

เปิดคัมภีร์ขายออนไลน์ ขายอย่างไรให้รุ่ง



ท่ามกลางกระแส Digital Transformation หลากหลายธุรกิจขยับปรับตัวเข้าหาโลกออนไลน์กันมากขึ้น โดยเฉพาะธุรกิจอีคอมเมิร์ซ ต่างจัดสรรพีดกลยุทธ์เพื่อตอบสนองความต้องการลูกค้า และตอบโจทย์พฤติกรรมผู้ซื้อที่หลากหลาย ที่สำคัญ กระแสดังกล่าวทำให้การขายของออนไลน์เป็นเรื่องง่าย ปัจจุบันมีพ่อค้า แม่ค้าออนไลน์เกิดขึ้นมากมาย เรียกว่าใครๆ ก็ขายออนไลน์ได้

ท่ามกลางการแข่งขันที่ดุเดือด การทำธุรกิจขายสินค้าออนไลน์ให้ประสบความสำเร็จ อาจไม่ได้ขึ้นอยู่กับว่าขายอะไร แต่อยู่ที่ขายสินค้าให้ใคร โดย “โค้ชหมี” เดชา วัฒนสุพงษ์ เจ้าของเพจ “คิดว่าดีก็ทำต่อไป” และ “คิดว่าดี Academy” สอนเกี่ยวกับ Digital Marketing ได้ให้คำแนะนำเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการตลาดออนไลน์อย่างน่าสนใจว่า

“ผู้ประกอบการ SMEs จะประสบความสำเร็จในการขายออนไลน์จำเป็นต้องมีคอนเทนต์ (Content) ที่ดี สื่อสารตรงกลุ่มเป้าหมาย และใช้เครื่องมือในการทำตลาดออนไลน์ (Online Marketing) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ที่สำคัญนำเสนอ (Present) ในจังหวะ และช่วงเวลาที่เหมาะสม

จุดเด่นของโลกออนไลน์คือ สามารถขายสินค้าอะไรก็ได้ที่มีในโลกใบนี้ แต่ต้องรู้ว่า “คนที่ซื้อสินค้าของเราเป็นใคร”

ด้วยเหตุนี้ การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายจึงเป็นสิ่งสำคัญลำดับแรก ที่จะทำให้ธุรกิจเห็นภาพชัดเจนว่า จะผลิตสินค้าหรือบริการมาเพื่อใคร ช่วงอายุเท่าไร อาศัย หรือทำงานอยู่ที่ไหน มีพฤติกรรมอย่างไร สนใจอะไร รวมทั้งสามารถวางกลยุทธ์ทางการตลาดออนไลน์ หรือผลิตคอนเทนต์เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้ตรงจุด”

คำถามยอดฮิต ขายออนไลน์ อะไรดี?

ตามที่กล่าวตอนต้น เราสามารถขายสินค้า หรือบริการอะไรก็ได้บนโลกออนไลน์ ถ้าทราบว่าคนซื้อเป็นใคร แต่ควรหลีกเลี่ยงวิธีนำเสนอขายสินค้าแบบเดียวกัน แล้วลดราคาแข่งขัน ซึ่งจะนำไปสู่ “สงครามราคา” เพราะทุกคนขายสินค้าแบบเดียวกัน กลุ่มลูกค้าเดียวกัน และแข่งขันตัดราคากันเอง สุดท้ายแม้แต่ผู้ชนะก็อาจไปต่อไม่ไหว ดังนั้นจึงต้องหาวิธีการใหม่ที่แตกต่างไปจากเดิม

“ยกตัวอย่าง ร้านขายพวงมาลัยดอกมะลิแก่นบน วัดพระธาตุดอยคำ จังหวัดเชียงใหม่ ปัญหาของธุรกิจนี้คือ พื้นที่หน้าวัดมีร้านขายมะลิแบบเดียวกันเต็มไปหมด ทุกร้านแข่งกันตัดราคาเพื่อแย่งลูกค้า แต่มีร้านหนึ่ง ใช้วิธีสร้าง Community ออนไลน์ให้ผู้ที่ต้องการพวงมาลัยดอกมะลิแก่นบน หรือขอพร แต่ไม่สะดวกเดินทางมาด้วยตนเอง โมเดลธุรกิจนี้เปรียบเสมือนเป็นสะพานบุญ ทำหน้าที่ตัวแทนนำพวงมาลัยดอกมะลิที่ลูกค้าฝากแก่นบน หรือขอพรออนไลน์ไปถวายแทน แล้วถ่ายรูปส่งให้ลูกค้า แค่นี้ก็สามารถขายพวงมาลัยมะลิออนไลน์ได้กลายเป็นช่องทางใหม่ที่สอดคล้องกับพฤติกรรมที่รีบเร่ง และไม่ค่อยมีเวลาว่างของคนในยุคปัจจุบัน เห็นได้ว่าโลกออนไลน์นั้น เราสามารถขายสินค้าอะไรก็ได้ แต่ต้องหากคนซื้อให้เจอ”

เล่าเรื่อง สร้างตัวตน สร้างบุคลิกสินค้า

อีกประเด็นที่พลาดไม่ได้คือ ศึกษาวิธีทำตลาดของกลุ่มคู่แข่งที่ใช้คอนเทนต์แบบใด ใช้วิธีเล่าเรื่อง (Storytelling) อย่างไร เพื่อหามุมมองใหม่ในการเล่าเรื่องที่ไม่ซ้ำ ปัญหาของการทำธุรกิจออนไลน์ในยุคนี้คือ การทำเหมือนกัน ไม่สรรหาความแตกต่าง หากเราสามารถหาวิธีนำเสนอสินค้าได้แตกต่างจากคู่แข่ง โอกาสที่จะขายสินค้าออนไลน์ให้ประสบความสำเร็จก็มีสูง

การสร้างความแตกต่างในการขายสินค้าหรือบริการนั้น ทำได้แม้ในกลุ่มสินค้าประเภทเดียวกัน โดยการสร้างเรื่องราวใหม่ๆ ในมุมมองที่ยังไม่มีใครกล่าวถึง เพราะการขายสินค้าไม่จำกัดว่าต้องกล่าวถึงแง่มุมใดแง่มุมหนึ่งเท่านั้น สามารถหยิบยกเรื่องราวมากมายมาทำเป็นคอนเทนต์ที่แปลกใหม่ แล้วใช้เครื่องมือออนไลน์มาร์เก็ตติ้ง อาทิ โฆษณาใน Facebook มาทดสอบว่ากลุ่มเป้าหมายสนใจหรือไม่ มี Feedback อย่างไร การทดสอบอาจต้องทำหลายครั้งเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ตรงกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด

การสร้างตัวตน หรือสินค้าของคุณบนโลกออนไลน์ให้แตกต่างก็เป็นสิ่งสำคัญ เช่น การสร้าง Community ออนไลน์เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูล หรือพูดคุยกับกลุ่มลูกค้าเฉพาะ โดยสร้างคาแรคเตอร์ของเราให้ดูต่างออกไป และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ช่องทางนี้ อาจใช้เพื่อสื่อสารกับกลุ่มลูกค้าโดยตรง ไม่เน้นขายของ ทำคอนเทนต์แนวตลกมาเล่าเรื่องเรียกยอดไลค์ คอมเมนต์ หรือแชร์ เพื่อให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับเจ้าของสินค้า ข้อดีของวิธีนี้คือ ลูกค้าจะจำคุณได้ แม้สินค้าหรือบริการจะไม่แตกต่างจากรายอื่นๆ เลยก็ตาม

ใช้ต่อดีหรือไม่กับ Line Official Account

ธุรกิจขายของออนไลน์ส่วนใหญ่จะมี LINE@ หรือที่เปลี่ยนชื่อใหม่เป็น Line Official Account ช่องทางในการเข้าถึงลูกค้าได้ดีที่สุด เหมาะกับการขายซ้ำ (Remarketing) หลักการคือ เชิญคนที่เคยเป็นลูกค้า หรือมีแนวโน้มเป็นลูกค้าเข้ามาใน Line Official Account แล้วเผยแพร่ (Broadcast) โปรโมชั่น หรือกิจกรรมส่งเสริมการขายต่างๆ ไปใน LINE ซึ่งเป็นวิธีสื่อสารได้ตรงกลุ่มเป้าหมาย ข้อเสียคือ มีโอกาสที่เขาจะไม่เปิดอ่าน เพราะก่อนหน้านี้ร้านค้าอาจ Broadcast ข้อมูลมากเกินไปจนไม่อยากเปิดอ่าน

“สำหรับผู้ที่ยังมีข้อสงสัยว่า Line Official Account ที่เริ่มปรับราคาแพ็คเกจใหม่ให้แพงขึ้นนี้ จะยังควรใช้งานต่อหรือไม่ แนะนำว่า Line Official Account ยังเป็นเครื่องมือที่เข้าถึงคนไทยได้ดีที่สุด ทั้งยังสามารถกรองข้อมูลเพื่อเลือกอายุ เพศ ผู้ใช้ระบบ IOS, Android หรือเลือกโลเคชันก็ยังได้ เพราะฉะนั้นเวลา Broadcast บน Line Official Account คุณไม่จำเป็นต้อง Broadcast ไปทุกรายชื่อ แต่ให้เลือกเฉพาะกลุ่มที่คิดว่าสนใจสินค้าจริงๆ หรือลูกค้าเก่า วิธีนี้จะทำให้คอนเทนต์ของเราถูกเปิดอ่านมากขึ้น”

Omni Channel ไม่ใช่คำตอบตอนเริ่มกิจการ

Omni Channel ซึ่งเป็นการเชื่อมต่อช่องทางติดต่อสื่อสารกับลูกค้าทั้ง Online และ Offline (การขายหน้าร้าน) เข้าด้วยกันเพื่อให้ลูกค้าเข้าถึงง่าย เช่น ไปลองเสื้อสวยที่ร้าน แต่กลับบ้านมาสั่งซื้อทางออนไลน์ เป็นต้นนั้น สำหรับ SME ที่เริ่มต้นกิจการ อาจยังไม่จำเป็นต้องทำ Omni Channel แต่ควรกำหนดเป้าหมายธุรกิจให้ชัดเจนก่อน เช่น จะเน้นการทำออนไลน์ให้แข็งแกร่ง แล้วค่อยต่อยอดไปทำ Omni Channel ที่ผสม Online และ Offline ในอนาคตก็ได้

การจะทำให้ธุรกิจขายสินค้าออนไลน์ให้เป็นที่รู้จัก และขายดี สิ่งสำคัญคือ คอนเทนต์ต้องดีมีความแตกต่าง ศึกษาข้อมูลเชิงลึกของลูกค้า ใช้เครื่องมือออนไลน์ให้เป็น เก็บข้อมูลลูกค้าเพื่อบริหารความสัมพันธ์ในอนาคต รายละเอียดเหล่านี้จะช่วยให้ธุรกิจเติบโตได้ท่ามกลางการแข่งขันบนโลกออนไลน์

อ้างอิง : https://www.youtube.com/watch?time_continue=1&v=gwXlkcVduOE

เปิดแคมเปญขายออนไลน์ ขายอย่างไรให้รุ่ง