

ดีเอสแอล อีคอมเมิร์ซ “ผู้ประกอบการควรเลือก “ผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์” อย่างไร เพื่อตอบโจทย์ลูกค้าในยุคอีคอมเมิร์ซให้ได้มากที่สุด”



ผู้ประกอบการควรเลือก “ผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์” อย่างไร เพื่อตอบโจทย์ลูกค้าในยุคอีคอมเมิร์ซให้ได้มากที่สุด ดีเอสแอล อีคอมเมิร์ซ (ประเทศไทย)

ในยุคที่อีคอมเมิร์ซไทยเติบโตแบบก้าวกระโดดโดยเฉพาะช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา ส่งผลให้การแข่งขันในธุรกิจนี้รุนแรงมากขึ้นตามไปด้วย จากผลสำรวจโดย PayPal และ Ipsos คาดการณ์ว่ายอดขายทั้งหมดของนักช้อปปิ้งออนไลน์ชาวไทยจะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นถึง 16 เปอร์เซ็นต์ จากปี 2559 เป็นมูลค่า 3.7 แสนล้านบาท ในปี 2560 โดย 82% ของนักช้อปปิ้งออนไลน์ในประเทศไทยเห็นว่าความสะดวกสบายของการซื้อของออนไลน์ทำให้พวกเขาหันมาซื้อไปด้วยวิธีนี้มากขึ้น ในขณะที่ 35% มองว่าการช้อปปิ้งออนไลน์ช่วยให้ประหยัดเงินได้มากกว่า และ 37% เห็นว่าการส่งของที่รวดเร็วเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้พวกเขาหันมาช้อปปิ้งออนไลน์กันมากขึ้น

การเจริญเติบโตของธุรกิจอีคอมเมิร์ซทำให้ความต้องการในด้านบริการจัดส่งสินค้าเพิ่มสูงขึ้น ผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องปรับตัวในสภาวะการแข่งขันดังกล่าว และสร้างความแตกต่างเพื่อเพิ่มฐานลูกค้า ซึ่งผู้ประกอบการส่วนใหญ่มักจะใช้ “การจัดการโลจิสติกส์” มาเป็นกลยุทธ์สำคัญในการสร้างความแตกต่างและเพิ่มมูลค่าในการให้บริการลูกค้า

จะทําอย่างไรเมื่อผู้ประกอบการต้องตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ที่ตอบโจทย์ลูกค้าในยุคอีคอมเมิร์ซ DHL มีเคล็ดลับในการเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ที่ดีมาเสนอตาม 5 คุณสมบัติดังนี้:

1. เป็นบริษัทที่ได้รับการยอมรับตามมาตรฐานระดับสากล

ผู้ประกอบการบางรายที่เพิ่งเริ่มใช้บริการจัดส่งสินค้าอาจยังไม่มีประสบการณ์ในด้านการใช้บริการมาก่อน การเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ที่มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับตามมาตรฐานระดับสากล จะช่วยสร้างความมั่นใจให้กับผู้ประกอบการว่าจะสามารถจัดส่งสินค้าด้วยระบบการบริหารจัดการโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพตั้งแต่ต้นทางจนถึงปลายทาง

2. มีระบบการจัดส่งที่รวดเร็วตรงต่อเวลา และจัดส่งสินค้าจนถึงมือลูกค้าในสภาพที่สมบูรณ์

การจัดส่งสินค้าที่รวดเร็วและตรงต่อเวลาเป็นคุณสมบัติพื้นฐานที่ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ที่ดีควรจะต้องมีอยู่แล้ว อีกคุณสมบัติหนึ่งซึ่งผู้ประกอบการควรมองหาคือ ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ที่มีความใส่ใจและพิถีพิถันในทุกขั้นตอนตั้งแต่

กระบวนการการรับสินค้า การขนถ่ายสินค้า ไปจนถึงการจัดส่งสินค้าที่ถูกต้องให้ถึงมือลูกค้าในสภาพที่ “สมบูรณ์” ไม่ชำรุด ฉีกขาด หรือเสียหาย

3. มีเครือข่ายในการจัดส่งสินค้าที่ครอบคลุมทั่วประเทศ

เครือข่ายการให้บริการที่ครอบคลุมของผู้ให้บริการโลจิสติกส์เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่ผู้ประกอบการควรพิจารณา เพราะการซื้อขายออนไลน์มีการเจริญเติบโตและขยายตัวไปทั่วทุกแห่งไม่จำกัดเฉพาะในเขตเมืองใหญ่ การอำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภคในการจัดส่งสินค้าไปยังพื้นที่ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นในเขตกรุงเทพฯ หรือพื้นที่ห่างไกลในต่างจังหวัดย่อมเป็นข้อได้เปรียบอีกข้อหนึ่งสำหรับผู้ประกอบการ

4. มี “รูปแบบ” การให้บริการที่หลากหลาย

ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ที่ดีควรนำเสนอ “รูปแบบ” การให้บริการที่หลากหลายให้กับผู้ประกอบการและลูกค้าของพวกเขา เช่น บริการรับสินค้าถึงสถานประกอบการโดยตรง จะทำให้ผู้ประกอบการไม่ต้องเสียเวลาไปกับการขนย้ายพัสดุ บริการส่ง SMS แจ้งเตือนลูกค้าก่อนการจัดส่งสินค้าทุกครั้ง เพื่อให้ลูกค้าทราบช่วงเวลาในการจัดส่ง และบริการชำระเงินปลายทาง (COD) สำหรับลูกค้าที่ไม่สะดวกชำระเงินออนไลน์ ยิ่งผู้ประกอบการสามารถนำเสนอ “รูปแบบ” การให้บริการด้านโลจิสติกส์ที่หลากหลายก็ยิ่งสามารถตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าที่มีความหลากหลายได้อย่างครอบคลุม

5. มีระบบการติดตาม และตรวจสอบสถานะการจัดส่งที่แม่นยำและทันสมัย

การที่ผู้ให้บริการโลจิสติกส์มีระบบการติดตาม และตรวจสอบสถานะการจัดส่งที่ถูกต้องแม่นยำและทันสมัยจะทำให้ลูกค้าสามารถตรวจสอบสถานะพัสดุของตัวเองได้อย่างง่ายดาย ไม่ว่าจะเป็นการตรวจสอบผ่านทางเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันบนมือถือ โดยไม่จำเป็นต้องรบกวนเวลาในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ

6. ฝ่ายบริการลูกค้า (Customer Service) ที่เข้าถึงได้ง่ายและสะดวกรวดเร็ว

ผู้ประกอบการควรเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ที่มีฝ่ายบริการลูกค้าที่มีคุณภาพซึ่งสามารถให้ข้อมูลที่ถูกต้องแม่นยำให้กับลูกค้า รวมถึงมีระบบการติดต่อสื่อสารที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายในกรณีที่ลูกค้าประสบปัญหาระหว่างขั้นตอนการจัดส่งสินค้า พร้อมทั้งมีเจ้าหน้าที่ที่พร้อมตอบคำถามและให้คำแนะนำในการแก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็ว