



บทเรียนที่ 6 🔍

กระบวนการขาย

และการสร้างร้านค้าออนไลน์



สาระการเรียนรู้

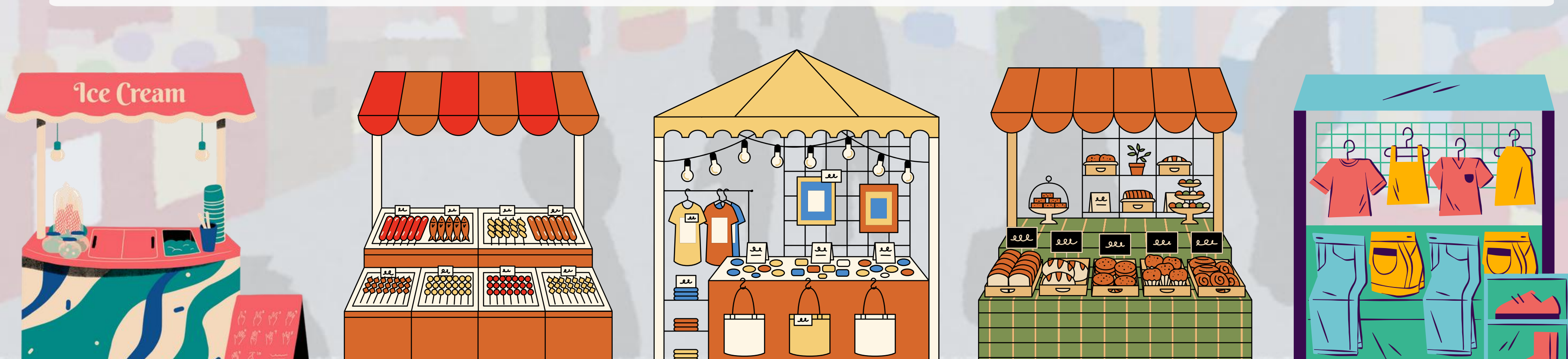
1. ความหมายของกระบวนการขาย
2. ความสำคัญของกระบวนการขาย
3. กระบวนการขาย
4. กระบวนการขายออนไลน์
5. การออกแบบร้านค้าออนไลน์
6. การสร้างร้านค้าออนไลน์





1. ความหมายของกระบวนการขาย

กระบวนการขาย คือ การกำหนดวิธีการขายไว้ล่วงหน้าอย่างเป็นแบบแผน เพื่อใช้เป็นมาตรฐานในการขายที่เป็นระบบ การกำหนดขั้นตอนการขายนั้นก็เพื่อให้ธุรกิจสามารถเปลี่ยนกลุ่มเป้าหมายที่มีแนวโน้มจะซื้อสินค้าให้กลายเป็นลูกค้าได้ นอกจากนี้กระบวนการขายสามารถช่วยให้ทีมขายหรือพนักงานขายสามารถทำงานได้ถูกต้องและครอบคลุมทุกขั้นตอน ตั้งแต่ผู้ที่มีโอกาสเป็นลูกค้าติดต่อเข้ามาครั้งแรกไปจนถึงการปิดการขายสินค้าหรือบริการ





2. ความสำคัญของการขาย



- ✓ ช่วยให้เข้าใจพฤติกรรมและความต้องการของลูกค้า
- ✓ ช่วยส่งเสริมการขายและภาพลักษณ์ที่ดีให้กับธุรกิจ
- ✓ ช่วยปรับปรุงประสิทธิภาพการขายและสามารถสร้างประสบการณ์ในแต่ละขั้นของกระบวนการได้ดียิ่งขึ้น
- ✓ ช่วยจัดระเบียบองค์กร ช่วยให้พนักงานมีความเข้าใจและดำเนินธุรกิจไปในทิศทางเดียวกัน
- ✓ ช่วยพยากรณ์การขายและปรับเปลี่ยนสิ่งต่าง ๆ ให้เหมาะสมตามการพยากรณ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ





3. กระบวนการขาย

ขั้นตอนที่ 1 การค้นหาลูกค้ามุ่งหวัง (Prospecting)

การที่ธุรกิจใช้วิธีการที่หลากหลายในการหาลูกค้าเป้าหมาย เพื่อติดตาม ดูแลผู้ที่มีโอกาสเป็นลูกค้า ซึ่งสามารถหาได้จากหลากหลายช่องทาง หลายแหล่งที่มา หลาย ๆ วิธี เช่น การจัดงานแสดงสินค้า การจัดอีเวนต์ (Event) ต่าง ๆ การทำโฆษณาออนไลน์ การแนะนำบอกต่อจากลูกค้าเก่า การสอบถามจากลูกค้าที่โทรติดต่อสอบถามข้อมูลจากธุรกิจ





3. กระบวนการขาย

ขั้นตอนที่ 2 การเตรียมข้อมูลของลูกค้าก่อนเข้าพบหรือโทรพูดคุย (Pre-Approach)

เมื่อมีการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้คาดหวังได้แล้ว จะมีการแบ่งกลุ่มผู้คาดหวังออกเป็นกลุ่ม ๆ เพื่อนำไปใช้ในการวางแผนเข้าพบหรือนำเสนอข้อมูลสินค้า ตลอดจนการนำเสนอเนื้อหา (Content) ที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าได้อย่างแม่นยำและเหมาะสมภายใต้งบประมาณที่มี





3. กระบวนการขาย

ขั้นตอนที่ 3 การขอนัดพบลูกค้าหรือนำเสนอสินค้าบริการ (Approach)

ขั้นตอนนี้จะเริ่มเข้าสู่ขั้นตอนการนำเสนอขายครั้งแรก ซึ่งพนักงานขายควรมีการนัดพบกับลูกค้าไม่ว่าจะเป็นการนัดพบแบบเจอหน้ากันโดยตรง หรือการนัดทาง Conference เพื่อนำเสนอสินค้าและบริการ รวมถึงชี้แจงถึงประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับจากสินค้าและบริการนั้น ๆ โดยต้องมีความสอดคล้องกับปัญหาหรือความต้องการของลูกค้า





3. กระบวนการขาย

ขั้นตอนที่ 4 การจัดการข้อต่อรองและข้อเสนออื่น ๆ (Negotiation)

ในระหว่างการเสนอขายมักจะมีข้อต่อรองการขายระหว่างลูกค้าและพนักงานขายเสมอ ซึ่งอาจเกิดจากหลากหลายปัจจัย ทั้งจากที่สินค้าและบริการอาจจะเป็นเรื่องใหม่สำหรับลูกค้า ลูกค้ายังไม่เคยใช้จึงเกิดความไม่มั่นใจ หรือติดปัญหาเรื่องราคาหรือเงื่อนไขการขาย ดังนั้น สิ่งสำคัญ เมื่อมีข้อต่อรองต่าง ๆ เกิดขึ้น พนักงานขายต้องหาแนวทางหรือทางออกที่เหมาะสม ร่วมกันกับลูกค้า ควรชี้แจงกับลูกค้าถึงข้อสงสัยหรือคำถามต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น และควรตอบสนอง อย่างทันทีเมื่อลูกค้ามีข้อกังวลที่เกี่ยวกับสินค้าและบริการที่นำเสนอไป





3. กระบวนการขาย

ขั้นตอนที่ 5 การปิดการขาย (Close Sales)

การปิดการขายสามารถทำให้เสร็จสิ้นกระบวนการขายได้ในขั้นตอนนี้ เมื่อพนักงานขายหรือธุรกิจมีการเตรียมข้อมูลต่าง ๆ เช่น เงื่อนไข ข้อตกลง เอกสารประกอบการขายต่าง ๆ อย่างครบถ้วนและถูกต้อง นอกจากนี้ควรมีข้อมูลเกี่ยวกับข้อกำหนด เงื่อนไขการดูแลหลังการขาย การช่วยเหลือลูกค้า วิธีการและช่องทางการติดต่อสื่อสารกับธุรกิจ เพิ่มเติมเสนอให้ลูกค้าเพื่อให้ลูกค้ามั่นใจในสินค้าและบริการ เกิดความไว้วางใจกับธุรกิจหรือร้านค้าออนไลน์ได้





3. กระบวนการขาย

ขั้นตอนที่ 6 การให้บริการหลังการขาย (Follow Up & Information Update)

ส่วนสำคัญของการขายหลังจากที่สามารถปิดการขายได้แล้ว คือ การบริการหลังการขาย เมื่อธุรกิจได้มีการส่งมอบสินค้าและบริการให้กับลูกค้าแล้ว ควรมีการติดตามลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ การส่งข่าวสารข้อมูลที่เป็น ให้คำแนะนำตามที่ลูกค้าต้องการ รวมถึงการพร้อมแก้ไขปัญหาลูกค้า พบเจอได้อย่างทันท่วงที





4. กระบวนการขายออนไลน์

ขั้นตอนที่ 1 สำรวจความพร้อมของผู้ขาย (Readiness Survey)

ก่อนการเริ่มทำธุรกิจผู้ขายออนไลน์จำเป็นต้องประเมินความพร้อมของตนเองในหลาย ๆ ด้าน เช่น การประเมินความรู้ความสามารถของตนเองในการทำธุรกิจออนไลน์ ความพร้อมและการยอมรับความเสี่ยงในการลงทุน ความพร้อมทางด้านจิตใจ เช่น ความเชื่อมั่นในตนเอง หรือการประเมินความรู้ความสามารถด้านการทำการตลาด ความคิดสร้างสรรค์ และการสื่อสาร เพราะสิ่งเหล่านี้ล้วนส่งผลต่อความสำเร็จในการเริ่มต้นทำธุรกิจของผู้ขายได้ หากการประเมินความพร้อมในประเด็นใดที่ผู้ขาย พิจารณาแล้วมีความเสี่ยงหรือยังทำได้ไม่ดี ไม่เข้าใจ ก็สามารถเพิ่มเติมทักษะด้านดังกล่าวก่อนการเริ่มดำเนินธุรกิจได้



4. กระบวนการขายออนไลน์

ขั้นตอนที่ 2 วางแผนการตลาดออนไลน์ (Online Marketing Plan)

คือ แนวทางหรือกลยุทธ์ที่ผู้ขายออนไลน์เขียนขึ้นมาโดยพิจารณาจากศักยภาพความพร้อมส่วนบุคคลและความพร้อมทางด้านทรัพยากรที่ผู้ขายมีอยู่หรือเป็นจุดแข็ง จุดที่แตกต่างจากคู่แข่ง และใช้เป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจไปยังเป้าหมายของธุรกิจที่ตั้งไว้ สามารถวัดผลลัพธ์ได้ภายในช่วงระยะเวลาที่กำหนดไว้ในแผนงานดังกล่าว รวมถึงการนำความรู้ข้อมูลทางด้านการตลาดมาวางแผนการสื่อสาร นำเสนอข้อมูลให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายภายใต้งบประมาณที่มีอยู่อย่างมีประสิทธิภาพ แผนการตลาดออนไลน์จึงถือเป็นหัวใจสำคัญของการขายออนไลน์ที่ผู้ขายต้องให้ความสำคัญและวางแผนอย่างแยบยล และสามารถยืดหยุ่นได้ในสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในธุรกิจ



4. กระบวนการขายออนไลน์

ขั้นตอนที่ 3 เตรียมสินค้าที่จะนำมาขาย (Prepare Products for Sale)

ขั้นตอนนี้ถือเป็นอีกหนึ่งขั้นตอนสำคัญของกระบวนการขายออนไลน์ที่ผู้ขายต้องตั้งคำถาม และค้นหาข้อมูลความต้องการของผู้ซื้ออย่างละเอียด รอบคอบ ซึ่งในยุคปัจจุบันก็มีเทคโนโลยีและเครื่องมือที่ช่วยให้ผู้ขายทราบได้ว่า สินค้าใดที่กำลังเป็นที่ต้องการของลูกค้า หรือมีแนวโน้มความต้องการเป็นอย่างไรในแต่ละช่วงเวลา



4. กระบวนการขายออนไลน์

ขั้นตอนที่ 4 การออกแบบและสร้างเว็บไซต์ (Design and Website)

การขายออนไลน์นั้นเริ่มต้นจากการขายสินค้าผ่านเว็บไซต์ ซึ่งอาจเป็นเว็บไซต์ที่ผู้ขายสร้างขึ้นเองหรือเป็นเว็บไซต์กลางก็สามารถทำได้ หากผู้ขายมีความรู้และประสบการณ์ขายออนไลน์มาแล้ว อาจทำการออกแบบและสร้างเว็บไซต์เป็นของตนเองได้ หรือสำหรับผู้เริ่มต้นทำการขายออนไลน์ใหม่อาจใช้เว็บไซต์กลางหรือเว็บไซต์สำเร็จรูปฟรีในการสร้างร้านค้าออนไลน์ได้ เช่น Lnwshop.com, makewebeasy.com, Google Sites หรือ Canva โดยผู้ขายต้องดำเนินการตามกฎหมายและข้อกำหนดของแต่ละเว็บไซต์เพื่อเข้าใช้งานและสร้างเว็บไซต์เป็นของตนเอง



4. กระบวนการขายออนไลน์

ขั้นตอนที่ 5 บริการทางการเงิน (Financial) และการขนส่งสินค้า (Delivery)

ธุรกิจจำเป็นต้องคำนึงถึงความสะดวกและความปลอดภัยในการชำระเงินของลูกค้า ตามกฎหมายและจรรยาบรรณของผู้ขายออนไลน์ เพื่อป้องกันความสูญเสียที่อาจเกิดขึ้นจากกลุ่มมิจฉาชีพที่จะนำข้อมูลของลูกค้าไปกระทำผิดหรือก่อให้เกิดความเสียหายต่อลูกค้า โดยผู้ขายสามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าได้โดยการแสดงสถานะการชำระค่าสินค้าหรือออกใบเสร็จรับเงินค่าสินค้า หรือแจ้งความคืบหน้าในการส่งสินค้า ให้ลูกค้าทราบ เป็นต้น หรือผู้ขายออนไลน์อาจจะเลือกใช้บริการชำระเงินผ่านทางผู้ให้บริการส่วนกลาง เช่น PayPal, 7-Eleven หรือรูปแบบการชำระเงินผ่านบัตรเครดิต ก็สามารถทำได้



4. กระบวนการขายออนไลน์

ขั้นตอนที่ 6 บริการหลังการขาย (After Service)

ธุรกิจจำเป็นต้องคำนึงถึงความสะดวกและความปลอดภัยในการชำระเงินของลูกค้า ตามกฎหมายและจรรยาบรรณของผู้ขายออนไลน์ เพื่อป้องกันความสูญเสียที่อาจเกิดขึ้นจากกลุ่มมิจฉาชีพที่จะนำข้อมูลของลูกค้าไปกระทำผิดหรือก่อให้เกิดความเสียหายต่อลูกค้า โดยผู้ขายสามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าได้โดยการแสดงสถานะการชำระค่าสินค้าหรือออกใบเสร็จรับเงินค่าสินค้า หรือแจ้งความคืบหน้าในการส่งสินค้า ให้ลูกค้าทราบ เป็นต้น หรือผู้ขายออนไลน์อาจจะเลือกใช้บริการชำระเงินผ่านทางผู้ให้บริการส่วนกลาง เช่น PayPal, 7-Eleven หรือรูปแบบการชำระเงินผ่านบัตรเครดิต ก็สามารถทำได้



4. กระบวนการขายออนไลน์

ขั้นตอนที่ 7 ติดตามและประเมินผลลัพธ์

ผู้ขายต้องให้ความสำคัญของข้อมูลประวัติการขายที่ผ่านมา เพื่อนำข้อมูลนั้นมาวิเคราะห์และวางแผน ป้องกันการเกิดปัญหาในอนาคตหรือสิ่งที่เป็นจุดอ่อนของธุรกิจ โดยพิจารณาเปรียบเทียบกับเป้าหมายของธุรกิจ (Goal) ตามช่วงระยะเวลาที่กำหนดว่าเป็นไปตามเป้าหมายหรือไม่ อย่างไรก็ตาม โอกาสหรือยอดขายของธุรกิจเกิดขึ้นจากช่วงเวลาใด หรือการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดใดที่ช่วยให้ยอดขายเพิ่มขึ้น โดยสามารถใช้ข้อมูลได้จากการรายงานยอดขายแบบประเมินความพึงพอใจจากลูกค้า การกล่าวถึงธุรกิจของเราบนช่องทางออนไลน์ของลูกค้า ความถี่ในการกลับมาซื้อซ้ำของลูกค้า



4. กระบวนการขายออนไลน์

กระบวนการขาย	กระบวนการขายออนไลน์
การค้นหาลูกค้ามุ่งหวัง	สำรวจความพร้อมของผู้ขาย
การเตรียมข้อมูลของลูกค้าก่อนการเข้าพบ	วางแผนการตลาดออนไลน์
การนัดพบลูกค้าและเสนอขายสินค้า	เตรียมสินค้าที่จะนำมาขาย
การจัดการข้อต่อรอง	ออกแบบและสร้างเว็บไซต์
การปิดการขาย	จัดเตรียมบริการทางการเงิน การขนส่งสินค้า
การให้บริการหลังการขาย	บริการหลังการขาย
การสานความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง	ติดตามประเมินผลลัพธ์



5. การออกแบบร้านค้าออนไลน์

5.1 ชื่อร้าน

ควรตั้งชื่อให้จดจำง่าย เป็นคำสั้น ๆ
ประมาณ 2-5 พยางค์ และสามารถสื่อสาร
เรื่องราวของร้านค้าออนไลน์ได้



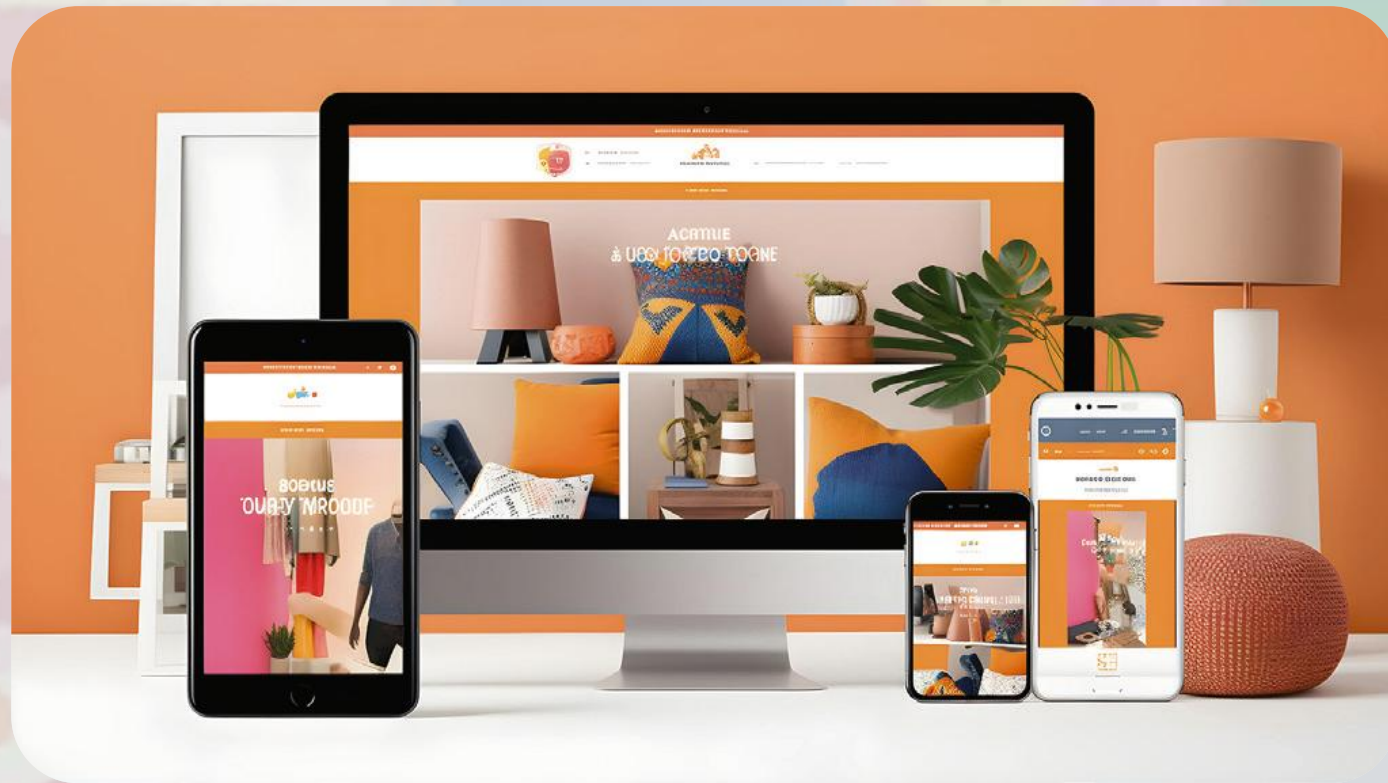
Online Shop



5. การออกแบบร้านค้าออนไลน์

5.2 หน้าร้าน

สินค้าที่เลือกมาใส่ในชั้นวางจะต้องเป็นสินค้าที่มีความโดดเด่น สามารถดึงดูดลูกค้าให้สนใจได้ และในชั้นสินค้าจะต้องเลือกมาแล้วว่าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ การจัดหน้าร้านนั้นนอกจากเลือกสินค้าแล้วต้องมีการตกแต่งให้สวยงาม การเลือกใช้สี การจัดหมวดหมู่ของสินค้า เพื่อให้ง่ายต่อการเลือกดูสินค้า

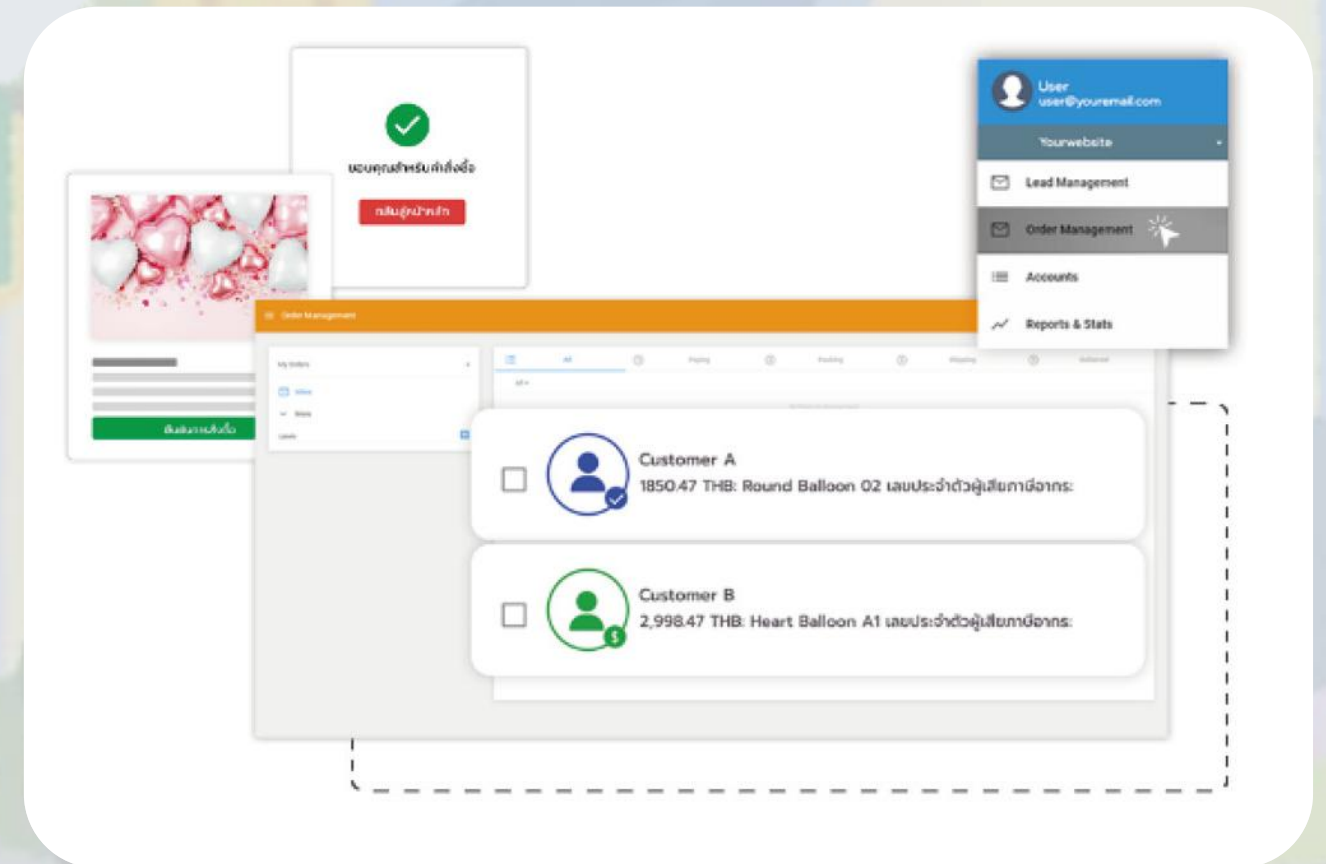




5. การออกแบบร้านค้าออนไลน์

5.3 รายละเอียดสินค้า

ควรใส่รายละเอียดสินค้าให้ครบถ้วนเพื่อให้ง่ายต่อการตัดสินใจซื้อ สินค้าต่าง ๆ ต้องมีข้อมูลรายละเอียดให้ครบและชัดเจน ไม่ว่าจะเป็นขนาด สี จำนวนสินค้าที่เหลือ ราคา สรรพคุณของสินค้า รวมไปถึงโปรโมชั่นต่าง ๆ รวมถึงบอกวิธีการใช้งาน เพื่อให้ลูกค้าเข้าใจและตัดสินใจการซื้อสินค้าได้อย่างรวดเร็วหรือการเพิ่ม Storytelling เพื่อสร้างมูลค่าให้กับร้านค้าเป็นการช่วยสื่อสารกับลูกค้าที่มีประสิทธิภาพ





5. การออกแบบร้านค้าออนไลน์

5.4 การกระตุ้นและปิดการขาย

โดยใช้ Call to Action หรือ CTA คือ ปุ่มที่ช่วยกระตุ้นการขาย เช่น ปุ่ม Shop Now, Hot Deals, Pay Now ที่พบเห็นกันตามร้านค้าออนไลน์ ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริโภคสามารถกดซื้อสินค้าได้โดยไม่ต้องทำการซื้อหลายขั้นตอน

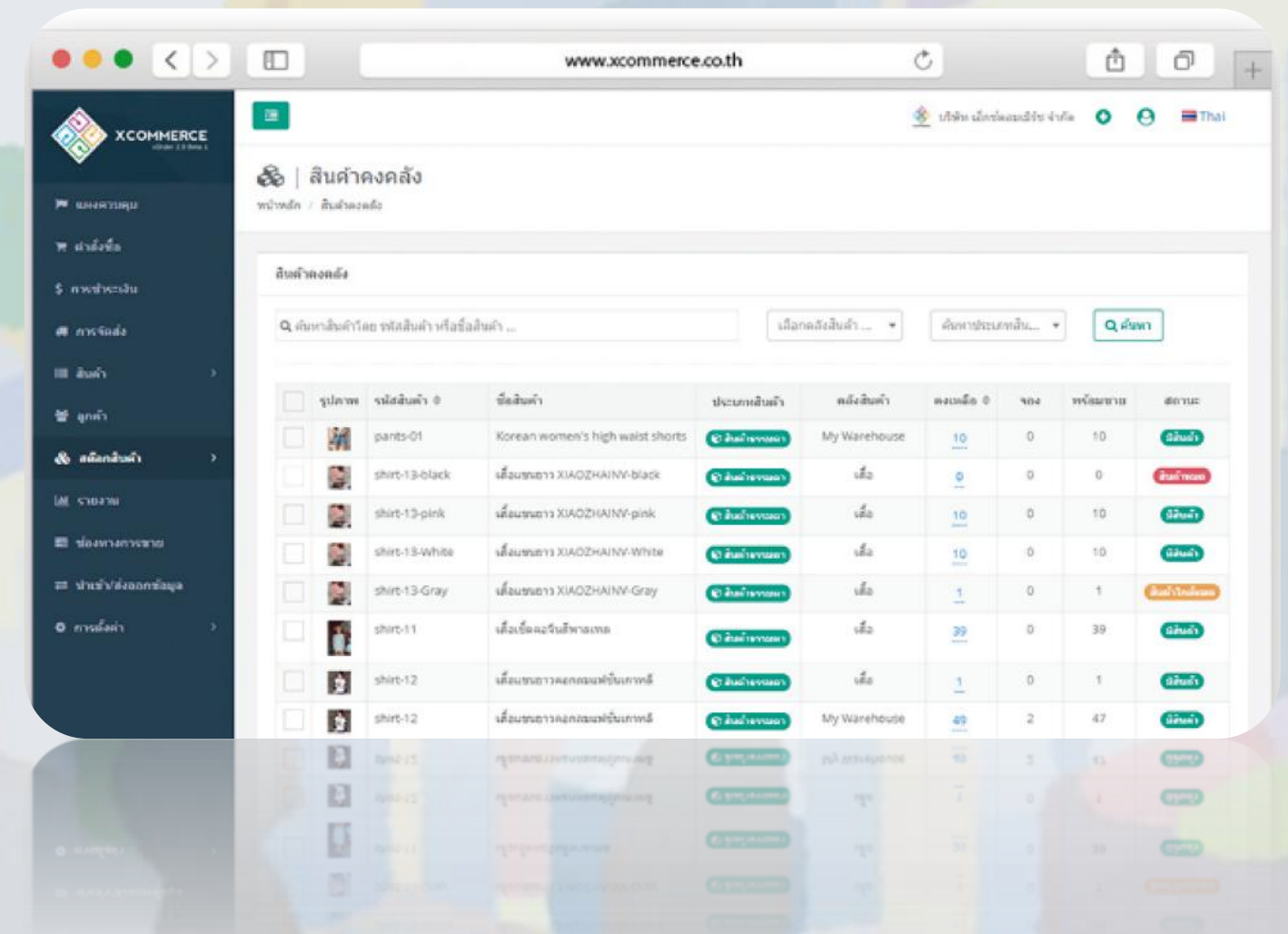




5. การออกแบบร้านค้าออนไลน์

5.5 การบริหารจัดการสต็อกสินค้า

เป็นการแสดงความเคลื่อนไหวของสินค้าในระบบให้เป็นปัจจุบัน และควบคุมสินค้าได้อย่างเป็นระบบ อีกทั้งยังช่วยวิเคราะห์และจัดการสต็อกสินค้าเพื่อเตรียมพร้อมสำหรับจำนวนการสั่งซื้อที่เข้ามาได้อย่างต่อเนื่อง และตอบสนองความต้องการผู้บริโภคได้ทันท่วงที



The screenshot displays the XCOMMERCE inventory management system. The interface includes a sidebar with navigation options like 'แดชบอร์ด', 'สินค้า', 'การตั้งค่า', and 'การตั้งค่า'. The main area shows a table of inventory items with columns for 'รูปถ่าย', 'รหัสสินค้า', 'ชื่อสินค้า', 'ประเภทสินค้า', 'คลังสินค้า', 'คงเหลือ', 'ราคา', 'พิกัด', and 'สถานะ'. The table lists various items such as 'pants-01', 'shirt-13-black', 'shirt-13-pink', 'shirt-13-White', 'shirt-13-Gray', 'shirt-11', 'shirt-12', and 'shirt-13', along with their respective stock levels and warehouse locations.

รูปถ่าย	รหัสสินค้า	ชื่อสินค้า	ประเภทสินค้า	คลังสินค้า	คงเหลือ	ราคา	พิกัด	สถานะ
	pants-01	Korean women's high waist shorts	เสื้อผ้าแฟชั่น	My Warehouse	10	0	10	มีสต็อก
	shirt-13-black	เสื้อแขนยาว XIAOZHAINV-black	เสื้อผ้าแฟชั่น	เสื้อผ้า	0	0	0	ไม่มีสต็อก
	shirt-13-pink	เสื้อแขนยาว XIAOZHAINV-pink	เสื้อผ้าแฟชั่น	เสื้อผ้า	10	0	10	มีสต็อก
	shirt-13-White	เสื้อแขนยาว XIAOZHAINV-White	เสื้อผ้าแฟชั่น	เสื้อผ้า	10	0	10	มีสต็อก
	shirt-13-Gray	เสื้อแขนยาว XIAOZHAINV-Gray	เสื้อผ้าแฟชั่น	เสื้อผ้า	1	0	1	มีสต็อก
	shirt-11	เสื้อแขนยาวสีฟ้าเข้ม	เสื้อผ้าแฟชั่น	เสื้อผ้า	39	0	39	มีสต็อก
	shirt-12	เสื้อแขนยาวสีฟ้าเข้ม	เสื้อผ้าแฟชั่น	เสื้อผ้า	1	0	1	มีสต็อก
	shirt-12	เสื้อแขนยาวสีฟ้าเข้ม	เสื้อผ้าแฟชั่น	My Warehouse	49	2	47	มีสต็อก
	shirt-13	เสื้อแขนยาวสีฟ้าเข้ม	เสื้อผ้าแฟชั่น	เสื้อผ้า	10	0	10	มีสต็อก
	shirt-13	เสื้อแขนยาวสีฟ้าเข้ม	เสื้อผ้าแฟชั่น	เสื้อผ้า	10	0	10	มีสต็อก
	shirt-13	เสื้อแขนยาวสีฟ้าเข้ม	เสื้อผ้าแฟชั่น	เสื้อผ้า	10	0	10	มีสต็อก
	shirt-13	เสื้อแขนยาวสีฟ้าเข้ม	เสื้อผ้าแฟชั่น	เสื้อผ้า	10	0	10	มีสต็อก



6. การสร้างร้านค้าออนไลน์

6.1 การสร้างร้านค้าออนไลน์ด้วย TikTok

TikTok Shop คือ ฟีเจอร์ซื้อขายของออนไลน์รูปแบบใหม่ ที่อยู่ภายใต้แพลตฟอร์มของ TikTok ที่สามารถสต็อกสินค้า จำหน่าย บริหารระบบจัดส่ง หรือระบบชำระเงินได้ครบที่แพลตฟอร์มเดียว ปัจจุบันได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก





6. การสร้างร้านค้าออนไลน์

การเปิดร้านค้าบน TikTok มีขั้นตอนดังนี้

- ✓ ค้นหาแพลตฟอร์ม TikTok Shop Seller Center
- ✓ ยืนยันตัวตนโดยใช้เอกสาร
- ✓ กรอกรายละเอียดพื้นฐานเกี่ยวกับร้านค้า
- ✓ กรอกรายละเอียดพื้นฐานเกี่ยวผลิตภัณฑ์
- ✓ กรอกข้อมูลสินค้าและการขาย
- ✓ กรอกรายละเอียดการขนส่งและการรับประกัน





6. การสร้างร้านค้าออนไลน์

6.2 การสร้างร้านค้าออนไลน์บน Facebook

ขั้นตอนที่ 1 การที่จะเริ่มเปิดเพจร้านค้าบน Facebook ผู้ขายออนไลน์ต้องดำเนินการสมัครเป็นสมาชิกของ Facebook เป็นลำดับแรก

ขั้นตอนที่ 2 สร้างเพจร้าน เข้าไปที่หน้า สร้างเพจ เพื่อเตรียมเปิดเพจร้านค้าออนไลน์ จากนั้นเลือกสร้างเพจในหัวข้อ ธุรกิจหรือแบรนด์

ขั้นตอนที่ 3 กรอกข้อมูลรายละเอียดเพจร้าน ตั้งชื่อเพจด้วยชื่อร้านค้า เลือกหมวดหมู่ที่เกี่ยวข้องกับร้านค้า ระบุที่อยู่ คลิกดำเนินการต่อ



6. การสร้างร้านค้าออนไลน์

ขั้นตอนที่ 4 เพิ่มรูปประจำตัวและภาพหน้าปก (Profile & Cover)

เพิ่มรูปประจำตัว : กดอัปโหลดรูปภาพ ควรใส่ภาพสินค้าหรือโลโก้ของร้านค้า

เพิ่มภาพหน้าปก : กดอัปโหลดรูปภาพ ควรเลือกรูปภาพสินค้าที่ชัดเจน โดดเด่น เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าต้องการซื้อสินค้า

ขั้นตอนที่ 5 เพิ่มรายละเอียดให้เพจร้านค้า เช่น การใส่คำอธิบายให้ร้านค้าออนไลน์ ชื่อสินค้า ประเภทสินค้า เพื่อให้ลูกค้าสามารถค้นหาร้านค้าได้ง่ายขึ้น จากนั้นเลือกสร้างเพจในหัวข้อ ธุรกิจหรือแบรนด์

เพิ่มข้อมูลติดต่อ : เบอร์โทรศัพท์ เว็บไซต์ อีเมล และที่อยู่ การที่ร้านค้ามีข้อมูลครบย่อมส่งผลให้ร้านค้ามีความน่าเชื่อถือมากขึ้น

เวลาทำการ : ระบุช่วงเวลาเปิด-ปิดให้ร้านค้า



6. การสร้างร้านค้าออนไลน์

ขั้นตอนที่ 6 การสร้างโพสต์เพื่อขายสินค้า

การเขียนโพสต์ : การเพิ่มรูปภาพสินค้าหรือวิดีโอเพื่อแนะนำสินค้า ควรให้ความสำคัญและลงครบบตามหลักส่วนประสมทางการตลาด เช่น Product Price Place และ Promotion โดยการเขียนโพสต์ผู้ขายออนไลน์ต้องทำการศึกษาเงื่อนไขและรูปแบบของแพลตฟอร์ม Facebook ให้เข้าใจหลักการทำงานของแพลตฟอร์มเพื่อประสิทธิภาพในการสร้างโพสต์

