E–Marketing

Main Topic

- What is e-marketing?
- E-marketing planning
- Situation analysis
- Objective setting
- Strategy
- Tactics
- Actions
- Control

Introduction

In this chapter we examine e-marketing strategy and planning separately since in many organizations, a dis- tinct e-marketing plan will often be developed by the marketing or e-commerce team.

The e-marketing or Internet marketing plan will help define specific e-marketing objectives and develop strategies to ensure that resources are deployed to take advantage of the marketing opportunities provided by the Internet, and to counter its threats.

Introduction con.

E-marketing is focused on how a company and its brands use the web and other digital media such as e-mail and mobile media to interact with its audiences in order to meet its marketing goals. Figure 8.1

3 main of operational processes involved in e-marketing

- Customer acquisition
- Customer conversion
- Customer retention and growth

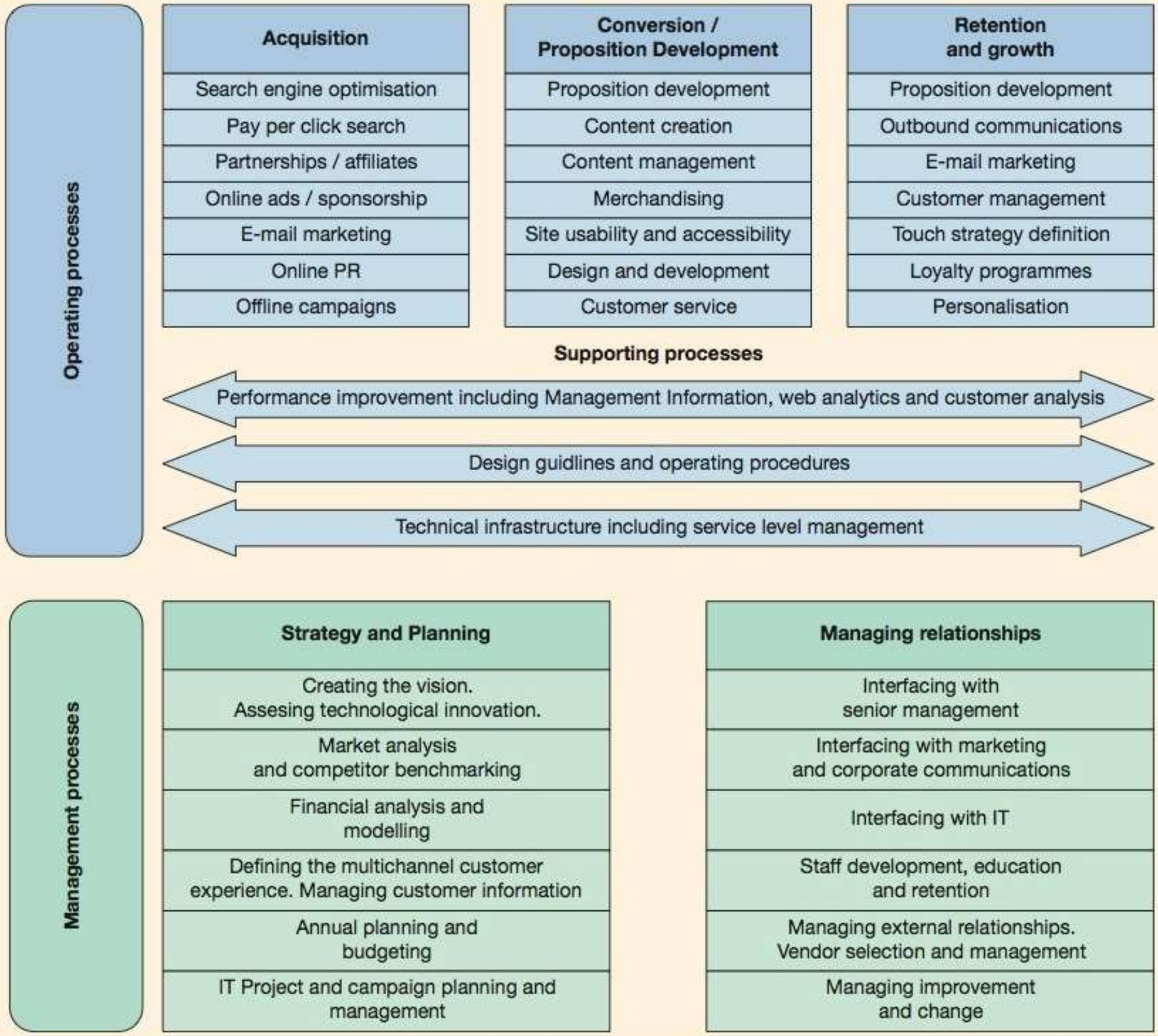


Figure 8.1 The operational and management processes of e-marketing
Source: Econsultancy (2008)

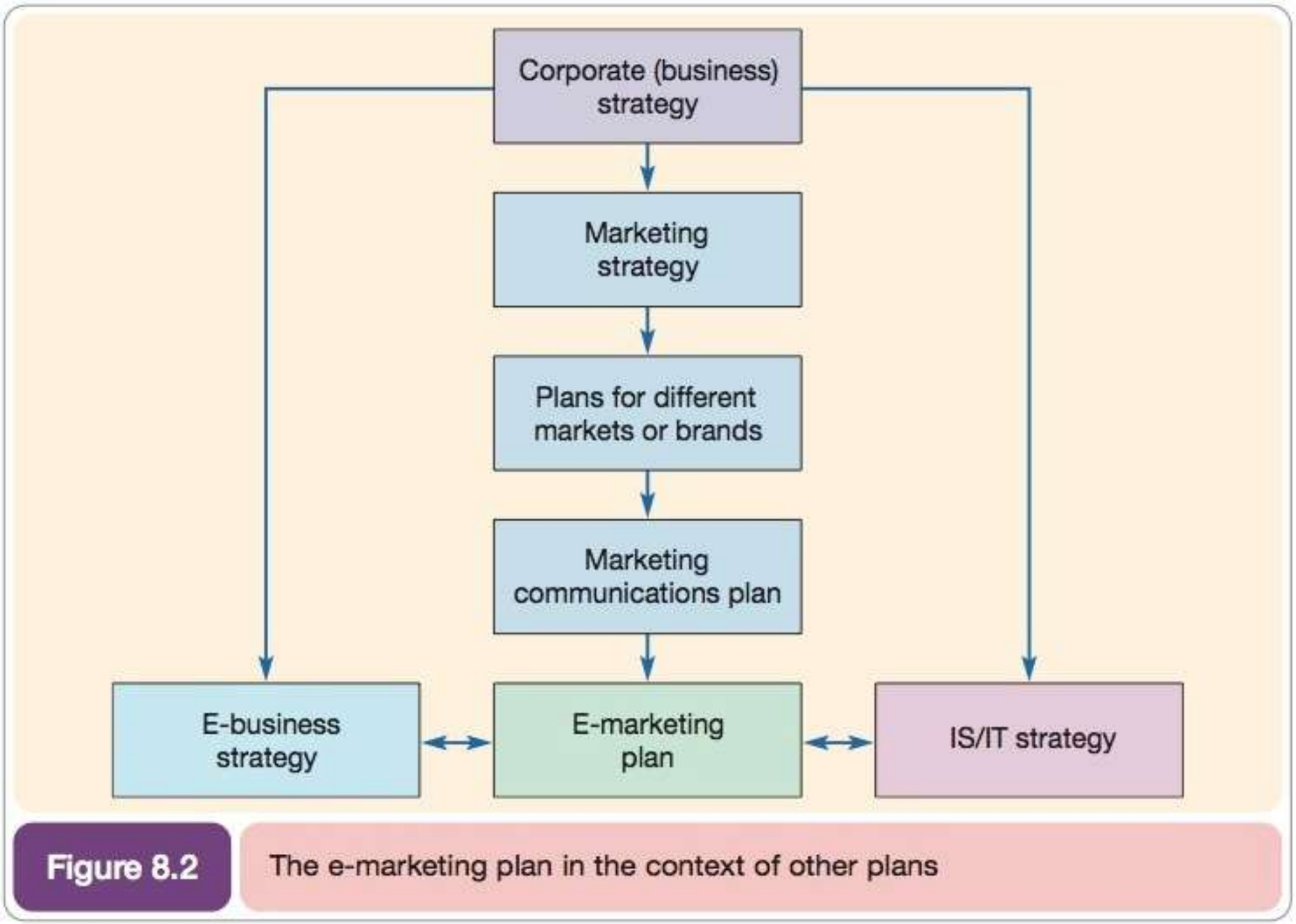


Figure 8.2 The e-marketing plan in the context of other plans

What is e-marketing

Internet marketing has been described simply as ‘achieving marketing objectives through applying digital technologies’ (Chaffey et al., 2009).

This succinct definition helps remind us that it is the results delivered by technology that should determine investment in Internet marketing, not the adoption of the technology!

These digital technologies include Internet media such as web sites and e-mail as well as other digital media such as wireless or mobile and media for delivering digital television such as cable and satellite.

Marketing defined

As with many terms with the ‘e’ prefix, we need to return to an original definition of the topic to more fully understand what e-marketing involves.

The definition of marketing by the UK’s Chartered Institute of Marketing is:

Marketing is the management process responsible for identifying, anticipating and satisfying customer requirements profitably.

Identifying – how can the Internet be used for marketing research to find out customers' needs and wants?

Anticipating – we have seen that anticipating the demand for digital services (the online revenue contribution) is key to governing the resource allocation to e-business.

Satisfying – a key issue for e-marketing is how to achieve customer satisfaction through the electronic channel

The term *'Internet marketing'* tends to refer to an external perspective of how the Internet can be used in conjunction with traditional media to acquire and deliver services to customers.

An alternative term is *'e-marketing'* (for example, McDonald and Wilson, 1999) which can be considered to have a broader scope since it refers to any use of technology to achieve marketing objectives and has an external and an internal perspective.

Example Internet Marketing

Example E-Marketing

Distinguishing between

e-marketing, e-business and e-commerce

- Electronic business has some degree of overlap with electronic marketing.

- Electronic business is broadly equivalent to electronic marketing.

- Electronic marketing is a subset of electronic business.

E-marketing planning

An e-marketing plan is needed in addition to a broader e-business strategy to detail how the sell-side specific objectives of the e-business strategy will be achieved through marketing activities such as marketing research and marketing communications.

Since the e-marketing plan is based on the objectives of the e-business or business strategy there is overlap between the elements of each approach, particularly for environment analysis, objective setting and strategic analysis.

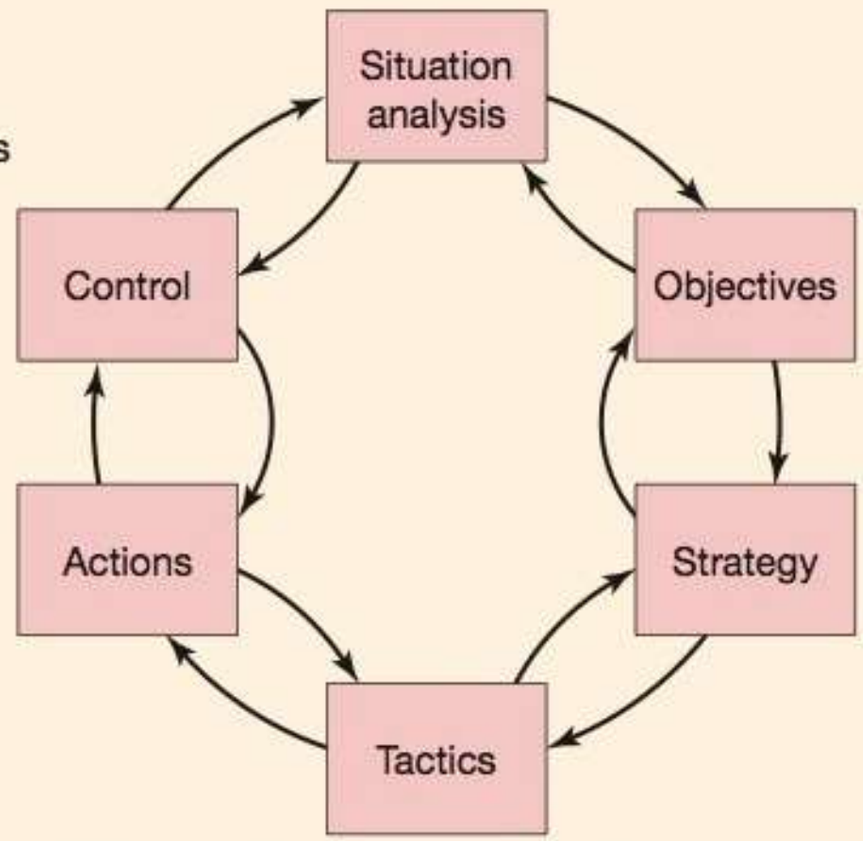
Figure 8.3 The stages involved can be summarized as:

- Situation – where are we now?
- Objectives – where do we want to be?
- Strategy – how do we get there?
- Tactics – how exactly do we get there?
- Action – what is our plan?
- Control – did we get there?

Where are we now?
- Goal performance (5 Ss)
- Customer insight
- E-marketplace SWOT
- Brand perception
- Internal capabilities and resources

Where do we want to be?
5 Ss objectives:
- Sell – customer acquisition and retention targets
- Serve – customer satisfaction targets
- Sizzle – site stickiness, visit duration
- Speak – trialogue; number of engaged customers
- Save – quantified efficiency gains

How do we monitor performance?
- 5 Ss + web analytics – KPIs
- Usability testing/mystery shopper
- Customer satisfaction surveys
- Site visitor profiling
- Frequency of reporting
- Process of reporting and actions



The details of tactics, who does what and when
- Responsibilities and structures
- Internal resources and skills
- External agencies

How do we get there?
- Segmentation, targeting and positioning
- OVP (online value proposition)
- Sequence (credibility before visibility)
- Integration (consistent OVP) and database
- Tools (web functionality, e-mail, IPTV etc.)

How exactly do we get there?
(the details of strategy)
- E-marketing mix, including: the communications mix, social networking, what happens when?
- Details of contact strategy
- E-campaign initiative schedule

Figure 8.3 SOSTAC™ – a generic framework for e-marketing planning

Situation analysis

The aim of *situation analysis* is to understand the current and future environment in which the company operates in order that the strategic objectives are realistic in light of what is happening in the marketplace. Figure 8.5 shows the inputs from situation analysis that inform the e-marketing plan. These mainly refer to a company's external environment

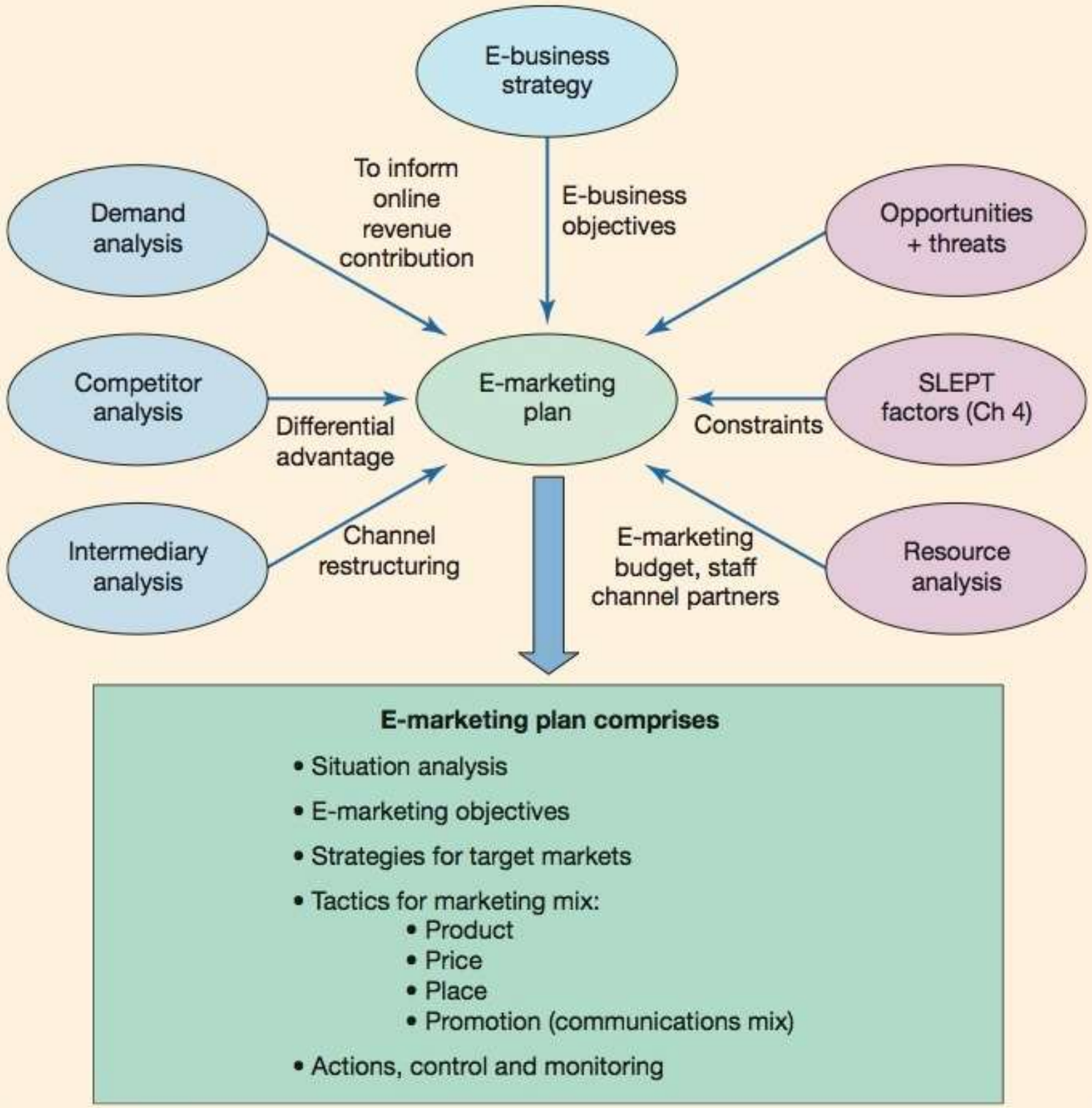


Figure 8.5 Inputs to the e-marketing plan from situation analysis

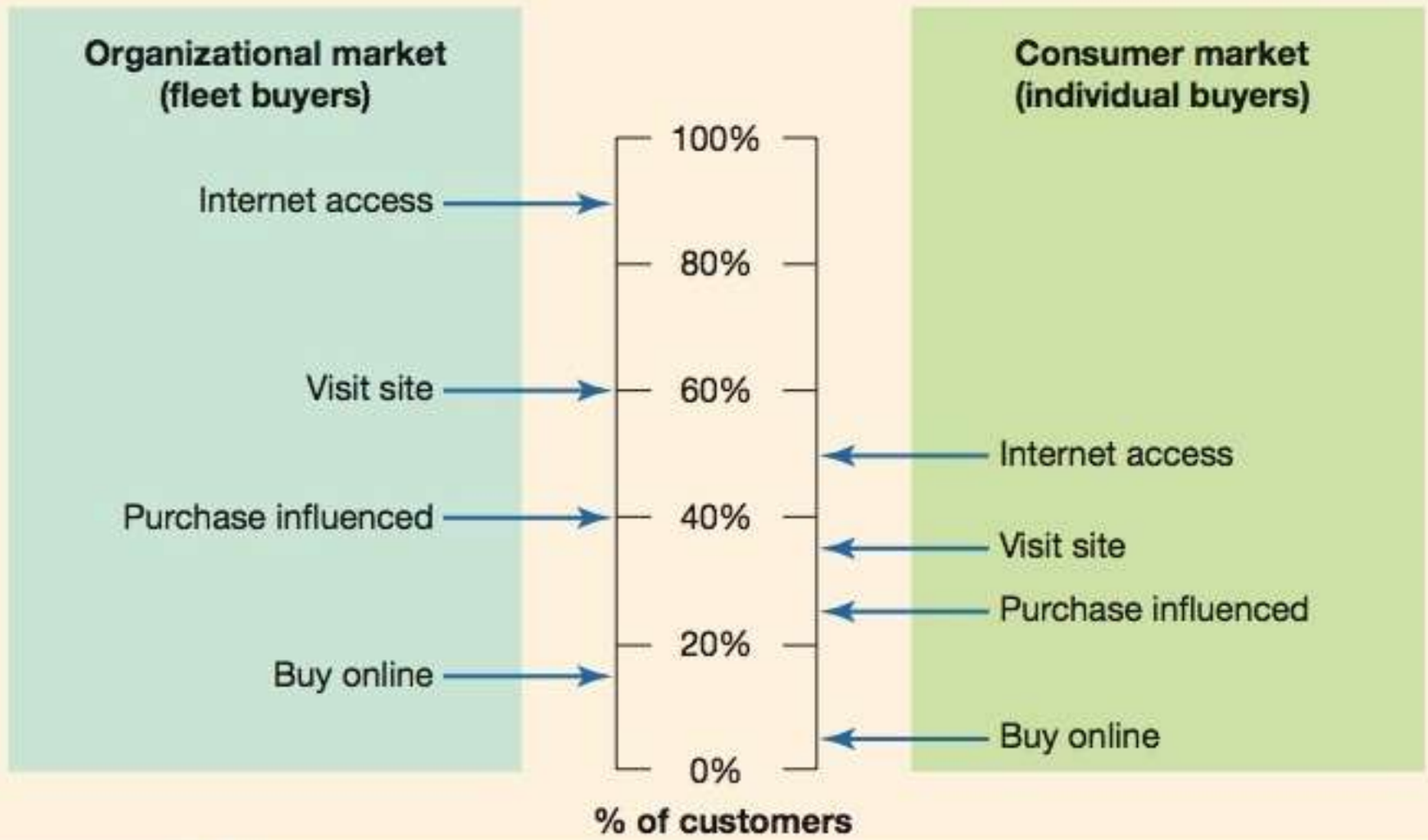
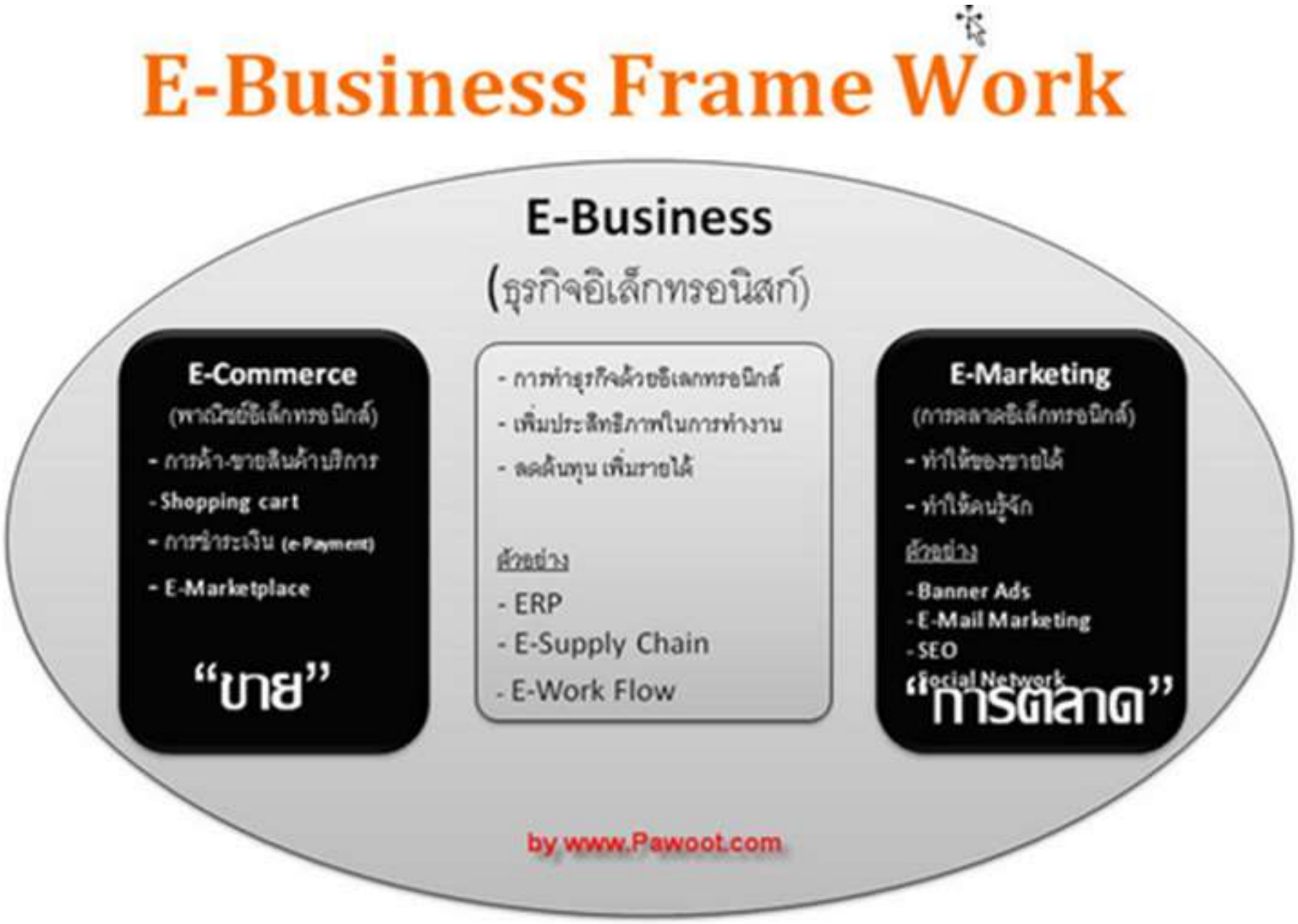


Figure 8.7 Customer demand analysis for the car market

Distinguishing between e-marketing, e-business and e-commerce



Benefits of E-marketing

- Convenience
- Reach
- Cost
- Personalization
- Relationships
- Social

- *Click and Click* A type of business model that includes only online operations, which typically include a website store.

- *Click and Mortar* A type of business model that includes both online and offline operations, which typically include a website and a physical store. A click-and-mortar company can offer customers the benefits of fast online transactions or traditional face-to-face service.

Click and Click

เปลี่ยนภาษา | ฝ่ายบริการลูกค้า | ติดตามสถานะคำสั่งซื้อ | บัญชีของ รุจ...

LAZADA .CO.TH

ค้นหาสินค้า. หมวดหมู่ หรือแบรนด์ | ค้นหา | ตะกร้า | ดีลพิเศษสินค้าอิเล็กทรอนิกส์

ค้นหายอดนิยม: Power Bank | Iphone | พัดลม | เครื่องสำอางค์ | Mamy Poko

หมวดสินค้า | โปรโมชั่นพิเศษ

แสดงรายการสินค้าตาม

- ช้อปง่ายๆ ช้อปลาซาด้า (1099)
- ดีลสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ (52)
- บิวตี้ไอเท็มที่สาวๆหลงใหล (178)
- สมาร์ทโฟนที่ใครก็อยากได้ (44)
- ดีลคอมพิวเตอร์ที่ทุกคนถูกใจ (27)
- ช้อปให้ไว สินค้าหมวดอิเล็กทรอนิกส์ (38)
- เก็บความทรงจำไว้ในภาพถ่าย (55)
- จัดเก็บ หยิบง่าย ใช้สะดวก (123)
- ดีลเครื่องใช้ไฟฟ้าพิเศษจากลาซาด้า (66)
- ของเล่นชิ้นใหม่ให้เจ้าตัวเล็ก (76)
- ดวลความมันส์ ประชันเกมส์ดัง (17)
- เล่นฟิตเนสง่ายๆได้ที่บ้าน (18)
- ช้อปง่ายๆ หมวดอิเล็กทรอนิกส์ (119)
- ช้อปง่ายๆ หมวดไลฟ์สไตล์ (196)
- Fridays with Intel (76)
- ไมโครซอฟท์ ไทยแลนด์ (49)
- อินเทล ไทยแลนด์ (99)
- อินเทล กู๊ดบายรูเร็ต (2)
- #GoFaster Tablet (2)
- เอซุสเซนโฟน (1)
- ดีลสินค้าสุขภาพและความงาม (124)
- ดีลเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน (69)
- ดีลเครื่องใช้ & ของตกแต่งบ้าน (124)
- แบ่งจ่ายกับบัตรเครดิตกสิกรไทย (37)
- MasterCard (1719)

MORE TO EXPLORE

สินค้ามาใหม่

โปรโมชั่นพิเศษ

3661 Results

จัดเรียงตาม: ความนิยม: สูง - ต่ำ | ดูสินค้าในรูปแบบแนวนอน | ดูสินค้าในรูปแบบแนวตั้ง

Samsung Galaxy S5 - Electric Blue
~~23,800 บาท~~ 32% OFF
16,290 บาท
★★★★★ (2 ratings)

Android Smart Box TV Quad Core 4.4.2 สเปค
~~9,500 บาท~~ 74% OFF
2,490 บาท
★★★★½ (34 ratings)

Samsung Galaxy S5 - Shimmery - White
~~23,800 บาท~~ 31% OFF
16,490 บาท
★★★★☆ (11 ratings)

Mitron LED FHD TV 50 นิ้ว - รุ่น P.PLD50D551
~~23,990 บาท~~ 42% OFF
13,800 บาท
★★★★☆ (6 ratings)

Nikon Compact Camera Coolpix L29 - Silver
~~2,990 บาท~~ 41% OFF
1,779 บาท
★★★★☆ (1 ratings)

GMMZ กล่องรับสัญญาณดาวเทียม HD Gold -
~~2,990 บาท~~ 24% OFF
2,280 บาท
★★★★★ (1 ratings)

LG LED Digital TV 32 นิ้ว รุ่น 32LB563D
~~12,990 บาท~~ 35% OFF
8,490 บาท
★★★★★ (5 ratings)

Fujifilm Instax SHARE SP-1 Free!! AC. Adapter
~~7,790 บาท~~ 27% OFF
5,690 บาท
★★★★★ (4 ratings)

Click and Mortar

SE-ED.COM
The Knowledge Provider

TH

เข้าสู่ระบบ สมัครสมาชิก

ตะกร้าสินค้า 0 ชิ้น

ก สาขาที่ 499

ซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ เกี่ยวกับเรา

ชื่อสินค้า ค้นหา

DEALS SE-ED.com YouTube

สินค้าและบริการ

- โปรโมชั่นพิเศษ
- วาระโอกาสพิเศษ
- สินค้าขายดี

สินค้าอื่นๆ

- หุ่นยนต์เสริมอัจฉริยะ และสินค้าสำหรับเด็ก
- สินค้าเทคโนโลยี อิเล็กทรอนิกส์ คอมพิวเตอร์
- อุปกรณ์สำหรับรถยนต์
- เสื้อผ้า กระเป๋า นาฬิกา แว่นตา
- อุปกรณ์สำหรับบ้าน และสำนักงาน
- เครื่องดนตรี CD VCD DVD
- สุขภาพ ความงาม
- อุปกรณ์เครื่องเขียน เครื่องใช้สำนักงาน-อุปกรณ์การอ่าน
- ของขวัญ ของที่ระลึก
- ชุดสังฆทาน สินค้าการกุศล

สินค้าดาวน์โหลด

- e-books
- e-magazines

หนังสือ

- หนังสือภาษาไทย
- หนังสือภาษาต่างประเทศ

กระดานโปรโมชั่น

Weekly Deals

Weekly Deals 37

ดูเพิ่มเติม

ส่วนลดพิเศษ

Special Menu sale#109

ธุรกิจพันธุกรรม ลดพิเศษ ...

Nanmee One Price 129.-

Beginning Online Marketing

- Target or Goal
- Principal Competition
- Coalition building
- Installation of the necessary equipment
- Maintain and update the website

Target

เป้าหมายในการทำเว็บ คุณทำเว็บไปทำไม??

ทำให้คนอื่นๆ รู้จักคุณ, องค์กรของคุณ

ขายสินค้าของคุณ

สำหรับช่วยเหลือและบริการหลังการขายกับลูกค้า

ให้ข้อมูลสินค้าและไว้สำหรับเป็นช่องทางในการติดต่อ

เชื่อมโยงระหว่างองค์กร เครือข่าย

เห็นเค้ามีกัน เลยอยากมีบ้าง..!

กลุ่มเป้าหมายของคนที่จะเข้าเว็บคุณคือใคร ?

อายุ, เพศ, การศึกษา, ฐานเงินเดือน, Location, กลุ่มธุรกิจ, ความชอบ ฯลฯ

จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค (SWOT Analysis)

แหล่งรายได้ของเว็บไซต์

จุดเด่น หรือจุดแตกต่าง (Differentiate) ของคุณกับเว็บอื่นๆ

Target market strategies

Market segmentation is the key of robust marketing strategy development ... it involves more than simply grouping customers into segments ... identifying segments, targeting, positioning and developing a differential advantage over rivals is the foundation of marketing strategy.

Figure 8.11 Stages in target marketing strategy development

Finding Customers

- Who
- Where
- What
- Why
- When

Characteristics of new-media marketing communications

- Interactivity
- Intelligence
- Individualization
- Integration
- Industry restructuring
- Independence of location

Interactivity

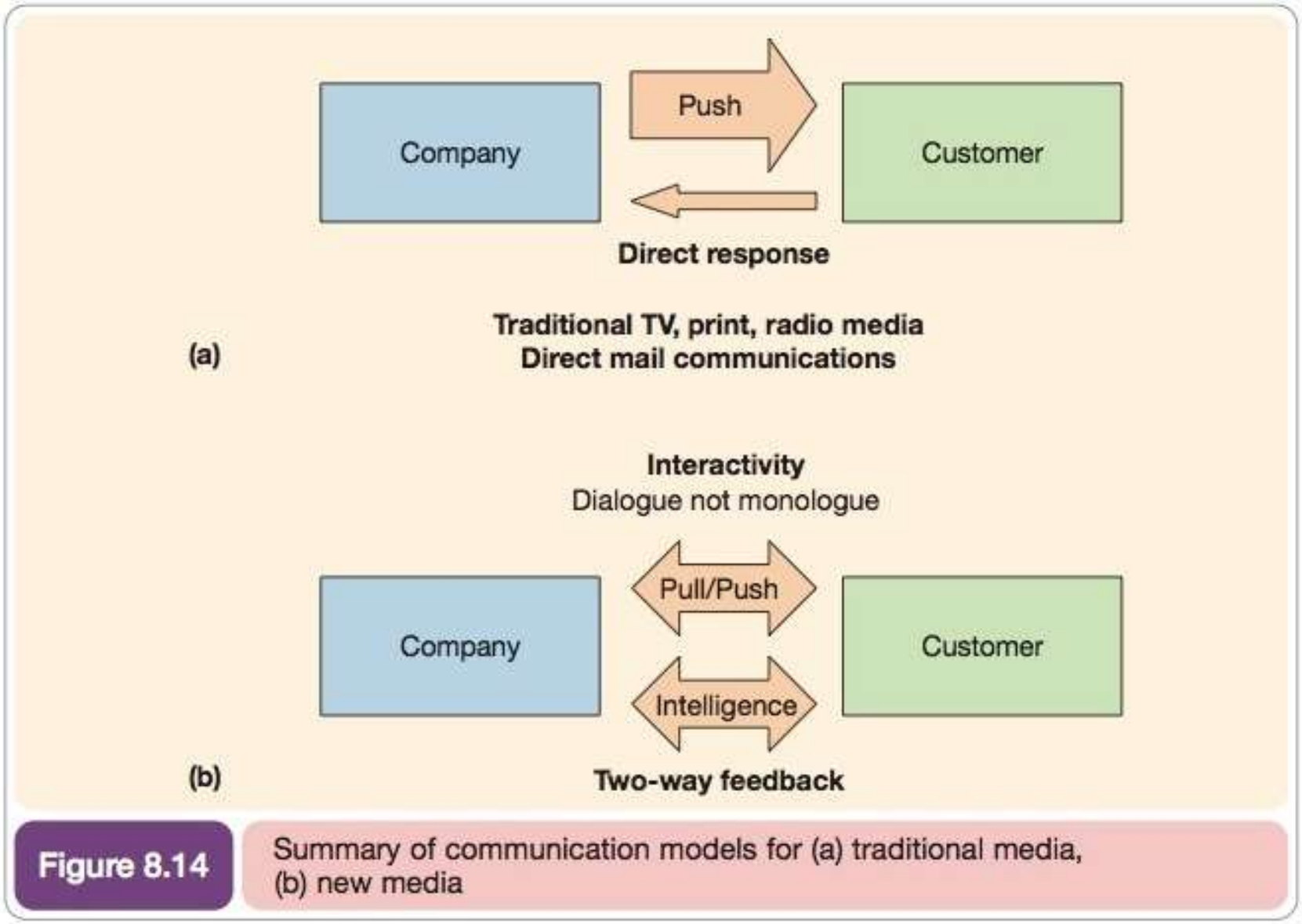


Figure 8.14 Summary of communication models for (a) traditional media, (b) new media

Individualization

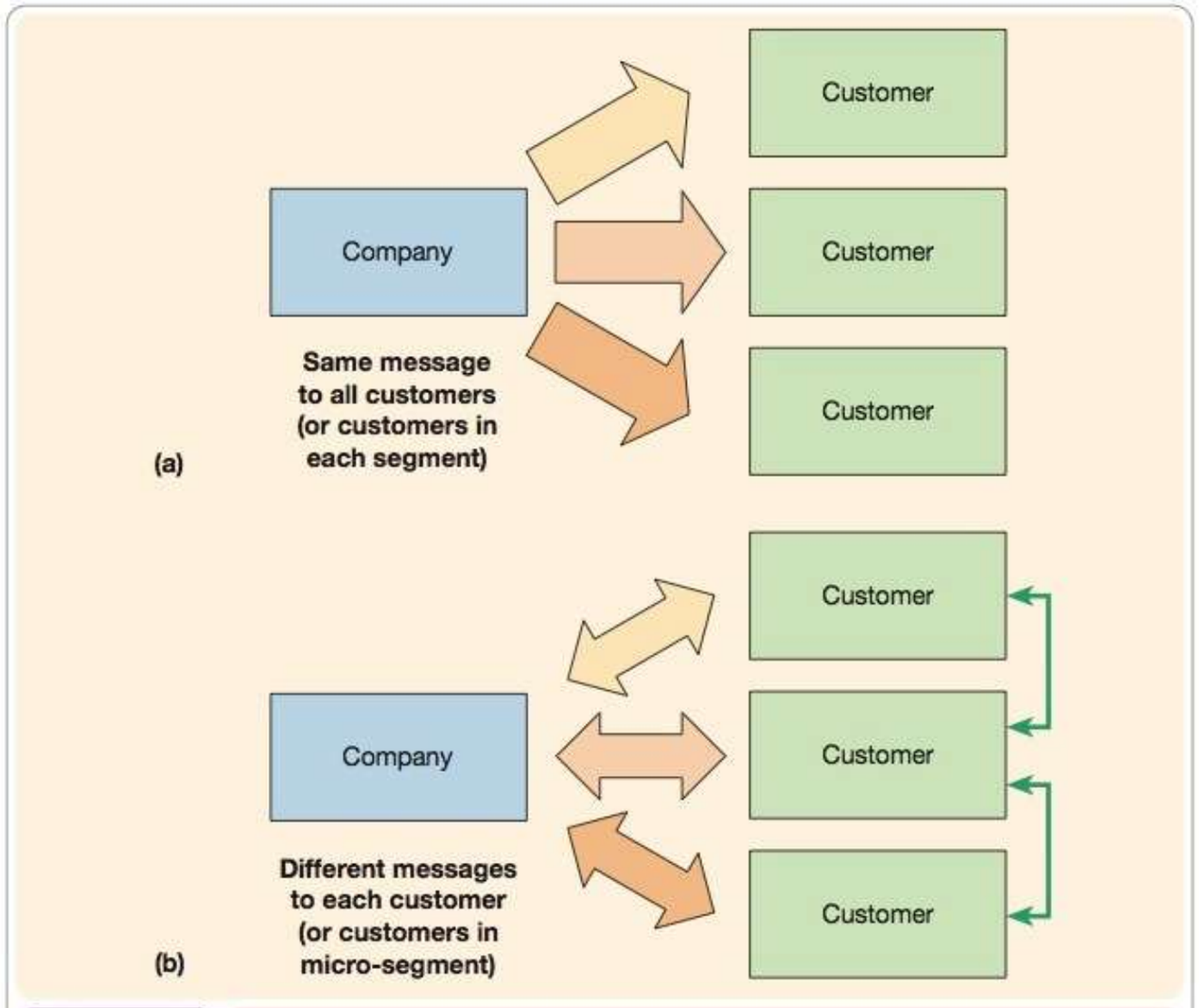


Figure 8.15 Summary of degree of individualization for (a) traditional media (same message), (b) new media (unique messages and more information exchange between customers)

Integration

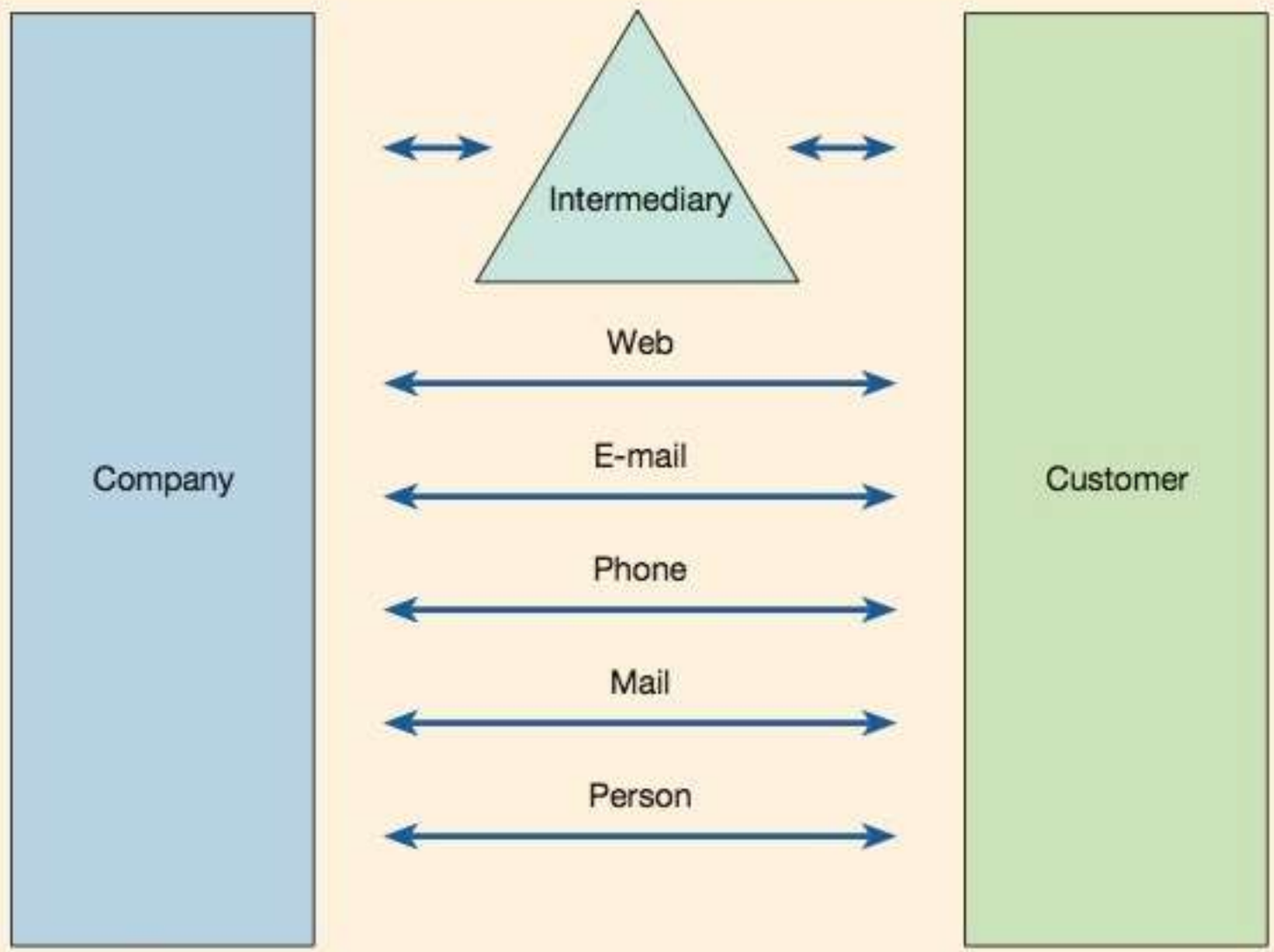


Figure 8.16 Channels requiring integration as part of integrated e-marketing strategy

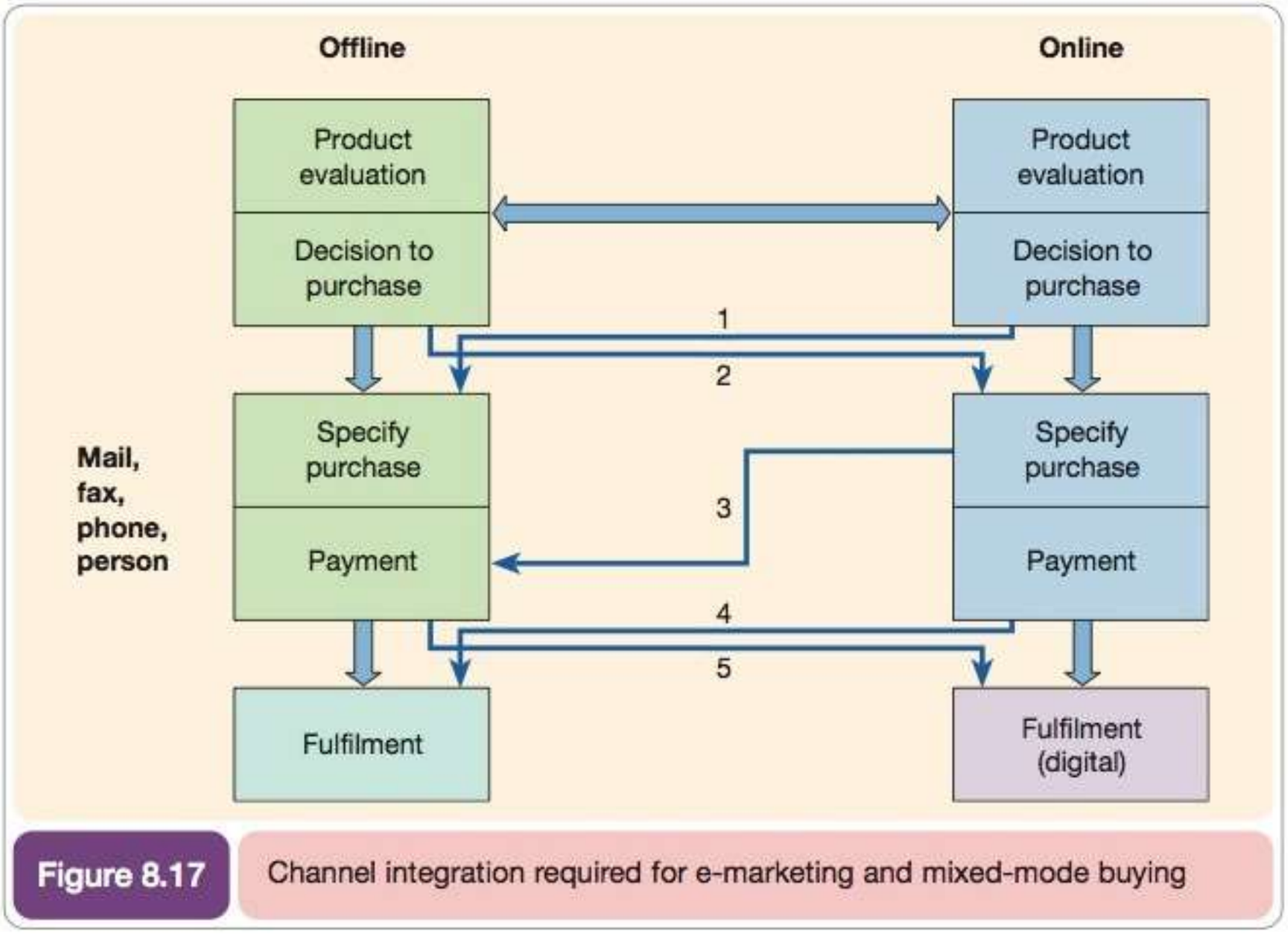


Figure 8.17 Channel integration required for e-marketing and mixed-mode buying

Principal Competition

คู่แข่งคุณคือใคร?

ศึกษารูปแบบการทำเว็บ, ธุรกิจของคู่แข่ง

จุดเด่น-จุดอ่อนอะไรบ้าง

ศึกษาเคาเตอร์ (Stat) ของคู่แข่ง

เข้าร่วมเว็บบอร์ดของคู่แข่ง (ศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้)

บอกรับจดหมายสมาชิกของคู่แข่ง

ขอข้อมูลที่เกียวข้องกับเว็บไซต์ (ราคาโฆษณา, สถิติ)

เข้าชมเว็บคู่แข่งเป็นประจำ

Coalition building

เว็บคู่แข่ง

บุคคลหรือองค์กรที่อยู่ในแวดวงธุรกิจเดียวกัน

เว็บอื่นๆ ที่สามารถร่วมมือกันได้

กับผู้เข้าชมเว็บไซต์

Online-Offline & win-win-win Solution

Online - Offline

Win – Win – Win Solution

รูปแบบของความร่วมมือ

การแลกเปลี่ยนสินค้ากับสินค้า Bartering Model

การแบ่งรายได้ (Revenue Sharing)

ความร่วมมือทางด้านบุคลากร ทรัพยากรและข้อมูล

สื่อ และช่องทางในการประชาสัมพันธ์

ได้ทุกอย่าง

6 กันยายนี้ ขอเชิญชวนสมาชิกเข้าร่วมงานประชุมใหญ่สามัญประจำปี และ เสวนาหัวข้อ คนทำเว็บพบคนโฆษณา ทำเว็บอย่างไรให้ได้เงิน (ฟรี)

Event Period:
09/06/2014 - 12:00 - 16:30

ลงทะเบียน | รายชื่อผู้สมัครเข้าร่วมงาน

INET
Always by your side

Installation of the necessary equipment

- Counter
- Statistic
- Webboard
- Guest Book
- etc.

เว็บบริการฟรีตัวนับผู้เข้าชม (Counter)		
ชื่อเว็บ	รายละเอียด	รูปแบบ (บางส่วน)
Siammix.net	Siammix.net เปิดให้บริการ ฟรี Counter สำหรับติดเว็บไซต์ เก็บสถิติผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์ โดยแสดง สถิติ เป็นรูปภาพตัวเลข โดยระบบ ฟรี Counterของเราไม่มีค่าใช้จ่ายและโฆษณาใดๆ ทั้งสิ้น ซึ่งท่านสามารถนำ ระบบ Code ฟรี Counter ไปติดที่เว็บไซต์ของท่าน โดยมีขั้นตอนง่ายๆ และมีรูปแบบให้เลือกมากมาย	0 1234567
Dserver.org	มีหลายรูปแบบให้เราเลือก เป็นของคนไทย สามารถกำหนดจำนวนเริ่มต้นได้	999
Thaidoweb	แสดงจำนวนผู้เข้าชมเป็นเลขไทย สามารถเปลี่ยนไอคอนหัวท้าย ได้ 9 แบบ เลือกจำนวนหลักได้สูงสุดถึงหลักสิบล้าน สามารถนำจำนวนจาก counter เดิม เพิ่ม เพื่อให้การแสดงสถิติผู้เข้าชมเริ่มนับต่อจากจำนวนล่าสุด คุณสามารถเปลี่ยนแปลงข้อมูลได้เองตลอดเวลา บริการฟรี ไม่เสียค่าใช้จ่าย ใดๆทั้งสิ้น	๐๑๒๓๔๕๖๗๘๙
Admo	มีรูปแบบให้เลือกมากมาย หลายรูปแบบ สามารถกำหนดจำนวนเริ่มต้นได้ สมัครเคาร์เตอร์ ได้ฟรีสมุดเยี่ยมด้วย	
Thecounter	ไม่สามารถเลือกแบบ และสีได้ แต่กำหนดตัวเลขเริ่มต้นได้ เก็บรายละเอียดเยอะ มีการส่งข้อมูลจำนวนผู้ชมในแต่ละวันทาง E-mail ทุกสัปดาห์	TRACKED BY TheCounter.com
Aspchapter	มีหลายรูปแบบให้เลือก (สมัครเป็นสมาชิกของเว็บ แล้วไปที่ Member Zone ครับ) ของคนไทย	
Sixhead	มีหลายรูปแบบให้เลือก หลายสี ของไทย	S 10867

TRUEHITS.net
In-depth, Recognized, and Trustworthy

ค้นหา

The Experts in Web Hosting
THAISITE.net
Linux + Windows 100 บาท เดือน
Shared Hosting
500 MB Disk Space
5 Email Accounts
IBM Server XEON 4C /8GB
AntiVirus, Spam Filter

หน้าแรก
สมัครสมาชิก(สนับสนุน)
ตัวอย่างสถิติ
บริการ
สถิติเว็บไทย
สารบัญเว็บ
อันดับเว็บ | รายประเทศ รายเดือน
Thai Demographic
เว็บโหวต
จัดอันดับเว็บบล็อก
Top Sites
ถามตอบ
ความรู้

MEMBER LOG IN
เลขบัญชี
รหัสผ่าน
login
ลืมรหัสผ่าน
ตรวจเว็บ
ตรวจชื่อบัญชี

จัดอันดับเว็บ
WEB RANKING

Rank By Country: | | | | | | | | | |

ดูอันดับเว็บไซต์ ผ่าน pocket PC
• ดูอันดับเว็บย้อนหลัง
NEW • จัดอันดับเว็บ ในตลาดหลักทรัพย์ NEW
• จัดอันดับเว็บ จาก Visitors
• จัดอันดับเว็บ จาก Max Concurrent Online Users

ค้นหา SEARCH ค้นหา

Ads Spec
1.24 %

ประจำวันที่ (09-09-2012) เว็บอันดับ 1 - 50 จาก 9953
เลือกหน้า : 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | next

1. Sanook.com
Thailand Internet Favourite Guide
> บันเทิง > วาไรตี้
UIP:845,894, USS: 2,207,252, PV:13,535,506 , UIP ต่างประเทศ: 7.23% (61,150)
>> ISP: TOT Public Company Limited 32.78% (277,289 UIP) (สนับสนุนปีที่ 10)
ติดต่อ -> 02-833-3000 ext 1 UPTIME 99.98%

Traffic Rating	10
Popularity Rating	10
Content Rating	7.1
Social Rating	9.1

Visitor:1,305,935[New:24.43% ,Return:79.53%] Visit Depth: 10.3,Exit Rate: 39.36%
Average Visitor Time: 00:08:24

ดูดวงปี 2555	ตรวจสลากกินแบ่ง	วิเคราะห์บอล	เพลงใหม่

เพศ	
ผู้ชาย	47.57%
ผู้หญิง	52.43%

การศึกษา	
ประถม-ม.ต้น	29.48%
ม.ปลาย-ปวส.	34.7%
ป.ตรี	29.43%
> ป.ตรี	6.38%

อายุ	
12-17 ปี	29.22%
18-23 ปี	24.84%
24-35 ปี	24.99%
36-55 ปี	14.64%

Google Analytics

My Account | Help | Contact Us | Sign Out

Analytics Settings | View Reports: Click to select Website Profile

Dashboard
Saved Reports
Visitors
Traffic Sources
Content
Goals
Ecommerce

Settings
Email

Settings
About this Report
Conversion University
Common Questions
Report Finder

Dashboard

Jan 1, 2007 - Jan 31, 2007

Export | Email

Dec 1, 2006 - Dec 31, 2006 | Jan 1, 2007 - Jan 31, 2007 | Visits

800
400

January 1, 2007 | January 8, 2007 | January 15, 2007 | January 22, 2007 | January 29, 2007

Site Usage

16.107 Visits
Dec 1, 2006 - Dec 31, 2006: 13,209 (21.94%)

62.142 Pageviews
Dec 1, 2006 - Dec 31, 2006: 53,855 (15.39%)

3,86 Pages/Visit
Dec 1, 2006 - Dec 31, 2006: 4.08 (-6.37%)

00:03:22 Avg. Time on Site
Dec 1, 2006 - Dec 31, 2006: 00:03:31 (-4.27%)

36,81% Bounce Rate
Dec 1, 2006 - Dec 31, 2006: 35.98% (2.30%)

50.44% % New Visits
Dec 1, 2006 - Dec 31, 2006: 49.73% (1.42%)

Visitors Overview

600
300

Visitors
10,160

Map Overlay world

Traffic Sources Overview

Direct
11,543 (71.66%)
Search Engines
3,108 (19.30%)
Referring Sites
1,456 (9.04%)

Browsers

Browser	Visits	% visits
Internet Explorer	13,136	81.55%
Firefox	2,349	14.58%
Safari	393	2.44%
Netscape	116	0.72%
Opera	55	0.34%

ค้นหากระทู้

Webboard | Friends Feed | Locker

ประกาศจาก เบน ฟรีดิก

ด Like Facebook Page Soccersuck

ข่าวประจ่
อ่านและเ

บอลนอก
แลกเปลี่ย
บอลเท่าน
Club: ****

THAIPR
พูดคุยถึง
Club: ชมรม

บอร์ดวาไ
นำเสนอส
เสียงบุคค
Club: [All K
หนัง, Around
ชมรมคนรักกา
คนรักการถ่าย
Club, .-:+*
ชมรม พระเค
คลับนารูโตะ

ตั้งกระทู้ใหม่

ไปที่หน้า 1, 2, 3 ... 1029, 1030, 1031 | 1 | GO

กระทู้	ตอบ	อ่าน	ผู้ตั้งกระทู้	ตอบล่าสุด
LIVE [SS LEAGUE] FANTASY PREMIER LEAGUE 2014/15 เปิดแล้ว [» ไปหน้าที่: 1 ... 14, 15, 16]	235	14377	อำนวย	Sat Aug 30, 2014 5:48 pm arms1986
LIVE [Mod] - ชี้แจงการลงโทษกระทู้เสี้ยม ดูถูกทีมอื่น [» ไปหน้าที่: 1 ... 6, 7, 8]	108	12721	Joe Iceberg	Mon Sep 01, 2014 2:25 am DaKop (แก่...
Falcao กับ V.Nistelrooy ใครโหดกว่าครับ	7	114	CristianoCr7	Sat Sep 06, 2014 11:31 am kornshltp
ขอพูดถึงเรื่อง ดิมาเรีย บ้าง	3	119	Lee Kwang Soo	Sat Sep 06, 2014 11:31 am soyudearza
ARSENAL มาแชร์แมตช์ที่ประทับใจกันเถอะ	11	160	NUDIEJEANS	Sat Sep 06, 2014 11:31 am Snow Monst...
ตลาดปิดแล้วโดดเลย	6	412	boat_sohappy	Sat Sep 06, 2014 11:20 am afruitfly
[Movie] Ed Woodward from Fellaini to Falcao	2	1030	[G]Kim-A	Sat Sep 06, 2014 10:52 am ~ผ่อนคลาย~
บาโล โสดเสน่ห์แรงสาวเพลย์บอยสุดอ่อยขอควงแขน	7	1104	Edinso	Sat Sep 06, 2014 11:15 am GREEN_SMOK...
ฟาน กัลรักเอ็ดมาก!!	7	967	I'm legend	Sat Sep 06, 2014 11:06 am Dominator

IMAGES | TEXT | FIND A COUPLE + REGISTRY

hairstyles, dresses, cakes

the knot

JOIN FREE | LOG IN

My Knot | Blog | Wedding Ideas | Tools | Local Vendors | Dresses | Photos | TV | Real Weddings | Honeymoons | Gift Registries | Shop | Community

wedding guest book | new search

NEXT

guest book | color | style | popular searches

341 loves

guest book, blue

A Four Seasons St. Louis Wedding in St. Louis, Missouri

36 loves

guest book, reception decor, winter, vintage

A Homestead Wedding in Glen Arbor, Michigan

237 loves

guest book

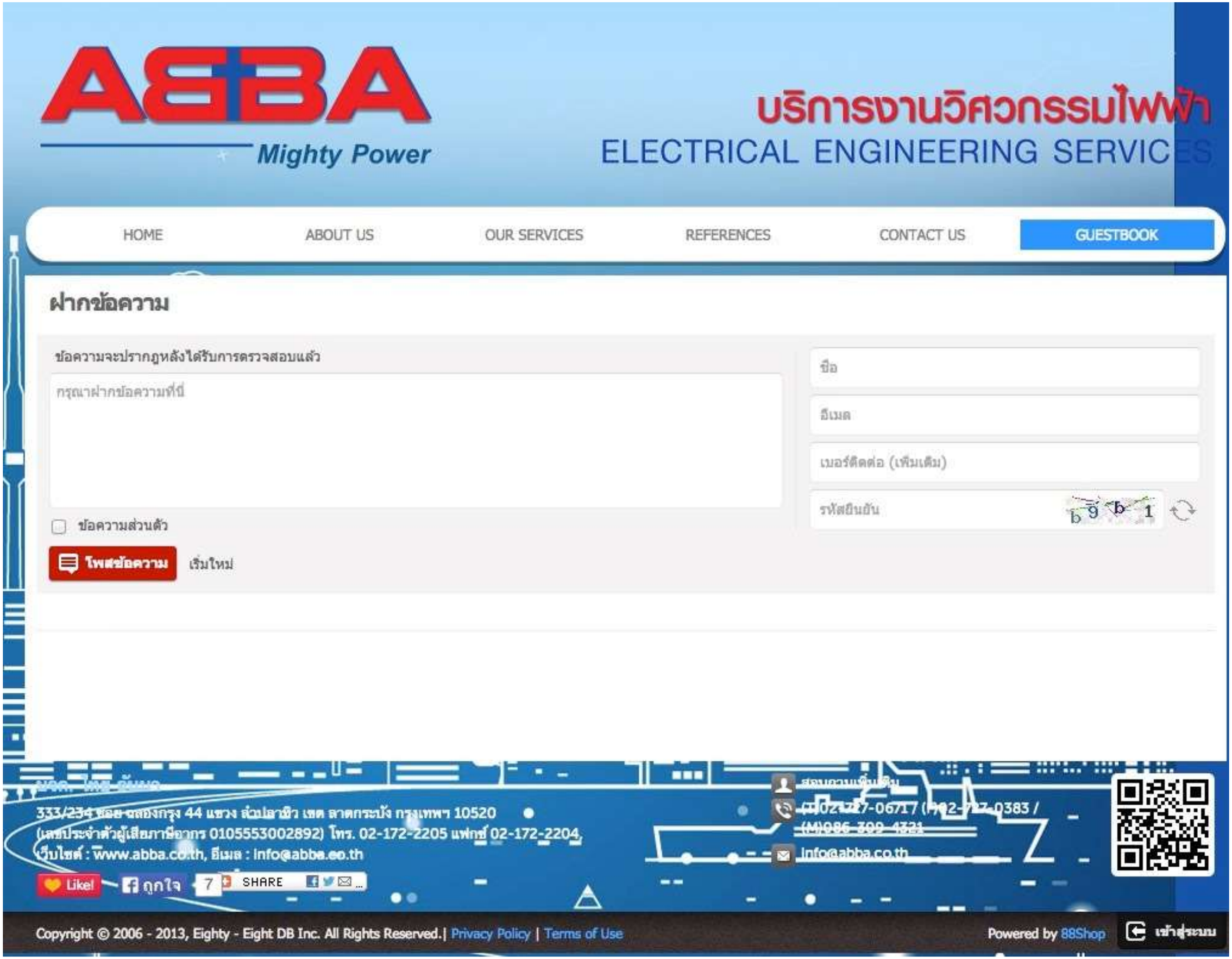
A Vintage DIY Wedding in Monroe, LA

ENTER TO WIN

an all-inclusive trip to Discovery Cove® Orlando worth more than $2,000!

ENTER NOW ▸

DISCOVERY COVE ORLANDO


ABBA
Mighty Power
บริการงานวิศวกรรมไฟฟ้า
ELECTRICAL ENGINEERING SERVICES
HOME
ABOUT US
OUR SERVICES
REFERENCES
CONTACT US
GUESTBOOK
ฝากข้อความ
ข้อความจะปรากฏหลังได้รับการตรวจสอบแล้ว
กรุณาฝากข้อความที่นี่
ชื่อ
อีเมล
เบอร์ติดต่อ (เพิ่มเติม)
รหัสยืนยัน
ข้อความส่วนตัว
โพสข้อความ
เริ่มใหม่
333/234 ซอย ชลองกรุง 44 แขวง ลำปลาทิว เขต ลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520
(เลขประจำตัวผู้เสียภาษีอากร 0105553002892) โทร. 02-172-2205 แฟกซ์ 02-172-2204,
เว็บไซต์ : www.abba.co.th, อีเมล : info@abba.co.th
info@abba.co.th
Like!
ถูกใจ
7
SHARE
Copyright © 2006 - 2013, Eighty - Eight DB Inc. All Rights Reserved.| Privacy Policy | Terms of Use
Powered by 88Shop
เข้าสู่ระบบ

Maintain and update the website

- Study competition, market, technology

- User comment

- Maintain and update website

BEST NEW WEB TECHNOLOGY

This award recognises a new technology, a new spec or feature or even a new language that is making the web work better.

ECMASCRIPT 6

ECMAScript 6 – codenamed Harmony – is the next version...

DO NOT TRACK

Do Not Track or DNT is a proposed header field...

WEB COMPONENTS

Web Components let you create custom HTML elements. These elements...

BEM

Block Element Modifier was thought up by Yandex. It's a...

CSS REGIONS

With CSS Regions is a new layout tools. It lets...

Cover Photo
CM furniture
เฟอร์นิเจอร์มอลล์
CM furnituremall
สินค้าปลีกและสินค้าบริโภค
ถูกใจแล้ว
กำลังติดตาม
ข้อความ
ไทม์ไลน์
เกี่ยวกับ
รูปภาพ
ถูกใจ
บันทึก
บุคคล
28,720 คนที่ถูกใจ
Nu Gig Ja, ผู้ชายธรรมดา ซีเกมส์ และคนอื่นๆ อีก 29 คนถูกใจสิ่งนี้
+26
เชิญเพื่อนของคุณมากดถูกใจเพจนี้
เกี่ยวกับ
ทางเลือกที่คุ้มค่า สำหรับคุณ สอบถามแผนที่ ฯลฯ 053-285119
http://www.cmfurnituremall.com/
แนะนำการแก้ไข
รูปภาพ
โพสต์
รูปภาพ / วิดีโอ
เขียนบางอย่างเกี่ยวกับเพจนี้...
CM furnituremall
4 กันยายน
หมวด : โต๊ะอาหารไม้ โครงเหล็ก
สินค้า Collection ใหม่ที่กำลังจะเข้าช่วงกลางเดือนหน้าสนใจสอบถามได้นะครับ สีสันสดใสสวยๆทั้งนั้น หลายๆ ราคาลดได้ครับ ^__^
ซีเอ็มเฟอร์นิเจอร์ ทางเลือกที่คุ้มค่า สำหรับคุณ (รูปภาพ 6 รูป)
NEW Arrival
CUBIC
โต๊ะอาหาร คิวบิก
โต๊ะขนาด : W.140 x D.84 x H.76 cm.
เก้าอี้ 1 ที่นั่ง 2 ตัว ขนาด : W.44 x D.53 x H.84 cm.
เก้าอี้ 2 ที่นั่ง 1 ตัว ขนาด : W.102 x D.54.5 x H.80 cm.
DT-TW01T04 : DT-TW01C01 : DT-TW01C02
Forjune
โต๊ะอาหาร ฟอร์จูน
Juner
โต๊ะอาหาร จูนเนอร์
Spring
Dining Table Collection
Forjune
Juner

ตลาดนัดรถไฟ
ศรีนครินทร์
domundee.com

เชาท์ดี้ เอ็ม ซีสเต็ม
วันนี้ เวลา 11:13

Samsung Galaxy Note 3 ถ่ายวีดีโอแล้ว มาเปิดดูจากเครื่องมันกระตุก เอามาดูกับคอมฯ ก็ยังกระตุก รบกวนขอวิธีแก้ไขด้วยค่ะ

ถูกใจ · แสดงความคิดเห็น 2

ถูกใจโดยเพจนี้

Facebook ถูกใจ

Samsung Camera ถูกใจ

Samsung Mobilers T... ถูกใจ

แอพ

Social Station

Global Map

ภาษาไทย · ความเป็นส่วนตัว · เงื่อนไข · คุกกี้ · ลงโฆษณา · เพิ่มเติม
Facebook © 2014

Samsung Mobile Thailand
4 กันยายน

ผมขอชวนแฟนๆ Galaxy Note มาแชร์เรื่องราวสุดประทับใจจากการใช้งาน Galaxy Note รุ่นใดก็ได้ โดยไม่จำกัดว่าเป็นเรื่องราวของคุณ หรือคนใกล้ตัว ผ่านทาง Facebook / Twitter / Instagram พร้อมรูปถ่ายหรือวีดีโอ แล้วติด Hashtag #MyNoteStory (อย่าลืมตั้งค่... ดูเพิ่มเติม

ถูกใจ · แสดงความคิดเห็น · แชร์ แชร์ 118 ครั้ง

12,309 คน ถูกใจสิ่งนี้ ความคิดเห็นยอดนิยม

เขียนความคิดเห็น

Luck Yoocharoen ผมใช้ โน๊ต 2 และ 3 และ โน๊ต 10.1 ไม่เห็นมีปัญหาอะไร.ปัจุบันก็ยังใช้อยู่ และก็รอ โน๊ต 4 ที่กำลังจะมา.สะดวกจะตายไป .แฟนทำโน๊ตตกจอแตกทั้งที่เป็นอุบัติเหตุ แต่ประกันยังไม่หมด เขาก็เปลี่ยนจอให้ฟรี.ใครคิดยังไงก็แล้วแต่นะครับ.แต่ลองทบทวนดูดีๆว่าท่านๆได้ของมาย... ดูเพิ่มเติม
ถูกใจ · ตอบกลับ · 33 · 4 กันยายน เวลา 13:59 น.

TMD for SME
space
Google AdWords
We bring customers,
not just clicks.
Google
Partner
รับงบโฆษณา ฟรี 500-1,500
TMD is an official Google AdWords Certified Partner
Apple
ระยะเวลา 1 เดือน
ค่าบริการเดือนละ 2,500 บาท
แถมฟรีค่าโฆษณา 500 บาท
10 คำค้นหา (Keywords)
2 โฆษณา (Ad copy)
รายงานรายสัปดาห์
Papaya
BEST SELLER
ระยะเวลา 2 เดือน
ค่าบริการเดือนละ 2,500 บาท
แถมฟรีค่าโฆษณา 800 บาท
15 คำค้นหา (Keywords)
3 โฆษณา (Ad copy)
รายงานรายสัปดาห์
Orange
ระยะเวลา 3 เดือน
ค่าบริการเดือนละ 2,300 บาท
แถมฟรีค่าโฆษณา 1,200 บาท
ไม่จำกัดคำค้นหา (Keywords)
ไม่จำกัดโฆษณา (Ad copy)
รายงานรายสัปดาห์
สรุปรายงานผลเมื่อครบกำหนด
ฟรี ติดตั้ง Google Analytics
Banana
ระยะเวลา 4 เดือน+
ค่าบริการเดือนละ 2,200 บาท
แถมฟรีค่าโฆษณา 1,500 บาท
ไม่จำกัดคำค้นหา (Keywords)
ไม่จำกัดโฆษณา (Ad copy)
รายงานรายสัปดาห์
สรุปรายงานผลเมื่อครบกำหนด
ฟรี ติดตั้ง Google Analytics

A typical e-marketing plan framework

1 Situation analysis

Internal audits

- Current Internet marketing audit (business, marketing and Internet marketing effectiveness)
- Audience composition and characteristics
- Reach of web site, contribution to sales and profitability
- Suitability of resources to deliver online services in face of competition.

External audits

- Macro-economic environment (*Chapter 4*)
- Micro-environment – new marketplace structures, predicted customer activity
- Competition – threats from existing rivals, new services, new companies and intermediaries.

Assess opportunities and threats (SWOT analysis)

- Market and product positioning
- Methods of creation of digital value and detailed statement of customer value proposition
- Marketplace positioning (buyer, seller and neutral marketplaces)
- Scope of marketing functions.

2 Objectives statement

- Corporate objectives of online marketing (mission statement)
- Detailed objectives: tangible and intangible benefits, specific critical success factors
- Contribution of online marketing to promotional and sales activities
- Online value proposition.

3 Strategy definition

- Investment and commitment to online channels (mixture of bricks and clicks)
- Market and product positioning – aims for increasing reach, new digital products and new business and revenue models
- Target market strategies – statement of prioritized segments, new segments, online value proposition and differential advantage. Significance of non-customer audiences?
- Change management strategy (Which new processes, structures and responsibilities will be required? *Chapter 10*).

4 Tactics

- *Product*. Creating new core and extended value for customers, options for migrating brand online
- *Promotion*. Specify balance of online and offline promotion methods. Role of CRM (incentivization to acquire new customer registrations and opt-in e-mail to retain customers, *Chapter 9*)
- *Price*. Discounting online sales, options for setting pricing, new pricing options, e.g. auctions
- *Place*. Disintermediation and reintermediation, seller, buyer or neutral sales
- *People, process and physical evidence*. Online service delivery through support and characteristics of web site.

5 Actions

Specify:

- Tasks
- Resources
- Partnering and outsourcing
- Budget including costs for development, promotion and maintenance
- Timescale
- Staff.

Implementation

- Key development tasks (*Chapters 11 and 12*): analysis of business and audience needs, scenario-based design, development of content, integration of databases, migration of data, testing and changeover
- Project and change management (*Chapter 10*)
- Team organization and responsibilities
- Risk assessment (identify risks, measures to counter risks)
- Legal issues
- Development and maintenance process.

6 Control

- Identify a measurement process and metrics (*Chapter 12*) covering:
- Business contribution (channel profitability – revenue, costs, return on investment)
- Marketing effectiveness (channel outcomes – leads, sales, conversion rate, channel satisfaction)
- Online marketing effectiveness (channel behaviour – page impressions, visitors, repeat visits, conversion rates).