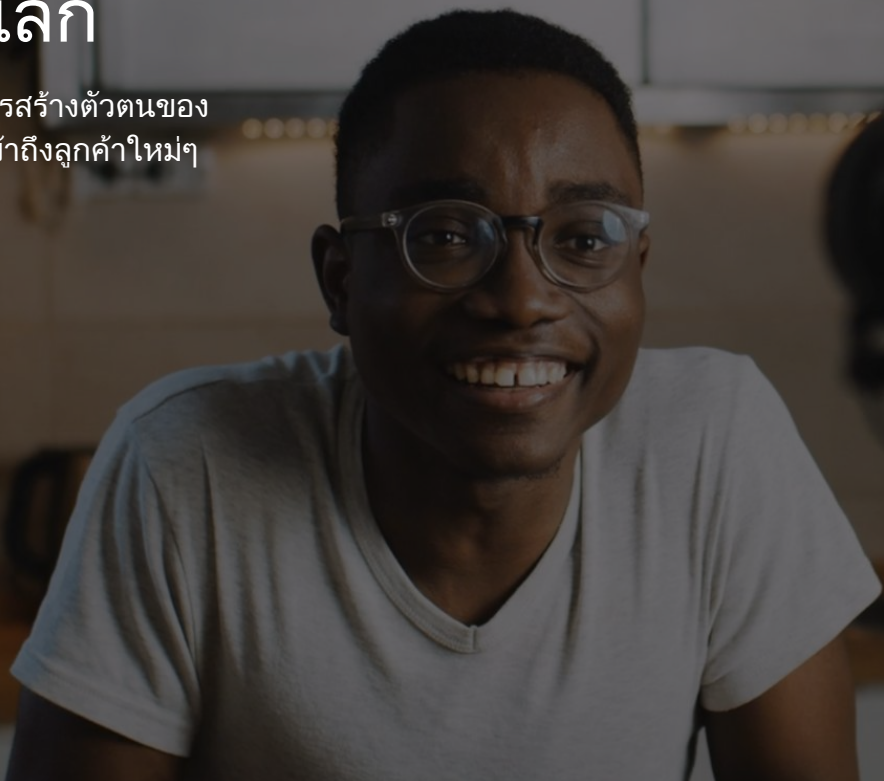


YouTube สำหรับ ธุรกิจขนาดเล็ก

คำแนะนำที่ละเอียดอ่อนในการสร้างตัวตนของ
ธุรกิจบนโลกออนไลน์และเข้าถึงลูกค้าใหม่ๆ
ด้วยช่อง YouTube



ทำไมต้อง YouTube 5

การเปิดตัวช่อง 9

การสร้างวิดีโอ 19

สตรีมมิงแบบสดบน YouTube 26

เริ่มต้นใช้งานโฆษณา YouTube 29

ขั้นตอนถัดไปที่ควรทำ 35





ปัจจุบันการรับชมวิดีโอออนไลน์ เป็นที่นิยมอย่างมาก

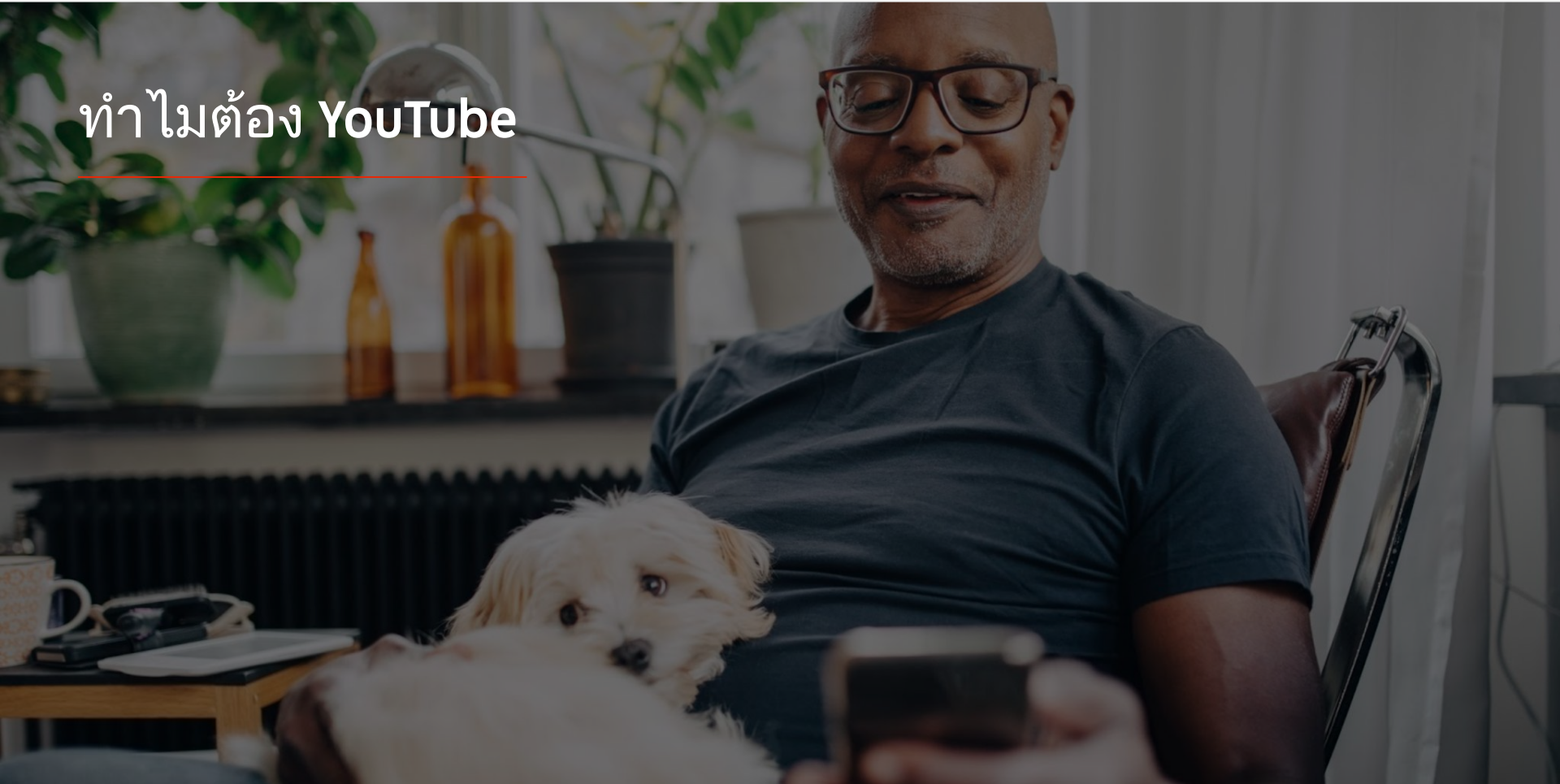
อรรถรสทั้งด้านภาพ เสียง และภาพเคลื่อนไหวของวิดีโอสามารถดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคในแบบที่สื่อประเภทอื่นๆ ทำไม่ได้ ผู้ชมจึงหันมาดูวิดีโอออนไลน์และสตรีมวิดีโอกันอย่างต่อเนื่องตลอดหลายปีมานี้ YouTube ช่วยให้ผู้ชมเหล่านี้พบวิดีโอและครีเอเตอร์ที่ตนชื่นชอบ รวมทั้งยังกลายเป็นชุมชนที่ตอบสนองความต้องการของผู้ชมด้วย

เทรนด์การรับชมวิดีโอที่พุ่งสูงขึ้นนี้เป็นโอกาสสำคัญที่จะช่วยให้ธุรกิจขนาดเล็กเติบโต วิดีโอและ YouTube จึงควรเป็นหัวใจหลักของกลยุทธ์โฆษณาออนไลน์เพื่อสร้างความสำเร็จทั้งในปัจจุบันและอนาคต

82%

ภายในปี 2022 **การเข้าชมของผู้ใช้ออนไลน์ทั่วโลก** 82% จะเป็นการเข้าชมวิดีโอ¹

ทำไมต้อง YouTube



YouTube สร้างขึ้นมาเพื่อทุกคน และรองรับความต้องการของ ธุรกิจทุกประเภท ปัจจุบันมีผู้ใช้ YouTube มากกว่า

2 พันล้านคนต่อเดือน และใช้เวลารับชมวิดีโอรวมกันมากกว่า¹ พันล้านชั่วโมงต่อวัน¹ ดังนั้นไม่ว่าจะเป็นความสนใจ งานอดิเรก หัวข้อ หรือผลิตภัณฑ์ใดก็ตาม YouTube ก็มีชุมชนสำหรับผู้ที่ชื่นชอบเรื่องนั้นๆ โดยเฉพาะ ซึ่งคุณสามารถเข้าถึงผู้ชมเหล่านั้น และนำเสนอจุดขายของธุรกิจได้ด้วยการสร้างช่อง YouTube



71%

ของธุรกิจขนาดเล็กมองว่า YouTube เป็นแพลตฟอร์มที่เหมาะสมสำหรับธุรกิจประเภทของตน²

¹ แหล่งที่มา Think with Google

² แหล่งที่มา การศึกษาเกี่ยวกับธุรกิจขนาดเล็กที่ใช้ YouTube ของ Google/lpsos ในสหรัฐฯ โดยอ้างอิงจากกลุ่มตัวอย่าง 866 คน 2020

เข้าถึงลูกค้าที่กำลังใช้งานอยู่บน YouTube

เข้าร่วมและอัปโหลดวิดีโอได้ฟรีจากแอป YouTube

สร้างช่องของตัวเองได้ง่ายๆ ในไม่กี่ขั้นตอน และเมื่อสร้างเสร็จเรียบร้อยแล้ว คุณก็สามารถใช้โทรศัพท์ เพื่อสร้างวิดีโอและเข้าถึงผู้ชมที่พร้อมมีส่วนร่วมได้

72%

ของธุรกิจขนาดเล็กรู้สึกว่าการเริ่มต้นใช้งาน YouTube ทำได้ง่าย¹

นำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการของธุรกิจด้วยวิดีโอ

ธุรกิจทุกขนาดสามารถชูจุดขายให้ดูน่าสนใจขึ้นได้โดยใช้ YouTube เพียงอัปโหลดคลิปแนะนำผลิตภัณฑ์ วิดีโอสาริตการจ้างงาน และฟุตบอลงานกิจกรรมเพื่อให้ผู้ชมทราบข้อมูลที่ต้องการ

65%

ของธุรกิจขนาดเล็กที่เปิดช่อง YouTube ระบุว่าตนใช้ YouTube เพื่อแสดงผลิตภัณฑ์และบริการที่มี²

เข้าถึง กลุ่มเป้าหมายที่พร้อมมีส่วนร่วม

YouTube เป็นแพลตฟอร์มที่ผู้ใช้เข้ามาเพื่อหาความรู้ สร้างเสียงหัวเราะ และสานสัมพันธ์กับผู้อื่น โดยเมื่อคุณสร้างช่อง คุณก็จะได้พบกับผู้ชมที่สนใจเนื้อหาของคุณ และต้องการมีส่วนร่วมด้วย

85%

ของผู้ชมเลือกเข้า YouTube เพื่อดูเนื้อหาที่สดใหม่³

1 แหล่งที่มา การศึกษาเกี่ยวกับธุรกิจขนาดเล็กที่ใช้ YouTube ของ Google/Ipsos ในสหรัฐอเมริกา โดยอ้างอิงจากกลุ่มตัวอย่าง 866 คน 2020

2 แหล่งที่มา การศึกษาเกี่ยวกับธุรกิจขนาดเล็กที่ใช้ YouTube ของ Google/Ipsos ในสหรัฐอเมริกา บราซิล เยอรมนี อินโดนีเซีย ญี่ปุ่น โดยอ้างอิงจากกลุ่มตัวอย่าง 1 848 คน 2020

3 แหล่งที่มา การศึกษา WhyVideo เกี่ยวกับสถานการณ์ภายหลังการแพร่ระบาดของโควิด-19 ของ Google/Talk Shoppe ในสหรัฐอเมริกา โดยอ้างอิงจากผู้บริโภคทั่วไปที่มีอายุระหว่าง 18-64 ปี จำนวน 2 003 คน พค 2020



YouTube เป็นแพลตฟอร์มที่ผู้ชมใช้ค้นหาข้อมูล
ถ้าใส่ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทเอาไว้

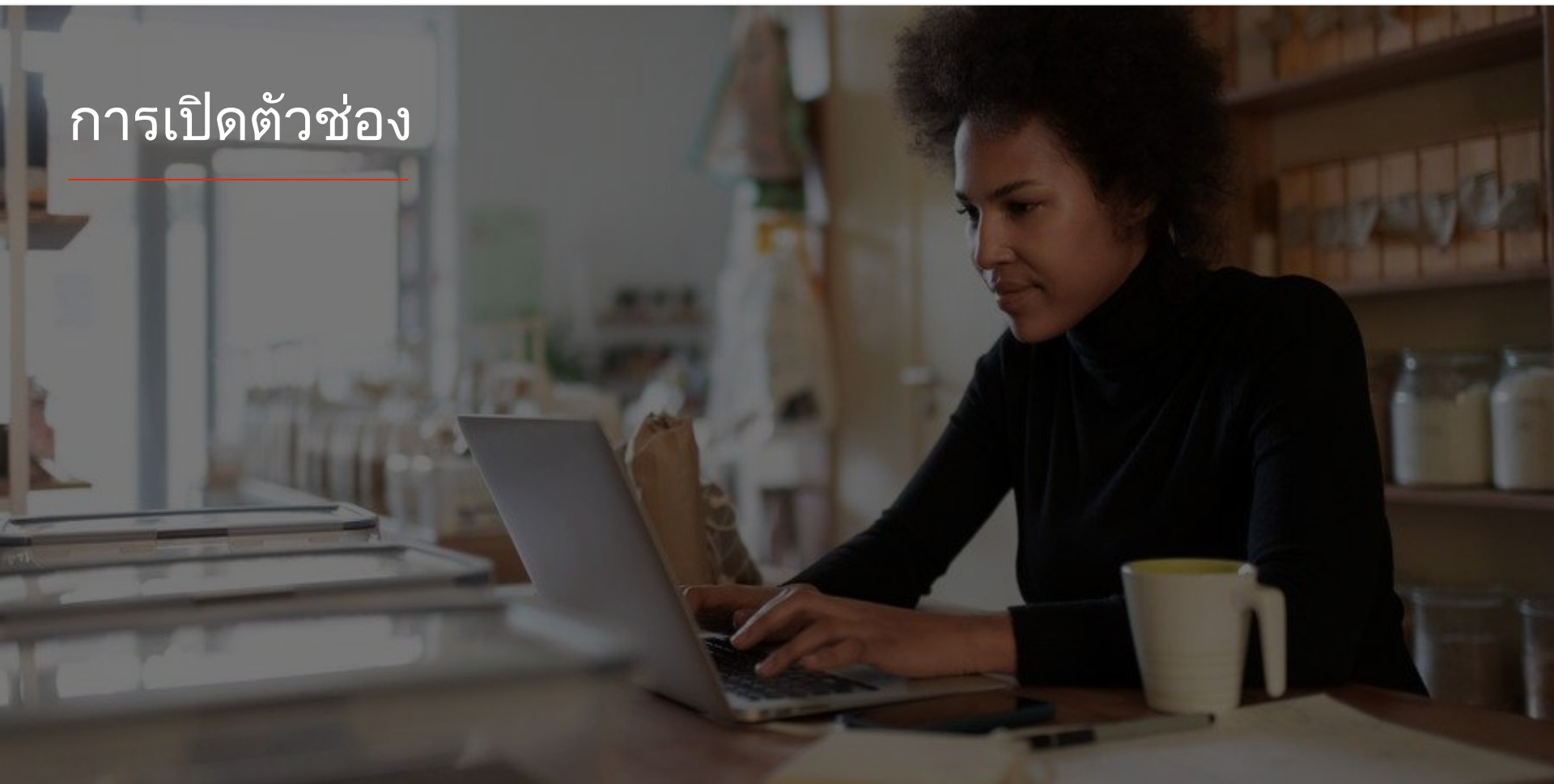
ผู้ชมก็จะหาผมเจอใน YouTube ได้ง่ายๆ

– Roger Wakefield, Texas Green Plumbing

[ดูเรื่องราวของธุรกิจเหล่านี้](#)



การเปิดตัวช่อง



01

ลงชื่อเข้าใช้บัญชี Google ของธุรกิจ

คุณสามารถสร้างและจัดการช่อง YouTube ได้จากเว็บไซต์ YouTube ในเดสก์ท็อปและอุปกรณ์เคลื่อนที่ รวมไปถึงแอป YouTube ทั้งนี้ การเข้าถึงฟีเจอร์ต่างๆ ใน 3 แพลตฟอร์มนี้จะแตกต่างกันไป โดยเราจะแนะนำแพลตฟอร์มที่ควรใช้ในแต่ละขั้นตอน

ก่อนที่จะลงชื่อเข้าใช้ YouTube คุณจะต้องสร้าง [บัญชี Google](#) แต่หากมีอยู่แล้วก็ใช้ชื่อผู้ใช้ Gmail ได้เลย

หากธุรกิจมีบัญชี Google เราขอแนะนำให้ใช้

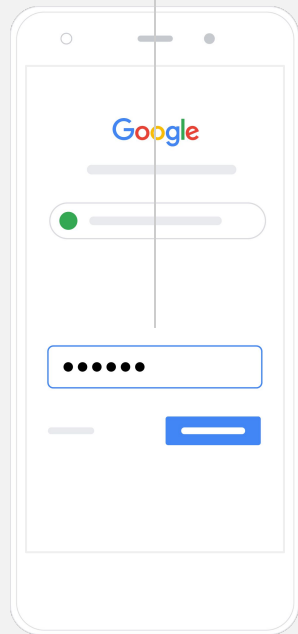
ในการเริ่มต้นใช้งาน หากใช้บัญชีส่วนตัว โปรดอ่านขั้นตอนต่อไปซึ่งจะอธิบาย

วิธีสร้างช่องโดยใช้ชื่อธุรกิจ

เมื่อสร้างช่องแล้ว คุณจะจัดการได้จาก

[YouTube Studio](#)

ใช้บัญชี Google เพื่อลงชื่อเข้าใช้ YouTube ใน [คอมพิวเตอร์](#) หรือ [โทรศัพท์](#) เพื่อสร้างช่อง



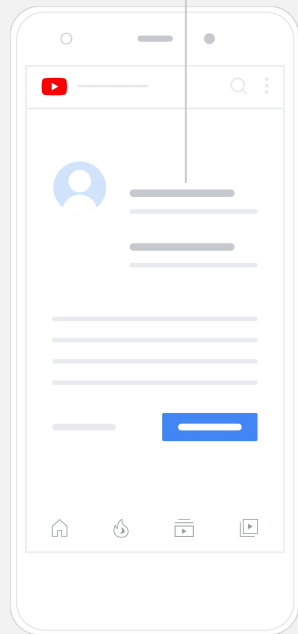
02

สร้างช่อง

ช่อง YouTube แบ่งได้เป็น 2 แบบ แบบแรกคือ [ช่องส่วนตัว](#) ซึ่งมีเฉพาะคุณเท่านั้นที่จัดการได้โดยใช้บัญชี Google ของคุณเอง ส่วนอีกแบบหนึ่งคือ [ช่องของบัญชีแบรนต์](#) ที่มีผู้จัดการหรือเจ้าของได้มากกว่า 1 ราย หากสร้างช่อง YouTube เป็นครั้งแรก เราขอแนะนำให้ดำเนินการผ่านเว็บไซต์ YouTube ในเดสก์ท็อป

- ลงชื่อเข้าใช้เว็บไซต์ YouTube ในเดสก์ท็อปหรืออุปกรณ์เคลื่อนที่
- ไปที่ [รายการช่อง](#)
- เลือกว่าจะสร้างช่องใหม่หรือใช้บัญชีแบรนต์ที่มีอยู่
- สร้างช่องโดยเลือก "สร้างช่องใหม่"
- กรอกข้อมูลเพื่อตั้งชื่อช่องใหม่ แล้วเลือก "สร้าง"

เลือกรูปโปรไฟล์ที่มูมบนขวา แล้วเลือก "สร้างช่อง"

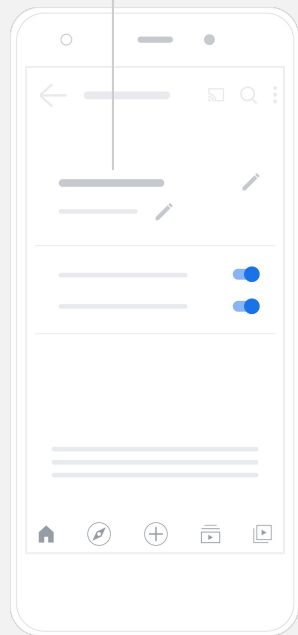


03

ปรับแต่งช่องในแบบของคุณ

- เลือก**ช่องของคุณ**ที่ มุมบนขวาของเว็บไซต์ YouTube ในเดสก์ท็อป แล้วเลือก**ปรับแต่งช่อง**
- คุณสามารถใส่คำอธิบายสั้นๆ ของช่องและเปลี่ยนชื่อช่องได้ในส่วน **ข้อมูลพื้นฐาน** หากต้องการเข้าถึงตัวเลือกเหล่านี้ในแอป YouTube ให้เลือก**ช่องของคุณ** แล้วเลือก **แก้ไขช่อง**
- หากใช้เว็บไซต์ YouTube ในเดสก์ท็อป คุณสามารถ**เพิ่มลิงก์**ลงในช่อง YouTube ที่พาผู้ชมไปยังเว็บไซต์และหน้าโซเชียลมีเดียของธุรกิจเพื่อโต้ตอบกับคุณ
- คุณสามารถปรับแต่ง URL ของช่องและเพิ่มข้อมูลติดต่อ

หากใช้แอป YouTube คุณสามารถเปลี่ยน **ข้อมูลพื้นฐาน**อย่างชื่อและคำอธิบายช่อง ได้โดยเลือก**ช่องของคุณ** แล้วเลือก**แก้ไขช่อง**



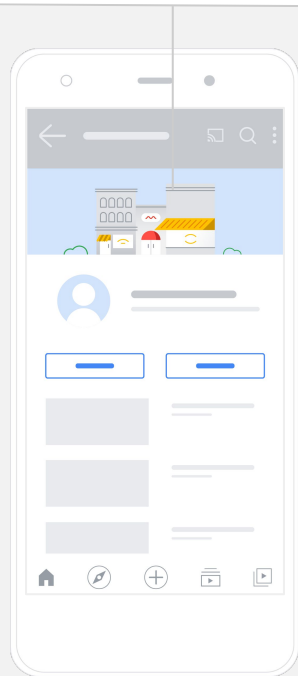
04

สร้างแบรนด์ให้ช่อง

ดูตัวเลือกการปรับแต่งแบบละเอียดได้ที่หน้า**เลย์เอาต์**และ**การสร้างแบรนด์**บนเว็บไซต์ YouTube ในเดสก์ท็อป

- เลือก**ช่องของคุณ**ด้านขวาบนของเว็บไซต์ YouTube ในเดสก์ท็อป แล้วเลือก**ปรับแต่งช่อง**
- คุณสามารถเพิ่ม**ตัวอย่างช่อง**ได้ในส่วน**เลย์เอาต์** โดยตัวอย่างช่องคือวิดีโอสั้นๆ ที่จะแสดงต่อผู้ใช้ที่ยังไม่ได้ติดตามช่อง คุณยัง**แสดงวิดีโอ**ต่อผู้ชมที่กลับมาได้ด้วย
- ในส่วน**การสร้างแบรนด์** คุณสามารถอัปโหลดหรือเปลี่ยน**รูปโปรไฟล์** และเพิ่ม**รูปภาพแบนเนอร์**ซึ่งจะแสดงอยู่ด้านบนสุดของช่อง เพื่อให้มีความโดดเด่นไม่ซ้ำใคร คุณยังเพิ่ม**ลายน้ำของวิดีโอ**ที่จะปรากฏในวิดีโอเพื่อกระตุ้นให้ผู้ชมติดตามช่องได้ด้วย

หากใช้แอป YouTube คุณสามารถเปลี่ยนองค์ประกอบของแบรนด์อย่างรูปโปรไฟล์และรูปภาพแบนเนอร์ได้โดยเลือก**ช่องของคุณ** แล้วเลือก**แก้ไขช่อง**



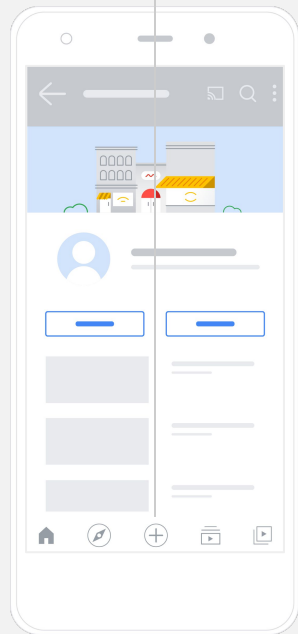
05

อัปโหลดวิดีโอ

หากมีวิดีโอที่ต้องการใช้แล้วก็ดูวิธีอัปโหลดในหัวข้อนี้ได้เลย แต่หากยังไม่มี เราได้แนะนำวิธีสร้างวิดีโอใน[หัวข้อต่อไป](#)ไว้ให้แล้ว

- เลือกรูปโปรไฟล์ที่มุมขวาบนของแอปหรือเว็บไซต์ YouTube ในเดสก์ท็อป แล้วเลือก**ช่องของคุณ**
- หากใช้เว็บไซต์ YouTube ในเดสก์ท็อป ให้เลือก**อัปโหลดวิดีโอ**กลางหน้าจอ หากใช้แอป YouTube ให้เลือกเครื่องหมาย + ด้านล่างของหน้าจอ แล้วเลือกวิดีโอที่ต้องการอัปโหลด
- ใส่**ชื่อและคำอธิบายคร่าวๆ** เพื่อช่วยดึงดูดกลุ่มผู้ชมที่ต้องการ
- **เลือกภาพขนาดย่อ**ของวิดีโอ ซึ่งเป็นภาพที่จะแสดงต่อผู้ใช้ที่กำลังเลื่อนดูช่องของคุณ หลังจากเผยแพร่วิดีโอแล้ว คุณยังสามารถอัปโหลดหรือเปลี่ยนภาพขนาดย่อได้โดยใช้เว็บไซต์ **YouTube Studio** ในเดสก์ท็อปหรือแอปในอุปกรณ์เคลื่อนที่

หากใช้แอป YouTube ให้เลือกเครื่องหมาย + ด้านล่างของหน้าจอเพื่ออัปโหลดวิดีโอ



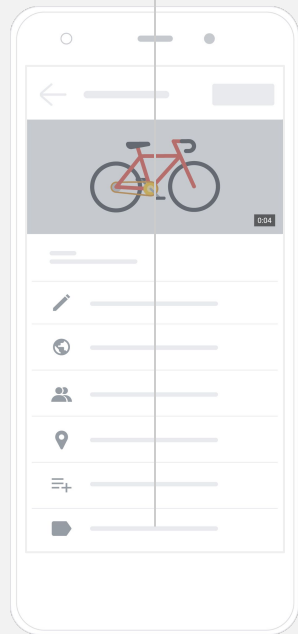
06

เพิ่มองค์ประกอบขั้นสูง

แท็กที่ใช้ค้นหาได้ คือคีย์เวิร์ดที่สื่อความหมายซึ่งคุณสามารถเพิ่มลงในวิดีโอเพื่อช่วยให้ผู้ชมเจอเนื้อหาได้ง่ายขึ้น

- ขณะที่อัปโหลดวิดีโอ คุณสามารถเพิ่มแท็กได้ในส่วน **แสดงเพิ่มเติม** บริเวณด้านล่างของเว็บไซต์ YouTube ในเดสก์ท็อป
- คุณยังเพิ่มแท็กลงในวิดีโอหลังจากที่อัปโหลดเสร็จแล้วได้ด้วย หากใช้เดสก์ท็อป ให้ไปที่ **YouTube Studio** แล้วเลือก **เนื้อหา** ทางซ้าย จากนั้นเลือกไอคอนดินสอข้างวิดีโอที่ต้องการแก้ไข เลือก **แสดงเพิ่มเติม** ด้านล่าง แล้วเลื่อนลงไป **หัวข้อแท็ก**
- หากต้องการเข้าถึงตัวเลือกเหล่านี้ในแอป YouTube ให้ไปที่ **ช่องของคุณ** แล้วเลือก **จัดการวิดีโอ** หาวิดีโอที่ต้องการเพิ่มแท็ก แล้วเลือก **แก้ไข** จากนั้นเลื่อนลงมาด้านล่างเพื่อ **เพิ่มแท็ก**

หากต้องการเพิ่มแท็กผ่านแอป YouTube หลังจากอัปโหลดวิดีโอ ให้ไปที่แท็บ **วิดีโอ** จากนั้นแตะวิดีโอที่ต้องการ แล้วแตะ **แก้ไข**



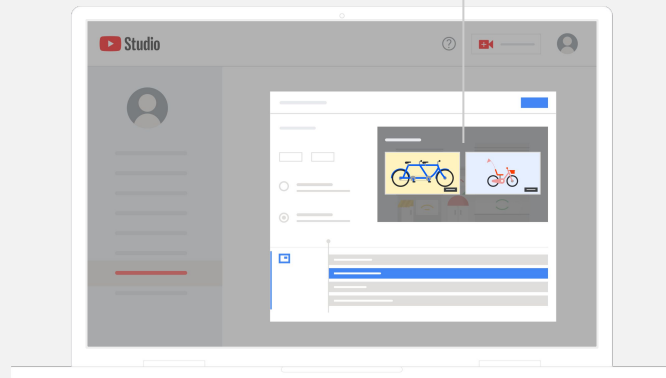
07

เพิ่มองค์ประกอบชั้นสูงอื่นๆ เพิ่มเติม

[End Screen](#) สามารถใช้เพื่อโปรโมตวิดีโออื่นๆ กระตุ้นผู้ชมให้ติดตาม และอื่นๆ อีกมากมาย [การ์ดวิดีโอ](#) สามารถใช้เพื่อเพิ่มความสามารถในการโต้ตอบของวิดีโอได้ โดยการัดอาจจะแนะนำวิดีโอ เพลย์ลิสต์ ช่อง หรือลิงก์ที่คุณต้องการให้ผู้ชมเข้าไปดูก็ได้

- หากต้องการเพิ่มองค์ประกอบเหล่านี้ ให้ไปที่ [YouTube Studio](#) แล้วเลือก **เนื้อหา** ด้านขวา
- เลือกไอคอนดินสอข้างวิดีโอที่ต้องการแก้ไข แล้วเลือก **End Screen** หรือ **การ์ด** ด้านขวาล่าง

คุณสามารถเพิ่ม End Screen และการ์ดวิดีโอลงในวิดีโอผ่านทางเว็บไซต์ YouTube ในเดสก์ท็อปได้โดยไปที่ [YouTube Studio](#)



08

ดูประสิทธิภาพของช่อง YouTube

หลังจากเริ่มเผยแพร่วิดีโอแล้ว คุณควรติดตามเมตริกสำคัญที่จะช่วยให้ทราบสิ่งที่ใช้ได้ผลและวิธีปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้น โดยไปที่ส่วนข้อมูลวิเคราะห์ของ [YouTube Studio](#) ในคอมพิวเตอร์หรือโทรศัพท์

ภาพรวม

- ยอดดู จำนวนผู้ชมวิดีโอ
- เวลาในการรับชม (ชั่วโมง) ระยะเวลาที่ผู้ชมดูวิดีโอ
- ยอดผู้ติดตาม จำนวนผู้ติดตามช่อง

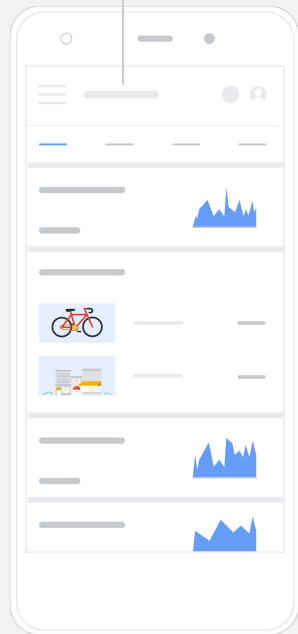
การเข้าถึง

- ยอดการแสดงผล จำนวนครั้งที่วิดีโอแสดงต่อผู้ชม
- แหล่งที่มาของการเข้าชม ช่องทางที่ผู้ชมพบเนื้อหา

การมีส่วนร่วม

- วิดีโอและเพลย์ลิสต์ยอดนิยม วิดีโอและเพลย์ลิสต์ที่มีเวลาในการรับชมมากที่สุดในช่วง 28 วันที่ผ่านมา
- การ์ดและ End Screen ยอดนิยม การ์ดและ End Screen ที่ได้ผลตอบรับมากที่สุดในช่วง 28 วันที่ผ่านมา

ดูเมตริกได้ในส่วนข้อมูลวิเคราะห์ของ [YouTube Studio](#) ในคอมพิวเตอร์ หรือโทรศัพท์





YouTube เปิดโอกาสให้เรา

แบ่งปันแนวคิดของเรากับผู้ชมได้เป็นจำนวนมาก

- Kim Lewis CurlMix

ดูเรื่องราวของบริษัทนี้



การสร้างวิดีโอ





91% ของธุรกิจขนาดเล็กมั่นใจมากหรือค่อนข้างมั่นใจในวิดีโอที่สร้าง¹

แสงพร้อม โทรศัพท์พร้อม และแै็กชัน

เราจะมาอธิบายวิธีสร้างครีเอทีฟโฆษณาวิดีโอให้มีคุณภาพ
แนะนำเคล็ดลับในการถ่ายทำด้วยโทรศัพท์ และมอบแหล่งข้อมูลที่จะช่วยให้คุณสร้างสรรค์ผลงานจากข้อมูลทั้งหมดที่เราแนะนำ



แนวทางในการเริ่มถ่ายทำ

เมื่อคิดจะทำวิดีโอ ลองถามตัวเอง
ด้วยคำถามต่อไปนี้

- ต้องการรับชมเนื้อหา
ในลักษณะใด
- ต้องการให้ใครแสดงในวิดีโอ
- ต้องการเล่าเรื่องราวแบบไหน
- จะถ่ายทอดภาพและเสียง
ของสิ่งที่ธุรกิจนำเสนอ
ผ่านวิดีโอให้ออกมาดีที่สุดใน
ได้อย่างไร
- เมื่อถ่ายทำครบทุกอย่างแล้ว จะตัดต่อวิดีโอ
ให้ออกมาเป็นเรื่องราวที่ต้องการอย่างไร



คุณสามารถอัปโหลดวิดีโอฉบับสมบูรณ์ลงในช่อง YouTube [จากโทรศัพท์](#) ได้

เคล็ดลับในการถ่ายทำด้วยโทรศัพท์

- จัดวางให้ผลิตภัณฑ์อยู่กลางเฟรม
- ลองใช้แหล่งกำเนิดแสงต่างๆ เช่น ไฟวงแหวนหรือคอมไฟ
- ใช้ขาตั้งโทรศัพท์เพื่อป้องกันการสั่นและเพิ่มคุณภาพของวิดีโอ
- เลือกพื้นหลังที่ดูสวยงามแต่ไม่แยงความสนใจ
- เตรียมพื้นที่ว่างในโทรศัพท์ให้มากพอ โดย 1 นาทีของวิดีโอที่มีความคมชัดระดับ 4K จะใช้พื้นที่ประมาณ 50 MB

หลักการ "ABCD" สำหรับสร้างครีเอทีฟโฆษณาที่มีประสิทธิภาพช่วยให้คุณสร้างวิดีโอที่น่าติดตามได้

ดูข้อมูลเชิงลึกและหาแรงบันดาลใจเพิ่มเติมได้จาก [หลักเกณฑ์](#) ที่มีข้อมูลสนับสนุน



ดึงดูดความสนใจ (Attract)

จัดเฟรมภาพให้เน้นผลิตภัณฑ์

แสดงภาพ 2-3 ข้อต่อใน 5 วินาทีแรก

เปิดวิดีโอด้วยนักแสดง หากมี

ใช้รูปภาพที่สะดุดตา นามองหรือจำได้ง่ายๆ



แบรนด์ (Brand)

แนะนำแบรนด์หรือผลิตภัณฑ์ใน 5 วินาทีแรก

ปรับตำแหน่งโลโก้ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ทางการตลาด

ใช้ภาพอย่างมาสคอตและสีที่เป็นเอกลักษณ์และบ่งบอกถึงแบรนด์

กล่าวถึงแบรนด์โดยใช่เสียงจากนักแสดงที่ปรากฏอยู่ในหน้าจอ



เชื่อมโยง (Connect)

ให้การอธิบายฟังก์ชันการทำงานและการสร้างอารมณ์ร่วมเป็นเครื่องมือที่สามารถใช้ร่วมกันหรือแยกกันก็ได้

อย่างลัวที่จะใช้รูปแบบการเล่าเรื่องราวที่อธิบายฟังก์ชันการทำงาน

ใช้รูปแบบการเล่าเรื่องที่สร้างอารมณ์ร่วม เช่น ความตื่นเต้น ความตลก และความน่าสนใจ หากเหมาะกับแบรนด์

ทำให้ผู้คนเป็นหัวใจสำคัญของเรื่องราว



จงใจ (Direct)

แสดงข้อเสนอและคำกระตุ้นการตัดสินใจ (CTA) ผ่านการ์ดข้อความ ภาพเคลื่อนไหวแบบง่ายๆ หรือเสียงบรรยาย

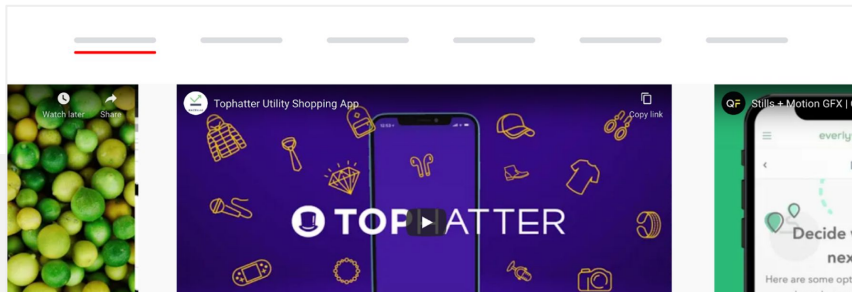
สร้างข้อเสนอที่กระตุ้นให้ผู้ใช้เร่งตัดสินใจ

ใช้ CTA อย่าง

"เข้าชมเว็บไซต์" "สมัครใช้งาน" "ซื้อเลย" หรือใส่แถบค้นหา

เครื่องมือของ YouTube ที่ช่วยสร้างวิดีโอได้ง่ายๆ

ค้นหาพาร์ทเนอร์ที่จะช่วยทำให้ภาพมีความน่าสนใจมากขึ้น หรือตัดต่อและสร้างสรรค์วิดีโอจากเนื้อหาต่างๆ ที่คุณมีอยู่แล้ว

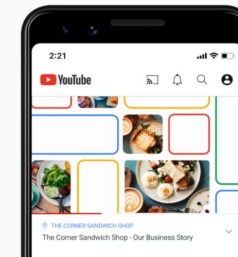


ค้นหาพาร์ทเนอร์ในโดเรกทอรีครีเอทีฟโฆษณาบน YouTube

ไม่ว่าจะต้องการทำวิดีโอแบบใดหรือมีงบประมาณเท่าไร พาร์ทเนอร์ครีเอทีฟโฆษณาของเราที่เชื่อถือได้และผ่านการฝึกอบรมมาแล้วก็พร้อมช่วยคุณสร้างโฆษณาที่ยอดเยี่ยมได้¹

VIDEO MAKER
Create a video
your customers
will remember

Enter business name



สร้างวิดีโอที่เหมาะสมกับ YouTube ได้ง่ายๆ ในไม่กี่คลิก หากมีบัญชี [Google My Business](#) คุณสามารถใช้ Video Maker เพื่อสร้างวิดีโอที่น่าสนใจจากเนื้อหาที่มีอยู่แล้วได้²

[ลองใช้ Video Maker](#)

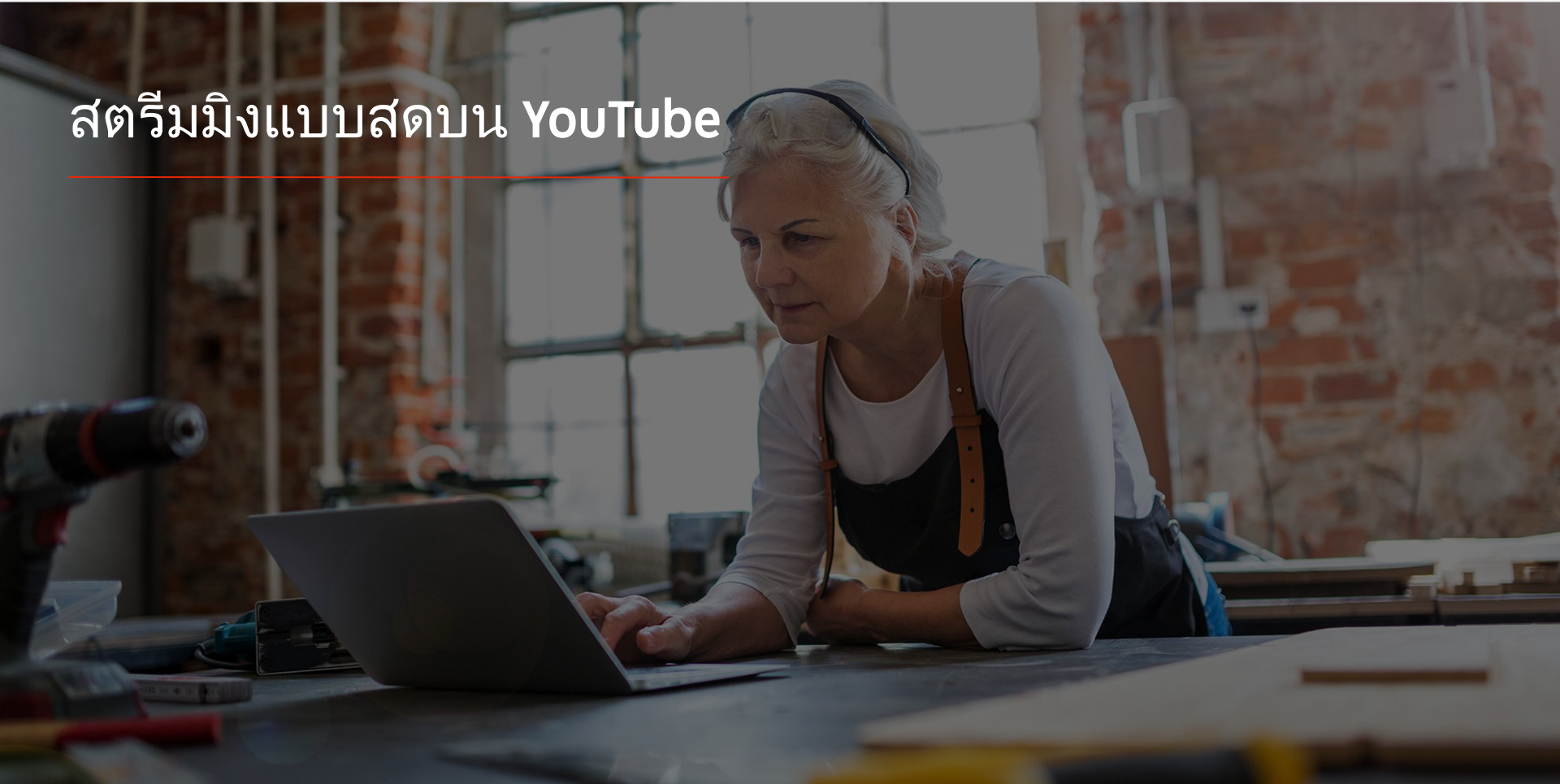


เราบันทึกวิดีโอเหล่านี้
โดยใช้เพียงโทรศัพท์มือถือ **ไม่คิดว่าจะง่ายขนาดนี้**

- Rahul Kaul BoxFit
ดูเรื่องราวของบริษัทนี้



สตรีมมิ่งแบบสดบน YouTube



เข้าถึงผู้ชมได้แบบเรียลไทม์

ไม่ว่าจะเปิดตัวผลิตภัณฑ์ ให้ความรู้ หรือจัดช่วงถามตอบ [สตรีมมิงแบบสดบน YouTube](#) เป็นช่องทางที่เหมาะสมสำหรับพูดคุยกับผู้ชมโดยตรง

คุณสามารถ [สตรีม](#) จากโทรศัพท์ กล้องคอมพิวเตอร์ หรือการมีเรอร์หน้าจอโดยใช้โปรแกรมเปลี่ยนไฟล์ เว็บแคม เป็นอุปกรณ์ที่เหมาะสมกับมือใหม่ ซึ่งสามารถใช้ถ่ายทอดสดได้ง่ายๆ โดยที่ไม่ต้องจัดเตรียมอะไรมาก

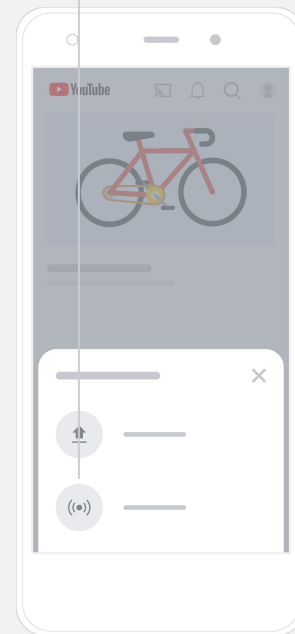
โปรดทราบว่าคุณต้องมีผู้ติดตามอย่างน้อย 1000 คน จึงจะสตรีมแบบสดจากโทรศัพท์ได้



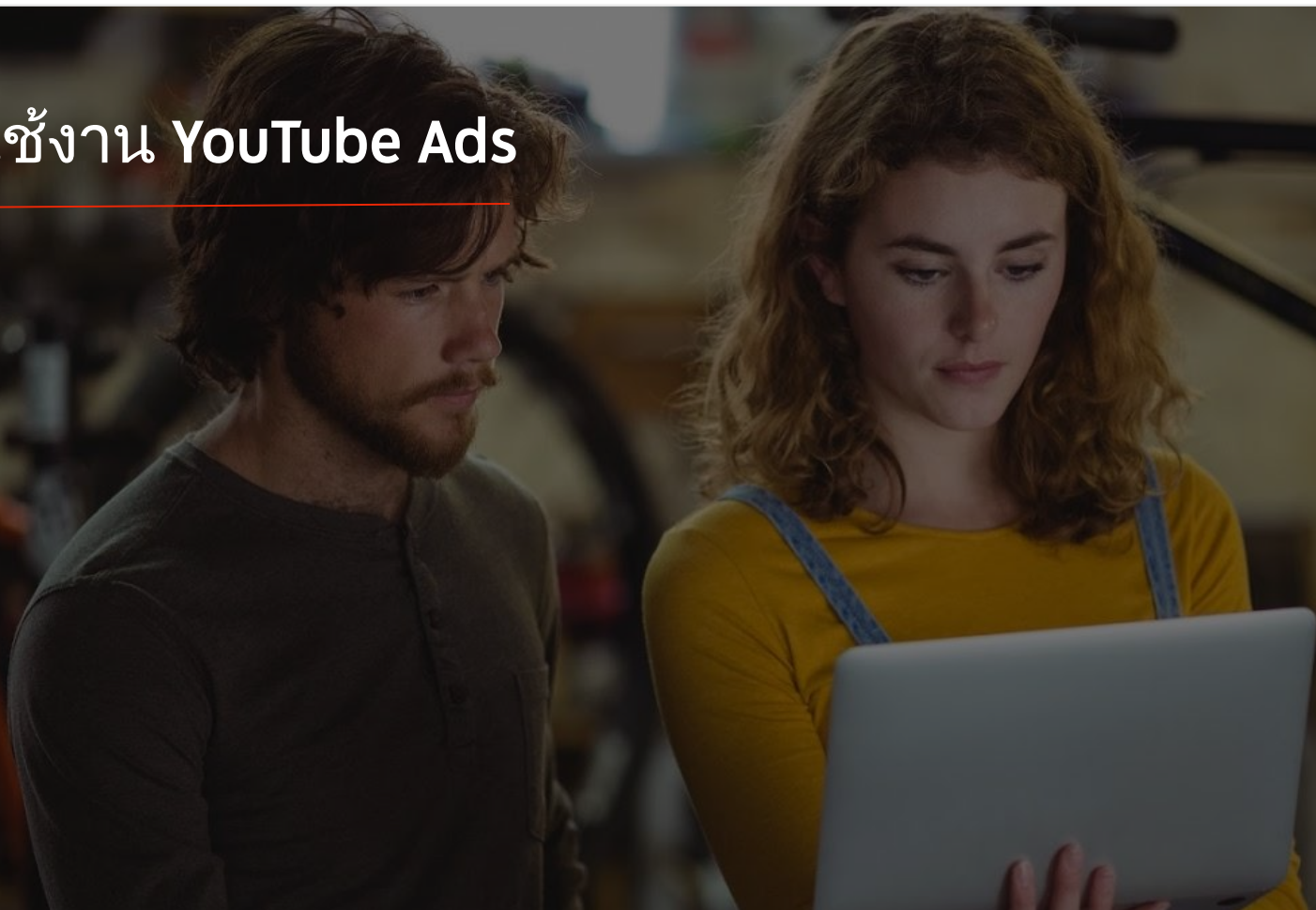
มาดูวิธีสตรีมแบบสดบน YouTube กัน

- [ยืนยันบัญชี](#) YouTube ให้เรียบร้อยด้วยการลิงก์กับหมายเลขโทรศัพท์ก่อนที่จะเริ่มสตรีมแบบสดบน YouTube
- ไปที่ [YouTube Studio](#) ในเว็บไซต์ YouTube บนเดสก์ท็อปหรืออุปกรณ์เคลื่อนที่ จากนั้นเลือกสร้างด้านขวาบน แล้วเลือกถ่ายทอดสด หากใช้แอป YouTube ให้แตะรูปโปรไฟล์ แล้วเลือกช่องของคุณ จากนั้นกดเครื่องหมาย + ด้านล่างของหน้าจอ แล้วเลือกถ่ายทอดสด
- ทำตามข้อความที่แจ้งเพื่อให้บัญชีสตรีมบน YouTube ได้
- คุณจะสตรีมแบบสดจากปุ่มถ่ายทอดสด ได้ทันทีที่บัญชีตั้งค่าเรียบร้อยแล้ว

หากใช้แอป YouTube ให้คลิกรูปโปรไฟล์ แล้วเลือกช่องของคุณ จากนั้นเลือกเครื่องหมาย + แล้วเลือกถ่ายทอดสด



เริ่มต้นใช้งาน YouTube Ads



ขยายธุรกิจให้เติบโตและได้ผลลัพธ์ที่ดีขึ้นด้วย YouTube Ads

เข้าถึงลูกค้ากลุ่มเดิม
และค้นหาลูกค้าใหม่ ๆ

ไม่ว่าจะเป็นบรรดานักชิมในละแวกใกล้เคียง หรือเหล่าแฟนนิสตัทั่วประเทศ YouTube Ads จะช่วยให้คุณเข้าถึงผู้ที่มีความสำคัญต่อธุรกิจของคุณมากที่สุด

แสดงต่อผู้ใช้
ได้ถูกกลุ่มถูกเวลา

เปลี่ยนผู้ชมให้เป็นลูกค้า ด้วยงบประมาณที่มี YouTube Ads ใช้ขุมพลังของ Google เพื่อแสดงข้อความของคุณได้ถูกกลุ่มเป้าหมาย ในช่วงเวลาที่เหมาะเจาะ

ได้ผลลัพธ์ที่สำคัญ
ต่อธุรกิจ

YouTube Ads ช่วยให้ผู้ชมเข้าใจธุรกิจและผลิตภัณฑ์ของคุณได้ง่ายๆ ทั้งยังช่วยเพิ่มยอดดู ผู้ติดตาม การเข้าชมเว็บไซต์ และอื่นๆ อีกมากมาย

89%

ของธุรกิจขนาดเล็กเลือกใช้โฆษณาจากสปอนเซอร์และเนื้อหาทั่วไปร่วมกันเพื่อแสดงบน YouTube¹

70%

ของผู้ชมกล่าวว่า YouTube ช่วยให้ผู้รู้จักแบรนด์ใหม่ๆ มากขึ้น²

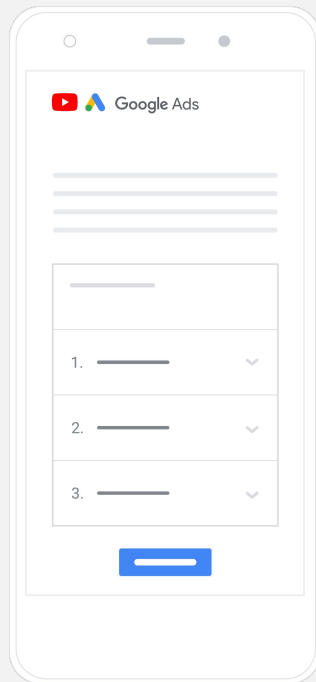
01

สร้างหรือลงชื่อเข้าใช้บัญชี Google Ads

แม้โฆษณาจะปรากฏบน YouTube แต่คุณก็ต้องจัดการแคมเปญโดยใช้ Google Ads

อ่านประโยชน์และวิธีการทำงานของ YouTube Ads ได้ที่ [YouTube.com/ads](https://www.youtube.com/ads) หากพร้อมเริ่มใช้งานแล้ว ให้เลือก [เริ่มเลย](#)

ก่อนที่จะเริ่มใช้แคมเปญ YouTube Ads คุณจะต้อง [อัปโหลดโฆษณาวิดีโอ](#) ลงในช่อง YouTube



02

สร้างและเปิดตัวแคมเปญ

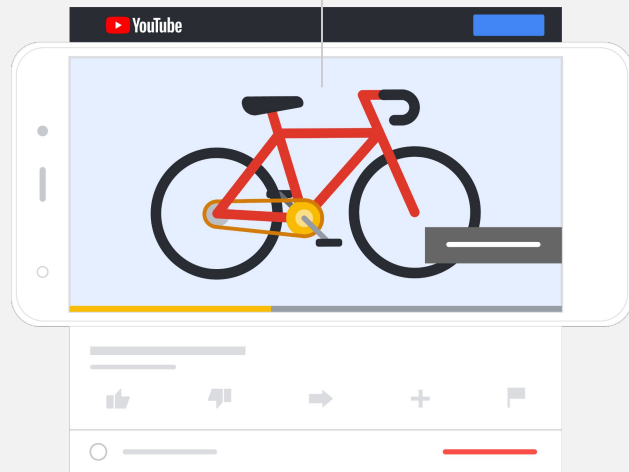
YouTube มีโฆษณาหลากหลายรูปแบบที่ช่วยให้ธุรกิจของคุณได้ผลลัพธ์ที่ต้องการ ไม่ว่าจะเป็นโฆษณาที่ข้ามได้หรือคลิกได้ โฆษณาแบบสั้นหรือแบบยาว คั่นหารูปแบบโฆษณาที่เหมาะสมกับเป้าหมายของคุณ ซึ่งอาจจะเป็น [การรับรู้](#) [การพิจารณา](#) หรือ [การดำเนินการ](#) ก็ได้

จากนั้นก็กำหนดเป้าหมายไปยังผู้มีโอกาสเป็นลูกค้าตามข้อมูลประชากร สถานที่ ความสนใจ เหตุการณ์สำคัญในชีวิต และอีกมากมาย คุณสามารถใช้ [Find My Audience](#) ¹

เพื่อให้เข้าใจผู้ชมแต่ละกลุ่มใน YouTube ได้

เมื่อมีทุกอย่างพร้อมแล้ว ก็เปิดตัวแคมเปญจาก Google Ads ได้เลย

คั่นหารูปแบบโฆษณาที่เหมาะสมกับเป้าหมายของคุณ ซึ่งอาจจะเป็น [การรับรู้](#) [การพิจารณา](#) และ [การดำเนินการ](#)



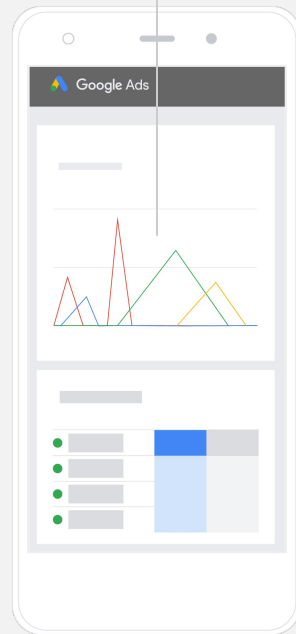
03

วัดผลลัพธ์

ต่อให้คุณไม่ได้เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านข้อมูล ก็เข้าใจประสิทธิภาพแคมเปญ YouTube Ads ได้ เพราะเรามีเมตริกแบบเรียลไทม์มากมายให้คุณใช้ในการติดตามข้อมูลเชิงลึกที่ต้องการ ซึ่งช่วยให้คุณทราบว่าผู้ใช้กี่คนกำลังดูโฆษณาของคุณ ผู้ใช้มีส่วนร่วมมากน้อยเพียงใด ผู้ใช้กำลังทำอะไรอยู่ และอีกมากมาย

ดูรายละเอียด [การวัดผลแคมเปญโฆษณาได้ที่นี้](#)

เมตริกที่สำคัญ จะแสดงอยู่ในหน้าแดชบอร์ดของ Google Ads





เว็บไซต์ของเรามีอัตรา **Conversion** ที่ดีเกินคาด
ธุรกิจของเรา **เติบโตขึ้นมาก** หลังจากที่ใช้ **YouTube Ads**

- Stewart Freeman Murphy's Naturals

ดูเรื่องราวของบริษัทนี้



ขั้นตอนถัดไปที่ควรทำ



เรียนรู้กับ YouTube

เรามีแหล่งข้อมูลจำนวนมากที่จะช่วยให้คุณใช้ทุกฟีเจอร์ของ YouTube ได้เกิดประโยชน์สูงสุด

ดูข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับ YouTube Ads เพิ่มเติม
[ไปที่เว็บไซต์ YouTube Ads](#)

ดูวิธีใช้ YouTube Ads ให้เต็มศักยภาพ
[ดูข้อมูลเพิ่มเติมใน Skillshop](#)

เสริมสร้างความรู้ความเชี่ยวชาญในหัวข้อต่างๆ บน YouTube
[รับชมวิดีโอ Creator Academy](#)

หากมีข้อสงสัยและต้องการทราบวิธีใช้ผลิตภัณฑ์
[โปรดไปที่ศูนย์ช่วยเหลือ](#)

