

AI Marketing Platform

idea-hub · ai-marketing-platform

1. The opportunity

ตลาด influencer marketing ในไทยเติบโตเกิน 30% ต่อปี แต่ workflow ของ brand ยังกระจัดกระจาย — brief ส่งผ่าน Line, tracking ทำใน Google Sheets, payment โอนผ่านธนาคารทีละคน ปัญหาหลักคือ "visibility gap" ระหว่าง brand กับ influencer หลายร้อยคนต่อ campaign เดียว ทำให้ content slip, delay, หรือ deliverable หาย Brand Manager ไทยใช้เวลา 40-60% ของ campaign ไปกับ admin งานแทนที่จะเป็น strategy ตลาด influencer marketing Asia-Pacific คาดว่าแตะ \$4.6B ภายในปี 2026 และไทยเป็น top 5 ตลาดในภูมิภาค — timing สำหรับ centralized platform ที่ออกแบบมาเพื่อ SMB ถึง mid-market ไทยโดยเฉพาะมาถึงแล้ว

2. Who would pay

Primary buyer: Brand Manager หรือ Digital Marketing Manager ใน brand ไทยขนาด mid-size (พนักงาน 50-500 คน) กลุ่ม FMCG, beauty, fashion, lifestyle ที่ run influencer campaign 4-12 ครั้งต่อปี โดยทำงานกับ influencer 10-100 คนต่อ campaign

What they do instead: ใช้ combination ของ Line Official, Gmail, Notion/Google Sheets, Wise/- โอนธนาคาร และ manual screenshot reporting — ต้นทุน hidden ประมาณ 2-3 FTE วัน/campaign

Willingness to pay: ฿3,000–15,000/เดือน ขึ้นอยู่กับจำนวน active campaign และ influencer seat บางบริษัทจ่าย agency fee ให้ influencer marketing agency ฿50,000–200,000 ต่อ campaign อยู่แล้ว — SaaS ที่ราคา fraction ของ agency fee จะมีเหตุผลชัดเจนในการซื้อ

Secondary buyer: Influencer marketing agency ไทย (Salmon House, Mango Zero ฯลฯ) ที่ต้องการ white-label tool จัดการ client หลายเจ้าพร้อมกัน

3. Competitor landscape

GRIN (grin.co) — Enterprise-focused, pricing เริ่ม ~\$2,500/เดือน เน้น eCommerce integration กับ Shopify/WooCommerce แต่ไม่มี localization ไทย, ไม่รองรับ TikTok Thailand properly, และ SMB ไทยไม่มี budget เข้าถึง

Upfluence (upfluence.com) — ฐานข้อมูล influencer global แต่ database influencer ไทยบาง ราคา ~\$800+/เดือน ภาษาอังกฤษล้วน ไม่มี Thai payment gateway

CreatorIQ (creatoriq.com) — Enterprise-only, min contract \$3,000+/เดือน ไม่ใช่ตลาดของ SMB ไทย

Tellscore (tellscore.com) — คู่แข่งตรงที่สุดของไทย มี influencer marketplace และ campaign management แต่ UX ล้าสมัย, payment system ยังติดขัด, และ reporting ยังต้อง export manual ไม่มี real-time dashboard ที่ดี

AI Marketing Platform

idea-hub · ai-marketing-platform

Mango Zero / Salmon House — Agency ใหญ่ที่ทำ influencer marketing แต่ไม่ใช่ SaaS ลुकค้าจ่ายต่อ project ไม่ใช่ subscription

ช่องว่างที่แท้จริง: ไม่มี tool ไทยที่ cover ครอบคลุม brief 'apply' 'track' 'payment' ในทีเดียว พร้อม Thai payment integration (PromptPay, bank transfer อัตโนมัติ) และ TikTok/Instagram analytics ที่ pull ได้ real-time

4. Wrapper risk reality check

ChatGPT ทำ brief template ได้ แต่ทำ influencer database, contract workflow, payment escrow, และ delivery tracking ไม่ได้ moat ของ product นี้คือ:

- **Data moat:** ฐานข้อมูล influencer ไทยที่ verified พร้อม engagement rate, audience demographic จริง — ต้องสะสมเวลา
- **Payment integration:** PromptPay / SCB / KBank API สำหรับ bulk payment อัตโนมัติ — ใช้เวลา integrate และ compliance
- **Network effect:** ยิ่ง influencer มาก brand มา, ยิ่ง brand มาก influencer มา — marketplace dynamic
- **Workflow lock-in:** เมื่อ brand ใช้ tool manage campaign ปรวัติ 6-12 เดือน switching cost สูง

ความเสี่ยงจริง: ถ้า Line หรือ TikTok Thailand ออก native campaign tool ฟรี — แต่ platform ใหญ่มักไม่ cross-platform และไม่แตะ payment layer

5. Go-to-market angle

10 paying customers แรก มาจาก warm outreach ตรงไปที่ Brand Manager ใน FMCG และ beauty brand ไทย กลุ่ม Unilever Thailand, L'Oréal Thailand, และ brand ไทยระดับ mid เช่น Beauty Buffet, Karmart — LinkedIn + email เปิด ด้วย offer "pilot ฟรี 1 campaign แรก ไม่มีข้อผูกมัด"

Community angle: กลุ่ม Facebook "นักการตลาดดิจิทัลไทย" (100,000+ สมาชิก) และ Pantip บอร์ด การตลาด เหมาะสำหรับ thought leadership content เรื่อง influencer ROI — ไม่ใช่ ads แต่เป็น valuable post ที่ link กลับมา tool

SEO keywords (ภาษาไทย): "influencer marketing platform ไทย", "จัดการ influencer campaign", "วัดผล influencer", "ระบบจ่ายเงิน influencer" — search volume เล็กแต่ intent สูงมาก (buyer keyword)

AI Marketing Platform

idea-hub · ai-marketing-platform

Partnership channel: เข้าหา digital agency ขนาด boutique (50-200 agency ในไทย) เสนอ white-label หรือ reseller program — agency จ่าย tool cost ผ่าน client invoice, กลายเป็น distribution channel กันที

Event play: DAAT Day, Marketing Oops Summit, และ Influencer Marketing Thailand event — ตั้ง booth หรือเป็น speaker เรื่อง campaign ROI track record

TikTok Creator Marketplace angle: ชวน micro-influencer (10K-100K followers) มา register บน platform ฟรี ใช้ influencer side เป็น acquisition flywheel ให้ brand เข้ามาเอง

6. Pricing thesis

Tier	ราคา/เดือน	Feature
Starter	฿2,900	2 active campaign, 30 influencer slots, basic reporting
Growth	฿7,900	10 campaign, unlimited influencers, payment automation, analytics
Agency	฿19,900	Multi-client, white-label, priority support, API access

Transaction fee model เสริม: เก็บ 2-3% จาก payment ที่ผ่าน platform เป็น payment processing fee — สร้าง revenue ที่ scale ตาม GMV โดยไม่ต้องขึ้นราคา subscription

Tellscore คิดแบบ project-based ทำให้ predictable revenue ต่ำ — subscription model ขณะที่ LTV และ forecasting สำหรับ investor story ด้วย

7. Build complexity

Time to MVP: 10-14 สัปดาห์สำหรับ functional MVP (ไม่ใช่ production-ready)

Core tech stack:

- Frontend: Next.js + Tailwind (Thai font support ต้องตั้งแต่ต้น)
- Backend: Node.js / Supabase สำหรับ rapid dev
-

RESEARCH BUNDLE

AI Marketing Platform

idea-hub · ai-marketing-platform

Payment: Omise หรือ 2C2P สำหรับ Thai payment gateway — ไม่ใช่ Stripe เพราะ PromptPay support ยังจำกัด

- Social API: TikTok Display API, Instagram Graph API สำหรับ metrics pull
- File/Contract: AWS S3 + e-signature ง่าย ๆ (HelloSign API หรือ build เอง)

Hardest part to ship: Social API rate limits และ authentication — TikTok API ขอ approval เป็นสัปดาห์ และ Instagram จำกัด data ที่ pull ได้ โดยเฉพาะ third-party accounts ที่ไม่ authorize

What you can fake at first: Payment automation — MVP แรกสามารถใช้ "payment reminder + manual confirm" แทน automated payout และ tracking ทำแบบ influencer submit screenshot ก่อน ก่อนจะ build API pull จริง ลด scope ได้ 30-40%