

เอกสารประกอบการเรียน หน่วยการเรียนรู้ 6 การตลาดดิจิทัล

ในยุคปัจจุบันนี้ เทคโนโลยีดิจิทัล ได้ก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงอย่างมากต่อพฤติกรรมการณ์ซื้อสินค้าของผู้บริโภค ทำให้การซื้อขายสินค้าหน้าร้านแบบเดิมถูกกระทบกระเทือนอย่างหนัก หรือที่เราเรียกว่า Disrupt นั่นเอง

การ Disrupt นี้ ทำให้ร้านค้า ผู้จัดการจำหน่าย พ่อค้าแม่ค้า ต้องปรับตัวมาขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ ทดแทนหรือควบคู่กับการขายแบบดั้งเดิม ใครที่ปรับตัวไม่ทันก็จะถูกทิ้งไว้เบื้องหลังอย่างเจ็บปวด

แล้วเราจะเริ่มขายสินค้าออนไลน์ยังไงดี?

การขายสินค้าออนไลน์ให้ประสบความสำเร็จนั้น เราควรทำความรู้จักเครื่องมือและช่องทางต่างๆที่เราสามารถเลือกเข้ามาทำการตลาดออนไลน์ โดยจัดกลุ่มแพลตฟอร์มเหล่านี้ได้เป็น 5 ประเภท เพื่อความเข้าใจง่ายๆ ดังนี้

1. แพลตฟอร์มในกลุ่ม Content & Communication คือสื่อที่เราเน้นการสื่อสารเนื้อหาข้อมูลข่าวสารต่างๆเกี่ยวกับสินค้าของเรา โดยแบ่งประเภทย่อยได้คร่าวๆดังนี้

- 1.1 Website ซึ่งเป็นสื่อออนไลน์ดั้งเดิมที่มีมาตั้งแต่เริ่มมีอินเทอร์เน็ต แต่ก็ยังคงมีความสำคัญอยู่เสมอ เพราะเป็นสื่อที่ลูกค้าสามารถค้นหาได้ง่าย บริษัทสามารถออกแบบควบคุม บริหารจัดการข้อมูลได้เอง สามารถสร้างระบบการขายได้เอง และสามารถใส่รายละเอียดของเนื้อหาส่วนต่างๆได้ตามความต้องการ และในทางจิตวิทยา เว็บไซต์สามารถแสดงภาพลักษณ์ของบริษัทและผลิตภัณฑ์ ทำให้ดูมีความน่าเชื่อถือในสายตาของลูกค้า

- 1.2 Search Engine หรือเว็บสำหรับค้นหาข้อมูลต่างๆ ยังคงครองอันดับหนึ่งของช่องทางที่ใช้ในการค้นหาข้อมูลออนไลน์มากที่สุด ซึ่งจริงๆแล้วมีอยู่หลายเว็บไซต์ แต่ที่เห็นชัดที่สุดคือ Google เพราะเป็น Search Engine ที่ได้รับความนิยมสูงสุดในโลก มากกว่า 76% ของการค้นหาข้อมูลบนอินเทอร์เน็ตในโลกนี้ เกิดขึ้นบน Google ซึ่งผลการค้นหาจากคีย์เวิร์ดที่ลูกค้าต้องการถือเป็นประตูแรกสู่การเข้าถึงสินค้าและบริการของเรา และจะพาลูกค้าเข้ามาสู่ช่องทางการสื่อสารอื่นๆของเราต่อไป แต่อย่างไรก็ตาม พฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่จะให้ความสนใจผลการค้นหาเพียงไม่เกิน 2-3 หน้าแรกบนจอเท่านั้นเอง ในขณะที่เราต้องแข่งอันดับผลเสิร์ชกับสินค้าอื่นๆอีกจำนวนมากในกรณีที่ผู้ค้นหาไม่เจาะจงซื้อสินค้า

เพราะฉะนั้นจำเป็นเหลือเกิน ที่เราจะต้องออกแบบเนื้อหาและองค์ประกอบของเว็บไซต์ของเราให้ดี เพื่อให้ซื้อสินค้าเราติดอันดับต้นๆในผลการค้นหา ซึ่งกระบวนการออกแบบเว็บไซต์ให้ค้นหาได้ง่ายใน Search Engine เราเรียกว่า SEO หรือ Search Engine Optimization นั่นเอง แต่ถ้าเราใจร้อนเราก็อาจซื้อโฆษณาใน Google หรือ Google Ads เพื่อให้เราขึ้นอันดับต้นๆในผลการค้นหาได้เช่นกัน ล่าสุดมีข้อมูลหนึ่งที่น่าสนใจ จากการสำรวจพบว่า การค้นหาสินค้าบริการต่างๆโดยระบุคำว่า “near me” หรือ “ใกล้ฉัน” มีความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วถึง 250% ในปีที่ผ่านมา ส่วนหนึ่งเนื่องมาจากพฤติกรรมการค้นหาผ่านโทรศัพท์มือถือและการใช้ GPS เพื่อปักหมุดโลเคชันสถานที่ต่างๆ หรือแม้แต่การระบุตำแหน่งของผู้ค้นหาเองแบบ realtime ในขณะนั้น

1.3 Social Media สื่อโซเชียลที่นิยมในประเทศไทยมากที่สุดเห็นจะเป็น Facebook, Instagram, Line, Twitter ซึ่งเป็นสื่อที่มีอิทธิพลอย่างมากในยุคนี้ เนื่องจากมีผู้ใช้งานเป็นจำนวนมาก มีคอนเทนต์ข้อมูลที่หลากหลาย และที่สำคัญสามารถแชร์ข้อมูลต่างๆได้อย่างกว้างขวางและรวดเร็ว Social Media จึงขยายบทบาทจากการสื่อสารและความบันเทิงในชีวิตประจำวันมาเป็นเครื่องมือทางการตลาดของสินค้าต่างๆในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าจำนวนมากได้อย่างรวดเร็ว ผ่านโฆษณา คอนเทนต์ การรีวิวโดยผู้ใช้หรือผู้มีชื่อเสียง ทำให้เดี๋ยวนี้เรามีผู้ที่มีอิทธิพลต่อผู้คนจำนวนมากบนโซเชียลมีเดีย ที่เราเรียกกันว่า Influencer หรือ Net idol ซึ่งมีผู้ติดตามเป็นจำนวนมาก และนักการตลาดก็ใช้ Influencer หรือ Net idol เหล่านี้ในการประชาสัมพันธ์สินค้าด้วยเช่นกัน อีกเหตุผลหนึ่งที่ทำให้มีผู้ใช้ Social Media เพื่อการขายสินค้า เพิ่มขึ้นมาก ก็เป็นเพราะความง่ายในการสร้างเพจร้านค้าออนไลน์ ซึ่งสามารถสร้างได้ในเวลาเพียงไม่กี่นาที คุณก็สามารถมีร้านออนไลน์ของคุณเองได้แล้ว และในระบบหลังบ้านก็ได้พัฒนาให้มีฟังก์ชันที่เอื้อต่อการขายสินค้า เช่น การค้นหาสินค้าที่ต้องการ การกดสั่งซื้อสินค้า และการชำระเงินเป็นต้น ทำให้สามารถปิดการขายในแอปนั้นๆได้เลย อย่างไรก็ตามการเลือกใช้โซเชียลเราควรพิจารณาให้เหมาะกับสินค้าและกลุ่มลูกค้าของเรา

- Facebook เป็นแพลตฟอร์มโซเชียลที่คนไทยส่วนใหญ่นิยมใช้งาน เป็นเครือข่ายที่รวมกลุ่มคนที่มีความชอบแตกต่างกันจากหลากหลายพื้นที่เข้าไว้ในที่เดียวกัน ข้อดีอีกอย่างของ Facebook คือเราสามารถใส่เนื้อหาประกอบโพสต์ได้ค่อนข้างมาก จึงเหมาะกับสินค้าที่ต้องมีการอธิบายรายละเอียด และเชื่อมไปยัง Messenger เพื่อพูดคุยตอบคำถามลูกค้าเป็นรายบุคคลได้ แต่ข้อจำกัดคือเมื่อเราโพสต์แต่ละครั้ง ไม่ใช่ว่าเพื่อนหรือผู้ติดตามเพจเราทุกคน

จะเห็น อาจมีเพียง 5-6% เท่านั้นที่ได้เห็น ถ้าอยากให้เห็นมากกว่านั้นก็ต้องเสียเงินซื้อโฆษณา และปัญหาอีกอย่างหนึ่งคือ ฐานผู้ใช้งานคนรุ่นใหม่ Gen Z ช่วงวัย 13-17 ปี ใช้ Facebook น้อยลงอย่างมาก เพราะฉะนั้นถ้ากลุ่มลูกค้าเป้าหมายของคุณอยู่ในช่วงวัยนี้ อาจต้องลองพิจารณาช่องทางอื่นๆ

- ส่วน Instagram นั้น มีจุดแข็งคือเน้นรูปสวยมีลูกเล่นเกี่ยวกับรูปภาพหรือภาพถ่ายให้เล่นหลากหลาย เหมือนเป็นแคตตาล็อกสินค้าออนไลน์ รวบรวมไลฟ์สไตล์และแฟชั่นใหม่ๆของผู้คนในโซเชียล เป็นแหล่งป้ายยาหรือสร้างแรงบันดาลใจในการเลือกซื้อสินค้าได้เป็นอย่างดี เหมาะที่จะใช้ในการสร้างแบรนด์ให้มีภาพลักษณ์ที่คนจดจำ แต่ก็มีข้อเสียคือมีข้อจำกัดในการใส่ข้อมูลคำบรรยายมากๆเพื่ออธิบายสินค้า จึงอาจเหมาะกับการใช้ภาพแทนคำอธิบาย และที่สำคัญคุณต้องถ่ายรูปเก่งพอสมควร รูปสินค้าคุณถึงจะโดดเด่นได้ใน Instagram
- แอป Line มีข้อดีที่สำคัญคือ เป็นแอปที่คนไทยใช้กันเยอะมากและมี ความคุ้นเคยจากการใช้ส่งข้อความถึงกันในชีวิตประจำวัน และ Line ก็มีเวอร์ชันสำหรับธุรกิจที่เรียกว่า Line Official ซึ่งมีฟีเจอร์มากมายที่ช่วยในการขายสินค้าและการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า หรือ CRM ย่อมาจาก Customer Relationship Management ตัวอย่างฟีเจอร์ใน Line Official ก็เช่น การแชทกับลูกค้าเป็นรายบุคคล (1:1 Chat) ข้อความทักทายเพื่อนใหม่ ข้อความตอบกลับอัตโนมัติ Chat Bot, การสามารถบันทึกรายละเอียดลูกค้าได้ เช่นที่อยู่จัดส่ง สินค้าที่สนใจหรือเคยสั่ง โน้ตเพื่อการจดจำลูกค้า ซึ่งจะช่วยสร้างความประทับใจให้ลูกค้าและช่วยในการติดตามให้บริการลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น และฟีเจอร์ที่เด็ดที่สุดคือ Rich Menu ที่แสดงขึ้นมาให้ลูกค้าสามารถคลิกเลือกทำการขายการต่างๆได้ เช่นดูแคตตาล็อกสินค้า เมนูอาหาร โปรโมชั่น ตำแหน่งสาขา บริการสมาชิก บริการดีลิเวอรี่ หรือการสะสมแต้ม เป็นต้น
- โซเชียลมีเดียอีกประเภทหนึ่งที่กำลังได้รับความนิยมสูงมากคือแพลตฟอร์มที่เป็นวิดีโอเช่น YouTube และ Tiktok ที่สินค้าต่างๆใช้โฆษณาสินค้ากันเยอะมากทั้งโฆษณาที่เป็น Popup ขึ้นมาระหว่างดูวิดีโอ และโฆษณาที่สอดแทรกอยู่ในเนื้อหาวิดีโอเลย จึงเหมาะกับคอนเทนต์ประเภทรีวิวสินค้าอย่างละเอียดแนะนำของแปลกใหม่แบบที่เรียกว่าของมันต้องมี หรือตามรอยนักช้อปจากเหล่าอินฟลูเอนเซอร์ทั้งหลาย และโดยเฉพาะอย่างยิ่ง Tiktok ที่มาแรงอย่าง

มาก ข้อมูลใหม่พบว่าเด็กและวัยรุ่น ช่วงอายุ 9-24 ปี หันมาใช้เวลาบน Tiktok มากขึ้นอย่างรวดเร็ว

- แต่เหนือสิ่งอื่นใด สิ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในการใช้สื่อโซเชียลเพื่อการตลาด นั่นก็คือ Content: Content ที่มีคุณภาพ มีประโยชน์ มีความน่าเชื่อถือ สนุกสนาน น่าสนใจ จะทำให้ลูกค้าอยากติดตามเพจ และมีปฏิสัมพันธ์หรือ engagement กับโพสต์ต่างๆในแพลตฟอร์มของเรา ซึ่งจะก่อให้เกิดความรู้สึกที่ดีต่อสินค้า เกิดการตัดสินใจซื้อ สร้างความผูกพันและความภักดีต่อแบรนด์ สินค้าเราในที่สุด
2. แพลตฟอร์มประเภทที่สอง คือช่องทางโฆษณา ซึ่งก็จะมีข้อดีคือเข้าถึงลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ไม่ต้องรอสะสมจำนวนผู้ติดตาม ไม่ต้องสร้างคอนเทนต์จำนวนมาก เลือกกลุ่มเป้าหมายได้ตามความต้องการ แต่ก็มีข้อเสียคือมีค่าใช้จ่ายที่คุณต้องเสียเงินซื้อ Ads หรือโฆษณาในสื่ออื่นๆ เพื่อให้การสื่อสารของคุณเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และอาจได้รับความสนใจน้อยกว่าเนื้อหาที่เป็นคอนเทนต์ ซึ่งสื่อออนไลน์ที่ได้กล่าวถึงไปก่อนหน้านี้ก็ล้วนมีอุปสรรคในการซื้อโฆษณาเพิ่มทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็น Google Ads, Facebook Ads, Tiktok Ads, Youtube Ads หรือแม้กระทั่งโฆษณาในร้านค้าออนไลน์ขนาดใหญ่
3. แพลตฟอร์มประเภทที่สาม คือ E-Marketplace หรือศูนย์รวมสินค้าออนไลน์หลากหลายประเภท ตัวอย่างที่เห็นชัดที่สุดในยุคนี้คือแพลตฟอร์มที่เป็นเหมือนห้างสรรพสินค้าออนไลน์ขนาดใหญ่อย่าง ที่คุณสามารถเปิดร้านของคุณเองเพื่อขายสินค้าออนไลน์ได้โดยไม่ต้องสร้างระบบการซื้อขายด้วยตัวเอง ข้อดีของการขายผ่านช่องทางนี้คือ คุณเปิดร้านค้าได้ง่าย เข้าถึงลูกค้าจำนวนมากได้อย่างรวดเร็ว มีระบบซัพพอร์ทที่ครบครัน เช่น ฟังก์ชันการค้นหา การแสดงภาพสินค้า คำอธิบาย ราคาและโปรโมชั่น ตะกร้าสินค้าที่เลือกซื้อ การชำระเงินออนไลน์ที่แสนจะง่ายดาย ไปจนถึงการจัดส่ง การรีวิวสินค้า และการอัปเดตสต็อกสินค้า เป็นต้น ... แต่ข้อเสียก็คือคุณต้องแบ่งเปอร์เซ็นต์จากยอดขายให้แก่แพลตฟอร์มนั้นๆด้วย มากน้อยต่างกันไป และคู่แข่งที่มีเยอะมากโดยเฉพาะอย่างยิ่งบริษัทใหญ่ๆที่มาเปิดร้านค้าทางการหรือ Official Store อยู่ที่นี่ และคู่แข่งที่สำคัญอีกด้านคือสินค้าจากต่างประเทศ เช่นประเทศจีน ที่ได้เปรียบเรื่องราคาที่สามารถถูกกว่าเรามากๆ เป็นต้น แพลตฟอร์มประเภทนี้อาจรวมไปถึงแอปฟู้ดดีลิเวอรี่ หรือแอปบริการจัดส่งอาหารที่เราคุ้นเคยกันมากขึ้น ตั้งแต่ช่วงที่เกิดการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 จนต้องล็อกดาวน์ออกไปไหนไม่ได้ และร้านอาหารไม่สามารถเปิดให้รับประทานในร้านได้ จนทุกวันนี้เราเห็นไรเดอร์มอเตอร์ไซด์ส่งอาหาร อย่าง Line Man, Grab Food, Foodpanda, Robinhood วิ่งให้บริการขวักไขว่กันจนชินตา และเป็นวิถีชีวิตใหม่อย่างหนึ่งสำหรับผู้ที่ต้องการความสะดวกไม่ต้องออกไปไหนก็มีอาหารมาส่งให้ถึงที่

4. แพลตฟอร์มประเภทที่สี่ ถือเป็นส่วนสำคัญมากๆที่ทำให้การซื้อขายสินค้าออนไลน์เพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด นั่นคือแพลตฟอร์มในการชำระเงินออนไลน์นั่นเอง ซึ่งเดียวสามารถทำผ่านหลากหลายแอปทำให้ง่ายและสะดวกสบายอย่างมาก ไม่ต้องไปชำระที่ธนาคารหรือเคาเตอร์แล้วยังต้องถ่ายสลิปส่งยืนยันรอตตรวจสอบยอดเหมือนเมื่อก่อน ปัจจุบันลูกค้าสามารถเลือกชำระเงินออนไลน์ได้หลายช่องทางมากไม่ว่าจะเป็น แอปธนาคารต่างๆแทบทุกธนาคาร แอปวอลเลท แอปสารพัดแป๊ะต่างๆ หรือระบบการชำระเงินของร้านค้าออนไลน์เอง แถมมีกระทั้งการผ่อนชำระหรือสินเชื่อออนไลน์ และการชำระเงินปลายทาง จะสะดวกไปไหน? และจากการสำรวจความคิดเห็นผู้ซื้อสินค้าออนไลน์พบว่า ความง่ายในการชำระเงินเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งในการตัดสินใจซื้อสินค้า เพราะฉะนั้นใครที่คิดจะค้าขายออนไลน์ จะมองข้ามเรื่องนี้ไปไม่ได้เลย
5. แพลตฟอร์มประเภทสุดท้ายที่เราจะพูดถึงในวิดีโอนี้ ประเภทที่ห้า คือแพลตฟอร์มการจัดส่งสินค้าไปยังผู้ซื้อนั่นเอง ซึ่งปัจจุบันนี้ก็มีทางเลือกหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็น ไปรษณีย์ไทย หรือบริษัทขนส่งเอกชนเช่น เป็นต้น ปัจจัยที่เราจะต้องพิจารณาในการเลือกใช้บริการจัดส่ง ก็เช่น ความถูกต้องและรวดเร็วในการจัดส่ง ความปลอดภัยของสินค้า มาตรฐานในการบริการ ราคา และการรับประกันความเสียหายเป็นต้น เพื่อให้มั่นใจว่าลูกค้าจะได้รับสินค้าของเราอย่างรวดเร็วถูกต้องและสินค้าสภาพสมบูรณ์ ในราคาที่เหมาะสม