

**COMPARATIVE STUDY OF COMMUNICATION MEDIA ON
FACEBOOK: CASE STUDY OF CAR DVR PRODUCTS**



SUCHART WILAITRAKOOL

**A THEMATIC PAPER SUBMITTED IN PARTIAL
FULFILLMENT OF THE REQUIREMENTS FOR
THE DEGREE OF MASTER OF SCIENCE
(INFORMATION TECHNOLOGY MANAGEMENT)
FACULTY OF GRADUATE STUDIES
MAHIDOL UNIVERSITY**

2015

Copyright by Mahidol University

COPYRIGHT OF MAHIDOL UNIVERSITY

**COMPARATIVE STUDY OF COMMUNICATION MEDIA ON FACEBOOK:
CASE STUDY OF CAR DVR PRODUCTS**

SUCHART WILAITRAKOOL 5636632 EGIT/M

M.Sc. (INFORMATION TECHNOLOGY MANAGEMENT)

**THEMATIC PAPER ADVISORY COMMITTEE: SUPAPORN KIATTISIN, Ph.D.,
SOTARAT THAMMABOOSADEE, Ph.D.**

ABSTRACT

This research was to study Facebook's promoted post as a marketing tool in order to promote a new product in an online marketing campaign. Car DVR (Digital video recorder) were chosen for this study in order to identify the marketing patterns needed to maximize the profit through using the statistic tools of both Facebook Insight and Ads manager. Two types of content were used to promote the product on Facebook posts, including picture content and video content which were then compared to study the marketing performance needed to achieve profit maximization. The result showed that marketing based on picture content obtained a higher average revenue than marketing based on video content. Additionally, car DVR product distribution/retail companies could use the results of this study to improve sales and marketing plans that are necessary to maximize profits. Furthermore, this study can be used as a guideline/case study for developing online marketing strategies to promote various types of products on Facebook in the future

**KEY WORDS: ONLINE MARKETING / FACEBOOK / FACEBOOK INSIGHT /
FACEBOOK ADS MANAGER / CARDVR**

73 pages

การศึกษาเชิงเปรียบเทียบของรูปแบบสื่อบนเฟซบุ๊ก: กรณีศึกษาในผลิตภัณฑ์กล้องวงจรปิดติดรถยนต์

COMPARATIVE STUDY OF COMMUNICATION MEDIA ON FACEBOOK: CASE STUDY OF CAR DVR PRODUCTS

สุชาติ วิไลตระกูล 5636632 EGIT/M

วท.ม. (การจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ)

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : สุภาภรณ์ เกียรติสิน, Ph.D., โยทศรัทธ ธรรมบุษดี, Ph.D.

บทคัดย่อ

งานวิจัยฉบับนี้ได้นำเสนอวิธีการทำโฆษณาบนเฟซบุ๊กซึ่งเป็นที่สื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมสูง เพื่อหารูปแบบในการทำการตลาดที่ได้กำไรสูงสุด ซึ่งงานวิจัยฉบับนี้ได้ใช้การโฆษณาแบบโปรโมทโพสต์ ประเภทสินค้าที่ทำการโฆษณาคือกล้องวงจรปิดติดรถยนต์ที่ขายโดยบริษัทแห่งหนึ่ง โดยใช้คุณสมบัติ Facebook Insights และ ADS Manager ในการเก็บข้อมูลการโฆษณาเพื่อนำมาวิเคราะห์ถึงรูปแบบการโฆษณาระหว่างเนื้อหาประเภทรูปภาพ และ วิดีโอ ซึ่งจากการทดลองแสดงให้เห็นว่ารูปแบบการโฆษณาโดยใช้เนื้อหาประเภทรูปภาพมีประสิทธิภาพในการทำให้เกิดยอดขายเฉลี่ย และมีการกดไลค์เพจเฉลี่ยมากที่สุดเมื่อเทียบกับการเข้าถึงทั้งหมด จากงานวิจัยนี้เราสามารถนำรูปแบบการทำโฆษณาขายสินค้าประเภทกล้องวงจรปิดติดรถยนต์ด้วยเนื้อหาประเภทรูปภาพมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนารูปแบบการทำโฆษณาบนเฟซบุ๊ก เพื่อทำให้เกิดการโฆษณาบนเฟซบุ๊กที่ทำให้ได้กำไรสูงสุด งานวิจัยนี้สามารถนำไปต่อยอดได้กับธุรกิจอื่น ๆ ที่ใช้เฟซบุ๊ก เป็นสื่อในการโฆษณา ซึ่งสามารถนำรูปแบบการทำโฆษณาโปรโมทโพสต์ที่ได้จากงานวิจัยฉบับนี้ไปพัฒนา และปรับปรุงเพื่อให้ได้รูปแบบการโฆษณาสินค้าประเภทต่างๆต่อไปในอนาคต

73 หน้า