

# 3 กูรูแนะวิธีหนีตาย

## ขายออนไลน์อย่างไรให้รอด

Text : กอวิมลภาสิรา

ต้องยอมรับว่า การทำธุรกิจออนไลน์ในเวลานี้ร้อนแรงกว่าเดิมมากมาย จะเริ่มได้ยินเสียงบ่นของบรรดาแม่ค้าพ่อค้าออนไลน์ว่า ยอดขายตก ขายสินค้าได้ยากขึ้นเรื่อยๆ เนื่องจากมีผู้ประกอบการออนไลน์ผุดขึ้นมากขึ้นมากมาย จากช่องทางต่างๆ ที่มีจำนวนมากและง่ายต่อการสร้างร้านค้าบนออนไลน์

ไม่ว่าจะเป็น เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม เว็บไซต์ และมาร์เก็ตเพลส ฯลฯ จึงทำให้การแข่งขันสูงตามไปด้วย ที่สำคัญไม่เพียงแต่จะแข่งขันกับผู้ประกอบการไทยเท่านั้น หากยังต้องแข่งขันกับผู้ประกอบการจากแดนมังกรที่มีต้นทุนถูกกว่าอีกด้วย ดังนั้น ผู้ประกอบการออนไลน์หลายรายจึงหนีตายด้วยการลดราคากระหน่ำ บ้างก็ลงทุนซื้อโฆษณาเพิ่มแบบหน้ามืดตามัว เพื่อหวังรักษารฐานลูกค้าที่กำลังไหลออกไปเรื่อยๆ

อย่างไรก็ตาม แม้สถานการณ์การแข่งขันจะร้อนแรง จนยอดขายเริ่มลดลง แต่เชื่อว่ายุคทองของการทำธุรกิจออนไลน์ยังไม่หายไปไหน เพียงแต่ผู้ประกอบการออนไลน์ จะต้องเรียนรู้ปรับตัว และลองทำตามคำแนะนำจากกูรูเหล่านี้

### 5 เช็คลิสต์ ที่ต้องหมั่นทำหากไม่อยากให้ยอดขายตก

ในวันนี้โลกออนไลน์เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว **วีรพล สวรรค์พิทักษ์** CMO บริษัท ลานเนอร์ จำกัด และ Digital Marketing Manager บริษัท อีมีเน้นท์แอร์ (ประเทศไทย) จำกัด บอกเราว่า โลกออนไลน์ยังคงโตขึ้นเรื่อยๆ เห็นได้จากจำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตที่มีทุกเจนเนอเรชัน และจำนวนชั่วโมงการใช้งานอินเทอร์เน็ตที่เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ส่งผลในศักยภาพของตลาดบนโลกออนไลน์เติบโตขึ้นตามไปด้วย

ดังนั้น สำหรับผู้ประกอบการร้านค้าออนไลน์ที่มียอดขายน้อยลงจำนวนคนเข้าร้านลดลงนั้น ไม่ได้เกิดจากตลาดออนไลน์อย่างแน่นอน เพราะโลกของออนไลน์เติบโตขึ้นทุกวัน หากแต่เป็นที่กลยุทธ์การตลาดออนไลน์ที่ผู้ประกอบการใช้มากกว่า โดยผู้ประกอบการออนไลน์ต้องรู้จักปรับตัวตามและจะหยุดนิ่งไม่ได้ เพราะถ้าหยุดก็เท่ากับกำลังรอที่จะถูกคู่แข่งตีกลับ โดยวีรพลให้คำแนะนำผู้ประกอบการออนไลน์ว่าต้องมานั่งวิเคราะห์ว่า กลยุทธ์ที่ใช้นั้นเหมาะสมกับเทรนด์ตลาดออนไลน์ในปัจจุบันและพฤติกรรมลูกค้าออนไลน์หรือไม่ โดยเช็กลิสต์ต่อไปนี้

- เข้าใจความต้องการของลูกค้าออนไลน์ หมดยุคของการทำความเข้าใจแค่ว่า ลูกค้าอยากซื้ออะไร และสิ่งนั้นมีขายในบ้านหรือไม่ เพราะตอนนี้ผู้ประกอบการต้องทำความเข้าใจด้วยว่า ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์เพราะอะไร เช่น ทำไม่ลูกค้าจึงซื้อเครื่องฟอกอากาศบนเว็บไซต์ที่มีขายในห้างสรรพสินค้า ถ้าเหตุผลของพวกเขาคือ

ไม่อยากเสียเวลาเดินทางไปห้างสรรพสินค้า ผู้ประกอบการก็ต้องอำนวยความสะดวกเรื่องการจัดส่งสินค้าถึงประตูหน้าบ้าน

- อธิบายข้อมูลสินค้าอย่างละเอียด ลูกค้าออนไลน์ไม่มีโอกาสได้เห็นสินค้าจริงก่อนซื้อ ดังนั้น ผู้ประกอบการต้องให้ข้อมูลสินค้าอย่างตรงไปตรงมาและละเอียด เปรียบเทียบจุดเด่น-จุดด้อย รวมถึงเปรียบเทียบราคากับแบรนด์ต่างๆ ให้เห็นชัดเจน เพื่อที่ลูกค้าจะได้มีข้อมูลเพียงพอต่อการตัดสินใจซื้อ

- ราคาดีต่อใจ ตั้งราคาให้ชัดเจน และเป็นราคาที่แข่งขันได้ทั้งบนตลาดออนไลน์ในประเทศและต่างประเทศ เพราะหากราคาสินค้าต่างกันมากทั้งที่เป็นสินค้าประเภทเดียวกัน ลูกค้าก็พร้อมที่จะไปซื้อสินค้าชิ้นนั้นจากร้านค้าออนไลน์อื่น โดยไม่เกี่ยงว่าจะเป็นร้านค้าออนไลน์ของต่างชาติ

- ยิ่งเร็วยิ่งดี ผู้ประกอบการต้องมีความเร็วในการตอบคำถามการให้ข้อมูลสินค้า และการจัดส่ง ซึ่งเป็นเรื่องที่สำคัญมาก เพราะพฤติกรรมของลูกค้าออนไลน์เดี๋ยวนี้คือ ไม่ชอบรอนาน อยากได้รับสินค้าโดยเร็วที่สุด ผู้ประกอบการจึงต้องมีตัวเลือกการจัดส่งสินค้าที่หลากหลาย เพื่อตอบโจทย์ความต้องการที่ต่างกันของลูกค้าแต่ละคน เช่น ส่งสินค้าแบบลงทะเบียน ส่วนพิเศษ หรือได้รับสินค้าภายใน 1 วัน

- ทำให้ลูกค้าออนไลน์เกิดความมั่นใจ เพราะเป็นอีกสิ่งสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า วิธีสร้างความมั่นใจทำได้ทั้งการมีบริการเก็บเงินปลายทาง การรับประกันสินค้า และการรีวิวสินค้าจากผู้ใช้งานจริง

ทั้งนี้ วีรพลฝากถึงผู้ประกอบการด้วยว่า สิ่งผู้ประกอบการร้านค้าออนไลน์ทุกคนต้องมีคือ ความอดทน เพราะในทุกๆ วันต้องเจอกับลูกค้าที่มีความต้องการแตกต่างกัน บางคนถามคำถามเดิมซ้ำๆ หรือถามแล้วไม่ซื้อ ซึ่งผู้ประกอบการจะทำพฤติกรรมไม่ดีกับลูกค้าไม่ได้ เช่น ไม่ตอบคำถาม หรือโพสต์ประชาน เนื่องจากการกระทำเช่นนี้จะส่งผลให้ขายสินค้าไม่ได้ ลูกค้าท้อ และร้านอาจต้องปิดตัวในที่สุด

### หาปัญหาให้เจอแล้วต้องพลิกแพลงตลอดเวลา

“ต้องบอกก่อนว่า การที่มียอดขายลดลง หรือรู้สึกว่ายากขึ้น มีทั้งปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในต่างๆ จะเหมารวมว่า



วีรพล สวรรค์พิทักษ์



นิตูมิชฌ์ วงษ์เหรียญทอง



นิตูพล บุญกินทร์



เป็นเพราะเศรษฐกิจไม่ดีก็คงไม่ถูกทีเดียว ซึ่งการที่เราจะมากำกับปัญหา เพื่อให้ขายได้มากขึ้น ก็ต้องวิเคราะห์ธุรกิจ ต้องเข้าใจปัญหาก่อนว่า การขายได้ยากขึ้น ขายไม่ดีคือ สถานการณ์ แล้วมาจากสาเหตุอะไร ซึ่งแต่ละธุรกิจจะมีคำตอบไม่เหมือนกัน ดังนั้น สิ่งที่ต้องระวังคือ ทุกคนมักจะอนุมานว่ามันเป็นคำตอบเดียวกัน แล้วก็เอาไปใช้แก้ปัญหาแบบผิดๆ ซึ่งสุดท้ายแล้วก็ไม่สามารถแก้ปัญหาให้ธุรกิจได้” อนุรักษ์ วัชรเกียรติพงษ์ ผู้เชี่ยวชาญด้านดิจิทัลมาร์เก็ตติ้ง กล่าวเช่นนั้น

ในความเห็นของอนุรักษ์นั้น เขามองว่า การทำธุรกิจอะไรก็ตาม ต้องเจอภาวะความเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ไม่ว่าจะเป็นสินค้าที่ขายดีมาก่อน แต่เมื่อมาเจอคู่แข่งหน้าใหม่ ทำให้ผู้บริโภคมีตัวเลือกอื่นมากขึ้น สินค้าที่เคยขายได้ดีก็ต้องถูกลดความสำคัญลง ดังนั้น ธุรกิจที่เคยดี ๆ จึงเริ่มอยู่ยากขึ้น ซึ่งถ้าปรับตัวไม่ทัน วิเคราะห์สถานการณ์ไม่ขาดก็จะพลาดพลั้งถึงปิดธุรกิจเลยก็ได้

“ถ้าเคยขายได้แล้วอยู่ดีๆ เจอคู่แข่งซึ่งสินค้าอาจจะดีกว่า ราคาถูกกว่า พอแบบนี้ก็สู้เขาไม่ได้ วิธีการคือต้องเปลี่ยนตลาด หรือเปิดสินค้าใหม่ เพื่อจะจับตลาดกลุ่มอื่น หรือบางทีสินค้าที่ขายอยู่เป็นสินค้าที่อิงกับเทรนด์มาประเดี๋ยวประด๋าวแล้วก็ไป อย่างตอนที่เมืองไทยมีปัญหาเรื่องฝุ่น PM2.5 เครื่องฟอกอากาศขายดีมากจนขาดตลาด แต่ตอนนี้พอเข้าสู่ภาวะปกติเครื่องฟอกอากาศเริ่มเหลือมากขึ้น มีการปรับลดราคาลงมา หรือหลายธุรกิจเป็นธุรกิจซื้อซ้ำได้ ถ้าเป็นธุรกิจซื้อซ้ำได้ก็ขายกับคนกลุ่มเดิมได้อีก แต่บางธุรกิจไม่ใช่ก็หมายความว่าต้องขายลูกค้าใหม่ไปเรื่อย ๆ เพราะฉะนั้นธุรกิจต้องพลิกแพลงตลอดเวลา”

ขณะเดียวกัน จากเดิมเมื่อลงโฆษณาบนเฟซบุ๊กมีคนลงแข่งไม่มาก ทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ในราคาที่ถูกลง แต่ในวันนี้มีคนลงโฆษณาเพิ่มมากขึ้น ทำให้ราคาโฆษณาแพงขึ้น ต้นทุนสูงขึ้น เพราะฉะนั้นก็ต้องกลับมาหาวิธีใหม่

“เช่น การลงโฆษณาบนเฟซบุ๊กสามารถเลือกกลุ่มเป้าหมายได้สมัยก่อนเราอาจจะเลือกหว่านๆ สมมติลงไป 100 คน อาจจะซื้อของเรา 10 คน แต่วันนี้เราไม่ได้มีเงินมากพอที่จะเข้าถึงคน 100 คน แต่เราต้องการคนซื้อ 10 คนเท่าเดิม แต่ต้องการคนเห็นแค่ 30 คนก็พอ จากสมัยก่อนมีคนซื้อ 10 เปอร์เซนต์จากคนที่เห็นโฆษณาเรา แต่ตอนนี้เราต้องการเพิ่มเป็น 30 เปอร์เซนต์จากคนที่เห็นโฆษณา

นั่นคือเราต้องเลือกคนที่ใช่มากขึ้น ก็จะทำให้เราสามารถประหยัดค่าโฆษณาแต่ได้อิมแพ็คเท่าเดิม”

อย่างไรก็ตาม อนุรักษ์ยังกล่าวไว้ว่า สิ่งที่สำคัญมากๆ คือผู้ประกอบการส่วนใหญ่คิดว่าการทำธุรกิจคือการโฆษณา ทำให้หมกมุ่นกับปัญหาด้วยการลงโฆษณา ถ้าปัญหาของการทำธุรกิจคือ การที่คนไม่รู้จักสินค้า การลงโฆษณาก็ตอบโจทย์ แต่ถ้าปัญหาไม่ใช่เพราะไม่รู้จักสินค้าแต่ไม่ต้องการสินค้าเลยต่างหาก นั่นแปลว่าไม่สามารถขายสินค้านั้นได้แล้ว ต้องเปลี่ยนตลาดไปขายในตลาดอื่น

“เวลาลวางกลยุทธ์การตลาด อย่าฝากความหวังไว้กับสิ่งที่เรียกว่าโฆษณา ปัญหาของการทำธุรกิจในวันนี้คือผู้ประกอบการรู้จักแต่โฆษณา แต่ไม่เข้าใจกลไกการทำธุรกิจ หมายความว่า คำนวณต้นทุนไม่เป็น มองไม่เห็นว่าคุณสมบัติที่มองไม่เห็นคืออะไร รายรับ-รายจ่าย ไม่เข้าใจกลไกตลาด แล้วฝากความหวังของธุรกิจไว้กับโฆษณา โดยลืมคำนวณต้นทุน แล้วพอวันนี้ต้นทุนการทำธุรกิจสูงขึ้น ถ้าไร้อย่างไร ธุรกิจก็อยู่ไม่ได้ พยายามบอกทุกคนเสมอว่าการทำธุรกิจเป็นมากกว่าการโฆษณา เพราะฉะนั้นต้องรู้ว่าจะบริหารธุรกิจอย่างไรเพื่อให้อยู่รอด ซึ่งถ้าไปถามธุรกิจใดๆ ในโลกก็มีความคล้ายๆ กันคือผลิดอะไร ไปขายใคร ด้วยวิธีการอะไร ต้องหาคำตอบให้เจอว่าลูกค้าของคุณคือใคร ลูกค้าซื้อเพราะอะไร” ทั้งหลายทั้งปวง ผู้ประกอบการต้องคิดวิเคราะห์ปัญหาของตนเองให้ได้ ซึ่งเมื่อได้คำตอบแล้ว ก็จะสามารถแก้ปัญหาได้ถูกต้อง ฉะนั้นจะเห็นว่าวิธีการคิดอยู่หลากหลายวิธีมากๆ จากการเอาตัวรอดในสถานการณ์ของธุรกิจขาย

**เข้าทุกช่องทาง-ปรับตัวให้ทันไม่เช่นนั้นยอดขายติดลบ**

รู้หรือไม่ว่าตลาดออนไลน์โตเกิน 100 เปอร์เซนต์ต่อปี และมีแนวโน้มดีขึ้นเรื่อยๆ ไม่ว่าจะเป็นตลาดออนไลน์ในประเทศ หรือทั่วโลกก็ตาม โดยตัวเลขที่น่าสนใจคือ เปอร์เซนต์ของยอดขายออนไลน์ต่อยอดขายทั้งหมดในประเทศไทยคิดเป็น 3 เปอร์เซนต์ และคาดการณ์ว่าจะเพิ่มสูงขึ้นอีก จากข้อมูลนี้แสดงให้เห็นว่าตลาดออนไลน์เติบโตมากขึ้นเรื่อยๆ

นัฐพล บุญภินันท์ ผู้ก่อตั้งบริษัท New Step Asia จำกัด ร้านขายอุปกรณ์เครื่องใช้ภายในบ้านบนออนไลน์แพลตฟอร์ม จึงบอกว่า ในส่วนของผู้ประกอบการที่ยอดขายออนไลน์ลดน้อยลงนั้น โดยมาก

เกิดจากปัญหาในเรื่องของช่องทางการขายมากกว่า ซึ่งถ้ายังตั้งใจที่จะขายสินค้าในช่องทางออนไลน์เดิมที่เคยขายดีในช่วงเวลาที่ผ่านมา ผู้ประกอบการต้องหันมาขายฐานลูกค้าใหม่อยู่เสมอ ไม่หวังเพียงยอดขายจากกลุ่มลูกค้าเดิมเท่านั้น เพราะหากลูกค้ากลุ่มเดิมมีกำลังซื้อลดลง พวกเขาจะซื้อสินค้าน้อยลงตามไปด้วย

นัฐพลจึงแนะนำผู้ประกอบการออนไลน์ให้เข้าไปขายสินค้าในทุกช่องทางออนไลน์ เพื่อเพิ่มโอกาสในการเติบโตของธุรกิจ เพิ่มประเภทสินค้าให้หลากหลาย เพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าแต่ละคน และอย่าลืมที่จะปรับตัวให้ทันกับกระแสของตลาดออนไลน์ที่เปลี่ยนแปลงไปในทุกวัน ถ้าไม่ปรับตัวหรือตามกระแสไม่ทัน สิ่งที่จะเกิดขึ้นไม่ใช่ยอดขายที่เป็นศูนย์ แต่เป็นยอดขายที่ติดลบ และโอกาสทางการขายจะตกไปอยู่ในมือของคู่แข่ง

ทั้งนี้ สิ่งที่ต้องทำเพื่อให้ร้านค้าออนไลน์ขายดีขายดีมากเกินกว่าเดิม มีดังนี้

- เช็กให้ทั่วว่า สินค้าที่ขายอยู่ตอนนี้เป็นที่ต้องการของตลาดหรือไม่ และในตลาดมีคู่แข่งที่ขายสินค้าประเภทเดียวกัน หรือคล้ายคลึงกันกับร้านค้าของเราหรือไม่
- ราคาสินค้าที่ตั้งต้องสมเหตุสมผลกับคุณภาพสินค้า และแข่งขันกับตลาดได้ ซึ่งราคาที่ดีไม่จำเป็นต้องถูกที่สุดในตลาด แต่ก็ไม่ควรแพงกว่าคู่แข่งมากจนเกินไป
- รูปสินค้าต้องสวยสะดุดตา เห็นรายละเอียดสินค้าชัดเจน ถ้ารูปไม่สวย คนจะไม่คลิกเข้าไปดูสินค้า และทำให้ร้านค้าดูไม่น่าเชื่อถือ
- ตั้งชื่อร้านค้าให้สื่อถึงสินค้าที่ขาย และจัดสินค้าให้อยู่ตรงหมวดหมู่ เช่น เครื่องชงกาแฟต้องอยู่หมวดหมู่เครื่องครัวที่ใช้ไฟฟ้า ไม่ใช่อยู่หมวดหมู่อาหาร สะกดชื่อร้านให้ถูกต้อง และเลือกตั้งร้านค้าในเว็บไซต์อี-คอมเมิร์ซยอดนิยม
- ใช้เครื่องมือช่วยขายและซื้อโฆษณาของเว็บไซต์อี-คอมเมิร์ซที่เข้าไปอยู่ เพื่อให้ร้านค้าถูกค้นเจอง่ายขึ้น
- ตอบสนองลูกค้ารวดเร็วในเรื่องของการตอบแชตที่ต้องตอบภายใน 2 นาที ไม่เช่นนั้นลูกค้าอาจไปซื้อสินค้าจากร้านค้าอื่น และจัดส่งสินค้ารวดเร็ว พร้อมแจ้งรายละเอียดช่วงเวลากำหนดจัดส่งให้ชัดเจน ถ้าจัดส่งสินค้าช้ากว่าร้านค้านั้นจะเสี่ยงต่อการถูกยกเลิกการสั่งซื้อสินค้ากลางคัน **S**