

การตลาดในรูปแบบใหม่
ที่รองรับการดำเนินธุรกิจ

ในยุค
NEW
NORMAL



สารบัญ

		หน้า
บทที่ 1	KNOW ● การตลาดในรูปแบบใหม่ที่รองรับการดำเนินธุรกิจในยุค New Normal	1
	เตรียมตัวให้พร้อมเพื่อเข้าสู่การตลาดในรูปแบบใหม่ที่รองรับการดำเนินธุรกิจในยุค New Normal	2
	จุดแข็งและข้อควรระวังของการตลาดในรูปแบบใหม่ที่รองรับการดำเนินธุรกิจในยุค New Normal	3
	หาสินค้าอะไรขายดี ???	4
	ค้นให้พบ ใครคือลูกค้าของเรา	5
บทที่ 2	HOW TO ● การตลาดในรูปแบบใหม่ที่รองรับการดำเนินธุรกิจในยุค New Normal	6
	วิธีการสร้างการตลาดในรูปแบบใหม่ที่รองรับการดำเนินธุรกิจในยุค New Normal	7
	เปิดร้านค้าออนไลน์ด้วยตัวเอง	7
	เช่าร้านค้าบน E-Marketplace	10
	เปิดร้านค้าบน E-Classified	13
	ขายออนไลน์ผ่าน Social Media	15
	การเตรียมตัวเพื่อสร้างช่องทางการขายแต่ละรูปแบบ	16
บทที่ 3	เทคนิคขั้นเทพสำหรับการตลาดในรูปแบบใหม่ที่รองรับการดำเนินธุรกิจในยุค New Normal ผ่าน Web Site	18
	เทคนิคการสร้างหน้าร้านออนไลน์เพื่อให้ลูกค้าต้องตาต้องใจ โดย โนน โนน อย่างนี้ ต้องซื้อ !!!	18
	เทคนิคขั้นเทพเพื่อสร้างร้านค้าออนไลน์ให้โดนใจลูกค้า	29
	เทคนิคขั้นเทพการโปรโมทร้านค้าออนไลน์ให้ ปัง!!!	49
บทที่ 4	อย่าตก落ตุณ!!! รู้จักการตลาดในรูปแบบใหม่ที่รองรับการดำเนินธุรกิจในยุค New Normal ผ่าน APP	53
	การตลาดออนไลน์ผ่าน APP	54
	สร้าง content ที่ดึงดูดใจผ่าน APP	55
	วิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้าที่มีต่อการใช้งานบน APP	57
	Mobile App สำหรับการตลาดในรูปแบบใหม่ที่รองรับการดำเนินธุรกิจในยุค New Normal ไม่มีไม่ได้จะแล่นนนนนนนนนนนน	59





สารบัญ (ต่อ)

		หน้า
บทที่ 5	การบริหารงานขายในรูปแบบใหม่ที่รองรับการดำเนินธุรกิจในยุค New Normal	61
	ปรับเปลี่ยนพฤติกรรม เลือกวิธีชำระเงินให้เหมาะสม	64
	เลือกวิธีการชำระเงินผิด ยอดขายสลายได้ !!!	64
บทที่ 6	การบริหารหลังร้านของการตลาดในรูปแบบใหม่ที่รองรับการดำเนินธุรกิจในยุค New Normal ก็สำคัญ	66
	การบริหารสต็อกสินค้า	66
	โปรดพังอีกครั้งหนึ่ง ขายของโดยไม่ต้องสต็อกสินค้า	67
	เทคนิคการส่งสินค้าให้ประทับใจให้ลูกค้า ได้รีวิวแบบรัว รัว	68
	วิธีการจัดส่งสินค้าแบบต่าง ๆ	71
	ติดตามสถานการณ์จัดส่ง	73
บทที่ 7	เคล็ดลับแต้มลับของการตลาดในรูปแบบใหม่ที่รองรับการดำเนินธุรกิจในยุค New Normal	76





บทที่ 1 KNOW • การตลาดในรูปแบบใหม่ ที่รองรับการดำเนินธุรกิจในยุค New Normal

เพื่อให้ SMEs ปรับตัวให้เข้ากับการตลาดในรูปแบบใหม่ที่รองรับการดำเนินธุรกิจในยุค New Normal ซึ่งพบว่ารูปแบบการตลาดได้เปลี่ยนไปจากเดิมซึ่งเป็นการตลาดแบบตัวต่อตัวไปเป็นการดำเนินการซื้อขายสินค้าและบริการด้วยสื่ออิเล็กทรอนิกส์ หรืออินเทอร์เน็ต พูดให้เข้าใจง่ายๆ คือการซื้อขายกันแบบออนไลน์นั่นเอง โดยการตลาดออนไลน์จะทำให้ SMEs มีหน้าร้านที่เปิดดำเนินการตลอดเวลา และสามารถขยายช่องทางการจำหน่ายออกไปได้ทั่วโลก ทำให้การดำเนินธุรกิจ เป็นไปได้อย่างรวดเร็ว ลดต้นทุนและกระบวนการดำเนินงานให้น้อยลง เพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าได้อย่างทั่วถึง ขยายตลาดได้กว้าง สามารถซื้อขายได้ทุกที่ ทุกเวลา

สำหรับผู้เริ่มต้นที่จะมีธุรกิจเป็นของตัวเอง ตลอดจนธุรกิจต่างๆ ที่ต้องการขยายกลุ่มเป้าหมาย การเพิ่มช่องทางการตลาดในรูปแบบการตลาดในรูปแบบใหม่ที่รองรับการดำเนินธุรกิจในยุค New Normal หรือขายของออนไลน์จะเป็นอีกทางเลือกหนึ่ง ที่จะเป็นช่องทางในการเพิ่มกลุ่มลูกค้าให้กว้างมากขึ้น





1.1 เตรียมตัวให้พร้อมเพื่อเข้าสู่การตลาดในรูปแบบใหม่ ที่รองรับการดำเนินธุรกิจในยุค New Normal

พร้อมก้าวเข้าสู่การค้าขายแบบออนไลน์ จะต้องเตรียมตัวอย่างไรบ้าง ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า ดังนั้นจึงควรใส่ใจขั้นตอนและรายละเอียดในการเตรียมตัวให้ดีก่อน เมื่อถึงเวลาเปิดร้านจริงแล้ว SMEs ก็จะสามารถสร้างความประทับใจลูกค้าและสร้างยอดขายได้อย่างน่าพอใจ โดยมีประเด็นหลักๆ ดังนี้

การกำหนดงบในการลงทุน

- SMEs ต้องรู้ก่อนว่าจะขายอะไร มันเป็นสิ่งแรกที่ต้องวางแผนงบการขายสินค้า เพราะจะเป็นตัวกำหนดเงินลงทุน และป้องกันการใช้งบบานปลาย

การหาสินค้ามาขาย

- การหาสินค้าที่จะนำมายืนสายรัดห้าชือได้จากหลายแหล่ง ทั้งนี้ราคาและคุณภาพอาจแตกต่างกันออกไป จึงควรลองพื้นที่สำรวจสินค้าเพื่อให้ได้สินค้าที่ดีตรงกับความต้องการลูกค้ามากที่สุด หรือหาก SMEs มีสินค้าอยู่แล้วก็สามารถนำสินค้าตัวเองมาลงขายแบบออนไลน์ได้

ช่องทางการขายสินค้า

- การเลือกช่องทางการขายสินค้าออนไลน์ ซึ่งมีทั้งลงขายแบบฟรีและมีค่าใช้จ่าย โดยต้องศึกษากลุ่มลูกค้าและการเข้าถึงให้ได้มากที่สุด

การติดต่อกับลูกค้า

- เมื่อขายสินค้าแล้วต้องหมั่นอัพเดตเว็บไซต์ให้มีความเคลื่อนไหวอยู่เสมอ และการติดต่อกับลูกค้าที่มีลูกค้าสอบถามมา ควรตอบอย่างทันท่วงที

การเก็บเงินและจัดส่งสินค้า

- ช่องทางการชำระเงินมีหลากหลายรูปแบบ เพื่อเพิ่มช่องทางให้กับลูกค้ามากขึ้น รวมถึงขั้นตอนวิธีการจัดส่งและค่าธรรมเนียมการจัดส่งควรระบุให้ชัดเจน

การบริการหลังการขาย

- การบริการหลังการขายที่ดี จะส่งผลให้ลูกค้ากลับมาอุดหนุน SMEs อีกในอนาคต ดังนั้นจึงควรให้ความสำคัญกับการใส่ใจลูกค้าและรับผิดชอบหากเกิดกรณีผิดพลาด





1.2 จุดแข็งและข้อควรระวังของการตลาดในรูปแบบใหม่ ที่รองรับการดำเนินธุรกิจในยุค New Normal

การค้าขายออนไลน์นั้นอาจมีทั้งประสบความสำเร็จ หรือขาดทุนก็ได้ เพราะมีทั้งจุดแข็งและข้อควรระวัง หาก SME บริหารจัดการไม่ดีก็อาจไปไม่遠ดี ซึ่งจุดแข็งและข้อควรระวัง ในการเปิดร้านออนไลน์พื้นที่สูบปี๊ดังนี้

จุดแข็ง

- ◆ ต้นทุนในการขายต่ำ ลดต้นทุนการเดินทาง
- ◆ สะดวกในการติดต่อ กับลูกค้า ง่ายต่อการประชาสัมพันธ์ เพียงมีอุปกรณ์สื่อสารที่สามารถเชื่อมโยงออนไลน์ได้
- ◆ ไม่ต้องจ้างผู้ช่วย สามารถทำได้โดย SMEs เอง ช่วยประหยัดต้นทุนด้านแรงงาน
- ◆ มีเครื่องมือสำรวจความคิดเห็นของลูกค้า ซึ่งส่งผลต่อ การปรับปรุงการสื่อสารกับลูกค้า
- ◆ ลูกค้าเข้าถึงได้ตลอดเวลา
- ◆ สามารถลงโฆษณา และขายได้ทั่วโลก และสามารถเลือกเจาะกลุ่มการโฆษณาไปยังลูกค้าเป้าหมายได้ง่าย
- ◆ ลดการต่อรอง
- ◆ ไม่จำเป็นต้องมีสต็อกสินค้า ก็สามารถสร้างร้านค้าขนาดใหญ่ได้



ข้อควรระวัง

- ◆ การแข่งขันสูง อาจโดนตัดราคาได้ง่าย
- ◆ ผู้ซื้อและผู้ขาย ต้องมีความรู้เรื่องออนไลน์
- ◆ ร้านค้าในอินเทอร์เน็ตมีหลายร้าน ยากต่อการค้นเจอ
- ◆ ต้องเสียค่าใช้จ่ายเพื่อปรับแต่งหน้าเว็บให้สวยงาม
- ◆ เสี่ยงต่อการถูกแฮก หรือแจ้งสแปมทำให้ร้านโดนปิด
- ◆ สินค้าจับต้องไม่ได้ หากลูกค้าได้รับสินค้าที่ไม่ตรงกับภาพอาจถูกใจตีได้
- ◆ การจัดส่งต้องใช้เวลาหลายวัน และลูกค้าจะต้องเสียค่าจัดส่งเพิ่ม



1.3 หาสินค้าอะไรขายดี???

ขายอะไรดี? มักจะเป็นคำถามแรกๆ สำหรับ SMEs ที่กำลังคิดอยาจจะหาสินค้าขาย โดยเริ่มนั้น อาจจะลองขายสินค้าที่ SMEs ชอบ หรือมีความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้าเป็นอย่างดีก่อน เพื่อจะได้แนะนำลูกค้าได้อย่างถูกต้อง และง่ายต่อการขายก็ได้ หรืออาจจะขายของที่จำเป็นต้องใช้ในชีวิตประจำวัน ยิ่งถ้าเป็นสินค้าที่ใช้แล้วหมดไปก็ดี เพราะลูกค้าจะได้กลับมาซื้อใหม่



โดยสินค้าที่นำมาขายนั้น หากเป็นสินค้าที่เหมือนๆ กัน ก็อาจจะทำให้มีคู่แข่งเยอะ ทำให้สินค้าขายได้ยาก ซึ่งจะต้องอาศัยการทำการตลาดอย่างหนัก ดังนั้นสินค้าที่ขายหากมีความแตกต่าง โดยเด่นไม่เหมือนใคร จะช่วยให้ขายได้ง่ายขึ้น เพราะมีคู่แข่งน้อย อาจจะสร้างเป็นแบรนด์ของตัวเอง เพื่อให้ลูกค้าจำจำตัวสินค้าของเราได้ หรืออาจจะทำแพ็คเกจที่สวยงามเพื่อเพิ่มมูลค่าให้สินค้า





1.4 ค้นให้พบ เครื่องลูกค้าของเรา

SMEs ต้องทราบก่อนว่าจะขายสินค้าให้ใคร ซึ่งจะแยกเป็นเพศ อายุ รายได้ที่เหมาะสมกับสินค้า นั่นๆ เช่น ขายเสื้อผ้าแฟชั่นผู้หญิง กลุ่มลูกค้าเป้าหมายควรจะเป็นผู้หญิง วัยรุ่น วัยทำงาน ไปจนถึงวัยกลางคน หรือขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้านที่กลุ่มเป้าหมายเป็นพ่อแม่หาง่ายและผู้หญิง เพื่อที่จะได้วางแผนโฆษณาให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด

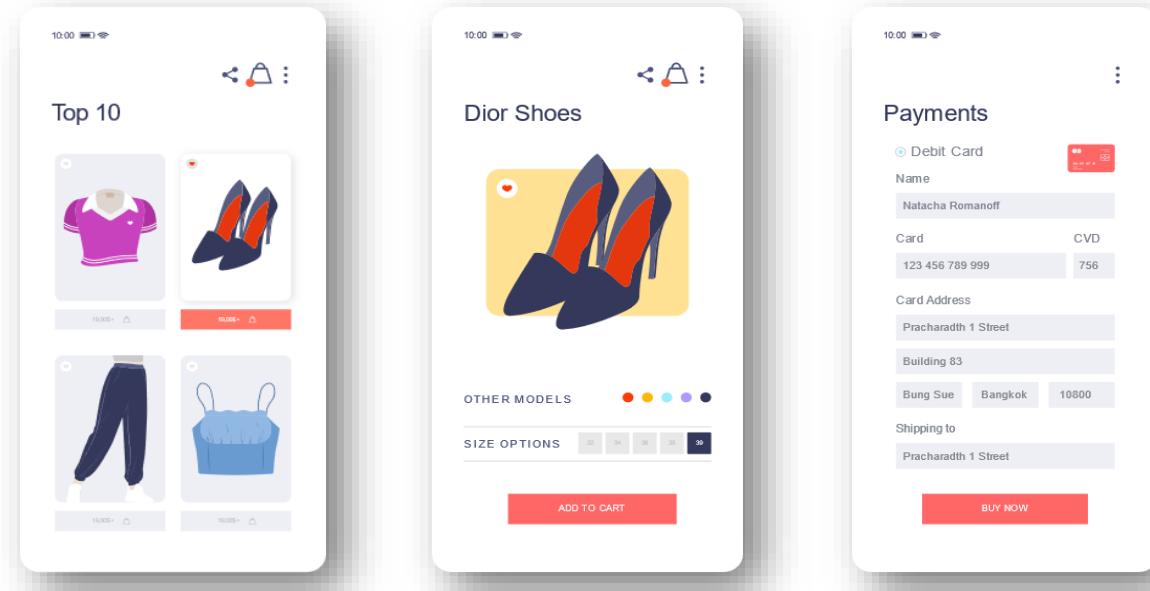
รักษาสินค้าที่ขายดี สามารถแนะนำรายละเอียดของตัวสินค้าได้

เข้าใจความต้องการของลูกค้า สามารถแนะนำสินค้าได้ตรงจุด

ทำไม่ลูกค้าต้องชื่อเรา

สร้างความเชื่อมั่นให้กับสินค้าและร้านค้า ถ้าเป็นร้านค้าก็จะต้องมีการจดทะเบียน พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กับกรมพัฒนาธุรกิจ การค้า หรือหากสินค้ามี อย. ก็ควรแสดงให้ลูกค้าเห็น

โปรโมทสินค้าผ่านสื่อต่างๆ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ร้านค้า มีการติดตามลูกค้า เพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์ และรักษาลูกค้าเดิมไว้อาจจะเป็นการให้ของสมนาคุณ กับลูกค้าประจำ ให้ลูกค้าร่วมกิจกรรมกับทางร้าน เพื่อรับของรางวัล เป็นต้น





บทที่ 2

HOW TO • การตลาดในรูปแบบใหม่ ที่รองรับการดำเนินธุรกิจในยุค New Normal

ก่อนจะหาสินค้ามาจำหน่าย ควรมีการศึกษาความต้องการของตลาดว่าสินค้าใดบ้างที่ขายง่าย ขายคล่อง จะได้ไม่เสียเงินลงทุนแล้วสินค้าไม่สามารถจำหน่ายได้ โดยสินค้าที่ได้รับความนิยมก็มีหลายประเภท สำหรับสินค้าออนไลน์ขายดีและเป็นที่นิยม สามารถสรุปได้มีดังนี้

- ◆ เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายแฟชั่น เครื่องประดับ
- ◆ เสื้อผ้าเด็กและของเล่น
- ◆ เครื่องสำอาง
- ◆ อาหารเสริมเพื่อสุขภาพ และความงาม
- ◆ อุปกรณ์มือถือ อุปกรณ์ไอที สินค้าอิเล็กทรอนิกส์
- ◆ เครื่องดูแลตัว
- ◆ สินค้าแฟนด์เมด
- ◆ อุปกรณ์แต่งบ้าน
- ◆ อุปกรณ์แต่งรถ

ตัวอย่างข้างต้นเป็นเพียงบางส่วนของสินค้าขายดี โดยส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องแฟชั่นและความสวยงาม โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าผู้หญิง และของใช้ในชีวิตประจำวันทั่วไป ซึ่งสินค้าก็ขึ้นอยู่กับความสนใจของผู้ขายเอง ด้วยว่าอยากรายงานขายสินค้าชนิดใด





2.1 วิธีการสร้างการตลาดในรูปแบบใหม่ที่รองรับการดำเนินธุรกิจในยุค New Normal

การขายในรูปแบบออนไลน์นั้น SMEs ไม่จำเป็นต้องมีหน้าร้านเป็นของตัวเองก็สามารถขายสินค้าได้ เพียงแค่มี platform สำหรับแสดงรูป รายละเอียดสินค้า และข้อมูลให้ติดต่อซื้อขาย เพียงเท่านี้ ก็สามารถประกาศขายสินค้าได้แล้ว โดยช่องทางการขายในรูปแบบออนไลน์ หรือ การตลาดในรูปแบบใหม่ที่รองรับการดำเนินธุรกิจในยุค New Normal สามารถทำได้ดังนี้

2.2 เปิดร้านค้าออนไลน์ด้วยตัวเอง

ปัจจุบัน SMEs จำเป็นต้องมีเว็บไซต์ของตนเองบนออนไลน์อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เพื่อไว้เป็นที่สำหรับเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและบริการต่างๆ ให้เป็นที่รู้จัก และสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้มากที่สุด ทั้งยังช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับธุรกิจได้อีกด้วย

ขั้นตอนการสร้างเว็บไซต์

- วางแผนงานและกำหนดเป้าหมายของเว็บไซต์** เช่น เนื้อหาที่ต้องใช้งบประมาณต่างๆ และกลุ่มลูกค้า เป้าหมาย เป็นต้น
- จดโดเมนเนม (Domain Name)** คือการจดทะเบียนชื่อเว็บไซต์ของคุณให้เป็น .com, .net, .in.th หรืออื่นๆ เพื่อให้จัดจำและนำໄไปใช้งานได้ง่าย โดยแต่ละชื่อก็จะมีความหมายต่างกัน ดังนี้

โดเมน	ย่อมาจาก	ความหมาย
.com	commercial	บริษัท องค์กร ที่เกี่ยวกับการค้า
.net	network	บริษัทที่ให้บริการด้านเครือข่าย
.org	organization	องค์กรที่ไม่หวังผลกำไร
.biz	business	องค์กร บริษัท ห้างหุ้นส่วน คล้ายกับ .com
.co.th	commercial in	บริษัทหรือองค์กรที่ประกอบธุรกิจในประเทศไทย
.in.th	individual in Thailand	บุคคลที่อยู่ในประเทศไทย





การตั้งชื่อโดเมนเนมที่ดี

- สั้นและจดจำได้ง่าย
- ควรตั้งชื่อให้ตรงกับสินค้าที่ขายหรือธุรกิจที่ทำอยู่
- ใช้ชื่อเป็นภาษาอังกฤษ หากต้องการตั้งชื่อเป็นภาษาไทยก็ใช้คำทับศัพท์ เป็นภาษาคราโต-เกะแทน
- หลีกเลี่ยงเครื่องหมายจีดกลาง - (Hyphen) ที่น่าห่วงค่า เพื่อให้ง่ายและป้องกันการพิมพ์ชื่อเว็บไซต์ผิดเพราะส่วนใหญ่จะนิยมพิมพ์ติดกัน

3. เข้าเว็บโฮสติ้ง (Web Hosting) คือบริการให้เช่าพื้นที่เก็บข้อมูลของเว็บไซต์
4. ออกแบบเว็บไซต์ คือการออกแบบโครงสร้างเว็บไซต์ ออกแบบบุ่มแนวเก๋นภายนอกเว็บไซต์ และการออกแบบหน้าเว็บเพื่อต่างๆ
5. สร้างและทดสอบการใช้งาน ภาษาที่ใช้ในการสร้างหน้าเว็บเรียกว่า HTML แต่ส่วนใหญ่จะไม่ได้เขียนคำสั่ง HTML โดยตรง อาจเลือกใช้โปรแกรมสำหรับสร้างและออกแบบเว็บไซต์แทน เช่น Dreamweaver, Joomla เป็นต้น
6. ประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ให้เป็นที่รู้จัก หลังจากสร้างเว็บไซต์แล้วจะต้องมีการโฆษณาหรือโปรโมทเพื่อเผยแพร่เว็บไซต์
7. ดูแล และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เว็บไซต์นั้นจะต้องมีการอัปเดทข้อมูลอยู่เสมอ เพื่อให้ข้อมูลที่แสดงอยู่เป็นปัจจุบัน

จะเห็นได้ว่าการสร้างเว็บไซต์นั้นมีขั้นตอนอยู่พอสมควร หาก SME มีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการทำเว็บไซต์อยู่บ้าง มีเวลาพออาจจะลองสร้างเองก็ได้ เพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย แต่ถ้าต้องการความสะดวกและรวดเร็ว อาจจะจ้าง Freelance รับทำเว็บไซต์ หรือบริษัทรับทำเว็บไซต์ก็ได้ ซึ่งในการเปิดเว็บไซต์เองจะต้องเสียค่าจดโดเมนเนม ค่าเช่าพื้นที่ Web Hosting และค่าจัดทำเว็บไซต์ด้วย

โปรแกรมสร้างเว็บสำเร็จรูป (CMS)

CMS ย่อมาจาก Content Management System เป็นโปรแกรมสร้างเว็บไซต์สำเร็จรูป ซึ่งสามารถดาวน์โหลดมาใช้งานได้ฟรี ซึ่งมีอยู่หลายโปรแกรม และหลายรูปแบบที่เป็นที่รู้จัก เช่น Wordpress, Joomla, Opencart, Magento, Drupal, Prestashop เป็นต้น ซึ่งแต่ละโปรแกรมก็จะมีจุดประสงค์และรองรับการใช้งานที่แตกต่างกันไป ดังตัวอย่างต่อไปนี้



WordPress เป็น CMS ยอดนิยมที่ว่าโลกเหมาะสมกับเว็บไซต์ บทความทั่วไป (Blog) การอัปเดทข้อมูลข่าวสารต่างๆ ทำได้ง่าย





Joomla เป็น CMS ยอดนิยมอีกตัว จุดเด่น คือ มีความยืดหยุ่น การจัดการ Module หรือการย้ายตำแหน่งส่วนต่างๆ ของเว็บไซต์ เป็นไปได้อย่างอิสระ

Drupal เป็น CMS ที่ได้รับความนิยมในด้านจัดการเนื้อหาเว็บไซต์ พวกรีบ Community หรือเว็บหนังสือพิมพ์ต่างๆ ด้วยระบบที่ ยืดหยุ่นในด้านการจัดการเนื้อหาอย่างละเอียด อย่างไรก็ตามการใช้งานก็ค่อนข้างยาก จึงไม่ค่อยเป็นที่นิยมมากนัก

Opencart เป็น CMS ที่เหมาะสมกับการทำเว็บขายของมากที่สุด เพราะใช้งานง่าย เป็น CMS ที่เกิดมาเพื่อรับรับเว็บขายของ โดยเฉพาะ

Prestashop เป็นอีก CMS สำหรับสร้างเว็บขายของ แต่ใช้งานกว่า Opencart

Magento เป็น CMS ที่นิยมใช้กันมาก มีระบบที่ครอบคลุมงาน ด้านการซื้อขายทั้งหมด รูปแบบเว็บไซต์เรียบหรู แต่การใช้งาน ก็ค่อนข้างยากและยังไม่รองรับภาษาไทยเท่าที่ควร ทำให้ยังไม่ค่อยได้รับความนิยมในไทยมากนัก

สำหรับผู้ที่สนใจอยากจะลองสร้างเว็บร้านค้าออนไลน์ด้วยตัวเอง แต่ยังไม่ค่อย มีความรู้เรื่องเขียน โปรแกรม ก็สามารถหาดาวน์โหลด CMS เหล่านี้มาใช้งาน หรือหาผู้ให้บริการที่เตรียมระบบ CMS เหล่านี้ไว้ เรียบร้อยแล้ว เพียงแต่ใส่ข้อมูลของ SMEs เข้าไปก็ได้

สิ่งที่ต้องเตรียมสำหรับสร้างเว็บ CMS

1. โปรแกรมฐานข้อมูลที่จะใช้ เช่น MySQL, PostgreSQL, MS Access, MS SQL Server, Oracle สำหรับเก็บข้อมูลของ CMS
2. เครื่องเว็บเซิร์ฟเวอร์ที่ต้องการนำระบบไปติดตั้ง เช่น Windows Server, Unix หรือ Linux Server (Linux, BSD, Solaris, Ubuntu และอื่นๆ)

วิธีการติดตั้ง CMS

เป็นขั้นตอนคร่าวๆ ที่ทุกๆ CMS จะต้องดำเนินการหลังจากดาวน์โหลดไฟล์สำหรับติดตั้งเรียบร้อยแล้ว มีขั้นตอนดังนี้

1. อัปโหลดไฟล์ CMS ขึ้น Server
2. เปิด Browser เพื่อตั้งค่าการใช้งานของ CMS
3. ตั้งค่าระบบการจัดการหลังบ้าน (Backend) ต่างๆ เช่น username ของ admin เป็นต้น
4. ทดลองสร้างเว็บไซต์ด้วย CMS





จุดแข็ง	ข้อควรระวัง
<ol style="list-style-type: none">ผู้ใช้งานไม่จำเป็นต้องมีความรู้เรื่องการทำเว็บไซต์ทั้งหมดไม่เสียเวลาในการพัฒนาเว็บไซต์ ไม่เสียเงินจำนวนมากง่ายต่อการดูแล เพราะมีระบบจัดการทุกอย่างให้หมดมีระบบจัดการที่สามารถทำมาได้เพิ่มเติมมากมาย เช่น ระบบแกลอรี่สามารถเปลี่ยนหน้าตาเว็บไซต์ได้ง่ายๆ เพียงแค่ โหลดธีม (Theme) ของ CMS นั้นๆ	<ol style="list-style-type: none">ในกรณีที่ผู้ใช้ต้องการออกแบบชิม (หน้าตาของเว็บ) เอง จะต้องใช้ความรู้มากกว่าปกติ เนื่องจาก CMS มีหลายๆ ระบบมาร่วมกันทำให้เกิดความยุ่งยาก สำหรับผู้ที่ไม่มีความรู้ผู้ใช้จะต้องศึกษาระบบ CMS ที่ผู้พัฒนาสร้างขึ้นมา เช่น จะต้องใส่ข้อมูลลงตรงไหน จะต้องแทรกภาพอย่างไร ซึ่งจะลำบากเพียงแค่ช่วงแรกเท่านั้นในการใช้งานจริงนั้นจะมีความยุ่งยากในการติดตั้งครั้งแรกกับเครื่องเซิร์ฟเวอร์ (server) และปัจจุบันก็มีผู้ให้บริการเว็บเซิร์ฟเวอร์ที่บริการติดตั้งระบบ CMS ให้ฟรีๆ โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย

2.3 เช่าร้านค้าบน E-Marketplace

E-Marketplace หรือห้างสรรพสินค้าออนไลน์ เป็น platform ออนไลน์ที่ทำหน้าที่เหมือนตลาดกลางรวบรวมสินค้าและร้านค้าหรือบริษัทต่างๆ ที่สามารถเข้ามาร่วมทำการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างกัน SMEs สามารถขายสินค้าโดยไม่ต้องผ่านตัวแทนจำหน่ายได้ ซึ่งจะเป็นการเพิ่มโอกาสขยายฐานลูกค้าไปได้ทั่วโลก สำหรับบริการต่างๆ ใน E-Marketplace หลักๆ จะประกอบด้วย

- ◆ **บริการสารบัญธุรกิจ** รวบรวมรายชื่อของธุรกิจแบ่งเป็นประเภทต่างๆ เพื่อให้สามารถเข้ามาค้นหาธุรกิจ หรือสินค้าที่ต้องการได้ง่าย
- ◆ **บริการแคมเปญสินค้าออนไลน์** แสดงรายการสินค้าแบ่งตามหมวดหมู่สินค้า
- ◆ **บริการประกาศซื้อขายสินค้าและบริการ** หรือประกาศความต้องการของธุรกิจ
- ◆ **บริการจัดทำเว็บไซต์สำเร็จรูป** โดย SMEs สามารถสร้างเว็บไซต์สำหรับขายสินค้าผ่านบริการเว็บไซต์สำเร็จรูปได้ ซึ่งเว็บไซต์ที่สร้างแล้วจะถูกรวบรวมและแยกหมวดหมู่ไว้ในรายชื่อธุรกิจภายในเว็บไซต์นี้ให้ด้วย โดยจะต้องลงทะเบียนกับทางเว็บไซต์เพื่อขอเปิดร้านออนไลน์ จะมีแพ็คเกจให้เลือกทั้งแบบฟรี และคิดค่าบริการซึ่งอยู่กับแพ็คเกจที่เลือก เพียงเท่านี้ SMEs ก็สามารถเปิดเว็บไซต์ขายของ ออนไลน์ได้โดยที่ไม่ต้องมีความรู้เรื่องการสร้างเว็บไซต์มาก่อนก็ได้





E-Marketplace นับว่าเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่หลาย ๆ ร้านค้าเข้ามาย้ายแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างกัน เป็นจำนวนมาก ซึ่งการนำข้อมูลร้านค้าหรือธุรกิจของ SMEs มาลงไว้ในเว็บไซต์เหล่านี้ จะเป็นการเพิ่มโอกาสในการพบปะลูกค้าได้ทั่วโลก ทำการค้าขายระหว่างกันได้ง่าย นอกจากเว็บไซต์ที่ให้บริการของไทยแล้วยังมี เว็บไซต์ในต่างประเทศที่ดังๆ เช่น Shopee, Lazada, amazon.com, ebay.com, alibaba.com, taobao.com เป็นต้น ซึ่งเป็นอีกช่องทางในการซื้อขายสินค้าต่างๆ ได้มากขึ้น และสามารถขยายฐานธุรกิจให้เป็นทั่วโลกได้

นอกจากจะเป็นตลาดกลางสำหรับซื้อขายสินค้าทั่วไปแล้ว ยังมีเว็บ E-Marketplace ที่ให้บริการเป็น ตลาดกลางสำหรับซื้อขายสินค้าเฉพาะด้าน เป็นแหล่งรวบรวมข้อมูล ของธุรกิjinด้านนั้นๆ เช่น ตลาดกลาง ขายของมือสอง ตลาดกลางขายอุปกรณ์ อิเล็กทรอนิกส์ ตลาดกลางซื้อขายสินค้าอุปโภค เป็นต้น

การใช้บริการของ e-Marketplace เหล่านี้ จะช่วยขยายโอกาสในการติดต่อซื้อขายสินค้า โดยที่ผู้ซื้อ และผู้ขายสามารถเข้ามาเลือกหาสินค้าที่ต้องการได้ง่าย สะดวกในการเปรียบเทียบข้อมูลของสินค้าและทราบ ผลตอบแทนในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ รวมถึงบุคลากรในการดำเนินงานต่างๆ

ตัวอย่างการสร้างเว็บไซตร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูป

ในส่วนนี้จะแนะนำวิธีการสร้างเว็บไซต์สำเร็จรูป โดยจะยกตัวอย่างการสร้างเว็บไซตร้านค้าออนไลน์ ฟรีกับ www.lnwshop.com ซึ่งมีขั้นตอนดังนี้

The screenshot shows the LnwShop website builder interface. At the top, there's a blue header with the LnwShop logo, search bar, and various menu options like 'เข้าสู่ระบบ', 'สมัครสมาชิก', 'ร้านค้าใหม่', 'ล็อกอินเดลี่', and 'ເປົ້າລັບຄົນສີ'. Below the header, there's a large promotional banner with the text 'ขายได้ทุกช่องทาง' and 'จัดการง่ายผ่านแพลช์อป'. The main content area features a 'Buy Now' button, social media icons for Google, Facebook, LINE, Lazada, and Instagram, and illustrations of people using laptops. A sub-menu on the right side includes 'สมัครสมาชิก (ฟรี)', 'เข้าสู่ระบบ', 'ເປົ້າສູ່ຮັບສິນ', and links to 'lnwshop.com' and 'lnw.shop'. The bottom of the screen shows a decorative footer with various icons related to e-commerce.





1. เปิด www.lnwshop.com และ กดหรือคลิก เปิดร้านค้าฟรี
2. หากยังไม่ได้ Login เข้าสู่ระบบ จะเห็นหน้าต่าง เข้าสู่ระบบ lnwshop ก่อน หรือถ้ายังไม่ได้เป็นสมาชิก จะต้องสมัครสมาชิกก่อน
3. เมื่อเข้าสู่ระบบเรียบร้อยแล้ว จะเข้าสู่ STEP 1 ของการเปิดร้านโดยให้กรอกข้อมูล และ รายละเอียดของร้านให้ครบถ้วน เป็นการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับร้านได้มากยิ่งขึ้น
4. เมื่อเรียบร้อยแล้วให้ กด หรือ คลิก ขั้นตอนเปิดร้านดังไป
5. STEP 2 ให้เลือกรูปแบบเว็บไซต์ (Template) ของร้านค้า SMEs ซึ่งมีให้เลือกมากมายโดยคลิก เลือกรูปแบบนี้ ตามลำดับรูปแบบที่ต้องการ
6. STEP 3 ให้ตรวจสอบรายละเอียดข้อมูลและรูปแบบเว็บไซต์ร้านค้าของ SMEs พร้อมอ่าน ข้อตกลงการใช้งานในการใช้ร้านค้าออนไลน์จากนั้นให้ คลิก เปิดร้านค้าออนไลน์
7. สิ้นสุดการเปิดร้านค้า SMEs สามารถเข้าไปที่หน้าร้านค้าเพื่อปรับแต่งหน้าร้าน หรือจัดการหลังร้านได้ทันที

The image consists of four screenshots illustrating the process of opening a free LnwShop store:

- Screenshot 1: Step 1 - Enter Store Information**: Shows the initial form to enter store details like name, address, and contact information. It includes sections for store type (FREE), logo upload, and social media links.
- Screenshot 2: Step 2 - Choose Template**: Shows the selection of a store template. One template is highlighted: "ร้านค้าเดียวอย่าง" (Single-store shop) with a "PRESTIGE" theme.
- Screenshot 3: Step 3 - Read Terms and Conditions**: Shows the terms and conditions page for the selected template. It includes a summary of the store's name, address, and operating hours.
- Screenshot 4: Step 4 - Final Step**: Shows the final step where the user confirms they have read the terms and conditions and agrees to them. A large blue button labeled "ตกลง" (Agree) is visible.





สำหรับผู้เริ่มต้น แนะนำให้ใช้บริการสร้างเว็บไซต์ร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูป ก่อน เพื่อประหยัดค่าใช้จ่ายซึ่งมีเว็บไซต์ที่ให้บริการอยู่เป็นจำนวนมาก เมื่อธุรกิจขยายใหญ่ขึ้นหรือมีเงินทุนมากพอค่อยลงทุนสร้างเว็บไซต์ของตัวเองขึ้นมาเพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับธุรกิจ นอกจากบริการสร้างเว็บไซต์สำเร็จรูปแล้ว เว็บไซต์เหล่านี้ยังมีบริการอื่นๆ ให้เลือกใช้ เช่น บริการออกแบบเว็บไซต์ จดโดเมนเนมและเซิร์ฟเวอร์ไซต์ให้ ทำ SEO โปรแกรมให้เว็บไซต์ติดอันดับใน Search Engine เป็นต้น

2.4 เปิดร้านค้าบน E-Classified

E-Classified เป็นเว็บไซต์ที่ให้บริการลงประกาศซื้อขายสินค้า โดยจะแบ่งหมวดหมู่สินค้าไว้ให้แล้ว สามารถเลือกหมวดที่ต้องการแล้วเข้าไปประกาศซื้อขายได้โดยตรง เช่น www kaidee com ที่ให้บริการประกาศซื้อขายได้แบบฟรีๆ ไม่จำเป็นต้องมีเว็บไซต์ของตัวเองก็ขายได้

ข้อดี ของการขายบนเว็บ E-Classified คือ เป็นการประกาศซื้อขายโดยตรงระหว่างผู้บริโภค ซึ่งอาจจะมีสินค้าไม่กี่ชนิด สามารถเริ่มต้นได้ง่ายทันที ที่สำคัญ คือ ฟรี ส่วนข้อเสียคือไม่เหมาะสมกับผู้ที่มีสินค้าเป็นจำนวนมากๆ นั่นเอง

The screenshot shows the Kaidee website interface. At the top, there's a search bar with placeholder text 'คุณกำลังมองหาอะไรอยู่?' and a 'KD Pay' button. Below the header, there's a large banner for 'KD Pay มั่นใจได้ทุกการซื้อ' and another for 'ช้อปปออนไลน์ แล้วได้ของไม่ตรงปก'. The main content area displays several classified ads for mobile phones, such as 'Realme C17' and 'iPhone 12 Pro Max'. On the left, there's a sidebar with filters for 'โทรศัพท์ มือสอง' and a list of brands including iPhone, Samsung, AIS, ASUS, BlackBerry, and dtac. The bottom of the page features a decorative footer with various icons related to e-commerce and technology.





ฝากขายผ่าน Web Classified

เว็บ Classified นั้น ผู้ประกาศขายสินค้าไม่จำเป็นต้องมีเว็บไซต์เป็นของตัวเองเลย เพียงใช้เว็บเหล่านี้ เป็นช่องทางในการประกาศซื้อขายสินค้า พร้อมระบุราคา รูปสินค้า และที่อยู่ สถานที่ติดต่อ ให้ครบถ้วน เพียงเท่านี้ก็สามารถทำการซื้อขายได้แล้ว

การโพสต์ขายตามเว็บ Classified ต่างๆ นั้น จะช่วยให้สามารถเข้าถึงลูกค้าได้ตรงกลุ่มเนื่องจาก เว็บไซต์ได้แบ่งหมวดหมู่ในการค้นหาสินค้าเอาไว้ให้แล้ว หากมีคนสนใจหมวดไหนก็จะคลิกเข้าไปหาตามหมวด ที่ต้องการ นอกจากนี้หาก SME หรือผู้ประกอบการติดต่อมา เนื่องจาก Facebook หรืออื่นๆ ก็สามารถ ใส่ลิงค์ร้านค้าเข้าไปเพื่อเป็นการโปรโมทร้านได้อีกด้วย ซึ่งส่วนใหญ่เว็บไซต์เหล่านี้จะมีผู้เข้าชมเป็นจำนวนมาก ข้อความที่ลงประกาศควรใช้ข้อความที่น่าสนใจและดึงดูดให้คนอยากรีบเข้าไปดู แต่ก็ให้อยู่บนพื้นฐานความ เป็นจริงและความเข้าไปอัพเดทข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้โพสต์อยู่ในอันดับต้นๆ ของการค้นหา ซึ่งก็จะเป็น โอกาสที่จะช่วยเพิ่มยอดขายได้

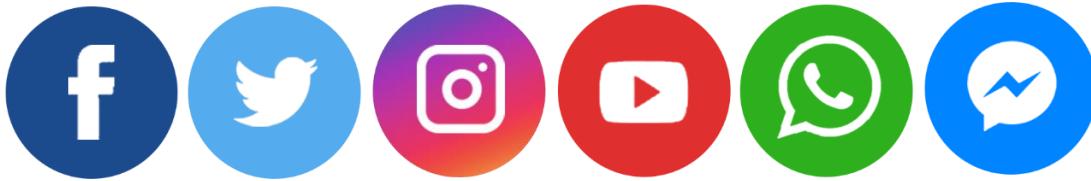
สำหรับเว็บ Classified ของไทยที่ให้บริการประกาศซื้อขายสินค้ามีอยู่หลาย家 เว็บไซต์ โดยบาง เว็บไซต์อาจจะต้องสมัครเป็นสมาชิกภายในเว็บไซต์ก่อนถึงจะสามารถลงประกาศได้

The image displays three screenshots of classified websites, each enclosed in a dashed blue border:

- simple**: A platform designed for the food & beverage industry. It features a main banner with the text "One Platform. Endless Opportunity." and a sub-banner for "Advert Smile". The interface includes sections for Restaurants, Groups & Chains, Distributors, and Manufacturers.
- classified.marketbiz.com**: A general classified website. It shows a search bar, a sidebar with categories like Ads & Jobs, and a main content area with various classified ads.
- advert smile**: A classified portal. It has a large banner with "Best Classifieds Portal!" and "Here you will sell quickly and find things easy!". The interface includes a search bar, social media links, and a sidebar with categories like Cars & Parts, Books & Media, and Electronics.



2.5 ขายออนไลน์ผ่าน Social Media



การใช้งานสื่อ Social Media ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น Facebook, Twitter, Instagram, Line หรือ YouTube เข้ามายังเพิ่มช่องทางการขายและการตลาด เนื่องจากสื่อเหล่านี้สามารถเข้าถึงคนจำนวนมากได้ ง่ายและรวดเร็ว สามารถโต้ตอบระหว่างกันได้ทันทีเพียงแค่กดปุ่ม Like หรือ Share ก็สามารถเผยแพร่ข้อมูล ต่อไปได้ไม่สิ้นสุด นับเป็นเครื่องมือที่คุ้มค่าและช่วยประหยัดต้นทุนได้มาก เพราะมีผู้ใช้งานเป็นจำนวนมากและ เพิ่มจำนวนขึ้นเรื่อยๆ ดังนั้นการลงโฆษณาผ่านสื่อประเภทนี้จะสามารถพานายตามาได้มาก นอกจากการกด Like หรือ Share และการโพสต์ข้อความต่างๆ รูปถ่าย วิดีโอ ที่เป็นประโยชน์ต่อ ran ค่าอย่างสม่ำเสมอ ก็จะ ช่วยทำให้มียอดขายเพิ่มขึ้นได้

A Facebook post from the page "Tip Insurance" (tipinsurance) featuring a promotional graphic for a COVID-19 insurance product. The graphic has a blue background with white and red text. It reads: "TIP ห่วงไทย สู้ภัยโควิด พรี ประกันแพ้วัคซีน 1,000,000 บาท". Below this, it says "คุ้มครองคนไทยคนละ 100,000 บาท" and "ลงทุนเบี้ยนรับสิทธิตั้งแต่ 1 พ.ค. 64 – 31 พ.ค. 64". It includes a QR code and the website "ได้ที่นี่ www.TipInsure.com". The post has 17 likes and 1 comment. The comment is a link to a news article about the product.

 หน้าแรก	 bakingnow-: บีคดรอบแล็วค่า 🎂 @bakingnow2 ที่ 22 เม.ย. บันโภทที่เข้าไปเป็นของร้องขอให้เมืองเดอ เติร์ราโน่ได้รับความช่วยเหลือที่กับศุนย์แล็ค 😊⭐	 ก้าลังสีดตาม
 สำหรับ	 baking now ร้านหวานนี่สาขา 2 ที่จัดจ้านที่สุดในย่านนี้เลย่อ่างมา Państwowa 1) เปิดให้บริการใหม่แล้วค่า	
 แจ้งเตือน	สามารถพูดอัวใจทาง dm ได้แล้ววันนี้ จนถึงวันอั้นหรือที่ 26 เม.ย. ค่า ✨	
 ข้อความ	#เบเกอรี่นานาชาติ	
 บุคคลสำคัญ		
 รายชื่อ		
 ข้อมูลส่วนตัว		
 เผิ่มเติม		
หน้าแรก		





แต่อย่างไรก็ตามแต่ละ Social Media นั้น ล้วนมีข้อจำกัดของตัวเอง และมีความน่าเชื่อถือต่ำกว่าการมีเว็บไซต์ที่จดทะเบียนอย่างถูกต้อง ซึ่งสามารถตรวจสอบการมีตัวตนของร้านค้าได้ ดังนั้นควรจะมีทั้งเว็บไซต์ร้านค้า และสื่อ Social Media ของร้านไว้ด้วย เพื่อเป็นช่องทางในการตลาดควบคู่กับเว็บไซต์หลักเพื่อการที่มีผู้ชุมเข้ามาดูหรือมากด Like นั้น ก็ไม่ได้มายความว่าทุกคนจะเข้ามาซื้อสินค้าเสมอไป ผู้ขายเองควรจะเข้าใจการทำงานของแต่ละโปรแกรมเพื่อให้สามารถนำมาใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพและตรงกับกลุ่มเป้าหมายอย่างแท้จริง นอกจากนี้อาจจะนำเทคนิคการขายต่างๆ เช่น การลดราคา จัดโปรโมชั่นในเทศกาลต่างๆ เพื่อดึงดูดให้ลูกค้าอยากรู้สึกช้อปสินค้าด้วย และที่สำคัญควรใส่ใจกับคุณภาพของสินค้าที่ขายและการบริการอย่างตรงไปตรงมา เพียงเท่านี้ SME ก็จะสามารถเรียกลูกค้าให้กลับมาซื้อสินค้าได้อีกแน่นอน

2.6 การเตรียมตัวเพื่อสร้างช่องทางการขายแต่ละรูปแบบ

สิ่งที่จะต้องเตรียมให้พร้อมในการเปิดร้านค้าออนไลน์ นอกจากตัวสินค้าที่จะขายแล้ว ยังจะต้องเตรียมสิ่งเหล่านี้ด้วย

1. ข้อมูลสร้างเว็บไซต์

- ◆ กำหนดชื่อเว็บไซต์ของร้านค้าออนไลน์
- ◆ จดชื่อโดเมนเนม เลือกโดเมนเนมให้เหมาะสมกับประเภทของธุรกิจ
- ◆ เช่าเว็บไซต์ ควรเลือกผู้ให้บริการที่มีความน่าเชื่อถือและเลือกบริการเว็บไซต์ให้เหมาะสมกับขนาดของข้อมูลและความจำเป็นในการใช้งานมีระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูล มีพื้นที่ในการจัดเก็บเพียงพอปริมาณข้อมูลและความเร็วที่รับ-ส่งไม่จำกัดจนเกินไป รวมทั้งมีการสำรองข้อมูลในกรณีที่เกิดความผิดพลาดของระบบด้วย

2. ข้อมูลสร้างเว็บไซต์

- ◆ ชื่อ ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ ไว้สำหรับติดต่อกับลูกค้าและแสดงให้เห็นว่ามีตัวตนอยู่จริง
- ◆ อีเมลสำหรับติดต่อ หรือ Social Media ต่างๆ ที่ให้ลูกค้าสามารถติดต่อกับร้านค้าได้

3. ข้อมูลธุรกิจ

- ◆ การสั่งซื้อสินค้า ระบุวิธีการสั่งซื้อให้ชัดเจน ควรให้ง่ายและสะดวกแก่ผู้ใช้ โดยอาจจะทำเป็นระบบตั้งร้าสินค้า หรืออาจจะเป็นการสั่งซื้อทางอีเมล หรือมีแบบฟอร์มการสั่งซื้อเพื่ออำนวยความสะดวกให้ลูกค้าได้
- ◆ การชำระเงิน ควรให้มีระบบการชำระเงินที่หลากหลาย รองรับการใช้งานได้ครอบคลุมกับกลุ่มลูกค้าได้มากที่สุด ไม่ว่าจะเป็นการโอนเงิน การจ่ายเงินผ่านบัตรเครดิตหรือบัตรชำระเงินต่างๆ เป็นต้น





- ◆ การจัดส่งสินค้า ควรเลือกการขนส่งที่เป็นมาตรฐาน เนื่องจากธุรกิจสามารถตรวจสอบสถานะของสินค้าได้ และถึงมือลูกค้าอย่างปลอดภัย
- ◆ การให้บริการหลังการขาย เป็นอีกปัจจัยที่มีผลต่อการขาย เป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจกับลูกค้า เพื่อรักษาให้ลูกค้ามีความไว้วางใจและอยากร่วมเป็นลูกค้าต่อไป

4. **รายละเอียดและรูปสินค้า** ควรอธิบายข้อมูลของสินค้าให้ครบถ้วน เช่น สี ขนาด ราคา นอกจากนี้รูปตัวอย่างสินค้าที่แสดงถึงควรจะปรับให้ดูสวยงามแต่ไม่เกินจริง เพื่อเป็นตัวช่วยในการตัดสินใจของลูกค้าได้ง่ายขึ้น

5. ข้อมูลสำหรับทำธุกรรมทางการเงิน

- ◆ เลขที่บัญชีธนาคาร สำหรับให้ลูกค้าโอนเงินเข้าเมื่อมีการสั่งซื้อสินค้า ซึ่งควรจะเปิดบัญชีไว้มากกว่า 1 ธนาคารหรือใช้พร้อมเพย์ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าได้
- ◆ บัตรเครดิต ไว้สำหรับหักบัญชีในกรณีการทำธุกรรมการชำระเงิน ผ่านบัญชีต่างๆ เช่น Paypal, Paysbuy หรืออื่นๆ



6. **รายละเอียดและรูปสินค้า** เลือกรูปแบบการสร้างร้านค้าออนไลน์ โดยเลือกว่าจะสร้างร้านค้าออนไลน์ในรูปแบบใด เช่น สร้างเว็บไซต์เอง จ้างคนทำเว็บไซต์ สร้างเว็บสำเร็จรูปจากผู้ให้บริการต่างๆ โดยพิจารณาเงินลงทุนและขนาดของธุรกิจด้วย

7. **ช่องทางทำการตลาด ขาย โฆษณา ประชาสัมพันธ์** ไม่ว่าจะเป็นการทำ SEO (จะอธิบายรายละเอียดในบทต่อไป) การใช้สื่อ Social Media การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายต่างๆ ซึ่งควรจะมีการสำรวจพฤติกรรมของผู้บริโภค คู่แข่งขัน และปัจจัยที่มีผลต่อการขายด้วย เพื่อสามารถนำข้อมูลมาวิเคราะห์วางแผนในการขายและการโปรโมทเว็บไซต์ได้

8. **จดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์** เว็บไซต์ร้านค้าออนไลน์แล้ว เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ผู้ประกอบการ ต้องจดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และขอใช้เครื่องหมายรับรองกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจในการตัดสินใจทำธุกรรมซื้อขายสินค้ากับผู้ประกอบการโดย ผู้บริโภคสามารถตรวจสอบผู้ประกอบการได้ว่ามีตัวตนอยู่จริงหรือไม่



บทที่ 3 เทคนิคขั้นเทพสำหรับการตลาดในรูปแบบใหม่ ที่รองรับการดำเนินธุรกิจในยุค New Normal ผ่าน Web Site

3.1 เทคนิคการสร้างหน้าร้านออนไลน์เพื่อให้ลูกค้าต้องตาต้องใจ โดน โดน อย่างนี้ต้องซื้อ !!!

เว็บไซต์เป็นแหล่งหลักที่เก็บรวบรวมข้อมูลต่างๆ ที่นำเสนอบนออนไลน์เอาไว้ เพื่อให้ผู้ใช้ทั่วโลกสามารถเข้าไปอ่านหรือชมได้นั่นเอง ในปัจจุบันองค์กรและบริษัทห้างร้านต่างๆ จำเป็นต้องมีเว็บไซต์ของตนเองอยู่บนออนไลน์อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้เพื่อที่จะใช้เผยแพร่องร์ข้อมูลข่าวสารและบริการต่างๆ ให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย ช่วยให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าหรือผู้ใช้บริการเป็นจำนวนมากได้อย่างครอบคลุม สงเสริมศักยภาพการแข่งขันในด้านธุรกิจ นอกจากนี้ยังช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรอีกด้วย

เมื่อเข้าไปยังเว็บไซต์ จะพบกับหน้าแรกที่เรียกว่าโฮมเพจ (Home Page) ซึ่งเป็นหน้าหลักของเว็บ เพื่อแสดงความเป็นตัวตนของเว็บไซต์นั้น ว่าต้องการนำเสนออะไรซึ่งจะประกอบไปด้วยโลโก้สินค้าหรือบริการ ภาพสินค้า ปุ่มหรือเมนูที่บอกว่าในเว็บนี้แบ่งเนื้อหาเป็นกี่หัวข้อ ป้ายโฆษณาเชิญชวนให้ผู้ชมคลิกเพื่อเปิดหน้าเว็บเพจอยู่อื่นๆ





เนื้อหาที่ควรมีในเว็บไซต์ (Content)

เนื้อหาที่แสดงอยู่ในแต่ละเว็บไซต์นั้น ไม่ได้มีข้อกำหนดที่เป็นมาตรฐานตายตัวว่าจะต้องเป็นแบบใด ขึ้นอยู่กับข้อมูลที่จะนำเสนอและจุดเด่นที่ต้องการให้มีสิ่งจะทำให้รายละเอียดปลีกย่อยของแต่ละเว็บไซต์ แตกต่างกันออกไป แต่หลักๆ แล้วพoS รูปปั้นฐานที่ควรจะมีในเว็บไซต์ประกอบด้วยข้อมูลดังนี้

1. ข้อมูลเกี่ยวกับ SMEs (About Us)

- เพื่อบอกให้ลูกค้ารู้ว่าเป็นใครมาจากไหน และต้องการนำเสนออะไร เช่น วัตถุประสงค์ ของเว็บไซต์ ประวัติและความเป็นมา สถานที่ตั้งเลขทะเบียนพาณิชย์ เป็นต้น เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจว่าร้านค้ามีตัวตนอยู่จริง

2. รายละเอียดของผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Product/Service Information)

- ข้อมูลหลักที่ SMEs ต้องการนำเสนอ ซึ่งหากเป็นเว็บไซต์ทางธุรกิจ ลูกค้าจำเป็นต้องรู้รายละเอียดของผลิตภัณฑ์ หรือบริการ รวมทั้งอาจมีการเปรียบเทียบราคาเพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจซื้อ แต่หากเป็นเว็บไซต์ที่ให้ความรู้อาจจะประกอบด้วยบทความ รูปภาพ มัลติมีเดีย และลิงค์ไปยังเว็บไซต์อื่นที่ให้ข้อมูลเพิ่มเติม

3. ข่าวสาร (News/ Press Releases)

- อาจจะเป็นข่าวสารที่ต้องการส่งถึงบุคคลทั่วไป หรือสมาชิก เพื่อให้รับรู้ความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับบริษัทหรือเว็บไซต์ของ SMEs เช่น การเปิดตัวสินค้าใหม่ โปรโมชั่น หรือกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้น

4. คำถามค่าตอบ (Frequently/ Asked Question)

- มีความจำเป็น เพราะลูกค้าบางส่วนอาจไม่เข้าใจข้อมูล หรือมีปัญหาต้องการสอบถาม การติดต่อทางอีเมลหรือช่องทางอื่นๆ แม้ว่าจะทำได้แต่ก็เสียเวลา ดังนั้น SMEs ควรคาดการณ์หรือรวบรวมคำถามที่เคยตอบไปแล้วใส่ไว้ในเว็บ ซึ่งลูกค้าที่สนใจสามารถเปิดดูได้ทันที นอกจากนี้อาจมีเว็บบอร์ดสำหรับให้ผู้ดูแลเว็บไซต์回答รวมทั้งอาจเปิดให้ผู้ชมด้วยกันช่วยตอบกันได้ บางครั้งอาจอยู่ในรูปแบบ Help หรือข้อมูลช่วยเหลือ

5. ข้อมูลในการติดต่อ (Contact Information)

- เพื่อให้ลูกค้าที่เกิดข้อสงสัย หรือต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม สามารถติดต่อกับ SMEs ได้ จึงควรระบุอีเมล ที่อยู่บริษัท ร้านค้า เบอร์โทรศัพท์ หรือข้อมูลติดต่ออื่นๆ ไว้ในเว็บไซต์ด้วย



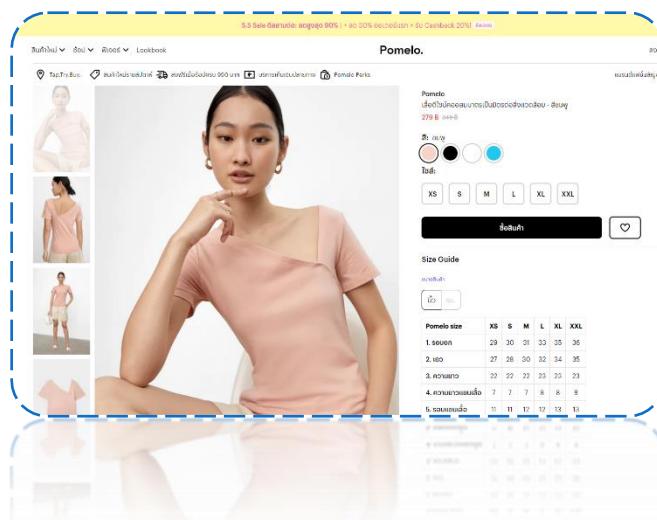
การให้รายละเอียดสินค้า

การให้รายละเอียดของสินค้า นับเป็นส่วนสำคัญอย่างมากในการขายสินค้าซึ่งลูกค้าจะตัดสินใจซื้อสินค้าหรือไม่นั้น ขึ้นอยู่กับรายละเอียดของสินค้าเป็นหลักโดยรายละเอียดสำคัญๆ พอกสรุปได้ดังนี้

1. ชื่อสินค้า บอกว่าเป็นสินค้าใด

2. รายละเอียดสินค้า อธิบายรายละเอียดต่างๆ ให้ชัดเจน ครบถ้วน น่าสนใจ เช่นคุณลักษณะที่โดดเด่นของตัวสินค้าวัสดุที่ใช้ ขนาด แตกต่างจากคู่แข่งขั้นอย่างไร มีการรับรองคุณภาพ หรือบริการพิเศษต่างๆ อย่างไรบ้าง เป็นต้น เพื่อแสดงความน่าสนใจให้กับตัวสินค้า

3. ราคาสินค้า มีส่วนสำคัญ SMEs สามารถให้ข้อมูลราคาปกติ และราคากลางพิเศษ เพื่อสร้างให้เกิดความน่าสนใจเทคโนโลยีการตั้งราคาพิเศษ ควรมีการระบุวันที่ เช่น ราคาพิเศษนี้ถึงวันนี้และ เป็นต้น ซึ่งการมีวันที่มาเป็นองค์ประกอบจะทำให้ลูกค้าตัดสินใจได้ง่ายขึ้น เพราะเป็นราคายังคงแน่นอน นอกเหนือไปนี้ ควรระบุให้ชัดเจนว่าเป็นราคาน้ำหนึ่งภาคภูมิ หรือค่าขนส่งด้วยหรือไม่



4. รูปภาพ ควรใช้รูปภาพสินค้าที่แสดงรายละเอียดสินค้าได้ชัดเจน สวยงาม ดึงดูดให้น่าสนใจ โดยอาจใช้โปรแกรมปรับแต่งภาพช่วย เช่น PhotoScape, Photoshop เป็นต้น หากต้องการให้แสดงผลได้เร็วๆ ควรลดขนาดของไฟล์ให้เล็กลงพอด้วยกับขนาดภาพ หรือภาพมีไฟล์ขนาดใหญ่ เช่น GIF หรือ JPEG ให้มีความกว้างและสูงไม่เกิน 200 KB เพื่อความรวดเร็ว



มองเห็นรายละเอียดของสินค้าได้ชัดเจน นอกจากนี้สิ่งของรูปภาพอาจจะเพียงจากสีจริงไปบ้าง ขึ้นอยู่กับสภาพแสงตอนถ่ายภาพด้วย ก็ควรจะแจ้งรายละเอียดข้อจำกัดของสีด้วยว่า อาจจะมีเพียงจากสีจริงเล็กน้อย เพื่อป้องกันไม่ให้มีปัญหาภัยหลังเมื่อลูกค้ารับสินค้าไปแล้ว ชนิดของไฟล์ที่เหมาะสมสำหรับแสดงผลในเว็บได้แก่ .JPEG, .GIF และ .PNG และขนาดไฟล์ไม่ควรเกิน 200 KB เพื่อความรวดเร็ว และในการแสดงผลบนเว็บ





5. กระตุ้นความรู้สึกให้อยากซื้อสินค้าและบริการ โดยอาจจะแจ้งรายการโปรโมชั่นพิเศษต่างๆ ในช่วงเวลาดังกล่าว

6. สร้างการติดต่อ และปิดการขาย โดยมีข้อมูลการติดต่อเพื่อส่งซื้อ หรือมีปุ่มสั่งซื้อ หากลูกค้าสนใจสามารถคลิกสั่งซื้อ หรือต้องการติดต่อสอบถามก์สามารถติดต่อตามรายการที่แจ้งไว้ได้ และควรย้ำให้ลูกค้าอ่านเงื่อนไขก่อนการสั่งซื้อให้ละเอียด เพื่อป้องกันปัญหาภายหลังจากการสั่งซื้อสินค้าแล้ว

7. เงื่อนไขอื่นๆ เช่น การรับประกัน การคืนสินค้า ค่าขนส่งสินค้า ภาษี หรืออื่นๆที่เกี่ยวข้อง ควรระบุให้ชัดเจน และตรงกับความเป็นจริง จะทำลูกค้าจะอุ่นใจมากขึ้นและนำมาประกอบการตัดสินใจในการสั่งซื้อสินค้าได้

ออกแบบหน้าเว็บอย่างไรให้ดูดี

หน้าเว็บไซต์เปรียบเสมือนกับหน้าร้านค้าของ SMEs หากหน้าร้านไม่สวย คุณไม่ติด ก็คงจะไม่ค่อยมีใครอยากรอเดินเข้ามาซื้อของภายในร้านค้าสักเท่าไร ดังนั้นหากมีการออกแบบเว็บไซต์ให้ดูดี สวยงาม ใช้งานง่าย ก็จะช่วยสร้างความน่าเชื่อถือให้กับลูกค้าที่เข้ามาซื้อของภายในเว็บไซต์ของ SMEs ได้มั่นใจอย่างเต็มที่ ดังนั้นต้องการออกแบบหน้าร้านของคุณให้ดูดี โดยสรุปออกแบบเป็นข้อๆ ได้ดังนี้

1. ออกแบบให้เรียบง่าย และเป็นระเบียบ เว็บเพจที่เรียบง่ายและดูดี จะสร้างความน่าสนใจและน่าเชื่อถือ การวางแผนของเนื้อหาต่างๆ อย่างมีระเบียบ จะช่วยให้ผู้ชมหากข้อมูลได้ง่ายและรวดเร็ว

2. จัดสัดส่วนระหว่างข้อความและภาพกราฟิกให้พอติ เว็บเพจที่มีข้อความมากๆ ผู้ชมจะรู้สึกกลัวและเบื่อหน่าย ทำให้เนื้อหาของเว็บเพจดูแห้งและขาดความดึงดูดใจ และตรงกันข้ามหากมีแต่รูปภาพก็จะทำให้ผู้เข้าชมไม่รู้จะเริ่มต้นที่จุดใด ทำให้เว็บเพจขาดเนื้อหาสาระ แนวทางที่ถูกต้องคือการจัดสัดส่วนระหว่างข้อความและภาพกราฟิกให้เหมาะสม

3. ให้ความสำคัญกับส่วนบนของเว็บเพจ ส่วนสำคัญที่สุดของเว็บเพจ คือด้านบนสุดของหน้าผู้ชมจะสัมผัสได้ทันทีเมื่อเปิดเข้ามาที่หน้านั้น ส่วนใหญ่นิยมจัดวางองค์ประกอบเป็นรูปแบบคล้ายๆ กัน ดังนี้

- ◆ ชื่อโลโก้ของเว็บไซต์ ระบบเนวิเกชั่น หรือปุ่มที่เชื่อมโยงไปยังหน้าเว็บเพจต่างๆ เครื่องมือเสริมสำหรับค้นหาข้อมูลในเว็บไซต์ และลิงค์สำคัญๆ
- ◆ ป้ายแบบเนอร์โรมิกนา หรือข้อความที่สำคัญ

4. สร้างระดับความสำคัญของเนื้อหา จช่วยเน้นให้ผู้ชมเห็นว่าส่วนไหนสำคัญมาก หรือสำคัญน้อย ซึ่งผู้ชมจะรับรู้ได้ด้วยสายตาอย่างรวดเร็ว เช่นข้อความขนาดใหญ่แสดงว่าสำคัญกว่าข้อความขนาดเล็ก เป็นต้น ลักษณะขององค์ประกอบต่างๆ ที่ต้องคำนึงถึงมีดังนี้





- ◆ ตำแหน่งและลำดับ สี ขนาด ขององค์ประกอบในเว็บเพจ
- ◆ ภาพกราฟิกที่ดึงดูด ความสนใจ ให้ภาพเคลื่อนไหวหรือข้อความเคลื่อนไหวเพื่อเน้นเฉพาะจุด
- ◆ ใช้บล็อกแสดงรายการที่เป็นหัวข้ออย่างๆ เพื่อแยกให้เห็นเด่นชัด

5. เลือกใช้สีอย่างเหมาะสม การออกแบบเว็บไซต์ให้สวยงามนั้น ส่วนใหญ่จะขึ้นอยู่กับการเลือกซึ่งสีให้สมกับกลุ่มก้าน ทำให้เว็บเพจออกมาดูดี เช่นสีพื้นเว็บเพจ สีข้อความ และสีขององค์ประกอบอื่นๆ ซึ่งควรจะให้ออกมาในโทนสีเดียวกัน และการใช้สีนั้นยังช่วยบ่งบอกบุคลิกของเว็บไซต์ได้ด้วยว่าเนื้อหาจะอุ่นมาก แนวไหน

ตัวอย่างการใช้สีแบบต่างๆ

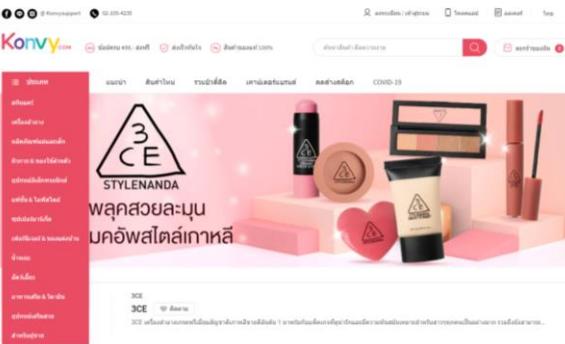
- ◆ **สีส้ม** ให้ความรู้สึกอบอุ่น สดใส มีสติปัญญา ทะเยอทะยาน



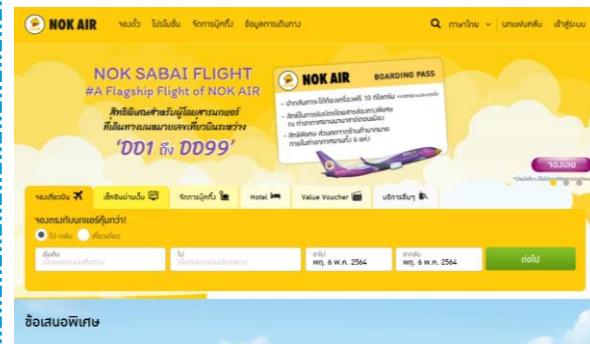
- ◆ **สีแดง** ให้ความรู้สึกเร้าใจ ตื่นเต้น ท้าทาย ตื่นตัว



- ◆ **สีชมพู** ให้ความรู้สึกอบอุ่น อนโนย นุ่มนวล อ่อนหวาน ความรัก



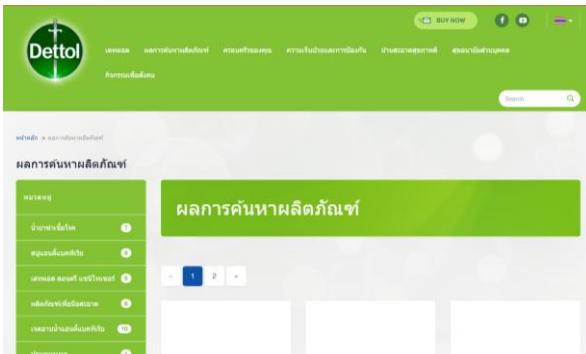
- ◆ **สีเหลือง** ให้ความรู้สึกแจ่มใส สดใส อบอุ่น ราเริง





บทที่ 3 เทคนิคขั้นเทพสำหรับการตลาดในรูปแบบใหม่
ที่รองรับการดำเนินธุรกิจในยุค New Normal ผ่าน Web Site

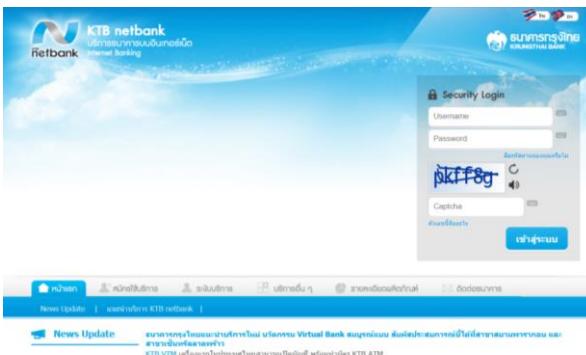
◆ สีเขียว ให้ความรู้สึกرمเย็น พ่อนคลาย
สบายตา ปลอดภัย



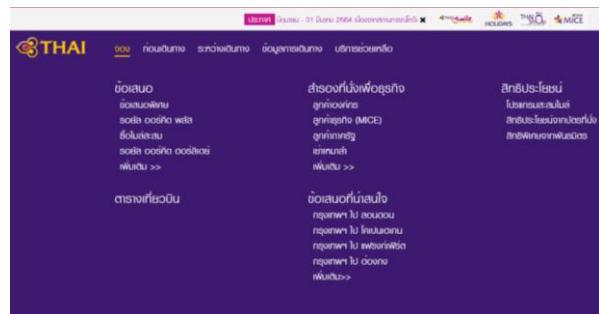
◆ สีน้ำเงิน ให้ความรู้สึกสุขุม เยือกเย็น
หนักแน่น น่าเชื่อถือ



◆ สีฟ้า ให้ความรู้สึกสงบ เยือกเย็น อิสระ
สบาย ปลอดภัย



◆ สีม่วง ให้ความรู้สึกน่าติดตามเร้นลับ
น่าค้นหา มีเสน่ห์



◆ สีขาว ให้ความรู้สึกบริสุทธิ์ สะอาด สดใส
เบาบาง อ่อนโยน



◆ สีทอง ให้ความรู้สึกความหรูหรา มีราคา
สง่างาม



6. ออกแบบขนาดของเว็บเพจให้พอดีกับหน้าจอ การออกแบบเว็บไซต์ที่ดีนี้จะต้องคำนึงถึงลูกค้าเป้าหมายส่วนใหญ่ด้วยว่าใช้จอภาพที่มีความละเอียดเท่าใด ซึ่งปัจจุบันมีผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตทั้งบนเครื่องคอมพิวเตอร์ สมาร์ทโฟน และอุปกรณ์พกพาต่างๆ ด้วย ซึ่งก็ควรพัฒนาให้รองรับกับลักษณะการใช้งานของผู้ใช้เพื่อให้สามารถเข้าถึงผู้ใช้ได้มากที่สุด



องค์ประกอบของเว็บไซต์ที่ดี

1. ความสามารถในการเข้าถึงเว็บไซต์

- ◆ รองรับการแสดงผลกับหน้าจอที่มีความละเอียดต่างกันได้หลายขนาด
- ◆ สามารถแสดงผลได้หลายบริราเซอร์
- ◆ เลือกใช้ฟอนต์ที่เป็นมาตรฐาน (ไทย: Tahoma, MS Sans Serif, อังกฤษ: Arial, Times New Roman)
- ◆ เว็บทุกหน้าควรมีลิงค์กลับสู่หน้า Home Page

2. ความเร็วในการเข้าถึงเว็บไซต์

- ◆ ออกแบบเว็บโดยใช้หลักการเขียน HTML ที่สามารถแสดงส่วนบนของหน้าเว็บโดยไม่ต้องรอให้หน้าเว็บโหลดหมดก่อน
- ◆ ขนาดไฟล์รูปภาพไม่ใหญ่จนเกินไป ปรับขนาดรูปให้เหมาะสมกับการแสดงผลบนหน้าเว็บไซต์
- ◆ เลือกใช้เว็บไซต์ที่เร็ว สามารถเข้าใช้ได้เร็วทั้งในและต่างประเทศ
- ◆ หลีกเลี่ยงการใช้ไฟล์ Flash, ใส่เสียงเพลง





3. ความเป็นเอกลักษณ์

- ◆ การเลือกใช้สี
- ◆ การใช้ภาพประกอบ
- ◆ เนื้อหาที่ชัดเจน ตรงประเด็น สะท้อนบุคลิกของธุรกิจ

4. ใช้งานง่าย

- ◆ โลโก้ของร้านค้า ควรให้อยู่ในตำแหน่งมุมบนซ้ายมือ
- ◆ คำอธิบายเว็บไซต์ ควรอยู่ติดกับโลโก้
- ◆ เมนูที่ลิงค์ไปยังหน้าต่างๆ ของเว็บไซต์ (Navigation) ใช้งานได้ง่าย
- ◆ จัดเรียงลำดับการนำเสนอข้อมูลภายใต้เว็บไซต์
- ◆ ทำ Sitemap เพื่อให้ผู้เข้าชมเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย

5. มีความน่าเชื่อถือ

- ◆ ออกแบบให้สวยงาม ดูเป็นมืออาชีพ
- ◆ แสดงข้อมูลร้านค้า ที่อยู่ และการติดต่อให้ชัดเจน
- ◆ กรณีมีการขายสินค้าและส่งทางไปรษณีย์ ควรติดตั้งระบบ Tracking เพื่อให้ลูกค้าสามารถตรวจสอบและติดตามสินค้าได้
- ◆ แสดงเครื่องหมายรับรองความน่าเชื่อถือ เช่น ISO, DBD Registered, DBD Verified

เพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับเว็บไซต์

นอกจากการออกแบบเว็บไซต์ให้ออกมาดูดี สวยงาม ไม่ว่าจะเป็นการเลือกใช้สี การจัดวางเมนูต่างๆ ให้ใช้งานได้ง่าย เนื้อหาที่เหมาะสมแล้ว ยังมีปัจจัยที่สามารถสร้างความน่าเชื่อถือให้กับเว็บไซต์ได้อีกดังนี้

1. มีชื่อโดเมนเป็นของตัวเอง จะน่าเชื่อถือกว่าการใช้โดเมนนามที่ติดอยู่กับเว็บไซต์ฟรีต่างๆ

2. หลีกเลี่ยงการใช้เว็บไซต์ฟรี เพราะส่วนใหญ่ให้บริการเหล่านี้มักจะมีการนำโฆษณาสินค้าต่างๆ ที่ไม่ใช่ของร้าน SME ไปแสดงในหน้าเว็บ ซึ่งอาจทำให้เว็บดูไม่น่าเชื่อถือได้

3. ขอใช้เครื่องหมายรับรองความน่าเชื่อถือในการประกอบธุรกิจ กับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ โดยจะได้เครื่องหมายรับรองความน่าเชื่อถือในการประกอบธุรกิจ เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจได้ว่า เว็บไซต์ของ SME มีด้วย สามารถตรวจสอบได้





4. กำหนดนโยบายการดำเนินการซื้อขายให้ชัดเจน เมื่อลูกค้าเข้ามายังร้านค้าแล้ว สิ่งที่จะช่วยสร้างความเชื่อมั่นก็คือการกำหนดนโยบายการดำเนินการซื้อขายให้ชัดเจน หากเกิดปัญหาในการซื้อขายขึ้น ก็จะช่วยแก้ปัญหาได้ง่าย เพราะต้องเป็นไปตามที่กำหนดไว้ ซึ่งควรจะมีรายละเอียดดังนี้

- ◆ กฎระเบียบและเงื่อนไขการใช้บริการต่างๆ เช่น ลิขสิทธิ์ การจำกัดพื้นที่ข้อมูลและการลงทะเบียน สิทธิ์ส่วนบุคคล การให้ข้อมูลและการใช้ภาษาการส่วนสิทธิ์ในการยกเลิกหรือปฏิเสธรายการที่เกิดข้อผิดพลาด
- ◆ การรับประกันสินค้า กรณีสินค้ามีปัญหา ผู้ซื้อสามารถติดต่อศูนย์บริการของผู้ผลิตนั้นๆ ได้โดยตรงหรือติดต่อเครือข่าย
- ◆ การรักษาข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า ข้อมูลลูกค้าทุกคนจะต้องถูกปิดเป็นความลับ และไม่ให้คนอื่นสามารถเข้าถึงข้อมูลดังกล่าวได้
- ◆ ขั้นตอนการสั่งซื้อและวิธีการจัดส่งสินค้า จัดการรายการสินค้าที่สั่งซื้อกำหนดที่อยู่ในการจัดส่งสินค้า วิธีจัดส่งสินค้า วิธีการชำระเงิน สรุปรายการสั่งซื้อ หมายเลขอารบิกและข้อมูลการสั่งซื้อสินค้านั้น
- ◆ วิธีการชำระค่าสินค้าและบริการ สามารถเลือกวิธีชำระผ่านช่องทางต่างๆ ได้หลายช่องทาง เพื่ออำนวยความสะดวกให้ลูกค้า
- ◆ ความปลอดภัยในการชำระค่าสินค้าด้วยบัตรเครดิต หากมีการจ่ายด้วยบัตรเครดิตผ่านอินเทอร์เน็ตควรมีความปลอดภัยและน่าเชื่อถือ เช่น การใช้การเข้ารหัส SSL (ดูรายละเอียดเกี่ยวกับ SSL เพิ่มเติมที่หัวข้อ “รักษาความปลอดภัยให้กับเว็บไซต์ด้วย SSL (Secure Sockets Layer)”)“

5. การนำเสนอข้อมูลภายใต้รูปแบบที่เป็นปัจจุบัน หมั่นอัปเดทข้อมูลต่างๆ ให้ตรงกับความเป็นจริงอยู่เสมอ เช่น สินค้า ครัวมืออัปเดทสินค้ามาใหม่ จำนวนสินค้าที่มีอยู่จริงพร้อมส่ง สินค้าที่ขายหมดแล้ว หรืออาจอัปเดทข้อมูลข่าวสารของทางร้าน กิจกรรม และโปรโมชั่นต่างๆ เป็นต้น เพื่อเป็นการยืนยันว่า เว็บไซต์ของคุณมีคุณภาพดี และมีตัวตนแน่นอน

6. การอ้างอิงถึงผู้ที่เคยใช้สินค้าและบริการไปแล้ว อาจจะอ้างอิงลูกค้าที่เคยใช้สินค้ามาแล้วเข้ามารีวิวสินค้าว่าเป็นอย่างไรบ้าง ซึ่งจะช่วยสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้ารายอื่นๆ ได้ และรูปแบบของการอ้างอิงลูกค้านั้น ควรจะเลือกเอาคำพูดหรือประโยค ที่ลูกค้าพูดถึงในมุมที่ดี และควรขออนุญาตอ้างอิงชื่อ-นามสกุล ของลูกค้าด้วย ถ้าหากเป็นคนดังหรือดาราที่มีคนรู้จักเยอะๆ จะยิ่งช่วยสร้างความมั่นใจให้กับผู้ที่มาอ่านได้เพิ่มขึ้นอีกด้วย





รักษาความปลอดภัยให้กับเว็บไซต์ด้วย SSL (Secure Sockets Layer)

หากเว็บไซต์ของ SME ต้องใช้รับ-ส่งข้อมูลสำคัญ เช่น ชื่อผู้ใช้ รหัสผ่าน ฯลฯ กับผู้ที่เข้ามาใช้บริการ อยู่เป็นประจำ โดยที่ไม่มีระบบป้องกันและรักษาความปลอดภัยให้กับข้อมูลเลย อาจจะถูกดักฟัง หรือขโมยข้อมูลที่รับส่งกันนั้นโดยผู้ไม่หวังดีได้ ดังนั้นจึงควรมีการติดตั้งระบบรักษาความปลอดภัยให้กับเว็บไซต์ที่เรียกว่า **ระบบ SSL (Secure Sockets Layer)** ซึ่งจะใช้การเข้ารหัสในการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล ที่รับส่งผู้ที่ตักอ่านข้อมูลไปก็ไม่สามารถดูรหัสเพื่อนำไปใช้ได้

สำหรับเว็บไซต์ที่มีการติดตั้งระบบ SSL sang เกตได้จากชื่อโปรโตคอลที่เรียกใช้จะเปลี่ยนจาก <http://> เป็น <https://> และจะมีรูปแม่กุญแจแสดงอยู่ในช่อง Address ของбраузอร์ที่ใช้งานซึ่งเมื่อเข้าไปที่เว็บเหล่านี้ SME จะสามารถคลิกที่รูปกุญแจเพื่อเรียกดู ใบรับรองอิเล็กทรอนิกส์ (Digital Certificate) หรือ SSL Certificate ที่ยืนยันว่าเว็บไซต์ดังกล่าวเป็นเว็บไซต์ที่จริงตามที่อ้างและมีความปลอดภัยเชื่อถือได้ (แต่ละเว็บбраузอร์จะแสดงตำแหน่งของรูปกุญแจไม่เหมือนกัน เช่น IE และ Chrome จะอยู่ด้านหน้าชื่อเว็บ ส่วน Firefox และ Safari จะอยู่ด้านหลังชื่อเว็บ เป็นต้น) ซึ่งในรับรองนี้จะออกโดยหน่วยงาน หรือองค์กร อิสระที่เชื่อถือได้ ซึ่งให้บริการด้านนี้โดยเฉพาะอีกทีหนึ่ง

ปัจจุบันหน่วยงานที่ให้บริการ SSL Certificate หรือที่เรียกว่า CA (Certificate Authority) มีอยู่หลายแบรนด์ เช่น Verisign, Thawte, Geotrust, InstantSSL, Comodo, RapidSSL, DigiCert SSL, nsProtectSSL และ GoDaddy SSL เป็นต้น





ประเภทของระบบ SSL

Private SSL (หรือ dedicated SSL) เป็นระบบบรักษาความปลอดภัยที่มีความน่าเชื่อถือสูงสุด การติดตั้งจะต้องซื้อ SSL Certificate จากหน่วยงานที่ให้บริการหรือ CA โดยจะต้องติดตั้งบน IP Address แบบส่วนตัว (Dedicated IP Address) พร้อมทั้งระบุให้ชัดเจนว่าชื่อเว็บไซต์อะไร เช่น https:// เว็บของฉัน

Shared SSL เป็นระบบบรักษาความปลอดภัยที่ผู้ให้บริการเว็บไซต์ตั้งต่างๆ นิยมใช้เพื่อเพิ่มระดับการรักษาความปลอดภัยข้อมูลของลูกค้าที่มาเข้าพื้นที่เว็บ และเป็นทางเลือกสำหรับกลุ่มลูกค้าที่ไม่ต้องการซื้อ SSL Certificate จาก CA (ซึ่งแพงกว่า) แต่มีข้อจำกัดคือ จะต้องเรียกใช้ผ่านชื่อโดเมนเนมของผู้ให้บริการไซต์เท่านั้น เช่น https://ชื่อโดเมนเนมของเว็บไซต์/เว็บของฉัน ไม่สามารถเรียกผ่านชื่อโดเมนเนมหรือชื่อเว็บของตัวเองได้

Self-signed Certificate คือการติดตั้ง SSL โดยไม่ได้ซื้อ SSL Certificate คือผู้ดูแลเว็บไซต์จะสร้าง Certificate File ขึ้นมาเอง โดยไม่ผ่านการรับรองของ CA ซึ่งเมื่อเรียกเข้าสู่เว็บไซต์ เว็บบราวเซอร์จะแสดงข้อความเดือนี้มาให้ผู้เข้าเว็บไซต์คลิกยืนยันตอบรับ Certificate ดังกล่าวก่อนเข้าสู่เว็บไซต์นั้นๆ ซึ่งก็ต้องขึ้นกับว่าผู้ใช้จะเชื่อใจเว็บของคุณแค่ไหน แต่ไม่แนะนำวิธีนี้ เพราะนอกจากลูกค้าจะไม่มั่นใจแล้ว ยังเกิดความรำคาญจากการที่ต้องคลิกยอมรับ Certificate ที่คุณตั้งเองทุกครั้งด้วย

นอกจากนี้ยังมีข้อแนะนำสำหรับทุกฝ่ายที่เข้าใช้ระบบคอมพิวเตอร์ ซึ่งต้องอาศัยการกรอกชื่อผู้ใช้และ password เพื่อยืนยันว่าเป็นตัวจริง ให้ดูแลพาสเวิร์ดของตนเองให้ดี ดังนี้

- ◆ **ตั้งพาสเวิร์ดเว็บไซต์สำคัญ** โดยเฉพาะอย่างยิ่ง อีเมลที่เอาไปผูกหรือใช้ในการสมัครบริการอื่นๆ อย่าง Facebook, Twitter, Instagram ฯลฯ ไม่ให้หักกัน เวลาเกิดปัญหา เช่นบางเว็บถูกเจาะระบบ เอาพาสเวิร์ดไปได้ก็จะไม่เสียหายถึงเว็บอื่น
- ◆ **ควรมีการเปลี่ยนพาสเวิร์ดเป็นครั้งคราว** เช่น ทุกๆ 3 เดือน หรือ 1 ปี
- ◆ **ถ้าเป็นไปได้ให้ใช้ระบบล็อกสองชั้น (2-factor authentication)** ซึ่งบางเว็บมีให้เลือกได้ คือต้องใช้พาสเวิร์ดเดิมร่วมกับการขอพาสเวิร์ดเฉพาะกิจทาง SMS มาที่โทรศัพท์ของ SMEs เช่นกรณีเข้าใช้จากเครื่องใหม่ ที่ไม่เคยใช้มาก่อนหรือจากสถานที่ (เมืองหรือประเทศ) ที่ผิดไปจากปกติ

ทั้งหมดนี้เป็นเรื่องเกี่ยวกับการสร้างเว็บไซต์ร้านค้าออนไลน์อย่างไรให้ดูน่าเชื่อถือ ซึ่งก็จะมีรายละเอียดครอบคลุมกัน ไม่ว่าจะเป็นการออกแบบหน้าตาเว็บไซต์ให้สวยงาม การสร้างเนื้อหาที่เหมาะสมมีการจัดทำเบียนพานิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีระบบบรักษาความปลอดภัยให้กับข้อมูลภายในเว็บไซต์ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนมีส่วนเกี่ยวข้อง และมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง ในการที่จะทำให้เว็บไซต์ของ SMEs น่าใช้ และสร้างความน่าเชื่อถือให้กับผู้บริโภคได้ นอกจากนี้ข้อมูลต่างๆ ก็ควรมีการอัพเดทให้ใหม่และทันสมัยอยู่เสมอ เพื่อยืนยันว่าเว็บไซต์นี้มีคุณค่าและน่าเชื่อถือ





3.2 เทคนิคขั้นเทพเพื่อสร้างร้านค้าออนไลน์ให้เด่นใจลูกค้า

SEO (Search Engine Optimization)



การโปรโมทเว็บให้ติดอันดับใน Search Engine หรือการทำ SEO (Search Engine Optimization) เป็นการทำให้เว็บเป็นที่รู้จักในเว็บ Search Engine ทั้งหลาย เช่น Google, Bing หรือ Yahoo เป็นต้น เพราะคนส่วนใหญ่หากต้องการจะหาซื้อสินค้าอะไรสักชิ้น สิ่งที่ทำก่อนอื่นเลยนั่นก็คือ “การค้นหาข้อมูล” ดังนั้นการทำ SEO จุดประสงค์เพื่อให้เว็บอยู่ในลำดับแรกๆ ของการค้นหาันเนื่องโดยวิธีการที่ลูกค้าจะเข้ามายังเว็บไซต์ต่างๆ ได้นั้น มีอยู่ 3 วิธี คือ

1. เข้ามาโดยตรงด้วยการพิมพ์ชื่อเว็บไซต์ (Direct) กรณีที่ทราบชื่อเว็บอยู่แล้ว

2. มาจากหน้าผลการค้นหาของ Search Engine ทั้งหลาย โดยการพิมพ์คำค้นหาด้วยคีย์เวิร์ด (Keywords) จากนั้น Search Engine ก็จะค้นหาเว็บไซต์ที่มีคีย์เวิร์ดตรงกับคำค้นหานั้นๆ ซึ่งเว็บไซต์ใดมีผู้เข้าไปมากที่สุด จากคีย์เวิร์ดนี้ จะถูกแสดงอยู่ในอันดับต้นๆ ซึ่งวิธีนี้จะได้ลูกค้าที่ตรงกลุ่มและได้ผลมากที่สุด ดังนั้นธุรกิจหรือร้านค้าควรให้ความสำคัญกับการโปรโมทผ่าน SEO และ SEM (Search Engine Marketing ซึ่งรวมถึงการเสียเงินลงโฆษณาออนไลน์ด้วยเทคนิคต่างๆ) เป็นอันดับต้นๆ

3. มาจากการคลิก Link ที่อยู่ในเว็บไซต์อื่นๆ (Referral) DBD

ผลการค้นหาที่ได้จากการทำ SEO

ผลการค้นหาแบบมีค่าบริการ





เตรียมความพร้อมก่อนทำ SEO

สำหรับ SMEs ที่ยังไม่มีเว็บไซต์ หรือผู้ที่กำลังจะเริ่มนั้นทำเว็บไซต์สักเว็บหนึ่งควรต้องคำนึงและพิจารณาปัจจัยที่จะมีผลต่อการทำ SEO ในอนาคต ดังต่อไปนี้

1. การตั้งชื่อโดเมน (Domain Name) นั้นมีผลกับการทำ SEO เพราะการที่ลูกค้าจะค้นพบเว็บไซต์ของ SMEs ได้อย่างง่ายดายนั้น ควรจะมีชื่อที่จำได้ง่าย ตรงกับ Keywords ของสินค้าหรือบริการภายใต้ในเว็บไซต์

2. การเลือกโฮสต์ (Host) ที่อยู่กับเว็บไซต์ของ SMEs เป็นเรื่องที่สำคัญเช่นกันโดยต้องดูที่ตั้งของโฮสต์ว่าอยู่ที่ไหน สามารถเข้าถึงโดยกลุ่มผู้ใช้ที่เป็นป้าหมายได้เร็วเพียงพอหรือไม่ (เช่น เป็นลูกค้าคนไทย ก็ควรตั้งโฮสต์ในเมืองไทย จะได้เข้าได้เร็ว) มีเสถียรภาพมากน้อยเพียงใด หรือล้มบ่อยไหมซึ่งสิ่งเหล่านี้ เป็นปัจจัยที่จะมีผลต่อการเข้าใช้งานในเว็บไซต์

3. กำหนดโครงสร้างของเว็บไซต์และเครื่องมือที่จะสร้างเว็บไซต์ ที่จะทำให้เว็บติดอันดับได้ง่าย โดยกำหนด Sitemap ก่อนทำเว็บไซต์ ให้ชัดเจนว่าแต่ละหน้าในเว็บไซต์จะเข้มข้นกันได้อย่างไร เพื่อให้ผู้ที่เข้ามาเยี่ยมชมไม่รู้สึกลำบากในการเข้าไปสู่หน้าต่างๆ ภายในเว็บไซต์ (ตัวช่วยสร้าง Sitemap www.xml-sitemap.com) และเครื่องมือที่ใช้สร้างเว็บไซต์ เช่น WordPress ก็มีมีช่องให้ใส่ข้อมูลประกอบอื่นๆ (ซึ่งผู้ใช้อาจไม่เห็น แต่ Search Engine จะเข้ามาอ่าน) ที่จะทำให้ได้คะแนนดีในผลการค้นหาจึงควรศึกษาให้ละเอียด และกรอกให้ครบถ้วน

4. คุณภาพเว็บไซต์และการมีเนื้หาที่ดี เป็นอีกสิ่งที่จะช่วยให้ลูกค้าเยี่ยมชมและอยู่กับ SMEs ได้นานๆ รวมถึงการทำ “สิ่งแตกต่าง” ให้เกิดขึ้นภายในเว็บไซต์อีกด้วย

5. ตรวจสอบลิงค์ทั้งหมดภายในเว็บ เพราะหากลิงค์เสีย Search Engine จะมองว่าเว็บไม่มีคุณภาพ (ตรวจสอบลิงค์เสีย www.websitegoodies.com/tools/linkcheck.php)





รูปแบบการโปรโมท

เมื่อเว็บพร้อมใช้งานแล้ว SME ก็เริ่มวางแผนเตรียมการโปรโมทได้เลย โดยการโปรโมทมีทั้งแบบฟรี และแบบเสียค่าใช้จ่ายในการโปรโมท

โปรโมทฟรี

- ◆ แลกซิ่งคัพเว็บไซต์อื่นๆ เพิ่มโอกาสให้คนรู้จักเว็บ SME มากขึ้น
- ◆ แจ้งที่อยู่เว็บไซต์ไปยังสารบัญเว็บไซต์ (directory) หรือ เว็บ ท่า (portal) ต่างๆ
- ◆ ใช้สื่อออนไลน์เชื่อมต่อภายนอกเว็บไซต์ เช่น Facebook, Instagram หรืออื่นๆ เพื่อเป็นช่องทางการติดต่อและโฆษณา
- ◆ โปรโมทในเว็บบอร์ดต่างๆ โดยใช้เนื้อหาที่น่าสนใจ และสอดคล้องกับบอร์ด ที่สำคัญควรเคารพแนวทางหรืออคติของบอร์ดนั้นๆ และไม่รบกวนภายนอกบอร์ดที่ SME ลงด้วย
- ◆ โปรโมทในเว็บที่เหล่าประกาศ หรือลงโฆษณาฟรี ควรเลือกเว็บที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายของ SMEs

โปรโมทแบบมีค่าใช้จ่าย

หากต้องการโปรโมทแบบได้ผลเร็ว สามารถเลือกใช้บริการจากผู้ให้บริการโปรโมทเว็บได้ แต่ก็ควรพิจารณาด้วยว่าคุ้มค่ากับการลงทุนหรือไม่ โดยสามารถกำหนดค่าใช้จ่าย วัน-เวลาในการโปรโมทเองได้

หลักการทำ SEO

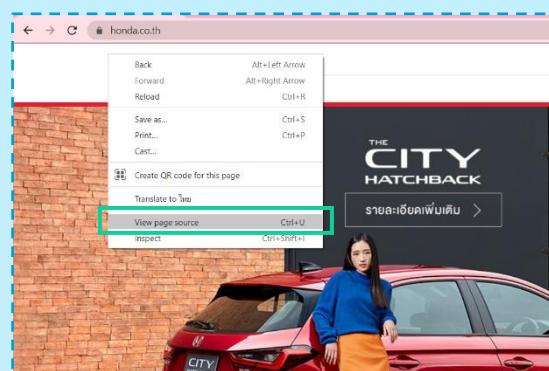
การทำ SEO แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

1. การปรับแต่งหน้าเว็บ หรือเอกสาร HTML ให้ Search Engine รู้จัก

เป็นการจัดการปรับแต่งหน้าเว็บให้ตรงกับการค้นหาของ Search Engine โดยมีส่วนสำคัญที่ควรทราบและปฏิบัติตามดังนี้

เนื้อหาภายในเว็บ

ในแต่ละหน้าเว็บเพจควรจะมี Keywords หรือคำค้นหาอยู่ในหน้าเว็บด้วยในปริมาณที่พอตัวไม่มากจนเกินไป ที่สำคัญควรมีเนื้อหาที่เป็นจริง เป็นเรื่องราวที่อธิบายได้ว่าเว็บเพจนี้บอกเกี่ยวกับเรื่องอะไร และต้องการจะสื่ออะไรกับผู้เข้าเยี่ยมชมบ้าง นอกจากนี้ที่หัวเว็บด้านบนควรจะบอกด้วยว่า SMEs ทำธุรกิจเกี่ยวกับอะไร เพื่อให้ตรงกับ Keywords หรือคำค้นหาที่นั่นเอง



ໂຄດ HTML

บางท่านอาจจะไม่เคยรู้ว่าโค้ด HTML หน้าตาเป็นอย่างไร และจะไปแก้ไขยังไงวิธีง่ายๆ คือ ถ้าใช้เบราว์เซอร์ Firefox หรือ Chrome ให้คลิกขวาบนหน้าเว็บร้านค้าของตน หรือเว็บที่จะเข้าไปทำการโปรแกรมฯ แล้ว เลือก View Page Source ถ้าเป็น IE หรือ Safari เลือก View Source ก็จะแสดงหน้าต่างโค้ด HTML ขึ้นมา

2. การปรับแต่งปัจจัยภายนอกให้ Search Engine รักษา

นอกจากการปรับแต่งภาษาในหน้าเว็บแล้ว สิ่งที่จะช่วยให้ Search Engine รู้จักกับเว็บไซต์ของ SMEs มากขึ้นก็คือ การสร้างลิงค์จากภายนอกเข้ามายังเว็บไซต์ของ SMEs หรือสร้างลิงค์เชื่อมโยงเนื้อหาภายในเว็บไซต์ของ SMEs สามารถทำได้ดังนี้

- ◆ แลกเปลี่ยนกับเว็บไซต์อื่น ด้วยการเข้าไปติดต่อเป็นพันธมิตรกับเว็บไซต์ต่างๆ และ “ขอแลก ลิงค์” กัน อาจจะใช้ลักษณะแบบเนอร์ข้อความ ตัวอักษรหรืออะไรก็ได้ ถือว่าเป็นการ แลกเปลี่ยนลิงค์ทั้งหมด นอกจากนี้หากเว็บของ SME มีเนื้อหาที่ดี น่าสนใจ มีเว็บไซต์ต่างๆ พูดถึงแล้วอ้างอิงลิงค์ลับมายังเว็บของ SME ก็นับเป็นอีกตัวช่วยที่จะให้ Search Engine รู้จักเว็บของ SME ได้
 - ◆ ส่งลิงค์ให้สารบัญเว็บไซต์ต่างๆ ซึ่งเว็บที่ให้บริการเหล่านี้จะเป็นเหมือนสมุดหน้าเหลือง ที่ผู้ใช้สามารถค้นหาและคลิกเข้ามายังเว็บของ SME ได้ เว็บดังๆ เช่น sanook.com, kapook.com เป็นต้น
 - ◆ สร้างลิงค์ภายในเว็บเพจ ในกรณีที่มีเนื้อหาต่อเนื่องกัน หรือคล้ายกัน ควรสร้างลิงค์ เชื่อมโยงไปยังเนื้อหาในหน้าเว็บอื่นๆ เพื่อให้สะดวกในการเข้าไปดูข้อมูลต่างๆ ภายในเว็บ และจะมีผลต่อการค้นหาอัมูลของ Search Engine ด้วยเช่นกัน

สร้างลิงค์จากสื่อ Social Media ต่างๆ เชื่อมโยงเข้ามายังเว็บไซต์ เช่น อาจจะสร้างหน้าเพจของ Facebook สำหรับติดต่อและโปรโมทเว็บไซต์ โดยใส่ลิงค์เชื่อมโยงเนื้อหาเข้ามายังในเว็บไซต์ด้วย





ตรวจสอบสถานะของเว็บไซต์

เมื่อเว็บไซต์พร้อมใช้งานแล้ว ก่อนเริ่มโปรโมท ควรมีการตรวจสอบสถานะของเว็บไซต์ ดังนี้

- ตรวจสอบว่าเว็บไซต์มีการทำงานร่วมกับ Google ซึ่งเป็น Search Engine ที่ได้รับความนิยมสูงสุดกันว่า เว็บไซต์ของ SME มีการทำงานกับ Google หรือ Google รู้จักเว็บไซต์ดีแค่ไหน โดยเข้าไปที่เว็บไซต์ www.google.com ดังนี้
 - ตรวจสอบว่า Google warehouse เก็บข้อมูลเว็บไซต์ของ SME ครั้งล่าสุดเมื่อไร โดยให้พิมพ์คำสั่งในช่องค้นหาของเว็บไซต์ www.google.com ดังนี้ [cache:www.ชื่อเว็บไซต์](#)

The screenshot shows a Google search results page for the query "cache:www.lnwshop.com". The search bar is highlighted with a green box. Below the search bar, there are several search filters like "ทั้งหมด", "ข่าวสาร", "ค้นบุค", "ลิงก์", "ข้อมูล", "เพิ่มเติม", "การค้นค่า", and "เครื่องมือ". The search results show a link to "https://www.lnwshop.com › store › scb_digital_lending". A blue arrow points from the search bar down to the search results. From the search results, another blue arrow points down to a screenshot of the Google cache page for LnwShop. The cache page title is "LnwShop (ล็อกอินเพื่อดูผลลัพธ์)" and it says "This is Google's cache of https://www.lnwshop.com/. It is a snapshot of the page as it appeared on 11 May 2021 19:10:58 GMT. The current page could have changed in the meantime. Learn more". It also includes links for "Full version", "Text-only version", and "View source".

- ตรวจสอบว่า Google เก็บข้อมูลหน้าได้ในเว็บไซต์ของ SME เพื่อใช้สำหรับการค้นหา โดยให้พิมพ์คำสั่งในช่องค้นหาของเว็บไซต์ www.google.com ดังนี้ [site:www.ชื่อเว็บไซต์](#)

The screenshot shows a Google search results page for the query "site:www.lnwshop.com". The search bar is highlighted with a green box. Below the search bar, there are several search filters like "ทั้งหมด", "ค้นบุค", "ข่าวสาร", "ลิงก์", "ข้อมูล", "Maps", "เพิ่มเติม", "การค้นค่า", and "เครื่องมือ". The search results show a link to "https://www.lnwshop.com". A blue arrow points from the search bar down to the search results. From the search results, another blue arrow points down to a screenshot of the Google search results page for LnwShop. The results include a snippet for "LnwShop เปิดร้านค้าออนไลน์ฟรี มีเว็บขายของง่ายๆ ด้วยเทพชื่อป" and another snippet for "LnwShop เปิดร้านค้าออนไลน์ฟรี มีเว็บขายของง่ายๆ ด้วยเทพชื่อป". Both snippets mention "มีเว็บขายของฟรีกับเทพชื่อป การันตีกว่า 817108 ร้านที่ใช้งาน พลิกนิ่งคุณขายได้ทุกช่องทาง หน้า เว็บ.com Line Facebook Lazada Shopee หรือจะ POS หน้าร้านก็ยังไง ...".





- ◆ ตรวจสอบว่ามีลิงค์จากที่ได้วิ่งมาที่เว็บไซต์ของ SME ของเรา โดยให้พิมพ์ในช่องค้นหาของเว็บไซต์ www.google.com ดังนี้ [link:www.ชื่อเว็บไซต์](https://www.google.com/search?q=link%3Awww.lnwshop.com&sxsrf=ALeKk00rhFca9d7AQo0l1DDdAy6oB_AshQ%3A1620819480747&ei=GL6bYOGTLd-d4-EPjPKuoAv&qid=1589100080100&si=1)

link:www.lnwshop.com

ผลการค้นหาประมาณ 8,440,000 รายการ (0.46 วินาที)

<https://www.lnwshop.com> LnwShop เปิดร้านค้าออนไลน์ฟรี มีร้านขายของง่ายๆ ด้วยเทพชื่อปเป้ เว็บ.com Line Facebook Lazada Shopee หรือจะ POS หน้าร้านก็ได้ ... My LnwShop Account - ร้านค้าเพื่อน - ศูนย์ LnwShop หน้าเดียว - ศูนย์รับเงินสด คุณเดบันป์เป้ที่ร้านเป็นปีที่ 2 คง ไปครองสักุดเมื่อ 11/5/2021

<https://www.lnwshop.com/shop> รวมเงินเทพ ค้นหาร้าน LnwShop - LnwShop เปิดร้านค้าออนไลน์ฟรี ... เว็บ.com Line Facebook Lazada Shopee หรือจะ POS หน้าร้านก็ได้ ... 8 ธ.ค. 2554 · มีไว้แลกด้วย LnwShop

- ◆ ตรวจสอบว่ามีหน้าใดของ google ที่มี Keywords ของเว็บไซต์ SMEs โดยให้พิมพ์คำสั่งในช่องค้นหาของเว็บไซต์ www.google.com ดังนี้ [site:www.ชื่อเว็บไซต์ Keywords](https://www.google.com/search?q=site%3Awww.ชื่อเว็บไซต์+Keywords)

site:www.lnwshop.com โฆษณา

ผลการค้นหาประมาณ 18,900 รายการ (0.46 วินาที)

https://www.lnwshop.com/store/google_shopping_ads Google Shopping Ads บริการของโฆษณา Google - LnwShop ... เว็บ.com Line Facebook Lazada Shopee หรือจะ POS หน้าร้านก็ได้ ...

https://www.lnwshop.com/store/google_text_ads Google Text Ads บริการของโฆษณา Google - LnwShop Store ... เว็บ.com Line Facebook Lazada Shopee หรือจะ POS หน้าร้านก็ได้ ...

<https://www.lnwshop.com/google-ads-change-budget> วิธีเปลี่ยนงบโฆษณา Google Ads - ข่าวใหญ่ลือ - LnwShop เปิดร้านค้า ... เว็บ.com Line Facebook Lazada Shopee หรือจะ POS หน้าร้านก็ได้ ... 23 ก.พ. 2563 · มีไว้โหลดโดย LnwShop





2. ตรวจสอบระดับคะแนนของ PageRank เว็บไซต์ของ SME ว่ามีคะแนนระดับใด (จากคะแนนเต็ม 10) เพื่อทราบระดับความนิยมของเว็บไซต์ที่มีผลต่อการคำนวณของ Search Engine ในการขึ้นผลการค้นหา (ถ้าระดับคะแนนสูงจะทำให้ Google สนใจและขึ้นผลการค้นหาในอันดับต้นๆ) โดยเข้าไปที่ www.prchecker.info และใส่ชื่อเว็บไซต์ จะปรากฏคะแนนดังภาพ

The screenshots show the following steps:

- Step 1:** The homepage of PR Checker (prchecker.info) with a green arrow pointing to the search bar containing "เข้าเว็บไซต์".
- Step 2:** The search results page for "http://www.lnwshop.com" with a green arrow pointing to the "Check PR" button.
- Step 3:** A verification step where a CAPTCHA code "gnbxekcs" is entered, with a green arrow pointing to the "Verify Now" button.
- Step 4:** The final results page showing a Page Rank of 3/10, with a green arrow pointing to the result.

Additional text overlays in green arrows:
- Step 1: "พิมพ์เว็บไซต์ และคลิก Check PR"
- Step 2: "พิมพ์เว็บไซต์ และคลิก Check PR"
- Step 3: "พิมพ์รหัสยืนยัน และคลิก Verify Now"





โปรโมทบน Social Media

ในปัจจุบันสิ่งที่มองข้ามไม่ได้เลยในการทำการตลาดออนไลน์ก็คือสังคม Social Media ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น Facebook, Twitter, Instagram, Line, YouTube เป็นต้น โดยสามารถเผยแพร่ข้อมูล communication ต่างๆ ได้เร็วมาก นอกจากนี้ยังเข้าถึงผู้คนได้แทบทุกเพศ ทุกวัย ดังนั้นไม่ว่าธุรกิจขนาดเล็กหรือใหญ่ต่างก็หันมาใช้สื่อเหล่านี้ช่วยในการทำการตลาดกันแทนจะทั้งหมดก็ได้

social media

ข้อดีของการโปรโมทบน Social Media

- | | |
|---|---|
| ◆ เพิ่มช่องทางการติดต่อสื่อสารระหว่าง SMEs กับลูกค้า สามารถเข้าถึงลูกค้าได้อย่างใกล้ชิด | ◆ ช่วยให้เข้าถึงลูกค้าได้ตรงกลุ่มเป้าหมาย |
| ◆ ช่วยประชาสัมพันธ์ธุรกิจ หรือเว็บไซต์ ด้วยการบอกต่อกับคนจำนวนมากได้อย่างรวดเร็ว | ◆ ประหยัด ค่าใช้จ่ายในการโฆษณาได้มาก |

วิธีโปรโมทบน Social Media

สำหรับการโปรโมทบน Social Media จะใช้การพูดคุย และการโพสต์ข้อมูลต่างๆ เป็นหลัก ซึ่งพอสรุปเป็นแนวทางในการโปรโมทได้ดังนี้

- ◆ เลือกโปรโมทให้ตรงกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
- ◆ เลือกช่วงเวลาในการโพสต์ หรือโปรโมท คือ ช่วงเวลาที่มีคนใช้งานมากที่สุด ส่วนใหญ่จะเป็นช่วงบ่าย-เย็น ช่วงพักกลางวัน หรือวันหยุด เป็นต้น
- ◆ สร้างกิจกรรมที่น่าสนใจลงไปในโฆษณา เช่น มีโปรโมชั่นต่างๆ เป็นต้น
- ◆ ไม่สร้างความรำคาญ เช่น โพสต์แล้ว Tag ชื่อลูกค้าคนอื่นๆ ที่ไม่เกี่ยวข้อง
- ◆ อาจจะมีกิจกรรมสร้างปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าบ้าง เช่น โพสต์อวยพรเทศกาลต่างๆ แจกของรางวัล เป็นต้น เพื่อไม่ให้รู้สึกว่าจะขายของอย่างเดียว

โดยแท้จริงแล้วจุดประสงค์ของ Social Media มีไว้เพื่อติดต่อพูดคุยกันแบบออนไลน์กับเพื่อนๆ หรือคนรู้จัก แต่ในทางธุรกิจได้นำมาใช้เป็นช่องทางทำการตลาดได้เป็นอย่างดี ซึ่งเป็นโอกาสที่จะได้ลูกค้ารวมทั้งยอดขายที่เพิ่มขึ้นได้





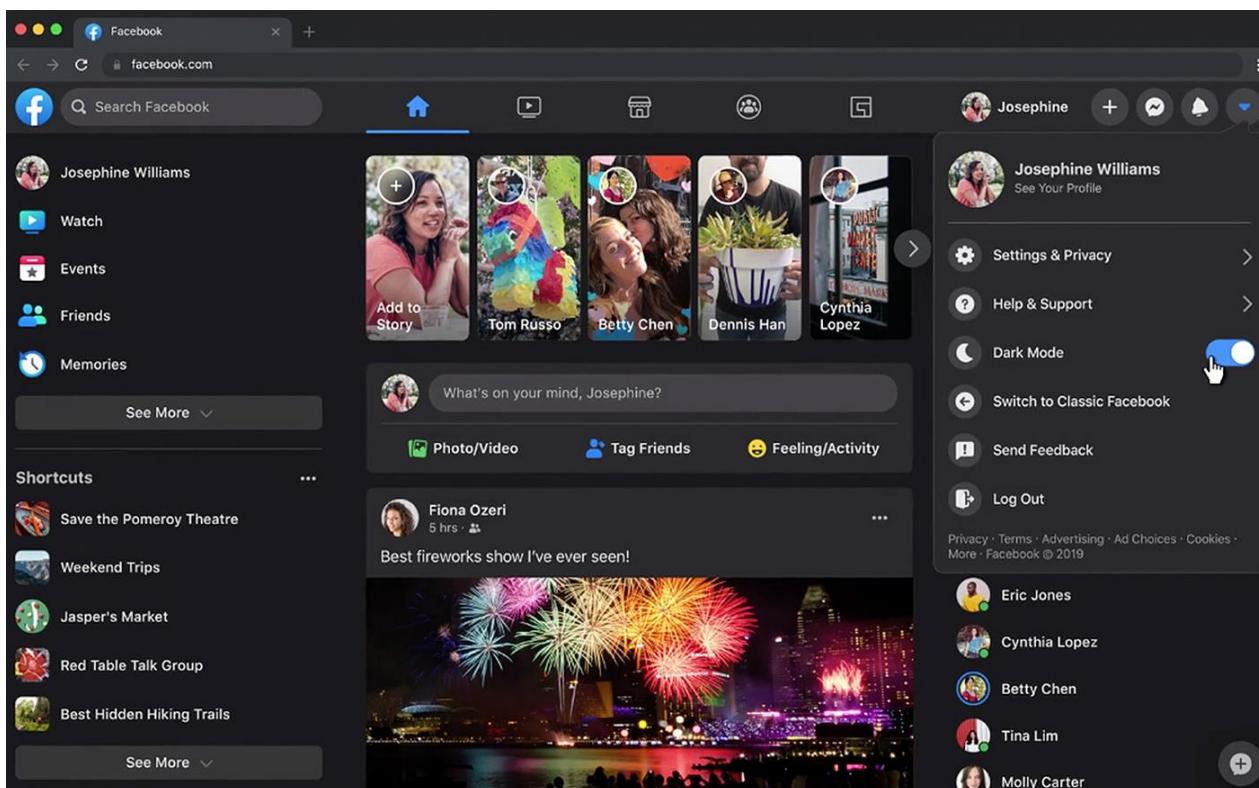
การตลาดบน Social Media

ปัจจุบันกระแส Social Media หรือสังคมออนไลน์นั้น ได้เข้ามายึด主导ในสังคมเกือบทั่วทุกมุมโลก ทุกวัย อย่าง Facebook, Instagram, Line, YouTube และอื่นๆ แม้แต่ภาคธุรกิจต่างๆ ก็ต้องหันเข้ามาใช้สื่อเหล่านี้ช่วยในการโฆษณาประชาสัมพันธ์กันเป็นจำนวนมาก ส่วนใหญ่จะเน้นด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ขายสินค้า ซึ่งนับเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้การทำธุรกิจสามารถเป็นไปได้อย่างรวดเร็ว

Facebook



Facebook เป็นอีกหนึ่งเว็บในสังคม Social Network ที่เปิดให้ทุกๆ คนได้ร่วมแบ่งปันความคิดเห็น แชร์ความรู้สึก และนำเสนอบล็อกของตัวเอง นับว่าเป็นสังคมที่ได้รับความนิยมเป็นจำนวนมากและเติบโตอย่างรวดเร็ว เพียงแค่โพสต์หรือแชร์ ข้อความ ภาพ วิดีโอ เพื่อนๆ ก็สามารถเห็นสิ่งที่ SMEs อัพเดท และเมื่อเพื่อนกด Like หรือ Share ข้อมูลของ SMEs ก็จะถูกเผยแพร่ต่อไปยังเพื่อนของเพื่อนอีกไม่สิ้นสุด



ในส่วนของภาคธุรกิจได้นำ Facebook มาใช้เป็นช่องทางการตลาดหรือที่เรียกว่า Facebook Marketplace เพื่อใช้เชื่อมโยงไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมายโดยวิธีการสร้างเพจ (Page) จี๊ดมากต่างหาก จากหน้า Account หลักขององค์กร ไว้สำหรับเป็นช่องทางการตลาด ติดต่อ โฆษณาประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมายโดยเฉพาะได้





Facebook ของแฟนเพจ และเซ่นกันเมื่อแฟนเพจกด Like หรือ Share ต่อ ก็เท่ากับเป็นการช่วยเผยแพร่องุณัณฑ์ไปได้ยังเพื่อนๆ ของแฟนเพจได้อีกด้วย นับว่าเป็นช่องทางในการทำการตลาดที่ดีมากๆ

Facebook ไม่ได้ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการขาย และประชาสัมพันธ์ข้อมูลต่างๆ เพียงอย่างเดียว ยังนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการสร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จักได้อีกด้วย เนื่องจากวัตถุประสงค์ของผู้ใช้ Facebook นั้นมีไว้เพื่อติดต่อพูดคุยกับเพื่อนๆ ในสังคมออนไลน์ ในทางการตลาดจึงอาศัยรูปแบบนี้ไว้สร้างความสัมพันธ์ การสื่อสาร พูดคุย กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อเป็นการรักษาฐานลูกค้าที่มีความซื่อชอบในตัวสินค้าหรือแบรนด์เจ้าไว้ สร้างโอกาสให้แบรนด์เป็นที่รู้จักแก่ผู้ใช้ Facebook คนอื่นๆ ต่อได้ เพราะเมื่อใดที่ลูกค้ามีการโต้ตอบภายใน Facebook เพื่อนๆ ของลูกค้าก็สามารถเข้าถึงข้อมูลในหน้าเพจของแบรนด์นั้นๆ โดยไม่ต้องเสียเงินโฆษณาเลยก็ได้

จะเห็นได้ว่าแบรนด์คือตัวตนของสินค้าหรือบริการนั้นเอง ไม่ว่าจะเป็นการแสดงออกผ่านกิจกรรมในรูปแบบใดก็ตามจะเป็นการสะท้อนให้เห็นถึงตัวตน รวมถึงความแข็งแรงของแบรนด์นั้นได้ ซึ่งการสร้าง Page ใน Facebook ก็จะเป็นอีกตัวช่วยหนึ่งที่จะทำให้แบรนด์ของคุณเป็นที่รู้จักได้เป็นอย่างดี

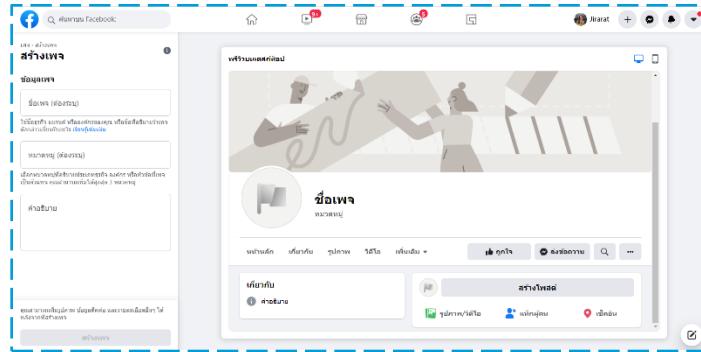
จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นว่ารูปแบบการใช้งาน Facebook ไม่ว่าจะเพื่อการติดต่อสื่อสารกับเพื่อนๆ ในสังคมออนไลน์ หรือการสร้างเพจขึ้นมาประชาสัมพันธ์หรือทำการตลาดนั้น ก็ไม่ได้แตกต่างกันมากนัก ซึ่งจะสรุปขั้นตอนการใช้ Facebook เพื่อนำมาต่อยอดในการค้าขายออนไลน์ได้ดังนี้



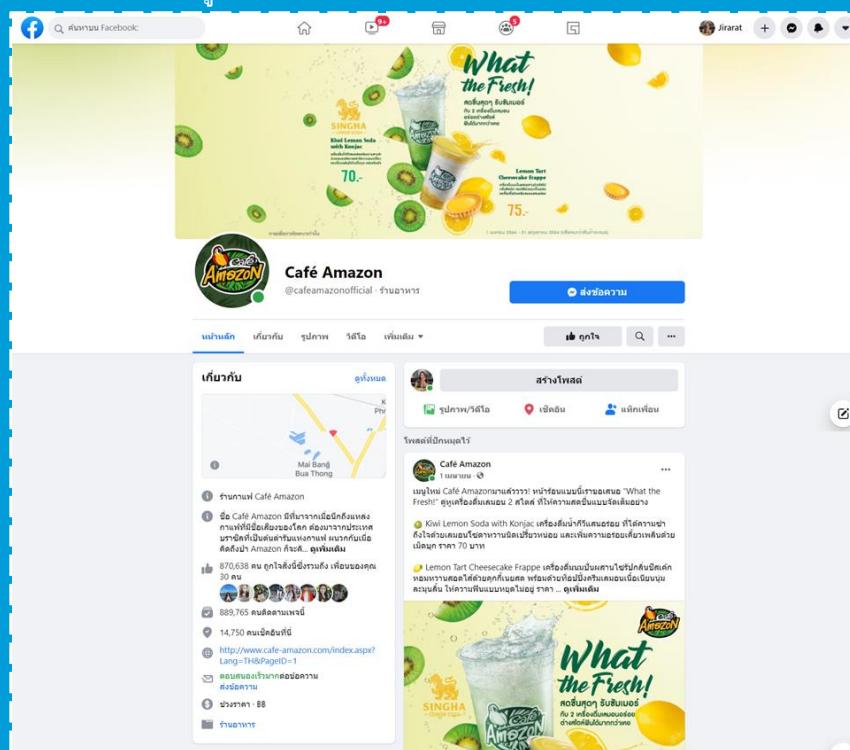


บทที่ 3 เทคนิคขั้นเทพสำหรับการตลาดในรูปแบบใหม่
ที่รองรับการดำเนินธุรกิจในยุค New Normal ผ่าน Web Site

1. สมัครใช้งาน Facebook ที่ www.facebook.com ด้วยอีเมล์แอดเดรส เช่น Hotmail, Yahoo, Gmail หรืออื่นๆ ก็ได้ โดยทำตามขั้นตอนไปจนจบ
2. จะได้บัญชี Facebook โดยสามารถค้นหารายชื่อเพื่อนที่ใช้ Facebook หรือบุคคลที่ต้องการติดต่อแล้วส่งคำร้องขอเป็นเพื่อนเพิ่มเข้ามาได้
3. สร้างเพจเพื่อทำหน้าร้านค้าโดยเลือกรูปแบบเพจที่ต้องการสร้างให้ตรงกับธุรกิจได้ จากนั้น ตกแต่งร้านค้าให้สวยงาม ลงรูป สินค้าพร้อมอธิบายรายละเอียด ให้ครบถ้วน ทั้งราคา วิธีการ สั่งซื้อ การจัดส่ง เป็นต้น (และ SMEs อาจสร้างหลายเพจ ได้ไม่จำกัด เช่น แยกตามร้านค้า , สินค้า, แบรนด์ ฯลฯ)
4. เชิญเพื่อนๆ เข้ามาร่วม Like เป็นแฟนเพจ พร้อมกับลงโฆษณาเพื่อประชาสัมพันธ์ร้านค้าให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย เรียกลูกค้าเข้ามา
5. เมื่อมีแฟนเพจแล้ว ก็เป็นขั้นตอนของกระบวนการขายต่อไป



ตัวอย่างเพจที่ตกแต่งและใช้งานอยู่จริง



Instagram

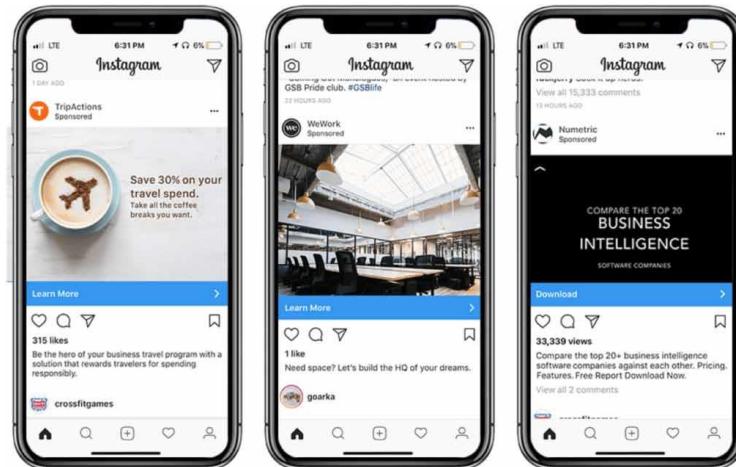


Instagram หรือมักเรียกสั้นๆ ว่า IG เป็นแอพพลิเคชันด้วยภาพหรือวิดีโอสั้นๆ สามารถปรับแต่งภาพถ่ายได้อย่างสวยงาม ด้วยฟิลเตอร์สำเร็จรูปที่โปรแกรมเตรียมไว้ให้ เพื่อแชร์ให้เพื่อนๆ ในโซเชียลเน็ตเวิร์กได้ติดตามภาพต่างๆ ที่ SMEs โพสต์ได้ หรือ SMEs เองอาจจะเลือกติดตามความเคลื่อนไหวของเพื่อนหรือบุคคลอื่นๆ ที่ SMEs สนใจโดยกด Like หรือ Comment รูปที่ชอบ นอกจากนี้ยังสามารถแชร์ภาพและวิดีโอไปยังโซเชียลเน็ตเวิร์กอื่นๆ เช่น Facebook, Twitter หรืออื่นๆ ก็ได้

ปัจจุบัน Instagram ได้ขยายกิจการให้กับทาง Facebook ทำให้มีพังก์ชันที่เอื้อต่อการใช้งานร่วมกัน โดยสามารถใช้ร่วมกับบัญชีของ Facebook ได้ซึ่งเมื่อมีการแชร์ข้อมูลใน Instagram ก็จะแชร์ผ่าน Facebook เช่นกัน ทำให้เป็นผลดีในการนำมาร่วมกับ Facebook ได้ ซึ่งส่วนใหญ่จะใช้ Instagram เป็นช่องทางการสื่อสารผ่านรูปภาพให้กับลูกค้าได้ติดตามอัพเดทสินค้าได้ตลอด เพื่อให้เข้ากับยุคที่นิยมใช้อินเทอร์เน็ตผ่านมือถือ สมาร์ทโฟน หรือแท็บเล็ตต่างๆ นั่นเอง

ขั้นตอนการสมัครใช้งาน Instagram สรุปได้ดังนี้

1. ติดตั้งแอพพลิเคชัน Instagram บนสมาร์ทโฟน
2. ลงทะเบียนเข้าใช้ Instagram โดยกำหนดชื่อ รหัสผ่าน เลือกรูปโปรไฟล์ หรือหากมี Facebook ออยู่แล้ว จะใช้ข้อมูลใน Facebook เข้าใช้เลยก็ได้ (แต่จะผูกกับ Facebook ได้เพียง 1 แอคเคาท์เท่านั้น ผูกกับ Page ไม่ได้)
3. ระบบจะแนะนำให้ค้นหาเพื่อนที่เล่น Instagram โดยค้นหาเพื่อนจาก Facebook จากรายชื่อใน มือถือ หรือแนะนำผู้เล่น Instagram อื่นๆ ที่น่าสนใจ ให้คลิกปุ่ม Follow หรือติดตามการ อัพเดทของบุคคลเหล่านั้นได้
4. ผู้ใช้สามารถเข้าไปแก้ไขโปรไฟล์และเพิ่มข้อมูลอื่นๆ ได้ เพียงเท่านี้ก็สามารถใช้ Instagram ได้ ติดตามความเคลื่อนไหวของเพื่อน หรือให้ผู้ที่สนใจติดตามความเคลื่อนไหวของ SMEs ผ่าน แอพพลิเคชันนี้ได้แล้ว





Line



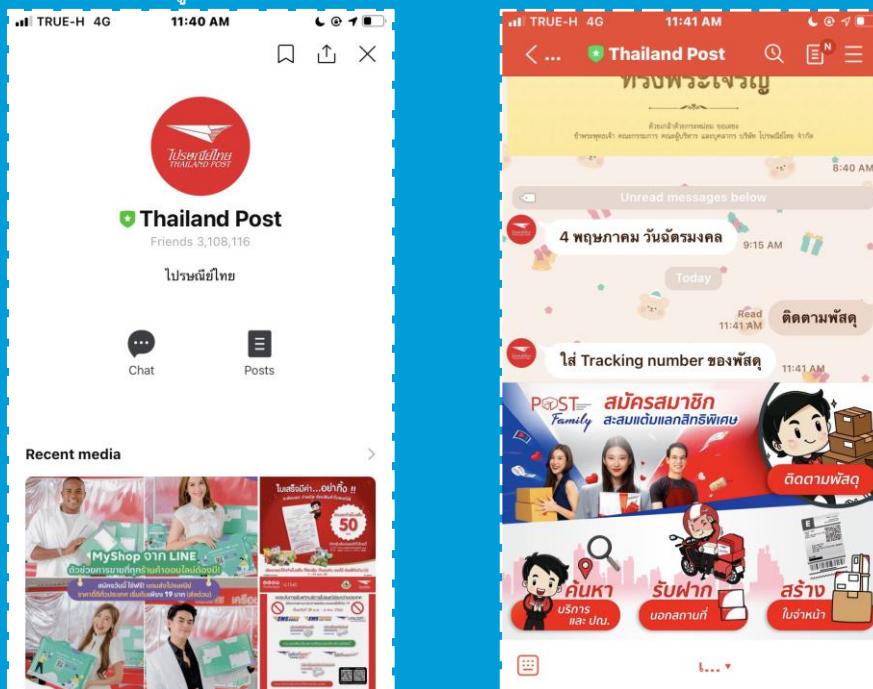
ไลน์ (LINE) เป็นแอพพลิเคชันสำหรับสนทนาออนไลน์ หรือที่เรียกว่าแชทนั่นเอง แต่นอกจากการแชทแล้ว ยังสามารถส่งสติ๊กเกอร์ แชร์วิดีโอ ภาพถ่ายสามารถแชร์พิมพ์บัน แผนที่ให้กับเพื่อนๆ ในห้องแชทหรือเข้าอินบนสถานที่ท่องเที่ยวแล้วแชร์ไปที่หน้าไทม์ไลน์ และยังมีฟังก์ชันอื่นๆ อีกมากมาย

สำหรับ SMEs การใช้ LINE จะเน้นไปที่การสื่อสารโดยตรงกับลูกค้ามากกว่า ซึ่งสามารถคุยกันแบบลีบตัวทันที และตลอดเวลาที่เดียว

การเริ่มต้นใช้งาน LINE จะต้องลงทะเบียนก่อนจึงจะใช้งานได้เหมือนกับโปรแกรมอื่นๆ โดยสามารถลงทะเบียนด้วยเบอร์โทรศัพท์ บัญชี Facebook หรือชื่ออีเมล์ สมัครเข้าใช้งานบนเครื่องคอมพิวเตอร์ได้ สรุปได้ดังนี้

1. ติดตั้งแอพพลิเคชัน Lineบนสมาร์ทโฟน หรือแท็บเล็ตที่ต้องการใช้งาน
2. ลงทะเบียนใช้งานด้วยเบอร์โทรศัพท์ บัญชี Facebook หรือชื่ออีเมล์
3. กำหนดชื่อ ID เพื่อให้เพื่อนสามารถค้นหาชื่อID ของSMEsในการติดต่อผ่าน Line ได้ ซึ่งเป็นวิธีที่สะดวก โดยชื่อ ID นั้นจะต้องเป็นชื่อที่ไม่ซ้ำกับชื่ออื่นๆ ซึ่งชื่อนี้เองที่ SMEจะนำไปโปรโมทให้ลูกค้าติดต่อเข้ามา (ไม่ควรใช้เบอร์โทรศัพท์ เพราะอาจเปลี่ยนเบอร์ใหม่ภายหลัง)
4. โปรแกรมจะค้นหารายชื่อผู้ติดต่อจากเบอร์โทรศัพท์ จากรายชื่อเพื่อนใน Facebook หรือจากชื่อ อีเมล์เข้ามาให้โดยอัตโนมัติ สามารถเลือกสนทนาจากรายชื่อเหล่านี้ได้

ตัวอย่างการใช้ไลน์ในการติดต่อกับลูกค้า

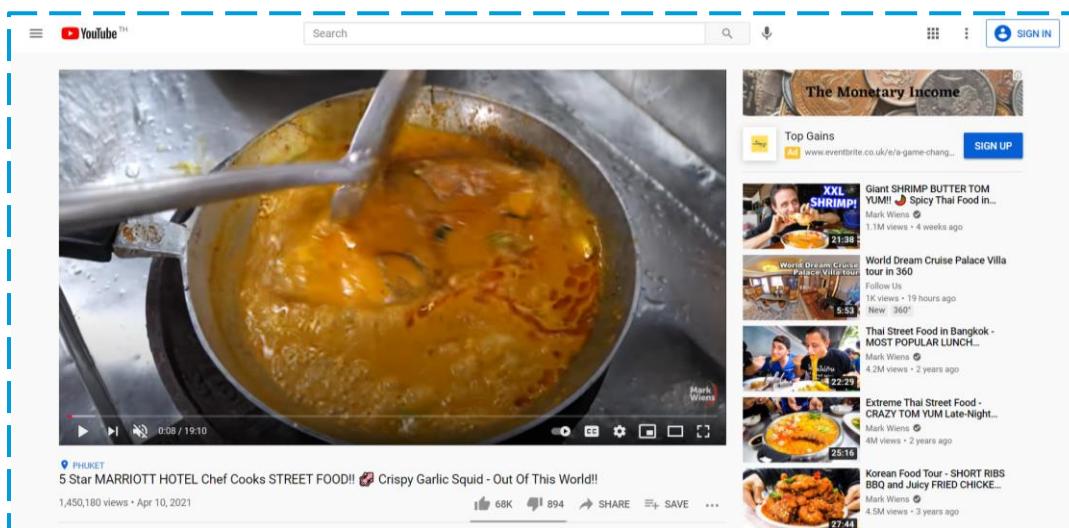


YouTube



YouTube เป็นเว็บไซต์ที่เผยแพร่วิดีโอให้กับคนทั่วโลกได้รับชมกันแบบฟรีๆ ในแต่ละวันจะมีผู้เข้าชมเป็นหลายล้านคน ซึ่งผู้ใช้สามารถเปิดดูวิดีโอด้วย อัพโหลดวิดีโอด้วย หรือแชร์วิดีโอด้วยกับผู้ชมคนอื่นๆ ได้ และที่สำคัญสามารถเชื่อมต่อกับสื่อออนไลน์อื่นๆ ได้ง่ายอีกด้วย

ปัจจุบัน You Tube ได้นำมาใช้เป็นช่องทางการตลาดอิกรูปแบบหนึ่ง เพื่อช่วยในการประชาสัมพันธ์แบรนด์ หรือโปรโมทสินค้าในรูปแบบของสื่อวิดีโอด้วย การเพิ่มโอกาสในการขาย ให้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ทั่วโลก



ลักษณะการโปรโมทบน YouTube นั้น ถ้าไม่มากก็อาจทำคลิปเดียวๆ แยกกัน แต่ถ้ามีวิดีโอยลายอันก็ควรสร้างเป็น YouTube Channel ส่วนตัวขึ้นมา เพื่อใช้เป็นที่เผยแพร่คลิปวิดีโอต่างๆ ของตัวเอง และยังสามารถใช้ในการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายที่เข้ามาสมัครเป็นสมาชิก (subscribe) ได้เป็นอย่างดี และติดตามผลได้อย่างต่อเนื่อง

ขั้นตอนการสร้าง YouTube Channel สามารถทำได้ดังนี้

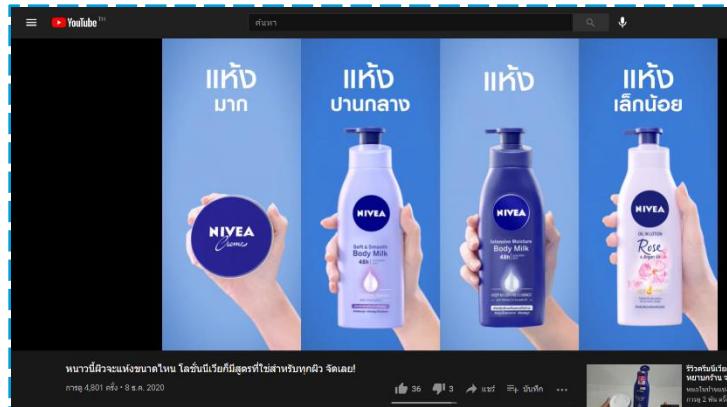
1. เข้า www.youtube.com คลิกปุ่ม ลงชื่อเข้าใช้
2. โดยป้อนชื่ออีเมล และรหัสผ่าน ซึ่งเป็นบัญชีของ Google หรือ Gmail นั้นเองหากยังไม่มีสามารถคลิก สร้างบัญชีกรอกรายละเอียดสมัครได้
3. เมื่อกลับเข้ามายังหน้า YouTube และสามารถเริ่มสร้างช่อง หรือ Channel ได้แล้ว
4. จากนั้นกรอกรายละเอียดต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับ Channel พร้อมอัพโหลดวิดีโอที่ต้องการเผยแพร่ได้





วิดีโอดำเนินการเป็นวิดีโอดังนี้ กระชับ ระยะเวลาโดยประมาณไม่ควรเกิน 3 นาที เพื่อให้ไฟล์ไม่ใหญ่มาก สามารถโหลดได้เร็ว และเปิดดูผ่านสมาร์ทโฟนหรือแท็บเล็ตต่างๆ ได้ดีด้วย

การสร้างวิดีโอดังบน YouTube นั้น SMEs ควรวางแผนอย่างไรจากการจะทำการโพสต์วิดีโอ เช่น แค่ต้องการแสดงตัวอย่างสินค้า, เพิ่มยอดขาย หรือเพิ่มการเข้าชมเว็บไซต์ซึ่งปกติคนส่วนใหญ่ที่เข้ามาดู YouTube ก็เพื่อความบันเทิง หรือหาความรู้ ไม่ได้เข้ามาดูโฆษณา ดังนั้น SMEs ควรทำวิดีโอที่น่าสนใจ มีประโยชน์ และให้ความรู้ไปด้วย โดยไม่เน้นไปที่การขายอย่างเดียว เป็นการช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับธุรกิจด้วย เช่น ขายโทรศัพท์ทำวิดีโອ้นน้ำ วิธีการใช้งาน, ขายเสื้อผ้าก็อาจจะแนะนำด้วยวิธีดูดูหรือคุณสมบัติของเนื้อผ้าประเภทต่างๆ เป็นต้น



LAZADA



LAZADA คือเว็บไซต์ที่ถูกพัฒนาขึ้นมาภายใต้แนวคิดการเป็นแหล่งซื้อขายออนไลน์ที่มีสินค้าให้เลือกซื้อหลากหลาย โดยเฉพาะอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ เสมือนการยกห้างสรรพสินค้ามาไว้บนหน้าจอ ล่าช้าด้วย เป็นหนึ่งในเครือ Rocket Internet บริษัทข้ามชาติสัญชาติเยอรมัน ซึ่งได้เข้ามาดำเนินธุรกิจในประเทศไทยเมื่อช่วงเดือนมีนาคม พ.ศ. 2559 ด้วยทุนจดทะเบียน 100 ล้านบาท โดย Rocket Internet เป็นบริษัทที่มีศักยภาพสูงในการทำเว็บไซต์ด้านการตลาดในรูปแบบใหม่ที่รองรับการดำเนินธุรกิจในยุค New Normal มากว่า 10 ปี กว่า 200 บริษัททั่วโลก

โดยใน Lazada แบ่งร้านค้าทั้งหมด 3 ประเภท โดยแต่ละประเภทจะมีค่าธรรมเนียมต่างกันไป คือ

1. ร้านค้าภายในประเทศ แบ่งเป็น เปิดร้านโดยบุคคลธรรมดา หรือนิติบุคคล
2. ร้านค้าจากต่างประเทศ สำหรับร้านค้าจากต่างประเทศ มีการจดทะเบียนทางธุรกิจ
3. ร้านค้าภายใน LazMall สำหรับเจ้าของแบรนด์ หรือ ตัวแทนจำหน่ายอย่างเป็นทางการในประเทศไทย

บุคคลธรรมดาที่ต้องการสมัครขายของกับ Lazada ต้องเตรียมเอกสารไว้ยืนยันตัวตนในการสมัคร เปิดร้าน มีดังต่อไปนี้

1. สำเนาบัตรประชาชน
2. สำเนาสมุดบัญชีธนาคาร





วิธีสมัครเปิดร้านค้าบน LAZADA ได้ดังนี้

1. โหลดแอปฯ Lazada Seller Center หรือสมัครผ่านเว็บไซต์
2. เลือกประเภทร้านค้าเป็น Personal (บุคคลธรรมดา)
3. กรอกเบอร์โทรศัพท์ > กดปุ่ม Get Code เพื่อรับรหัสยืนยันตัวตน
4. กรอกรหัสยืนยันเพื่อยืนยันตัวตน
5. ใส่ข้อมูลอีเมล ตั้งค่ารหัสผ่าน และยืนยันรหัสผ่านอีกครั้ง
6. กรอกชื่อร้านค้าที่ต้องการ
7. กดปุ่ม Sign Up ก็ถือว่าสมัครเปิดร้านใน Lazada เรียบร้อย

SELECT YOUR COUNTRY Thailand >
SELECT LANGUAGE English >
Store type Personal
Phone Number: +66 -
Verify Code *
Email: *
Password: *
Confirm Password: *
Shop Name: *
Promo Code
 I've read and understood Lazada's Terms & Conditions

THAILAND ENGLISH
Email
Password
By confirming you agree to the new privacy policy.
Forget Password ?
LOGIN
Create Account

วิธีลงขายสินค้าใน LAZADA

1. กดเพิ่มสินค้าที่เมนู Add Products
2. กดเพิ่มรูปภาพสินค้า ใส่รูปภาพได้ทั้งหมด 8 รูปภาพ และ 1 คลิปวิดีโอ
3. ใส่ชื่อสินค้า (แนะนำตัวอักษรไม่เกิน 255 ตัวอักษร)
4. รายละเอียดสินค้า (แนะนำตัวอักษรไม่เกิน 500 ตัวอักษร)
5. เลือกหมวดหมู่สินค้า จากนั้นจึงจะมีหน้ากรอกข้อมูลรายละเอียดสินค้าขึ้นมาให้กรอก เช่น แบรนด์ ไซส์ สี ขนาดกล่องพัสดุ การรับประกันสินค้า เป็นต้น

Seller Center
0 Fans
Revenue >
ORDER
TOOLS

LAZADA CARES

Add Product
Main Image
Product Name
Description
Highlights
Category
Brand
Variations
Package Dimensions (cm)
Warranty Type
Warranty Period





เทคนิคขายสินค้าใน LAZADA

Lazada แหล่งช้อปปิ้งสินค้าออนไลน์ เมื่อดันหนาสินค้าก็จะมีสินค้าแบบเดียวกันขึ้นมาให้เลือกซื้อ เช่นเดียวกัน ผู้ขายจะต้องทำสินค้าให้เด่น สะอาดดูดี ลึกลึกค้าดเข้ามาซื้อที่ร้านให้ได้ ด้วย เทคนิคการขายของใน Lazada ให้ขายดี มีดังต่อไปนี้

- ◆ **รูปภาพสินค้า** : ต้องโดดเด่น ใส่รูปภาพ วิดีโอโชว์สินค้าให้ชัดเจน เพิ่มข้อความดึงดูดใจลง รูปภาพ
- ◆ **บอกคุณสมบัติ** : รายละเอียด วิธีใช้งาน ข้อแนะนำการดูแลรักษา สินค้าครบถ้วน
- ◆ **ชื่อสินค้า** : ใช้คำน้ำหนาเดียวกับลูกค้ามาตั้งชื่อสินค้าของ SMEs เพิ่มโอกาสให้ลูกค้าเจอสินค้า มากขึ้น
- ◆ **เช็คสต็อกสินค้า** : สินค้าชิ้นไหนขายดี สินค้าไอลิมมด ก็ต้องเติมสต็อกให้เพียงพอต่อการขาย อยู่เสมอ
- ◆ **ตอบแซทลูกค้าเร็ว** : การแซทสอบถามก็เหมือนลูกค้าเข้าร้านมาแล้ว ดังนั้นก็ต้องปิดการขาย ให้ได้
- ◆ **เข้าร่วมแคมเปญกับ Lazada** : ไม่ว่าจะเป็นแคมเปญ 11.11 หรือ Flash Sale สินค้าจะอยู่ หน้าแรก ลูกค้าเห็นตั้งแต่เข้าแอปฯ ก็ทำให้มีโอกาสขายมากขึ้น
- ◆ **ขอรีวิวสินค้า** : ระบบบริวิวสินค้าจากลูกค้าที่เคยซื้อไปก่อน เป็นส่วนสำคัญที่ช่วยให้ลูกค้าใหม่ เชื่อมั่นได้ว่าสินค้าของ SMEs มีคุณภาพ เหมาะสมกับการใช้งาน

ตัวอย่างการเข้าร่วมแคมเปญ Flash Sale กับ LAZADA

The screenshot shows a Lazada product page for a "Bewell เก้าอี้ทำงานหลังฟองสบาก้าท์" (Bewell Ergonomic Office Chair). The product is highlighted as part of a "FLASH SALE" from 10:10-16:00, with 17 ชั่วโมงที่เหลือ. The price is listed as B620.00, down from B975.00 (-36%). The page includes a QR code for payment via QR Pay.



การตลาดในรูปแบบใหม่ที่รองรับ
การดำเนินธุรกิจในยุค New Normal

SHOPEE



ช้อปปี้เปิดตัวในประเทศไทยเป็นที่แรก เป็นตลาดซื้อขายแบบโซเชียลที่มุ่งเน้น การใช้งานผ่านมือถือ มาพัฒนาแพลตฟอร์ม Marketplace เต็มรูปแบบ ผู้ใช้สามารถเลือก ซื้อและขายสินค้าได้ทุกที่ทุกเวลา อีกทั้งยังมีการสนับสนุนด้านโลจิสติกส์ และแพลตฟอร์ม การชำระเงิน ซึ่งช่วยอำนวยความสะดวกในการซื้อปั้งออนไลน์ได้ง่าย ปลอดภัยแก่ผู้ขาย และผู้ซื้อ ไม่นานหลังจากนั้น ช้อปปี้ได้เปิดตัวเว็บไซต์เพื่อแข่งขันในตลาดอีคอมเมิร์ซอื่นๆ ที่กำลังเติบโตอย่าง รวดเร็วในภูมิภาค อาทิ Lazada, Tokopedia และ AliExpress โดยช้อปปี้ได้สร้างความแตกต่างจากที่อื่น ด้วยการมี "ช้อปปี้ Guarantee" ซึ่งเป็นระบบที่รับประกันการชำระเงินให้กับผู้ขาย จนกว่าผู้ซื้อจะได้รับสินค้า เพื่อ เป็นการรับประกันความปลอดภัยในการซื้อปั้งออนไลน์ และสร้างความมั่นใจให้กับผู้ที่ซื้อ

รูปแบบธุรกิจของ ช้อปปี้เริ่มต้นด้วยตลาดระหว่างผู้บริโภคกับผู้บริโภค (C2C) เป็นหลัก และได้เพิ่ม ช่องทางการตลาดระหว่างธุรกิจกับผู้บริโภค (B2C) ในรูปแบบผสมผสานกัน (Hybrid Model) และเป็น พันธมิตรกับผู้ให้บริการจัดส่งมากกว่า 70 แห่ง เพื่อสนับสนุนด้านโลจิสติกส์แก่ผู้ใช้บริการ ในส่วนประเทศไทย ได้ร่วมมือกับบริษัทขนส่งชั้นนำภายใต้ประเทศไทย ดังนี้ ไปรษณีย์ไทย, Kerry Express และ DHL Express ในการรับและจัดส่งสินค้า

ขั้นตอนการขายสินค้าใน Shopee

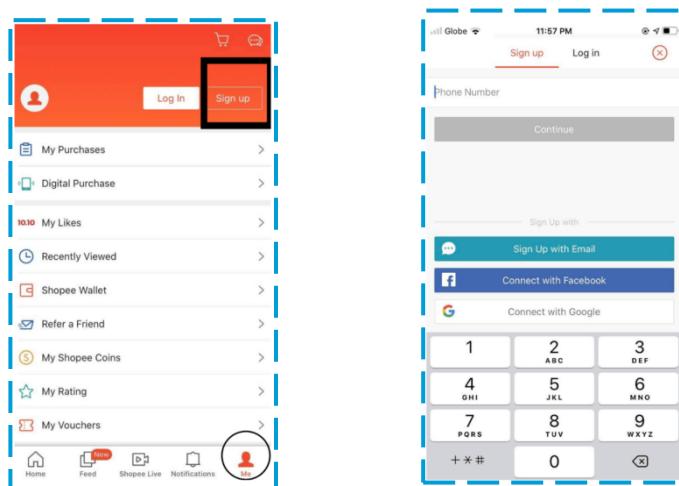
1. เข้าใช้งาน Shopee

สามารถเข้ามายัง Shopee ผ่านคอมพิวเตอร์ด้วยการเข้าเว็บไซต์ <https://shopee.co.th> หรือ แพลตฟอร์มมือถือด้วยการดาวน์โหลดและติดตั้งแอปพลิเคชัน

2. สมัครสมาชิก

เปิดแอปแล้วแต่ที่แท็บ “ฉัน” ที่ด้านล่างของหน้าจอ หน้าจอไฟล์จะปรากฏพร้อมกับตัวเลือก “เข้าสู่ระบบ” และ “ลงทะเบียน” ที่ด้านบน เลือก “สมัคร”

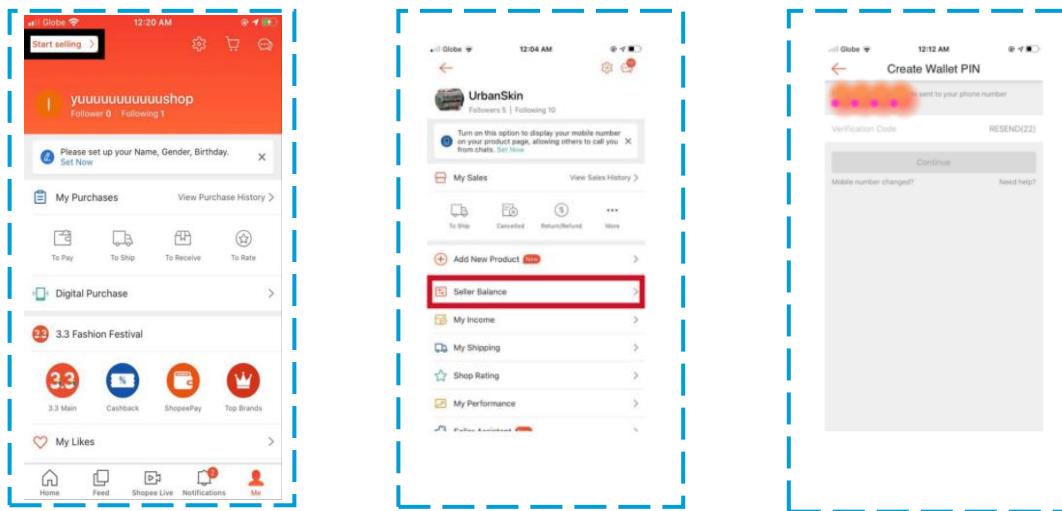
หากลงทะเบียนผ่านเว็บไซต์เพียง คลิกที่ “แท็บลงทะเบียน” ที่หน้าแรก และสามารถสร้างบัญชีได้โดยป้อน หมายเลขโทรศัพท์ ที่อยู่อีเมล Facebook หรือบัญชี Google หลังจากที่ยืนยันบัญชี ผ่านวิธีการลงชื่อสมัครผ่านบัญชี แพลตฟอร์มอื่นๆ เรียบร้อยแล้ว จึงจะ สามารถลงชื่อเข้าใช้ Shopee ได้





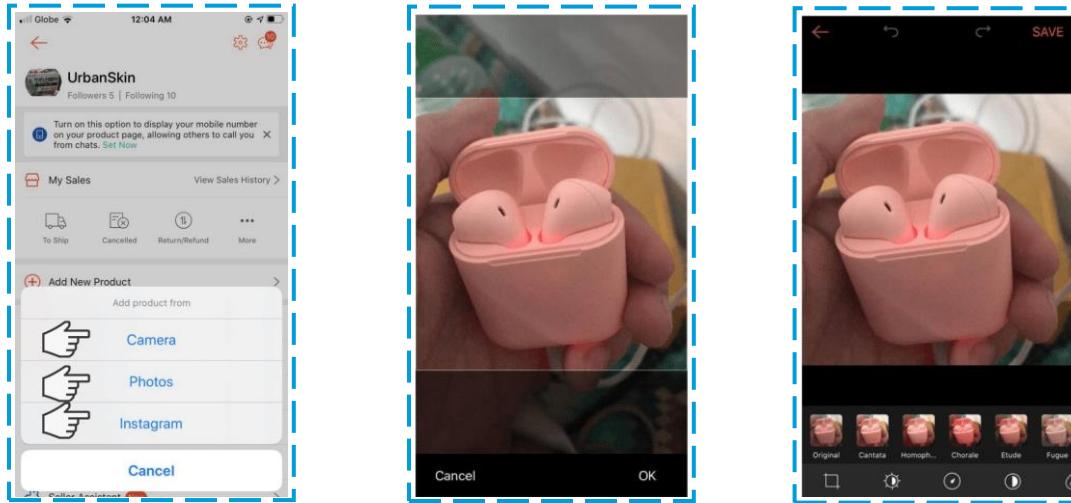
3. ตั้งค่าบัญชีผู้ขาย Shopee

เปิดแอป Shopee แตะที่ “ฉัน” แล้วเลือก “เริ่มขาย” หลังจากนั้นจะต้องตั้งค่ากราะเป้าเงิน Shopee เพื่อให้คุณสามารถยอมรับคำสั่งซื้อและรับการชำระเงินได้อย่างปลอดภัย เมื่อแตะที่แท็บ “เริ่มขาย” เมนูโปรไฟล์จะปรากฏขึ้น เลือก “ยอดขาย” หน้าต่างสร้าง PIN กระเปาเงินจะเปิดขึ้น คัดลอกการยืนยันไปที่กล่องข้อความแล้วแตะ “ทำต่อ” (รหัสยืนยันจะถูกส่งไปยังหมายเลขโทรศัพท์ของคุณ) ในการตั้งค่าบัญชี Shopee Pay ให้น๊อกเครื่อง - นามสกุลของคุณตามที่ระบุไว้ในหนังสือเดินทางหรือสูติบัตร ป้อนหมายเลขรหัสหนังสือเดินทางของคุณทำเครื่องหมายในช่องทำเครื่องหมาย T&C และแตะ “ถัดไป”



4. สร้างรายการผลิตภัณฑ์

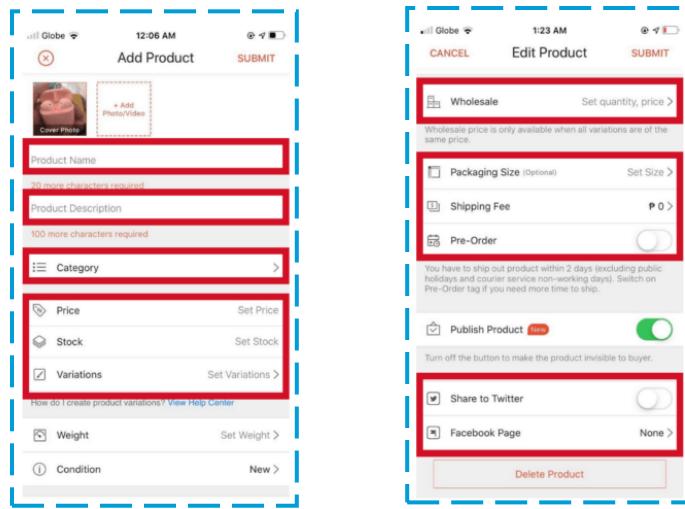
สามารถใช้รูป Instagram หรือรูปแก้ลงในโทรศัพท์เพื่ออัปโหลดรูปภาพผลิตภัณฑ์ที่ต้องการขาย หรือสามารถถ่ายรูปใหม่ได้ในเวลานี้ในการถ่ายภาพสินค้าจะต้องมองหามุมที่ต้องการให้ภาพปราศจาก แตะ “ตกลง”แล้วจากนั้นโปรแกรมตกลแต่งภาพโดยจะปรากฏขึ้น ซึ่งสามารถครอบตัดปรับขนาด ปรับความสว่าง และสีของภาพได้ สิ่งสำคัญ คือ รูปถ่ายสินค้าเป็นหนึ่งในจุดขายหลักของการขายออนไลน์ ลูกค้าไม่สามารถสัมผัสหรือสักดึงผลิตภัณฑ์ดังนั้นการมีภาพที่ดึงดูดสายตาจะช่วยโน้มน้าวให้ผู้ซื้อตัดสินใจซื้อให้เสร็จสิ้น





5. เพิ่มรายละเอียดสินค้าและราคาขาย

สามารถเพิ่มเติมเนื้อหาต่างๆ เช่น รายชื่อผลิตภัณฑ์ คำอธิบายผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้า ราคาสินค้า จำนวนสินค้าคงคลัง และขนาดบรรจุภัณฑ์ เมื่อกรอกข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ให้ยืนยันข้อมูลที่กรอกแล้ว ด้วยการแตะที่ “ส่ง” จึงจะได้ผลิตภัณฑ์แรกพร้อมที่จะเริ่มขายบน Shopee



เทคนิคในการเพิ่มยอดขาย

- ◆ ลูกค้าส่วนใหญ่สนใจ โปรโมชั่นลดราคากว่า 50 % ของสินค้าประเภทเดียวกัน หรือมีราคาป้ายที่เท่ากัน มากกว่าส่วนลดที่ให้เลย 33 % ตามราคาป้ายในชั้นเดียว
- ◆ ลูกค้าจะมองส่วนลด on-top 25% หลังจากที่ SMEs ลดราคาในครั้งแรก 20 % แล้ว มากกว่าการลดราคาสินค้าไปครั้งเดียวเลย 40 % ทั้งๆที่มีผลลัพธ์เดียวกัน
- ◆ ในส่วนของป้ายราคา ถ้า SMEs ลดราคา 10 บาทสำหรับราคา 50 บาท ลูกค้าจะคิดว่าคุ้มกว่า การลด 10 บาท สำหรับราคา 100 บาท ดังนั้น ถ้า SMEs จะลดราคาหลักสิบ ก็ไม่ควรนำมาลดพร้อมกับสินค้าที่มีราคาสูง
- ◆ ความสำคัญในการใช้คำ หากเขียนว่า ประหยัดไปได้ 50 บาท จะดีกว่าได้ส่วนลด 50 บาท ถือเป็นการดึงดูดความสนใจด้านความรู้สึกได้
- ◆ ราคาส่วนใหญ่ชอบลงท้ายด้วยเลข 9 แต่จะเหมาะสมกว่าสำหรับสินค้าราคาไม่แพง เพราะถ้า SMEs ใช้กับสินค้าที่ระดับสูงหรือหักกว่า การลงท้ายราคาด้วยเลข 9 ลูกค้าอาจมองภาพลักษณ์ SMEs ลดลงได้
- ◆ ระยะเวลาในการลดราคาสินค้าส่วนใหญ่แล้วไม่ควรเกิน 2 สัปดาห์ ยิ่งร้านค้าออนไลน์ยิ่งต้องระวังในการยืดระยะเวลาการลดราคาสินค้า เพื่อการปิดการขายให้เร็วที่สุดด้วย
- ◆ การกำหนดราคาส่วนลดสำหรับลูกค้าใหม่ เพื่อดึงความสนใจมาสู่สินค้า SMEs และการกำหนดราคาส่วนลดตอบแทนลูกค้าเก่า เพื่อมองว่าเขาเป็นคนสำคัญ ถ้าสามารถทำได้ตามความเหมาะสมด้วย



3.3 เทคนิคขั้นเทพการโปรโมทร้านค้าออนไลน์ให้ ปัง!!!

ลงโฆษณาบน Google AdWords เป็นการทำโฆษณาบนหน้า Google ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย ที่ SMEs ต้องการ ซึ่งเมื่อคลิกที่โฆษณาแล้วจะลิงค์ไปยังเว็บไซต์ที่กำหนดไว้ได้ทันที ซึ่ง SMEs จะเสียค่าใช้จ่ายเมื่อมีลูกค้าคลิกเข้ามายังเว็บไซต์ แต่ถ้ามอย่างเดียว ไม่มีการคลิก ก็ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใดๆ โดยโฆษณาของ SMEs จะปรากฏตาม คีย์เวิร์ด ที่กำหนดไว้ รายชื่อเว็บจะแสดงอยู่ในตำแหน่งโฆษณาด้านบน และด้านขวาเสมอ (สมัครได้ที่ www.google.com/adwords)



การโฆษณาบน Google AdWords นั้นสามารถกำหนดค่าใช้จ่าย วันเวลาที่ลงโฆษณาได้ โดยจะเป็นรูปแบบที่จ่ายเมื่อมีลูกค้าคลิกเข้ามายังเว็บไซต์ หรือ Pay per Click โฆษณาจะปรากฏขึ้นเมื่อมีการค้นหาคำที่ตรงกับคีย์เวิร์ดของเว็บไซต์ที่ระบุไว้ ราคาขึ้นอยู่กับความนิยมของคีย์เวิร์ด และจำนวนคู่แข่งที่ใช้คีย์เวิร์ดเดียวกัน หากมีคู่แข่งเยอะราคาอาจจะสูงขึ้นด้วย ดังนั้นจึงต้องให้ความสำคัญในการเลือกใช้คีย์เวิร์ด โดยควรเจาะจงให้ตรงกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ช่วงเวลาและความต้องเนื่องด้วย เพื่อให้ได้คลิกที่มีคุณภาพที่สุด เพราะคนที่คลิกโฆษณาของคุณนั้นก็คือผู้ที่สนใจในสินค้าหรือบริการของคุณจริงๆ ซึ่งมีโอกาสมากที่จะมาเป็นลูกค้าของ SMEs และการคลิกแต่ละครั้งล้วนส่งผลถึงต้นทุนที่ใช้ในการโฆษณาด้วย

ข้อดีของการโฆษณาบน Google คือสามารถเข้าถึงผู้คนได้เป็นจำนวนมากและตรงกับกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากเป็น Search Engine ยอดนิยมที่ครุ่น เมื่อต้องการค้นหาข้อมูลอะไรก็จะนึกถึงเป็นอันดับแรก



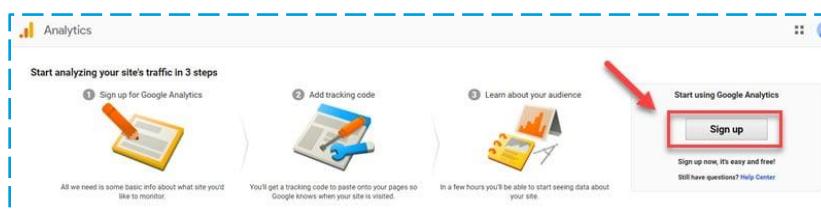
ดูสถิติการเข้าชมเว็บไซต์ด้วย Google Analytics

Google Analytics เป็นเครื่องมือเก็บสถิติเกี่ยวกับผู้เข้าชมเว็บไซต์ พฤติกรรมของผู้ที่เข้าชมเว็บไซต์ รวมทั้งติดตามประสิทธิภาพของแคมเปญการโฆษณาใน Google AdWords หรือการโฆษณาและรวมถึง เก็บไซต์อื่นๆ ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะช่วยให้ทราบว่าคีย์เวิร์ดใดที่ได้ผล ข้อความโฆษณาใดมีประสิทธิภาพ และ พฤติกรรมของผู้เข้าชมเว็บไซต์ ซึ่งความสามารถของ Google Analytics สามารถแบ่งตามจุดประสงค์การใช้งานได้ดังนี้

- ◆ รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับผู้ที่เข้าชมเว็บไซต์ (Visitor)
- ◆ รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับช่องทางในการเข้าถึงเว็บไซต์ (Traffic)
- ◆ รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับสถิติการเข้าชมเนื้อหาภายในหน้าเว็บไซต์ (Content)
- ◆ วิเคราะห์ว่าผู้ใช้งานเข้าถึงเป้าหมายภายในเว็บไซต์ได้อย่างไร (Goal)

ขั้นตอนการใช้งาน Google Analytics

1. สมัครเข้าใช้งานได้ที่ www.google.com/analytics ด้วยบัญชี google โดยทำตามคำแนะนำบนหน้าจอ



2. กำหนดคุณสมบัติของบัญชี และชื่อเว็บไซต์ที่ต้องการดูสถิติ แล้วคลิกปุ่มรับรหัสการติดตาม





3. จะได้รหัสและโค้ดติดตามของ Google Analytics ในตั้งค่าโค้ดติดตามที่เว็บไซต์ของคุณ โดยคัดลอกโค้ดที่ได้ไปวางไว้ในโค้ดของหน้าเว็บที่ต้องการติดตามทุกหน้า ให้อยู่ภายใต้ `<head>..</head>` เพื่อให้รวมและส่งข้อมูลการใช้งานไปยังบัญชีของ Google Analytics ได้นั่นเองเพียงเท่านี้ก็สามารถเข้าไปดูสถิติต่างๆ ผ่าน Google Analytics ได้

The screenshot shows the Google Analytics Admin interface. On the left, there's a sidebar with options like 'Analytics', 'All accounts > padree.com', 'All Web Site Data', and a search bar. The main area is titled 'Tracking ID' with 'UA-137479232-1' and 'Status' showing 'No data received in past 48 hours. Learn more'. Under 'Website Tracking', there's a section for 'Global Site Tag (gtag.js)' which contains the tracking code. A red box highlights the code snippet:

```

<!-- Global site tag (gtag.js) - Google Analytics -->
<script async src='https://www.google-analytics.com/gtag.js'></script>
<script>
  window.dataLayer = window.dataLayer || [];
  function gtag(){dataLayer.push(arguments);}
  gtag('js', new Date());
  gtag('config', 'UA-137479232-1');
</script>

```

Below the code, there's a note: 'This Global Site Tag provides streamlined tagging across Google's site measurement, conversion tracking, and remarketing products - easier. By using gtag.js, you will be able to benefit from the latest dynamic features and integrations as they become available. Learn more'.

ซึ่ง SMEs สามารถนำข้อมูลของผู้เข้าชมเว็บไซต์มาวิเคราะห์ต่อได้ว่า เมื่อคนเหล่านั้นเข้ามายังเว็บไซต์แล้วพวกเขากำลังทำอะไรกัน ตัวอย่างเช่น ดูว่าพวกเขารอเวลาเท่าไรในการอ่านเนื้อหาเว็บไซต์ของ SMEs ในแต่ละหน้า (Average Time On Page) หรือดูเวลาทั้งหมดที่พวกเขายield ในเว็บไซต์ของ SMEs หรือดูว่าคนที่เข้ามาที่หน้าแรกของเว็บไซต์แล้วเข้าไปที่หน้าอื่นของเว็บไซต์อีกหรือไม่ (Path Analysis) เป็นต้น ซึ่งจะเห็นว่ามีประโยชน์มาก ขึ้นอยู่กับการนำไปวิเคราะห์ และประยุกต์ใช้ด้วยที่สำคัญคือสามารถสมัครใช้งานได้ฟรี

ลงโฆษณาบน Facebook

การลงโฆษณาใน Facebook จะสามารถกำหนดค่าใช้จ่าย วัน-เวลา และเลือกกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ เช่น กัน เป็นอีกช่องทางหนึ่งที่จะช่วยเพิ่มจำนวนคนให้เข้ามายังเว็บไซต์ในแพลตฟอร์ม และส่งผลกระทบยอดขายต่อไปได้

The screenshot shows a Facebook news feed post from '1112 Delivery'. The post features a large image of two red cups of Swensen's ice cream with the text 'ช้อปฯ เราห่อให้!' and 'ซื้อ 1 แถม 1 ฟรี'. It also includes a yellow circle with the price '329.-'. Below the image, there's a link to the promotion: 'www.1112.delivery/codelink/me/PAY/SW'. The post has 1,726 likes. To the right, there are other posts from brands like Suhwhasoo and Tim Hortons.





ลงโฆษณาติดแบนเนอร์ กับเว็บลงประกาศต่างๆ

สามารถจ่ายเป็นรายเดือนได้ ควรพิจารณาว่าจะลงโฆษณา กับเว็บไหนดี จะมีคนคลิกเข้ามากามากที่สุด โดยดูจากลุ่มเป้าหมาย และประเภทของสินค้าที่ SMEs ขายซึ่งก็มีอยู่หลายๆ เว็บที่ให้บริการ อาจจะค้นหา เว็บใน Google หรือดูสถิติการเข้าเว็บของคนไทยใน truehits.net ก็ได้

The screenshot shows a search results page for "ลงประกาศติดแบนเนอร์" on the Truehits.net platform. The results are categorized by device: PC + Laptop, Smart Phone + Tablet, and Total (Unique ไม่ใช่การซ้ำ). The table includes columns for Rank, URL, UIP, Non-UIP, Exit Rate%, and Top URLs.

ผลลัพธ์ WEB ประจำวันที่ 05-05-2021 หน้า 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10													
PC + Laptop			Smart Phone + Tablet			Total (Unique ไม่ใช่การซ้ำ)							
Rank	URL	UIP	Rank	URL	UIP	Rank	URL	UIP	Non-UIP From FB%	UIP From FB (%)	%	Exit Rate%	Top URLs
1	www.sanook.com	227,754	1	www.sanook.com	816,282	1	www.sanook.com	906,765	595,574	34.32%	15.14%	69.59%	
2	www.kapook.com	185,894	2	www.thairath.co.th	706,980	2	www.thairath.co.th	775,747	381,816	50.78%	11.19%	80.57%	
3	www.thairath.co.th	155,588	3	www.khaosod.co.th	565,282	3	www.khaosod.co.th	600,995	179,680	70.10%	6.04%	76.65%	
4	mgonline.com	126,794	4	mgonline.com	529,105	4	mgonline.com	589,899	537,599	8.87%	11.19%	60.33%	URLs
5	www.bangkokbiznews.com	86,805	5	www.kapook.com	479,430	5	www.kapook.com	584,838	445,705	23.88%	13.76%	66.40%	URLs
6	www.set.or.th	83,709	6	www.matichon.co.th	451,304	6	www.matichon.co.th	488,968	393,280	19.57%	6.16%	77.11%	
7	www.longdo.com	82,113	7	www.bangkokbiznews.com	381,091	7	www.bangkokbiznews.com	435,300	386,170	11.29%	7.49%	81.17%	
8	www.dek-d.com	81,917	8	www.amarintv.com	359,792	8	www.amarintv.com	376,161	39,379	89.53%	2.35%	87.59%	URLs
9	www.thaiware.com	81,395	9	www.dek-d.com	317,933	9	www.dek-d.com	364,204	343,695	5.63%	9.79%	45.91%	URLs
10	www.khaosod.co.th	79,020	10	www.set.or.th	300,784	10	www.set.or.th	222,342	221,082	18.63%	4.33%	91.46%	URLs

หัวหมุดนี้เป็นเพียงส่วนหนึ่งในการโปรโมทเว็บให้เป็นที่รู้จัก แต่อย่างไรก็ตาม การโปรโมทเว็บให้ติด อันดับใน Search Engine นั้น ต้องใช้เวลาโปรโมทไปสักระยะ ที่สำคัญต้องหมั่นอัพเดตเนื้อหาในเว็บอย่าง สม่ำเสมอ ให้เว็บมีการเคลื่อนไหวและเป็นปัจจุบัน หมั่นส่งที่อยู่เว็บที่โปรโมทไปยังสารบัญของเว็บไซต์ และ สื่อออนไลน์ต่างๆ ก็จะช่วยให้เว็บของ SMEs เป็นที่รู้จักได้มากขึ้น





บทที่ 4 อย่าตก落!!! รู้จักการตลาดในรูปแบบใหม่ ที่รองรับการดำเนินธุรกิจในยุค New Normal ผ่าน APP

ปัจจุบันเทคโนโลยีของโทรศัพท์มือถือ สมาร์ทโฟน และแท็บเล็ตต่าง ๆ ได้ถูกพัฒนาและเติบโตไปอย่างรวดเร็วผู้บริโภคนิยมหันมาใช้งานอุปกรณ์เหล่านี้เป็นจำนวนมาก เนื่องจากมีขนาดเล็ก พกพาง่าย สามารถใช้งานอินเทอร์เน็ตได้จากที่ไหนก็ได้ แม้แต่บนเครื่องมือสื่อสารอย่าง Social Media ต่าง ๆ ที่ช่วยให้การติดต่อสื่อสารระหว่างกันได้ด้วยไม่ต้องเป็นต้องคุยกันอย่างเดียว

ด้วยเหตุนี้ในการค้าขายแบบออนไลน์ผ่าน App ย่อมมีผลต่อการทำการตลาดอย่างแน่นอน เนื่องจากพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคจะอยู่ที่อุปกรณ์สมาร์ทโฟน และแท็บเล็ตมากขึ้น ยกตัวอย่างธนาคารต่าง ๆ ปัจจุบันมีการชำระเงินแบบออนไลน์ ผ่านทางโทรศัพท์มือถือได้ หรือบางธุรกิจที่ทำเป็นแอพพลิเคชั่นสำหรับซื้อของออนไลน์ผ่านสมาร์ทโฟน หรือแท็บเล็ตให้ผู้ใช้สามารถดาวน์โหลดไปใช้งานได้ เป็นต้น เพื่ออำนวยความสะดวกในการให้บริการแก่ผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง และเพิ่มช่องทางในการขายได้มากขึ้นด้วย

The image consists of three separate promotional graphics. The top-left graphic shows a computer monitor and a smartphone both displaying the Big C Shopping Online app interface, with a delivery person carrying a box and a smiling man in a suit standing next to them. The text 'สั่งง่าย ส่งไว ครบตรงใจคุณ' and the website 'www.bigc.co.th' are visible. The top-right graphic shows a hand holding a smartphone displaying a mobile app interface with a large 'B+' icon, surrounded by other 'B+' icons. The bottom-left graphic is for KFC, featuring the text 'KFC Self Pick-up' and 'ถึงร้านปุ๊บ รับໄก์ปິບ' with checkmarks for 'รับที่ร้าน' and 'รับที่รอด'. The bottom-right graphic shows a hand holding a smartphone displaying the KFC app interface, with a large image of fried chicken in the background.



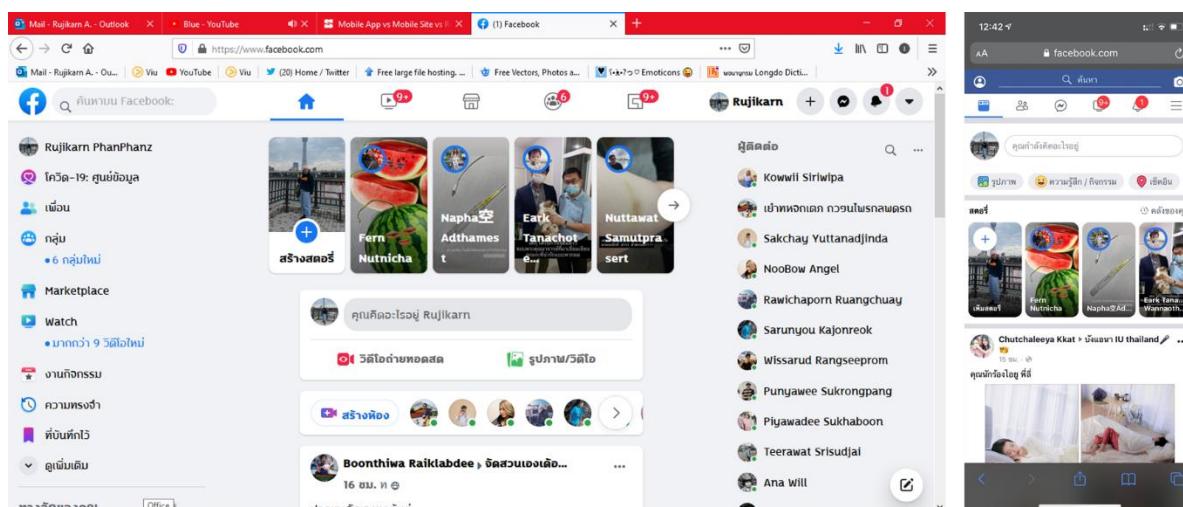


การตลาดออนไลน์ผ่าน APP

การทำการตลาดในโทรศัพท์มือถือก่อนหน้านี้จะเป็นรูปแบบการส่ง SMS เป็นส่วนใหญ่ แต่ในปัจจุบันได้มีการพัฒนาแอพพลิเคชั่นต่าง ๆ ที่สามารถให้กลุ่มลูกค้าเข้ามาสามารถดูรายละเอียดไปติดตั้งบนสมาร์ทโฟน หรือแท็บเล็ตและสามารถใช้บริการต่าง ๆ ผ่านแอพพลิเคชั่นบนอุปกรณ์ที่ติดตั้งได้เลย

ปัจจุบันธุรกิจหรือองค์กรต่าง ๆ แทบจะหลีกเลี่ยงไม่ได้เลยกับการใช้เครื่องมือเหล่านี้เข้ามามีส่วนในการทำการตลาด เพื่อให้รองรับกับพฤติกรรมของผู้บริโภคและสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้อย่างทั่วถึง และนอกจากการพัฒนาแอพพลิเคชั่นขึ้นมาใช้งานเฉพาะของธุรกิจแล้ว ยังสามารถใช้โปรแกรม Social Media ยอดนิยมที่สามารถโหลดใช้งานได้ฟรีอย่าง Facebook, Line, Twitter หรืออื่น ๆ มาช่วยเป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าเป้าหมายอีกทางด้วยก็ได้

การสร้างแอพพลิเคชั่นขึ้นมาใช้งานบนสมาร์ทโฟน หรือแท็บเล็ตต่าง ๆ นั้นควรออกแบบให้ใช้งานได้กับทุกระบบไม่ว่าจะเป็น IOS, Android, Windows Phone หรืออื่น ๆ เพื่อให้รองรับการใช้งานของผู้ใช้มากที่สุด ซึ่งจะมีค่าใช้จ่ายในการทำค่อนข้างสูง แต่อย่างไรก็ตามการสร้างแอพเพียงอย่างเดียวไม่สามารถรองรับการใช้งานของผู้ใช้ได้ทั้งหมด เนื่องจากพฤติกรรมของผู้ใช้ส่วนใหญ่ยังคงค้นหาข้อมูลผ่าน Search Engine ต่าง ๆ อยู่บ่อยๆ ด้วยเหตุผลนี้จึงมีการออกแบบเว็บไซต์ขึ้นมาเพื่อให้เหมาะสมกับการใช้งานบนอุปกรณ์ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นขนาดของหน้าจอ เมนูปุ่ม รวมทั้งเนื้อหาให้เหมาะสมกับการใช้งานบนอุปกรณ์เหล่านี้ด้วย



เว็บไซต์ที่นำไปที่แสดงผลบนเครื่อง PC
(<https://www.facebook.com/>)

Mobile Site ที่แสดงผลบนโทรศัพท์
(<https://m.facebook.com/>)

จากรูปตัวอย่างด้านบน จะเห็นว่าการออกแบบเว็บไซต์ที่แสดงผลบนอุปกรณ์พกพาต่าง ๆ จะออกแบบให้เหมาะสมและง่ายกับการใช้งานแบบทัชสก्रีน ไม่เน้นรูปภาพมากนัก เพราะจะทำให้การโหลดข้อมูลช้า



การตลาดในรูปแบบใหม่ที่รองรับ
การดำเนินธุรกิจในยุค New Normal



สร้าง content ที่ดึงดูดใจผ่าน APP

การสร้าง APP เพื่อแสดงผลงาน Mobile หรือ Tablet นั้นสามารถแบ่งออกได้ 2 รูปแบบดังนี้

Mobile Site

เป็นการสร้างเว็บไซต์แยกมาจากเว็บไซต์เดิม โดยเน้นการใช้งานบนอุปกรณ์พกพาต่าง ๆ ซึ่งจะมีเฉพาะเนื้อหาหลัก มีการปรับเมนูการใช้งานต่าง ๆ ให้ง่ายและเหมาะสมกับการใช้งานกับอุปกรณ์พกพาเหล่านี้ ให้มากที่สุด

The image shows a side-by-side comparison between a desktop browser displaying the Twitter mobile website and a smartphone displaying the Twitter mobile application. The mobile website on the left has a standard grid layout with user profiles, tweets, and search results. The mobile app on the right is more compact and optimized for touch, featuring large profile icons, simplified tweet cards, and a clean navigation bar at the bottom.

Twitter ที่แสดงผลงานเครื่อง PC
(Normal Site)

Twitter ที่แสดงผลงานโทรศัพท์
(Mobile Site)

Responsive Site

เป็นการสร้างเว็บไซต์ที่ให้รองรับการแสดงผลกับอุปกรณ์พกพาต่าง ๆ ซึ่งแต่ละอุปกรณ์จะมีขนาดหน้าจอแตกต่างกัน แต่สามารถแสดงผลได้โดยอัตโนมัติ ตามความสามารถของแต่ละอุปกรณ์ ทั้งขนาดตัวอักษร ปุ่มกด หมุนจอได้ทั้งแนวตั้งและแนวนอน ตามตำแหน่งของอุปกรณ์ รองรับการใช้หน้าจอสัมผัส เป็นต้น



การตลาดในรูปแบบใหม่ที่รองรับ
การดำเนินธุรกิจในยุค New Normal



ตัวอย่างการแสดงผลเว็บไซต์แบบ Responsive : www.tops.co.th/th/

ไม่ว่าจะสร้าง APP รูปแบบใดก็ตามล้วนมีค่าใช้จ่ายในการจัดทำด้วยกันทั้งสิ้นต้องพิจารณาว่าเว็บของ SMEs เหมาะสมที่จะทำออกมาในรูปแบบใด หากต้องการแสดงเนื้อหาเพียงบางส่วน ก็สร้างเป็น Mobile Site ซึ่งจะทำได้เร็วและประหยัดเวลาสามารถต่อยอดจากเว็บเดิมได้เหมือนกันทั้งเครื่องพีซี และอุปกรณ์พกพาต่าง ๆ ก็สร้างแบบ Responsive เพื่อให้ง่ายในการแก้ไขและทำ SEO ได้พร้อมกันที่เดียวซึ่งจะต้องใช้เวลาและค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นเช่นกัน

การออกแบบและพัฒนา APP เพื่อให้แสดงผลบนมือถือและอุปกรณ์พกพาต่าง ๆ นั้นจะแตกต่างจากการพัฒนาเว็บไซต์โดยทั่วไป เนื่องจากอุปกรณ์เหล่านี้มีข้อจำกัดที่ต้องคำนึงถึง ดังนี้

- 1) ขนาดและความละเอียดของหน้าจอ กรณีสร้างรูปแบบ Mobile Site ผู้พัฒนาต้องทราบว่าโทรศัพท์แต่ละรุ่นมีขนาดหน้าจอเท่าไหร และรุ่นใดบ้างที่นิยมใช้ในปัจจุบัน เพื่อจะได้กำหนดขนาดของหน้าเว็บและขนาดของรูปภาพให้เหมาะสมสมกับการใช้งาน ส่วนกรณีสร้างเป็น Responsive Site ก็จะง่ายกว่า เพราะขนาดเว็บจะปรับตามขนาดอุปกรณ์ที่ใช้อยู่ในมือ
- 2) ข้อความ ด้วยข้อจำกัดของขนาดหน้าจอ ดังนั้นเว็บไซต์ควรมีเนื้อหาที่กระชับไม่มากเกินไป เลือกแสดงเฉพาะส่วนสำคัญที่ต้องการสื่อให้ผู้ใช้รู้ว่าในเว็บนี้มีอะไรบ้าง
- 3) ลิงค์ต่าง ๆ บนเว็บไซต์ควรกำหนดให้มีขนาดใหญ่พอสมควร เพื่อรับรับกับการใช้งานในรูปแบบทัชสกรีน ผู้ใช้งานจะได้สามารถใช้งานและลิงค์ได้โดยง่าย
- 4) ไฟล์รูปภาพและกราฟิก ไม่ควรมีมากเกินไป หรือบางครื่องอาจมีข้อจำกัดในการใช้งาน หรือความเร็วในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต ดังนั้นควรพยายามหารูปแบบการนำเสนอที่ลดปัญหาดังกล่าวเพื่อให้เข้าถึงผู้ใช้งานได้มากที่สุด



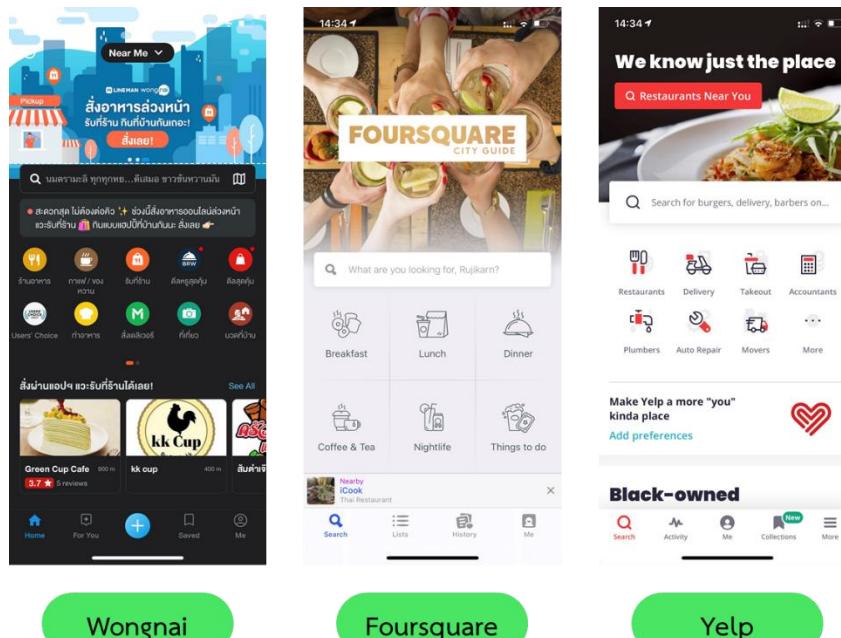


จากข้อจำกัดดังกล่าว ในการออกแบบและพัฒนา APP เพื่อให้แสดงผลงานอุปกรณ์พกพา จึงควรทำความเข้าใจก่อนว่า SMEs ไม่สามารถใส่ข้อมูลทั้งหมดลงไปใน APP ได้ การพัฒนา APP จึงควรเริ่มต้นด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

- วิเคราะห์ว่าฟังก์ชันการทำงานหลัก ๆ ของ APP ที่จะสนองความต้องการของผู้ใช้งานมีอะไรบ้าง เพื่อหยิบเอาเฉพาะฟังก์ชันงานที่สำคัญไปพัฒนา APP
- วิเคราะห์ข้อจำกัดอื่น ๆ ตัวอย่างเช่น iPhone, iPad ไม่สนับสนุนการทำงานของ Flash หากเว็บไซต์เดิมของ SMEs มีการแสดงผล Flash ก็ต้องปรับการแสดงผลไปในรูปแบบอื่น เพื่อให้แสดงผลงานอุปกรณ์พกพาได้ เป็นต้น
- วิเคราะห์ว่าจะออกแบบ APP ให้มีรูปแบบการแสดงผลอย่างไร เนื่องจากเว็บไซต์เดิมที่จะแสดงผลงานอุปกรณ์พกพาควรเป็นไปในทิศทางเดียวกับเว็บไซต์ที่มีอยู่เดิม

วิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้าที่มีต่อการใช้งานบน APP

พฤติกรรมหลักของผู้ใช้งาน APP ได้แก่ SoLoMo : ย่อมาจาก So = Social, Lo = Location, Mo = Mobile ซึ่งเกิดจากพฤติกรรมหลักในการติดต่อสื่อสาร รับรู้ข้อมูลข่าวสารไปจนถึงการส่งเสริม การตลาดของธุรกิจ การแชร์ข้อมูลต่าง ๆ ความคิดเห็น ข้อเสนอของลูกค้าหรือข้อมูลเพื่อนนำไปพัฒนาธุรกิจ โดยการสื่อสารกับบุคคลภายนอก หรือลูกค้ากลุ่มเป้าหมายผ่าน Social Media ไม่ว่าจะเป็นการระบุตัวตนบนโลกออนไลน์โดยอ้างพิกัดผ่าน Location Service, การแจ้งโปรโมชั่นลด แลก แจก บน Smartphone หรือ Tablet เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าได้ทุกที่ ทุกเวลา รวมทั้งถึงการพูดคุย การแชร์ความคิดเห็น ต่าง ๆ ซึ่งถือเป็นการเก็บข้อมูลจากลูกค้าได้โดยตรง ทำให้กลุ่มเป้าหมายรับทราบถึงสินค้าหรือบริการของ SMEs ได้โดยตรงใช้งบในการทำการตลาดไม่มาก



การนำ SoLoMo มาประยุกต์ใช้อาจทำโดยการใช้งานร่วมกับ Mobile Apps เช่น Foursquare, Wongnai, Grouppon, Yelp เป็นต้น การทำงานของแอพพลิเคชันจะมีข้อมูลสถานที่กิน ดื่ม เที่ยว มาให้แล้ว ส่วนหนึ่ง อีกส่วนจะเป็นข้อมูลที่เกิดจากผู้ใช้เช่นเวลาไป Check in ที่ไหนจะบักหมุดบนแผนที่พร้อมกับเก็บข้อมูลที่ผู้ใช้งานรีวิวไว้ในฐานข้อมูล และสามารถแชร์ข้อมูลไปตามโซเชียลมีเดียได้ ซึ่งพบว่าสถานที่ที่คนไทยนิยม Check in ได้แก่ สยามพารากอน สนามบินสุวรรณภูมิ เช่นทรัลเวลอดี เซ็นทรัลลาดพร้าว เป็นต้น

นอกจากนี้ยังสามารถประยุกต์ใช้ในกลยุทธ์การตลาดออนไลน์ได้ เช่น สามารถเพิ่มโปรโมชั่นหรือแคมเปญให้กับลูกค้าได้ใน Social Media เช่น เมื่อลูกค้ามาเข้าคิuinที่ร้านค้าก็สามารถ Pop-Up Special Deal โปรโมชั่นพิเศษ ส่วนลดซื้อสินค้า เพื่อกระตุนให้ลูกค้าซื้อสินค้าหรือใช้บริการที่ร้านต่อไป หรือแจกโค้ดคูปองเพื่อเป็นส่วนลดในการซื้อสินค้าในร้านค้าออนไลน์ เป็นต้น





Mobile App สำหรับการตลาดในรูปแบบใหม่ที่รองรับการดำเนินธุรกิจในยุค New Normal ไม่มีไม้ได้ชาและนั่นนนนนนนนนนน

จากแนวโน้มการใช้งานอินเทอร์เน็ตบนอุปกรณ์พกพาต่าง ๆ มีเพิ่มขึ้นทุกวันและในอนาคตจะเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ดังนั้นหากมองในเชิงธุรกิจการค้าออนไลน์แล้วด้วยมือถือและแท็บเล็ต หรือเว็บไซต์ที่รองรับการใช้งานบนอุปกรณ์เหล่านี้ก็คงจะเป็นอีกช่องทางที่ช่วยให้มียอดขายที่เพิ่มขึ้นได้อย่างแน่นอน เพราะส่วนมาก ซื้อขายได้ทุกที่

สำหรับคนที่ใช้สมาร์ทโฟนหรือแท็บเล็ตต่าง ๆ แนะนำจะต้องมีแอพพลิเคชั่นทั้งที่ติดตั้งมาให้แล้วกับเครื่อง หรือโหลดเพิ่มจาก App Store ของผู้ให้บริการของเรื่องจากใช้งานสะดวก สามารถโหลดและติดตั้งบนอุปกรณ์ได้เลยจึงเป็นช่องทางที่น่าสนใจหากจะพัฒนาแอพพลิเคชั่นสำหรับธุรกิจ เพื่อขยายช่องทางการขายและบริการผ่านอุปกรณ์เหล่านี้รวมทั้งเป็นการสร้างภาพลักษณ์ให้กับธุรกิจดูน่าเชื่อถือได้อีกด้วย ปัจจุบันมีเว็บที่ให้บริการสร้างแอพพลิเคชั่นสำหรับร้านค้าออนไลน์มีดังนี้ www.lnwshop.com เป็นต้น การใช้อินเตอร์เน็ตของคนไทยเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมที่เคยใช้งานเฉพาะบนเครื่องคอมพิวเตอร์เท่านั้น มาเป็นการใช้งานบนอุปกรณ์พกพาต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ จึงมองข้ามไม่ได้ว่าในอนาคตจะพัฒนาเว็บไซต์ของธุรกิจ ให้รองรับการใช้งานกับอุปกรณ์เหล่านี้ด้วยเช่นกัน ซึ่งก็จะเป็นโอกาสที่เพิ่มช่องทางในการขายได้มากขึ้น เพราะสามารถให้บริการและเข้าถึงลูกค้าในทุก ๆ ที่ได้อย่างทั่วถึง

The screenshots show the following features:

- Screenshot 1:** Home screen with the title "LnwShop ครบถ้วน อย่างที่ธุรกิจ ออนไลน์ต้องการ". It includes a button "เริ่มต้นกับเรา ฟรี".
- Screenshot 2:** A list titled "เริ่มต้นธุรกิจ หรือขยาย สู่ออนไลน์ ไม่ว่าใครก็ใช้ LnwShop". It lists several integration points: เชื่อมต่อ Shopee, Lazada, ขายฟรีบน Google บีบล็อก, จัดการ Order, Stock อย่างไรก็ได้.
- Screenshot 3:** A section titled "ขายได้ทุกช่องทางที่คุณ ต้องการ". It highlights "ไม่ว่าคุณจะใช้ช่องทางใด ก็จัดการได้" and includes a "เริ่มขายของออนไลน์เลย" button.
- Screenshot 4:** A dashboard titled "จัดการธุรกิจเบื้องต้น". It shows various metrics and navigation links for Orders, Payments, Messages, and Members.

www.lnwshop.com





บทที่ 4 อย่าตกรถ!!! รู้จักการตลาดในรูปแบบใหม่
ที่รองรับการดำเนินธุรกิจในยุค New Normal ผ่าน APP

หน้า 60

The image shows three mobile device screens side-by-side, each displaying a different app interface:

- Left Screen (Inwshop.com):** Shows a grid of various websites or storefronts. Examples include "MacKanna Plus" (1,834 reviews), "Kalavela BACKYARD STUDIOS" (768 reviews), "JCOPR." (6,388 reviews), and "MoneyBags ใจดีของดีสุดยอด" (12,333 reviews). The date range is from 22/12/63 to 27/12/63.
- Middle Screen (maearombrand.com):** Displays a promotional offer for "LnwShop" with the text "OPEN". It features a QR code and a large image of spaghetti with a fork.
- Right Screen (kalavela.com):** Shows the homepage of "Kalavela Garden Story". It includes sections for "ผืนดินของพ่อ อ้อมกอดของแม่", "สวนอีกรอบ พอกกระเจาไว้เวลา օดร์เก็บ", and "FARM RECOMMENDED".

ตัวอย่างร้านค้าบน Inwshop



การตลาดในรูปแบบใหม่ที่รองรับ
การดำเนินธุรกิจในยุค New Normal



บทที่ 5 การบริหารงานขายในรูปแบบใหม่ ที่รองรับการดำเนินธุรกิจในยุค New Normal

ปกติร้านค้าออนไลน์ทั่วไป วิธีการชำระเงินที่เป็นมาตรฐานก็จะเป็นการทำธุรกรรมโดยโอนเงินเข้าบัญชีธนาคารซึ่งส่วนใหญ่ผู้ขายจะเปิดไว้มากกว่า 1 บัญชี เพื่ออำนวยความสะดวกให้ลูกค้าสามารถเลือกโอนเงิน กับธนาคารที่ต้องการได้และเมื่อโอนแล้วก็ต้องแจ้งผลการชำระเงินไปยังร้านค้าเพื่อยืนยันการโอนเงินเมื่อ ผู้ขายได้รับแจ้งว่าตรวจสอบเพื่อทำการจัดส่งสินค้าต่อไป

ในปัจจุบันการชำระเงินของร้านค้าออนไลน์ สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 รูปแบบดังนี้

- 1) ชำระแบบอฟฟิลайн เช่น การโอนเงินเข้าบัญชี ชำระผ่านธนาบัตรให้ไปรษณีย์ เรียกเก็บเงิน ปลายทางเป็นต้น
- 2) ชำระแบบออนไลน์ เช่น การชำระผ่านบัตรเครดิต ชำระผ่านธนาคาร ออนไลน์ เป็นต้น

รองรับการชำระเงิน หลากหลายช่องทาง

โอนเงินบัญชีธนาคาร



บัตรเครดิต / บัตรเดบิต



อินเตอร์เน็ตแบงค์กิ้ง



เงินสดผ่านเคาน์เตอร์



บัญชีออนไลน์



ร้านค้าออนไลน์ต่าง ๆ มีการเพิ่มช่องทางการชำระเงินหลายมากขึ้นเพื่อไว้เป็นทางเลือกและ อำนวยความสะดวกให้ลูกค้าสามารถชำระเงินได้ง่ายทั้งในรูปแบบออนไลน์และอฟฟิลайн ซึ่งช่องทางการชำระเงินของร้านค้าออนไลน์นั้น สรุปได้ดังนี้



การตลาดในรูปแบบใหม่ที่รองรับ
การดำเนินธุรกิจในยุค New Normal



- ❖ ชำระแบบโอนเงินผ่านบัญชีธนาคารของร้านค้า SMEs จะมีเลขบัญชีธนาคารที่เปิดไว้ให้ลูกค้าโอนเงินเข้า เมื่อโอนเงินลูกค้าต้องแจ้งการชำระเงินผ่านช่องทางต่าง ๆ ตามเงื่อนไขที่ระบุไว้บนจากนี้การระบุชื่อเจ้าของบัญชีควรให้ตรงกับเจ้าของเว็บไซต์ หรือนิติบุคคลที่จดทะเบียนเว็บไซต์จะช่วยสร้างความน่าเชื่อถือให้กับเว็บไซต์ได้อีกด้วย



- ❖ ชำระแบบเรียกเก็บเงินปลายทาง คือ SMEs จะใช้บริการเรียกเก็บเงินปลายทางกับทางไปรษณีย์ เมื่อสินค้าส่งถึงผู้รับแล้ว ทางไปรษณีย์จะมีหนังสือแจ้งให้ลูกค้ามารับสินค้าพร้อมกับชำระเงินค่าสินค้า
- ❖ ชำระผ่านบัญชีธนาคารออนไลน์ (e-banking) เป็นบริการของธนาคารผู้ให้บริการที่มีบัญชีสามารถลงทะเบียนใช้งานได้ ซึ่งจะช่วยให้การทำธุกรรมทางการเงินต่าง ๆ กับทางธนาคารทำได้ง่ายตลอด 24 ชั่วโมง
- ❖ ชำระผ่านเค้าเตอร์เซอร์วิสต่าง ๆ โดยเมื่อเลือกการชำระเงินแล้ว ผู้ซื้อจะต้องพิมพ์ไปแจ้งสินค้าออกมาแล้วนำไปชำระที่เค้าเตอร์เซอร์วิสตามที่ร้านค้าระบุไว้
- ❖ ชำระผ่านบัตรชำระเงิน แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ บัตรเครดิต บัตรเดบิต และบัตรชาร์จ ซึ่งแต่ละบัตรจะมีลักษณะที่แตกต่างกันดังนี้
 - บัตรเครดิต จะหักเงินจากวงเงินในบัตรเครดิตของธนาคารผู้ถือบัตร
 - บัตรเดบิต จะหักจากบัญชีเงินฝากของผู้ถือบัตร
 - บัตรชาร์จ จะเรียกเก็บเป็นรายเดือนจากผู้ให้บริการ ตามที่ใช้จ่ายจริงในบัตร



เมื่อลูกค้าเลือกชำระเงินผ่านบัตรดังกล่าว จะต้องกรอกรายละเอียดของบัตรเพื่อให้ระบบส่งข้อมูลไปยังธนาคาร เมื่อธนาคารตรวจสอบความถูกต้องแล้วจะโอนเงินเข้าบัญชีของผู้ขายและยืนยันว่าการสั่งซื้อนั้นสำเร็จเรียบร้อยแล้ว เงินในบัตรเครดิตก็จะถูกตัดออกไปเพื่อชำระค่าสินค้านั้นซึ่งจะใช้เวลาเพียงไม่กี่นาที

- ❖ ชำระผ่านบัญชี Paypal เป็นบริการชำระและเรียกเก็บเงินแบบออนไลน์ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายผ่านทางอีเมล ซึ่งผู้ใช้จะต้องสมัครเปิดบัญชี Paypal ก่อนโดยใช้เลขที่บัญชีธนาคาร บัตรเครดิต และอีเมลไว้สำหรับทำธุกรรมผ่านบัญชี ซึ่งวิธีนี้จะช่วยให้การซื้อขายทำได้ง่ายย ทั้งในและต่างประเทศการชำระผ่านบัญชี paypal เงินในบัญชีจะเกิดจากการผูกบัตรเครดิตหรือบัตรเดบิต เข้ากับบัญชี Paypal ซึ่งไม่จำเป็นต้องเปิดเผยข้อมูลทางการเงินให้ผู้ขายทราบเลย
- ❖ ชำระผ่าน Paysbuy เป็นบัญชีที่ให้บริการแบบเดียวกับ Paypal ซึ่งทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการชำระเงินระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย ซึ่งทั้งสองฝ่ายจะต้องเปิดบัญชี Paysbuy ที่ www.paysbuy.com เพื่อใช้สำหรับเก็บเงินที่เข้ามาและจ่ายออกไปนั่นเองข้อดีของการชำระเงินออนไลน์ผ่านบัญชี Paypal หรือ Paysbuy คือช่วยให้ง่ายในการซื้อขายออนไลน์ สร้างความสัมภารับผู้ที่ไม่มีบัตรเครดิตให้ทำการซื้อสินค้าและบริการออนไลน์ได้ หมายเหตุการซื้อสินค้าที่ราคาสูงและยังมีความน่าเชื่อถือปลอดภัย
- ❖ ชำระผ่านโทรศัพท์มือถือ สามารถชำระค่าสินค้าและบริการต่าง ๆ ผ่านโทรศัพท์มือถือได้ทุกที่ทุกเวลา ช่วยให้การทำธุกรรมทางการเงินต่าง ๆ ง่ายขึ้นที่เห็นจะมีอยู่ 2 ระบบ คือ
 - mPay เป็นของระบบ GSM advance และ 1-2-call ของค่าย AIS โดยชำระค่าสินค้าและบริการผ่านโทรศัพท์มือถือได้ ในการใช้บริการ mPAY สามารถสมัครได้ทางโทรศัพท์ เทเลวิชชันເຕັອຣ໌ ມີຜ່ານທາງອິນເທຼອຣ໌ເນື້ອຕ ซึ่งการชำระเงินสำหรับสินค้าและบริการสามารถทำได้ 3 วิธี คือ หักจากบัญชี mCash ที่ผู้ใช้เติมเงินไว้ในระบบ หักจากบัญชีเงินฝาก หักจากบัตรเครดิต
 - True Money เป็นระบบ True Move โดยจะต้องลงทะเบียนเพื่อสมัครใช้บริการ True Money และเติมเงินเข้าบัญชี สามารถเลือกวิธีชำระค่าสินค้าและบริการได้ 3 วิธี คือ ชำระกับร้านค้าที่ชำระด้วยบัญชี True Money ตัดเงินจากบัญชีธนาคาร หรือบัญชีบัตรเครดิต ส่วนการเติมเงินก็ทำได้โดยเติมด้วยบัตรเงินสด True Money บัตรเครดิต หรือโอนเงินจากบัญชีธนาคารของผู้ใช้ก็ได้



ปรับเปลี่ยนพฤติกรรม เลือกวิธีชำระเงินให้เหมาะสม

การชำระเงินในรูปแบบต่าง ๆ นั้น ควรเลือกใช้ให้เหมาะสมกับสินค้าและบริการ รวมทั้งกลุ่มลูกค้า เป้าหมายของร้านว่ามีความสามารถชำระเงินผ่านช่องทางใดได้บ้าง เช่นจากร้านค้าออนไลน์มีการแบ่งขั้นสูง ลูกค้าสามารถจะเลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าที่สะดวกกว่าก็ได้ ตามวิธีช่องทางชำระเงินที่หลากหลายไว้อำนวย ความสะดวกแล้ว ก็จะช่วยให้มีลูกค้าซื้อสินค้าเพิ่มขึ้นได้เช่นกัน

อย่างไรก็ตามในการเปิดช่องทางการชำระเงินในรูปแบบต่าง ๆ นั้น SMEs เองก็ต้องพิจารณาว่า เหมาะสมกับสินค้าและบริการของร้านหรือไม่ เช่น เป็นรายขายปลีกถุงเท้า ซึ่งมีราคาขายเริ่มต้น 100-500 บาท ส่วนใหญ่ลูกค้าก็จะซื้อสินค้าครั้งละไม่มาก จะเปิดให้บริการชำระผ่านบัตรเครดิตก็คงไม่จำเป็นก็ได้ เพราะจะต้องมีค่าใช้จ่ายในการให้บริการด้วย เป็นต้น หรือเป็นร้านขายส่งครั้งละมาก ๆ หรือค้าขายกับ ต่างประเทศ ก็เหมาะสมที่จะมีการชำระเงินไว้หลาย ๆ ช่องทางเพื่ออำนวยความสะดวกในการชำระเงินของ ลูกค้าช่วยให้การซื้อขายสินค้าทำได้ง่าย และเป็นโอกาสในการขยายธุรกิจในอนาคตได้



เลือกวิธีการชำระเงินผิด ยอดขายสลายได้!!!

การบริการช่องทางชำระเงินให้ลูกค้ามีทางเลือกในการจ่ายค่าสินค้าและบริการ ถือเป็นส่วนดึงดูด ความสนใจและสร้างความน่าเชื่อถือให้กับร้านค้า ทั้งนี้การรับชำระเงินแต่ละช่องทางจะมีเงื่อนไขและ ค่าธรรมเนียมของผู้จ่ายและผู้รับเงินที่แตกต่างกันไป จึงควรศึกษารายละเอียดก่อนเนื่องจากบางช่องทางมี ค่าธรรมเนียมที่เรียกเก็บผ่านผู้ขายซึ่งแปลว่าจะกลยุทธ์เป็นต้นทุนที่ต้องเสียเพิ่มเติมในการเปิดร้านค้า ซึ่งสรุป ความแตกต่างของค่าธรรมเนียมแต่ละช่องทางได้ตามตาราง ดังนี้





ช่องทางชำระ	ค่าธรรมเนียมการชำระค่าสินค้า	
	ผู้ขาย	ผู้ซื้อ
พัสดุเก็บเงินปลายทาง	- ค่าปฏิบัติการไปรษณีย์ 40 บาท - ค่าธรรมเนียมธนาบัติ 1,000 บาทแรก เรียกเก็บ 10 บาท 1,000 บาท ต่อไป เรียกเก็บ 2 บาท (เศษของพันบาทให้ นับเป็นพันบาท) รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม 7%	-
ธนาคารออนไลน์/เครื่องรับ จ่ายเงินอัตโนมัติ	-	- โอนต่างธนาคาร 25 บาท - โอนธนาคารเดียวกันแต่分行 เขต 10 บาท*
เคทเตอร์เซอร์วิส	รายการละ 3.75% ของยอดที่ได้รับ	รายการละ 15 บาท
บัตรชำระเงิน	รายการละ 3.00% ของยอดที่ได้รับ	-
Paypal	- 4.4% + 11.00 บาท - ถอนเงินไม่เกิน 5,000 บาท	-
Paysbuy	ค่าธรรมเนียม 3.50% รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม 7%	-
mPay	ถอนเงินออกจาก mCASH 35 บาท/ครั้ง	รายการละ 5 บาท
True Money	รับเงิน 12% ถอนเงิน 20 บาท/ครั้ง	-

* ค่าธรรมเนียมอาจมีการเปลี่ยนแปลงตามเงื่อนไขของผู้ให้บริการแต่ละราย



บทที่ 6 การบริหารหลังร้านของการตลาดในรูปแบบใหม่ ที่รองรับการดำเนินธุรกิจในยุค New Normal ก็สำคัญ

การบริหารสต็อกสินค้า

จุดประสงค์ของการสต็อกสินค้า เพื่อต้องการให้สินค้ามีเพียงพอต่อการขายหากสินค้าได้ขาดีก็ควรจะมีการผลิตหรือหามาเก็บไว้ในปริมาณที่มาก เช่น กัน ซึ่งการนำสินค้ามาไว้ในสต็อกก็ควรพิจารณาหลาย ๆ อย่างประกอบด้วย เช่น สินค้าขายดี อายุการใช้งาน ระยะเวลาในการเก็บรักษา ความนิยมของสินค้าในแต่ละช่วง เป็นต้น ซึ่งล้วนเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเก็บรักษาสินค้าไว้ขายทั้งสิ้น



การจัดการสต็อกเป็นส่วนสำคัญของการขายของบนเว็บไซต์ การตลาดในรูปแบบใหม่ที่รองรับการดำเนินธุรกิจในยุค New Normal เพราะถ้าหากลูกค้าสนใจและสั่งซื้อสินค้าก็ต้องมีสินค้าพร้อมจัดส่งทุกเมื่อ จึงต้องมีกีอัพเดทสต็อกสินค้าจริงและสินค้าบนหน้าเว็บร้านค้าให้มีความสัมพันธ์กัน นอกจากนี้ควรเลือกสต็อกสินค้าแต่ละประเภทตามความต้องการของตลาดโดยขอยกตัวอย่างตารางด้านล่าง ดังนี้

สต็อกเยอะ	สต็อกน้อย
สินค้าขายดี	สินค้าขายไม่ดี
สินค้าหายาก	สินค้าทางาย
แหล่งค้าส่งอยู่ไกล	แหล่งค้าส่งอยู่ใกล้
สินค้าไม่ตกเทรนด์ ขายได้เรื่อย ๆ	สินค้าแฟชั่น มาเร็ว ไปเร็ว
พื้นที่ในการเก็บสินค้ามาก	พื้นที่ในการเก็บสินค้าน้อย
มีเงินลงทุนเยอะ	มีเงินลงทุนน้อย

จากตารางด้านบน จะเห็นว่าการจะซื้อสินค้ามาสต็อกไว้มากหรือน้อยนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยหลาย ๆ อย่างประกอบ ซึ่งต้องนำมาพิจารณาประกอบการตัดสินใจในการสั่งซื้อหรือผลิตเข้ามาเก็บไว้ด้วย

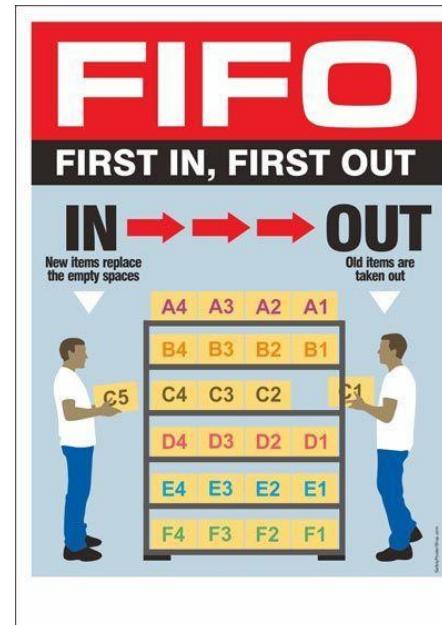




การส่งซื้อสินค้าไว้สำหรับขาย SMEs ควรจะส่งซื้อในปริมาณที่พอดีกับการขาย ไม่กักตุนสินค้าไว้เป็นจำนวนมาก ๆ เนื่องจากหากขายไม่หมดอาจจะทำให้สินค้าล้าสมัย หมดอายุ หรือเสื่อมคุณภาพได้ หากสินค้าขายไม่หมดก็อาจจะนำมาลดราคา หรือนำมาเป็นของแถมสำหรับทำไปรษณีย์ชั้น เพื่อช่วยกระจายสินค้าเดิมออกໄไปก็ได้ซึ่งจะเป็นผลดีในการขาย และช่วยให้เงินที่ลงทุนไม่จมไปกับสินค้าที่ค้างสต็อกนั่นเอง

แนวทางการบริหารสินค้าคงเหลือในสต็อก สามารถทำได้ดังนี้

- 1) ความมีการบันทึกสินค้าเข้าออกทุกรรั้ง เมื่อมีการซื้อเข้ามา หรือขายออกไป
- 2) บันทึกสินค้าคงเหลือทุกรรั้งหลังปิดการขายในแต่ละวัน เพื่อให้สามารถตรวจสอบได้ว่าสินค้าใดบ้างจะต้องซื้อเพิ่ม และสินค้าใดบ้างจะต้องกระจายออกไป
- 3) กำหนดจำนวนขั้นต่ำของสินค้าคงเหลือแต่ละชนิดไว้มียอดคงเหลือปริมาณเท่าไร จึงจะต้องสั่งซื้อเพิ่มเข้ามาไว้ในสต็อก
- 4) สรุปยอดขายของสินค้าแต่ละชนิดเพื่อจะได้รู้ว่าสินค้าใดขายดี
- 5) ควรเก็บสินค้าไว้หอยู่ในสภาพดีไม่ควรกักตุนสินค้าไว้ในปริมาณมาก ๆ



หาก SMEs มีการบริหารจัดการสินค้าในสต็อกอยู่เป็นประจำแล้ว จะช่วยให้ง่ายในการตรวจสอบและจัดหาสินค้ามาขายได้เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้าได้นอกจากนี้ยังช่วยในการสรุประยงานการขาย และวิเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ ได้อีกด้วย

โปรดพึงอีกครั้งหนึ่ง ขายของโดยไม่ต้องสต็อกสินค้า

สำหรับ SMEs ที่อยากรีดร้านขายออนไลน์แต่ไม่มีเงินลงทุนพอในการซื้อสินค้าเข้ามาสต็อกไว้ ยังมีบริการแบบใหม่เรียกว่า Drop Ship หรือการเป็นตัวแทนขาย โดยไม่จำเป็นต้องมีสินค้าไว้เองเพียงแค่ทำหน้าที่ขายสินค้าให้ร้านค้าที่เป็นตัวแทน เมื่อมีลูกค้าสั่งซื้อสินค้า ก็จะแจ้งการสั่งซื้อสินค้าไปยังร้านค้า ร้านค้ายืนยันการสั่งซื้อแล้วโอนเงินให้ร้านค้าส่ง จากนั้นร้านค้าก็จะทำการแพ็คและจัดส่งสินค้าให้ลูกค้าเองโดยไม่ต้องผ่านตัวแทน





ตารางแสดงข้อดี-ข้อเสีย ของการเป็นตัวแทนขาย

ข้อดี	ข้อเสีย
ไม่ต้องลงทุนซื้อสินค้ามาไว้ขายเพียงทำหน้าที่เป็นตัวแทนขายให้กับร้านค้าหลัก	ต้องคอยทำรายละเอียด และเช็คสต็อกสินค้าทุกครั้งเพื่อให้มูลกับลูกค้าได้
ได้สินค้าในราคางานส่งของตัวเอง	ไม่ได้เห็นสินค้าจริง
สามารถตั้งราคาขายใหม่ของเพื่อทำกำไรได้	การซื้อขายอาจต้องใช้เวลา เนื่องจากตัวแทนต้องเช็คสต็อกสินค้าก่อนทุกครั้ง
ไม่ต้องแพ็คสินค้าและจัดส่งสินค้าเอง	มีค่าใช้จ่ายที่เป็นตัวแทนขายรายอื่น ๆ เยอด

อย่างไรก็ตามการเป็นตัวแทนขายนั้นควรจะเลือกร้านค้าที่น่าเชื่อถือเพื่อบังกันปัญหาการถูกโงเงิน หรือสินค้าไม่ได้มาตรฐานนอกจากนี้ควรแจ้งรายละเอียดวิธีการส่งซื้อ และระยะเวลาในการจัดส่งสินค้าให้ลูกค้าเข้าใจเพื่อป้องกันไม่ให้ร้านตัวแทนเองถูกโงมติดจากลูกค้า เนื่องจากไม่เข้าใจระบบการทำงานของตัวแทนได้

เทคนิคการส่งสินค้าให้ประทับใจให้ลูกค้า ได้รีวิวแบบรัว รัว

การจัดส่งสินค้าร้านค้าออนไลน์โดยทั่วไปจะใช้บริการจัดส่งไปรษณีย์ของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด เนื่องจากสะดวก และปลอดภัยซึ่งก็มีหลายรูปแบบให้เลือก ทั้งแบบธรรมดา ลงทะเบียน หรือ EMS ซึ่งเป็นวิธีที่ง่ายและสะดวกที่สุดแต่ต่ำสินค้ามีขนาดใหญ่ และปริมาณมากก็อาจจะต้องใช้บริการขนส่งทางรถขนส่งสินค้า อย่างบริการของบริษัทขนส่งต่าง ๆ ซึ่งก่อนการจัดส่งสินค้าก็ต้องเตรียมการแพ็คหรือบรรจุหีบห่อสินค้าก่อนการจัดส่ง

การแพ็คสินค้า

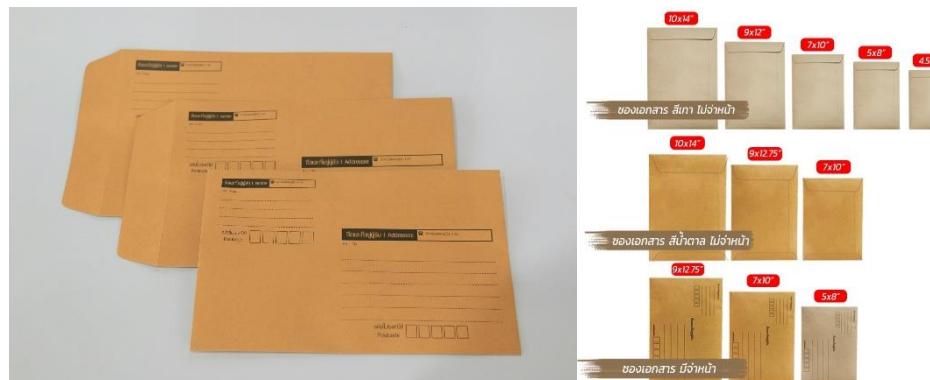
การแพ็คสินค้าเตรียมจัดส่งเป็นข้อหนึ่งที่ไม่ควรมองข้าม เนื่องจากต้องคำนึงถึงต้นทุนการจัดส่งรวมทั้งความเสี่ยงในการจัดส่งที่จะทำให้สินค้าเสียหายได้ ทั้งนี้ก่อนแจ้งราคาสินค้าพร้อมค่าจัดส่งให้ลูกค้า ต้องคำนวนน้ำหนักสินค้าและค่าใช้จ่ายในการจัดส่งก่อนซึ่งจะได้ไม่ขาดทุนในส่วนนี้ และต้องมาทำความรู้จักกับช่องและกล่องที่เหมาะสมสมกับการส่งสินค้าแต่ละชนิด ที่อาจเลือกหาได้จากไปรษณีย์หรือโรงงานที่รับผลิตโดยตรงในราคาย่อมเยาดังนี้

ช่องกระดาษไปรษณีย์

ช่องกระดาษไปรษณีย์จะมีหลากหลายขนาดให้เลือกใช้และมีหลายรูปแบบมาตรฐาน ซึ่งสามารถใช้เด็กกับเครื่องคัดแยกหมายอัตโนมัติจึงทำให้จัดหน่ายและเอกสารที่จัดส่งถึงผู้รับได้อย่างรวดเร็ว แม่นยำ เพิ่มความสะดวกและมั่นใจในการฝากส่งทุกครั้งนั้นเอง ข้อดีของการส่งแบบช่องกระดาษ คือ มีน้ำหนักเบา



และราคาถูกเมื่อซื้อร่วมกับสินค้าจะประหยัดค่าจัดส่งแต่มีข้อเสียคือ หากถูกน้ำ ถูกเกี่ยว หรือถูกกระแทก แรง ๆ อาจทำให้ช่องเปือยหรือฉีกขาดได้ การแพ็คสินค้าจึงควรแพ็คใส่ถุงพลาสติก เพื่อป้องกันน้ำอืดชื้นด้วย หรือถ้าเป็นสินค้าที่อาจแตกหักได้ เช่น แพนซีดี ควรเลือกใช้ช่องกันกระแทกแทน



ตารางแสดงราคาจำหน่ายของจดหมายไปรษณีย์

รายการ	ขนาด	ราคา (บาท)
ซอง ซี 6 สีขาว	114 x 162 มม.	3 ซอง ราคา 2.00 บาท
ซอง ซี 6 ชนิดสี	114 x 162 มม.	1.00
ซอง ซี 6 ชนิดสีแบบแพ็ค (1 แพ็ค มี 10 ซอง)	114 x 162 มม.	8.00
ซองขนาด ดี.แอล	110 x 220 มม.	1.50
ซองอากาศ DL	110 x 220 มม.	1.50
ซอง ซี 5 สีครีม	162 x 229 มม.	3.00
ซอง ซี 4 สีครีม	229 x 324 มม.	4.00
ซองขยายขา ซี 4	229 x 324 มม.	5.00
ซองกันกระแทก ซี 5	162 x 229 มม.	12.00
ซองกันกระแทก ซี 4	249 x 324 มม.	17.00
ชนิดแยกจำหน่าย		
ซองกันกระแทก ซี 4 ชนิดแยก จำหน่ายเป็นแพ็ค (1 แพ็ค มี 5 ซอง)	249 x 324 มม.	80.00

กล่องสำเร็จรูปไปรษณีย์

กล่องสำเร็จรูปใช้สำหรับส่งสินค้าที่มีขนาดใหญ่ หรือจำนวนมากตัวกล่องทำจากกระดาษลูกฟูก คุณภาพดีมีหลายขนาดให้เลือก เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าที่ต้องส่งสิ่งของกล่องที่แข็งแรงในการหุ้ม ห่อ มี 6 ขนาดโดยราคาจำหน่ายจะรวมอุปกรณ์ปิดผนึก (เชือก+เทปภาว) เรียบร้อยแล้วซึ่งคิดค่าบริการตาม น้ำหนักของสิ่งของที่ฝากส่ง





ตารางแสดงราคาจำหน่ายกล่องสำเร็จรูปไปรษณีย์

รายการ	ขนาด	ราคา (บาท)
กล่องสำเร็จรูปแบบ ก.	14 x 20 x 6 ซม.	9.00
กล่องสำเร็จรูปแบบ ข.	17 x 25 x 9 ซม.	12.00
กล่องสำเร็จรูปแบบ ค.	20 x 30 x 11 ซม.	16.00
กล่องสำเร็จรูปแบบ ง.	22 x 35 x 14 ซม.	20.00
กล่องสำเร็จรูปแบบ จ.	24 x 40 x 17 ซม.	25.00
กล่องสำเร็จรูปแบบ ฉ.	30 x 25 x 20 ซม.	32.00

กล่องพัสดุและซองเอกสาร

ทางเลือกสำหรับผู้ขายที่ต้องการลดต้นทุนในการจัดส่งก็ต้องมองหากล่องและซองราคาถูก ๆ เป็นตัวเลือก เนื่องจากอัตราค่าบริการของไปรษณีย์สำหรับการจัดส่งเป็นมาตรฐานไม่สามารถลดได้ดึงแม้จะมีปริมาณส่งมากแค่ไหนก็ตามแต่สามารถเลือกซื้อกล่องและซองราคากลางๆ ไปรษณีย์ขายได้ ซึ่งมีบริษัทและโรงงานเอกสารรับผลิตและขายกันในราคาที่ถูกกว่าไปรษณีย์ ทั้งนี้คุณภาพของหรือกล่องที่ได้อาจมีเนื้อกระดาษหรือชั้นลูกฟูกที่บางกว่าการแพ็คของ จึงต้องเสริมแพดดี้สก็อตเทปตามรอยต่อของซองกันของฉีกขาดและต้องรัดเชือกกล่องให้แน่น ซึ่งอุปกรณ์ในการแพ็คของเหล่านี้ไม่ว่าจะเป็นสก็อตเทป ที่ตัดเทป เจือกรัดกล่องก็ต้องซื้อแยกเตรียมไว้ต่างจากไปรษณีย์ที่มีมาให้เป็นชุด ราคากล่องและซองเอกสารจะมีราคาถูกกว่าอย่างเห็นได้ชัดหากเป็นกล่องจะมีราคาถูกกว่ากันมากกว่าเท่าตัว ส่วนซองจะถูกกว่า 1-2 บาท แต่ถ้าซื้อในปริมาณมากก็ถือว่าประหยัดไปได้หลายบาทหรือหากใช้งานวนมาก อาจสั่งพิมพ์ซื้อหรือตราสัญลักษณ์ของร้านเพื่อเพิ่มความหน้าเชื่อถืออีกด้วย





วิธีการจัดส่งสินค้าแบบต่าง ๆ

กล่องพัสดุและซองเอกสาร

- พัสดุธรรมดา : เป็นการส่งแบบไม่กำหนดน้ำหนักซึ่งไปรษณีย์ จะให้หมายเลขพัสดุไว้ตรวจสอบสถานะได้ที่ทำการไปรษณีย์เท่านั้น ระยะเวลาในการจัดส่ง 5 วันทำการ
- พัสดุลงทะเบียน : เป็นการส่งแบบกำหนดน้ำหนักไม่เกิน 2 กิโลกรัม ราคาขึ้นอยู่กับน้ำหนัก โดยไปรษณีย์จะให้เลขที่พัสดุไว้ตรวจสอบสถานการณ์จัดส่งที่ต้นทางและปลายทาง สามารถตรวจสอบแบบออนไลน์เองได้ที่หน้าเว็บไซต์ <https://track.thailandpost.co.th> ระยะเวลาในการจัดส่งประมาณ 3-4 วันทำการ
- ไปรษณีย์ด่วนพิเศษ (EMS) : เป็นการส่งแบบกำหนดน้ำหนักไม่เกิน 20 กิโลกรัม ราคาราคาขึ้นอยู่กับน้ำหนักโดยสามารถตรวจสอบสถานการณ์จัดส่งแบบออนไลน์ที่หน้าเว็บไซต์ <https://track.thailandpost.co.th> เช่นเดียวกันกับแบบลงทะเบียนแต่จะรายงานสถานการณ์จัดส่งทุกขั้นตอนอย่างละเอียด ใช้เวลาในการจัดส่งไม่เกิน 2 วันทำการ

การจัดส่งพัสดุไปรษณีย์ทั้ง 3 แบบนี้จะเป็นแบบที่ร้านค้าทั่วไปใช้สำหรับการจัดส่งสินค้าในประเทศไทยซึ่งแนะนำให้ใช้การส่งแบบลงทะเบียน หรือ EMS จะดีที่สุดเนื่องจากเร็วกว่าและสามารถตรวจสอบด้วยตัวเองได้ผ่านทางอินเทอร์เน็ตมั่นใจได้ว่าพัสดุจะถึงมือผู้รับอย่างแน่นอน ซึ่งค่าใช้จ่ายก็ไม่ได้แพงกว่าแบบธรรมดามากนัก





ตรวจสอบอัตราค่าจัดส่งพัสดุ

ก่อนตัดสินใจเลือกรูปแบบในการจัดส่งพัสดุกับทางไปรษณีย์ไทยควรศึกษาถึงอัตราค่าบริการจัดส่งแต่ละรูปแบบเพื่อประเมินค่าใช้จ่ายเสียก่อน โดยสามารถเข้าไปตรวจสอบได้ที่หน้าเว็บไซต์ของไปรษณีย์ไทย www.thailandpost.co.th/rate.php โดยเลือกได้ว่าปลายทางจะส่งไปยังต่างประเทศหรือในประเทศไทย จำนวนจะแสดงผลลัพธ์ค่าบริการแต่ละประเภทขึ้นมาให้เปรียบเทียบกัน

The screenshot shows the Thailand Post website (https://www.thailandpost.co.th/un_rate_result?country_code=TH&weight=1000) displaying shipping rates for various services. The search parameters are set to Thailand (ไทย), weight 1000 grams, and currency Baht (บาท). The results table lists 11 shipping options:

ลำดับที่	บริการ	ค่าบริการ (บาท)	บริการเสริม
1	จดหมายในประเทศไทย	25	+
2	EMS ในประเทศไทย	67	+
3	พัสดุไปรษณีย์	20	+
4	ของติดพื้นที่(หนังสือ)ในประเทศไทย	13	+
5	ของติดพื้นที่ในประเทศไทย	13	+
6	พัสดุไปรษณีย์ (กล่องเมมเบรน) ในพื้นที่	110	+
7	พัสดุไปรษณีย์ (กล่องเมมเบรน) นอกพื้นที่	120	+
8	EMS ในประเทศไทย	67	+
9	eCo-Post	40	+
10	จดหมายในประเทศไทย	25	+
11	ขั้มสู่-19	19	+





ส่งแบบเรียกเก็บเงินปลายทาง

การจัดส่งแบบ พกง. หรือพัสดุเก็บเงินปลายทางเป็นบริการขนส่งของไปรษณีย์ไทย โดยไปรษณีย์จะออกใบแจ้งหนี้ให้ผู้ซื้อมา收取และชำระสินค้าเอง ณ ที่ทำการไปรษณีย์ในเขตพื้นที่นั้น ๆ ตามใบแจ้งหนี้ซึ่งวิธีนี้ถ้าสินค้าไม่แพงมากหรือผู้ซื้ออยู่ใกล้จากที่ทำการไปรษณีย์ไม่ค่อยสะดวกมากนัก

ส่งโดยบริษัทขนส่งของเอกชน

สามารถส่งสินค้าทั้งในและต่างจังหวัดมีทั้งแบบเก็บเงินต้นทางและปลายทาง ซึ่งวิธีนี้จะใช้กันเยอะในธุรกิจค้าส่งต่าง ๆ กรณีที่สินค้ามีจำนวนมากหรือมีขนาดใหญ่ซึ่งเป็นอีกช่องทางที่สามารถจัดส่งได้อย่างรวดเร็วมากขึ้น และประหยัดกว่าไปรษณีย์หากสินค้าที่มีน้ำหนักมากกว่า



สำหรับผู้ที่ต้องการส่งสินค้าไปต่างประเทศ บริษัทไปรษณีย์ไทยมีบริการจัดส่งไปรษณีย์ระหว่างประเทศให้บริการเช่นกัน ซึ่งมีให้เลือกหลายรูปแบบสามารถเข้าไปดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ หน้าเว็บไซต์ www.thailandpost.co.th หรืออาจจะใช้บริการของบริษัทเอกชนต่าง ๆ ซึ่งก็มีบริการอยู่หลายแห่งทั้งขนส่งทางเรือ ทางรถ ทางอากาศ (สามารถค้นหารายชื่อจากเว็บ google ได้)

ติดตามสถานการณ์จัดส่ง

ติดตามสถานะจากไปรษณีย์

หลังจากการจัดส่งพัสดุสินค้าไปกับไปรษณีย์ไทย กรณีส่งแบบลงทะเบียนหรือแบบ EMS ทางไปรษณีย์จะแจงเลขทะเบียนพัสดุมาพร้อมกับใบเสร็จซึ่งผู้ขายต้องแจงเลขพัสดุนี้ให้ลูกค้า เพื่อแสดงว่าทางร้านได้จัดส่งสินค้าไปเรียบร้อยแล้ว แต่ในกรณีที่เกิดการส่งล่าช้าและเกิดการทางตามสามารถเช็คสถานการณ์ส่งพัสดุได้ที่ <http://track.thailandpost.co.th/trackinternet> หากเข้าไปเช็คแต่สถานะขาด



การตลาดในรูปแบบใหม่ที่รองรับ
การดำเนินธุรกิจในยุค New Normal



หายไปหรือไม่มีการอัพเดตสถานะใด ๆ ให้ติดต่อไปยัง Call Center ของไปรษณีย์ที่เบอร์ 1545 หรือโโทรติดต่อได้ที่สาขาไปรษณีย์ต้นทางที่จัดส่งหรือไปรษณีย์ปลายทาง แต่ถ้ากรณีสูญหายไปรษณีย์จะมีการชดเชยให้แล้วแต่ประเภทของการจัดส่งซึ่งอัตราค่าชดเชยต่าง ๆ อาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ สามารถตรวจสอบข้อมูลได้จากไปรษณีย์โดยตรง

ติดตามสถานะสิ่งของ

กรอกหมายเลขสิ่งของ 13 หลัก [ตัวอย่าง : EF582568151TH]

ค้นหา

* กรุณาใส่ , (Comma) ค้นหาก่อนสิ่งของ กรบีติดตามมากกว่า 1 รายการ
(ตัวอย่าง : EF582621151TH, EA666458151TH, RG453678925TH) สามารถใช้ได้สูงสุด 10 รายการต่อครั้ง

สามารถติดตามสถานะสิ่งของผ่าน Thailand Post ได้แล้ว คลิกเลย....

บริการที่รองรับการตรวจสอบสถานะ:

- EMS ปรับปรุงตัวบันทึกไปรษณีย์
- ไปรษณีย์ไทยเพื่อคนไทย
- Co-Post ล่วงประวัติไปรษณีย์
- Logispost ในประเทศไทย
- EMS World ไปรษณีย์ต่างประเทศ
- Courier Post ของประเทศไทย
- ไปรษณีย์โลกเพื่อคนไทย
- พัสดุไปรษณีย์ต่างประเทศ
- Logispost ของประเทศไทย
- ไปรษณีย์ไทยเพื่อคนไทย
- E-packet ของต่างประเทศ
- แพลตฟอร์มจัดการจัดส่ง

© Thailand Post Co., Ltd. Privacy & Terms

ติดตามสถานะจากขนส่งอื่น ๆ

การขนส่งแต่ละรายจะมีวิธีการทำงานที่แตกต่างกัน บางรายสามารถเช็คถอนไลน์ได้จากเว็บไซต์ บางรายต้องโอนเงิน หันหน้ากลับไปใช้บริการต้องมีการพูดคุยตกลงวิธีการทำงานเพื่อให้เข้าใจกันระหว่างผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการ โดยขั้นตอนการรับสินค้าปลายทางต้องระบุก่อนการจัดส่งว่าต้องการให้จัดส่งสินค้าปลายทางที่บริษัทส่งสินค้าปลายทาง และไว้รับเองหรือให้จัดส่งไปยังที่อยู่ที่ต้องการซึ่งอาจมีค่าบริการเพิ่มเติมอีก

J&T EXPRESS

ค้นหา บริการ ท่องเที่ยว เกี่ยวกับเรา

ติดตามพัสดุ อัตราค่าส่ง ค้นหาสาขา เก็บไว้ในวันเดียว

กรุณารอกรหัสแม่เหล็กใบนำส่งของคุณจำนวน 1 รหัส

ค้นหา



การตลาดในรูปแบบใหม่ที่รองรับ
การดำเนินธุรกิจในยุค New Normal



บทที่ 6 การบริหารหลังร้านของการตลาดในรูปแบบใหม่ ที่รองรับการดำเนินธุรกิจในยุค New Normal ก็สำคัญ

Screenshot of a browser showing the Track & Trace page of Kerry Express. The URL is https://th.kerryexpress.com/th/track/. The page has a dark background with orange and white text. It includes a search bar and a large orange button labeled 'ติดตาม' (Track).

Screenshot of a browser showing the homepage of Flash Express. The URL is https://www.flashexpress.co.th/tracking/. The page features a yellow header with the Flash Express logo and navigation links. Below the header, there's a promotional banner for a 'Flash Printer' with text in Thai. The main content area shows a printer and some text in Thai. A small note at the bottom says '*รองรับพิมพ์ครั้งเดียวบนกระดาษ A4 ถูกตุ้นไปแล้ว'.



การตลาดในรูปแบบใหม่ที่รองรับ
การดำเนินธุรกิจในยุค New Normal



บทที่ 7 เคล็ดลับแต่ไม่ลับของการตลาดในรูปแบบใหม่ ที่รองรับการดำเนินธุรกิจในยุค New Normal

การตลาดในรูปแบบใหม่ที่รองรับการดำเนินธุรกิจในยุค New Normal นักการตลาดจะทำให้ร้านเป็นที่รู้จักแล้วยังต้องรักษาฐานลูกค้าและเพิ่มลูกค้ารายใหม่เข้ามาไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมส่งเสริมการขายใด ๆ จะต้องตอบสนองกิจกรรมการซื้อของลูกค้าต้องรู้ว่าลูกค้าต้องการอะไรก่อนซื้อ ขณะซื้อ และหลังการซื้อ การให้บริการที่ดีไม่ว่าจะเป็นการโต้ตอบพูดคุยเหมือนเป็นที่ปรึกษาให้ลูกค้า จะทำให้ลูกค้ารู้สึกถึงความเป็นกันเอง และหากสินค้าดีมีคุณภาพแน่นว่าลูกค้าต้องกลับมาซื้ออีกแนอนอย่างไรก็ตามมีหลากหลายเทคนิคที่จะทำให้ไปสู่ความสำเร็จโดยจะนำเสนอเป็นหัวข้อดังนี้

- ◆
- ◆
- ◆

ชุนวุกกว่าวัววิ “รู้เรา รู้เรา บรรยายครั้ง ชนะร้อยครั้ง”

- ◆
- ◆
- ◆

ในการณ์ที่สินค้าของ SME ไม่ได้เป็นสินค้าที่ผลิตเองหรือแบบไม่แตกต่างจากผู้ค้ารายอื่น ยอมต้องมีคุณภาพเป็นธรรมดายกระดับน้ำ準การมีการสำรวจตลาดว่าแต่ละร้านมีกลยุทธ์ค้าขายอย่างไรบ้าง เพื่อนำมาปรับสร้างความแตกต่างเมื่อศึกษาคุณภาพและต้องหันมาวิเคราะห์แผนการขายของร้านคุณว่ามีจุดเด่น และจุดด้อยอะไรบ้างเพื่อที่จะนำเสนอด้วยสินค้าให้น่าสนใจและให้ได้ผลกำไรมากที่สุด

การสร้างภาพลักษณ์ และสร้างตรายីห៍ (Image)

เมื่อหาจุดเด่นของสินค้า SME ได้แล้วก็ต้องสร้างภาพและชื่อสินค้า เพื่อให้ลูกค้าจดจำสินค้าของคุณได้ก่อนอื่นก็ต้องสร้างจุดเด่นนี้ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า ให้ลงนีกๆ ถ้าจะบอกลูกค้าว่าสินค้าดี จะต้องบอกลูกค้าว่าอย่างไรให้พูดสั้น ๆ ง่าย ๆ และเข้าใจ เช่น สะดวกในการใช้ บำรุงรักษาง่าย ปลอดภัย ทนทาน ราคาไม่แพง คุณภาพสูง มีการรับประกันคุณภาพสินค้าอีก ฯลฯ ถ้าสามารถน้ำพูดกับลูกค้าอยู่ที่ทักษะของ SME ที่จะสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า สรุปแล้วคือคุณต้องบอกลูกค้าว่าสินค้าที่คุณกำลังนำเสนอสามารถเติมเต็มความต้องการอย่างไร และเหตุใดลูกค้าจะต้องซื้อสินค้าของ SME นั่นเอง

พัฒนาสินค้าอยู่เสมอ

สินค้าสำหรับการตลาดในรูปแบบใหม่ที่รองรับการดำเนินธุรกิจในยุค New Normal นั้นควรเน้นที่รูปลักษณ์ และการนำเสนอให้เห็นถึงความน่าสนใจและถึงดูดลูกค้าให้มาร์ชีอเพราลูกค้าส่วนใหญ่ที่เข้ามาซื้อจะเป็นคนที่มีความรู้ และสามารถสืบค้นข้อมูลได้ผ่านอินเทอร์เน็ตซึ่งลูกค้าอาจค้นพบสินค้ารูปลักษณ์ที่เหมือนกัน หรือใกล้เคียงกันทำให้เกิดข้อเปรียบเทียบด้านคุณภาพและราคาได้ เพราะฉะนั้นจึงควรมีการ



นำเสนอที่ส่วนมากสินค้าที่นำมายังควรเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ หากไปเดินเลือกมาขายเองก็ต้องตรวจสอบคุณภาพให้ดีก่อน เพราะใคร ๆ ก็อยากได้แต่ของดี ๆ ของที่ถูกใจ ไม่ว่าจะแพงแค่ไหนก็ซื้อด้วยและจะกลับมาซื้ออีกแน่นอน หากคุณภาพของสินค้าที่สั่งไปคุณภาพลดลงเมื่อไหร่ก็เหมือนเป็นการไร้ลูกค้าทางอ้อมนั่นเอง

นำเสนอข้อมูลที่น่าเชื่อถือ

พฤติกรรมการซื้อของคนในปัจจุบันที่มีเทคโนโลยีมารองรับ หากต้องการซื้อสินค้าได้สักชิ้นแต่ไม่มีความรู้เกี่ยวกับสินค้านั้น ๆ ก็มักต้องค้นหาข้อมูลจากเว็บไซต์ต่าง ๆ หรือสอบถามคนเคยใช้แล้วหาร้านค้าเพิ่มข้อมูลและเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ลงไปให้อ่านได้ทันที พร้อมให้เครดิตข้อมูลที่น่าเชื่อถือเพื่อมารองรับสินค้าที่ขายย่อมทำให้ร้านค้าดูน่าเชื่อถือและน่าซื้อยิ่งขึ้น โดยข้อมูลที่เกี่ยวข้องสามารถหาได้จากนิตยสารเว็บไซต์ที่น่าเชื่อถือตลอดจนผลการวิจัยที่มีผู้ศึกษาไว้เป็นต้น

สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

ในยุคไอทีการตลาดยุคเก่าที่ใช้เพียงแค่บอร์ด แลก แจก แฉม เพียงเท่านี้คงไม่ได้ผลการขายสินค้ายุคนี้ต้องเน้นต่อยอดการสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยความสัมพันธ์ กลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าทำให้ลูกค้ามาซื้อซ้ำ ซื้อบ่อย ซื้อย่างต่อเนื่อง และลูกค้ามีการบอกต่อโดยชวนเพื่อนและญาติมาซื้อลูกค้าประเภทนี้จะมีมูลค่าสูง และทำให้มีกำไรมากขึ้นคุณสามารถสร้างความสัมพันธ์เหล่านี้ด้วยการหมั่นเข้ามาอัพเดตข้อมูลข่าวสารจากหน้าร้าน และใช้ช่องทางการพูดคุยที่มีประสิทธิภาพ เพราะลูกค้าบางคนอาจไม่สนใจที่จะติดสินใจซื้อในทันทีคำแนะนำของผู้ขายจะเป็นคะแนนสำคัญที่จะช่วยโน้มน้าวได้เป็นอย่างดีหากมีสินค้าลงใหม่และสามารถแจ้งข่าวสารไปถึงลูกค้าได้ จะทำให้ลูกค้ารู้สึกถึงความพิเศษและเห็นถึงความใส่ใจในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีเข่นกัน การหมั่นสื่อสารพูดคุยสร้างความเป็นกันเองกับลูกค้าจะช่วยทำให้ลดระยะห่างของความสัมพันธ์ลงและช่วยทำให้การค้าขายของคุณง่ายขึ้น คุณอาจไม่จำเป็นต้องคุยกับทุกคนแต่ต้องอัพเดตข่าวสารและพัฒนาข้อมูลที่เป็นประโยชน์และสม่ำเสมอจะทำให้มีเรื่องคุยและสนทนาใจมากขึ้น

การมีเว็บไซต์เป็นหน้าร้านหรือเปิดเพจ Facebook ไว้เพื่อซื้อขายจริงต้องสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เพราะโดยนิสัยของผู้ซื้อแล้ว ไม่ชอบการยัดเยียดและถูกนำเสนอขายของอยู่ตลอดเวลาการตัดสินใจซื้อสิ่งใดสิ่งหนึ่งจะต้องใช้การทบทวนซึ่งคิดว่าเหมาะสม อย่างใดเงื่อนไขใดจะซื้อการใช้ช่องทางสร้างความสัมพันธ์เพื่อเป็นตัวเลือกอันดับต้น ๆ ให้ร้านของ SMEs นำเสนอด้วยจะเป็นการสื่อสารผ่านทางอีเมล ข้อความ รวมไปถึงการลงโฆษณาผ่านช่องทางต่าง ๆ ล้วนเป็นช่องทางเลือกที่ใช้ความสัมพันธ์กับลูกค้าไว้ไม่ให้ขาดการติดต่อหรือซื้อครั้งเดียวเลิกนั่นเอง





Dashing Diva Thailand
@dashingdivathailand ท สุขภาพ/ความงาม

เกี่ยวกับ **อุทิ้งหมด**

- Dashing Diva Thailand Official Easy, Fast, Fun Everything About Nails
- 231,484 คน ถูกใจสิ่งนี้ซึ่งรวมถึง เพื่อนของคุณ 10 คน
- 240,329 คนติดตามเพจนี้
- <http://www.dashing-diva.com/>
- 064 553 6646
- ตอบสนองเร็วมากต่อข้อความ ส่งข้อความ
- sale@mankook.com
- สุขภาพ/ความงาม ท การซื้อบีบและค้าปลีก ท ร้านทำเล็บ
- นโยบายความเป็นส่วนตัว

รูปภาพ **อุทิ้งหมด**

สร้างโพสต์

โพสต์ที่ปักหมุดไว้

Dashing Diva Thailand 6 ธ.ค. ท ๕.๕ ชั้อ 2 แกน 2 ชั้นปอยบูบันสยาม สายกรุงเป้า แกนส่งฟรีส่งหน้าบ้านเฉพาะช่องทางออนไลน์ กับ 16 แพค.นีท่านนั้น
เล็บปอลอน > <http://bit.ly/เล็บปอลอน>
แผ่นเจลติดเล็บ > <http://bit.ly/แผ่นเจลติดเล็บ>

ดู... อุ่นไอ้มีเดือน

สร้างความมั่นใจให้ลูกค้า

การตลาดในรูปแบบใหม่ที่รองรับการดำเนินธุรกิจในยุค New Normal เป็นการซื้อของแบบบไม่เห็นสินค้าจริง ความน่าเชื่อถือจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้เกิดการขายได้ทั้งนี้อาจจะต้องใช้เวลา หากเป็นร้านที่เพิ่งเปิดใหม่ข้อมูลการติดต่อชื่อขายยังไม่มีประวัติการติดต่อกับผู้ซื้อยังไม่เข้าใจในช่วงแรกก็ต้องอาศัยการลงโฆษณาไปก่อน พร้อมกับให้ข้อมูลที่สามารถติดต่อได้ชัดเจนสามารถตามตัวได้ซึ่งในปัจจุบันมีร้านขายของออนไลน์มากมายอยู่บนเว็บไซต์ ส่วนใหญ่ผู้ซื้อจะเข้าไปดูเกือบทุกร้านที่มีมาให้เลือกแต่จะเลือกซื้อจริง ๆ อยู่ไม่กี่ร้านหลักการเลือกของผู้ซื้อมีอยู่หลายประเภทด้วยกัน ดังนี้

- การอัพเดตสินค้า ผู้ซื้อส่วนใหญ่ชอบการได้เลือกยิ่งมีแบบให้เลือกเยอะยิ่งชอบ การอัพเดตสินค้าใหม่ ๆ เช่นจึงเป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยในการตัดสินใจ เพราะผู้ซื้อสินค้าบางรายก็ไม่ต้องใช้เวลาตัดสินใจนานแค่ไหนแล้วชอบกสั่งซื้อ ทั้งนี้ยังต้องมีความสม่ำเสมอในการอัพเดต ถ้าร้านค้ามีความเคลื่อนไหวอยู่เสมอ ก็จะทำให้ลูกค้ารู้สึกว่ามีคนเฝ้าร้าน คงรับผิดชอบและมีคนให้ดูดต่อสอบถามอยู่เสมอ เพราะฉะนั้นการอัพเดตความเคลื่อนไหวและข้อมูลสินค้าจึงเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้สำหรับการค้าขายออนไลน์



- ประวัติข้อมูลการส่งสินค้า ประวัติข้อมูลการซื้อและการส่งสินค้าจะเป็นตัวช่วยตัดสินใจได้ดี อีกอย่าง เพราะหากผู้ซื้อเห็นว่าเคยมีคนเคยซื้อร้านนี้ตลอดไม่มีปัญหาอะไรทำให้น่าไว้วางใจ และสั่งซื้อในที่สุด
- การพูดคุยกับลูกค้า การตอบข้อสงสัยหรือให้คำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าเป็นจุดขายอีกอย่าง หนึ่งที่จะทำให้ผู้ซื้อเกิดความประทับใจและความเป็นกันเอง
- ประวัติแบบคลิกสัตต์ การมีประวัติการขายที่ทำให้ผู้ซื้อเกิดความไม่พอใจและไม่มีการแก้ปัญหาที่ดีจะทำให้เป็นจุดบดบังต่อความน่าเชื่อถือของร้านได้ แต่หากเกิดปัญหาและมีการแก้ไขที่ดีก็จะเป็นตัวช่วยได้

#IU PHOTobook ปล่อยบันนี่ ft.แพ็คบัม

12.4K ทวี

ค้นหาทวีเดอร์

หัวเร็ว

สำรอง

แจ้งเตือน

ข้อความ

บุคคล

รายชื่อ

ข้อมูลส่วนตัว

เพิ่มเติม

คุณอาจชื่นชอบ

รับข่าวของ (ทุกคน) @shopshopbykorn... สืดตาม

อัลบัม แห่งไป พร้อม... @ptkoreanshop สืดตาม

- *storeofgod! 三... สืดตาม

尧

#รีวิวແลงບົກວາ

尧

尧

尧

尧



ลูกค้าคือพระเจ้า

การเพิ่มยอดการขายด้วยการให้บริการ เป็นเหมือนการพ่วงบริการเสริมหรือบริการพิเศษที่ SMEs นำเสนอไปพร้อมกับการขายสินค้า ไม่ว่าจะเป็นการรับประกันสินค้าหากชำรุดหรือเสียหายก่อนระยะเวลา รับประกันหากเป็นสินค้าที่ผลิตขึ้นมาเองหรือรับมาจากอีกที่คุณก็สามารถทำใบรับประกันจากทางร้านคุณเอง ได้ง่าย ๆ ก็จะทำให้ลูกค้าอุ่นใจขึ้น ในกรณีที่สินค้ามีมูลค่าสูงรวมไปถึงบริการจัดส่งสินค้าฟรีถึงบ้านล้วนเป็น สิ่งที่ทำให้ลูกค้าเกิดความ satisfaction ประทับใจในการบริการ และอย่างก่อให้เกิดความประทับใจในการบริการใหม่ๆ การบริการจึงต้องเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่จะคอยมัดใจลูกค้าที่เคยผ่านประสบการณ์ดี ๆ จากทางร้านและบอกต่อกับคนอื่น ๆ ให้มาอุดหนุนและใช้บริการอีกทอดหนึ่ง

หลักการให้การบริการที่ดีมีอยู่ 3 ข้อหลัก ๆ ดังนี้

- บริการด้วยความรวดเร็ว ไม่ว่าใคร ๆ ก็ต้องการบริการที่รวดเร็ว ทันใจและอย่างไรก็ตาม ความรวดเร็วที่ต้องมาควบคู่กับคุณภาพด้วย ไม่ใช่เร็วแต่สินค้าเสียหายก็จะยิ่งทำให้เสียเวลา เสียทั้งงานจึงต้องมีการจัดการที่ดีด้วย
- ประหยัดเงินและเวลา เมื่อบริการลูกค้าดีและรวดเร็ว ย่อมประหยัดเงินและเวลา ทั้งของลูกค้า และร้านค้าทำให้ลูกค้าพึงพอใจร้านของคุณสามารถปิดการขายและดำเนินรายรับได้อย่าง รวดเร็วเห็นกำไรเป็นกอบเป็นกำ
- เกิดความรู้สึกที่ดีต่อผู้ให้บริการ การบริการที่ดียอมทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจยินดีที่จะ กลับมาใหม่ถึงแม้ว่าอาจจะราคาแพงกว่าแต่ด้วยความสามารถซึ่งความพึงพอใจและความไว้วางใจ ก็ถือว่าคุ้มค่ากับราคา

แคม แคม แคม และแคม

การเพิ่มความประทับใจด้วยการสมนาคุณให้ลูกค้าเป็นพิเศษกว่าใคร เป็นกลยุทธ์อีกอย่างที่ทำให้มัดใจลูกค้าได้เป็นอย่างดี ด้วยความสดใหม่ของการขายออนไลน์ที่สามารถนำเสนอทั้งข้อมูลสินค้าและบริการ ได้โดยตรงกับลูกค้าถือเป็นข้อได้เปรียบสำหรับการทำโปรโมชั่นใจไปยังลูกค้าได้ทันที ไม่ว่าจะเป็นการทำ โปรโมชั่นลด แลก แจก แคม ประเภทนี้ไม่ต้องพูดถึง เพราะเป็นที่ถูกอกถูกใจลูกค้าแน่นอนอยู่แล้ว การทำ โปรโมชั่นเหล่านี้นอกจากช่วยยอดขายให้เติบโตขึ้นแล้ว หากสินค้าของคุณมีคุณภาพเป็นที่พึงพอใจก็จะนำไปสู่ กระบวนการการบริการต่อเนื่นของ นักขายโปรโมชั่นลด แลก แจก แคม และยังสามารถทำโปรโมชั่นสมนาคุณ ลูกค้าพิเศษเหลือใคร ๆ และรู้สึกภูมิใจที่ได้อุดหนุนร้านของคุณยกตัวอย่างเช่น มอบบัตรของขวัญซึ่งเป็น ส่วนลดเมื่อซื้อสินค้าภายในร้านสำหรับสมาชิกร้านที่เคยอุดหนุนกับร้าน มอบของรางวัลพิเศษเมื่อมียอด คำใช้จ่ายตามที่ร้านกำหนด มอบแพคเกจท่องเที่ยวสำหรับลูกค้าที่มียอดการสั่งซื้อมากที่สุดภายในเดือนนั้น เป็นต้น





บทที่ 7 เคล็ดลับแต่ไม่ลับของการตลาด
ในรูปแบบใหม่ที่รองรับการดำเนินธุรกิจในยุค New Normal

หน้า 81



ผลิตไปแล้วครับ

ข้อนี้เป็นประเด็นสำคัญในการขายของออนไลน์ เนื่องจากการขายของผ่านเว็บไซต์เป็นสิ่งที่จำต้องไม่ได้สินค้าที่ขายลูกค้าจะดูและตัดสินใจผ่านทางรูปภาพ และการพูดคุยกับคนขายเท่านั้นหากสินค้าที่ถูกส่งไปไม่ตรงกับที่ตกลง หรือไม่เหมือนกับรูปภาพทำให้ลูกค้าไม่พอใจหรือหากในกรณีที่เป็นสินค้าพรีออเดอร์ เช่น เสื้อผ้าแฟชั่นที่สั่งนำเข้ามาจากประเทศอื่นที่คุณเองก็ไม่อาจรู้ได้เลยว่าสินค้าจะตรงกับภาพหรือไม่ เช่นนี้แล้ว SMEs จำเป็นต้องระบุเป็นข้อตกลงกับลูกค้าให้ชัดเจน และย้ำว่าต้องให้ลูกค้าอ่านและยินยอมต่อข้อตกลงดังกล่าวก็เป็นทางเลือกหนึ่งซึ่งป้องกันการผิดพลาดที่ SMEs ไม่สามารถควบคุมได้



การตลาดในรูปแบบใหม่ที่รองรับ
การดำเนินธุรกิจในยุค New Normal