

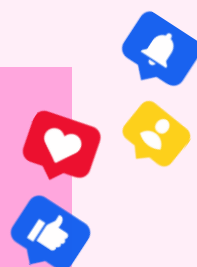
บทเรียนที่

2



รูปแบบ

และ



ประโยชน์

ของการขาย
สินค้าออนไลน์



[Home](#)[Popular](#)[Catalog](#)[Contact](#)

สาระการเรียนรู้



1. ความสำคัญของการขายสินค้าออนไลน์
2. รูปแบบของการขายสินค้าออนไลน์
3. รูปแบบการใช้เครื่องมือสื่อสารกับธุรกิจขายออนไลน์
4. ประโยชน์ของการขายสินค้าออนไลน์



1. ความสำคัญของการขายสินค้าออนไลน์

ในยุคของการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมผู้บริโภคและเทคโนโลยีที่เติบโตอย่างรวดเร็ว ทำให้การขายสินค้าออนไลน์ได้กลายเป็นอีกทางเลือกที่สำคัญกับธุรกิจในปัจจุบัน ซึ่งช่วยให้ธุรกิจประสบความสำเร็จในการเข้าถึงลูกค้าและขายสินค้าได้อย่างรวดเร็วจากพฤติกรรมการดำเนินชีวิตของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไป

ดังนั้น จึงถือเป็นโอกาสของผู้ขายออนไลน์ที่กำลังจะเริ่มต้น หรือได้เริ่มทำการขายออนไลน์ไปแล้ว ได้เรียนรู้เกี่ยวกับรูปแบบและประโยชน์ของการขายสินค้าออนไลน์ เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในธุรกิจ

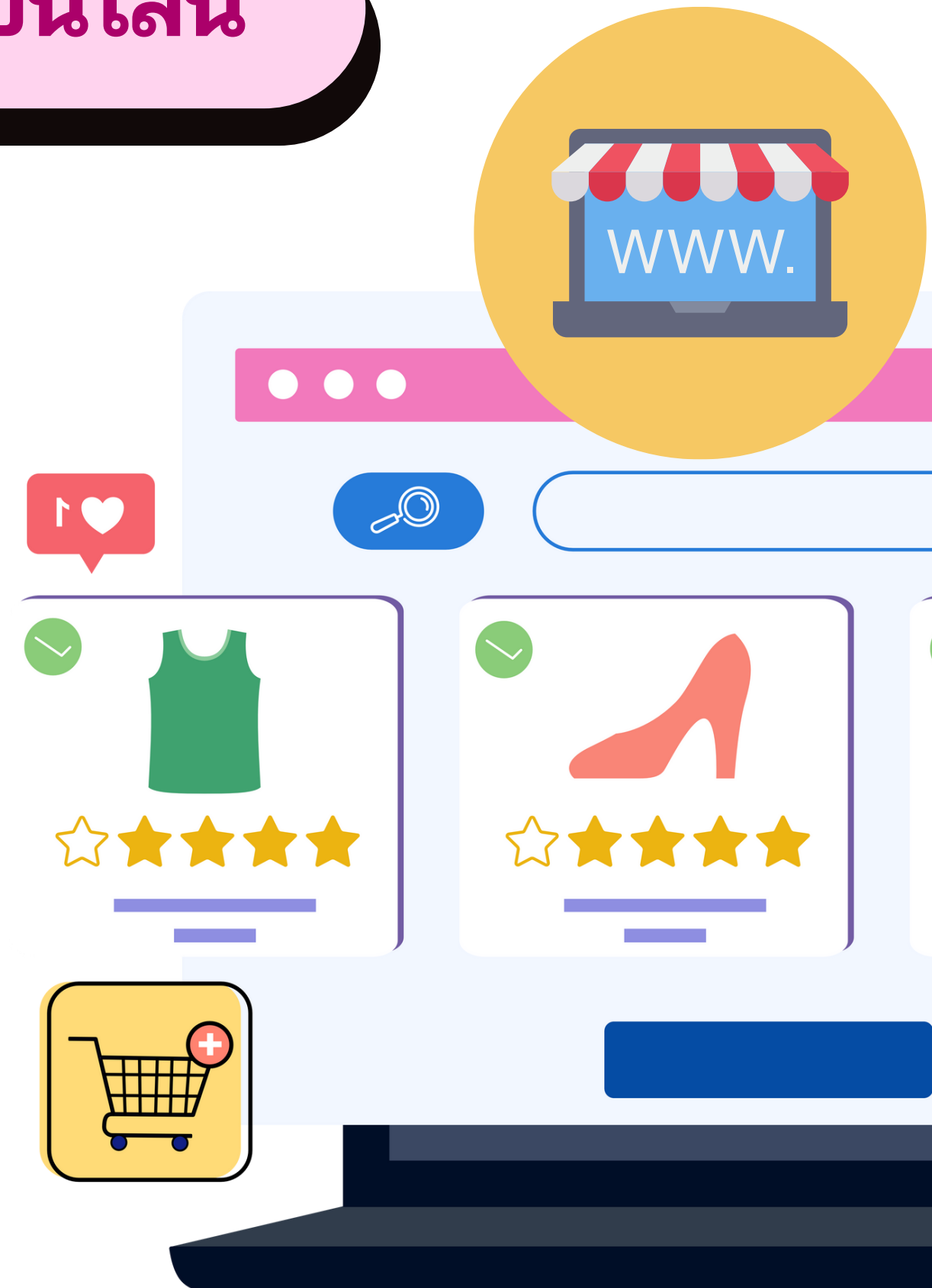




2. รูปแบบของการขายสินค้าออนไลน์

2.1 การขายออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ (WEBSITE)

เป็นการขายสินค้าออนไลน์โดยการขายผ่านเว็บไซต์นั้น
เป็นการซื้อ-ขายสินค้าและบริการผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์และระบบ
อินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นช่องทางที่กำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก
ในยุคปัจจุบัน ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงเว็บไซต์ได้จากทั่วโลกและ
ตลอดเวลา ซึ่งผู้ขายต้องสร้างร้านค้าออนไลน์ในรูปแบบของเว็บไซต์
โดยสามารถแบ่งเว็บไซต์ออกเป็น 2 รูปแบบ ได้แก่





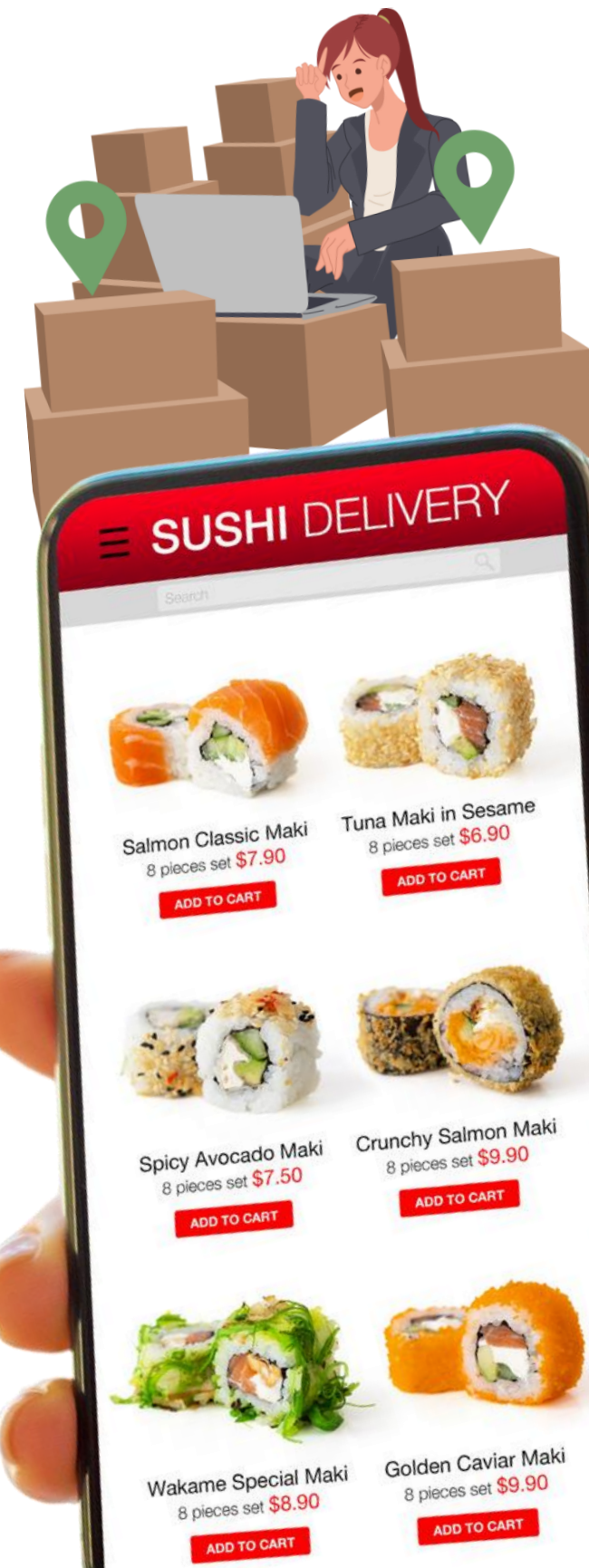
2.รูปแบบของการขายสินค้าออนไลน์

2.1.1 การขายออนไลน์ผ่านเว็บไซต์สำเร็จรูป (Dynamic Website)

คือ บริการเว็บไซต์แบบอัตโนมัติที่มีรูปแบบหลากหลาย มีแบบฟอร์มให้กรอกข้อมูล และแสดงผลข้อมูลในรูปแบบต่าง ๆ สามารถปรับแต่งได้ตามแบบที่มีอยู่ ผู้ใช้งานไม่จำเป็นต้องเขียนโค้ดหรือมีความรู้เฉพาะด้านการสร้างเว็บไซต์ ใช้งานง่าย และรวดเร็ว เช่น WIX, Lnwshop, WordPress, Google Sites, Makewebeasy

2.1.2 การขายออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ที่สร้างเอง (Static Website)

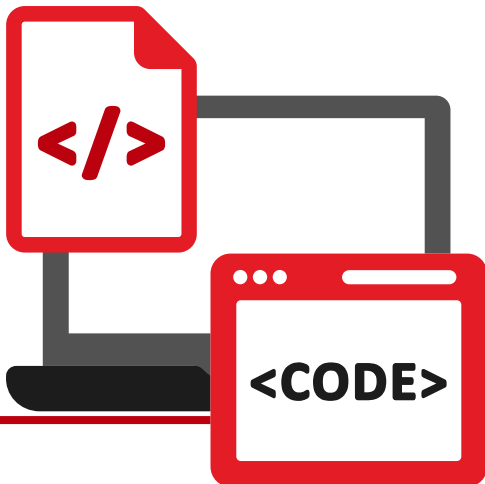
คือ เว็บไซต์ที่สร้างขึ้นมาจากการเขียนโค้ดและมีการตั้งค่าระบบโดยผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ด้านการสร้างเว็บไซต์โดยเฉพาะ หรือโปรแกรมเมอร์ เหมาะกับธุรกิจขนาดใหญ่ และมีงบประมาณในการสร้างเว็บไซต์ สามารถออกแบบเว็บไซต์และระบบได้เองตามความต้องการของธุรกิจ เช่น www.central.co.th , www.amazon.com





2. รูปแบบของการขายสินค้าออนไลน์

“เปรียบเทียบการขายออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ทั้ง 2 รูปแบบ”

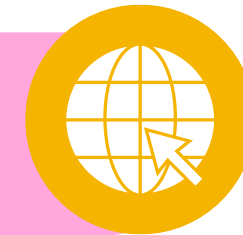


เว็บไซต์สำเร็จรูป	เว็บไซต์แบบสร้างเอง
รูปแบบเว็บไซต์มีให้เลือกจำกัด อาจซ้ำกับเว็บอื่น	สามารถออกแบบให้มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวได้ โดดเด่น ไม่ซ้ำ
ใช้เวลาไม่นานในการสร้างร้านค้าออนไลน์	ใช้เวลาในการออกแบบและสร้างเว็บไซต์ค่อนข้างนาน
ผู้ให้บริการมีการพัฒนาเว็บไซต์อย่างต่อเนื่อง	การพัฒนาเว็บไซต์เป็นไปตามที่ธุรกิจกำหนดและมีค่าใช้จ่าย
มีการดูแลระบบความปลอดภัยจากผู้ให้บริการ	ระบบความปลอดภัยไม่ได้รับการอัปเดตต่อเนื่อง อาจถูกโจรกรรมได้
การรองรับระบบ SEO สามารถติดอันดับการค้นหาค้นหาบน Google ได้ง่าย	เว็บไซต์บางระบบไม่รองรับระบบ SEO
ค่าใช้จ่ายไม่สูง	ค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง

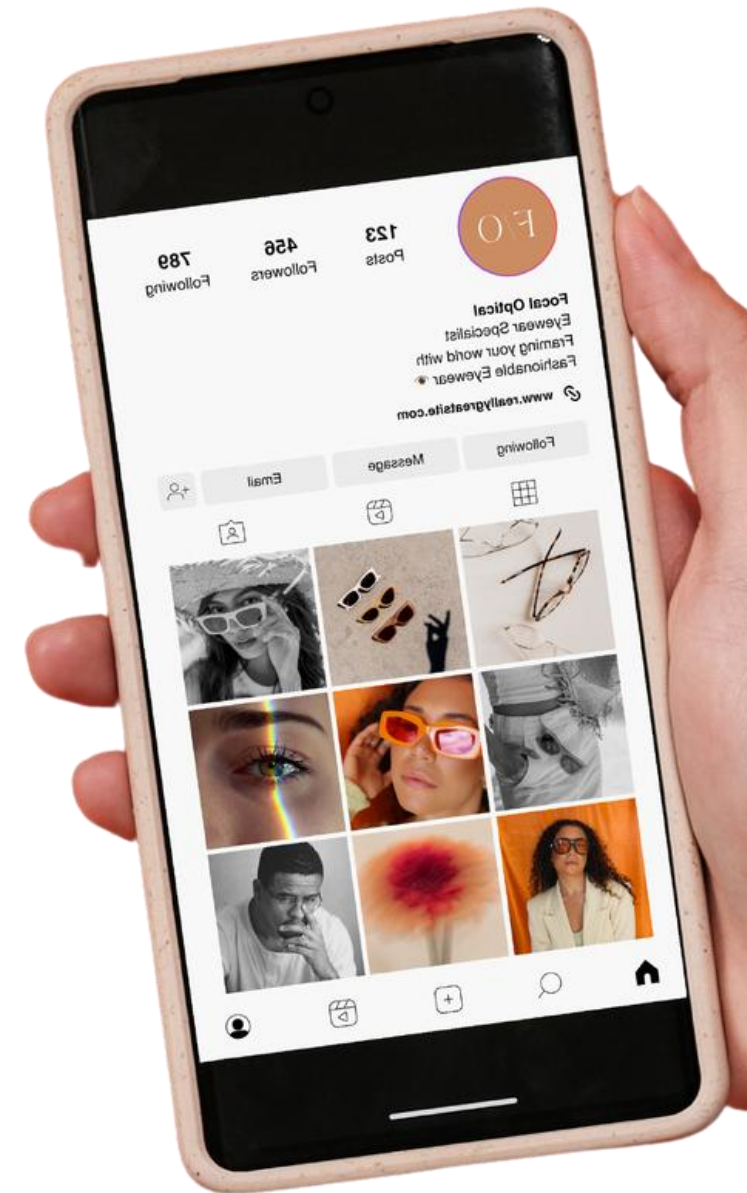


2. รูปแบบของการขายสินค้าออนไลน์

2.2 การขายออนไลน์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media)



สื่อสังคมออนไลน์ คือ แพลตฟอร์มสำหรับสร้างชุมชนเสมือนบนโลกออนไลน์ เป็นแหล่งรวมผู้ใช้งานเข้ามาประกอบกิจกรรมการซื้อขายสินค้าและบริการบนโลกออนไลน์ ผู้บริโภคสามารถติดต่อสื่อสารกับผู้ขายได้อย่างสะดวกและรวดเร็วผ่านแอปพลิเคชันโซเชียลมีเดียที่ใช้งานกันอยู่ในชีวิตประจำวัน ซึ่งเป็นรูปแบบการสื่อสารข้อมูลที่มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้อง โดยมีรูปแบบการสื่อสารที่หลากหลาย ทั้งในรูปแบบของการสร้างและการเผยแพร่ข้อมูลในรูปแบบที่หลากหลาย เช่น รูปภาพ วิดีโอข้อความ



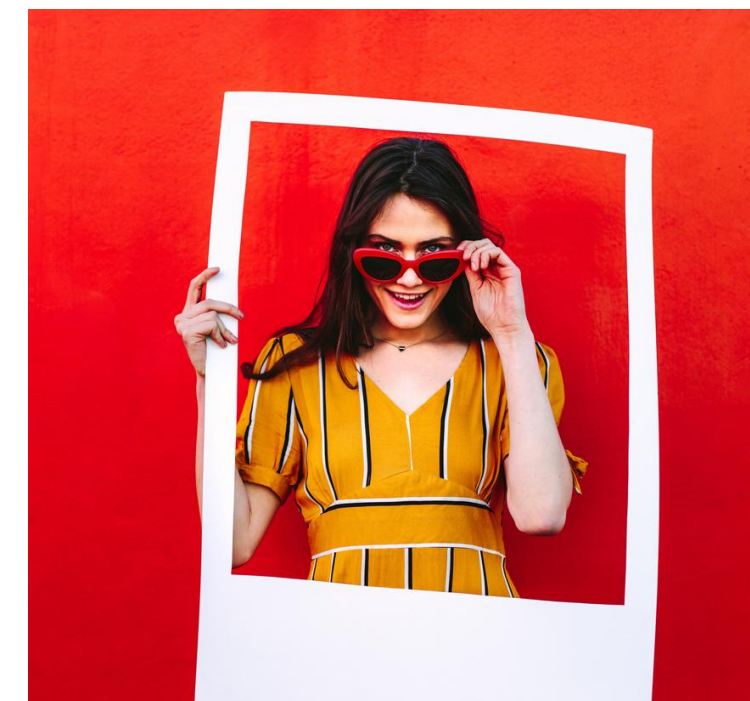


2. รูปแบบของการขายสินค้าออนไลน์

Socail media สำคัญอย่างไร



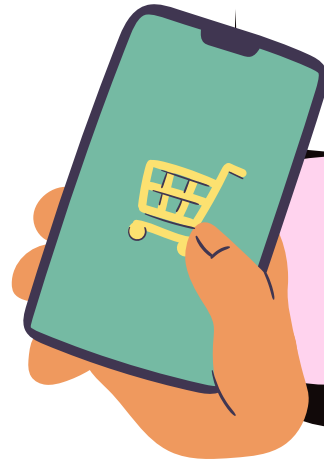
- ช่วยให้ธุรกิจเข้าถึงผู้ชมทั่วโลก ด้วยผู้คนจำนวนมากที่ใช้งานแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียและการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างแพร่หลาย
- ช่วยให้ธุรกิจสามารถเข้าถึงข้อมูลประชากร ความสนใจ พฤติกรรม ซึ่งจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพทางการตลาดโดยการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องไปยังผู้ชมที่เหมาะสม
- เมื่อเทียบกับช่องทางการตลาดแบบดั้งเดิมแล้ว การตลาดออนไลน์จะคุ้มค่ากว่า เพราะมีตัวเลือกงบประมาณที่ยืดหยุ่น เพราะช่วยกำหนดวงเงินใช้จ่ายได้
- มีเครื่องมือวิเคราะห์และติดตามที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งช่วยให้ธุรกิจสามารถวัดประสิทธิภาพของแคมเปญได้ เช่น การแสดงผล อัตราการคลิก อัตราการมีส่วนร่วม และอัตราการเปลี่ยนนี้เป็นลูกค้า



2. รูปแบบของการขายสินค้าออนไลน์

Facebook เป็นเว็บไซต์สังคมออนไลน์และแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียที่มีความนิยมมากที่สุดในโลก ถูกก่อตั้งโดยมาร์ก ซักเกอร์เบิร์กและเดสทิน โมส ในปี ค.ศ. 2004 ปัจจุบัน Facebook เป็นแพลตฟอร์มที่ใหญ่ที่สุดในโลกสำหรับการสื่อสาร แลกเปลี่ยนข้อมูล และเชื่อมโยงกับคนรู้จัก ผู้ใช้สามารถโพสต์ข้อความรูปภาพ วิดีโอและลิงก์ สามารถเชื่อมต่อกับเพื่อนครอบครัวและองค์กรต่าง ๆ ได้อย่างสะดวกสบาย

Instagram เป็นแพลตฟอร์มที่สามารถใช้ภาพถ่ายและวิดีโอเป็นส่วนสำคัญ มีฟังก์ชัน Stories และ IGTV สามารถอัดเป็นวิดีโอในการขายสินค้าในอินสตาแกรมได้ เป็นช่องทางที่มีส่วนร่วม (Engagement) ค่อนข้างดี และมีแนวโน้มว่าจะมีผู้ใช้งานเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ เชื่อมโยงลูกค้าได้จากหลากหลายช่องทาง ปัจจุบันมีกลุ่มผู้ใช้งานหลักของ IG คือกลุ่มวัยรุ่น



2. รูปแบบของการขายสินค้าออนไลน์



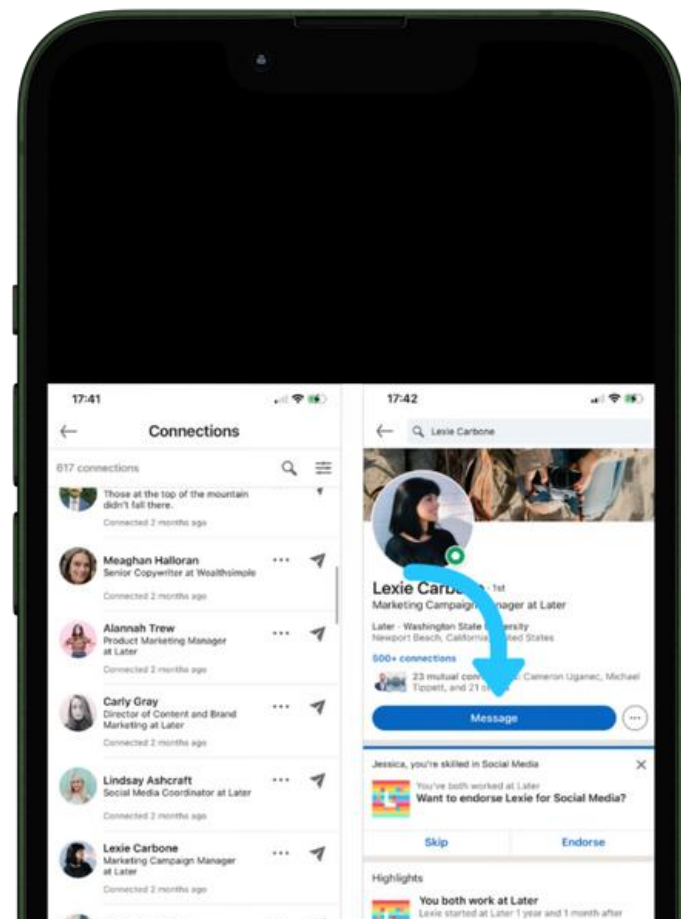
Twitter (ในปัจจุบันเปลี่ยนเป็น **X**) เป็นแพลตฟอร์มที่สามารถโพสต์ข้อความการขายสินค้าสั้น ๆ หรือ “ทวิต” มีการใช้แฮชแท็กในการจัดหมวดหมู่ ทำให้สามารถค้นหาได้ง่าย มีลักษณะเป็นเรียลไทม์ สำหรับผู้ขายออนไลน์สามารถใช้ประโยชน์จากการจัดข้อความทางการตลาดให้สอดคล้องกับเหตุการณ์ที่มาแรง



Linledin เป็นแพลตฟอร์มที่เน้นการพูดคุยเกี่ยวกับธุรกิจการขายสินค้าออนไลน์ โดยใช้การมองหาคู่ค้าทางธุรกิจ ใช้ในการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจและการซื้อขายสินค้าออนไลน์ได้



TikTok เป็นแพลตฟอร์มที่นิยมมากในปัจจุบัน ช่วยให้ผู้ใช้สร้างและแชร์วิดีโอสั้น ๆ ที่มีความหลากหลาย โดยเฉพาะการLive เพื่อขายสินค้าออนไลน์ ซึ่งช่วยให้ธุรกิจเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นและคุ้มค่ากับการลงทุน เพราะผู้ขายออนไลน์สามารถควบคุมงบประมาณของตนได้





2. รูปแบบของการขายสินค้าออนไลน์



YouTube เป็นแพลตฟอร์มที่ใช้วิดีโอออนไลน์ที่ใหญ่ที่สุด สร้างและแบ่งปันวิดีโอ สามารถเน้นเนื้อหาของสินค้าที่ขายในรูปแบบวิดีโอได้ และเจ้าของช่องสามารถสร้างไฟล์ VDO Content ให้ผู้ชมได้รับชมกับแบบสด ๆ และให้ผู้ชมหรือผู้ซื้อสามารถซื้อสินค้าได้ทันที และ YouTube ยังมีเครื่องมือวิเคราะห์และการรายงานด้วย

Pinterest เป็นแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ที่เน้นการแบ่งปันภาพและไอเดียในการขายสินค้า แฟชั่น การตกแต่งบ้าน อาหาร และหลากหลายแนว ผู้ใช้สามารถสร้างบอร์ดทั้งหัวข้อและเนื้อหาขึ้น เพื่อเป็นที่รวบรวมภาพหรือวิดีโอที่เกี่ยวข้องกับการขายสินค้าออนไลน์ได้ และพินจะผูกกับลิงก์ที่เป็นแหล่งข้อมูลเพิ่มเติม เช่น เว็บไซต์ บล็อกต่าง ๆ

Line เป็นแอปพลิเคชันที่ใช้ส่งข้อความยอดนิยมที่มีฐานผู้ใช้จำนวนมาก มีการโฆษณาผ่าน Line OA ช่วยให้ร้านค้าออนไลน์เข้าถึงผู้ชมในวงกว้างได้ สามารถใช้คุณสมบัติการส่งข้อความของ Line เพื่อส่งข้อความที่เป็นส่วนตัว ข้อมูลอัปเดต โปรโมชั่น และการสนับสนุนลูกค้าไปยังกลุ่มเป้าหมายของร้านค้าออนไลน์ได้

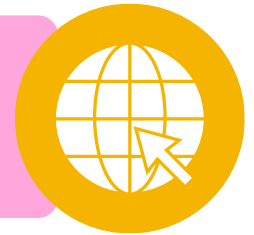


2. รูปแบบของการขายสินค้าออนไลน์



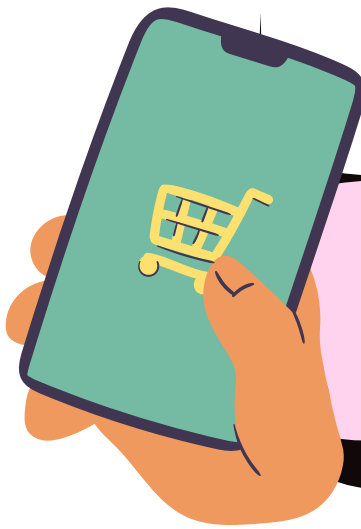
Download
the app

2.3 การขายออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Application)



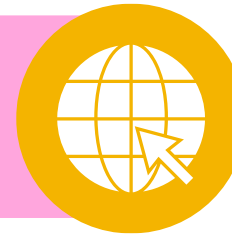
หมายถึง แอปพลิเคชันที่ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อช่วยในการซื้อขายสินค้าและการทำการตลาดออนไลน์ผ่านทางโทรศัพท์มือถือหรืออุปกรณ์เคลื่อนที่ เพื่อช่วยเพิ่มยอดขายให้ธุรกิจ และเป็นการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า นอกจากนี้ เหตุผลที่ร้านค้าออนไลน์ควรขายผ่านแอปพลิเคชัน มีดังนี้

- **โมบายแอป (Mobile App)** เป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการทำโปรโมชัน เพราะ “เร็ว (Quick)” “ง่าย (Simple)” และ “สนุก (Fun)” และสร้างประสบการณ์ใหม่ให้กับลูกค้า
- ธุรกิจเข้าถึงและได้ลูกค้าเพิ่มขึ้นจากการมีช่องทางที่หลากหลายให้ลูกค้าได้เลือก
- การเพิ่มรายได้จากการใช้โมบายแอป (Mobile App) ในการแจ้งเตือนลูกค้าเมื่อมีโปรโมชันใหม่ ๆ
- การขายออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับแบรนด์ได้

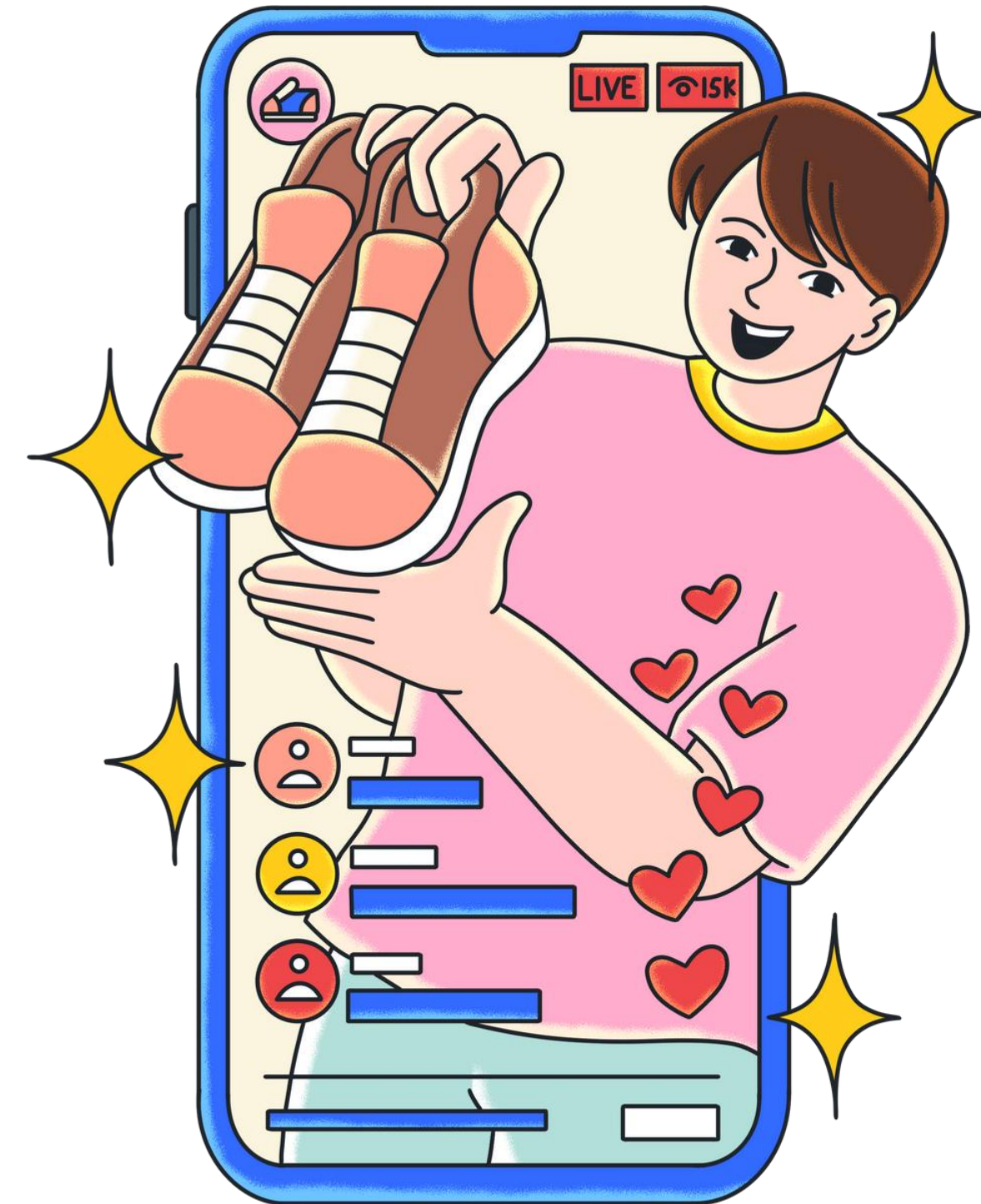


2. รูปแบบของการขายสินค้าออนไลน์

2.4 การขายสินค้าบนแพลตฟอร์ม LIVE STREAMING



ไลฟ์สตรีมมิง (LIVE STREAMING) คือการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายของร้านค้าออนไลน์แบบเรียลไทม์ ด้วยการถ่ายทอดสดและแพร่ภาพไปยังแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียของร้านค้าออนไลน์ สตรีมมิงแบบสดสามารถเป็นเครื่องมือที่ดีในการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ เยี่ยมชมโรงงาน หรือการถามตอบหรือใช้สำหรับการแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ตลอดจนการสาธิตฟีเจอร์และการอัปเดตข้อมูลที่น่าสนใจ หรือโปรโมตกิจกรรมที่กำลังจะมีขึ้นของร้านค้าออนไลน์





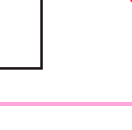
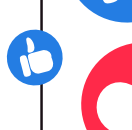
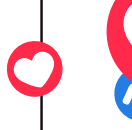
2. รูปแบบของการขายสินค้าออนไลน์

STREAMING
Live



ข้อดีของการขายบนแพลตฟอร์ม LIVE STREAMING

- ช่วยสร้างความสัมพันธ์และความน่าเชื่อถือในการซื้อสินค้าหรือบริการ
- ช่วยในการตอบสนองทันทีเมื่อลูกค้าถามผ่านทางไลฟ์สตรีมและสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า
 - สามารถสร้างความตื่นเต้นและความน่าสนใจให้กับลูกค้า ซึ่งช่วยในการกระตุ้นการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการช่วยส่งเสริมการขายสินค้าให้ร้านค้าได้
 - ช่วยในการแสดงสินค้าในทางตรง แสดงคุณสมบัติและการใช้งานจริง
 - สามารถให้คำอธิบายและข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับสินค้าได้ทันที
 - สร้างกลุ่มเชิงสังคมหรือชุมชนผ่านแพลตฟอร์ม Live Streaming โดยเชื่อมโยงกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย



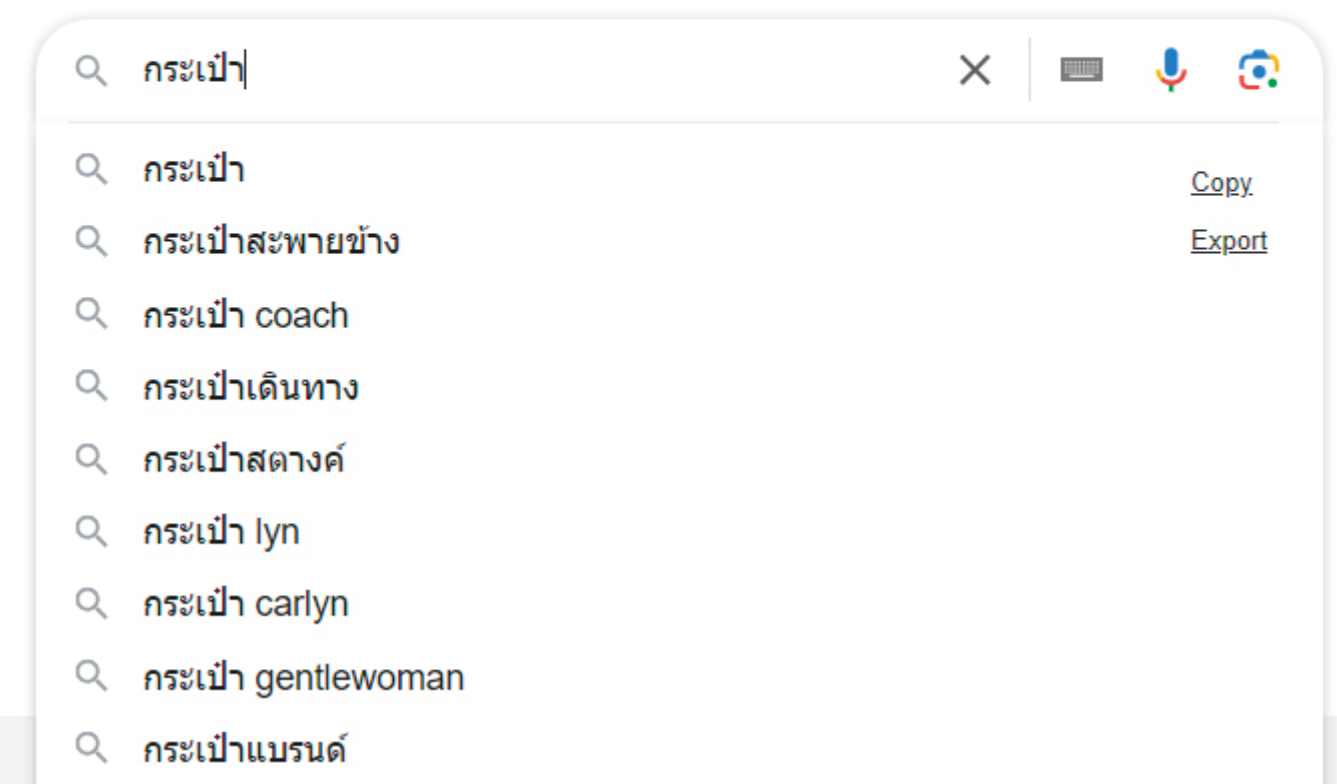


3. รูปแบบการใช้เครื่องมือสื่อสารกับธุรกิจขายออนไลน์

เครื่องมือและรูปแบบการสื่อสารการตลาดโดยการนำเสนอผ่านเนื้อหาที่นิยมใช้ในปัจจุบัน มีดังนี้

3.1 การนำเสนอเนื้อหาผ่านเครื่องมือค้นหา (Search Engine)

เป็นการปรับแต่งเนื้อหาให้ตรงกับการค้นหาจากเว็บไซต์
ที่ให้บริการสืบค้นข้อมูล เช่น www.google.com โดยการที่
ธุรกิจจะถูกค้นหาเจอในระบบสืบค้นนั้นจะต้องทำการสร้าง
คำค้น (Keyword) ที่มีประสิทธิภาพและเป็นคำค้นที่ผู้บริโภคใช้
ในการค้นหามากที่สุด





3. รูปแบบการใช้เครื่องมือสื่อสารกับธุรกิจขายออนไลน์

3.2 การนำเสนอเนื้อหาด้วยแชตสนทนา (Chat)

เป็นการสนทนาและเปลี่ยนเนื้อหาระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายผ่านเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันที่ให้บริการแชตสนทนา โดยการสนทนาสามารถส่งข้อความ ภาพ เสียง และคลิปวิดีโอแลกเปลี่ยนระหว่างการสนทนาได้ ซึ่งเป็นการสื่อสารแบบ Real Time ที่ผู้ซื้อสินค้าและบริการนิยมใช้ในกรณีที่ต้องการข้อมูลเพิ่มเติมหรือต้องการความช่วยเหลือจากร้านค้าออนไลน์





3. รูปแบบการใช้เครื่องมือสื่อสารกับธุรกิจขายออนไลน์



3.3 การนำเสนอเนื้อหาผ่านป้ายโฆษณาออนไลน์ (Online Banners)

เป็นการนำเสนอเนื้อหาผ่านการโฆษณาในเว็บไซต์ของร้านค้าออนไลน์และเว็บไซต์อื่น ๆ นอกจากเว็บหรือสื่อสังคมออนไลน์ของร้านค้าออนไลน์ เน้นการให้รายละเอียด ย้ำเตือนแบรนด์กับลูกค้า หรือแจ้งโปรโมชั่นกิจกรรมการตลาดของร้านค้าออนไลน์เป็นอีกรูปแบบในการนำเสนอเนื้อหาที่ทำให้ผู้ซื้อยังได้รับข่าวสารจากร้านค้าออนไลน์แม้ไม่ได้เข้ามาสืบค้นจากเว็บไซต์หลักของร้านค้าออนไลน์ โดยการเลือกนำเสนอเนื้หารูปแบบนี้จะมีค่าใช้จ่ายในการโฆษณาที่แตกต่างกัน และผู้ขายออนไลน์สามารถเลือกตำแหน่งการแสดงผลป้าย Online Banners รวมถึงควบคุมค่าใช้จ่ายและระยะเวลาในการแสดงผลได้





3. รูปแบบการใช้เครื่องมือสื่อสารกับธุรกิจขายออนไลน์

3.4 การนำเสนอเนื้อหาผ่านอีเมล (E-mail)

เป็นการนำเสนอเนื้อหา ข่าวสาร บริการใหม่ รวมถึงโปรโมชั่นต่าง ๆ ของร้านค้าออนไลน์ ผ่านการส่งอีเมลไปยังลูกค้า โดยเฉพาะการนำเสนอเนื้อหาไปยังลูกค้าที่เคยซื้อสินค้าไปแล้วให้กลับมาซื้อซ้ำ เป็นอีกวิธีที่ได้ผลลัพธ์ที่ดีด้วยอัตราการกลับมาซื้อซ้ำของลูกค้าและยังเป็นการทำการตลาดแบบเจาะจง (Personalization) ที่เราสามารถวิเคราะห์ได้ว่าลูกค้ามีพฤติกรรมตอบสนองอย่างไรต่อการนำเสนอเนื้อหาหรือโปรโมชั่นของร้านค้าออนไลน์ นับว่าเป็นอีกหนึ่งรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาที่ผู้ขายออนไลน์ไม่ควรละเลย





4. ประโยชน์ของการขายสินค้าออนไลน์

- **การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้กว้างขึ้น (Reach the Target Group)** การขายสินค้าออนไลน์ช่วยให้ร้านค้าออนไลน์สามารถเข้าถึงผู้ที่มีโอกาสเป็นกลุ่มลูกค้าได้มากกว่าการขายแบบดั้งเดิม เนื่องจากสามารถขายสินค้าให้กับผู้คนจากทั่วทุกมุมโลกได้พร้อมกัน
- **การลดต้นทุน (Reduce Cost)** การขายสินค้าออนไลน์มีค่าใช้จ่ายที่น้อยกว่าการขายแบบดั้งเดิม เนื่องจากไม่จำเป็นต้องเช่าพื้นที่ในการตั้งร้านค้าหรือจ้างพนักงาน
- **ความสะดวก (Convenience)** ในการขายสินค้าออนไลน์ ช่วยให้ลูกค้าสามารถซื้อสินค้าร้านได้ตลอด 24 ชั่วโมง โดยไม่ต้องเดินทางไปที่ร้านค้า สะดวกและประหยัดเวลา
- **การตลาดที่กำหนดเป้าหมาย (Target)** การขายสินค้าออนไลน์จะช่วยให้ร้านค้าสามารถกำหนดและเลือกกลุ่มเป้าหมายแบบเฉพาะเจาะจงได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น





4. ประโยชน์ของการขายสินค้าออนไลน์

- **ความยืดหยุ่น (Flexible)** ในการขายสินค้าออนไลน์จะช่วยให้ร้านค้าสามารถทำการขายได้ทุกที่ที่มีการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต จึงช่วยให้ร้านค้ามีความยืดหยุ่นมากขึ้นในการจัดการ
- **การเพิ่มยอดขาย (Sales Volume)** การขายสินค้าออนไลน์ช่วยให้ร้านค้าสามารถเพิ่มยอดขายได้โดยการขายสินค้าให้กับผู้คนจากทั่วทุกมุมโลก ทุกเวลา
- **การสร้างแบรนด์ (Brand)** การขายสินค้าออนไลน์ช่วยให้ธุรกิจสามารถสร้างแบรนด์และสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าได้จากการรับรู้และมีส่วนร่วมระหว่างร้านค้าและลูกค้าผ่านกิจกรรมและการสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ
- **การวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis)** การขายสินค้าออนไลน์ช่วยให้ร้านค้าสามารถติดตามการขายและพฤติกรรมของลูกค้าได้ ซึ่งช่วยให้ร้านค้าสามารถปรับปรุงกลยุทธ์การตลาด และวิธีการขายได้ตรงกับความต้องการของลูกค้าได้