AI Search–Social–Paid–Influencer Stack Overview 2026

คู่มือ 5 หน้าในชุด Vault Mark AI Marketing OS 2026 สำหรับ Brand Director และ Influencer Manager ที่อยากเห็นภาพรวมสแตกการตลาดปี 2026 แบบไม่กระจัดกระจาย ตั้งแต่ Search, Social, Paid ไปจนถึง Influencer และเข้าใจว่าควรใช้ AI เสริมตรงไหนให้ “ทำงานร่วมกัน” แทนแยกกันคนละก้อน

5 หน้า · ใช้เวลาอ่านประมาณ 8 นาที

สำหรับ Brand Director, Influencer Manager, Marketing Lead

Kwanmanat Thammasatta

vaultmark.com

@vaultmark

4 เหตุผล ทำไมแบรนด์ไทยต้องมี AI Search–Social–Paid–Influencer Stack Overview

ส่วนใหญ่ Search, Social, Paid และ Influencer ถูกบริหารคนละทีม คนละเอเจนซี่ คนละ Dashboard ทำให้ไม่มีใครเห็นว่าจริง ๆ แล้ว “อะไรช่วยขาย” และ “อะไรแค่สร้างตัวเลขสวย ๆ” ยิ่งพอมี AI เพิ่มเข้ามา Stack ที่ไม่ชัดจะยิ่งซับซ้อนแบบคูณสอง

AI Search–Social–Paid–Influencer Stack Overview ทำให้คุณเห็นว่าช่องทางไหนอยู่ใน Stack ไหน ควรส่งต่อสัญญาณอะไร และ AI จะเข้าไปช่วยตรงไหนได้บ้าง โดยเฉพาะฝั่ง Influencer ที่ตัวเลขอย่างเดียวไม่พอ ต้องมีเรดาร์วัด “อิทธิพลจริง” ของคนแต่ละคนด้วย

01

งบกระจายหลายช่อง แต่ไม่มีใครคุม Stack

หลายแบรนด์ยังดูแค่ยอด Follower กับค่า Engagement Rate แบบผิว ๆ โดยไม่รู้ว่ามี Follower ปลอมหรือไม่ คอมเมนต์มีคุณภาพแค่ไหน หรือ Audience Fit กับแบรนด์จริงหรือเปล่า AI Influencer Radar ช่วยให้คุณดู “คุณภาพอิทธิพล” ไม่ใช่แค่ปริมาณตัวเลข

02

การเลือกอินฟลูฯ ยังอิงแต่ตัวเลขสวย ๆ

หลายแบรนด์ยังดูแค่ยอด Follower กับค่า Engagement Rate แบบผิว ๆ โดยไม่รู้ว่ามี Follower ปลอมหรือไม่ คอมเมนต์มีคุณภาพแค่ไหน หรือ Audience Fit กับแบรนด์จริงหรือเปล่า AI Influencer Radar ช่วยให้คุณดู “คุณภาพอิทธิพล” ไม่ใช่แค่ปริมาณตัวเลข

03

ขาดภาพรวมว่า AI ควรช่วยตรงไหนของ Stack

หลายทีมซื้อเครื่องมือ AI หลายตัว แต่ไม่รู้ว่าจะเอาไปใช้กับ Stack ไหนยังไง OS นี้ช่วยวางจุดยุทธศาสตร์ เช่น ใช้ AI วิเคราะห์คำค้นใน Search, แตกคอนเทนต์สำหรับ Social, สร้าง Ad Variation ใน Paid และใช้เรดาร์สแกนคุณภาพอินฟลูฯ ให้แต่ละ Stack เสริมกันไม่ซ้ำงาน

04

ไม่มีจุดเริ่มต้นชัดว่าจะ “จัดระเบียบ Stack” ยังไง

การจะจัดทั้ง Stack ทีเดียวดูใหญ่และน่ากลัวเกินไป AI Stack Overview ทำให้คุณเริ่มจากภาพรวม 1 แผ่น แล้วค่อยเลือก Priorities ทีละไตรมาสว่า Quarter นี้จะจัด Search, Social, Paid หรือ Influencer ก่อน โดยไม่ต้องรื้อทุกอย่างพร้อมกัน

AI Stack Overview ทำงานยังไงในระบบการตลาดของคุณ

Vault Mark มอง Stack เป็นชุดของ “บทบาท” ไม่ใช่แค่รายชื่อแพลตฟอร์ม เราเริ่มจากถามว่า Search, Social, Paid และ Influencer ของคุณช่วยอะไรในฟันเนล ตั้งแต่ Awareness, Consideration, Conversion ไปจนถึง Retention แล้วค่อย map ว่าแต่ละช่องทางอยู่ใน Stack ไหน และส่งไม้ต่อกันยังไง

จากนั้นใช้ AI สแกนข้อมูลที่มีอยู่แล้ว: แคมเปญเก่า, Performance Report, อินฟลูฯ ที่เคยจ้าง, Audience ของแต่ละช่อง เพื่อหาว่า Stack ไหน “ทำงานเกินคาด”, Stack ไหน “ทำงานไม่คุ้มงบ” และ Stack ไหน “ยังไม่มีเจ้าภาพชัด” ก่อนจะจัด Priorities และออกแบบ AI Improvement ให้แต่ละ Stack ทีละก้อน

- ลิสต์ช่องทางทั้งหมด แล้วจับเข้ากลุ่ม Stack
- ระบุเจ้าของแต่ละ Stack ให้ชัดเจน
- จด pain point และโอกาสของแต่ละ Stack
- เลือก 1–2 Stack เริ่มทดลอง AI ก่อน

> **ถ้า Stack ไม่ชัด ต่อให้ซื้อเครื่องมือ AI เพิ่มอีกกี่ตัว คุณก็แค่ทำให้ระบบที่สับสนอยู่แล้วซับซ้อนขึ้นไปอีกขั้น**

การมี Stack Overview เดียวทำให้ Brand, Agency, Influencer Manager และทีม Media คุยกันด้วยภาพเดียวกัน ว่าอะไรควรถูกหยุด ลด หรือเพิ่ม โดยไม่ต้องพึ่ง “ความรู้สึก” อย่างเดียว

> อินฟลูเอนเซอร์ที่ดีไม่ใช่คนที่มี Follower เยอะที่สุด แต่คือคนที่ขยับ “การตัดสินใจ” ของกลุ่มเป้าหมายคุณได้จริง

> AI Influencer Radar ของ Vault Mark ช่วยลดดราม่าจากการเลือกผิดคน เพราะมันดูทั้งคุณภาพ Follower, คุณภาพ Engagement และความเข้ากันของ Audience กับแบรนด์พร้อมกัน

ตรวจ Follower ปลอมและพฤติกรรมผิดปกติ

ใช้ AI วิเคราะห์ pattern ของ Follower Growth, Engagement และประวัติคอมเมนต์ เพื่อจับสัญญาณ Follower ปลอม, Bot หรือ Engagement ที่ซื้อมา ทำให้คุณคัดคนที่ฐานผู้ติดตาม “มีตัวตนจริง” ก่อนเริ่มคุยเรื่องเรต

ดูคุณภาพ Engagement แทนแค่จำนวนไลก์

เรดาร์จะอ่านคอมเมนต์และการสนทนาจริงในโพสต์ของอินฟลูฯ วิเคราะห์ว่าเป็นคำชมฉาบฉวยหรือการพูดคุยเชิงลึกเกี่ยวกับสินค้าประเภทนั้น ทำให้เห็นว่าคนดู “อินจริง” หรือแค่กดไลก์ผ่าน ๆ ไป

เช็ค Audience Fit กับแบรนด์และสินค้า

AI ช่วยประเมินว่า Audience ของอินฟลูฯ ใกล้เคียงกับกลุ่มเป้าหมายของแบรนด์แค่ไหน ทั้งด้านความสนใจ ราคาไหวไหม และสไตล์การใช้ชีวิต ทำให้ตัดสินใจเลือกระหว่าง Micro / Nano Influencer ได้แม่นขึ้น โดยไม่ต้องเดาจากความรู้สึก

สร้าง Always-on Creator Pool ข้ามแพลตฟอร์ม

แทนการหาอินฟลูฯ ใหม่ทุกแคมเปญ เรดาร์ช่วยเก็บ ranking อินฟลูฯ ที่ perform ดีจริงในหลายแพลตฟอร์ม สร้าง “Creator Pool” สำหรับใช้งานระยะยาว พร้อมเทียบ performance ข้ามช่องทาง เพื่อดูว่าใครควรขยายบทบาท ใครควรพักไว้ก่อน

เริ่มจัดระเบียบ AI Marketing Stack 2026 ให้แบรนด์ของคุณ

ใช้ Stack Overview และ AI Influencer Radar ในเล่มนี้ เป็นจุดเริ่มต้นในการคุยระหว่าง Brand, Influencer Manager, Media และ Agency ว่าตอนนี้ Search, Social, Paid และ Influencer ของคุณ ทำงานเหมือนเป็นทีมเดียวกันหรือยัง หรือแค่แชร์งบร่วมกันเฉย ๆ

ขั้นถัดไปคือการทำ Stack Alignment Session ให้ทุกคนเห็นภาพเดียวกัน ว่าควรจัดลำดับ Priorities ไตรมาสต่อไปยังไง และจะเอา AI เข้าไปเสริมตรงไหนก่อน เพื่อให้ Stack ทั้งชุดทำงานเหมือนอยู่ใน OS เดียวกันจริง ๆ

Vault Mark
Website: vaultmark.com
Email: info@vaultmark.com
Line Official: @vaultmark

020966489

ใน Stack Alignment Session ทีม Vault Mark จะช่วยคุณ

- Map ช่องทางปัจจุบันลงใน Stack: AI Search, AI Social, AI Paid, AI Influencer, AI Lead, AI Ecom
- ชี้จุดรั่วและจุดซ้ำซ้อนของงบประมาณในแต่ละ Stack
- เสนอ AI Improvement 1–2 เรื่องต่อ Stack ที่ทำได้เลยใน 90 วัน
- วาง Roadmap ว่าควรรีวิวและอัปเดต Stack ทุกกี่เดือน เพื่อทันการเปลี่ยนแปลงของแพลตฟอร์มและ AI