก้ไขตำแหน่งการจัดวาง

เลือกตำแหน่งการจัดวางที่จะแก้ไข

ตัวอย่างโฆษณา ตัวอย่างปลายทาง เปิดฟรี

ตำแหน่งการจัดวาง 6 รายการ ดูตัวอย่างขั้นสูง แชร์

Facebook โพสต์

สำหรับบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

ประกาศ ! รับสมัครนักศึกษาใหม่ ปี 2565 ทุกก้าวแห่งความสำเร็จ มาเริ่มที่ราชมงคลสุวรรณภูมิ พร้อมสร้างบัณฑิตกับปณิธานที่ศรัทธา... ดูเพิ่มเติม

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

**รับสมัครนักศึกษาใหม่ 65**

ทุกก้าวแห่งความสำเร็จ เริ่มที่ราชมงคลสุวรรณภูมิ

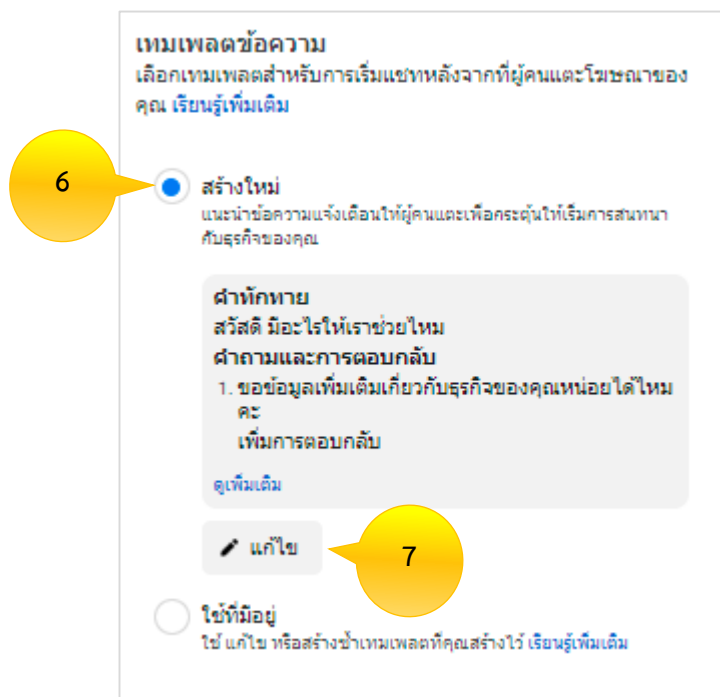
ส่งมอบบัณฑิตที่มีคุณภาพ... ดูเพิ่มเติม

ตั้งแต่วันที่ - 10 มิถุนายน 2565

เว็บไซต์ / โทร / แผนที่ / แผนที่ / แผนที่

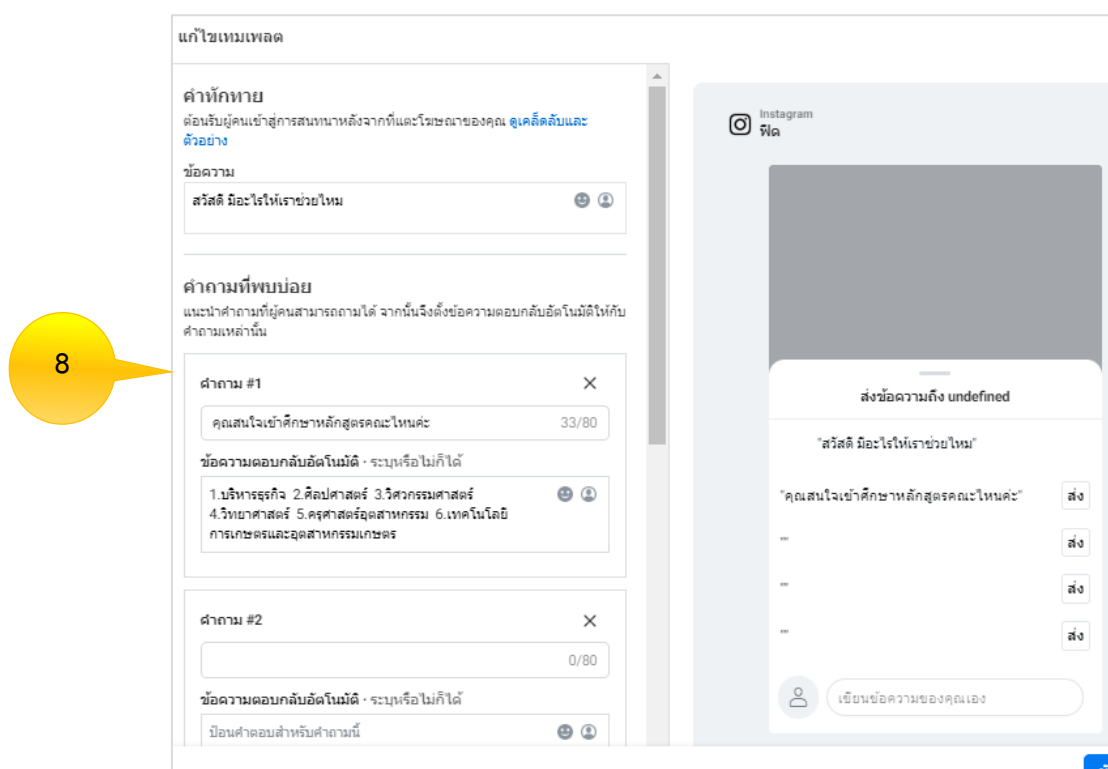
6) ในส่วนเทมเพลตข้อความ เลือก "สร้างใหม่" และ 7) คลิกปุ่มแก้ไข

เลือกเทมเพลตสำหรับการเริ่มแชทหลังจากที่ผู้คนที่แอดมาของคุณ เรียนรู้เพิ่มเติมใช้ที่มีอยู่



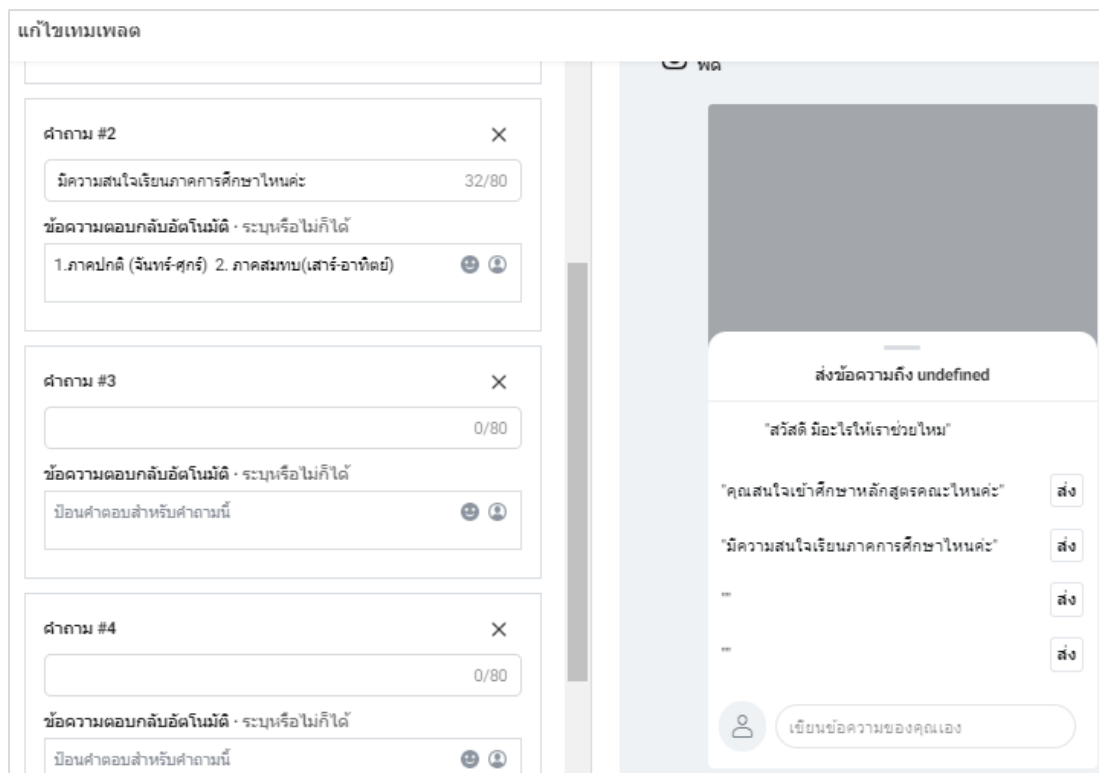
8) แก้ไขเทมเพลต โดยการกรอกคำถามที่พบบ่อยที่เราต้องการให้กลุ่มเป้าหมายทราบสิ่งที่เราต้องการ  
แจ้งเป็นลักษณะปุ่มข้อความ ให้พิมพ์ทำทักทาย ว่า “สวัสดี มีอะไรให้เราช่วยไหม” โดยพิมพ์คำถามดังภาพ

9) พิมพ์ข้อความตอบกลับอัตโนมัติดังกล่าว และจะมีตัวอย่างคำถามที่พิมพ์แสดงในหน้าจำลองด้านขวามือ

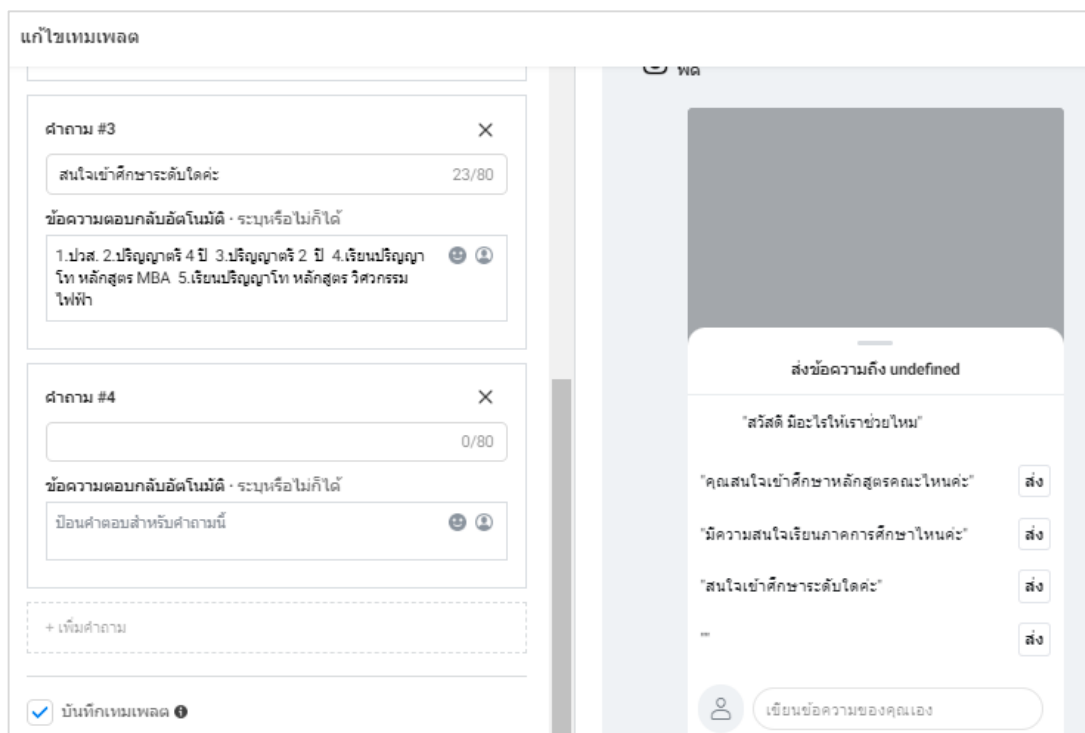




ถ้าต้องการสร้างมากกว่า 1 คำถามให้พิมพ์ในข้อความคำถาม คำถาม #2 ต่อไป ดังตัวอย่างได้สร้างคำถามตอบอัตโนมัติ 3 ข้อดังตัวอย่างภาพ



แสดงตัวอย่างสร้างคำถามตอบอัตโนมัติ คำถาม #2



แสดงตัวอย่างสร้างคำถามตอบอัตโนมัติ คำถาม #3

ในระบบจะมีข้อความตอบอัตโนมัติเพียง 4 ข้อ(คำถาม #4) ถ้าต้องการสร้างมากกว่า 4 ข้อ ให้คลิกที่ปุ่มเพิ่มคำถาม และระบบกำจำกัดสร้างได้เพียง 5 ข้อคำถามเท่านั้น จะได้ภาพหน้าจอให้สามารถเพิ่มข้อความที่ 5

แก้ไขเทมเพลต

คำถาม #3 ×

0/80

ข้อความตอบกลับอัตโนมัติ · ระบุหรือไม่ก็ได้

1.ปวส. 2.ปริญญาตรี 4 ปี 3.ปริญญาตรี 2 ปี 4.เรียนปริญญาโท หลักสูตร MBA 5.เรียนปริญญาโท หลักสูตร วิศวกรรมไฟฟ้า

คำถาม #4 ×

0/80

ข้อความตอบกลับอัตโนมัติ · ระบุหรือไม่ก็ได้

ป้อนคำตอบสำหรับคำถามนี้

+ เพิ่มคำถาม

บันทึกเทมเพลต ⓘ

คลิกที่ปุ่มเพิ่มคำถามเพื่อสร้างคำถามข้อที่ 5

คำถาม #4 ×

0/80

ข้อความตอบกลับอัตโนมัติ · ระบุหรือไม่ก็ได้

ป้อนคำตอบสำหรับคำถามนี้

คำถาม #5 ×

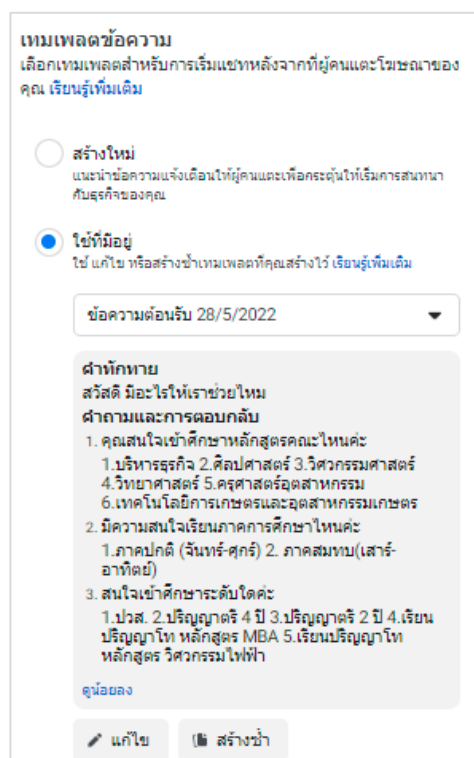
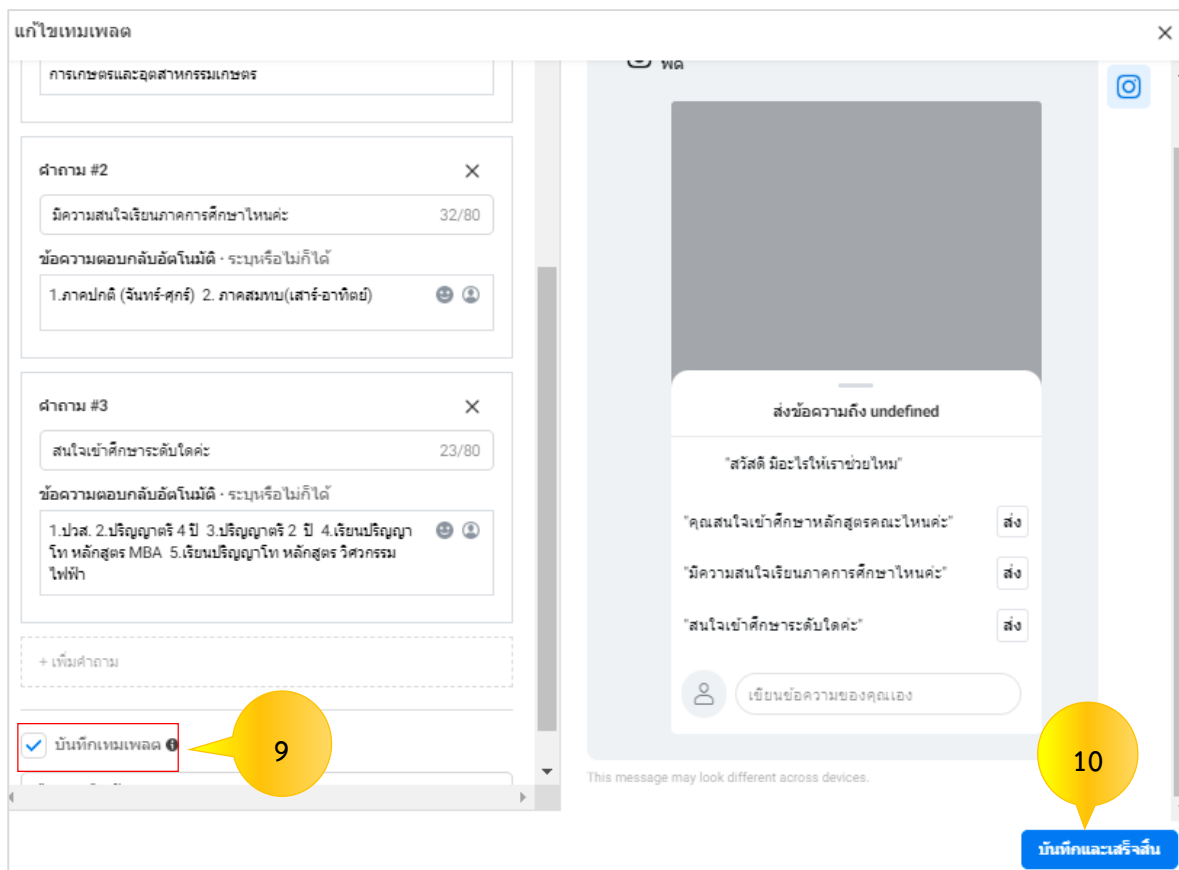
0/80

ข้อความตอบกลับอัตโนมัติ · ระบุหรือไม่ก็ได้

ป้อนคำตอบสำหรับคำถามนี้

บันทึกเทมเพลต ⓘ

เมื่อสร้างข้อความตอบอัตโนมัติเสร็จแล้วจะได้ภาพดังตัวอย่างภาพล่าง และ 9) สามารถบันทึกข้อความนี้ไว้เป็นคลังเก็บไว้ในครั้งต่อไปโดยคลิกที่ ปุ่มบันทึกเทมเพลต และ 10) คลิกปุ่มบันทึกและเสร็จสิ้นต่อไป จะได้ภาพหน้าจอที่ 11



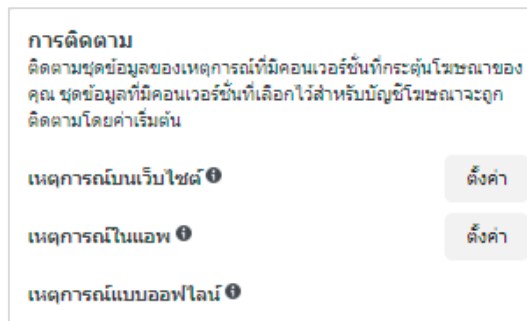
### 6.9. การติดตาม (แนะนำว่ามีใหม่ข้ามไปยังไม่ต้องใส่)

ในการติดตามนั้น เราสามารถใช้ได้กับโฆษณาที่เป็นวัตถุประสงค์กับ “คอนเวอร์ชัน” จะเกิดผลดีที่สุด แต่แบบอื่น ๆ ก็สามารถใส่ได้เหมือนกัน โดยการติดตามนั้นแบ่งออกเป็น 3 หมวดย่อย ๆ คือ

เหตุการณ์บนเว็บไซต์ หรือที่เราคุ้นเคยคือ Facebook Pixel นั่นเอง ซึ่งประโยชน์ของมันก็มีมากมาย ใช้สำหรับเก็บข้อมูลลูกค้าที่กระทำสิ่งใด ๆ บนเว็บไซต์ของเรา เช่น การกดใส่ตระกร้า การชำระค่าสินค้า เป็นต้น

เหตุการณ์ในแอป คือ หากคุณต้องการให้ดาวน์โหลดแอปพลิเคชัน ก็สามารถทำตามขั้นตอนการตั้งค่า เพื่อเก็บข้อมูลว่ากลุ่มเป้าหมายเหล่านี้ทำอะไรบ้างกับโฆษณาแอปพลิเคชันของเรา

เหตุการณ์แบบออฟไลน์ คือ อัปโหลดยอดขายออฟไลน์และข้อมูลการโต้ตอบเพื่อวัดผลคอนเวอร์ชันโฆษณา จากนั้นจึงสร้างกลุ่มเป้าหมายสำหรับโฆษณาที่กำหนดเป้าหมายตามธุรกรรมเหล่านี้ ติดตามผลเมื่อมีธุรกรรมเกิดขึ้นในตำแหน่งที่ตั้งธุรกิจของคุณและช่องทางออฟไลน์อื่น ๆ หลังจากที่มีคนดูหรือมีส่วนร่วมกับ

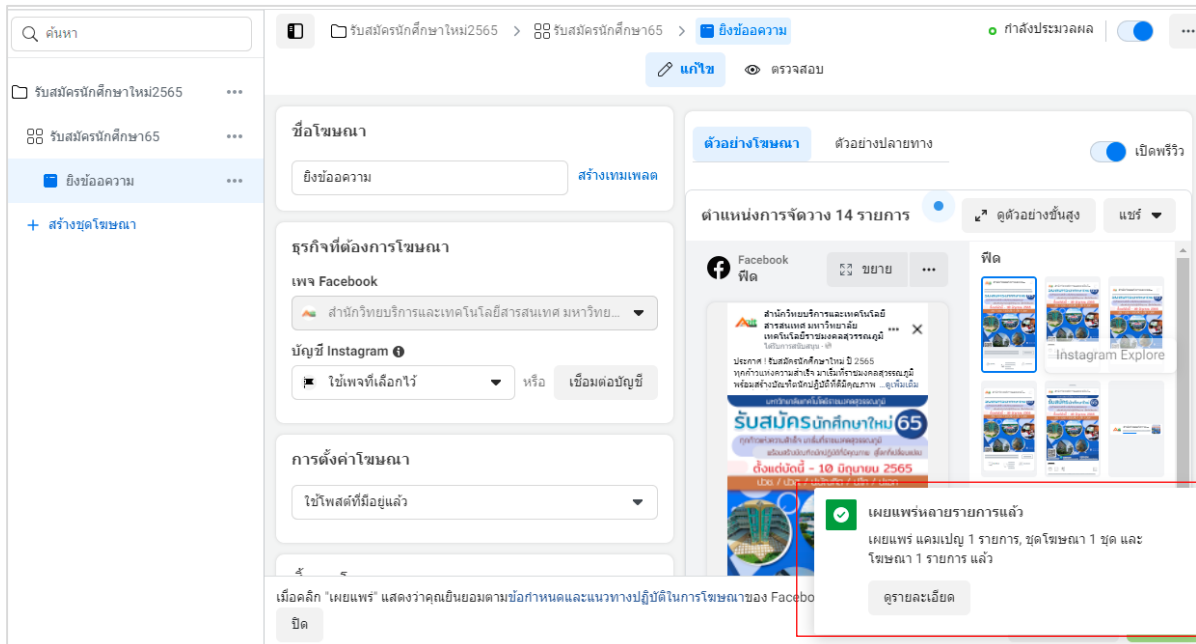


### 6.10 การเผยแพร่โฆษณา

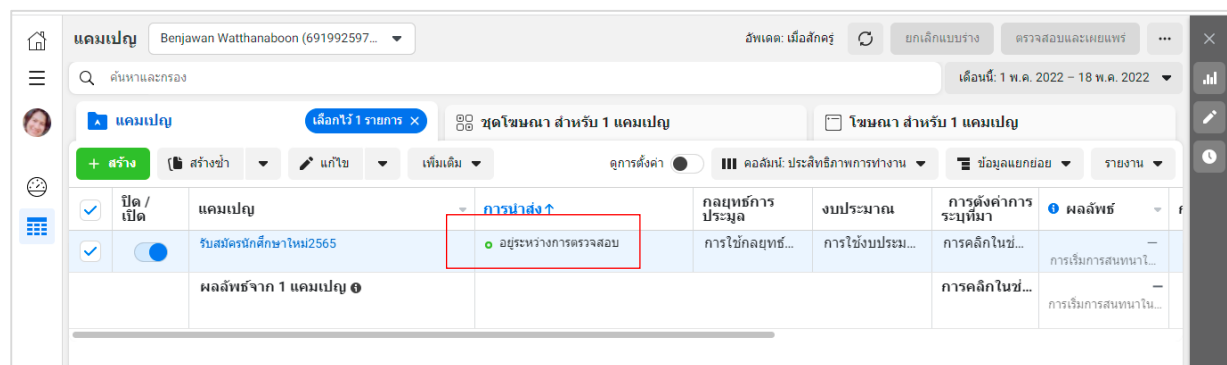
เมื่อสร้างโฆษณาเสร็จสิ้นแล้วเลือก "เผยแพร่" และก่อนเผยแพร่ จะต้องตรวจสอบ Preview ของชิ้นงานที่เราจะยิงแอดโฆษณา Facebook เมื่อทำครบทุกขั้นตอน อาจจะย้อนเช็ครายละเอียดสักนิด เมื่อถูกต้องตามแบบที่เราต้องการแล้วจึงคลิกปุ่มเผยแพร่ได้เลย จะมีขั้นตอนเผยแพร่ดังนี้



จากนั้นรอรระบบดำเนินการประมวลผลสักครู่ เมื่อเสร็จแล้วจะได้หน้าจอมีข้อความมูขวาล่างว่า “เผยแพร่หลายรายการแล้ว” ดังภาพ



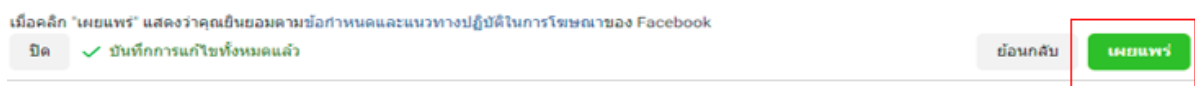
หน้าระบบการจัดการ Facebook Ads จะแสดงผลว่า “อยู่ระหว่างการตรวจสอบดังภาพ”



จะเป็นขั้นตอนของทาง Facebook ที่จะตรวจสอบข้อมูลโฆษณา Facebook Ads ของเราว่าถูกต้องตามกฎของ Facebook หรือเปล่าโดยอาจจะใช้เวลา 5 นาที – 1 วัน สำหรับการยิงครั้งแรก หากได้เผยแพร่โฆษณาแล้ว ต้องติดตามดูผลวิเคราะห์อย่างใกล้ชิด เพื่อที่เราจะนำข้อมูลที่ Facebook ได้มำนำมาปรับปรุงโฆษณาหาสูตรของเราเฉพาะ เพื่อให้ได้กลุ่มเป้าหมายและชิ้นงานโฆษณาที่ดีที่สุด ซึ่งจะนำไปสู่ความสำเร็จในการยิงแอด Facebook เหมือนหลาย ๆ คน และถ้าการตรวจสอบผ่านไม่ขัดต่อนโยบาย Facebook อนุญาตแล้ว สถานะการนำส่งจะเปลี่ยนเป็น “ใช้งานอยู่” ดังภาพ และจะนำโฆษณาเราไปเผยแพร่ต่อไป

ปิด / เปิด	โฆษณา	การนำส่ง ↓	ชื่อชุดโฆษณา	กลยุทธ์การประมวลชุดโฆษณา	งบประมาณชุดโฆษณา	การแก้ไขสำคัญล่าสุด	ที่ตั้ง...	ผลลัพธ์	การเข้าถึง	อิมเพรสชัน	ต้นทุนต่อผลลัพธ์
<input checked="" type="checkbox"/>		ใช้งานอยู่	รับสมัครนักศึกษา65 โฆษณาที่กำลังทำงาน 1 ตัว	ปริมาณสูงสุด การสนทนา	฿100.00 ต่อวัน	18 พ.ค. 2022 21:02 เมื่อวานนี้	ก.	1 การเริ่มการสนทนา...	803	1,630	฿196.03 ต่อการเริ่มการสนทนา...
	ผลลัพธ์จากโฆษณา 1 ชิ้น						ก...	1 การเริ่มการสนทนา...	802 ผู้คน	1,630 รวม	฿196.03 ต่อการเริ่มการสนทนา...

ข้อสังเกต : ถ้าไม่ได้ทำการยืนยันบัญชีส่วนตัวพร้อมผูกบัตรเพิ่มข้อมูลชำระเงินไว้ครั้งแรกก่อนการสร้างโฆษณา เมื่อสร้างโฆษณาเสร็จสิ้นแล้วคลิกปุ่ม "เผยแพร่" จะไม่สามารถส่งได้ ระบบจะให้กรอกรายการเพิ่มข้อมูลชำระเงินก่อนดังภาพ เมื่อกรอกข้อมูลสำเร็จแล้วระบบดำเนินการประมวลผลสักครู่ เมื่อเสร็จแล้วจะได้หน้าจอมีข้อความมูมขวาล่างว่า “เผยแพร่หลายรายการแล้ว” ดูขั้นตอนการกรอกรายการเพิ่มข้อมูลชำระเงินที่หน้า 60 เมื่อสร้างโฆษณาเสร็จสิ้นแล้วคลิกปุ่ม "เผยแพร่" ระบบจะให้กรอกรายการเพิ่มข้อมูลชำระเงิน



### เพิ่มข้อมูลการชำระเงิน

เพิ่มวิธีการชำระเงิน

บัตรเครดิตหรือเครดิต  

QR Code 

TrueMoney 

อินเทอร์เน็ต แบงก์กิ้ง 

เครดิตโฆษณา

แสดงหน้าจอเปรียบเทียบผลการยิงโฆษณาด้วยจุดประสงค์ข้อความในเพจสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศที่ได้ทำการยิงโฆษณา Facebook Ads

**รับสมัครนักศึกษาใหม่ 65**

ทุกก้าวแห่งความสำเร็จ มาเริ่มที่ราชวมงคลสุวรรณภูมิ  
พร้อมสร้างบัณฑิตนักปฏิบัติที่มีคุณภาพ สู่โลกที่เปลี่ยนแปลง

**ตั้งแต่บัดนี้ - 10 มิถุนายน 2565**  
บช. / บส. / ป.บัณฑิต / ป.โท / ป.เอก

ติดต่อรับสมัครนักศึกษามาใหม่  
☎ 0-3570 9085  
☎ 0-3570 9101-3

สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัย  
เทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ  
วิทยาลัยและมหาวิทยาลัย

ส่งข้อความ

329 จำนวนคนที่เข้าถึง  
26 จำนวนการมีส่วนร่วม

โปรโมทโพสต์

👍👎 1

แชร์ 2 ครั้ง

👍 ถูกใจ    💬 แสดงความคิดเห็น    ➦ แชร์

ภาพตัวอย่างหน้าจอก่อนมีการยิงโฆษณาด้วยจุดประสงค์ข้อความ  
วันที่ 18 พฤษภาคม 2565 เวลา 18.00 น.



# รับสมัครนักศึกษาใหม่ 65

ทุกก้าวแห่งความสำเร็จ มาเริ่มที่ราชวมงคลสุวรรณภูมิ

พร้อมสร้างบัณฑิตนักปฏิบัติที่มีคุณภาพ สู่โลกที่เปลี่ยนแปลง

ตั้งแต่บัดนี้ - 10 มิถุนายน 2565

เวช. / เวส. / ปบัณฑิต / ปโท / ปเอก

ติดต่อรับสมัครนักศึกษาใหม่  
☎ 0-3570-9085  
สำนักงานอธิการบดีราชวมงคลสุวรรณภูมิ  
☎ 0-3570-9101-3  
งานโครงการพัฒนาระบบงานวิชาการ

สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัย  
เทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ  
วิทยาลัยและมหาวิทยาลัย

🗉 ส่งข้อความ

929  
จำนวนคนที่เข้าถึง

96  
จำนวนการมีส่วนร่วม

↓ ต่ำกว่า -1.9x  
คะแนนการเผยแพร่

📄 โปรมิทโพสต์

👍👎 7

แชร์ 5 ครั้ง

👍 ถูกใจ

💬 แสดงความคิดเห็น

➦ แชร์

ภาพตัวอย่างหน้าจอผลการยิงโฆษณาด้วยจุดประสงค์ข้อความ  
วันที่ 19 พฤษภาคม 2565 เวลา 7.30 น.

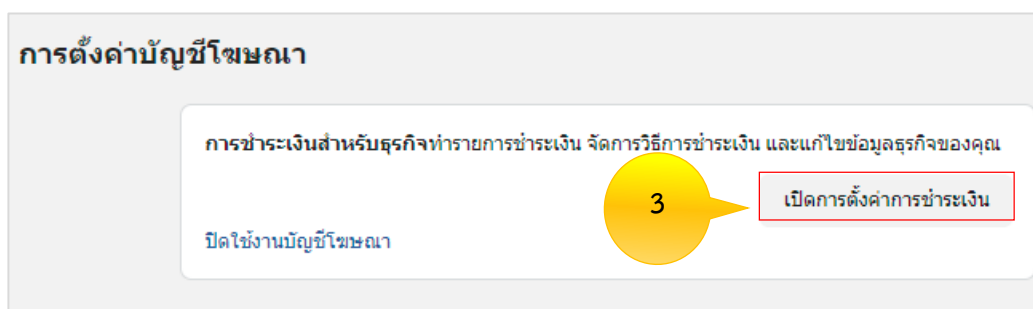
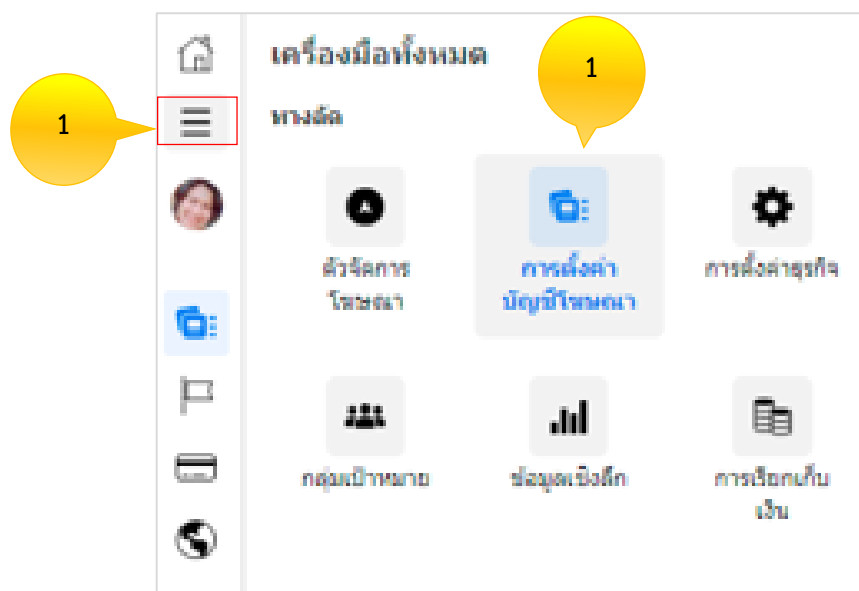
## 7. วิธีการยืนยันตัวตนบัญชีส่วนตัวและผูกการชำระเงินสำหรับโฆษณาบน Facebook

เมื่อคุณสร้างโฆษณาด้วยตัวจัดการโฆษณา คุณจะได้รับข้อความแจ้งให้เพิ่มวิธีการชำระเงินก่อนที่จะเผยแพร่โฆษณาชิ้นแรกของคุณ โดยคุณสามารถเพิ่มและเปลี่ยนวิธีการชำระเงินสำหรับบัญชีโฆษณาของคุณได้จากการตั้งค่าการชำระเงิน

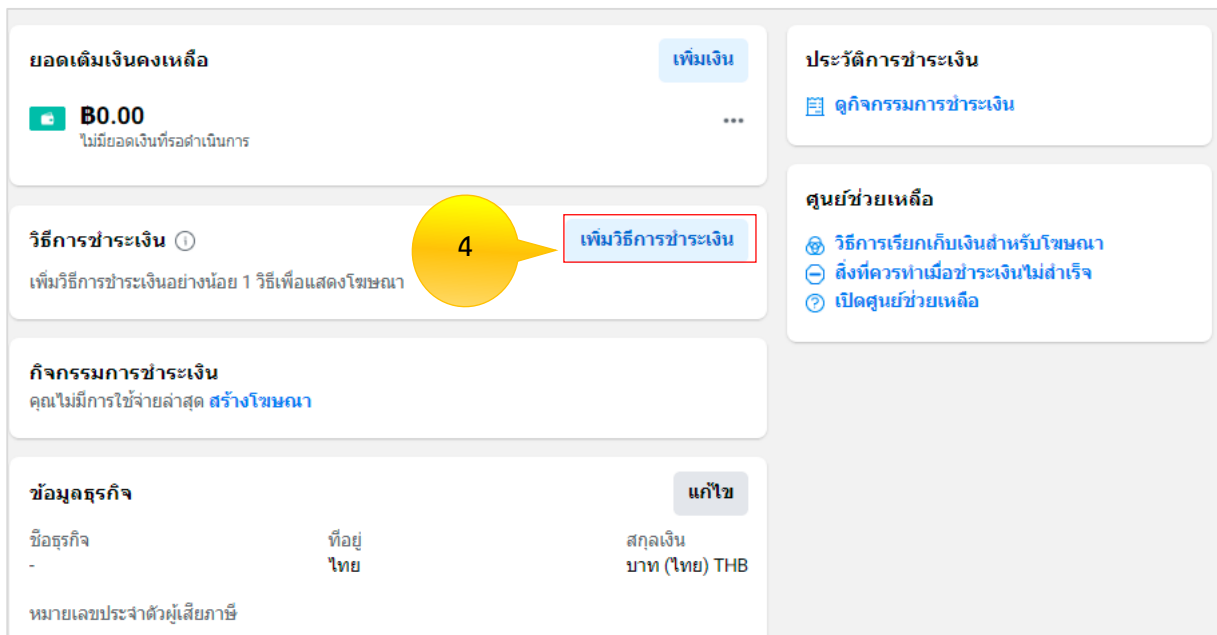
**หมายเหตุ:** เมื่อคุณตั้งค่าบัญชีโฆษณาเป็นแบบชำระอัตโนมัติหรือแบบชำระเงินด้วยตนเองแล้ว คุณจะไม่สามารถเปลี่ยนไปเป็นวิธีชำระเงินอีกแบบได้ ถ้าเลือกผูกบัตรจะไม่สามารถเลือกชำระแบบอัตโนมัติหรือแบบชำระเงินด้วยตนเอง

### การตั้งค่าบัญชีโฆษณาจัดการวิธีการชำระเงิน

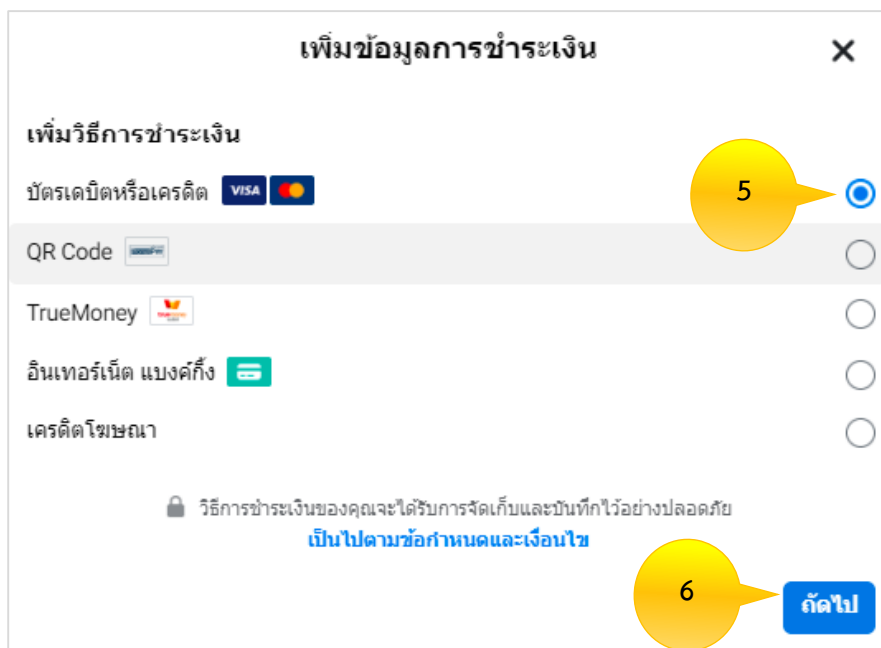
1) คลิกที่ปุ่ม ☰ 2) คลิกปุ่มการตั้งค่าบัญชีโฆษณา 3) มีหน้าจอใหม่ขึ้นมาคลิกที่เปิดการตั้งค่าวิธีการชำระเงิน



จะได้หน้าจอเพิ่มวิธีการชำระเงิน 4) คลิกปุ่มเพิ่มวิธีการชำระเงิน



มีหน้าจอตัวเลือกการชำระเงินค่าโฆษณาบน Facebook ที่สามารถใช้ได้ ยกตัวอย่างเลือกวิธีจ่ายค่าโฆษณาด้วยบัตรเครดิตและเดบิต 5) ให้เลือกติ๊กบัตรเครดิตและบัตรเดบิต และ 6) คลิกปุ่มถัดไป



คุณสามารถชำระเงินค่าโฆษณาบน Facebook ได้ด้วยวิธีการชำระเงินดังต่อไปนี้

- บัตรเครดิตและบัตรเดบิตแบบแบรนด์ร่วม (American Express, Discover, Master card และ Visa)
- PayPal
- บัญชีธนาคาร (การหักบัญชีโดยตรง) ในประเทศที่สนับสนุน
- วิธีการชำระเงินด้วยตนเองภายในประเทศสำหรับบางประเทศและบางสกุลเงิน

7) ได้หน้าจอการกรอกข้อมูลบัตรเดบิต/บัตรเครดิต กรอกข้อมูลตามช่องสีแดงให้ครบ “ชื่อบัตร หมายเลขบัตร เดือนปีบัตรหมดอายุ ป้อนรหัสความปลอดภัย(CVV) เลขหลังบัตร 8) กรอกเสร็จแล้วคลิกปุ่มบันทึก

บัตรเดบิตหรือเครดิต

รายละเอียดบัตร

ชื่อบนบัตร

ต้องกรอกข้อมูลในช่องนี้

หมายเลขบัตร

ต้องกรอกข้อมูลในช่องนี้

คด/ปป

CVV

ต้องกรอกข้อมูลในช่องนี้

ป้อนรหัสความปลอดภัย 3 หรือ 4 หลักของบัตรคุณ

วิธีการชำระเงินของคุณจะได้รับการจัดเก็บและบันทึกไว้อย่างปลอดภัย  
เป็นไปตามข้อกำหนดและเงื่อนไข

บันทึก

ได้หน้าจอการกรอกข้อมูลบัตรเครดิตข้างต้นครบถ้วน

บัตรเดบิตหรือเครดิต

รายละเอียดบัตร

ชื่อบนบัตร

BEANLAKSHAN PATTANABONDI

หมายเลขบัตร

4532 12345678901234

คด/ปป

01/2025

CVV

123

วิธีการชำระเงินของคุณจะได้รับการจัดเก็บและบันทึกไว้อย่างปลอดภัย  
เป็นไปตามข้อกำหนดและเงื่อนไข

บันทึก

9) ระบบประมวลผลภาพเสร็จจาง 10) คลิกปุ่ม”เรียบร้อย”เมื่อมีหน้าจอแจ้งว่าสำเร็จ

บัตรเครดิตหรือเครดิต

รายละเอียดบัตร

ชื่อบนบัตร  
BENJAWAN WATTANABOON

หมายเลขบัตร  
4417 7036 0060 5123

ชื่อ/ปี  
07/25

CVV  
935

ใช้การชำระเงินของคุณจะได้รับการจัดเก็บและบันทึกไว้อย่างปลอดภัย  
เป็นไปตามข้อกำหนดและเงื่อนไข

สำเร็จ

บันทึกบัตรเสร็จสมบูรณ์  
เพิ่มบัตร Visa · 5123 เข้าในบัญชีของคุณแล้ว

เรียบร้อย

11) คลิกปุ่มแก้ไขเพื่อกรอกข้อมูลหมายเลขประจำตัวผู้เสียภาษีและสกุลเงินจะได้หน้าจอ

ข้อมูลธุรกิจ

ชื่อธุรกิจ

ที่อยู่

หมายเลขประจำตัวผู้เสียภาษี

สกุลเงิน บาท (ไทย) THB

แก้ไข

12) กรอกข้อมูลภาษี กรอกชื่อตนเองแทนชื่อธุรกิจกรณีบัญชีส่วนตัว กรอกที่อยู่ ประเทศภูมิภาคเรียกเก็บเงินให้เลือกไทย

ข้อมูลภาษี

ชื่อธุรกิจ

เพิ่มชื่อ  
Benjawan Watthanaboon

ป้อนชื่อของคุณเองหากคุณไม่มีชื่อธุรกิจ

ที่อยู่ธุรกิจ

ที่อยู่ตามกฎหมายที่จดทะเบียนกับรัฐบาลและกรมสรรพากร หากคุณไม่ใช่ธุรกิจจดทะเบียน โปรดป้อนที่อยู่ไปรษณีย์

ที่อยู่ 1

ที่อยู่ 2

เมือง

รัฐ จังหวัด หรือภูมิภาค

รหัสไปรษณีย์

ประเทศหรือภูมิภาคในการเรียกเก็บเงิน

ประเทศ/ภูมิภาค  
ไทย

13) บัญชีส่วนตัวให้กรอกหมายเลขประจำตัวผู้เสียภาษีด้วยเลขบัตรประชาชน จุดประสงค์ในการลงโฆษณาให้ติ๊กเลือก “ไม่ใช่ ฉันไม่ได้ซื้อโฆษณาเพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ” สกุลเงินและโซนเวลาติ๊กเลือก “บาท (ไทย)” และโฆษณาให้ติ๊กเลือก (GMT +7.00) เวลากรุงเทพฯ จากนั้นคลิกปุ่มบันทึก ดังหน้าจอ

**หมายเลขประจำตัวผู้เสียภาษี**  
 เมื่อคุณระบุหมายเลขประจำตัวผู้เสียภาษี แสดงว่าคุณยืนยันว่าคุณขึ้นทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) แล้ว และคุณจะได้รับเครดิตภาษีมูลค่าเพิ่มผ่านกลไกแบบ Reverse Charge (ผู้ซื้อสินค้าและบริการเป็นผู้นำส่งภาษีมูลค่าเพิ่ม) ตามกฎหมายภาษีมูลค่าเพิ่มของประเทศไทย คุณจะถูกเก็บภาษีมูลค่าเพิ่มหากหมายเลขประจำตัวผู้เสียภาษีที่คุณระบุไม่ถูกต้องหรือไม่ครบถ้วน [เรียนรู้เพิ่มเติม](#)

ระบุหรือไม่ก็ได้  
 1108001802152

**จุดประสงค์ในการลงโฆษณา**

ใช่ ฉันซื้อโฆษณาเพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ

ไม่ใช่ ฉันไม่ได้ซื้อโฆษณาเพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ

**สกุลเงินและโซนเวลา**

สกุลเงิน  
 บาท (ไทย)

โซนเวลา  
 (GMT +07:00) เวลากรุงเทพฯ

Meta ต้องแชร์ข้อมูลทางธุรกิจของคุณกับหน่วยงานด้านภาษีท้องถิ่นที่ร้องขอ

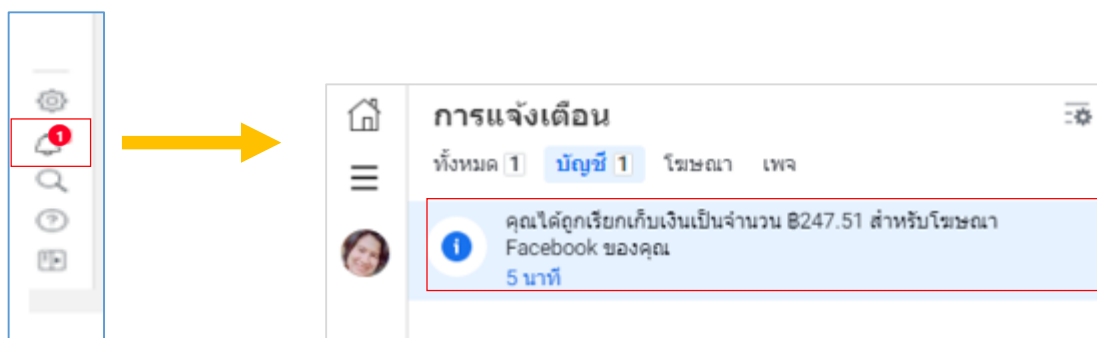
**บันทึก**


## 8. การชำระเงินค่าโฆษณาบน Facebook

เมื่อครบอายุกำหนดระยะเวลาและวงเงินการยิงโฆษณา ตัวจัดการโฆษณาจะมียอดเงินที่ต้องชำระแสดงในคอลัมน์ชื่อว่า “ต้นทุนต่อผลลัพธ์” และสถานการณ์นำส่งจะเปลี่ยนจาก “ใช้งานอยู่” เป็น “เสร็จสมบูรณ์” ดังภาพ

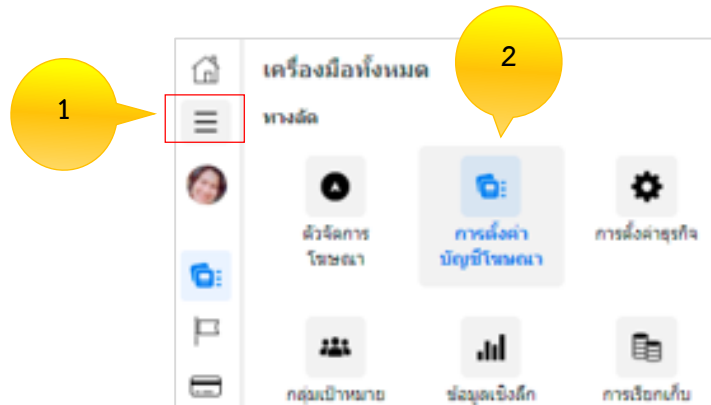
แคมเปญ	การนำเสนอ	กลยุทธ์การประมูล	งบประมาณ	การตั้งค่าการรวม	ผลลัพธ์	การเข้าถึง	อิมเพรสชัน	ต้นทุนต่อผลลัพธ์
รับสมัครนักศึกษาใหม่2565	เสร็จสมบูรณ์	การใช้กลยุทธ์...	การใช้งบประมาณ...	การคลิกในช...	1	859	2,260	B247.51
ผลลัพธ์จาก 1 แคมเปญ				การคลิกในช...	1	859	2,260	B247.51
					รวม			B247.51

และมีข้อความแจ้งเตือนการเรียกเก็บเงิน ให้คลิกตรงรูปกระดิ่งแจ้งเตือนที่มีตัวเลขสีแดงอยู่ในตำแหน่งซ้ายมือสุดของจอที่แสดงไอคอนรูปภาพเมนูต่าง ๆ คลิกรูปกระดิ่งแล้วจะได้หน้าจอแจ้งเตือนคุณได้ถูกเรียกเก็บเงินจำนวนตามที่แสดง... ในที่นี้จำนวนถูกเรียกเก็บเงินคือ 247.51 บาท

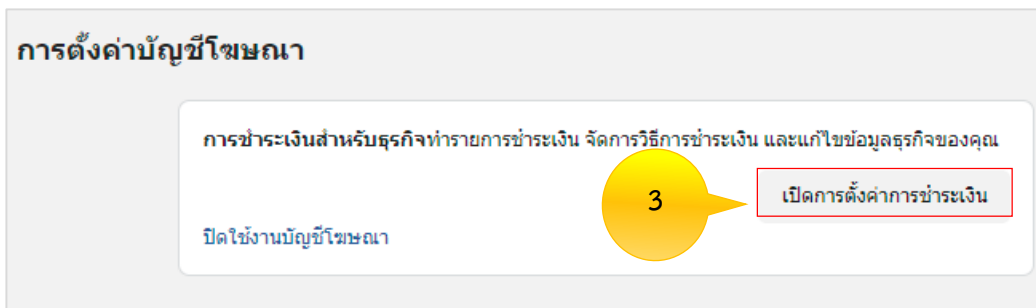


บนคอมพิวเตอร์ ให้ไปที่การตั้งค่าการชำระเงินในตัวจัดการโฆษณา มีวิธีดังนี้ 1) คลิกที่ปุ่ม 

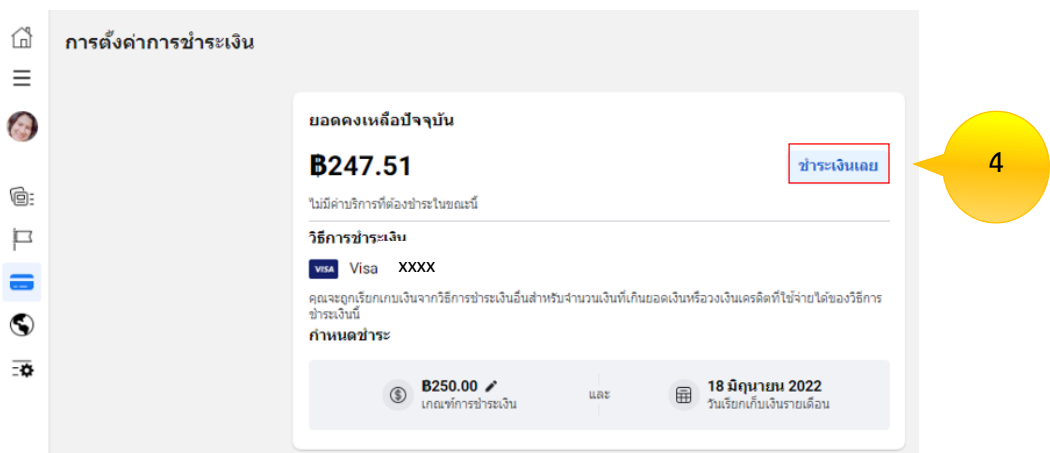
2) คลิกปุ่มการตั้งค่าบัญชีโฆษณา



3) มีหน้าจอใหม่ขึ้นมาคลิกที่เปิดการตั้งค่าวิธีการชำระเงิน



จะได้หน้าจอเพิ่มวิธีการชำระเงิน 4) คลิกปุ่มชำระเงินเลย จะมียอดเงินต้องชำระ 247.51 บาท





ได้นำจอให้ชำระยอดคงเหลือ 5) ตีเลือกบัตรชำระเงินด้วยบัตรเครดิตที่ผูกไว้ 6) คลิกปุ่มชำระเงินเลย

**ชำระยอดคงเหลือ**

จำนวนเงินที่จะชำระ

ยอดค้างชำระทั้งหมด **B247.51**      จำนวน 247.51

ยอดเต็มเงินคงเหลือ

B0.00 จะมีผลต่อยอดคงเหลือเป็นลำดับแรก

เลือกวิธีการชำระเงิน

VISA Visa XXXX

เพิ่มวิธีการชำระเงิน

บัตรเครดิตหรือเครดิต VISA   

PayPal

**ชำระเงินเลย**

ได้นำจอตรวจสอบการชำระเงิน ให้คลิกปุ่มชำระเงินเลย

**ตรวจสอบการชำระเงินของคุณ**

VISA →

คุณกำลังชำระเงินจำนวน B247.51  
การชำระเงินจะดำเนินการด้วย Visa · XXXX

**ชำระเงินเลย**

ระบบดำเนินการตรวจสอบการชำระเงินจะเป็นภาพสีจาง

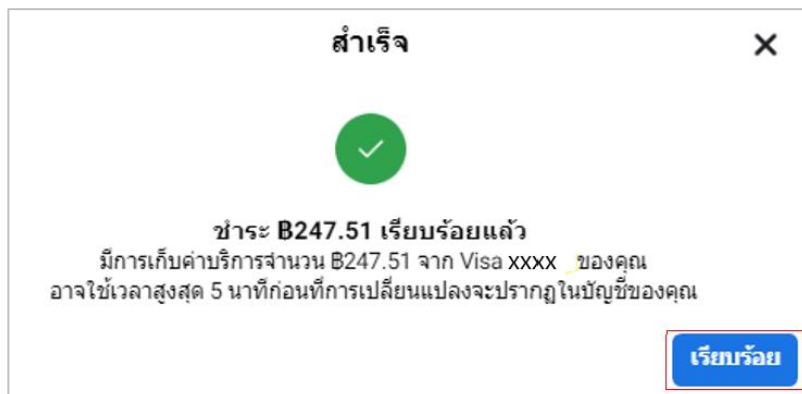
**ตรวจสอบการชำระเงินของคุณ**

VISA →

คุณกำลังชำระเงินจำนวน B247 51  
การชำระเงินจะดำเนินการด้วย Visa · XXXX

ชำระเงินเลย

ระบบดำเนินการตรวจสอบการชำระเงินสำเร็จจะมีปุ่มว่าเรียบร้อย ให้คลิกปุ่มเรียบร้อย



คลิกปุ่มเรียบร้อยแสดงว่าได้ทำการชำระเงินด้วยบัตรเครดิตเรียบร้อยแล้ว จะได้น้ำจอร์จายงานยอด  
ค้างชำระคงเหลือปัจจุบันเป็น 0 บาท ดังภาพล่าง จากนั้นให้คลิกปุ่มดูทั้งหมด

คงเหลือปัจจุบัน

**B0.00**

ไม่มีค่าบริการที่ต้องชำระในขณะนี้

วิธีการชำระเงิน

VISA Visa XXX

คุณจะถูกเรียกเก็บเงินจากวิธีการชำระเงินอื่นสำหรับจำนวนเงินที่เกินยอดเงินหรือวงเงินเครดิตที่ใช้จ่ายได้ของวิธีการชำระเงินนี้

วิธีการชำระเงิน ⓘ

เพิ่มวิธีการชำระเงิน

VISA Visa -XXXX หลัก


หมด 5


กิจกรรมการชำระเงิน

วันที่	วิธีการชำระเงิน	จำนวน	สถานะ
23/5/2565	Visa - XXXX	B247.51	● ชำระแล้ว


ดูทั้งหมด

1.คลิกปุ่มดูทั้งหมด

เมื่อคลิกปุ่มดูทั้งหมดจะได้หน้าจอรายงานประวัติการชำระเงินเรียบร้อยแล้ว และสามารถดาวน์โหลดเอกสารใบเสร็จเป็นหลักฐาน ให้คลิกที่ปุ่ม “”

ประวัติการชำระเงิน						การตั้งค่าการชำระเงิน	Benjawan Watthanaboon (6919925978...
บัญชีโฆษณา Benjawan Watthanaboon (691992597895158)				ยอดค้างชำระ		B0.00	ชำระเงินสด
ธุรกรรม	+	ใช้ตัวกรองเพื่อปรับแต่งการค้นหา		26 เม.ย. 2022 - 23 พ.ค. 2022			
						ดาวน์โหลด	
ID ธุรกรรม	วันที่	จำนวน	วิธีการชำระเงิน	สถานะการชำระเงิน	การดำเนินการ		
5032319540218918-9904945	23 พ.ค. 2022	B247.51	visa xxxx UCUS5EKNX2	ชำระแล้ว			

ได้เอกสารการดาวน์โหลดเอกสารใบเสร็จเป็นหลักฐานเป็นรูปแบบไฟล์ PDF ดังภาพล่าง



ใบเสร็จรับเงินสำหรับ Benjawan Watthanaboon  
ID บัญชี: 691992597895158

---

วันที่เรียกเก็บเงิน/ชำระเงิน  
23 พ.ค. 2022 13:56

วิธีการชำระเงิน  
Visa - xxxx  
หมายเลขอ้างอิง: UCUS5EKNX2

ID ธุรกรรม  
5032319540218918-9904945

ประเภทสินค้า  
Facebook ads

ชำระแล้ว  
**฿247.51 THB**  
คุณได้ดำเนินการชำระเงินรายการนี้ด้วยตนเอง

---

แคมเปญ

วันที่เริ่ม/สิ้นสุด	จำนวน
วันที่สมัครนักศึกษาใหม่2565 ตั้งแต่ 18 พ.ค. 2022 00:00 ถึง 19 พ.ค. 2022 23:59	B247.51
วันที่สมัครนักศึกษา65	2,257 อิมเพรสชัน B247.51


---

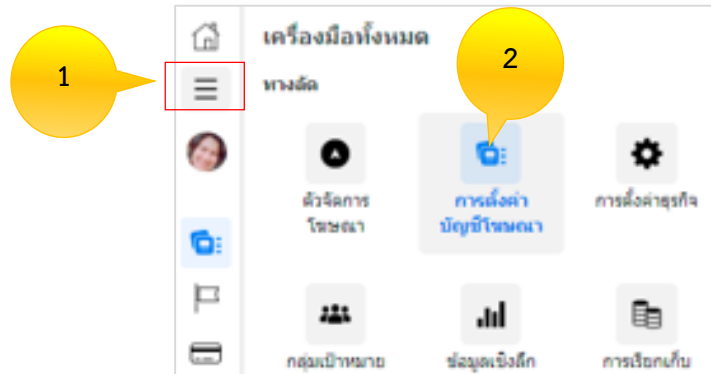
Meta Platforms Ireland Limited  
4 Grand Canal Square, Grand Canal Harbour  
Dublin 2, Ireland  
VAT ID: 0993000454995

ไทย  
VAT: xxxxxxxxxxxxxx

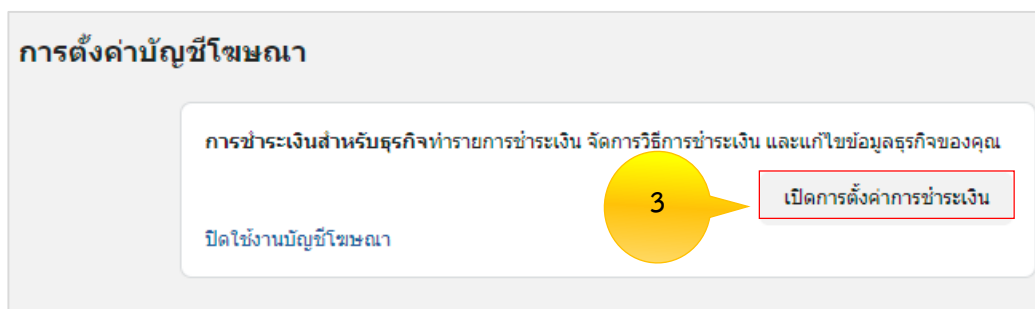
The customer shall account for VAT through the reverse charge mechanism in accordance with Thailand Value Added Tax Law.

## 9. การลบบวิธีการชำระเงินออกจากบัญชีโฆษณาของคุณ

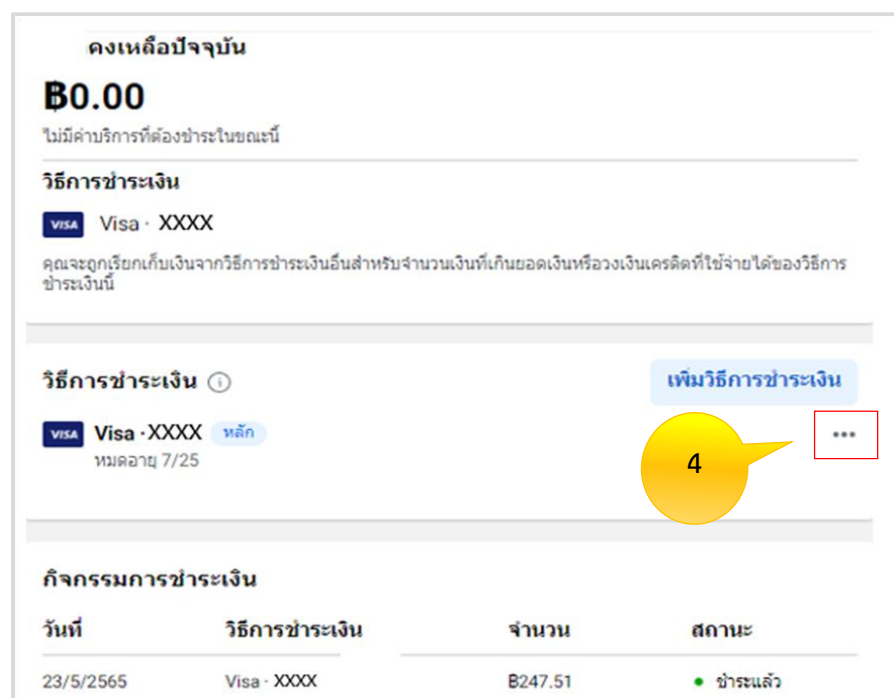
ก่อนลบบวิธีการชำระเงินต้องชำระเงินค่าโฆษณาตรวจสอบยืนยันยอดค้างของคุณและปิดโฆษณาของคุณก่อนจึงจะลบบวิธีการชำระเงินได้ มีขั้นตอนลบบวิธีการชำระเงินออกจากบัญชีโฆษณา มีดังนี้ 1) คลิกที่ปุ่ม  2) คลิกปุ่มการตั้งค่าบัญชีโฆษณา



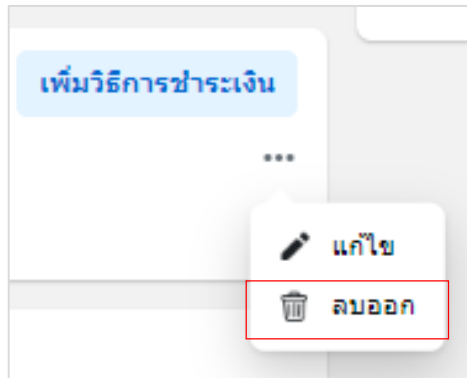
3) มีหน้าจอใหม่ขึ้นมาคลิกที่ปุ่มเปิดการตั้งค่าวิธีการชำระเงิน



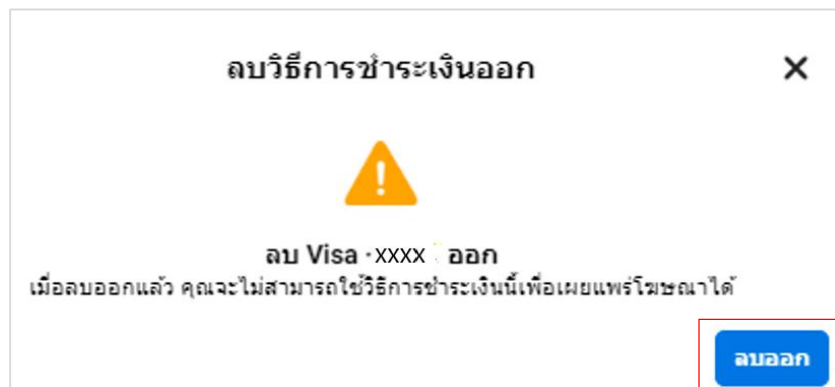
4) ในส่วน "เพิ่มวิธีการชำระเงิน" ให้ค้นหาวิธีการชำระเงินที่คุณต้องการลบ จากนั้นคลิกที่ไอคอนจุด 3 จุดที่อยู่ติดกัน



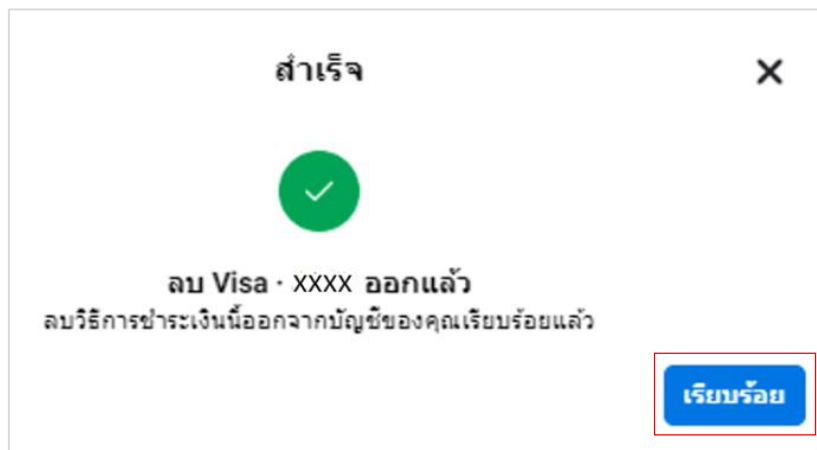
5) ในส่วน "เพิ่มวิธีการชำระเงิน" ให้คลิกปุ่ม "ลบออก"



6) ให้นำจอลบวิธีการชำระเงินออก ให้คลิกปุ่ม "ลบออก"



7) ให้คลิกปุ่ม "เรียบร้อย" แสดงว่าได้ดำเนินการลบวิธีการชำระเงินออกจากบัญชีโฆษณาสำเร็จ



8) เพียงเท่านั้นสามารถลบวิธีการชำระเงินออกจากบัญชีโฆษณาเรียบร้อยแล้ว ในส่วนวิธีการชำระเงิน ข้อมูลการผูกบัตรเครดิตจะหายไป ดังภาพในส่วนวิธีการชำระเงิน

**ยอดคงเหลือปัจจุบัน**  
**B0.00**  
ไม่มีค่าบริการที่ต้องชำระในขณะนี้

---

**วิธีการชำระเงิน** ① [เพิ่มวิธีการชำระเงิน](#)  
เพิ่มวิธีการชำระเงินอย่างน้อย 1 วิธีเพื่อแสดงโฆษณา

---

**กิจกรรมการชำระเงิน**

วันที่	วิธีการชำระเงิน	จำนวน	สถานะ
5/23/2022	Visa XXXX	B247.51	ชำระแล้ว

[ดูทั้งหมด](#)

---

**วงเงินใช้จ่ายของบัญชี** ① ...  
คุณสามารถควบคุมต้นทุนโฆษณาทั้งหมดได้โดยการการตั้งค่าวงเงินใช้จ่ายของบัญชี โฆษณาของคุณจะหยุดเผยแพร่ชั่วคราวเมื่อคุณใช้จ่ายจนถึงวงเงินที่คุณตั้งไว้และจะไม่เผยแพร่อีกจนกว่าคุณจะเพิ่ม รีเซ็ท หรือลบวงเงินดังกล่าวออก [เรียนรู้เพิ่มเติม](#)

---

**ข้อมูลธุรกิจ** [แก้ไข](#)

ชื่อธุรกิจ	ที่อยู่	สกุลเงิน
-	ไทย	บาท (ไทย) THB

## สรุป

การทำโฆษณาด้วย Facebook Ads ก็คือการทำโฆษณาบนแพลตฟอร์มของ Facebook ซึ่งช่วยให้ชิ้นงานโฆษณาของเรามองเห็นและสามารถเป็นไปตามที่เราต้องการได้ เช่น ต้องการยอดขาย ต้องการยอดไลค์ แชร์ คอมเมนต์ ต้องทำโฆษณาเพื่อให้เข้าถึงผู้คนมากยิ่งขึ้น การยิงโฆษณาครั้งแรกไม่มีใครที่ประสบความสำเร็จดังที่หวัง แต่คนที่ประสบความสำเร็จได้นั้น ต้องเรียนรู้จากความผิดพลาด และปรับปรุง ทดลองใหม่จนได้สูตรลับแห่งความสำเร็จเฉพาะตนเอง ฉะนั้นคุณอย่ารอช้า รีบลงมือทำให้เร็วที่สุด ความสำเร็จอยู่ไม่ไกลเกินเอื้อมแน่นอนค่ะ

## เอกสารอ้างอิง

คำศัพท์โฆษณา Facebook . สืบค้น 11 เมษายน 2565,

จาก <https://marketinginsecret.com/collect-vocabulary-facebook>

Boost Post กับ Facebook Ads Manager แตกต่างกันอย่างไรร. สืบค้น 20 เมษายน 2565,

จาก <https://marketinginsecret.com/what-different-boost-post-and-facebook-ads-manager>

วัตถุประสงค์โฆษณา Facebook Ads แค่ว่าใจ ก็สร้างรายได้หลักล้าน. สืบค้น 21 เมษายน 2565,

จาก <https://marketinginsecret.com/objective-facebook-ads>

ขนาดรูป Facebook 2022. สืบค้นเมื่อ 20 เมษายน 2565,

จาก <https://contentshifu.com/blog/facebook-image-guideline>

ขั้นตอนสร้างเพจขายของบนเฟซบุ๊ก. สืบค้นเมื่อ 20 เมษายน 2565,

จาก <https://www.page365.net/all-articles/365town-how-to-create-facebook-page>

7 ขั้นตอน สร้าง Facebook Ads ให้ได้กลุ่มเป้าหมายเชิงคุณภาพ (ด้วย Facebook Ads Manager) . สืบค้น 28 เมษายน 2565,

จาก <https://stepstraining.co/social/7-steps-to-create-facebook-ads>

สอนยิงแอดเฟสบุ๊ก ผ่านระบบ Ad Manager (ตัวจัดการโฆษณา) แบบสลับบายสเต็ป . สืบค้น 5 พฤษภาคม 2565,

จาก <https://www.startupnow.in.th/how-to-facebook-ads-step-by-step-very-easy>

สอนทำ Facebook Ads ปี 2021 ตั้งแต่ 0 – 100 ฉบับละเอียดที่มือใหม่ก็ทำได้. สืบค้น 5 พฤษภาคม 2565,

จาก <https://marketinginsecret.com/facebook-ads-2021>

สอนสร้างบัญชีโฆษณา Facebook และบัญชีธุรกิจ ตั้งค่าการชำระเงินเบื้องต้นปี 2022. สืบค้น 8 พฤษภาคม 2565,

จาก [https://www.youtube.com/watch?v=Rr1irXSMMs&list=PLg8nFpcPt6CJzwXrPMwE5wK\\_eAo11dE&index=2](https://www.youtube.com/watch?v=Rr1irXSMMs&list=PLg8nFpcPt6CJzwXrPMwE5wK_eAo11dE&index=2)

สอนลงโฆษณา Facebook ADS อัปเดตปี 2022 สำหรับมือใหม่ (แบบละเอียด 30นาที). สืบค้น 8 พฤษภาคม 2565,

จาก [https://www.youtube.com/watch?v=WSN\\_Fx5oDtc&list=PLg8nFpcPt6CJzwXrPMwE5wK\\_eAo11dE&index=3](https://www.youtube.com/watch?v=WSN_Fx5oDtc&list=PLg8nFpcPt6CJzwXrPMwE5wK_eAo11dE&index=3)

สอนลงโฆษณา Facebook อัปเดตล่าสุดปี 2022 สำหรับคนไม่มีพื้นฐาน. สืบค้น 12 พฤษภาคม 2565,

จาก <https://contentshifu.com/blog/facebook-ads-beginner-guide>