

# THE AI-DRIVEN GROWTH PLAYBOOK

# Transforming FMCG: คัมภีร์เปลี่ยน Data ให้เป็นยอดขายด้วย AI Precision Strategy

## Executive Summary: The Era of Precision

ในยุคที่ต้นทุน Media สูงขึ้นและพฤติกรรมผู้บริโภคซับซ้อน การทำ Digital Marketing แบบหว่านแห (Mass Targeting) ไม่ใช่คำตอบอีกต่อไป องค์กรชั้นนำกำลังเปลี่ยนผ่านสู่ยุค Precision Marketing ที่ขับเคลื่อนด้วย AI

เอกสารฉบับนี้จะเจาะลึก กระบวนการ (Methodology) ในการนำ AI มาใช้ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการขาย ตั้งแต่การจัดการ Data ไปจนถึงการปิดการขาย โดยถอดบทเรียนจากความสำเร็จจริงในอุตสาหกรรม FMCG และ Retail

# SECTION 1

# THE METHODOLOGY

ทำอย่างไรให้ AI สร้างยอดขายได้จริง?

การจะสร้าง Performance ระดับสูง ไม่ได้เกิดจากการแค่ซื้อเครื่องมือ AI  
แต่เกิดจากกระบวนการ 3 ขั้นตอนสำคัญ

## STEP 1 Unify & Segment

เปลี่ยนข้อมูลกระจุกกระจาย  
ให้เป็นกลุ่มเป้าหมาย  
ที่แม่นยำ

## STEP 2 Dynamic Personalization

เสนอสิ่งที่ใช่  
ในเวลาที่ถูกต้อง

## STEP 3 Continuous Optimization

ลดต้นทุนส่วนเกิน  
อัปเดตส่วนที่ทำไร



# STEP 1 UNIFY & SEGMENT

## เปลี่ยนข้อมูลกระจัดกระจาย ให้เป็นกลุ่มเป้าหมายที่แม่นยำ

ปัญหาของบริษัทส่วนใหญ่คือ Data อยู่แยกกัน ทำให้ AI เรียนรู้ได้ไม่เต็มที่

### How-to

ต้องทำ Data Integration นำข้อมูล 1st Party (ประวัติการซื้อ, สมาชิก) มารวมกับ 3rd Party (พฤติกรรมบน Social) เพื่อสร้าง Single Customer View

### Mechanism

เมื่อ AI เห็นข้อมูลครบ มันจะเริ่มทำ **Predictive Segmentation** แบ่งกลุ่มลูกค้าตามแนวโน้มที่จะซื้อ ไม่ใช่แค่เพศหรืออายุ

### Success Case

กรณีศึกษา จาก Jenosize เคส Thailand leader retail company ที่เราได้ร่วมงาน ความสำเร็จที่ทำ ROAS ได้ถึง 60 เท่า ไม่ได้เกิดจากการยิงแอดทั่วไป แต่เกิดจากการนำ 1st Party Data ของสมาชิก มาวิเคราะห์หา Pattern ของคนที่มีแนวโน้มซื้อซ้ำ แล้วใช้ AI ยิงโฆษณาแบบ Retargeting ไปเฉพาะคนกลุ่มนั้นผลลัพธ์คือ Conversion Rate **สูงถึง 21%** เพราะเรานำเสนอสินค้าได้ถูกจังหวะเวลา

# STEP 2 DYNAMIC PERSONALIZATION

## เสนอสิ่งที่ใช่ ในเวลาที่ถูกต้อง

เมื่อรู้แล้วว่าใครคือลูกค้า ขั้นต่อไปคือการส่งมอบ Content ที่เขาปฏิเสธไม่ได้

### The How-to

ใช้ AI-Driven Creative หรือ Personalization Engine เพื่อปรับเปลี่ยนภาพโฆษณา โปสเตอร์ หรือสินค้าแนะนำ ให้ตรงกับความสนใจรายบุคคล แบบ Real-time

### Mechanism

ระบบจะเรียนรู้จากพฤติกรรมคลิก และการหยุดดู เพื่อคัดกรองสินค้าที่โอกาสปิดการขายสูงสุดมาแสดงผล

### Success Case

กรณีศึกษา การทำ Gamification & Innovation กับเคส Thailand leader retail company ที่เราได้ร่วมงาน แทนที่จะยิงแอดขายของตรงๆ เราใช้ Gamification เข้ามาแทรกใน Customer Journey โดยใช้ AI คำนวณว่าลูกค้าคนไหนชอบความท้าทาย หรือชอบส่วนลด แล้วส่ง Mission ให้เล่น ผลลัพธ์คือสร้าง User Engagement ได้ถึง 1 ล้านคน และเปลี่ยนความสนุกเป็น ยอดขายกว่า 100 ล้านบาท ใน 2 เดือน



## STEP 3 CONTINUOUS OPTIMIZATION

### ลดต้นทุนส่วนเกิน

AI ที่ติดตั้งทำหน้าที่เหมือนผู้คุมงบประมาณตลอด 24 ชั่วโมง

#### The How-to

ตั้งค่า AI Bidding Strategy ให้ประมูลโฆษณาเฉพาะใน ช่วงเวลาหรือ Placement ที่คุ้มค่าที่สุด

#### Mechanism

ระบบจะตัดงบจากแคมเปญที่ Performance ต่ำไปเติมให้แคมเปญที่กำลัง ทำกำไร (High ROI) โดยอัตโนมัติ

#### Success Case

กรณีศึกษา ร้านขายไอทีแบบครบวงจร และแบรนด์รองเท้ายาง การใช้ AI บริหารจัดการ Bidding ทำให้เราสามารถลดต้นทุนต่อคลิก (CPC) ได้ ถึง 3 เท่า ในขณะที่ยังคงยอดการเข้าถึง (Total Reach) ได้มหาศาลกว่า 15,000 ล้านครั้ง นี่คือนวัตกรรมของการทำ Cost Efficiency ควบคู่ไป กับ Effectiveness

# สำหรับ ENTERPRISE ที่ ต้องการ TRANSFORM

## เพื่อผลลัพธ์แบบข้างต้น นี่คือ ROADMAP 4 ระยะที่แนะนำ

### Phase 1 Data Infrastructure & Audit (เดือนที่ 1-2)

เลิกฝากความหวังไว้กับ Platform ภายนอก (Facebook/Google) เพียงอย่างเดียว เริ่มจัดระเบียบ 1st Party Data ของตัวเอง เช็กคุณภาพข้อมูล และเตรียมท่อส่งข้อมูล (API Integration) ให้พร้อมสำหรับการทำงานร่วมกับ AI

### Phase 2: Pilot with Low Hanging Fruit (เดือนที่ 3)

อย่าเพิ่งทำทั้งระบบ ให้เลือก Product Hero หรือ Segment ลูกค้าที่มีศักยภาพสูงสุด มาทดสอบก่อน Jenosize Insight: จากเคสคลินิกเฉพาะทางด้าน เส้นผมและหนังศีรษะ ครบวงจร เราเริ่มโฟกัสที่ Lead Quality ก่อนปริมาณ ทำให้ต้นทุนต่อ Lead (CPL) ลดลงได้ทันที 48.7% ในช่วงแรก เป็น Quick Win เพื่อสร้างความมั่นใจให้ผู้บริหาร

### Phase 3: Scale & Automate (เดือนที่ 4-6)

เมื่อ Model เริ่มนิ่งและแม่นยำ ให้นำผลไปสู่อื่นๆ และเริ่มใช้ Automation เข้ามาช่วยในการทำ Report และ Bidding (เหมือนที่เราทำ Media Optimization จนได้ ROI เฉลี่ย 25 เท่า)

### Phase 4: Innovation Layer (เดือนที่ 6 เป็นต้นไป)

เมื่อยอดขายพื้นฐานแข็งแรง ให้เริ่มมองหา New S-Curve ด้วยเทคโนโลยีใหม่ๆ เช่น Gamification หรือ AI Chatbot เพื่อสร้างประสบการณ์ที่เหนือกว่าคู่แข่ง

# CONCLUSION: WHY STRATEGIC PARTNER MATTERS?

เทคโนโลยี AI เป็นเพียงเครื่องมือ แต่ผลลัพธ์  
เกิดจาก STRATEGY และ EXECUTION

สิ่งที่ทำให้กรณีศึกษาข้างต้นประสบความสำเร็จ ไม่ใช่แค่เพราะระบบ AI ทำงาน  
เร็ว แต่เพราะมีทีมเชี่ยวชาญ ที่เข้าใจ Business Logic ของ FMCG คอยกำกับ  
ดูแล AI ให้ทำงานตรงโจทย์

**Jenosize** ในฐานะ Tech & Marketing Consult พร้อมทั้งนำ Success  
Blueprint นี้มาปรับใช้กับองค์กรของคุณ เพื่อเปลี่ยน Data ให้กลายเป็น  
Revenue Growth อย่างยั่งยืน

อ่านบทความเพิ่มเติม ที่จะช่วยให้คุณธุรกิจ  
ของคุณเติบโตได้ทันที สแกนเลย



**Jenosize Drive Your Next S-Curve**

ติดต่อเราได้ที่นี่

Email: [hello@jenosize.com](mailto:hello@jenosize.com)

โทร: 096-395-6526, 096-241-5629

เว็บไซต์: <https://www.jenosize.com>