



พิชิตยอดขาย
ซื้อออนไลน์

จักรวรรดิธุรกิจ ▶ 9

สร้าง'โอกาส'พิชิตยอดขายซื้อออนไลน์

จักรวรรดิ
ธุรกิจ

ได้ข่าวเศรษฐกิจ
econwatdaily@gmail.com



ผู้ประกอบการที่มีร้านค้าออนไลน์สามารถฉวยโอกาสจากเทศกาลคริสต์มาสและปีใหม่เป็น "ไฮไลท์" ช่วยสร้างยอดขาย ด้วยการวางกลยุทธ์ของสินค้าให้เข้ากับเทศกาลหรือตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคในช่วงเทศกาลปีใหม่ จากนั้นจึงทำแคมเปญโฆษณาเพื่อโปรโมตสินค้าให้เข้าถึงผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด

"บุรินทร์ เกียรติมณี" ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการ บริษัท เรดดี้แพลนเน็ต จำกัด (www.readyplanet.com) แนะนำว่า การวางกลยุทธ์ธุรกิจมีขั้นตอนง่ายๆ โดยเริ่มจาก 1.ปรับรูปแบบการนำเสนอให้เหมาะสมกับเทศกาล ก่อนอื่นผู้ประกอบการลองวิเคราะห์ว่าสินค้าในธุรกิจสามารถนำมาปรับรูปแบบการนำเสนอให้เหมาะสมกับเทศกาลได้อย่างไรได้บ้าง



สำหรับธุรกิจอาหารอาจดัดแปลงสินค้าเป็นกระเช้าอาหารเพื่อสุขภาพ ส่วนธุรกิจที่ขายอุปกรณ์ IT และ Gadget สามารถนำมาจัดเป็นชุดของขวัญ ของจับฉลาก นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังต้องทำแคมเปญโฆษณา ซึ่งอาจมีการลดราคาพิเศษ หรือราคาพิเศษเมื่อซื้อหลายชิ้น หรือขายเป็นเซต

2.เลือกใช้ช่องทางการทำการตลาดออนไลน์ที่เหมาะสม หลังจากได้สินค้าแล้วสิ่งที่ผู้ประกอบการต้องคำนึงถึงคือ ช่องทางในการประชาสัมพันธ์สู่กลุ่มผู้บริโภค ไม่ว่าจะเป็นการประชาสัมพันธ์ผ่าน Google Search

Engine ด้วยโฆษณา Google AdWords โดยใช้ keywords ที่ผู้บริโภคค้นหาในช่วงเทศกาลปีใหม่ และแต่งคำโฆษณาให้สอดคล้องกับเทศกาลปีใหม่ ซึ่งจะทำให้ติดอยู่ในอันดับต้นๆ เมื่อผู้บริโภคค้นหาบน Google และนำกลุ่มเป้าหมายมาที่เว็บไซต์และปิดการขายได้ จากการใช้เครื่องมือ Google Keyword Planner พบว่าปีที่ผ่านมาผู้บริโภคค้นหาคำเกี่ยวกับ "ของขวัญ" เดือน พ.ย. จำนวน 49,500 ครั้ง และพุ่งสูงขึ้นเป็น 110,000 ครั้ง ในเดือน ธ.ค.

การประชาสัมพันธ์ด้วยโฆษณาบน Facebook ด้วยการ

In Brief : ย่อความ

"readyplanet.com" แนะนำร้านค้าออนไลน์พิชิตยอดขายช่วงส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ ด้วยการปรับรูปแบบสินค้า-เลือกช่องทางทำตลาดที่เหมาะสม-ตกแต่งหน้าร้านให้เข้ากับเทศกาล

เขียนเนื้อหาที่ดึงดูดใจ บอกถึงคุณประโยชน์ที่ใช้ในช่วงเทศกาลปีใหม่ เช่น การมอบเป็นของขวัญที่ทรงคุณค่า พร้อมด้วยรูปภาพที่จะดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย

สุดท้ายคือ การส่งอีเมลไปหาฐานลูกค้าเดิม เพื่อนำเสนอสินค้าและโปรโมชั่นพิเศษ เพื่อเพิ่มโอกาสในการสร้างยอดขายจากกลุ่มลูกค้าที่เคยรู้จักหรือซื้อสินค้ากับธุรกิจอยู่แล้ว

3.ตกแต่งหน้าร้านค้าออนไลน์ให้เข้ากับเทศกาล ช่วยสร้างบรรยากาศ โดยอาจใส่แบนเนอร์เทศกาลปีใหม่ในเว็บไซต์ร้านค้า

ออนไลน์ และตกแต่งภาพสินค้า เช่น ภาพของขวัญ ลูกโป่ง สายรุ้ง หรือซานตาคลอส เป็นต้น

สำหรับ Facebook Page ธุรกิจ ผู้ประกอบการสามารถสร้างบรรยากาศด้วยการเปลี่ยนภาพ Cover Page หรือ ภาพ Profile Picture ที่สื่อถึงเทศกาลปีใหม่นวมถึงการโพสต์รูปภาพสินค้าที่ตกแต่งเข้ากับเทศกาล

ผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์สามารถใช้เทศกาลเป็นโอกาสในการเพิ่มยอดขายได้ หากใช้ความคิดสร้างสรรค์ พลิกแพลงสินค้าให้เข้ากับเทศกาล รวมถึงประชาสัมพันธ์สินค้าชิ้นนั้น ๆ ผ่านช่องทางออนไลน์ที่เหมาะสมและเข้าถึงผู้บริโภคได้ถูกกลุ่ม

โซเชียลมีเดียจุดพลุช้อปปิ้งออนไลน์ต่อเนื่อง

“PwC” หนึ่งในเครือข่ายบริษัท ผู้ให้บริการด้านตรวจสอบบัญชี บริการให้คำปรึกษาด้านภาษี และบริการให้คำปรึกษาทางธุรกิจรายใหญ่ของโลก วิเคราะห์แนวโน้มตลาดซื้อสินค้าออนไลน์ในประเทศไทยว่ามีสัญญาณการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยมีโซเชียลมีเดียหรือสังคมออนไลน์เป็นตัวจุดพลุมตลาดจากการที่ผู้บริโภคเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้ง่าย ทั้งผ่านสมาร์ทโฟน แท็บเล็ต และคอมพิวเตอร์ จึงเอื้ออำนวยต่อการสั่ง



ซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านอุปกรณ์สื่อสาร อีกทั้งราคาถูกกว่าสินค้าในร้าน โดยส่วนใหญ่จะมีส่วนลดจากราคาปกติ 5-10% ยิ่งดึงดูดความสนใจของนักช้อปปิ้งชาวไทยมากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้สังคมออนไลน์ยังเป็นสื่อที่ผู้บริโภคชาวไทยใช้ในการติดตามแบรนด์และรีวิวสินค้า โดยสินค้าออนไลน์ที่คนไทยนิยมสั่งซื้อมากที่สุดคือ สินค้าแฟชั่นและสินค้าที่เกี่ยวกับความสวยงาม เช่น เสื้อผ้า เครื่องประดับ เครื่องสำอาง เป็นต้น

ขณะที่กลุ่มการเงินมีการสร้างบริการรูปแบบใหม่ๆ เพื่อตอบสนองพฤติกรรมสร้างความสะดวก ตลอดจนความเชื่อมั่นให้ผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น