

**BUILDING BRAND AWARENESS THROUGH CONTENT  
MARKETING ON A FACEBOOK FAN PAGE:  
A CASE STUDY OF BE1SALE**



**PISIT METHATHAM**

**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**

**BUILDING BRAND AWARENESS THROUGH CONTENT MARKETING ON A FACEBOOK FAN PAGE: A CASE STUDY OF BE1SALE**

PISIT METHATHAM 5636636 EGIT/M

M.Sc. (INFORMATION TECHNOLOGY MANAGEMENT)

THEMATIC PAPER ADVISORY COMMITTEE: SUPAPORN KIATTISIN, PH.D.,  
TAWEESAK SAMANCHUEN, PH.D.

**ABSTRACT**

The purpose of this research is to understand the marketing presentation patterns that have the potential to build the brand awareness for hotel/travel deals business through a Facebook Fan Page and to promote a new brand in a highly competitive marketplace. This research provides useful information related to travel to create the positive attitude and reliability through various presentation 4 patterns, given as using a photo with a link or hashtag of tourist attraction, using a photo with information of tourist attraction, using a collage photo with information of tourist attraction, and using multiple photos with information of tourist attraction. The results were obtained from 14,757 participants and were evaluated the positive feedback by the proportion of 'Likes' (%Likes). The information of the same tourist attraction was posted in the different pattern on the next day to avoid lack of variety and interest. The data were gathered and then summarized every Sunday. This research revealed that the pattern of using collage photos with information of tourist attraction had the highest positive feedback by 4.09%. Thus, new entrepreneurs who are interested in the hotel and travel business could use this pattern as the best guideline for building brand awareness.

**KEY WORDS:** DEAL / COLLAGE PHOTO / BRAND AWARENESS /  
CONTENT MARKETING / FACEBOOK FANPAGE

62 pages

การใช้การตลาดเชิงเนื้อหาเพื่อสร้างการรับรู้ตราสินค้าผ่านเฟสบุ๊คแฟนเพจ: กรณีศึกษา บีวันเซล

BUILDING BRAND AWARENESS THROUGH CONTENT MARKETING ON A FACEBOOK FAN PAGE: A CASE STUDY BE1SALE

พิสิษฐ์ เมธาธรรม 5636636 EGIT/M

วท.ม. (การจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ)

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : สุภาภรณ์ เกียรติสิน, Ph.D., ทวีศักดิ์ สมานชื่น, Ph.D.,

บทคัดย่อ

สารนิพนธ์ฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทราบประเภทและรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาการตลาดในการสร้างการรับรู้ตราสินค้าที่פקและการท่องเที่ยวผ่านเฟสบุ๊คแฟนเพจ เพิ่มโอกาสในการผลักดันตราสินค้าของผู้ประกอบการใหม่เข้าสู่ตลาดที่มีการแข่งขันกันสูง โดยงานวิจัยนี้ใช้เนื้อหาที่ให้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับที่พักและสถานที่ท่องเที่ยวในการสร้างทัศนคติความน่าเชื่อถือและภาพลักษณ์ที่ดี ผ่านรูปแบบการนำเสนอที่หลากหลาย โดยแยกเป็น 4 รูปแบบ ใช้ภาพประกอบกับลิงค์ของสถานที่ท่องเที่ยว, ใช้ภาพประกอบกับข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว, ใช้ภาพตัดปะพร้อมข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว และใช้ภาพหลายภาพประกอบกับข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว ประชาสัมพันธ์ถึงกลุ่มประชากรผู้ชื่นชอบแฟนเพจที่พักและการท่องเที่ยวใหม่แห่งหนึ่ง จำนวน 14,757 คน ซึ่งจะวัดผลการตอบรับด้วยสัดส่วนของผู้ชื่นชอบเนื้อหา (%LIKE) ทั้งนี้เนื้อหาของสถานที่เดียวกันจะถูกประชาสัมพันธ์ด้วยรูปแบบที่ต่างกันในวันถัดไป เพื่อหลีกเลี่ยงความไม่หลากหลายของเนื้อหา โดยข้อมูลของแต่ละสัปดาห์จะถูกรวบรวมและสรุปผลในวันอาทิตย์ ทั้งนี้ผลวิจัยพบว่า การนำเสนอเนื้อหาข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ด้วยภาพตัดปะประกอบกับข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวนั้นได้รับผลตอบรับดีมากที่สุด ซึ่งหากผู้ประกอบการที่พักและการท่องเที่ยวรายใหม่ใช้รูปแบบการนำเสนอข้างต้นเป็นแนวทางจะสามารถสร้างการรับรู้ตราสินค้าในตลาดได้ดียิ่งขึ้น