

Think with Google

2021

**YEAR IN
SEARCH**



ยานยนต์

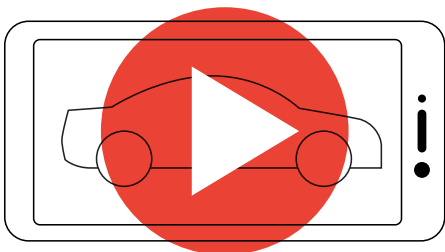


แม้ว่าการลือกดาว์นจะส่งผลกระทบอย่างมากต่อ
อุตสาหกรรมยานยนต์ของประเทศไทย แต่ความสนใจ
ของผู้บริโภคที่มีต่อยานยนต์กลับไม่ได้น้อยลง
แต่อย่างใด ยิ่งเมื่อใช้เวลาบนโลกออนไลน์มากขึ้น
พวกเขาก็ยิ่งเปิดกว้างกับการค้นหาข้อมูลประเมิน
และชื้อยานพาหนะใหม่ผ่านช่องทางดิจิทัลมากขึ้น
ซึ่งยานพาหนะที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่าง
รถยนต์ไฟฟ้า กลายเป็นยานพาหนะที่ผู้คนค้นหา
จำนวนมาก เนื่องจากผู้บริโภคเริ่มตระหนักว่ารูปแบบ
การคมนาคมขนส่งของตนมีผลต่อปริมาณก๊าซ
เรือนกระจกและกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างไร



ช่องทางออนไลน์กลายเป็นช่องทางที่ผู้บริโภคไทยนิยมใช้ในช่วงที่มีการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 แต่ถึงอย่างนั้นพวกเขาก็ระมัดระวังและรอบคอบกับการซื้อมากขึ้น รวมถึงพึ่งพาช่องทางที่น่าเชื่อถือเช่น Search เพื่อตรวจสอบคำกล่าวอ้างต่างๆ และยังมีส่วนร่วมกับแบรนด์ที่ให้ข้อมูลที่น่าเชื่อถือได้ตลอดเส้นทางการซื้อ

ผู้ซื้อรถยนต์ในประเทศไทยยอมรับว่าเว็บไซต์รถยนต์, วิดีโอบน YouTube และเว็บไซต์ข่าวเป็นแหล่งข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือมาก⁵⁸



ผู้ซื้อรถยนต์ใหม่เกือบทุกรายในประเทศไทยหันมาใช้ Search Engine และแพลตฟอร์มวิดีโอออนไลน์เพื่อหาข้อมูลก่อนตัดสินใจซื้อ⁵⁹

เชื่อถือเว็บไซต์รถยนต์

98%

เชื่อถือวิดีโอ YouTube

97%

เชื่อถือเว็บไซต์ข่าว

96%

Product research

ใช้ Search Engine

98%

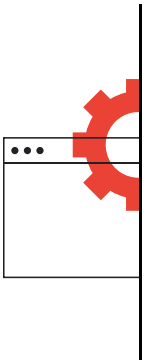
ใช้แพลตฟอร์มวิดีโอออนไลน์

97%



นอกเหนือจากการใช้ช่องทางออนไลน์ เพื่อศึกษาข้อมูลผลิตภัณฑ์ต่างๆ แล้ว 91% ของผู้ซื้อรถยนต์ชาวไทยจะ พิจารณาใช้ช่องทางออนไลน์สำหรับการซื้อรถยนต์ในอนาคตด้วย⁶⁰

91%



เคล็ดลับ

ดึงดูดลูกค้าให้เลือกแบรนด์ของคุณ

คุณควรใช้ทุกโอกาสในการทำให้แบรนด์ดูน่าสนใจมากขึ้นสำหรับผู้บริโภค โดยใส่รูปภาพอย่างน้อย 3 รูปควบคู่กับข้อความที่ดึงดูดใจ ผ่าน [image extensions](#) เพื่อให้ข้อความโฆษณานั้นมีองค์ประกอบที่มองเห็นได้ทันที นอกจากนี้แบรนด์รถยนต์ยังสามารถเก็บความต้องการซื้อของผู้บริโภคได้ทันที ด้วย [lead form extensions](#) ซึ่งจะช่วยให้ผู้มีแนวโน้มที่จะซื้อส่งข้อมูลติดต่อของคุณผ่านแบบฟอร์มจากโฆษณาใน Search, YouTube, Discovery และ Display ได้อย่างง่ายดาย



ความสนใจเกี่ยวกับยานพาหนะชะลอตัวลงระหว่างการล็อกดาวน์
เมื่อช่วงต้นปี 2021 แต่หลังจากที่มีการผ่อนคลายมาตรการจำกัด
การเดินทาง กลุ่มผู้ที่ต้องการเดินทางก็เริ่มกลับมาให้ความสนใจ
ในยานพาหนะทันที

การค้นหาเกี่ยวกับรถยนต์ในประเทศไทย
กลับมาสูงขึ้นทันทีที่มีการคลายล็อกดาวน์
โดยรถกระบะได้รับความนิยมมากที่สุด
จากผู้มีแนวโน้มที่จะซื้อรถยนต์⁶¹

การเติบโตของคำค้นหาหลังคลายมาตรการล็อกดาวน์

+27%

🔍 กระบะ

+17%

🔍 SUV

+9%

🔍 รถเก๋ง

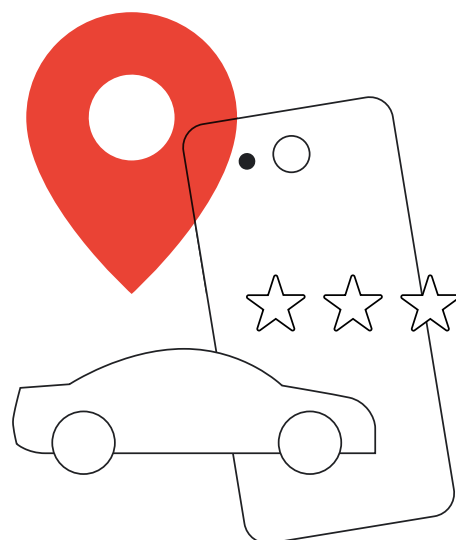




การค้นหา ตารางผ่อน
เพิ่มขึ้น 65% หลังคลายล็อกดาวน์
จากความต้องการของผู้ที่ชอบเดินทาง
ด้วยรถยนต์ส่วนตัว⁶²

+65%

คนไทยที่พร้อมจะซื้อรถยนต์คันใหม่
จะไปที่โชว์รูมใกล้เคียงเพื่อมองหา
โปรโมชั่น เห็นได้จากการค้นหา
ศูนย์ [ยี่ห้อรถยนต์] ใกล้ฉัน
ที่เพิ่มขึ้น 109% ในปี 2021



+109%



เคล็ดลับ

ใช้ Search เพื่อเข้าถึงลูกค้าได้มากขึ้น

Search คือช่องทางอันดับ 1 สำหรับผู้ที่กำลังค้นหาข้อมูลผลิตภัณฑ์ ซึ่งแบรนด์สามารถใช้ประโยชน์จาก [Google Ads extensions](#) เพื่อให้ข้อมูลเพิ่มเติมแก่ผู้ที่มีโอกาสเป็นลูกค้า ตัวอย่างเช่น แบนชื่อธุรกิจ ที่อยู่ และสถานที่บน Google Maps พร้อมกับโฆษณาบน Google ด้วย [location extensions](#) หรือใช้ [call extensions](#) เพื่อเชื่อมต่อโดยตรงกับผู้บริโภคเมื่อพวกเขาต้องการข้อมูลการบริการเพิ่มเติม



ศึกษากลยุทธ์การเพิ่มความสนใจในแบรนด์
จากความสำเร็จของฟอร์ด ประเทศไทย
และเครือข่ายตัวแทนจำหน่ายรถยนต์



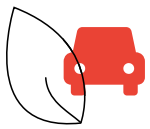
ปี 2021 [ฟอร์ด ประเทศไทย](#) ซึ่งเป็นผู้นำอุตสาหกรรมยานยนต์ ในด้านกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล ประสบความสำเร็จในการช่วยเครือข่ายตัวแทนจำหน่ายกว่า 25% หาลูกค้าใหม่ผ่าน Google Search ซึ่งนับเป็นส่วนหนึ่งของความพยายามที่จะผลักดันขีดความสามารถทางดิจิทัลให้กับพาร์ทเนอร์ที่เป็นตัวแทนจำหน่ายเหล่านี้



ยุคนรร วิเศษโกสิน

ประธานบอร์ด อาเซียน

“ความสนใจในแบรนด์ฟอร์ดในจังหวัดที่ตัวแทนจำหน่ายทำงานร่วมกับเรา เพิ่มขึ้นเป็นอย่างมาก เราพอใจกับความสำเร็จของเราในปี 2021 และหวังว่าจะขยาย Search coverage ให้ดียิ่งขึ้นในปี 2022”



ผู้บริโภคไทยพยายามหาความสมดุลระหว่างยานยนต์ที่ทนขึ้นชอบกับการรักษาสิ่งแวดล้อม โดยมีการศึกษาหาข้อมูลอย่างจริงจังเกี่ยวกับตัวเลือกต่างๆ ที่สร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม น้อยกว่าและมีความยั่งยืน

เราพบว่าการค้นหาเกี่ยวกับ

รถยนต์ไฟฟ้า

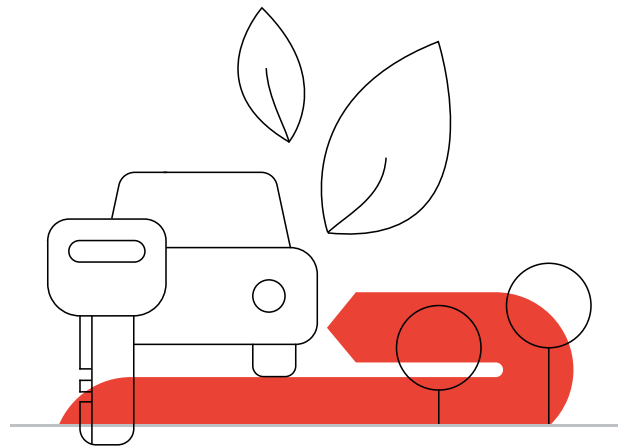
ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมาเพิ่มขึ้น 64%⁶³

รถยนต์ไฟฟ้า

+64%

ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่นอกหัวเมืองหลัก
กำลังให้ความสนใจกับความยั่งยืน
เพิ่มมากขึ้น โดยการค้นหาต่อคนสูงสุด
เกี่ยวกับ **รถยนต์ไฟฟ้า**
มาจากจังหวัดต่อไปนี้

ชัยภูมิ
สมุทรสงคราม
อุตรดิตถ์



การค้นหา **พลังงานสะอาด**
เพิ่มขึ้น 114%
เนื่องจากผู้บริโภคมองหาแบรนด์
ยานยนต์ที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมมากกว่า

+114%



ที่มา:

All Google Search data points included in this report are from Google Trends, Thailand, Sep 1, 2020 - Aug 31, 2021 vs. Sep 1, 2019 - Aug 31, 2020, unless indicated otherwise.

58. Google/Nielsen, 2021 Automotive Market Study, TH, 2021, n=400

59, 60. Google/Kantar, Gearshift 2021, TH, 2021, n=500

61, 62. Google Trends, TH, 1 Oct-31 Dec 2021 vs 1 Jul-30 Sep 2021

63. Google Trends, TH, 1 Sep 2020-31 Aug 2021 vs 1 Sep 2018-31 Aug 2019

Think with Google

2021

**YEAR IN
SEARCH**



Automotive





Automotive

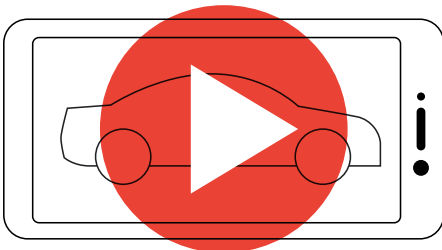
The lockdowns have had a major impact on Thailand's automotive sector.

Consumer interest in vehicles, however, continues to stay as strong as ever. As Thais spend more time online, they are more open to researching, evaluating and purchasing new vehicles using digital touchpoints. Eco-friendly vehicles, such as electric cars, are also seeing high search interest as consumers become more aware about the impact transport modes have on their personal carbon footprint and the environment.



Online channels have emerged as the preferred touchpoint for Thai consumers during the pandemic. They are, however, wary of being misled and savvy about their choices, relying on trustworthy touchpoints, using Search to fact-check claims, and engaging with brands that provide credible information along their purchase journey.

Car websites, YouTube videos, and news websites are seen as highly trusted sources of information for car buyers in Thailand:⁵⁸



Almost all new car buyers in Thailand turn to search engines and online video platforms to research before making a purchase.⁵⁹

trust in car websites

98%

trust in YouTube videos

97%

trust in news websites

96%

Product research

use search engines

98%

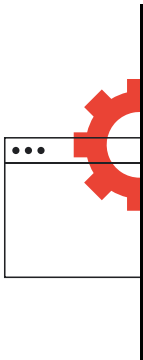
use online video platform

97%



In addition to using online channels for researching and evaluating product information, 91% of Thai car buyers will consider using an online channel for their future purchases.⁶⁰

91%



TIP

Get customers to choose your brand

Never miss an opportunity to make your brand more appealing to consumers. With [image extensions](#), three or more images can accompany your compelling text to give your text ad a more visual component. Automakers can also capture demand instantly with [lead form extensions](#). It allows potential buyers to directly send their contact information via a form from your ads on Search, YouTube, Discovery, and Display.



With national lockdowns and less travel, interest in personal vehicles showed slow growth at the start of the year. As restrictions ease, there is an increase in interest in vehicles among commuters who are looking for personal mobility.

Search interest in cars in Thailand picked up as soon as lockdown restrictions were lifted, with pickup trucks gaining the most attention from potential car buyers:⁶¹

Growth in search interest post-lockdown:

+27%



กระบะ

pickup truck

+17%



SUV

+9%



รถเก๋ง

sedan





We are seeing a 65% growth in search interest in **ตารางผ่อน** (installment plan) post lockdown, as consumers choose private cars as their preferred means of transport.⁶²

+65%

When they are ready to purchase a new car, Thais look for promotions at showrooms closeby. Search interest in **ศูนย์ [ยี่ห้อรถยนต์] ใกล้ฉัน** ([car brand] showrooms near me) grew by 109% this year.



+109%



TIP

Be more discoverable with Search

Search is the number 1 touchpoint for consumers seeking product information. Leverage [Google Ads extensions](#) to give additional information to your potential customers. Attach your business name, address and a map marker to your Google ads, with [location extensions](#). Or, use [call extensions](#) to directly connect with consumers when they need more service information.



How Ford Thailand and its dealer network successfully drove an uplift in brand interest

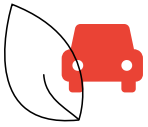


In 2021, [Ford Thailand](#), industry leader in digital first marketing strategy, successfully helped 25% of its dealer network to acquire new customers from Google Search as a part of its effort to drive greater digital capability among its dealer partners.

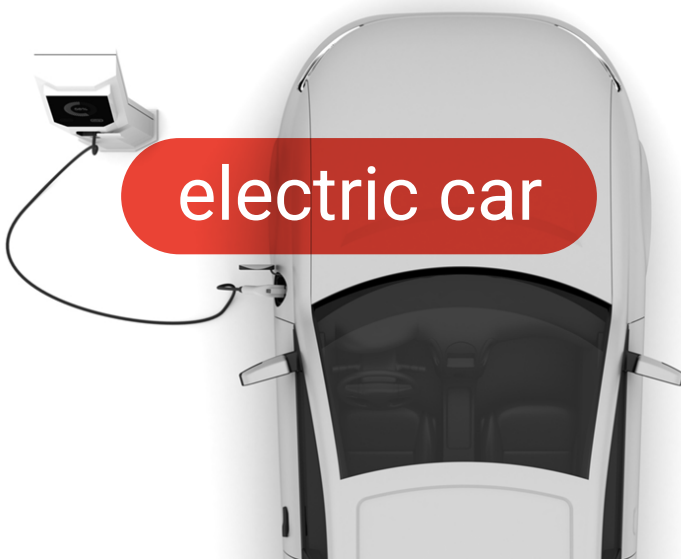


Yukontorn Wisadkosin
President of Ford ASEAN

“The provinces where dealers work together with us in driving search interest saw a significant increase in brand interest. We are very satisfied with what we have achieved in 2021 and look forward to expanding the coverage even further in 2022.”



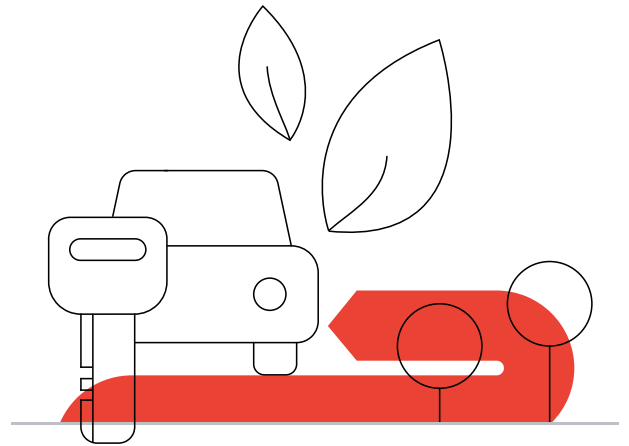
Thai consumers are looking for ways to balance their environmental concerns with their automotive choices. They are proactively researching alternatives that are sustainable and have a lesser impact on the environment.



We are seeing a 64% growth in search interest in topics related to **electric car** over the past 2 years.⁶³

+64%

Consumers in non-metropolitan provinces are getting more interested in sustainability, with the highest searches per capita for **electric car** coming from: **ชัยภูมิ (Chaiyaphum)**, **สมุทรสงคราม (Samut Songkhram)**, **อุตรดิตถ์ (Uttaradit)**



Search interest in **พลังงานสะอาด** (clean energy) grew by 114%, as consumers look for higher environmental consciousness in auto brands.

+114%



Sources:

All Google Search data points included in this report are from Google Trends, Thailand, Sep 1, 2020 - Aug 31, 2021 vs. Sep 1, 2019 - Aug 31, 2020, unless indicated otherwise.

58. Google/Nielsen, 2021 Automotive Market Study, TH, 2021, n=400

59, 60. Google/Kantar, Gearshift 2021, TH, 2021, n=500

61, 62. Google Trends, TH, 1 Oct-31 Dec 2021 vs 1 Jul-30 Sep 2021

63. Google Trends, TH, 1 Sep 2020-31 Aug 2021 vs 1 Sep 2018-31 Aug 2019