

# Digital Marketing

## 01

ปรับ...มุมมองให้กว้าง

เปลี่ยน...ความคิดให้ทัน

แปลง...สิ่งที่คิดแล้วลงมือทำ

ผู้เขียน : สืบศักดิ์ ลีวลักษณ์

## ลิขสิทธิ์

งานเขียน “ขายของ Online ไม่ง่าย แค่ต้องรู้” เขียนโดย สืบศักดิ์  
ลือลักษณ์ ได้รับความคุ้มครองทั้งในประเทศไทยและประเทศกลุ่มภาคีตาม  
พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ.2537

งานเขียนชุดนี้อ่อนุญาตให้ดาวน์โหลดหนึ่งชุดต่อหนึ่งท่านเท่านั้น  
สามารถอ่านในคอมพิวเตอร์หรือ พิมพ์เก็บไว้เป็นเอกสาร ไม่เกินหนึ่งชุด  
เพื่อการศึกษาส่วนตัวเท่านั้นโดยไม่อนุญาตให้ทำงานเขียนชุดนี้ไปกระทำ  
การดังต่อไปนี้

ทำซ้ำหรือดัดแปลง, แจกจ่ายเผยแพร่ต่อสาธารณะชน, เสนอขาย  
, ทำขาย, ให้เช่า ฯลฯ ตามที่กฎหมายกำหนด

## ขอบเขตความรับผิดชอบ

เนื้อหาในอีบุ๊กหนังสือเล่มนี้ เขียนจาก ข้อมูล, ความรู้ และประสบการณ์  
ส่วนตัวของผู้เขียน และจากที่ศึกษามาจากแหล่งอื่น โดยไม่รับประกัน  
ผลลัพธ์และไม่มีส่วนรับผิดชอบต่อผลกำไรขาดทุนขาดทุนของผู้นำไป  
ดำเนินงาน

ธุรกิจอีคอมเมิร์ซทั่วโลกไม่ใช่เป็นเพียงแค่  
กระแสความนิยม แต่ได้กลายเป็นส่วนหนึ่งใน  
ชีวิตของทุกคนไปแล้ว เราน่าจะคุ้นเคยกับคำว่า  
“Internet of Things” ที่เห็นได้ชัดเจนที่สุดว่า  
การใช้อินเทอร์เน็ตได้หลอมรวมทุกสิ่งทุกอย่าง  
ในโลก ไม่เว้นแม้แต่การใช้ชีวิตของเราทุกคน  
ผู้คนทั่วโลกกว่า 37% เข้าถึงโลกออนไลน์  
ขณะที่ทวีปเอเชียเข้าถึงกว่า 33% ส่วนบ้านเราก็  
มีส่วนไม่น้อยเช่นกันที่ 36%

ประชากรทั่วโลก

37%

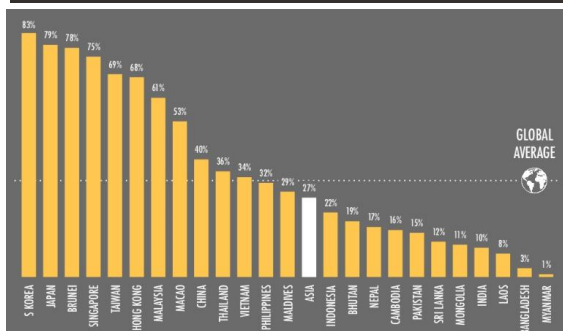
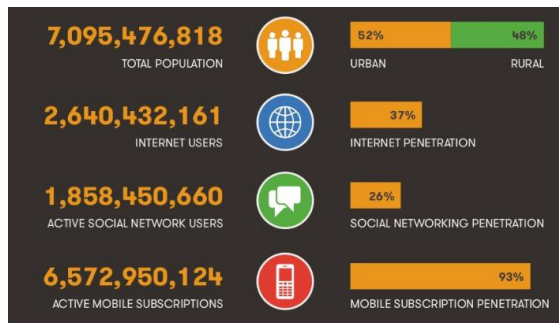
เข้าถึงอินเทอร์เน็ตแล้ว

คนไทย

36% ก็เข้าถึง

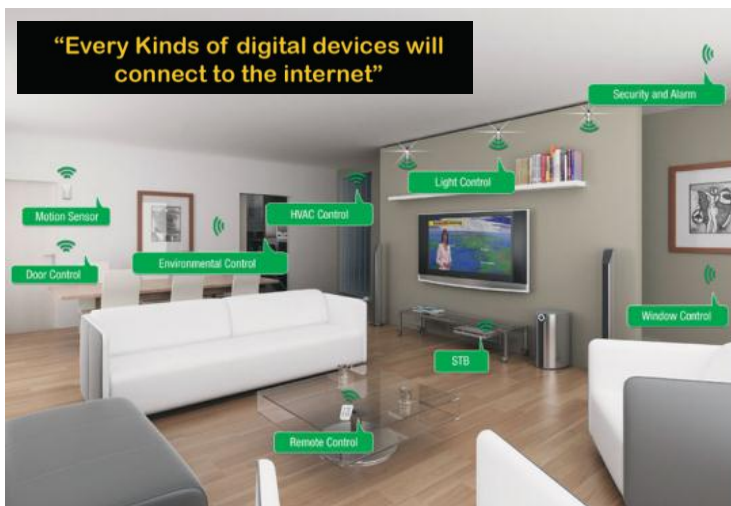
อินเทอร์เน็ตแล้ว

เช่นกัน



## ทราบหรือไม่ ? ว่า...

- 1 ใน 8 คู่แต่งงานในอเมริกา เจอกันผ่านอินเทอร์เน็ต
- Facebook มีสมาชิก 1,000 ล้านคน เทียบได้กับประเทศใหญ่ อันดับ 3 ของโลก รองจากจีนและอินเดีย
- จำนวนปีที่สื่อเข้าถึงคนได้ 50 ล้านคน วิทยู 38 ปี ทีวี 13 ปี อินเทอร์เน็ต 4 ปี Ipad 3 ปีและ Facebook เพียง 2 ปี
- จำนวนอุปกรณ์ที่ต่ออินเทอร์เน็ตแต่ละปีคือ ปี 1984 จำนวน 1,000 ชิ้น 1992 จำนวน 1,000,000 ชิ้น ปี 2008 สูงถึง 1,000,000,000 ชิ้น
- ปี 2556 คนไทยมีการซื้อสินค้าออนไลน์ 1.5 แสนล้านบาท หรือ 5% ของมูลค่าตลาดค้าปลีกทั้งหมด 3.3 ล้านบาท
- อัตราการซื้อขายออนไลน์มีการเติบโต 20-30% ซึ่งได้รับอิทธิพลจากออนไลน์ 80% และออฟไลน์ 20%



## WHY? จึงเป็นเช่นนั้น...

มีหลายปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเติบโตของไอซีทีแบบก้าวกระโดด อย่างเช่น อุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตมีราคาต่ำลง แต่มีความง่ายในการใช้งานมากขึ้น กระแสแฟชั่นที่เพิ่มขึ้น พร้อมกับความรูของผู้ใช้งานที่สูงขึ้น (ตามกระแส) อีกทั้งความเร็วของอินเทอร์เน็ตที่สูงขึ้น รวมทั้งการตลาดเฉพาะกลุ่มสินค้า/บริการสูงขึ้น ปัจจัยเหล่านี้ ล้วนส่งผลให้การใช้อินเทอร์เน็ตและอีคอมเมิร์ซเติบโตแบบไวกว่าตัวเลขที่เดียว



## “จับกระแส”

### พฤติกรรมผู้ซื้อ-ผู้ขายสินค้าออนไลน์ของไทย

แนวโน้มของพ่อค้าแม่ขายผ่านช่องทางออนไลน์ส่วนใหญ่มีอายุเฉลี่ย 18-35 ปี นั้นแสดงว่าเป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ไฟแรง แม้แต่นักเรียนนักศึกษาก็ยังหารายได้ผ่านช่องทางนี้ และด้วยเป็นคนรุ่นใหม่ ไอเดียจึงสร้างสรรค์และกล้าทำในสิ่งที่ท้าทายและยินดีที่จะเปลี่ยนแปลงไปสู่สิ่งที่น่าสนใจกว่าอยู่ตลอดเวลา (ปรับตัวได้ง่ายตามกระแส) ซึ่งเดี๋ยวนี้นิยมขายสินค้าออนไลน์โดยตรงแบบที่ไม่ต้องผ่านพ่อค้าคนกลาง ผมกำลังจะบอกว่าแนวโน้มธุรกิจ Trading จะลดทอนไป ด้วยเพราะผู้ผลิตกับผู้บริโภคจะพบกันง่ายขึ้นผ่านช่องทางออนไลน์

ส่วนพฤติกรรมของนักช้อปออนไลน์ มีสัดส่วนพอๆ กันระหว่างผู้หญิง (59%) และผู้ชาย (41%) ถ้าเป็นผู้ชาย มักจะกล้าซื้อของออนไลน์ที่มีราคาสูงกว่าผู้หญิง เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้า โทรศัพท์มือถือ ของแต่งบ้าน แต่ทว่าผู้หญิงมักโปรดปรานซื้อของออนไลน์น้อยกว่าผู้ชาย เช่น สินค้าแฟชั่น เสื้อผ้า เครื่องประดับ เป็นต้น โดยที่คนวัยทำงาน (67%) จัดเป็นกลุ่มนักช้อปออนไลน์มากที่สุด คงเป็นเพราะเป็นวัยที่มีกำลังซื้อนั่นเอง และสิ่งที่ควรระลึกไว้อยู่เสมอก็คือ พฤติกรรมของนักช้อปออนไลน์ พวกเขามักเชื่อถือคำพูดของลูกค้าด้วยกันเองมากกว่าคำโฆษณาของผู้ขาย ที่กล่าวเช่นนี้ไม่ได้บอกว่าการโฆษณาไม่สำคัญนะครับ แต่เนื้อหาของการสื่อสารผ่านโฆษณา

ต่างหากที่เจ้าของธุรกิจต้องพยายามมุ่งเน้นไปที่ความจริงใจ และใกล้ชิดกับลูกค้าให้มากที่สุดนั่นเองครับ

### สถิติการเยี่ยมชมเว็บไซต์ของไทย

- ผู้หญิง 59% ผู้ชาย 41%
- กลุ่มคนทำงาน 67% กลุ่มนักเรียน/นักศึกษา 31%
- ช่วงเวลาสูงสุด 15:00 - 15:59 น. ช่วงเวลาต่ำสุด 05:00 - 05:59 น.
- วันเสาร์ อาทิตย์ เป็นวันที่คนเล่นเว็บน้อยที่สุด
- มาจากประเทศไทย:ต่างประเทศ (IP) 72.62%:27.38%
- รายได้อยู่ในช่วง 10,000-30,000 บาท

Source: Truehits.net

## ***“Change” to Digital Marketing***

เมื่ออ่านมาถึงบรรทัดนี้ ผมเชื่อว่าทุกท่านคงพอจะเห็นภาพแล้วว่าธุรกิจอีคอมเมิร์ซไม่ใช่สิ่งที่จะมานั่งตัดสินใจอยู่ว่าจะทำหรือไม่ทำ? แต่มันคือ “A MUST” เป็นสิ่งที่ต้องทำ หากยัง

ปรารถนาที่จะทำธุรกิจอยู่อย่างยั่งยืน เพราะพฤติกรรมผู้บริโภคได้เปลี่ยนไปอย่างสิ้นเชิงแล้วครับ

ช่องทางการซื้อขายผ่านโซเชียล  
มีเดีย

Facebook /Line/Instagram

อัตราการซื้อขายผ่านโซเชียล
มีเดีย
เคย 49.75%
ไม่เคย 50.3%
แบ่งเป็น
หญิง 55.9%
ชาย 44.1%

การเริ่มต้นธุรกิจอีคอมเมิร์ซนั้นไม่ได้  
ยุ่งยากซับซ้อน ผมว่ามันง่ายกว่าการไปจด  
ทะเบียนตั้งบริษัท เปิดโรงงาน เปิดกิจการ  
ต่างๆ เสียอีก แต่ทว่าสิ่งที่ท้าทายมากกว่า  
นั้นก็คือ ความยั่งยืนของมันต่างหาก  
เพราะแน่นอนว่าอะไรที่ทำได้ง่ายๆ คู่  
แข่งขันของเราก็ทำได้เช่นกัน ความสำเร็จ

ของอีคอมเมิร์ซ จึงไม่ได้อยู่ที่การเริ่มต้น แต่มันคือวิธีการที่จะทำให้ธุรกิจ  
สามารถยืนอยู่อย่างมั่นคงได้ยั่งยืนให้นานที่สุดครับ ซึ่งคงหนีไม่พ้นเรื่อง  
“การตลาดยุคดิจิทัล” ที่มีความซับซ้อนกว่าการทำตลาดในอดีตที่ผ่านมา  
หัวใจของมันอยู่ที่ Content ที่จะสื่อสารที่ต้องพยายามนำเสนอให้สอดคล้อง  
กับพฤติกรรม และความต้องการของกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด

## Digital Marketing

Business Plan

Website

SEO

e-mail Marketing

Content Marketing

Online Marketing

Social Marketing

Viral Marketing

Mobile Marketing

ROI



# CASE STUDY

## Modern Thai Hotel พลิกธุรกิจ “ตาย” ให้ “โต” ผ่านออนไลน์

ลองมาดูตัวอย่างการทำ Digital Marketing ของธุรกิจโรงแรมแห่งนี้ ซึ่งผมขออนุญาตนำข้อมูลจาก Slideshare ที่มีการนำเสนอไว้ตั้งแต่ปี 2554 มาเล่าสู่กันฟัง แม้จะเป็น Case Study ในหลายปีที่ผ่านมา แต่ที่อยากบอกก็คือเป็นเคสที่ชี้ให้เห็นถึง “มุมมอง” ของนักวางแผนที่สามารถเห็นอนาคตของธุรกิจอีคอมเมิร์ซที่กำลังจะเกิดขึ้น (ซึ่งก็คือปัจจุบันนี้) เป็นกรณีศึกษาที่น่าสนใจ และมีความชัดเจนในความสำเร็จที่เกิดขึ้นครับ

**Modern Thai Hotel** เป็นโรงแรมที่ตั้งอยู่ใจกลางเมืองเบตง จังหวัดยะลา เปิดให้บริการมานานกว่า 30 ปี เป็นโรงแรมขนาด 6 ชั้น ห้องพักรวม 77 ห้อง ด้วยความที่เป็นโรงแรมเก่า และไม่ได้รับการปรับปรุงมานาน ทำให้มีลูกค้าเข้าพักเฉลี่ยเพียง 8% หรือประมาณ 6 ห้องต่อวันเท่านั้น (วังเวงแท้...)



สภาพโรงแรมแรมก่อนปรับปรุง (คุณกล้าพักมั้ย?)

ผมว่าหากใครอยู่ในสภาพธุรกิจเช่นนี้ ทางออกที่ง่ายที่สุดก็คงเลิกกิจการไปแล้ว แต่ด้วยทัศนคติที่เป็นบวก ร่วมกับโอกาสของอีคอมเมิร์ซที่กำลังจะกลายเป็นกระแสในขณะนั้น ทำให้การเริ่มต้นธุรกิจของ Modern Thai Hotel ไม่ใช่เป็นแค่ความฝัน แต่สามารถทำให้เป็นจริง และเห็นผลได้อย่างรวดเร็ว มาดูกันครับว่า Modern Thai Hotel มีกลยุทธ์อะไรที่พลิกธุรกิจ “ตาย” ให้ “โต” ผ่าน Digital Marketing

### **Step1: ปรับแผนธุรกิจ**

ปี 2554 ได้ Renovate โรงแรมให้น่าอยู่มากขึ้น เริ่มวางแผนและทำการตลาดผ่านช่องทางออนไลน์ โดยวาง Positioning ของโรงแรมว่า

*“Best Value... Thai Hospitality budget hotel chain”*

คือเป็นโรงแรมราคาประหยัดที่ให้ความคุ้มค่าสูงสุด และให้บริการอย่างไทย ได้มีการวิเคราะห์ธุรกิจโดยใช้หลัก SWOT Analysis และวางแผนการตลาด โดยใช้ 4Ps และช่องทางออนไลน์ที่เจาะตรงไปยังกลุ่มเป้าหมาย

จำนวนห้อง	ระดับ	ราคา/คืน (บาท)
18	Standard	590
57	Deluxe	790
3	Suites	1,390

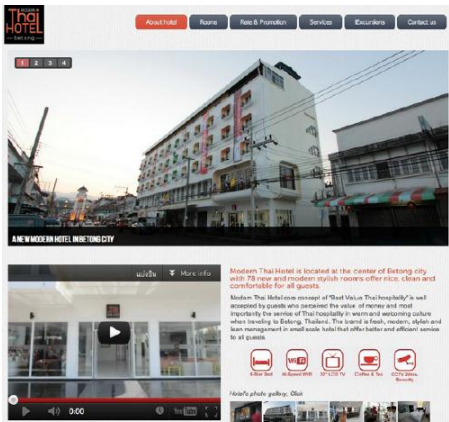


## Hotel Design Concept

โรงแรมหลังการปรับปรุง (น่าอยู่ขึ้นจริงๆ)

## Step2: ปรับปรุงเว็บไซต์

ลองแวะเข้าไปเยี่ยมชมเว็บไซต์ [modernthaihotel.com](http://modernthaihotel.com) ที่ไม่เพียงแต่สักแต่จะมีเว็บเพื่อใส่ไว้ในนามบัตร แต่มีการนำหลักออกแบบและจัดวางเนื้อหาบนเว็บให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมยุคใหม่ อย่างเช่นการนำเสนอรูปภาพแบบ Big Pictures ที่จุดนำสายตาของผู้คนสมัยนี้เมื่อชมเว็บไซต์ก็คือ “ภาพขนาดใหญ่ๆ” การกำหนดคสี ขนาดตัวอักษรของ Head Line และรายละเอียดต่างๆ จะเหมาะสมเจาะลงตัว และที่สำคัญก็คือ “Keywords” ที่ร้อยเรียงอยู่บนเว็บไซต์ ซึ่งมีการวางแผนออนไลน์มาเป็นอย่างดี เพื่อให้เว็บไซต์ถูกค้นพบบน Search Engine โดยเน้นคำว่า “SPA”



รายละเอียดการติดต่อส่วนต่างๆ ของโรงแรม เพื่อให้ผู้ชมเว็บไซต์สามารถติดต่อได้อย่างรวดเร็ว ถูกต้อง  
ข่าวสาร/กิจกรรมต่างๆ ที่ผ่านมา กำลังเกิดขึ้น และกำลังจะเกิดขึ้นในอนาคต  
อัลบั้มภาพที่เกี่ยวข้อง (Photo Gallery) สื่ออื่นๆ เพื่อนำเสนอเช่น Video Clip, Virtual Tour เป็นต้น

**SPA** Good design, fast, links/SEO, online bookings, membership, gift voucher sales, cross-selling with hotel, club, fitness, link reviews, social networks, multi-screen

## Step3: โฆษณาออนไลน์

Modern Thai Hotel ใช้สื่อโซเชียลในทุกรูปแบบที่สามารถทำได้  
อย่างเช่น Facebook (facebook.com/modernthaihotel) รวมทั้งการซื้อ  
โฆษณาบน Facebook ที่เรียกว่า Facebook Ads. วัตถุประสงค์เพื่อหา  
Fanpage และมอบสิทธิประโยชน์ที่เหนือกว่าลูกค้า Walk in ซึ่งผลจากการ  
โฆษณาผ่านช่องทางนี้ทำให้มีการจองโรงแรมตรงที่ Facebook ถึง 10% เลย  
ทีเดียว ว้าว ว้าว ว้าว!

### เนื้อหาที่ควรมีไว้ในเว็บไซต์โรงแรม

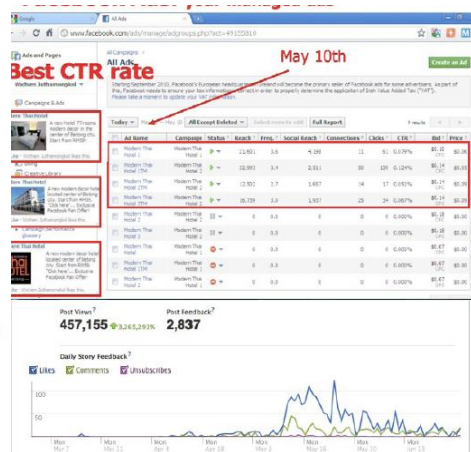
1. คำบรรยายรายละเอียดห้องพัก ห้องประชุม/จัดเลี้ยงต่างๆ พร้อมขนาด กว้าง-ยาว-สูง พร้อมจำนวนคนที่รองรับได้ ในการจัดประชุม/จัดเลี้ยงรูปแบบต่างๆ ห้องอาหาร/บาร์ ต่างๆ พร้อมขนาดที่รองรับได้ วัน-เวลาที่เปิดให้บริการ
2. Presentation ของโรงแรม ที่นำเสนอจุดขายเด่นๆ ของทางโรงแรมเพื่อให้ผู้เข้าชมเว็บไซต์ชมแบบคร่าวๆ ได้อย่างรวดเร็ว เสนอเพื่อการพิจารณาตัดสินใจใช้บริการ
3. Fact Sheet และข้อมูลเกี่ยวกับโรงแรม ทั้งข้อมูลทางด้านกายภาพ และข้อมูลอื่นๆ โดยละเอียดเพื่อใช้ในการอ้างอิง
4. รายละเอียดการเดินทาง/การเข้าถึงที่ตั้งโรงแรมด้วยวิธีพาหนะต่างๆ (Map & Location)
5. สิ่งที่น่าสนใจรอบๆ โรงแรม/และข้อมูลความเกี่ยวข้องกับท้องถิ่น (Excursion nearby)
6. อัตราค่าห้องพักและรายละเอียดการจองห้องพัก ข้อกำหนดและเงื่อนไขต่างๆ ของการจองห้องพัก
7. ข้อเสนอพิเศษต่างๆ สำหรับการใช้บริการผ่านเว็บไซต์
8. คำชื่นชม ความคิดเห็น ทบทวน คำวิจารณ์ของลูกค้าที่เคยมาใช้บริการ

**BECOME FAN  
BE MORE EXCLUSIVE  
GET MORE PRIVILEGES**

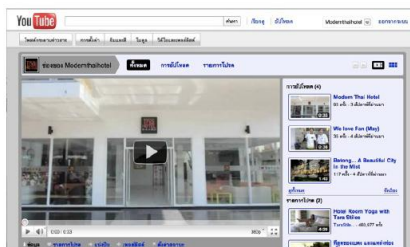


**NEW PROMOTION AVAILABLE NOW!!**

In 2 months (May - June)  
ผลลัพธ์จาก Facebook  
3,000 targeted fans  
457,155 impressions  
การจองตรงที่ FB 10%

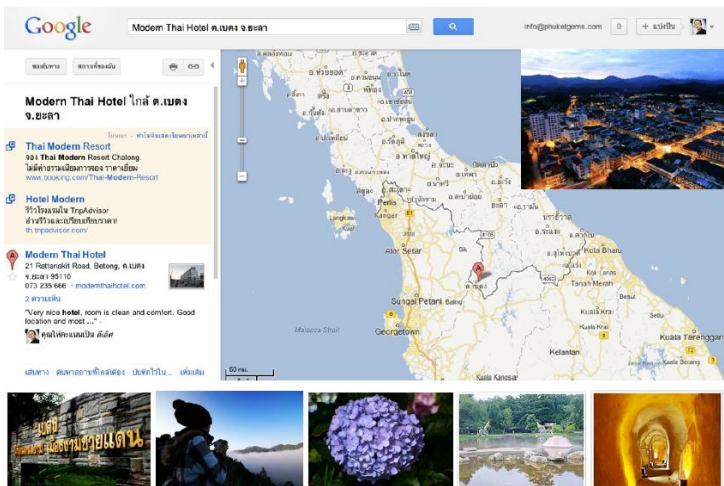


Modern Thai Hotel ยังใช้สื่อออนไลน์อื่นๆ เป็นเครื่องมือทางการตลาด อย่างเช่น Blog Marketing (modernthaihotel.wordpress.com) Twitter, Flickr, Foursquare, Google+ และที่น่าสนใจคือการโปรโมทผ่าน Youtube Channel (www.youtube.com/user/modernthaihotel) ด้วยเพราะโรงแรมมีเรื่องราว หรือ Story ที่สามารถบอกเล่าสิ่งที่น่าสนใจ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องตัวโรงแรมเอง เพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในการเข้าพัก ยังนำเอาแหล่งท่องเที่ยว วัฒนธรรม ประเพณี หรือแม้แต่วิถีชีวิตของคนเบตงมานำเสนอเป็นจุดขาย โดยจะหมั่นสร้าง Video ประมาณ 1-2 Clip ต่อเดือน



## Step4: Location Marketing

ด้วยความที่เป็นธุรกิจโรงแรม การใช้ Location Marketing จึงเป็นสิ่งที่น่าสนใจ เพราะเกี่ยวข้องกับสถานที่ Modern Thai Hotel จึงนำตัวเองไปอยู่ใน Google Map ที่สามารถช่วยให้ลูกค้าค้นพบโรงแรมได้ง่าย และสะดวกในการเดินทางมากขึ้น ที่สำคัญยังมีผลต่อการถูกค้นพบใน Google Search อีกด้วย มีแต่ได้กับได้เนี่ย



## Step5: Viral Marketing

หลายท่านคงเคยแวะเข้าไปเยี่ยมชมเว็บไซต์ผู้ให้บริการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว โรงแรม ที่พัก และจองตั๋วเครื่องบินอย่างเช่น Tripadvisor ซึ่งจัดเป็นเว็บการท่องเที่ยวระดับโลกที่มีความน่าเชื่อถือ Modern Thai Hotel ได้นำ Review โรงแรมของตนจาก Tripadvisor มาแสดงที่เว็บไซต์ modernthaihotl.com ซึ่งช่วยเพิ่มความมั่นใจให้กับลูกค้าที่จะใช้บริการ และที่สำคัญไม่แพ้กันคือ มันช่วยเรื่องการแสดงในผลลัพธ์การค้นหาจาก Search Engine ได้เป็นอย่างดีอีกด้วย เรียกว่ายิงปืนนัดเดียวได้นกสองตัว กลุ่มจริงๆ ว่ามั๊ยล่ะ!

**BEST VALUE HOTEL**

[Book now](#)  
and pay at your arrival.

Guaranteed confirmed reservation by email

Lowest room rates guaranteed !

**Room Type**

9 reviews of Modern Thai Hotel in Bangkok

**Modern Thai Hotel**

**TripAdvisor Traveler Rating:**  
★★★★☆  
Based on 9 traveler reviews

**TripAdvisor Popularity Index:**  
#4 of 1,886 in Bangkok

**Most Recent Traveler Reviews:**  
Jul 19, 2012: "new and clean hotel"  
Jul 17, 2012: "Nice and affordable hotel"  
Jul 17, 2012: "Good"  
Read reviews | Write a review

Modern Thai Hotel has 79 rooms, design in modern styleth concept for relaxing, clean and comfortable while you stay with us. Guests can choose from 5 room types: Standard Room, Deluxe Room and Suite, all inclusive of great amenities.

Room	Standard	Deluxe Single	Deluxe Twin	Suite
Room size	18 sqm	20 sqm	20 sqm	42 sqm
Bedding	(1) King Size	(1) King Size	(2) Twin Size	(1) King Size
Cleanly	2 Ad.	2 Ad.	2 Ad.	2 Ad + 1 Ch.
TV	24"	32" LCD	32" LCD	32" LCD
Bathroom	En-suite shower	En-suite bath tub	En-suite bath tub	En-suite bath tub
Coffee making	Provide	Provide	Provide	Provide
WiFi	FREE	FREE	FREE	FREE
Smoking bar	-	-	-	Provide
Living area	-	-	-	Yes



### รูปภาพสำหรับ **betong hotel** - รายงานรูปภาพ



### Modern Thai Hotel (Betong, Thailand) - Hotel Reviews - TripAdvisor

[www.tripadvisor.com.my/Hotel\\_Review-g1631898...](http://www.tripadvisor.com.my/Hotel_Review-g1631898...) - แคช - แพลตฟอร์ม

★★★★★ 6 บทวิจารณ์ - ช่วงราคา: RM60 - 146

Modern Thai Hotel, Betong: See 6 traveller reviews, 6 candid photos, and great deals for Modern Thai Hotel, ranked #1 of 1 B&B / inn in Betong and rated 4 of 5 ...

### Cathay Betong Hotel (โรงแรม คาเธ่ย์เบตง) ยะลา, จ.ยะลา

[www.holidaythai.com](http://www.holidaythai.com) > ... > โรงแรมใน จ.ยะลา > โรงแรมใน ยะลา - แคช

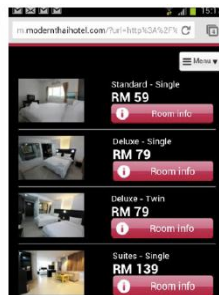
ค้นหาและเปรียบเทียบราคาที่พัก ที่ Cathay Betong Hotel (โรงแรม คาเธ่ย์เบตง) ยะลา, จ.ยะลา และเลือกจองกับผู้นำบริการชั้นนำเท่านั้น.

Review ส่งผลดีต่อ  
Google Search มาก

"Betong Hotel"

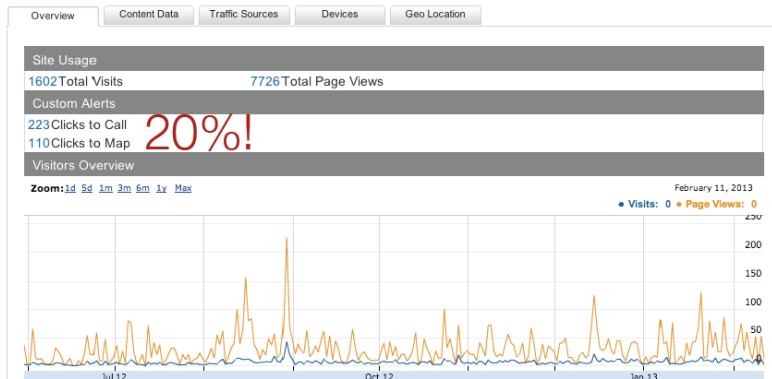
## Step6: Go to Mobile

ในปี 2014 จะมีโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สามารถใช้สมาร์ทโฟนจะกลายเป็นอุปกรณ์ยอดนิยมที่ใช้เข้าถึงอินเทอร์เน็ตมากที่สุดอย่างเช่นในปัจจุบันนี้ ซึ่ง Modern Thai Hotel ก็ได้พัฒนาเว็บไซต์ที่รองรับอุปกรณ์มือถือ (m.modernthaihotel.com) ไว้เรียบร้อยแล้ว (ทำก่อนที่รขทก่อน) และก็เป็นเช่นนั้นจริงๆ Modern Thai Hotel สามารถดึงดูดลูกค้าจากการค้นหาโรงแรมผ่านโทรศัพท์มือถือได้มากถึง 20%





Start date: 01 Jun 2012 End date: 11 Feb 2013 Apply



ความสำเร็จที่เกิดขึ้นจากการวางแผนธุรกิจ ความใส่ใจในรายละเอียดการออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ และโฆษณาออนไลน์ที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างแท้จริง ทำให้ Modern Thai Hotel มียอดจองพักเฉลี่ย 80% ต่อวัน (ไม่ว่างเวงอีกแล้ว แต่กลายเป็นโรงแรมคึกคัก) และเมื่อค้นหาใน Google ด้วย Keyword ว่า “betong hotel” ก็จะพบกับ Modern Thai Hotel เป็นอันดับแรก รวมทั้งยังขึ้นเป็นอันดับ 1 ใน Review ของ Tripadvisor สามารถเลี้ยงธุรกิจและพนักงานได้มากถึง 28 คนเลยทีเดียว