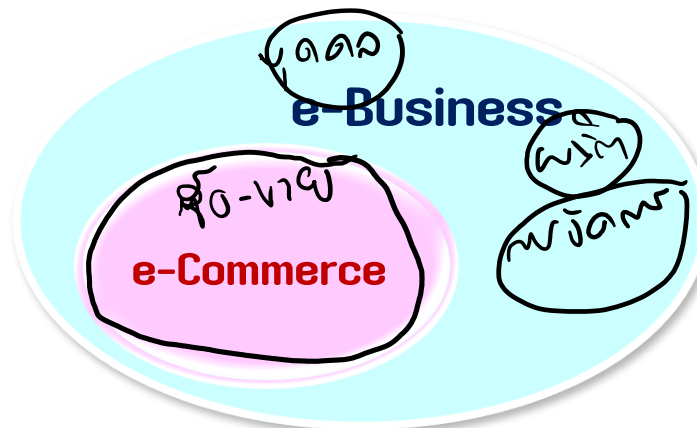




สรุปเนื้อหา บทที่ 1-6

ความหมายของ e-Commerce

- ▶ พาณิชนียอิเล็กทรอนิกส์ คือ การซื้อ การขาย หรือ การแลกเปลี่ยนสินค้า/บริการ ^①/_② และข้อมูลข่าวสาร ผ่าน เครือข่ายคอมพิวเตอร์รวมถึงเครือข่ายอินเทอร์เน็ต
(Kalakota and Whinston (1997))
คอมพิวเตอร์, วิทยุ, ทีวี, ทีวี ... + สื่อทวิ
EC
- ▶ E-Business คือ การดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจต่างๆ ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้กระบวนการทางธุรกิจ มีประสิทธิภาพ



ประโยชน์ของ e-Commerce

1. ขายได้ทุกที่ ทุกเวลา ^{24 ชม.}
2. ค่าใช้จ่ายต่ำกว่า ^{ไม่เช่าเช่า, ค่าไฟ}
3. ทำการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ^{→ ทั่วโลก & Internet}
4. ความสะดวกของผู้ซื้อ ^{→ สั่งที่ไหน, ที่ไหน}
5. ปรับตัวได้ง่าย ขยายธุรกิจได้อย่างรวดเร็ว
6. การวางกลยุทธ์อยู่บนข้อมูลจริง ^{→ เก็บข้อมูลมา Online}

ประเภทของ E-Commerce

▶ แบ่งตามลักษณะของธุรกรรมที่เกิดขึ้น

1. B2C (Business to Customer) *ธุรกิจ กับ ลูกค้า / ผู้บริโภค*
2. B2B (Business to Business) *ผู้ประกอบการ กับ ผู้ประกอบการ / องค์กรกับองค์กร*
3. C2C (Customer to Customer) *ผู้ซื้อ กับ ผู้ขาย*
4. B2G (Business to Government) *หน่วยงานธุรกิจ หน่วยงานราชการ / องค์กร กับ ภาครัฐ*
5. G2C (Government to Customer) *หน่วยงานราชการ กับ ผู้บริโภค*
เช่น - ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา → ผู้บริโภค/ลูกค้า
เช่น - ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา → ผู้บริโภค/ลูกค้า
- ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา → ผู้บริโภค

แผนธุรกิจ (Business plan)

- ▶ แผนธุรกิจ คือ การกำหนดแนวทางการดำเนินธุรกิจ
- ▶ เป็นแผนระยะกลาง (1-2 ปี) และ ระยะยาว (3-5 ปี)
- ▶ แผนธุรกิจมีความจำเป็นอย่างไร
 - แผนธุรกิจเป็นตัวบ่งชี้ให้เห็น ทิศทางของธุรกิจว่าจะมีทิศทางไปอย่างไร ซึ่งปัจจุบันมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งโดยเฉพาะธุรกิจบน อินเทอร์เน็ต

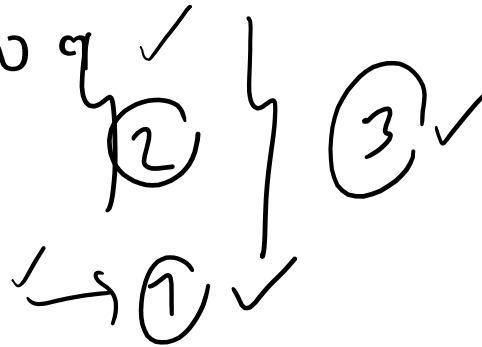


ขั้นตอนการเขียนแผนธุรกิจ

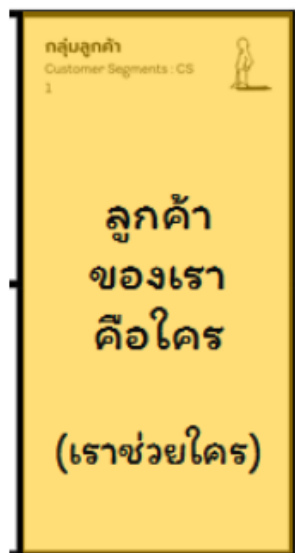


กลยุทธ์การตลาด E-commerce

- ▶ กลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategy)
- ▶ คือ การเลือกวิธีการ, การวางแผน ในการลงมือทำการตลาด เพื่อบรรลุเป้าหมายทางการตลาดหรือเป้าหมายทางธุรกิจที่ตั้งไว้
- ▶ กลยุทธ์ทางการตลาดมีหลายวิธีการ เช่น
 - การเลือกช่องทางการใช้สื่อต่าง ๆ ✓
 - การวางแผนกลยุทธ์ ✓
 - การเลือกวิธีโฆษณา เป็นต้น ✓



1. Customer segment (กลุ่มลูกค้า)



- ▶ วิเคราะห์กลุ่มลูกค้าว่าใครเป็นลูกค้าเรา (กลุ่มเป้าหมาย)
 - กลุ่มลูกค้าวงกว้าง (mass) หรือ
 - ✓ กลุ่มเฉพาะ (niche) ⇒ *ทช ม้าตัวเล็ก 1-5 เม*
- ▶ ลูกค้าของเรามีพฤติกรรมแบบไหน อยู่กับสื่ออะไร
 - สามารถแบ่งกลุ่มเป้าหมายได้หลากหลายไม่ว่าจะเป็นแบ่งกลุ่มตามความต้องการ พฤติกรรม พื้นที่ หรือรูปแบบสินค้า เป็นต้น

2. Product

- ▶ สินค้า (Product) การขายออนไลน์ แบ่งได้เป็น 2 ประเภท

1) สินค้าดิจิทัล (Digital Product)

- เช่น ซอฟต์แวร์, เพลง, หนังสือดิจิทัล → Data
- ส่งสินค้าได้โดยผ่านอินเทอร์เน็ต ← Download File

2) สินค้าที่ไม่ใช่ดิจิทัล (Physical Product) → จักรกล

- เช่น เสื้อผ้า เครื่องประดับ
- ต้องมีการจัดส่งผ่านช่องทางการขนส่งให้ถึงมือผู้ซื้อ

3. Price (ราคา)

- ▶ การวางขายสินค้าบน e-Commerce ราคาถูกหรือแพง ขึ้นอยู่กับราคาสินค้ารวมค่าขนส่งแล้ว
- ▶ หากไม่สามารถทำกลยุทธ์เรื่องราคาได้ ให้เน้นความสะดวกจากการสั่งซื้อ การส่งเสริมการขาย
- ▶ หากราคาที่แจ้งยังไม่รวมค่าขนส่ง ต้องบอกให้ลูกค้าทราบว่ายังไม่ได้รวมค่าจัดส่ง และให้ข้อมูลด้านการจัดส่งด้วย

3. Price (ราคา)

► กลยุทธ์การตั้งราคา แบ่งออกได้ 7 ประเภทดังนี้

1. Premium Pricing ✓
2. Penetration Pricing ✓
3. Decoy Pricing ✓
4. Skimming Price ✓
5. Psychological Pricing ✓
6. Product Set Price ✓
7. Seasonal Pricing ✓

ส่วน
ใน ๑/๒ ใน ๒
ใน ๓-๔ ใน ๕
→ ๖-๗

4. Place (ช่องทางการเข้าถึงลูกค้า)

ขายออนไลน์ที่ไหนบ้าง?

①

สังคมออนไลน์
(Social Media)



เฟสบุ๊ก ✓



ไลน์ ✓



ติ๊กต็อก ✓



อิน스타그램 ✓

②

ตลาดนัดออนไลน์
(E-Marketplace)



Shopee

ช้อปปี้ ✓



Lazada

ลาซาด้า ✓



JD CENTRAL
JD.CO.TH

เจ็นทรัล /

Kaidee ขายดี

③

เว็บไซต์ ✓
(Website)

① ช่องทาง ได้ *

Lnw SHOP

เอนวช็อป

②

weLove
SHOPPING.COM

วีเลฟช้อปปิ้ง

TARAD.com

ตลาด

Platform

5. Promotion (การส่งเสริมการตลาด)

- ▶ คือ การติดต่อสื่อสารทางการตลาดกับลูกค้าเพื่อกระตุ้นหรือจูงใจให้เกิดความต้องการและตัดสินใจซื้อสินค้าของธุรกิจ การแจ้งข่าวสาร การสร้างทัศนคติ การรับรู้ และการเรียนรู้ทำให้เกิดภาพลักษณ์(Image) ที่ดีต่อสินค้าและองค์กร
- ▶ เป็นหลักการสำคัญที่จะดึงดูดความสนใจของลูกค้าให้เกิดการติดตามอย่างต่อเนื่องและสั่งซื้ออย่างสม่ำเสมอ
- ▶ การส่งเสริมการตลาด ได้แก่
 1. การโฆษณา (Advertising) ✓
 2. การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) ✓
 3. การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation) ✓

5.1 กลยุทธ์การตลาดผ่าน Search Engine (SEO marketing)

- ▶ SEO หรือ Search Engine Optimization
- ▶ การทำ SEO จะช่วยให้บทความ หน้าเพจ และเว็บไซต์ของธุรกิจไปปรากฏเป็นผลลัพธ์การค้นหบบน Google หรือ Search Engine เจ้าอื่น ๆ
- ▶ เพิ่มโอกาสให้มีคนเข้าเว็บไซต์ (Traffic) และเพิ่มโอกาสเปลี่ยนผู้เข้าชมเว็บไซต์เป็นลูกค้าจริง ๆ ได้

5.2 กลยุทธ์การตลาดผ่านผู้มีอิทธิพลบนสื่อ (Influencer Marketing)

- ▶ การทำการตลาดโดยใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงหรือมีผู้ติดตามให้ 'ช่วยบอกต่อ' แบนด์หรือสินค้าให้คนที่ติดตามเขาได้รู้จัก
- ▶ กลยุทธ์การตลาดกลยุทธ์นี้ ใช้หลักจิตวิทยาที่ว่า “คนจะเชื่อคนที่เขาเชื่อถือ” ทำให้ผู้ที่เชื่อในตัว Influencer มีแนวโน้มที่จะเชื่อสิ่งที่เขาบอกหรือใช้สิ่งของตาม
- ▶ ในปัจจุบันการทำ Influencer marketing มักใช้ผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย ช่องทางต่าง ๆ ในหลายรูปแบบ เช่น การรีวิวสินค้า/บริการ การโฆษณา การทำคอนเทนต์ร่วมกับตัว Influencer

5.3 กลยุทธ์การยิงแอด (Facebook Ads)

- ▶ การทำโฆษณาที่ให้ผลลัพธ์ที่รวดเร็ว เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้แบบเจาะจง
- ▶ ใช้งบโฆษณาต่ำเพียงไม่ถึงบาท
- ▶ ใช้ธุรกิจที่มี Facebook Page หรือบัญชี Instagram
- ▶ จุดเด่นของ Facebook Ads
 - เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้กว้างและจำนวนมาก
 - สามารถกำหนด Target ได้แบบเจาะจง ทั้งตามข้อมูลพฤติกรรม ความสนใจ โลกทัศน์และตามข้อมูลเชิงประชากรศาสตร์
 - สามารถทำโฆษณาได้หลากหลายรูปแบบ เช่น Single Image, Photo Album, Post, Video เป็นต้น

E-commerce platform & E-commerce

- มีความแตกต่างจาก e-Commerce

e-Commerce platform	E-commerce
<p>1. เป็นแพลตฟอร์มสำเร็จรูปจากผู้พัฒนา</p> <p>2. เครื่องมือสำเร็จรูปให้เลือกใช้มากมาย อาจไม่ตอบโจทย์ได้ตรงตามความต้องการทั้งหมด 100%</p> <p>3. มีทั้งการเรียกเก็บค่าบริการและใช้งานได้ฟรี</p> <p>ไม่ดัดแปลง</p>	<p>1. เป็นแพลตฟอร์มที่ต้องจ้างทีมสร้างหรือพัฒนาขึ้นมาเอง อย่างเช่นเว็บไซต์หรือ แอปพลิเคชัน</p> <p>2. สามารถออกแบบเว็บไซต์ให้ตอบโจทย์กับสินค้าหรือบริการของธุรกิจได้มากที่สุด</p> <p>3. มีค่าใช้จ่ายในการสร้างสูงกว่า e-Commerce platform และต้องเสียค่าใช้จ่ายเรื่องดูแลระบบ</p> <p>ดูแลระบบ 3 งด้าแพง</p>

ข้อดีของ e – Commerce platform

1. เริ่มต้นง่าย ไม่ต้องใช้เงินทุนมาก
2. มีฐานลูกค้ามากไม่ต้องหาเอง
3. ระบบสำหรับขายสินค้าออนไลน์รองรับครบถ้วน

Platform ต่างๆ

สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media)



เฟสบุ๊ก



ไลน์



ติ๊กต็อก



อินสตาแกรม

ร้านเรา

ตลาดนัดออนไลน์ (E-Marketplace)



Shopee

ช้อปปี้



Lazada

ลาซาด้า



JD CENTRAL
JD.CO.TH

เจ็นทรัล

Kaidee

ขายดี

ร้านเรา

เว็บไซต์ (Website)

Lnw SHOP

เอนวช็อป

weLove SHOPPING

วีเลฟช้อปปิ้ง

TARAD.com

ตลาด

— นริศนา ใจดี X

การเขียนเนื้อหา

▶ เนื้อหา ประกอบด้วย

- ภาพ ✓ ~~ภาพ~~ นึกภาพตามภาพ ?
- ข้อความ ✓ พยายามเขียนให้ชัด ลงใจ ?
- วิดีโอ