

ร้านค้าหลัง COVID-19 ได้เวลาคิดใหม่! ปลอดภัย สร้างรายได้



ทรามนี่แนะร้านค้าจับเทรนด์ผู้บริโภคด้วย 4 เคล็ดลับมัดใจลูกค้าในวันที่ Digital BOOM

ภายหลังคลายมาตรการหลายระลอกและลูกค้าในหลายธุรกิจเริ่มกลับมา จะเห็นได้ว่าสถานการณ์ COVID-19 ทำให้ธุรกิจต้องปรับเปลี่ยนเพื่อรับมือกับผลกระทบโดยตรง ข้อมูลจากสมาคมธนาคารไทยประเมินว่าโควิด-19 ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจของประเทศถึง 1.3 ล้านล้านบาท และเมื่อรัฐบาลประกาศผ่อนปรนมาตรการล็อกดาวน์เป็นระยะ ๆ ก็เป็นสัญญาณบวกให้ผู้ประกอบการได้กลับมาเปิดกิจการเพื่อพลิกฟื้นรายได้ โดยยังมีมาตรการ Social Distancing กำกับ

ในวิกฤตยังมีโอกาสเมื่อการใช้ชีวิตดิจิทัลตั้งแต่ Work From Home การซื้อหรือสั่งอาหารออนไลน์กลายเป็นเรื่องปกติของหลายคน โดยมี 2 องค์ประกอบสำคัญที่กลายเป็นปัจจัยขับเคลื่อนสังคมวันนี้และอนาคตไปแล้วนั่นก็คือ บริการส่งสินค้า (Delivery) และการรับชำระเงินแบบไร้สัมผัส (Cashless Payment) ซึ่งมีผู้ประกอบการจำนวนมากน้อยปรับตัวได้ดี ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนา skill การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล สรรหาช่องทางการตลาดใหม่ ๆ เช่น ไลฟ์สด, สร้าง story หรือ content ที่แตกต่าง, ออกแบบ package หรือออกแคมเปญช่วยเหลือสังคมในแบบที่ตนเองถนัด การไม่หยุดนำไอเดียมาต่อยอดและลงมือทำคือสิ่งที่ผู้ประกอบการวันนี้หันมาจริงจัง เพราะเมื่อเปิดร้านไม่ได้หรือหน้าร้านถูกปิด ประสบการณ์ที่ทุกคนทั้งคนซื้อและคนขายต้องเจอคือการหันพึ่งช่องทางออนไลน์เป็นหลัก ได้เปิดประสบการณ์ให้ผู้ค้าหลายคนได้สัมผัสประโยชน์ของ e-Commerce เพื่อเพิ่มช่องทางการค้าขาย

โดยข้อมูลรายงานจาก Rapyd Asia Pacific 2020 eCommerce and Payment study ระบุว่าประเทศไทยถือเป็นตลาด e-Commerce ขนาดใหญ่อันดับสองของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยช่วงที่ประเทศส่วนใหญ่มีการล็อกดาวน์ (มีนาคม-เมษายน 2563) คนไทยใช้จ่ายผ่านแอปฯ ทูมันนี่ วอลเล็ท เป็นประจำสูงที่สุดเป็นอันดับหนึ่งถึง 66% รองลงมาคือ cash on delivery (60%) และ credit card (55%) โดย 16.8% ของผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้แอปฯ ทูมันนี่ วอลเล็ท กว่าวิธีการอื่น ๆ

นอกจากนี้ ข้อมูลจากทูมันนี่ก็ยังเผยให้เห็นว่ามีการเติบโตของการจ่ายเงินเพื่อซื้อของออนไลน์จากผู้ให้บริการอีคอมเมิร์ซชื่อดังอย่าง Lazada เพิ่มมากขึ้นถึง 40% ซึ่งก็สอดคล้องกับรายงานของ ETDA ที่ระบุว่าแพลตฟอร์มช้อปปิ้งออนไลน์มียอดการเข้าใช้บริการเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด สะท้อนให้เห็นว่าคนไทยใช้เวลาบนโลกออนไลน์มากขึ้นและลูกค้ามารวมกันอยู่บนโลกออนไลน์แล้วส่งผลให้การขายของออนไลน์ทำได้ง่ายขึ้น

โดยเพื่อให้พ่อค้าแม่ค้ายุค Digital BOOM! ก้าวสู่ความสำเร็จได้สะดวกขึ้น TrueMoney หนึ่งในผู้นำบริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ขอเสนอ 4 เคล็ดลับง่าย ๆ มัดใจลูกค้ามาให้ร้านค้าและผู้ประกอบการต่าง ๆ นำไปปรับใช้เป็นแนวทางการค้าขายให้ต่อเนื่อง ดังนี้

Follow consumer trends จับเทรนด์ผู้บริโภค ถ้าคนขายไม่สนใจลูกค้าหรือความเป็นไปรอบตัว เช่น การตั้งราคาสินค้าเมื่อเทียบกับของแบบเดียวกันในตลาด ไม่ทำความเข้าใจคู่แข่ง โปรโมชันไม่มี ของแถมไม่ให้ นั่นเท่ากับเอาธุรกิจไปแขวนอยู่บนเส้นด้ายและเมื่อเกิดวิกฤตก็ทำให้ปรับตัวตามเทรนด์ผู้บริโภคไม่ทัน เพราะเคยชินและยึดติดกับสิ่งเดิม ๆ ดังนั้นขั้นแรกที่สำคัญที่สุดสำหรับทุกธุรกิจก็คือจับเทรนด์ผู้บริโภคให้ได้และเรียนรู้พฤติกรรมกลุ่มเป้าหมายให้เข้าใจอย่างถ่องแท้ อย่างเช่นปัจจุบันลูกค้าเลือกจ่ายเงินแบบไร้สัมผัสหรือโอนเงินผ่านแอปฯ มากขึ้น ร้านค้าควรหาโซลูชันการจ่ายแบบไร้สัมผัสสามารถรองรับเทรนด์นี้ เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า

Always Communicate สื่อสารกับลูกค้าผ่านทุกช่องทางอย่างสม่ำเสมอ การสื่อสารเป็นหนึ่งในหัวใจหลักของการค้าขายและให้บริการในวันนี้ ไม่ว่าธุรกิจเล็กหรือใหญ่มียอดคนตามบนโซเชียลเรีอนแชน แต่ถ้าคุณตอบช้าหรือมีช่องทางการติดต่อที่จำกัด คุณมีโอกาสดูแลลูกค้าที่สนใจซื้อสินค้าและบริการของคุณไปง่าย ๆ เพราะคนซื้อวันนี้ไม่อดทนรอแล้ว เมื่อลูกค้าพบหรือค้นหาร้านคุณเจอ ชมและเลือกสินค้าแล้วก็คาดหวังให้คุณตอบกลับอย่างรวดเร็ว แม้ว่าตอนนั้นจะเป็นเวลาสองทุ่มก็ตาม แต่ถ้าต้องรอให้คุณตอบกลับตอนเช้าถึงจะ cf คอนเฟิร์มการสั่งซื้อได้นั้นก็หายไปแล้ว คนขายที่ตอบสนองคนซื้อได้ครบและเร็วกว่าย่อมได้เปรียบ ดังนั้นการมีช่องทางและการสื่อสารที่ครบและมีประสิทธิภาพไม่ว่าจะเป็นข้อความตอบกลับอัตโนมัติ หรือจะมีผู้ช่วยมาตอบกลับได้อย่างรวดเร็วจะทำให้คุณปิดการขายได้เห็นผลกว่า

Be Safe & Hygienic หน้าร้านมีความสะอาด ปลอดภัย มาตรการครบ เอื้อการเว้นระยะห่าง ข้อมูลจาก WPP เผยว่า 52% คนไทยกังวลด้านสุขภาพ เห็นได้จากการหาข้อมูลผลิตภัณฑ์ประกันมากขึ้นและ 46% หลีกเลี่ยงการไปซื้อของจากร้านหรือซื้อของแบบ Offline สิ่งเหล่านี้คือความท้าทายที่พ่อค้าแม่ค้าต้องพบในโลก New Normal เมื่อ

สถานการณ์คล้ายลือคแล้ว ผู้ประกอบการต้องยึดหลักสุขภาพต้องมาก่อนเป็นส่วนหนึ่งในการทำธุรกิจ ดังนั้นการหมั่น ทำหน้าร้านให้ลูกค้ามั่นใจเรื่องความสะอาดช่วยดึงดูดลูกค้าให้กลับมาได้เสมอ หรือการสรรหาเมนูสุขภาพมานำเสนอ ลูกค้า พ่อค้าแม่ค้าออนไลน์หลายรายนำเสนอการจัดส่ง delivery แบบไม่สัมผัสหรือแถมเจลแอลกอฮอล์ล้างมือหรือ หน้ากากผ้าให้กับลูกค้า นี่เป็นตัวอย่างเทคนิคการขายที่แสดงถึงความใส่ใจสุขภาพลูกค้าเล็ก ๆ น้อย ๆ แต่ได้ใจคน ชื้อ

Redesign payment platform เปิดระบบรับ-จ่ายเงินแบบแทนเงินสด ลดสัมผัส ผลวิจัยจาก VISA สะท้อนให้เห็น new norm การใช้จ่ายของคนไทยวันนี้เป็นอย่างดี โดย 61% ของผู้บริโภคกำลังพัฒนาสภากิจการใช้จ่ายแบบไร้เงินสด และ 69% บอกว่าจะไม่กลับไปใช้เงินสดอีกแล้วแม้สถานการณ์โควิดจะดีขึ้นก็ตาม สอดคล้องกับการที่ห้างร้านต่าง ๆ เพิ่มรูปแบบการชำระเงินแบบ contactless payment เข้าไปในมาตรการความปลอดภัย ดังนั้นเพื่ออำนวยความสะดวก สะดวกให้ลูกค้าที่ใช้ contactless payment มากขึ้น ร้านค้าควรมีแพลตฟอร์มการรับชำระที่เป็นทางเลือกในการลด สัมผัสเงินสดในช่วงนี้ เพื่อปรับตัวให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันและเพิ่มโอกาสการเข้าถึงจากลูกค้าใหม่ ๆ ได้อีก ทาง

นอกจากนี้ การค้าบน “เงินสด ” จริง ๆ แล้วมี “ต้นทุนแฝง” นับตั้งแต่การต้องเดินทางไปกดเงินแลกเหรียญเงินทอง การเสียเวลาและเสี่ยงรับจ่ายเหรียญและธนบัตรจากมือลูกค้า จนไปถึงการนับเงินทำบัญชีและเดินทางไปเอาเข้า ธนาคารซึ่งเสี่ยงต่อการสูญหาย จะเห็นได้ว่าตรงข้ามกับความสะดวกรวดเร็วของการรับจ่ายแบบไร้สัมผัส ที่ไม่ ต้องคอยเสียเวลาและเสี่ยงรับ/จ่ายโดยสัมผัสเหรียญและธนบัตร สามารถตรวจสอบทุกการรับ/จ่ายได้ผ่านแอปฯ รวมถึงเอาเข้าบัญชีธนาคารได้แค่ปลายนิ้วผ่านมือถือ ดังนั้นการค้าขายในยุคดิจิทัลนี้ ควรมีทางเลือกการทำธุรกรรมทาง อิเล็กทรอนิกส์แบบไม่ต้องใช้เงินสด ซึ่งนอกจากจะช่วยให้ธุรกิจได้รับประโยชน์เพิ่มมากขึ้นแล้วยังเป็นการลดต้นทุน พร้อมกับเสริมความปลอดภัยและบริหารจัดการเงินสดได้แบบเรียลไทม์อีกด้วย

โดยสรุปแล้วประโยชน์ของการนำเทคโนโลยีมาใช้ในกิจการยังมีอีกมากมายแต่ที่สำคัญไม่ว่าสถานการณ์ใด ๆ มาตรฐานในการให้บริการบวกกับคุณภาพสินค้าต้องมาเป็นอันดับหนึ่งเสมอ ในขณะที่ราคาต้องเอื้อถึงได้ (Value of Money) โดยธุรกิจควรจับกลุ่มลูกค้าให้ได้ และเติมช่องทาง delivery และการจ่ายเงินแบบไร้สัมผัส (Contactless Payment) เพื่อสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภควันนี้ โดย e-Wallet อย่าง TrueMoney Wallet ก็ถือเป็นตัวเลือก หนึ่งที่มองข้ามไม่ได้ เนื่องจากมีผู้ใช้มาก ตลอดจนวันนี้ก็พัฒนาจนมีบทบาทมากกว่าแค่การจ่ายเงิน อาทิ ร้านค้าและ ผู้ประกอบการสามารถรับประโยชน์จากการหันมาเปิดช่องทางรับชำระผ่าน e-Wallet ได้มากขึ้น อาทิ การโปรโมท ร้านค้าผ่านออนไลน์ด้วยพีเจอร์ “ร้านค้าใกล้ฉัน (Shop near me)” ที่ระบบจะแนะนำร้านของคุณไปยังผู้ชมที่นั่นนี้ วอลเล็ท กว่า 13 ล้านราย พร้อมโซลูชันที่ติดตั้งบนแผนที่ดิจิทัล ช่วยเชื่อมต่อร้านค้าและผู้บริโภค สร้างโอกาส เพิ่มยอดขายได้มากขึ้น

สนใจร่วมเป็นผู้ประกอบการที่รับการจ่ายเงินแบบไร้สัมผัส กับ TrueMoney คลิกอ่านข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ <https://www.truemoney.com/partner-merchant/>

เกี่ยวกับ TrueMoney (ทรูมันนี่)

TrueMoney คือผู้นำด้านบริการอิเล็กทรอนิกส์เพย์เมนท์ชั้นนำในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่มุ่งเน้นให้บริการทางการเงินแก่ผู้คนรวมไปถึงผู้ที่เข้าไม่ถึงบริการของสถาบันทางการเงิน โดยให้บริการใน 6 ประเทศในภูมิภาคได้แก่ ประเทศไทย กัมพูชา เมียนมาร์ เวียดนาม ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย

TrueMoney ก่อตั้งเมื่อ พ.ศ. 2546 และเข้าเป็นธุรกิจหนึ่งของบริษัท Ascend Money ในปี พ.ศ. 2557 และเป็นพันธมิตรกับบริษัท Ant Financial Services Group ใน พ.ศ. 2559 ปัจจุบัน ทรูมันนี่ ให้บริการด้านการเงินที่หลากหลายผ่าน TrueMoney Wallet แอปพลิเคชันอีวอลเล็ตที่ได้รับความนิยมสูงสุดที่ช่วยอำนวยความสะดวกและทำให้การใช้จ่ายเป็นเรื่องง่าย อีกทั้งตอบโจทย์กับทุกไลฟ์สไตล์ นอกจากนี้ ทรูมันนี่ ยังมีเครือข่ายตัวแทนที่ครอบคลุมในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ รวมถึงการบริการรับชำระเงินแบบออฟไลน์ทั้งหมดนี้เพื่อมอบความสะดวกสบายในการทำธุรกรรมทางการเงินให้กับหลายล้านคนเพื่อก้าวล้ำไปสู่ชีวิตที่ดียิ่งขึ้น