

“M17” เปิดบริการ “NAK Live” ผู้ช่วยไลฟ์ขายสินค้า สู่วิกฤตเศรษฐกิจ



บริษัท เอ็มเซเว่นทีน เซอร์วิสเซส ไทยแลนด์ บริษัทในเครือ เอ็มเซเว่นทีน เอนเตอร์เทนเมนต์ กรุ๊ป (M17 Entertainment Group) ผู้นำด้านธุรกิจ Social Entertainment ของเอเชีย (ประเทศไต้หวัน) เปิดตัวบริการใหม่ล่าสุด “NAK Live” (นักไลฟ์) บริการสตรีมมิ่งเซอร์วิสและเครื่องมือทางการตลาดในการจัดหาผู้ช่วยขายสินค้า หรือ KOL (Key Opinion Leader) ระดับมืออาชีพผ่านช่องทางไลฟ์สดแบบครบวงจร พร้อมการวัดผล ROI (Return on Investment) ได้อย่างแท้จริงจากยอดขาย

นางนิรันดร์ อิศวร Thailand Country Head บริษัท เอ็มเซเว่นทีน เซอร์วิสเซส ไทยแลนด์ กล่าวว่า “หลังจากได้เปิดตัวเครื่องมือทางการขายและการตลาดรูปแบบใหม่ ให้บริการด้วยระบบแพลตฟอร์มอัจฉริยะภายใต้ชื่อ “Hands UP” (แฮนด์ อัป) ที่มีทั้งระบบจัดการออเดอร์ และระบบจัดการข้อมูลหลังบ้านที่ตอบโจทย์กลุ่มธุรกิจอีคอมเมิร์ซที่ต้องการความถูกต้องและสะดวกสบายในการจัดการเรื่องคำสั่งซื้อ, การจัดการ สต็อก, การชำระเงินและจัดส่งสินค้า ซึ่งถือว่าประสบความสำเร็จเป็นอย่างมากหลังจากเปิดตัวไป ได้รับความสนใจจากกลุ่มธุรกิจรายใหญ่และกลุ่มธุรกิจรายย่อยหรือ SME เข้ามาร่วมใช้งานแพลตฟอร์มนี้อย่างคับคั่ง เพราะด้วยเทรนด์การซื้อสินค้าผ่านช่องทางอีคอมเมิร์ซที่

ถือว่ากลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของเราไปแล้ว ด้วยความสะดวกสบายในการสั่งซื้อและชำระเงินที่ตอบ
โจทย์ไลฟ์สไตล์ในปัจจุบัน ที่คนไม่อยากจะเดินทางไปซื้อสินค้าหน้าร้านด้วยสภาพการจราจรที่ติดขัด รวมไปถึงสภาวะ
มลพิษทางอากาศจากฝุ่นจิ๋ว PM2.5 และเชื้อไวรัสโควิด-19 ที่เกิดขึ้นอีกด้วย”

และด้วยโมเดลธุรกิจที่ต้องการเป็นวันสต็อปเซอร์วิสสำหรับธุรกิจไลฟ์คอมเมอร์เชียลอย่างแท้จริง บริษัท เอ็มเซเว่นทีน
เซอร์วิส เซส ไทยแลนด์ จึงได้เปิดตัวบริการใหม่ล่าสุด “Nak Live” (นักไลฟ์) โดย นายอรรถพล สินฉลอง
Marketing & Business Development Director บริษัท เอ็มเซเว่นทีน เซอร์วิส เซส ไทยแลนด์ กล่าวว่า “ด้วย
โมเดลธุรกิจของบริษัทที่มีความแตกต่างจากคู่แข่งรายอื่นๆ ที่มุ่งเน้นการขายแพลตฟอร์มหรือระบบเพียงอย่างเดียว
แต่จากการสำรวจพฤติกรรมของตลาดไลฟ์คอมเมอร์เชียลในเชิงลึกนั้นทำให้พบว่านอกจากความต้องการเรื่องระบบหลัง
บ้านแล้วมากกว่า 90% ของร้านค้าออนไลน์นั้นมีความต้องการเรื่องทรัพยากรของ นักไลฟ์สดขายของที่มีคุณภาพ
และมีความสามารถในการปิดการขายได้เป็นอย่างมาก สถานการณ์ของร้านค้าปัจจุบันมักจะเป็นเจ้าของกิจการ
ที่ทำการไลฟ์สดเองเป็นส่วนใหญ่ แต่ในขณะที่ต่างประเทศ เช่น ประเทศจีน หรือประเทศไต้หวัน KOL (Key
Opinion Leader) ในกลุ่มที่เป็นนักขายสามารถกล่าวได้ว่าเป็นที่นิยมสำหรับบริษัท และร้านค้ารวมทั้งดิจิทัลเอเจน
ซี เพราะสามารถวัดผลการทำงาน หรือ ROI (Return on Investment) ได้อย่างแท้จริงจากยอดขาย อาทิ หลี่เจียฉี
เจ้าของฉายา “ลิปสติคคิงส์” ซึ่งนอกจากจะเป็น KOL (Key Opinion Leader) ที่มีผู้ติดตามสูงแล้ว ยังมีความ
สามารถในการปิดการขายสินค้าได้ โดยสามารถสร้างยอดขายลิปสติคผ่านไลฟ์สดได้ถึง 15,000 แห่งภายในเวลา 5
นาที”

สำหรับ “NAK Live” (นักไลฟ์) ได้วางตัวเองเป็นเครื่องมือทางการตลาด (Marketing Tool) ที่สนับสนุนการ
ทำดิจิทัล มาร์เก็ตติ้งและแบรนด์ติ้งในรูปแบบ Influencer Marketing (อินฟลูเอนเซอร์ มาร์เก็ตติ้ง) ผ่านโซ
เชียลมีเดียสำหรับกลุ่มบริษัทขนาดใหญ่หรือร้านค้าที่ต้องสร้างภาพลักษณ์และเพิ่มยอดขายให้กับสินค้าผ่านช่องทาง
ใหม่ หรือเป็นเครื่องมือทางการตลาดสำหรับดิจิทัล เอเจนซีในการนำเสนอช่องทางประชาสัมพันธ์และสามารถวัดผล
ด้าน ROI (Return on Investment) ได้อย่างแท้จริงจากยอดขายในขณะไลฟ์สด โดย “NAK Live” (นักไลฟ์) ได้
ดำเนินการติดต่อหา KOL ที่มีชื่อเสียงเพื่อให้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของทีม “NAK Live (นักไลฟ์) และได้มีการคัดเลือก
จากจากผู้ที่มียอดฟอลโลเวอร์ในโซเชียลมีเดียตั้งแต่หลักพันคนขึ้นไปจนถึงหลักแสนคน รวมทั้งการเปิดรับสมัคร
โดยตรงผ่านเว็บไซต์ <https://www.naklive.net/> รวมทั้งทำการฝึกอบรมการเป็นนักไลฟ์ขายสินค้าผ่านช่องทางไลฟ์
สด ซึ่งได้ทำการรวบรวมเทคนิคและวิธีการเรียกดึงดูดผู้ชม พร้อมมีงานป้อนให้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งในเฟสแรกหลังจาก
ทำการรับสมัครนักไลฟ์ผ่านช่องทางเว็บไซต์ “NAK Live” (นักไลฟ์) โดยในช่วงระยะเวลา 1 เดือนที่เปิดรับ มีผู้
สมัครกว่า 500 คน และได้ทำการเปิดการฝึกอบรมนักไลฟ์รุ่นแรกไปแล้วจำนวน 20 คน โดยได้รับเกียรติจาก คุณ
ศักดิ์ชัย อุ่วานิษฐ์ เจ้าของและผู้ก่อตั้ง Hotdeal Thailand, ผู้นำด้านการไลฟ์สดขายของมาเป็นวิทยากร และยัง
เตรียมเปิดเพิ่มการอบรมอีกตลอดทั้งปีนี้ เพื่อให้จำนวนนักไลฟ์ของบริษัทมีเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้าในทุก
แบบ ในอนาคตคาดว่า “NAK Live” (นักไลฟ์) จะมีผู้สมัครเข้าร่วมโครงการในปีนี้อย่างน้อย 1,500 คน และจะ
สามารถผลิตนักไลฟ์ที่มีคุณภาพ มีความสามารถในการปิดการขายสินค้าได้ในสังกัดได้ไม่ต่ำกว่า 100 คนตลอดทั้งปี

นี้ รวมถึงการให้บริการรับจ้างไลฟ์สดหรือไลฟ์สดรีมมิ่งเซอร์วิสสำหรับกลุ่มลูกค้าที่ไม่มีความพร้อมในเรื่องของอุปกรณ์ในการไลฟ์สดอีกด้วย สำหรับบริษัทหรือร้านค้า รวมทั้งดิจิทัลเอเจนซีที่มีความต้องการใช้บริการนักไลฟ์สามารถติดต่อขอรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ <https://www.naklive.net/> หรือที่เฟสบุ๊คแฟนเพจ “Naklive”

“ด้วยเทรนด์ของไลฟ์คอมเมอร์ซที่มีการเติบโตค่อนข้างสูง รวมทั้งกลุ่มผู้ค้าต่างต้องการหาช่องทางและวิธีการใหม่ๆ ที่จะช่วยให้สามารถเพิ่มยอดขายสินค้าได้ รวมทั้งสภาวะอากาศและโรคระบาดที่เกิดขึ้นซึ่งทำให้การขายสินค้าผ่านช่องทางไลฟ์สดจะเป็นตัวเลือกที่มีประสิทธิภาพในการสร้างยอดขายสำหรับบริษัทและร้านค้า จึงคาดการณ์ว่า “NAK Live” (นักไลฟ์) จะสามารถสร้างส่วนแบ่งในตลาด Influencer Marketing (อินฟลูเอนเซอร์ มาร์เก็ตติ้ง) ได้ที่ 20% ในปีนี้” นายอรรถพล กล่าว