

แบบฟอร์ม Knowledge Capture

การยิงโฆษณาบน Facebook

สรุปโดย ส่วนบริหารและพัฒนาสินทรัพย์ ฝ่ายส่งเสริมธุรกิจ สำนักธุรกิจการตลาด

1. ความเป็นมา

Facebook Ads คือระบบการโฆษณาของแพลตฟอร์มจากทาง Facebook ที่เป็นเครื่องมือช่วยให้เจ้าของธุรกิจออนไลน์นั้นสามารถทำการโฆษณาหรือยิง Ads Facebook เพื่อให้ธุรกิจนั้น ๆ สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ใช้งานแพลตฟอร์ม Facebook ได้มากยิ่งขึ้น โดยการยิง Ads Facebook มีค่าใช้จ่ายในการโฆษณา แต่ก็ยังสามารถทำให้เจ้าของเพจนั้นเลือกเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ตามต้องการ ไม่ว่าจะเป็นการเลือกใช้อัตราจาก อายุ เพศ ความสนใจ ที่อยู่อาศัย เป็นต้น



2. วิธีการ / ขั้นตอน หรือกระบวนการที่ได้เรียนรู้

การยิงโฆษณาบน Facebook สามารถทำได้ตามขั้นตอนดังนี้

2.1 ตั้งค่าบัญชีโฆษณา

- สร้างบัญชีผู้ใช้ Facebook ต้องมีบัญชี Facebook ส่วนตัว

การสร้างบัญชีผู้ใช้ Facebook สำหรับโฆษณาต้องมีบัญชี Facebook ส่วนตัวก่อน ขั้นตอนในการสร้างบัญชีผู้ใช้ Facebook มีดังนี้

2.2 ขั้นตอนการสร้างบัญชี Facebook

2.2.1. เข้าถึงเว็บไซต์ Facebook

- เปิดเบราว์เซอร์และไปที่ www.facebook.com

2.2.2. กรอกข้อมูลเพื่อสมัครสมาชิก

- บนหน้าแรก จะมีแบบฟอร์มให้กรอกข้อมูลส่วนตัว
- ชื่อและนามสกุล ระบุชื่อจริงของคุณ

- อีเมล. . .

- อีเมลหรือหมายเลขโทรศัพท์ ใส่อีเมลที่ใช้งานอยู่หรือหมายเลขโทรศัพท์ที่สามารถติดต่อได้

- รหัสผ่าน : ตั้งรหัสผ่านที่มีความปลอดภัย
- วันเกิด : เลือกวัน เดือน ปีเกิด
- เพศ : เลือกเพศที่ตรงกับตัวคุณ

2.1.3. คลิก "สมัครใช้งาน"

- เมื่อกรอกข้อมูลครบถ้วนแล้ว ให้คลิกปุ่ม “สมัครใช้งาน”

2.1.4. ยืนยันบัญชี

- ผ่านอีเมล : หากใช้อีเมล ให้เปิดอีเมลที่ได้รับจาก Facebook และคลิกที่ลิงก์เพื่อยืนยัน
- ผ่านหมายเลขโทรศัพท์ : หากใช้หมายเลขโทรศัพท์ จะได้รับข้อความ SMS ที่มีรหัสยืนยันให้กรอกรหัสในช่องที่กำหนด

2.1.5. ตั้งค่าโปรไฟล์

- หลังจากยืนยันบัญชีแล้ว ให้เข้าสู่ระบบและทำการตั้งค่าโปรไฟล์ของคุณ
- อัปโหลดรูปภาพโปรไฟล์และรูปภาพปก (optional)
- กรอกข้อมูลเพิ่มเติม เช่น ประวัติการศึกษา, งานที่ทำ, และข้อมูลติดต่อ

2.1.6. เพิ่มเพื่อน

- Facebook จะมีการแนะนำให้เพิ่มเพื่อน โดยการค้นหาชื่อหรือเชื่อมต่อกับบัญชีที่มีอยู่ในอีเมลของคุณ

2.1.7. ปรับการตั้งค่าความเป็นส่วนตัว

- ตรวจสอบการตั้งค่าความเป็นส่วนตัวในบัญชีของคุณ เพื่อกำหนดว่าใครสามารถเห็นข้อมูลในโปรไฟล์ของคุณ

2.1.8. เริ่มต้นใช้งาน

- เมื่อทุกอย่างเสร็จสิ้น คุณสามารถเริ่มต้นใช้งาน Facebook ได้ โดยการโพสต์ สื่อสารกับเพื่อน และสำรวจฟีดเจอร์ท่าง ๆ

หมายเหตุ

- การมีบัญชี Facebook ส่วนตัวช่วยให้คุณเข้าถึงฟีดเจอร์ท่าง ๆ ของ Facebook รวมถึงการสร้างเพจธุรกิจ และการใช้ Facebook Ads Manager ควรใช้ข้อมูลที่แท้จริงเพื่อป้องกันปัญหาในอนาคตเกี่ยวกับการเข้าถึงบัญชี เมื่อมีบัญชี Facebook ส่วนตัวแล้ว คุณสามารถดำเนินการตั้งค่าบัญชีโฆษณาและเริ่มทำการยิงโฆษณาบน Facebook ได้ตามขั้นตอนที่ได้อธิบายไปก่อนหน้านี้

2.3. สร้างเพจ Facebook

หากยังไม่มีเพจธุรกิจ ให้สร้างเพจใหม่การสร้างเพจ Facebook สำหรับธุรกิจหรือแบรนด์ เป็นขั้นตอนสำคัญเพื่อให้คุณสามารถทำการโฆษณาและสร้างการมีส่วนร่วมกับลูกค้าได้ ขั้นตอนในการสร้างเพจ Facebook มีดังนี้

2.3.1. ขั้นตอน...

2.3.1 ขั้นตอนการสร้างเพจ Facebook

- เข้าสู่ระบบ Facebook เข้าสู่ระบบด้วยบัญชี Facebook ส่วนตัวของคุณที่ได้สร้างไว้

2.3.2. ไปที่หน้าสร้างเพจ

- ในมุมซ้ายของหน้า News Feed ให้คลิกที่ “Pages” (เพจ)
- คลิก “Create New Page” (สร้างเพจใหม่) ที่ด้านบนขวาของหน้าจอ

2.3.3. กรอกข้อมูลเพจ

- ชื่อเพจ ตั้งชื่อเพจที่ตรงกับธุรกิจหรือแบรนด์ของคุณ
- หมวดหมู่ เลือกหมวดหมู่ที่เหมาะสมกับธุรกิจของคุณ เช่น ร้านค้า ,บริการ , ธุรกิจท้องถิ่น เป็นต้น
- คำอธิบาย เขียนคำอธิบายสั้น ๆ เกี่ยวกับธุรกิจของคุณ เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่นำเสนอ

2.3.4. เพิ่มรูปโปรไฟล์และรูปภาพปก

- รูปโปรไฟล์ แนะนำให้ใช้โลโก้ธุรกิจหรือภาพที่เป็นตัวแทนของธุรกิจ
- รูปภาพปก ใช้ภาพที่มีความละเอียดสูงและสื่อถึงแบรนด์หรือสินค้าของคุณ เช่น ภาพของร้านค้า สินค้า หรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง

2.3.5. ตั้งค่าปุ่มการกระทำ (Call to Action)

- คลิกที่ “Add a Button” (เพิ่มปุ่ม) เพื่อเลือกปุ่มที่เหมาะสม เช่น ติดต่อเรา, ซื้อเลย, ลงทะเบียนหรือ ดูเพิ่มเติม ซึ่งจะช่วยให้ผู้ชมทำกิจกรรมที่ต้องการ

2.3.6. ปรับแต่งข้อมูลเพจ

- ไปที่ “Edit Page Info” (แก้ไขข้อมูลเพจ) เพื่อกรอกข้อมูลเพิ่มเติม เช่น ที่อยู่, หมายเลขโทรศัพท์, เว็บไซต์, และเวลาเปิดทำการ

2.3.7. โพสต์เนื้อหาแรก

- สร้างโพสต์แรกเพื่อเริ่มต้นสื่อสารกับผู้ติดตาม เช่น ข้อความต้อนรับ, โปรโมชัน หรือภาพของสินค้า

2.3.8. เชิญเพื่อนและลูกค้า

- คลิกที่ “...” (สามจุด) ที่ด้านขวาบนของเพจ และเลือก “Invite Friends” (เชิญเพื่อน) เพื่อเชิญเพื่อนและลูกค้าให้มาเข้าร่วมเพจของคุณ

2.3.9. ตั้งค่าความเป็นส่วนตัว

- ตรวจสอบการตั้งค่าความเป็นส่วนตัวและการเข้าถึงเพจ เพื่อให้แน่ใจว่าคุณควบคุมได้ว่าข้อมูลใดบ้างที่จะถูกเผยแพร่และใครสามารถดูข้อมูลนี้ได้

2.3.10. เริ่มโปรโมทเพจ

- ใช้ฟีเจอร์ต่าง ๆ ของ Facebook เช่น โฆษณาเพื่อเพิ่มการเข้าถึงเพจและดึงดูดผู้ติดตาม

หมายเหตุ

- ควรอัปเดตเพจอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้มีเนื้อหาที่น่าสนใจและสร้างการมีส่วนร่วมจากผู้ติดตาม การสร้างเพจ Facebook ทำให้คุณสามารถเข้าถึงเครื่องมือการโฆษณาและการวิเคราะห์ข้อมูลที่มีประสิทธิภาพเพื่อช่วยในการพัฒนาธุรกิจของคุณต่อไป เมื่อคุณสร้างเพจธุรกิจเรียบร้อยแล้ว คุณสามารถเริ่มต้นยิงโฆษณาบน Facebook ได้ตามขั้นตอนที่อธิบายไว้ในคำตอบก่อนหน้านี้

2.4 เข้าถึง Facebook Ads Manager

ไปที่ Facebook Ads Manager เพื่อเริ่มการตั้งค่า

2.4.1. กำหนดวัตถุประสงค์โฆษณา คลิก “สร้าง” ใน Ads Manager

2.4.2. วิธีการคลิก “สร้าง” ใน Ads Manager

- เข้าสู่ Facebook Ads Manager
- ไปที่ Facebook Ads Manager และเข้าสู่ระบบด้วยบัญชี Facebook ของคุณ

2.4.3. มองหาปุ่ม “สร้าง”

- หลังจากเข้าสู่ Ads Manager คุณจะเห็นแดชบอร์ดที่แสดงข้อมูลแคมเปญโฆษณาที่คุณมีอยู่
- มองหาปุ่ม “สร้าง” ที่อยู่ด้านซ้ายบนของหน้าจอ คลิกที่ปุ่มนี้เพื่อเริ่มต้นการสร้างแคมเปญใหม่

2.4.4. เลือกวัตถุประสงค์โฆษณา

- เมื่อคุณคลิก “สร้าง” จะปรากฏหน้าต่างให้เลือกวัตถุประสงค์ของแคมเปญโฆษณา ซึ่งคุณต้องเลือกจากตัวเลือกที่มีอยู่ เช่น

- การรับรู้แบรนด์: เพื่อเพิ่มการรับรู้เกี่ยวกับแบรนด์ของคุณ
- การเข้าถึง: เพื่อเข้าถึงผู้คนให้ได้มากที่สุด
- การเข้าชมเว็บไซต์: เพื่อเพิ่มจำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์
- การมีส่วนร่วม: เพื่อเพิ่มการมีส่วนร่วมกับโพสต์หรือเพจของคุณ
- การเปลี่ยนแปลง: เพื่อกระตุ้นการกระทำที่ต้องการในเว็บไซต์ของคุณ เช่น การซื้อสินค้า

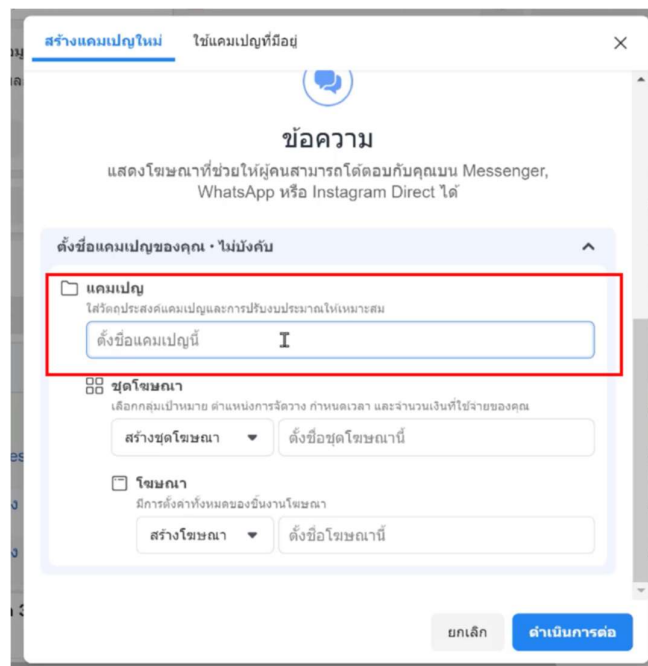
2.4.5. คลิก . . .

2.4.5. คลิก “ต่อไป”

- หลังจากเลือกวัตถุประสงค์ที่ต้องการแล้ว ให้คลิก “ต่อไป” เพื่อไปยังขั้นตอนถัดไปในการตั้งค่าคุณสมบัติของแคมเปญ

2.4.6. ตั้งชื่อแคมเปญ

- คุณจะถูกขอให้ตั้งชื่อแคมเปญเพื่อให้่ายต่อการจัดการและติดตามในอนาคต ควรใช้ชื่อที่ชัดเจนและมีความหมาย



2.4.7. กำหนดการตั้งค่าเพิ่มเติม (ถ้ามี)

- อาจมีการตั้งค่าเพิ่มเติมให้เลือก เช่น การเลือกให้เปิดใช้งาน A/B Testing หรือการเลือกไม่ให้ระบบปรับค่าใช้จ่ายอัตโนมัติ

2.4.8. คลิก “สร้าง”

- เมื่อคุณกรอกข้อมูลทั้งหมดเรียบร้อยแล้ว ให้คลิก “สร้าง” อีกครั้งเพื่อยืนยันการตั้งค่าและเริ่มต้นสร้างกลุ่มเป้าหมาย

2.4.9. ตั้งชื่อแคมเปญ

- ตั้งชื่อแคมเปญเพื่อให้่ายต่อการติดตามและจัดการ

2.4.10. กำหนดกลุ่มเป้าหมาย

- เลือกกลุ่มเป้าหมาย สามารถกำหนดตาม อายุ, เพศ, สถานที่, ความสนใจ, พฤติกรรม

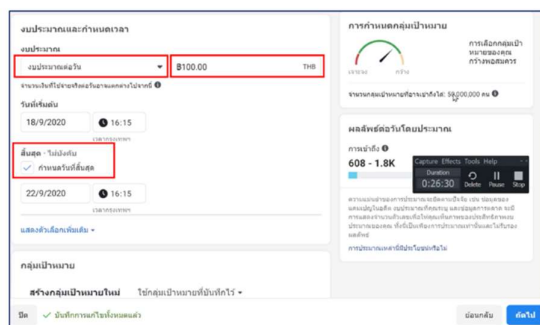
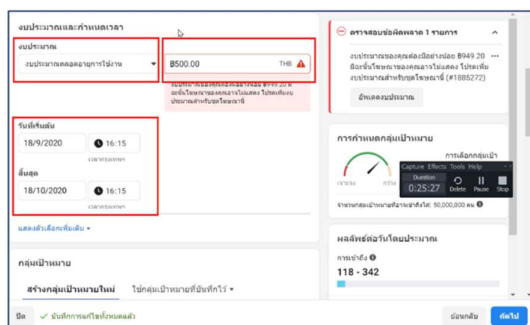
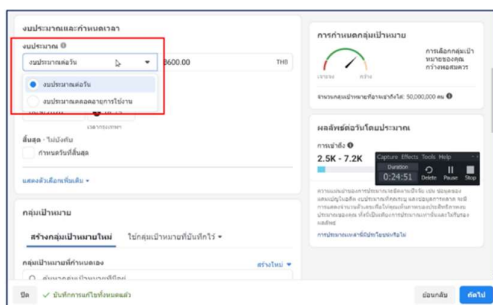
2.4.11. ตั้งงบประมาณและระยะเวลา

- งบประมาณ ตั้งค่าเป็นงบประมาณรายวันหรือรายครั้ง
- ระยะเวลา กำหนดวันเริ่มต้นและวันสิ้นสุดของแคมเปญ

2.4.12. สร้าง...

2.4.12. สร้างโฆษณา

- เลือกฟอร์แมตโฆษณา เช่น โฆษณารูปภาพเดียว, วิดีโอ, สไลด์โชว์, หรือคอลเลกชัน
- ใส่เนื้อหาโฆษณา
 - ข้อความหลัก เขียนข้อความที่ดึงดูด
 - รูปภาพหรือวิดีโอ ใช้สื่อที่มีคุณภาพสูง
 - ลิงก์ หากมีเว็บไซต์ ให้เพิ่มลิงก์ไปยังหน้าเว็บ



2.4.13. ตรวจสอบและยืนยัน

- ตรวจสอบข้อมูลทั้งหมดอีกครั้ง เช่น กลุ่มเป้าหมาย, งบประมาณ, และเนื้อหาโฆษณา
- คลิก “ยืนยัน” เพื่อส่งโฆษณาเข้าสู่วางตรวจสอบ

2.4.14. ติดตามผลและปรับปรุง

- ใช้ Ads Manager เพื่อติดตามผลการดำเนินงานของโฆษณา
- ทำการปรับปรุงโฆษณาโดยอิงจากข้อมูลที่ได้ เช่น การคลิก, การเข้าชม, และการมีส่วนร่วม

ข้อแนะนำเพิ่มเติม

- ควรทดสอบ A/B Testing เพื่อเปรียบเทียบประสิทธิภาพของโฆษณาในรูปแบบต่าง ๆ
- สร้างความน่าสนใจให้กับเนื้อหาโฆษณา เพื่อดึงดูดผู้ชม
- ควรปรับแต่งกลุ่มเป้าหมายให้เหมาะสมกับสินค้าหรือบริการของคุณ

การทำโฆษณาบน Facebook เป็นกระบวนการที่ต้องอาศัยการทดลองและปรับปรุงให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ดีที่สุด

3.เทคนิคหรือกลยุทธ์ที่สามารถนำไปสู่การปฏิบัติได้

- การยิงแอดต้องมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน ต้องมีการตั้งวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนในการทำการตลาด เช่น การสร้างการรับรู้ การสร้างความสัมพันธ์ หรือการสร้างยอดขาย
- ไม่ควรใช้บัตรเครดิตส่วนตัวในการจ่ายค่าโฆษณา เนื่องจากมีความเสี่ยงสูงในเรื่องของวงเงินและการแลกข้อมูล หรือการแบนบัญชีที่โฆษณาเพราะทำผิดกฎของ Facebook
- อ่านกฎเกณฑ์ของ Facebook ให้เข้าใจ Facebook มีการปรับปรุงอัปเดตกฎและนโยบายต่าง ๆ อยู่เสมอเพื่อให้สอดคล้องกับบริบทของสังคม เพราะฉะนั้นต้องหมั่นอัปเดตกฎเพื่อหลีกเลี่ยงปัญหา
- ทำ A/B Testing เป็นการทดสอบคอนเทนต์หรือโฆษณาด้วยตัวแปรต่างๆ เพื่อทดสอบว่าแคมเปญไหนที่มีคนสนใจหรือได้ผลลัพธ์ที่ดีกว่ากัน
- ให้โฆษณาได้เรียนรู้ Facebook Ads จำเป็นต้องมีกระบวนการในการเรียนรู้ผู้คน และตำแหน่งที่เหมาะสม ที่สุดในการแสดงโฆษณาที่ทำให้ได้ผลลัพธ์ที่ดี ดังนั้นควรมีการให้เวลาแอดได้รันและเรียนรู้ก่อนภายในระยะเวลา 7 วัน

4. ประเด็นความรู้ที่สำคัญ

- สามารถเลือกจุดประสงค์ได้หลายอย่าง
- สามารถเลือกรูปภาพที่ต้องการใช้ในการโฆษณาได้เอง
- สามารถเลือกใช้ปุ่มได้ เช่น Call to Action, Sign Up และ Message

จากข้อมูลดังกล่าวจะเห็นได้ว่าการยิงแอด Facebook นั้นจะช่วยให้คนที่ทำธุรกิจสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดีกว่าการสร้างคอนเทนต์ธรรมดาบนหน้าเพจ Facebook แต่ไม่มีการยิงแอด เนื่องจากการยิงแอด Facebook นั้นสามารถช่วยให้โฆษณา หรือคอนเทนต์ของเราเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้โดยตรงแบบที่ไม่ต้องรอให้ลูกค้ามาเสิร์ช หาเอง ดังนั้นจึงเป็นการเพิ่มโอกาสให้กับคนที่ทำธุรกิจออนไลน์ได้มากกว่า และช่วยเพิ่มการมองเห็นไปยังกลุ่มลูกค้าในจำนวนที่มากขึ้นกว่าเดิมอีกด้วย

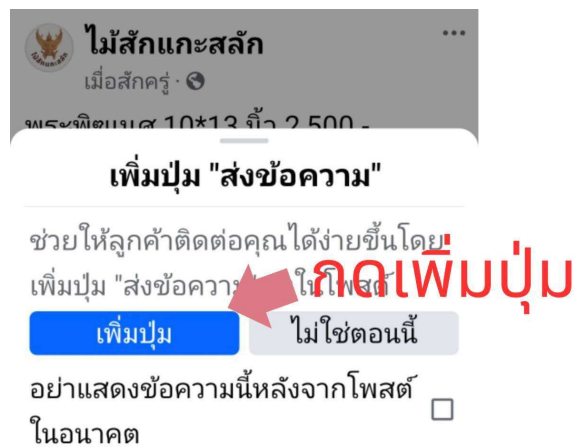
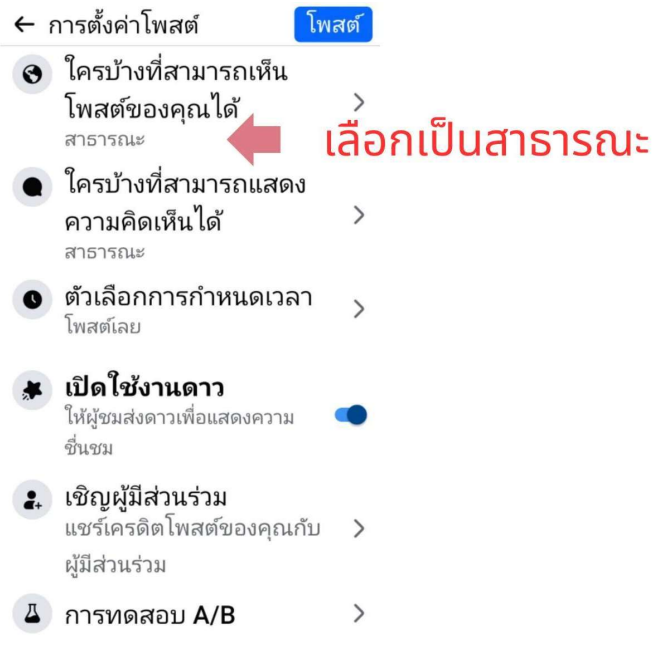
5. บทสรุป

การยิงแอด Facebook เป็นเรื่องที่ทั้งแบรนด์หรือนักการตลาดจำเป็นต้องให้ความสำคัญ เพราะเป็นปัจจัยหลักในการทำการตลาดออนไลน์ หรือ Digital Marketing ในยุคปัจจุบัน เพื่อให้แบรนด์หรือธุรกิจของคุณไปสู่เป้าหมายได้ตามที่ตั้งไว้ เพิ่มจำนวนลูกค้าและยอดขาย รวมถึงการนำมาปรับใช้ในการเพิ่มการขายให้กับ อ.อ.ป.

ตัวอย่างการยิงโฆษณาบน Facebook

เลือกข้อความ

เลือกภาพ



พระพิฆเนศ 10*13 นิ้ว 2,500.-
🌿ไม่สีกแะสลัก สุขใจคนให้ ถูกใจ
คนรับ
#ไข่มุกจากป่าปลูกเท่ากับปลูกป่า



เปิดใน Messenger

ส่งข้อความ

ดูข้อมูลเชิงลึก

โปรโมทโพสต์

กดโปรโมสต์

← โปรโมทโพสต์

เป้าหมาย

i

เลือกเป้าหมาย



อัปเดตโมเมนต์

ให้ Facebook เลือกเป้าหมายที่
เกี่ยวข้องที่สุดตามป้ายกำกับปุ่ม
และการตั้งค่าอื่นๆ ที่คุณเลือก



เพิ่มจำนวนข้อความ

แสดงโฆษณาแก่คนที่มีแนวโน้ม
จะส่งข้อความถึงคุณบน
Facebook, WhatsApp หรือ
Instagram



เพิ่มการมีส่วนร่วม

แสดงโฆษณาแก่คนที่มีแนวโน้ม
จะแสดงความรู้สึก แสดงความ
คิดเห็น และแชร์



ดูเพิ่มเติม ~

โปรโมทโพสต์เลย

← โปรโมทโพสต์

แอฟส่งข้อความ ⓘ

เลือกแอฟที่คุณต้องการให้ผู้คนส่งข้อความถึง โปรดเลือกแอฟส่งข้อความอย่างน้อย 1 แอฟ

① เลือก Messenger ไว้เนื่องจาก Messenger คือปุ่มในโพสต์ต้นฉบับของคุณ

 **Messenger** ☒

 **Instagram** **เชื่อมต่อ**

 **WhatsApp** ☐
+66902086432 ✎

ข้อความต้อนรับ ⓘ
ตั้งคำคำทักทายและคำถามที่พบบ่อย **แก้ไข**

โปรโมทโพสต์เลย

เลือกแอฟที่จะ
รับส่งข้อความ

← โปรโมทโพสต์

ชิ้นงานโฆษณา Advantage+ ⓘ

ใช้ข้อมูลของ Facebook เพื่อแสดงชิ้นงานโฆษณาแบบต่างๆ ต่อผู้คนโดยอัตโนมัติเมื่อมีแนวโน้มที่จะปรับปรุงประสิทธิภาพของโฆษณา

หมวดหมู่โฆษณาพิเศษ ⓘ

โฆษณาเกี่ยวกับสินเชื่อ การจ้างงาน ที่พักอาศัย หรือประเด็นทางสังคม การเลือกตั้ง หรือการเมือง

เลือกกลุ่มเป้าหมาย ⓘ

โปรโมทโพสต์เลย

เลือกชิ้นงานโฆษณา
และหมวดหมู่โฆษณา

←

โปรโมทโพสต์

เลือกกลุ่มเป้าหมาย

i

① เราอาจแสดงโฆษณาให้บุคคลอื่นนอกเหนือจากกลุ่มเป้าหมายที่คล้ายกันของคุณและตัวเลือกการกำหนดเป้าหมายโดยละเอียดสำหรับวัตถุประสงค์ที่คุณเลือก หากมีแนวโน้มว่าจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน

เรียนรู้เพิ่มเติม

เลือกช่วงอายุกลุ่มเป้าหมาย
ประเทศไทยกำหนด
21 ปีขึ้นไป

←

กลุ่มเป้าหมาย Advantage
สร้างโดยอัตโนมัติและปรับเมื่อเวลาผ่านไปเพื่อเข้าถึงคนที่สนใจธุรกิจของคุณให้ได้มากขึ้น

←

ตำแหน่ง: ไทย
อายุ: 18 - 65+

แก้ไข

←

คนที่คุณเลือกผ่านการกำหนดเป้าหมาย

โปรโมทโพสต์เลย

←

แก้ไข กลุ่มเป้าหมาย A... บัน...

49.4 ล้าน - 58.1 ล้าน

ขนาดกลุ่มเป้าหมายโดยประมาณ

● ขนาดกลุ่มเป้าหมายของคุณอยู่ในช่วงที่แนะนำ

รายละเอียด

เลือกกลุ่มเป้าหมาย Advantage

อายุ

21 ————— 65+

←

ตำแหน่ง

ไทย >

เลือกช่วงอายุกลุ่มเป้าหมาย
และเพศ กลุ่มเป้าหมาย

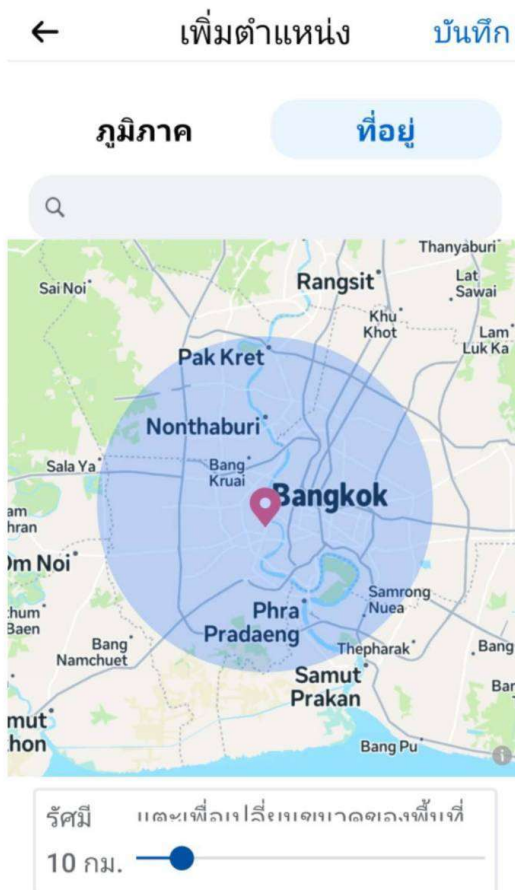
ความสนใจ

ไม่ได้เลือกความสนใจไว้ >

เพศ

ทั้งหมด ชาย หญิง

←



เลือกรัศมีพื้นที่กลุ่มเป้าหมาย



เฟอรันเจอร์

เราแนะนำให้เพิ่มความสนใจหลายๆ
อย่างเพื่อให้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย
ได้มากที่สุด

ความสนใจที่เลือก

- เฟอรันเจอร์ (ของตกแต่งบ้าน) ☒
- การออกแบบภายใน (การออกแบบ) ☒
- การต่อเติมบ้าน (บ้านและสวน) ☒



เลือกกลุ่มเป้าหมายที่คิดว่าสนใจสินค้าของเรา

ตำแหน่งการจัดวาง



เลือกตำแหน่งที่คุณต้องการแสดงโฆษณา ยิ่งคุณเลือกตำแหน่งการจัดวางมากเท่าใด โอกาสที่คุณจะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายก็ยิ่งมากขึ้นเท่านั้น

- Facebook
- Instagram
- Messenger

งบประมาณและระยะเวลา



ผลลัพธ์ต่อวันโดยประมาณ

จำนวนคนที่เข้าถึง
4.4K - 13K

โปรโมทโพสต์เลย



เลือก application ที่ต้องการให้กลุ่มลูกค้าเห็นโฆษณาของเรา

ผลลัพธ์ต่อวันโดยประมาณ

จำนวนคนที่เข้าถึง
5K - 14K

งบประมาณ

฿2000



ธุรกิจที่คล้ายกันมักใช้จ่ายเป็นจำนวน **฿1,760** และจะได้รับการตอบกลับ **5**

ระยะเวลา

วัน
5

โปรโมทโพสต์เลย



เลือกงบประมาณและระยะเวลาที่ต้องการโปรโมทสินค้าจากนั้นกดโปรโมทโพสต์เลย