

คู่มือ

# เปิดร้านค้าออนไลน์



คู่มือ เปิดร้านค้าออนไลน์ Easy Online Shop



เปิดได้ทุกพื้นที่  
24 ชั่วโมง





# คำนำ



ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือ e-Commerce เป็นการก้าวรูปแบบใหม่ที่ได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลาย มีข้อดีหลายประการตั้งแต่การเริ่มต้นสร้างธุรกิจและขยายตลาดได้ง่าย สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายทุกที่ทุกเวลาสอดคล้องกับสภาพทางเศรษฐกิจสังคมที่ผู้บริโภคต้องการความสะดวกในการซื้อสินค้าและบริการ กรมพัฒนาธุรกิจการค้าได้ตระหนักถึงความสำคัญและเร่งสนับสนุนให้ภาคธุรกิจของไทยเริ่มต้นหรือขยายธุรกิจสู่ช่องทางทางการค้าออนไลน์ ทั้งส่งเสริมการจัดทำร้านค้าออนไลน์ การใช้กลยุทธ์การตลาดให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย การสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไทย เพื่อให้ผู้บริโภคเชื่อมั่นในการสั่งซื้อสินค้าและบริการผ่านทางออนไลน์มากขึ้น

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า มุ่งเน้นบูรณาการร่วมกับทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐ องค์กรมหาชน และเอกชน ในการพัฒนาส่งเสริมธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไทยให้มีการเติบโตขยายตัวอย่างเข้มแข็งต่อเนื่อง โดยจัดทำ “คู่มือเปิดร้านค้าออนไลน์ Easy Online Shop” นี้ขึ้น เพื่อเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจในการเริ่มต้นตลอดจนการบริหารจัดการที่ดีในการประกอบธุรกิจร้านค้าออนไลน์ นอกจากนี้กรมได้จัดหลักสูตรอบรม บ่มเพาะ พัฒนาศักยภาพด้านการตลาดออนไลน์ ครอบคลุมการใช้เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมสมัยใหม่และแนวโน้มต่างๆ ด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ซึ่งสามารถติดตามได้ที่ [www.dbd.go.th](http://www.dbd.go.th) การสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ธุรกิจ e-Commerce สามารถศึกษารายละเอียดได้ที่ [www.trustmarkthai.com](http://www.trustmarkthai.com) รวมทั้งให้ความรู้ในรูปแบบ e-Learning ผ่าน [www.dbdacademy.com](http://www.dbdacademy.com)

คณะผู้จัดทำหวังเป็นอย่างยิ่งว่า คู่มือเล่มนี้จะเป็นประโยชน์ทำให้ผู้ประกอบการและผู้สนใจสามารถสร้างและพัฒนาร้านค้าออนไลน์ให้ประสบความสำเร็จได้เป็นอย่างดี และขอขอบคุณพันธมิตรที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำมาอ้างอิง ซึ่งมีส่วนในการร่วมมือกันสร้างธุรกิจไทยให้มีความเข้มแข็ง เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของประเทศต่อไป

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

กันยายน 2561

# สารบัญ

01

## รู้จักกับ e-Commerce

|                                      |    |
|--------------------------------------|----|
| รู้จักกับ e-Commerce                 | 6  |
| เตรียมพร้อมเข้าสู่ e-Commerce        | 6  |
| ข้อดี-ข้อเสียของ e-Commerce          | 8  |
| สินค้าอะไรขายด้วย e-Commerce ได้บ้าง | 9  |
| เริ่มต้นขายอะไรดี                    | 10 |
| ลูกค้าเป้าหมายคือใคร                 | 11 |
| ทำไมลูกค้าต้องซื้อเรา                | 11 |
| นิยามแบบไหนขาย e-Commerce แล้วดี     | 12 |

02

## รู้จักตลาดบน e-Commerce

|                                      |    |
|--------------------------------------|----|
| สินค้าอะไรขายดี                      | 14 |
| คู่แข่งของเราคือใคร                  | 15 |
| ช่องทางการขายบน e-Commerce           | 15 |
| เปิดเว็บไซต์เอง                      | 15 |
| ขายบน e-Marketplace                  | 20 |
| ขายบน e-Classified                   | 25 |
| Social Media ช่วยขายได้อย่างไร       | 27 |
| เตรียมตัวอย่างไร เพื่อขายแต่ละรูปแบบ | 29 |

03

## Branding สำคัญอย่างไร ต่อร้านค้าออนไลน์

|   |    |
|---|----|
| ประโยชน์ของการสร้างแบรนด์                     | 33 |
| วิธีขั้นตอนการสร้างแบรนด์เบื้องต้น            | 33 |
| การทำให้ร้านค้าออนไลน์เป็นที่รู้จัก และชื่นชม | 35 |

04

## สร้างเว็บไซต์ ร้านค้าออนไลน์อย่างไร ให้น่าเชื่อถือ

|   |    |
|---|----|
| รู้จักกับเว็บไซต์   | 40 |
| เนื้อหาที่ควรมีในเว็บไซต์                                     | 40 |
| การใส่รายละเอียดสินค้า  | 41 |
| ออกแบบหน้าเว็บอย่างไรให้ดูดี                                  | 45 |
| องค์ประกอบของเว็บไซต์ที่ดี                                    | 48 |
| เพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับเว็บไซต์                            | 50 |
| รักษาความปลอดภัยให้กับเว็บไซต์ด้วย SSL (Secure Sockets Layer) | 52 |
| Heartbleed และช่องโหว่อื่นๆ :                                 | 53 |
| มี SSL แล้วก็ใช่ว่าจะปลอดภัยเสมอ                              |    |

# 05

## โปรโมทอย่างไรให้ดัง

|   |    |
|---|----|
| ทำไมต้องโปรโมทเว็บ  | 56 |
| เตรียมความพร้อมก่อนทำ SEO                                       | 57 |
| รูปแบบการโปรโมท   | 58 |
| หลักการทำ SEO   | 58 |
| 1. การปรับแต่งหน้าเว็บ หรือเอกสาร HTML ให้ Search Engine รู้จัก | 58 |
| 2. การปรับแต่งปิงจิกภายนอก ให้ Search Engine รู้จัก             | 61 |
| ตรวจสอบสถานะของเว็บไซต์   | 63 |
| โปรโมทบน Social Media   | 65 |
| ข้อดีของการโปรโมทบน Social Media                                | 65 |
| วิธีโปรโมทบน Social Media                                       | 65 |
| การติดตามบน Social Media  | 66 |
| ตัวอย่างการโปรโมทเว็บ   | 78 |
| ลงโฆษณากับ Google Adwords                                       | 78 |
| ลงโฆษณากับ Facebook   | 82 |
| ลงโฆษณาติดตามบนเนอรั กับเว็บลงประกาศต่าง ๆ                      | 83 |

# 06

## Go Mobile, Go Tablet

|   |    |
|---|----|
| Mobile & Tablet โต : e-Commerce ยิ่งโต        | 86 |
| วิธีเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ใช้ Mobile, Tablet | 87 |
| สร้างเว็บใช้งานบน Mobile & Tablet             | 87 |
| รูปแบบเว็บที่แสดงผลบน Mobile & Tablet         | 88 |
| ข้อควรพิจารณาในการสร้าง Mobile Web            | 90 |
| SoLoMo พฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่งผลต่อ           | 92 |
| Mobile Marketing                              |    |
| Mobile App จำเป็นหรือไม่                      | 94 |

# 07

## Payment ง่ายดาย ไร้ยอด

|                                  |     |
|----------------------------------|-----|
| รับเงินจ่ายเงิน ใครช่วยได้บ้าง   | 96  |
| ช่องทางชำระเงินของร้านค้าออนไลน์ | 96  |
| เลือกวิธีชำระเงินให้เหมาะสม      | 101 |
| ความแตกต่างของการชำระเงิน        | 101 |

# 08

## หลังร้าน e-Commerce ก็สำคัญ

|                                      |     |
|--------------------------------------|-----|
| สต็อกสินค้าสำคัญอย่างไร              | 104 |
| สต็อกอย่างไรของไม่ขาด เงินไม่จม      | 104 |
| บริหารจัดการสินค้าในสต็อก            | 105 |
| ไม่ต้องสต็อกสินค้าก็ขายได้           | 106 |
| ส่งของอย่างไร ถึงมือลูกค้าราคาไม่แพง | 107 |
| การแพ็คสินค้า                        | 107 |
| วิธีการจัดส่งสินค้าแบบต่างๆ          | 110 |
| ติดตามสถานะการจัดส่ง                 | 112 |
| ข้อควรรู้ขายออนไลน์                  | 113 |
| รู้เท่ารู้เรา                        | 113 |
| การสร้างภาพลักษณ์                    | 113 |
| พัฒนาสินค้าอยู่เสมอ                  | 114 |
| นำเสนอข้อมูลที่น่าเชื่อถือ           | 114 |
| สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า           | 115 |
| สร้างความมั่นใจให้ลูกค้า             | 116 |
| พ่วงการบริการ (Service)              | 117 |
| สนทนาคุณให้ประทับใจ                  | 118 |
| รับผิดชอบในกรณีผิดพลาด               | 118 |



# Easy Online Shop

DDB VERIFIED BUYER

DDB VERIFIED SELLER

DDB VERIFIED SELLER

DDB

Registered



## การจดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

|  |     |
|--|-----|
| ทำไมต้องจดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์                                   | 119 |
| ยื่นจดทะเบียนพาณิชย์ได้ที่ไหน  | 119 |
| เอกสารที่ใช้จดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์                               | 119 |
| เครื่องหมายรับรองผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์                 | 120 |
| คุณสมบัติของผู้ที่จะได้รับเครื่องหมาย                                    | 120 |
| การยื่นขออนุญาตใช้เครื่องหมาย  | 121 |
| ยกระดับมาตรฐานคุณภาพธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไทย                       | 121 |
| เครื่องหมายรับรองความน่าเชื่อถือยกระดับการสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภค | 122 |
| คุณสมบัติของผู้ขออนุญาตใช้เครื่องหมาย                                    | 122 |
| การยื่นขออนุญาตใช้เครื่องหมาย  | 122 |



## กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับ e-Commerce

|  |     |
|--|-----|
| 1. พระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2544        | 123 |
| 2. พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 | 124 |
| 3. พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545                    | 124 |
| 4. พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522                      | 125 |
| 5. พระราชบัญญัติทะเบียนพาณิชย์ พ.ศ. 2499                         | 125 |
| 6. พระราชบัญญัติสิงสิทธ์ พ.ศ. 2537                               | 126 |
| 7. พระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. 2542             | 126 |
| 8. พระราชบัญญัติจกแจงการพิมพ์ พ.ศ. 2550                          | 127 |
| 9. พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 และพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510     | 127 |
| 10. พระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2551           | 128 |



# รู้จักกับ e-Commerce

01

**DBD**

## รู้จักกับ e-Commerce

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Commerce) หรือที่เรียกว่า อีคอมเมิร์ซ (e-Commerce) เป็นการดำเนินการซื้อขายสินค้าและบริการด้วยสื่ออิเล็กทรอนิกส์ผ่านระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ หรืออินเทอร์เน็ต พุดให้เข้าใจง่ายๆ ก็คือการซื้อขายกันแบบออนไลน์นั่นเอง

การค้าในรูปแบบ e-Commerce นั้น จะช่วยให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปได้อย่างรวดเร็ว ลดต้นทุนและกระบวนการดำเนินงานให้น้อยลง เพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าได้อย่างทั่วถึง ขยายตลาดได้กว้าง สามารถซื้อขายได้ทุกที่ ทุกเวลา

## เตรียมพร้อมเข้าสู่ e-Commerce

เมื่อพร้อมที่จะก้าวเข้าสู่การค้าขายแบบออนไลน์กันแล้ว มาดูว่าเราจะต้องเตรียมตัวอย่างไรบ้าง ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญก่อนที่คุณจะเปิดร้านค้าให้ลูกค้าได้เข้ามาเลือกชมสินค้าด้วยความประทับใจ เพราะฉะนั้นจึงควรใส่ใจขั้นตอนและรายละเอียดในการเตรียมตัวให้ดีก่อน เมื่อถึงเวลาเปิดร้านจริงแล้วคุณก็จะสามารถสร้างความประทับใจลูกค้าและสร้างยอดขายให้คุณได้อย่างน่าพอใจ โดยมีประเด็นหลักๆ ดังนี้

### กำหนดงบการลงทุน

เป็นสิ่งที่ต้องวางแผนบ  
การขายสินค้า เพราะจะเป็นตัวกำหนด  
ให้เราใช้เงินลงทุนในงบที่กำหนด ป้องกัน  
การใช้งบบานปลาย



## หาสินค้ามาขาย

การหาสินค้าที่จะนำมาขายนั้นสามารถหาซื้อได้จากหลายแหล่ง ทั้งนี้ราคาและคุณภาพอาจแตกต่างกันออกไป จึงควรลงพื้นที่สำรวจสินค้า เพื่อให้ได้สินค้าที่ดีตรงกับความต้องการลูกค้ามากที่สุด หรือบางคนอาจจะมียังสินค้าอยู่แล้วก็สามารถนำสินค้าตัวเองมาลงขายแบบออนไลน์เลยก็ได้



## ช่องทางการขายสินค้า

ช่องทางการขายสินค้าออนไลน์มีหลากหลายเว็บให้เลือก ซึ่งมีทั้งลงขายแบบฟรี และมีค่าใช้จ่าย ทั้งนี้ต้องศึกษากลุ่มลูกค้า และการเข้าถึงให้ได้มากที่สุด

## การโต้ตอบกับลูกค้า

เมื่อขายสินค้าแล้วต้องหมั่นอัปเดตเว็บไซต์ให้มีความเคลื่อนไหวอยู่เสมอ และการโต้ตอบในกรณีที่มีลูกค้าสอบถามมา ควรตอบอย่างทันท่วงที



## การเก็บเงินและจัดส่งสินค้า

เมื่อลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าแล้ว ควรจัดเตรียมขั้นตอนการชำระเงินให้มีความหลากหลายเพื่อความสะดวกในการชำระเงิน รวมถึงการจัดส่งสินค้า ควรระบุค่าธรรมเนียมในการจัดส่งให้ชัดเจนด้วย



## บริการหลังการขาย

การใส่ใจลูกค้าและรับผิดชอบหากเกิดกรณีผิดพลาด เป็นประเด็นสำคัญในการมัดใจลูกค้าให้กลับมาอุดหนุนเราอีกในอนาคต



## ข้อดี-ข้อเสียของ e-Commerce

การค้าขายออนไลน์นั้นอาจมีทั้งประสบความสำเร็จ หรือขาดทุนก็ได้ เพราะมีทั้งข้อดีและข้อเสีย หากเราบริหารจัดการไม่ดีก็อาจไปไม่รอดได้ ซึ่งข้อดี-ข้อเสียในการเปิดร้านออนไลน์พอสรุปได้ดังนี้

### ข้อดี

- มีต้นทุนในการขายที่ต่ำ ลดต้นทุนในการเดินทาง
- สะดวกในการโต้ตอบลูกค้า ง่ายต่อการประชาสัมพันธ์ เพียงมีอุปกรณ์สื่อสารที่สามารถเชื่อมโยงอินเทอร์เน็ตได้
- สามารถทำเพียงคนเดียวได้ ไม่จำเป็นต้องจ้างคน ช่วยประหยัดต้นทุนด้านแรงงาน
- มีเครื่องมือสำรวจสถิติที่เอื้ออำนวยต่อการปรับปรุงการสื่อสารกับลูกค้า
- ลูกค้าเข้าถึงได้ตลอดเวลา โดยไม่จำเป็นต้องเสียเวลาเดินทางไปเอง
- เปิดค้าขายได้ตลอด 24 ชั่วโมง
- สามารถลงโฆษณา และขายได้ทั่วโลก และสามารถเลือกเจาะกลุ่มการโฆษณาไปยังลูกค้าเป้าหมายได้ง่าย
- ลดการต่อรอง
- ไม่จำเป็นต้องมีสต็อกสินค้า ก็สามารถสร้างร้านค้าขนาดใหญ่ได้

## ข้อเสีย

- มีการแข่งขันสูง อาจโดนตัดราคาได้ง่าย
- ผู้ซื้อและผู้ขาย ต้องมีความรู้เรื่องอินเทอร์เน็ต
- ร้านค้าในอินเทอร์เน็ตมีหลายร้าน ยากต่อการค้นเจอ
- อาจต้องเสียค่าใช้จ่ายเพื่อปรับแต่งหน้าเว็บให้สวยงาม
- เสี่ยงต่อการถูกแฮก หรือแจ้งสแปมทำให้ร้านโดนปิด
- สินค้าจับต้องไม่ได้ หากลูกค้าได้รับสินค้าที่ไม่ตรงกับภาพ

### อาจถูกโจมตีได้

- การจัดส่งต้องใช้เวลาหลายวัน และลูกค้าจะต้องเสียค่าจัดส่งเพิ่ม
- สำหรับผู้เริ่มต้นที่จะมีธุรกิจเป็นของตนเอง ตลอดจนธุรกิจต่างๆ ที่ต้องการจะขยายกลุ่มเป้าหมาย การขายในรูปแบบ e-Commerce หรือขายของออนไลน์ ก็น่าจะเป็นอีกทางเลือกหนึ่ง ที่จะเป็นช่องทางในการเพิ่มกลุ่มลูกค้าให้กว้างมากขึ้น

## สินค้าอะไรขายด้วย e-Commerce ได้บ้าง

สินค้าที่ขายผ่าน e-Commerce ได้นั้นมีทุกอย่าง ไม่ได้มีข้อจำกัด ขึ้นอยู่กับความพอใจและเชื่อใจกันระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย แต่อาจแบ่งให้เห็นภาพชัดขึ้นได้ เช่น

- บริการ เช่น ตัวเครื่องบิน โรงแรมที่พัก บริการสปา เสริมสวย ฯลฯ

• สินค้า ซึ่งอาจแบ่งเป็น สินค้าที่จับต้องได้ เช่น เสื้อผ้า ของใช้ อุปกรณ์ บริโภค หรือสินค้าที่จับต้องไม่ได้ อย่างสินค้าดิจิทัล เช่น แอป ซอฟต์แวร์ เพลง หนังสือ รูปภาพ รหัส หรือไอเท็มในเกม ฯลฯ ส่วนสินค้าที่อาจไม่เหมาะสำหรับการขายผ่าน e-Commerce เช่น สินค้าที่มีน้ำหนักมากไม่สะดวกในการส่งไปรษณีย์ หรืออายุสั้น เน่าเสียได้ง่าย เช่น ผักผลไม้ บางประเภท (ซึ่งหากมีระบบการจัดส่งเอง ก็อาจรับออเดอร์ผ่านระบบ e-Commerce ได้)

## เริ่มต้นขายอะไรดี

เราจะขายอะไรดี? มักจะเป็นคำถามแรกๆ สำหรับใครที่กำลังคิดอยากจะทำสินค้ามาขาย แต่ยังไม่รู้ว่าขายอะไรดี ซึ่งเป็นเรื่องพื้นฐานที่จะต้องวางแผนให้พร้อมก่อนทำการขาย

เริ่มต้นอาจจะลองขายสินค้าที่เราชอบ มีความถนัด หรือมีความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้าเป็นอย่างดีก่อน เพื่อจะได้แนะนำลูกค้าได้อย่างถูกต้อง และง่ายต่อการขายก็ได้ หรืออาจจะขายของที่จำเป็นต้องใช้ในชีวิตประจำวัน ยิ่งถ้าเป็นสินค้าที่ใช้แล้วหมดไปก็ดี เพราะลูกค้าจะได้กลับมาซื้อใหม่ เช่น สินค้าแฟชั่น เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย เครื่องสำอาง หรือสินค้าไอที เป็นต้น



สำหรับสินค้าที่นำมาขายนั้น หากเป็นสินค้าที่เหมือนกัน ก็อาจจะทำให้มีคู่แข่งเยอะ สินค้าอาจจะขายได้ยาก ซึ่งจะต้องอาศัยการทำการตลาดอย่างหนัก แต่ถ้าสินค้าที่ขายมีความแตกต่าง หาได้ยาก โดดเด่นไม่เหมือนใคร ก็จะช่วยให้ขายได้ง่ายขึ้น เพราะมีคู่แข่งน้อย โดยอาจจะสร้างเป็นแบรนด์ของตัวเอง เพื่อให้ลูกค้าจดจำตัวสินค้าของเราได้ หรืออาจจะทำแพ็คเกจที่สวยงามเพื่อเพิ่มมูลค่าให้สินค้าก็ได้

ยิ่งสินค้าที่ขายมีความแตกต่าง น่าสนใจ จะยิ่งดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาในร้าน เพราะมีคู่แข่งน้อย ช่วยเพิ่มยอดขายได้มาก

## ลูกค้าเป้าหมายคือใคร

เมื่อรู้แล้วว่าขายสินค้าอะไร ขั้นตอนต่อมาก็พิจารณาว่าลูกค้าเป้าหมายที่จะขาย ให้เป็นใครบ้างที่ต้องการจะใช้สินค้าของเรา โดยอาจจะแยกเป็นเพศ อายุ รายได้ ที่เหมาะสม กับสินค้านั้นๆ เช่น ขายเสื้อผ้าแฟชั่นผู้หญิง กลุ่มลูกค้าเป้าหมายก็ควรจะเป็นผู้หญิง วัยรุ่น วัยทำงาน ไปจนถึงวัยกลางคน หรือขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน ก็ได้ทั้งผู้หญิงและผู้ชาย วัยทำงาน ขึ้นไป เป็นต้น เพื่อที่จะได้วางแผนโฆษณาให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด

## ทำไมลูกค้าต้องซื้อเรา

ถ้ามีคนถามว่าทำไมคุณถึงซื้อสินค้านั้น ส่วนใหญ่ก็จะตอบว่าเพราะเราอยากได้ ต้องการจะใช้สินค้านั้น สินค้าดีมีคุณภาพ ราคาถูกกว่าร้านอื่น สินค้าไม่เหมือนใคร คนขาย บริการดี มีความน่าเชื่อถือ ส่งของเร็ว หรือเหตุผลอื่นๆ เหล่านี้ล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่ต้องคำนึงถึงในการขายสินค้าด้วย เพื่อเป็นการดึงดูดให้ลูกค้าอยากที่จะซื้อสินค้ากับเรา และรักษาลูกค้าให้กลับมาซื้อสินค้ากับเราอีก

นอกจากที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว สิ่งที่ผู้ขายควรปฏิบัติในการขายสินค้า เพื่อดึงดูด และให้ลูกค้าอยากจะมาซื้อสินค้าด้วย พอสรุปได้ดังนี้

- รู้จักสินค้าที่ขายดี สามารถแนะนำรายละเอียดของตัวสินค้าได้
- เข้าใจความต้องการของลูกค้า สามารถแนะนำสินค้าได้ตรงจุด
- สร้างความเชื่อมั่นให้กับสินค้าและร้านค้า ถ้าเป็นร้านค้าก็จะต้องมีการ

จดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า (ดูข้อมูลได้ที่ ภาคผนวก ก และ [www.trustmarkthai.com](http://www.trustmarkthai.com)) หรือหากสินค้ามี อย. ก็ควรแสดงให้ลูกค้าเห็น

- โปรโมทสินค้าผ่านสื่อต่างๆ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ร้านค้า
- มีการติดตามลูกค้า เพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์ และรักษาลูกค้าเดิมไว้ อาจจะ

เป็นการให้ของสมนาคุณกับลูกค้าประจำ ให้ลูกค้าร่วมกิจกรรมกับทางร้าน เพื่อรับของรางวัล เป็นต้น

## นิสัยแบบโหนขาย e-Commerce แล้วดี

การทำธุรกิจค้าขายออนไลน์นั้น หากเรามีคุณสมบัติของนักขายที่ดีแล้ว ก็จะช่วยให้เราสามารถดำเนินธุรกิจการขายไปได้อย่างราบรื่น ถึงแม้เราอาจไม่ได้เป็นพ่อค้าแม่ค้ามืออาชีพมาตั้งแต่แรก แต่สิ่งเหล่านี้สามารถพัฒนากันได้ ซึ่งพอจะสรุปออกมาได้ดังนี้

- **ขอการเรียนรู้ และพัฒนาอยู่เสมอ** เพราะสื่ออิเล็กทรอนิกส์ก็มีการพัฒนาอยู่ตลอดเวลาเช่นกัน หากเรามีความรู้และหมั่นพัฒนาอยู่เสมอ ก็สามารถนำเทคโนโลยีเหล่านั้นมาประยุกต์ใช้ในการทำการตลาด หรือแม้แต่การเรียนรู้ ปรับปรุง และพัฒนาสินค้าให้ดียิ่งขึ้นได้

- **ช่างสังเกต** ในการค้าขายไม่ว่าจะในรูปแบบใดก็ตาม หากเรารู้จักสังเกตพฤติกรรมของลูกค้า สังเกตคู่แข่ง สังเกตตลาด และสิ่งต่างๆ รอบตัว ก็จะช่วยให้เราสามารถนำมาวิเคราะห์ แล้วนำมาปรับใช้ เพื่อให้ดำเนินธุรกิจอยู่ได้นานๆ

- **ใจสู้ + กล้า** การทำธุรกิจนั้นล้วนมีความเสี่ยง บางครั้งอาจจะสำเร็จหรือไม่สำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ก็ได้ ซึ่งเจ้าของธุรกิจเองจะต้องลองผิดลองถูกบ้าง นอกจากนี้จะต้องกล้าตัดสินใจ เมื่อมีปัญหาเกิดขึ้นสามารถแก้ไขได้อย่างทันท่วงที และรอบคอบ

- **อดทน** รักษานบริการ งานขายเป็นงานบริการประเภทหนึ่ง ซึ่งก็จะเจอลูกค้าหลากหลายประเภท ทั้งมาดีและไม่ดี ผู้ขายจะต้องใช้ความอดทน รับฟังและพร้อมจะช่วยเหลือ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ อยากรจะซื้อสินค้าด้วย

จะเห็นได้ว่าการทำธุรกิจ e-Commerce นั้นจะต้องอาศัยความรู้ความเข้าใจทางด้านการตลาด การเตรียมความพร้อมของตัวคุณในการเข้ามาทำธุรกิจออนไลน์ จึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง ที่จะมองเห็นความเป็นไปได้ของธุรกิจ และส่งผลให้ประสบความสำเร็จในอนาคตได้



# รู้จักตลาดบน e-Commerce

02

**DBD**

# สินค้าอะไรขายดี

ก่อนที่จะหาสินค้ามาขาย เราควรศึกษาความต้องการของตลาดเสียก่อน ว่าสินค้าใดบ้างที่ขายง่าย ขายคล่อง จะได้ไม่เสียเงินลงทุนแล้วสินค้าถูกคองอยู่ในสต็อก ซึ่งสินค้าที่นิยมก็มีหลายประเภทให้คุณได้เลือกมาขาย ทั้งนี้การเลือกขายสินค้า ก็ต้องดูจากความชอบ ความสนใจของผู้ขายด้วย จะได้ขายของอย่างมีความสุข และสนใจที่จะหาข้อมูลสินค้ามาอัพเดทอยู่เสมอสำหรับสินค้าออนไลน์ขายดีและเป็นที่นิยม พอสรุปได้มีดังนี้

## เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายแฟชั่น เครื่องประดับ



## เสื้อผ้าเด็กและของเล่น



## เครื่องสำอาง



## อาหารเสริมเพื่อสุขภาพและความงาม



## อุปกรณ์มือถือ อุปกรณ์ไอที สินค้าอิเล็กทรอนิกส์



## เครื่องดนตรี



## สินค้าแชนด์เมด



## อุปกรณ์แต่งบ้าน



## อุปกรณ์แต่งรถ



ทั้งหมดนี้เป็นเพียงส่วนหนึ่งที่ยกตัวอย่างของสินค้าขายดี จะเห็นว่าส่วนใหญ่ไม่พ้นเรื่องแฟชั่น ความสวยงาม โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าผู้หญิงจะชอบมาก แล้วก็เป็นที่นิยมใช้ในชีวิตประจำวันทั่วไป แต่ทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับความสนใจของผู้ขายเองด้วยว่าอยากขายสินค้าชนิดใด

## คู่แข่งของเราคือใคร

คู่แข่งในโลกออนไลน์ ก็คือผู้ที่ขายสินค้าประเภทเดียวกันกับเรานั้นเอง ซึ่งมีอยู่เป็นจำนวนมาก ดังนั้นสิ่งที่จะทำให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายนั้น ก็ต้องขึ้นอยู่กับการโปรโมทให้เป็นที่รู้จัก รวมไปถึงสินค้าและบริการที่มีคุณภาพและน่าเชื่อถือเพื่อที่จะรักษาลูกค้าให้กลับมาซื้อสินค้าของเราอีก นอกจากนี้อาจจะหาสินค้าที่มีความแตกต่าง และโดดเด่น เช่น เสื้อผ้าที่มีสีสวยฉูดฉาด มีลวดลายที่ไม่ค่อยมีใครทำ หรืออาจจะมีไซส์พิเศษ เป็นต้น เพื่อนำมาสร้างเป็นจุดขายได้

## ช่องทางการขายบน e-Commerce

การขายในรูปแบบออนไลน์นั้น ผู้ขายไม่จำเป็นต้องมีหน้าร้านเป็นของตัวเอง ก็สามารถขายสินค้าได้ เพียงแค่มีพื้นที่สำหรับแสดงรูป รายละเอียดสินค้า และข้อมูลให้ติดต่อซื้อขาย เพียงเท่านั้นก็สามารถประกาศขายสินค้าได้แล้ว โดยช่องทางการขายในรูปแบบออนไลน์ หรือ e-Commerce นั้น สามารถทำได้ดังนี้

### เปิดเว็บไซต์เอง

ปัจจุบันองค์กรและบริษัทห้างร้านต่างๆ จำเป็นต้องมีเว็บไซต์ของตนเองอยู่บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เพื่อไว้เป็นที่สำหรับเผยแพร่ข้อมูล

ข่าวสารและบริการต่างๆ ให้เป็นที่รู้จักและสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้มากที่สุด ทั้งยังช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับธุรกิจได้อีกด้วย





## ขั้นตอนการสร้างเว็บไซต์

เรามาดูว่าในการสร้างเว็บไซต์นั้น จะต้องมีขั้นตอนอะไรบ้าง ซึ่งสรุปได้ดังนี้

1. วางแผนงานและกำหนดเป้าหมายของเว็บไซต์ เช่น เนื้อหาที่ต้องใช้งบประมาณต่างๆ และกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เป็นต้น

2. จดโดเมนเนม (Domain Name) คือการจดทะเบียนชื่อเว็บไซต์ของคุณให้เป็น .com, .net, .in.th หรืออื่นๆ เพื่อให้จดจำและนำไปใช้งานได้ง่าย โดยแต่ละชื่อก็มีความหมายต่างกัน ดังนี้

### ตัวอย่างประเภทโดเมนเนมที่พบบ่อยๆ

| โดเมนเนม | ย่อมาจาก               | ความหมาย                                   |
|----------|------------------------|--|
| .com     | commercial             | บริษัท องค์กร ที่เกี่ยวกับการค้า           |
| .net     | network                | บริษัทที่ให้บริการด้านเครือข่าย            |
| .org     | organization           | องค์กรที่ไม่หวังผลกำไร                     |
| .biz     | business               | องค์กร บริษัท ห้างหุ้นส่วน คล้ายกับ .com   |
| .co.th   | commercial in Thailand | บริษัทหรือองค์กรที่ประกอบธุรกิจในประเทศไทย |
| .in.th   | individual in Thailand | บุคคลที่อยู่ในประเทศไทย                    |

### การตั้งชื่อโดเมนเนมที่ดี

- สั้นและจดจำได้ง่าย
- ควรตั้งชื่อให้ตรงกับสินค้าที่เราขาย หรือธุรกิจที่ทำอยู่
- ใช้ชื่อเป็นภาษาอังกฤษ หากต้องการตั้งชื่อเป็นภาษาไทยก็ใช้คำทับศัพท์เป็นภาษา



คาราโอเกะแทน

- หลีกเลี่ยงเครื่องหมายขีดกลาง - (Hyphen) ขึ้นระหว่างคำ เพื่อให้ง่ายและป้องกันการพิมพ์ชื่อเว็บไซต์ผิด เพราะส่วนใหญ่จะนิยมพิมพ์ติดกัน

3. **เช่าเว็บโฮสติ้ง (Web Hosting)** คือบริการให้เช่าพื้นที่เก็บข้อมูลของเว็บไซต์
4. **ออกแบบเว็บไซต์** คือการออกแบบโครงสร้างเว็บไซต์ ออกแบบปุ่มเมนูเก็ช้นภายในเว็บไซต์ และการออกแบบหน้าเว็บเพจต่างๆ
5. **สร้างและทดสอบการใช้งาน** ภาษาที่ใช้ในการสร้างหน้าเว็บเรียกว่า HTML แต่ส่วนใหญ่จะไม่ได้เขียนคำสั่ง HTML โดยตรง จะเลือกใช้โปรแกรมสำหรับสร้างและออกแบบเว็บไซต์แทน เช่น Dreamweaver, Joomla เป็นต้น
6. **ประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ให้เป็นที่รู้จัก** หลังจากสร้างเว็บไซต์แล้วจะต้องมีการโฆษณา หรือโปรโมทเพื่อเผยแพร่เว็บไซต์
7. **ดูแล และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง** เว็บไซต์นั้นจะต้องมีการอัปเดตข้อมูลอยู่เสมอ เพื่อให้ข้อมูลที่แสดงอยู่เป็นปัจจุบัน

จะเห็นได้ว่าการสร้างเว็บไซต์นั้นมีขั้นตอนอยู่พอสมควร หากคุณมีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการทำเว็บไซต์อยู่บ้าง มีเวลาพออาจจะลองสร้างเองก็ได้ เพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย แต่ถ้าต้องการความสะดวก และรวดเร็ว อาจจะจ้าง Freelance รับทำเว็บไซต์ หรือบริษัทรับทำเว็บไซต์ก็ได้ ซึ่งในการเปิดเว็บไซต์เองจะต้องเสียค่าจดโดเมนเนม ค่าเช่าพื้นที่ Web Hosting และค่าจัดทำเว็บไซต์ด้วย

## โปรแกรมสร้างเว็บสำเร็จรูป (CMS)

CMS ย่อมาจาก Content Management System เป็นโปรแกรมสร้างเว็บไซต์สำเร็จรูป สามารถดาวน์โหลดมาใช้งานได้ฟรี ซึ่งมีอยู่หลายโปรแกรม และหลายรูปแบบ ที่เป็นที่รู้จักของคนไทย เช่น Wordpress, Joomla, Opencart, Magento, Drupal, Prestashop เป็นต้น ซึ่งแต่ละโปรแกรมก็จะมีจุดประสงค์และรองรับการใช้งานที่แตกต่างกันไป ดังตัวอย่างต่อไปนี้

- **WordPress** เป็น CMS ยอดนิยมทั่วโลก เหมาะกับเว็บไซต์ บทความทั่วไป (Blog) การอัปเดตข้อมูลข่าวสารต่างๆ ทำได้ง่าย



[www.wordpress.org](http://www.wordpress.org)

- Joomla เป็น CMS ยอดนิยมอีกตัว จุดเด่นคือ มีความยืดหยุ่น การจัดการ Module หรือการย้ายตำแหน่ง ส่วนต่างๆ ของเว็บไซต์เป็นไปได้อย่างอิสระ



[www.joomla.org](http://www.joomla.org)

- Drupal เป็น CMS ที่ได้รับความนิยมในด้าน การจัดการเนื้อหาเว็บไซต์ พวกเว็บ Community หรือเว็บ หนังสือพิมพ์ต่างๆ ด้วยระบบที่ยืดหยุ่นในด้านการจัดการ เนื้อหาอย่างละเอียด การใช้งานก็ค่อนข้างยาก จึงไม่ค่อย เป็นที่นิยมมากนัก



[www.joomla.org](http://www.joomla.org)

นอกจากนี้ CMS บางระบบ ยังเน้นสำหรับสร้างเว็บ e-Commerce โดยเฉพาะ เช่น

- Opencart เป็น CMS ที่เหมาะกับการทำเว็บขายของ มากที่สุด เพราะใช้งานง่าย เป็น CMS ที่เกิดมาเพื่อรองรับเว็บขายของ โดยเฉพาะ



[www.opencart.com](http://www.opencart.com)

- Prestashop เป็นอีก CMS สำหรับสร้างเว็บขายของ เช่นเดียวกับ Opencart แต่การใช้งานค่อนข้างยากกว่า Opencart ในระดับหนึ่ง



[www.prestashop.com](http://www.prestashop.com)

- Magento เป็น CMS ที่นิยมใช้กันมาก มีระบบ ที่ครอบคลุมงานด้านการซื้อขายทั้งหมด รูปแบบเว็บไซต์เรียบหรู แต่การใช้งานค่อนข้างยาก และยังไม่รองรับภาษาไทยเท่าที่ควร ทำให้ ยังไม่ค่อยได้รับความนิยมในไทยมากนัก



<http://magento.com>

สำหรับผู้ที่สนใจอยากจะลองสร้างเว็บร้านค้าออนไลน์ด้วยตัวเอง แต่ยังไม่ค่อย มีความรู้เรื่องเขียนโปรแกรม ก็สามารถหาดาวน์โหลด CMS เหล่านี้มาใช้งาน หรือหาผู้ให้บริการ ที่เตรียมระบบ CMS เหล่านี้ไว้เรียบร้อยแล้ว เพียงแต่ใส่ข้อมูลของเราเข้าไปก็ได้

### สิ่งที่ต้องเตรียมสำหรับสร้างเว็บ CMS

1. โปรแกรมฐานข้อมูลที่จะใช้ เช่น MySQL, PostgreSQL, MS Access, MS SQL Sever, Oracle สำหรับเก็บข้อมูลของ CMS
2. เครื่องเว็บเซิร์ฟเวอร์ที่ต้องการนำระบบไปติดตั้ง เช่น Windows Server, Unix หรือ Linux Server (Linux, BSD, Solaris, Ubuntu และอื่นๆ)

### วิธีการติดตั้ง CMS

1. เป็นขั้นตอนคร่าวๆ ที่ทุกๆ CMS จะต้องดำเนินการหลังจากดาวน์โหลดไฟล์สำหรับติดตั้งเรียบร้อยแล้ว มีขั้นตอนดังนี้
2. อัปโหลดไฟล์ CMS ขึ้น Server
3. เปิด Browser เพื่อตั้งค่าการใช้งานของ CMS
4. ตั้งค่าระบบการจัดการหลังบ้าน (Backend) ต่างๆ เช่น username ของ admin เป็นต้น
5. ทดลองสร้างเว็บไซต์ด้วย CMS

### ข้อดีของ CMS

- ผู้ใช้งานไม่จำเป็นต้องมีความรู้เรื่องการทำเว็บไซต์ทั้งหมด
- ไม่เสียเวลาในการพัฒนาเว็บไซต์ ไม่เสียเงินจำนวนมาก
- ง่ายต่อการดูแล เพราะมีระบบจัดการทุกอย่างให้เราหมด
- มีระบบจัดการที่เราสามารถหามาใส่เพิ่มได้มากมาย เช่น ระบบแกลลอรี่
- สามารถเปลี่ยนหน้าตาเว็บไซต์ได้ง่ายๆ เพียงแค่โหลดธีม (Theme) ของ CMS นั้นๆ

### ข้อด้อยของ CMS

- ในกรณีที่ผู้ใช้ต้องการออกแบบธีม (หน้าตาของเว็บ) เอง จะต้องใช้ความรู้มากกว่าปกติ เนื่องจาก CMS มีหลายๆ ระบบมารวมกันทำให้เกิดความยุ่งยากสำหรับผู้ที่ไม่มีความรู้
- ผู้ใช้จะต้องศึกษาระบบ CMS ที่ผู้พัฒนาสร้างขึ้นมา เช่น จะต้องใส่ข้อความลงตรงไหน จะต้องแทรกภาพอย่างไร ซึ่งจะลำบากเพียงแค่ช่วงแรกเท่านั้น
- ในการใช้งานจริงนั้นจะมีความยุ่งยากในการติดตั้งครั้งแรกกับเครื่องเซิร์ฟเวอร์ (server) แต่ปัจจุบันก็มีผู้ให้บริการเว็บเซิร์ฟเวอร์ ที่บริการติดตั้งระบบ CMS ให้ฟรีๆ โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย

## ขายบน e-Marketplace

e-Marketplace หรือตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นเว็บไซต์ที่ทำหน้าที่เหมือนตลาดกลางรวบรวมสินค้าและร้านค้า หรือบริษัทต่างๆ ที่สามารถเข้ามาทำการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างกัน ผู้ผลิตสามารถขายสินค้าโดยไม่ต้องผ่านตัวแทนจำหน่ายได้ ซึ่งจะเป็นการเพิ่มโอกาสขยายฐานลูกค้าไปได้ทั่วโลก สำหรับบริการต่างๆ ใน e-Marketplace หลักๆ จะประกอบด้วย

- บริการสารบัญธุรกิจ รวบรวมรายชื่อของธุรกิจแบ่งเป็นประเภทต่างๆ เพื่อให้ผู้ใช้สามารถเข้ามาค้นหาธุรกิจ หรือสินค้าที่ต้องการได้ง่าย
- บริการแคตตาล็อกสินค้าออนไลน์ แสดงรายการสินค้าแบ่งตามหมวดหมู่สินค้า
- บริการประกาศซื้อขายสินค้าและบริการ หรือประกาศความต้องการของธุรกิจ

### ตัวอย่าง e-marketplace ของไทย



• บริการจัดทำเว็บไซต์สำเร็จรูป โดยคุณสามารถสร้างเว็บไซต์สำหรับขายสินค้าผ่านบริการเว็บไซต์สำเร็จรูปได้ ซึ่งเว็บไซต์ที่สร้างแล้วจะถูกรวบรวมและแยกหมวดหมู่ไว้ในรายชื่อธุรกิจภายในเว็บไซต์นี้ให้ด้วย โดยจะต้องลงทะเบียนกับทางเว็บไซต์เพื่อขอเปิดร้านออนไลน์ จะมีแพ็คเกจให้เลือกทั้งแบบฟรี และคิดค่าบริการ ขึ้นอยู่กับแพ็คเกจที่เลือกเพียงเท่านี้คุณก็สามารถเปิดเว็บไซต์ขายของออนไลน์ได้โดยที่ไม่ต้องมีความรู้เรื่องการสร้างเว็บไซต์มาก่อนก็ได้

### ตัวอย่างผู้ให้บริการเว็บไซต์สำเร็จรูป



[www.lnwwshop.com](http://www.lnwwshop.com)



[www.tarad.com](http://www.tarad.com)



[www.weloveshopping.com](http://www.weloveshopping.com)



[www.readyplanet.com](http://www.readyplanet.com)



<http://superwebsite.com>



[www.igetweb.com](http://www.igetweb.com)



[www.siam2web.com](http://www.siam2web.com)



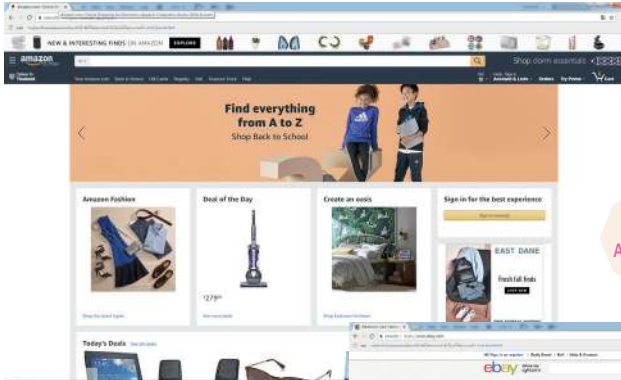
[www.makewebeasy.com](http://www.makewebeasy.com)



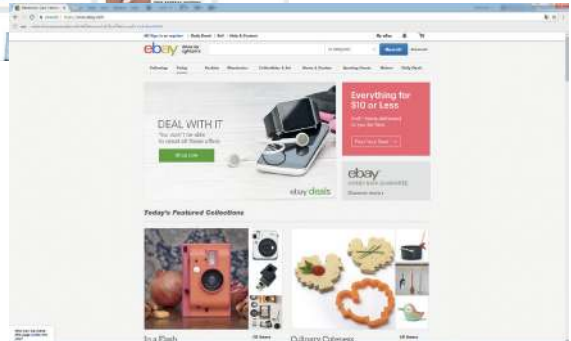
[www.shopup.com](http://www.shopup.com)

e-Marketplace นับว่าเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่หลายๆ ร้านค้าเข้ามาซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างกันเป็นจำนวนมาก ซึ่งการนำข้อมูลร้านค้าหรือธุรกิจของตนมาลงไว้ในเว็บไซต์เหล่านี้ จะเป็นการเพิ่มโอกาสในการพบปะลูกค้าได้ทั่วโลก ทำการค้าขายระหว่างกันได้ง่าย นอกจากเว็บไซต์ที่ให้บริการของไทยแล้ว ยังมีเว็บไซต์ในต่างประเทศที่ดังๆ เช่น amazon.com, ebay.com, alibaba.com, taobao.com เป็นต้น ซึ่งเป็นอีกช่องทางในการซื้อขายสินค้าต่างๆ ได้มากขึ้น และสามารถขยายฐานธุรกิจให้เป็นที่รู้จักได้ทั่วโลก

## ตัวอย่างเว็บ e-Marketplace ของต่างประเทศ



เว็บ  
EBAY.COM



นอกจากจะเป็นตลาดกลางสำหรับซื้อขายสินค้าทั่วไปแล้ว ยังมีเว็บ e-Marketplace ที่ให้บริการเป็นตลาดกลางสำหรับซื้อขายสินค้าเฉพาะด้าน เป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลของธุรกิจ ในด้านนั้นๆ เช่น ตลาดกลางขายของมือสอง ตลาดกลางขายอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ตลาดกลางซื้อขายสินค้าโอท็อป เป็นต้น

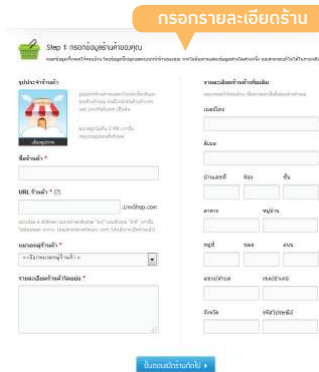
การใช้บริการของ e-Marketplace เหล่านี้ จะช่วยขยายโอกาสในการติดต่อซื้อขาย สินค้า โดยที่ผู้ซื้อและผู้ขายสามารถเข้ามาเลือกหาสินค้าที่ต้องการได้ง่าย สะดวกในการ เปรียบเทียบข้อมูลของสินค้าแต่ละร้าน ลดต้นทุนในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ รวมถึงบุคลากร ในการดำเนินงานต่างๆ

## ตัวอย่างการสร้างเว็บไซต์ร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูป

ในส่วนี้เราจะแนะนำวิธีการสร้างเว็บไซต์สำเร็จรูป โดยจะยกตัวอย่างการสร้างเว็บไซต์ร้านค้าออนไลน์ฟรีกับ [www.lnwshop.com](http://www.lnwshop.com) ซึ่งมีขั้นตอนดังนี้

1. เปิด [www.lnwshop.com](http://www.lnwshop.com) แล้วกดหรือคลิกเปิดร้านค้าฟรี

2. หากยังไม่ได้ Login เข้าสู่ระบบ คุณจะเห็นหน้าต่างเข้าสู่ระบบ lnwshop ก่อน หรือถ้ายังไม่ได้เป็นสมาชิกก็ให้สมัครสมาชิกก่อน



3. เมื่อคุณเข้าสู่ระบบเรียบร้อยแล้ว จะเข้าสู่ STEP 1 ของการเปิดร้าน โดยให้กรอกข้อมูลและรายละเอียดของร้านให้ครบถ้วน เป็นการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับร้านได้มากยิ่งขึ้น

4. เมื่อเรียบร้อยแล้วให้กดหรือคลิก ขั้นตอนเปิดร้านถัดไป

5. STEP 2 ให้คุณเลือกรูปแบบเว็บไซต์ (Tem-plate) ของร้านค้าคุณ ซึ่งมีให้เลือกมากมาย โดยคลิก **เลือกรูปแบบ** นี้ด้านล่างรูปแบบที่คุณต้องการ ดังภาพ



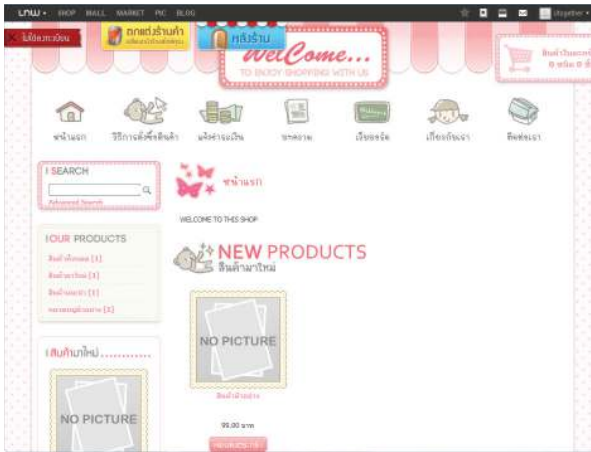


ตรวจสอบพร้อมเปิดร้าน



6. STEP 3 ให้คุณตรวจสอบรายละเอียดข้อมูลและรูปแบบเว็บไซต์ร้านค้าของคุณ พร้อมอ่านข้อตกลงการใช้งานในการใช้ร้านค้าออนไลน์ จากนั้นให้คลิก **เปิดร้านค้าออนไลน์**

7. สิ้นสุดการเปิดร้านค้า คุณสามารถเข้าไปที่หน้าร้านค้า ปรับแต่งหน้าร้านหรือจัดการหลังร้านได้ทันที

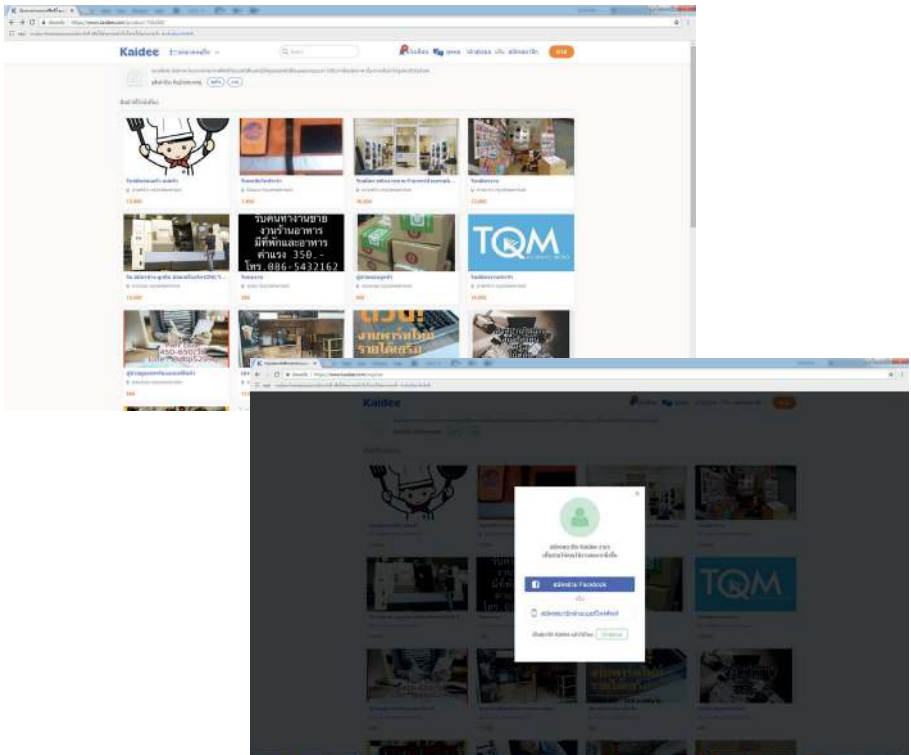


ดูข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ [www.lnwshop.com/start](http://www.lnwshop.com/start)

สำหรับผู้เริ่มต้น แนะนำให้ใช้บริการสร้างเว็บไซต์ร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูปก่อนก็ได้ เพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย ซึ่งก็มีเว็บไซต์ที่ให้บริการอยู่เป็นจำนวนมาก เมื่อธุรกิจขยายใหญ่ขึ้น มีเงินทุนมากพอค่อยลงทุนสร้างเว็บไซต์ของตัวเองขึ้นมาก็ได้ เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับธุรกิจ นอกจากบริการสร้างเว็บไซต์สำเร็จรูปแล้ว เว็บไซต์เหล่านี้ยังมีบริการอื่นๆ ให้เลือกใช้ เช่น บริการออกแบบเว็บไซต์ จดโดเมนเนมและเช่าเว็บโฮสติ้งให้ ทำ SEO โพรโมทให้เว็บไซต์ติดอันดับใน Search Engine เป็นต้น

## ขายบน e-Classified

e-Classified เป็นเว็บไซต์ที่ให้บริการลงประกาศซื้อขายสินค้า โดยจะแบ่งหมวดหมู่สินค้าไว้ให้แล้ว สามารถเลือกหมวดที่ต้องการแล้วเข้าไปประกาศซื้อขายได้โดยตรง เช่น [www.kaidee.com](http://www.kaidee.com) ที่ให้บริการประกาศซื้อขายได้แบบฟรี ไม่จำเป็นต้องมีเว็บไซต์ของตัวเองก็ขายได้



ข้อดีของการขายบนเว็บ e-Classified คือ เป็นการประกาศซื้อขายโดยตรงระหว่างผู้บริโภค ซึ่งอาจจะมีสินค้าไม่ก่ชนิด สามารถเริ่มต้นได้ง่ายทันที ที่สำคัญคือฟรี ส่วนข้อเสียคือไม่เหมาะกับผู้ที่มียอดขายเป็นจำนวนมากๆ นั่นเอง

## Classified โฆษณาได้จริงหรือ

เว็บ Classified นั้น ผู้ประกาศขายสินค้าไม่จำเป็นต้องมีเว็บไซต์เป็นของตัวเองเลย เพียงใช้เว็บเหล่านี้เป็นช่องทางในการประกาศซื้อขายสินค้า พร้อมระบุราคา รูปสินค้า และที่อยู่ติดต่อให้ครบถ้วน เพียงเท่านี้ก็สามารถทำการซื้อขายได้แล้ว

การโฆษณาตามเว็บ Classified ต่างๆ นั้น จะช่วยให้สามารถเข้าถึงลูกค้าได้ตรงกลุ่ม เนื่องจากเว็บไซต์ได้แบ่งหมวดหมู่ในการค้นหาสินค้าเอาไว้ให้แล้ว หากมีคนสนใจหมวดไหน ก็จะคลิกเข้าไปหาตามหมวดที่ต้องการ นอกจากนี้หากเรามีช่องทางการติดต่ออื่นๆ เช่น มีเว็บไซต์ มี Facebook หรืออื่นๆ ก็สามารถใส่ลิงค์ร้านค้าเข้าไปเพื่อเป็นการโปรโมทร้านได้อีกด้วย ซึ่งส่วนใหญ่เว็บไซต์เหล่านี้จะมีผู้เข้าชมเป็นจำนวนมาก ข้อความที่ลงประกาศควรใช้ข้อความที่น่าสนใจ ดึงดูดให้คนอยากคลิกเข้าไปดู แต่ก็ให้อยู่บนพื้นฐานความเป็นจริง และควรเข้าไปอัปเดตข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้โพสต์อยู่ในอันดับต้นๆ ของการค้นหา ซึ่งก็จะเป็นโอกาสที่จะช่วยเพิ่มยอดขายได้

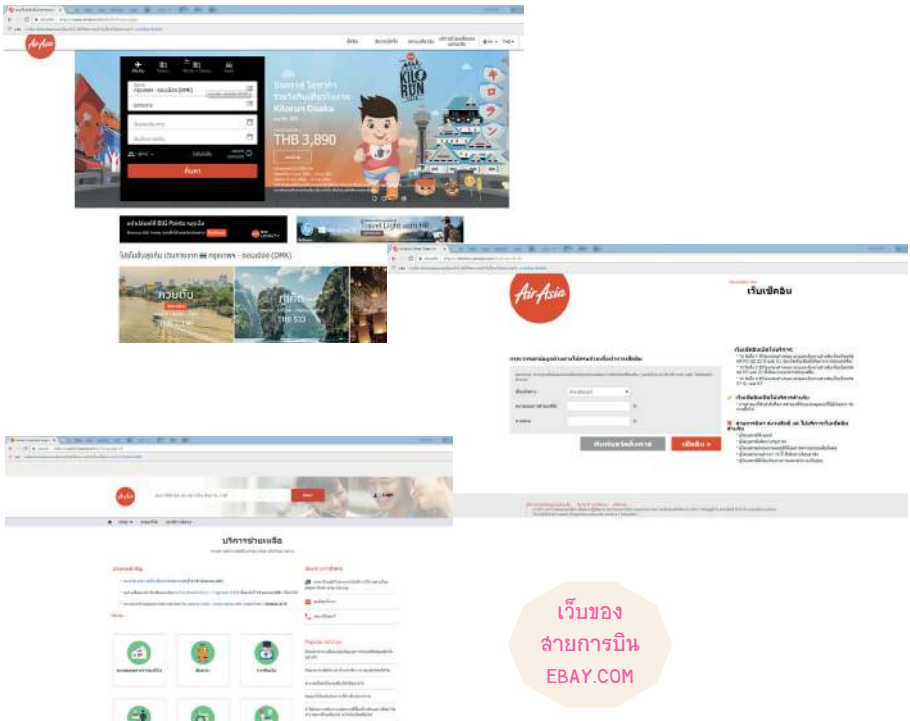
สำหรับเว็บ Classified ของไทยที่ให้บริการประกาศซื้อขายสินค้ามีอยู่หลายๆ เว็บไซต์ โดยบางเว็บไซต์อาจจะต้องสมัครเป็นสมาชิกภายในเว็บไซต์ก่อนถึงจะสามารถลงประกาศได้



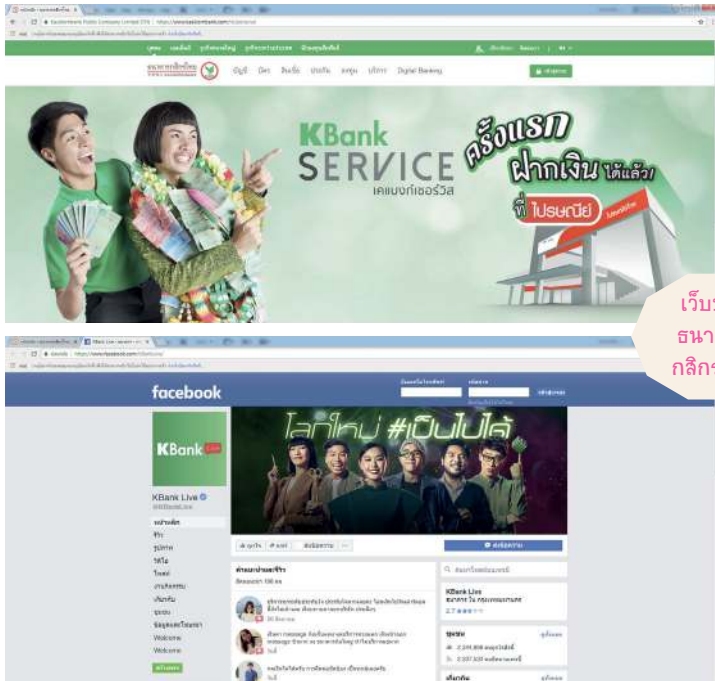
## Social Media ช่วยขายได้อย่างไร

การใช้งานสื่อ Social Media ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น Facebook, Twitter, Instagram, Line หรือ YouTube เข้ามาช่วยเพิ่มช่องทางการขายและการตลาด เนื่องจากสื่อเหล่านี้สามารถเข้าถึงคนจำนวนมากได้ง่ายและรวดเร็ว สามารถโต้ตอบระหว่างกันได้ทันที เพียงแค่กดปุ่ม Like หรือ Share ก็สามารถเผยแพร่ข้อมูลต่อไปได้ไม่สิ้นสุด นับเป็นเครื่องมือที่คุ้มค่าและช่วยประหยัดต้นทุนได้มาก เพราะมีผู้ใช้งานเป็นจำนวนมาก และเพิ่มจำนวนขึ้นเรื่อยๆ ดังนั้นการลงโฆษณาผ่านสื่อประเภทนี้จะสามารถผ่านสายตาผู้ใช้ได้มาก นอกจากการกด Like หรือ Share แล้ว การโพสต์ข้อความต่างๆ รูปภาพ วิดีโอ ที่เป็นประโยชน์ต่อร้านค้าอย่างสม่ำเสมอ ก็จะช่วยทำให้ยอดขายเพิ่มขึ้นได้

### ตัวอย่างการใช้สื่อ Social Media ของเว็บไซต์ต่างๆ



เว็บของ  
สายการบิน  
EBAY.COM



เว็บของ  
ธนาคาร  
กสิกรไทย

แต่อย่างไรก็ตามแต่ละ Social Media นั้น ล้วนมีข้อจำกัดของตัวเอง และมีความน่าเชื่อถือต่ำกว่าการมีเว็บไซต์ที่จดทะเบียนอย่างถูกต้อง ซึ่งสามารถตรวจสอบการมีตัวตนของร้านค้าได้ ดังนั้นควรจะมีทั้งเว็บไซต์ร้านค้า และสื่อ Social Media ของร้านไว้ด้วย เพื่อเป็นช่องทางในการตลาดควบคู่กับเว็บไซต์หลัก เพราะการที่มีผู้ชมเข้ามาดูหรือมากด Like นั้น ก็ไม่ได้หมายความว่าทุกคนจะเข้ามาซื้อสินค้าเสมอไป ผู้ขายเองควรที่จะเข้าใจการทำงานของแต่ละโปรแกรมด้วย เพื่อให้สามารถนำมาใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และตรงกับกลุ่มเป้าหมายอย่างแท้จริง นอกจากนี้อาจจะนำเทคนิคการขายต่างๆ เช่น การลดราคา จัดโปรโมชั่น ในเทศกาลต่างๆ เพื่อดึงดูดให้ลูกค้าอยากที่จะซื้อสินค้าด้วย เป็นต้น ที่สำคัญควรใส่ใจกับคุณภาพของสินค้าที่ขาย และการบริการอย่างตรงไปตรงมา เพียงเท่านี้คุณก็จะสามารถเรียกลูกค้าให้กลับมาซื้อสินค้าของคุณได้อีกแน่นอน

# เตรียมตัวอย่างไร เพื่อขายแต่ละรูปแบบ

สิ่งที่จะต้องเตรียมให้พร้อมในการเปิดร้านค้าออนไลน์ นอกจากตัวสินค้าที่จะขายแล้ว ยังจะต้องเตรียมสิ่งเหล่านี้ด้วย

## 1. ข้อมูลสร้างเว็บไซต์

- กำหนดชื่อเว็บไซต์ ของร้านค้าออนไลน์
- จดชื่อโดเมนเนม เลือกโดเมนเนมให้เหมาะสมกับประเภทของธุรกิจ
- เข้าเว็บไซต์ตั้ง ควรเลือกผู้ให้บริการที่มีความน่าเชื่อถือ และเลือกบริการเว็บไซต์ตั้งให้เหมาะกับขนาดของข้อมูล และความจำเป็นในการใช้งาน มีระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูล มีพื้นที่ในการจัดเก็บเพียงพอ ปริมาณข้อมูลและความเร็วที่รับ-ส่งไม่จำกัดจนเกินไป รวมทั้งมีการสำรองข้อมูลในกรณีที่เกิดความผิดพลาดของระบบด้วย

## 2. ข้อมูลร้านค้า

- ชื่อร้าน ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ ไว้สำหรับติดต่อกับลูกค้า แสดงว่ามีตัวตนจริง
- อีเมลล์สำหรับติดต่อ หรือ Social Media ต่างๆ ที่ให้ลูกค้าสามารถติดต่อกับร้านค้าได้

## 3. ข้อมูลธุรกิจ

- การสั่งซื้อสินค้า ระบุวิธีการสั่งซื้อให้ชัดเจน ควรให้ง่ายและสะดวกแก่ผู้ใช้ โดยอาจจะทำเป็นระบบตระกร้าสินค้า หรืออาจจะเป็นการสั่งซื้อทางอีเมลล์หรือมีแบบฟอร์มการสั่งซื้อเพื่ออำนวยความสะดวกให้ลูกค้าได้
- การชำระเงิน ควรให้มีระบบการชำระเงินที่หลากหลาย รองรับการใช้งานได้ครอบคลุมกับกลุ่มลูกค้าได้มากที่สุด ไม่ว่าจะเป็นการโอนเงิน การจ่ายผ่านบัตรเครดิต บัตรชำระเงินต่างๆ เป็นต้น
- การจัดส่งสินค้า ควรเลือกการขนส่งที่เป็นมาตรฐาน เหมาะกับธุรกิจ สามารถตรวจสอบสถานะของสินค้าได้ และถึงมือลูกค้าอย่างปลอดภัย
- การให้บริการหลังการขาย เป็นอีกปัจจัยที่มีผลต่อการขาย เป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจกับลูกค้า เพื่อรักษาให้ลูกค้ามีความไว้วางใจ และอยากจะเป็นลูกค้าต่อไป

**4. รายละเอียดและรูปสินค้า** ควรอธิบายข้อมูลของสินค้าให้ครบถ้วน เช่น สี ขนาด ราคา นอกจากนี้รูปตัวอย่างสินค้าที่แสดงก็ควรจะทำให้ดูสวยงาม แต่ไม่เกินจริง เพื่อเป็นตัวช่วยในการตัดสินใจของลูกค้าได้ง่ายขึ้น

**5. ข้อมูลสำหรับทำธุรกรรมทางการเงิน**

- เลขที่บัญชีธนาคาร สำหรับให้ลูกค้าโอนเงินเข้าเมื่อมีการสั่งซื้อสินค้า ซึ่งควรจะเป็นบัญชีไว้มากกว่า 1 ธนาคาร เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าได้
- บัตรเครดิต ไว้สำหรับหักบัญชี ในกรณีทำธุรกรรมการชำระเงิน ผ่านบัญชีต่างๆ เช่น Paypal, Omise หรืออื่นๆ

**6. เลือกรูปแบบการสร้างร้านค้าออนไลน์** โดยเลือกว่าจะสร้างร้านค้าออนไลน์ในรูปแบบใด เช่น สร้างเว็บไซต์เอง จ้างคนทำเว็บไซต์ สร้างเว็บสำเร็จรูปจากผู้ให้บริการต่างๆ โดยพิจารณาเงินลงทุน และขนาดของธุรกิจด้วย

**7. ช่องทางทำการตลาด ขยาย โฆษณา ประชาสัมพันธ์** ไม่ว่าจะเป็นการทำ SEO การใช้สื่อ Social Media การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายต่างๆ ซึ่งควรจะมีการสำรวจพฤติกรรมของผู้บริโภค คู่แข่งขัน และปัจจัยที่มีผลต่อการขายด้วย เพื่อสามารถนำข้อมูลวิเคราะห์วางแผนในการขาย และการโปรโมทเว็บไซต์ได้

**8. จัดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์** หลังจากมีเว็บไซต์ร้านค้าออนไลน์แล้ว เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ผู้ประกอบการ ต้องจดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และขอใช้เครื่องหมายรับรอง กับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า (ดูรายละเอียดเพิ่มเติมในภาคผนวก ก และที่ [www.trustmarkthai.com](http://www.trustmarkthai.com)) เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจในการตัดสินใจทำธุรกรรมซื้อขายสินค้ากับผู้ประกอบการ โดยผู้บริโภคสามารถตรวจสอบผู้ประกอบการได้ว่ามีตัวตนอยู่จริงหรือไม่

ท่านสามารถค้นหา  
ข้อมูลผู้ให้บริการได้บน  
[www.trustmarkthai.com](http://www.trustmarkthai.com)





# Branding สำคัญอย่างไร ต่อร้านค้าออนไลน์

03

**DDD**



การสร้างแบรนด์เป็นสิ่งที่สำคัญสำหรับธุรกิจโดยเฉพาะกับร้านค้าออนไลน์ที่มีคู่แข่ง และมีสินค้าที่มีความคล้ายคลึงกันเป็นจำนวนมาก การสร้างแบรนด์ไม่ใช่เพียงการตั้งชื่อหรือผลิตโลโก้เท่านั้น แต่หมายถึงประสบการณ์องค์รวมที่ผู้บริโภคได้สัมผัสในทุกๆ ช่องทาง ทุกๆ โอกาสที่ผู้บริโภคเจอกับเรา ตั้งแต่การเริ่มค้นหาสินค้า การเห็นโฆษณา การสืบค้นข้อมูล การพบกับเว็บไซต์ การเลือกซื้อสินค้า การพูดคุยกับพนักงาน การสั่งซื้อ การใช้สินค้า รวมถึงการบริการหลังการขายฯ ทั้งหมดคือจุดสัมผัส (Touchpoints) ที่จะบอกว่าผู้บริโภครู้สึกถึงแบรนด์ของเราไปในรูปแบบใด

การสร้างแบรนด์คือการสร้างคุณค่าระยะยาวมากกว่าการสร้างรายได้ในระยะสั้นตั้งนั้นแล้ว การสร้างแบรนด์จึงไม่ใช่เรื่องของการสื่อสารทางการตลาดเท่านั้น แต่ควรหยั่งรากลึกไปถึงหัวใจของธุรกิจ อยู่ในปรัชญาความเชื่อขององค์กร ที่จะส่งผลต่อไปถึงพนักงานทุกคนที่ทำงานเพื่อลูกค้า และจะส่งผลต่อกลยุทธ์และทุกๆ กิจกรรมที่ทำ



## ประโยชน์ของการสร้างแบรนด์มีดังนี้

- เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าหรือบริการ ผ่านความน่าเชื่อถือ ซึ่งจะสะท้อนมาในราคาส่วนต่างที่ผู้บริโภคยอมจ่ายที่สูงขึ้น
- เป็นการสร้างตัวตนหรืออัตลักษณ์ที่ทำให้แตกต่างกับคู่แข่ง ซึ่งจะสะท้อนมาเป็นความโดดเด่นที่ผู้บริโภคมักจะจดจำได้อยู่เสมอหรือนึกถึงเมื่อมีความต้องการสินค้าหรือบริการ หรือทำให้เกิดการกล่าวถึงได้โดยง่าย
- สร้างการเชื่อมโยงกับผู้บริโภค ทำให้สินค้าและบริการใกล้ชิดกับผู้บริโภคมากขึ้น เป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้ในชีวิต
- สร้างความจงรักภักดีต่อแบรนด์ สามารถกระตุ้นให้เกิดการซื้อซ้ำได้ง่าย เมื่อประสบการณ์ที่ได้รับตรงกับคุณค่าของแบรนด์ที่มอบให้
- การต่อยอดแบรนด์ไปในรูปแบบต่างๆ เพื่อทำให้เกิดรายได้มากขึ้น อาทิ การต่อยอดผลิตภัณฑ์รุ่นใหม่ การแตกผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อขายให้กับลูกค้ากลุ่มเดิม

## วิธีขั้นตอนการสร้างแบรนด์เบื้องต้น

- เริ่มต้นจากการหาจุดยืนของเรา ความเชื่อที่เกิดจากการทำธุรกิจ โดยตอบคำถามสำคัญคือ ธุรกิจเราเกิดมาในโลกใบนี้เพราะอะไร อาทิ เพราะเราเชื่อว่าผู้หญิงทุกคนสามารถสวยได้จากผลิตภัณฑ์ที่ราคาเข้าถึงได้ หรือ เชื่อว่าคนไทยทุกคนสามารถอายุยืนได้จากการมีสุขภาพที่ดีที่เกิดจากการกิน หรือ เราเชื่อว่าคนทุกคนมีความเป็นนักกีฬาอยู่ในตัว เป็นต้น

• การหาข้อเสนอหรือคุณค่าที่โดดเด่น (Unique Selling Proposition) ซึ่งเป็นคำมั่นสัญญาว่า ผู้บริโภคจะได้รับสิ่งนั้นจากแบรนด์ของเราอย่างแน่นอน เริ่มต้นจากการวิเคราะห์ว่าผลิตภัณฑ์หรือบริการที่เราเริ่มเมื่อเทียบกับคู่แข่งแล้วมีสิ่งใดที่เหมือนกันบ้าง (Point of Parity) และมีสิ่งใดที่ต่างกัันบ้าง (Point of Difference) ซึ่งสิ่งที่แตกต่างเหล่านั้นควรเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคโหยหาและไม่ควรซ้ำกับผู้อื่น เราจึงสามารถนำมาสร้างเป็นข้อเสนอด้านคุณค่าได้ ยิ่งเป็นสิ่งที่ยิ่ง



ไม่เคยถูกตอบสนองมาก่อน (Unmet Need) ยิ่งจะทำให้แบรนด์เราโดดเด่น สิ่งเหล่านี้อาจจะอยู่ในคุณลักษณะของสินค้า คุณประโยชน์จากการใช้งาน ประสิทธิภาพการใช้งาน คุณค่าเชิงอารมณ์ที่เกิดขึ้นระหว่างใช้หรือหลังใช้ก็ได้ อาทิเช่น ส่วนประกอบหรือวัตถุดิบชั้นเลิศ การเป็นของแท้ การบริการที่สุดยอดในทุกๆรายละเอียด ความสะดวกสบาย การทำให้ลูกค้าประหยัดมากขึ้น การประหยัดเวลา ความสุนทรีย์ที่เกิดจากการใช้งาน เป็นต้น

• **การกำหนดการสร้างความแตกต่างทางด้านความรู้สึกเชิงอารมณ์ให้กับแบรนด์**

เพราะการตัดสินใจของมนุษย์มักมีอารมณ์เข้ามาเกี่ยวข้องด้วยเสมอ แบรนด์ที่ดีจึงสามารถกำหนดความรู้สึกนึกคิดที่ผู้บริโภคมีต่อแบรนด์ได้ โดยมักทำให้แบรนด์มีบุคลิก (Brand Personality) ที่กลุ่มเป้าหมายเราควรจะสนใจ อาทิ ถ้าเราเสนอสิ่งที่เกี่ยวข้องกับการแพทย์ แบรนด์ควรมีบุคลิกที่น่าเชื่อถือ ถ้าข้อเสนอเราเป็นสินค้าทั่วไป เราอาจกำหนดบุคลิกของแบรนด์ให้มีบุคลิกที่ดูขี้เล่น ถ้าข้อเสนอของเราเกี่ยวกับอาหารการกินหรือบริการ เราอาจกำหนดบุคลิกให้เหมือนคนที่มีบุคลิกที่จริงใจห่วงใยก็ได้ นอกจากนี้ยังควรกำหนดภาพลักษณ์ให้ชัดเจนเหมือนที่เรามองเพื่อนหรือดาราคคนหนึ่งแล้วนึกถึงภาพลักษณ์ไปในรูปแบบใด

• **การถ่ายทอดแบรนด์ออกไปในทุกๆ มุมมอง** หลังจากที่เรากำหนดความเป็นแบรนด์ได้แล้ว ก็ต้องถ่ายทอดออกมาเป็นสิ่งที่จับต้องได้ในหลายๆรูปแบบ ทั้งภายในและภายนอกองค์กร ซึ่งอาจหมายถึงคู่มือการใช้แบรนด์ (โลโก้, สี, สโลแกน) การสื่อสารทางการตลาด การนำมาอยู่ในรูปแบบกลยุทธ์ของการทำธุรกิจ การพัฒนาพนักงาน นโยบายการดำเนินธุรกิจ ฯ อาทิ ถ้าข้อเสนอของเรากำลังพูดถึงการให้บริการที่ดีที่สุดและมีภาพลักษณ์ที่จริงใจและใส่ใจในทุกๆรายละเอียด เว็บไซต์ของเราควรจะต้องมีข้อมูลเกี่ยวกับการการันตีที่ดีแบบโปร่งใส การถามตอบในโซเชียลมีเดียต้องเป็นไปอย่างรวดเร็ว การส่งของต้องส่งอย่างฉับไวและต้องมั่นใจว่าพัสดุจะต้องไม่เสียหายระหว่างทาง นโยบายการรับประกันสินค้าอาจจะยาวนานกว่าคู่แข่ง หรือนโยบายการคืนของโดยไม่มีข้อแม้ เป็นต้น

จะเห็นได้ว่าการสร้างแบรนด์เป็นการกำหนดอัตลักษณ์เพื่อสร้างตัวตนให้กับสินค้าหรือบริการของเรา เป็นแรงขับเคลื่อนให้ธุรกิจเป็นไปอย่างที่ต้องการและมีมาตรฐาน ซึ่งแบรนด์จะเป็นตัวกำหนดคະເຄື່ອນທຸກໆกิจกรรมที่นำเสนอไปให้ผู้บริโภค รวมถึงการออกแบบช่องทางการสื่อสารที่ต้องสอดคล้องกันเพื่อที่จะได้ประสบการณ์ไปในทางเดียวกัน

## การทำให้ร้านค้าออนไลน์เป็นที่รู้จักและชื่นชอบ

เมื่อมีสินค้าหรือบริการที่ดี มีแบรนด์ที่ดีแล้ว การทำการตลาดก็เป็นเรื่องสำคัญไม่แพ้กัน การที่เราจะส่งมอบข้อเสนอและประสบการณ์ต่างๆ ให้กับลูกค้าได้นั้นต้องเข้าใจถึงพฤติกรรมลูกค้าอย่างชัดเจนว่ามีขั้นตอนอย่างไรบ้างเกี่ยวกับการซื้อสินค้า ซึ่งสินค้าและบริการแต่ละประเภทก็มีความแตกต่างกันไป โดยทั่วไปแล้วจะมีดังต่อไปนี้

1. การทำให้เกิดการรับรู้ถึงแบรนด์ (Brand Awareness) คือการทำให้แบรนด์เป็นที่รู้จักในกลุ่มเป้าหมาย ทำให้ลูกค้ารู้ว่าเรามีจุดเด่นในเรื่องอะไร ทำไมเขาถึงต้องให้ความสนใจกับแบรนด์ของเรา ส่วนมากจะเป็นการสื่อสารทางการตลาด อาจรวมถึงการซื้อสื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ การทำให้ผู้บริโภคค้นหาเราเจอเมื่อเกิดความต้องการอย่างสื่อประเภท Search การทำให้เกิดความประทับใจเมื่อแรกเห็นผ่านการออกแบบทั้งภาพและข้อความที่น่าดึงดูด ข้อดีของออนไลน์คือสามารถทำในลักษณะแคมเปญที่ทำในบางช่วงเวลา หรือทำในลักษณะต่อเนื่อง (Always on) ผ่านช่องทางการสื่อสารที่แบรนด์เป็นเจ้าของ

### 2. การทำให้เกิดการชื่นชอบ

ในแบรนด์ (Brand Preferences) เป็นกระบวนการที่ทำให้เราเป็นตัวเลือกต้นๆ เมื่อลูกค้าสนใจที่จะซื้อสินค้าและบริการ การทำให้เกิดความสนใจอาจทำได้หลายวิธี อาทิ การใช้โซเชียลมีเดียในรูปแบบที่ลูกค้าชื่นชอบ การให้ข้อมูล (content) ที่เป็นประโยชน์ที่ทำให้ลูกค้าได้มีข้อมูลเชิงลึกมากขึ้นหรือเพื่อลดความไม่สบายใจของลูกค้า การที่ลูกค้าได้อ่านรีวิวที่ดีจากลูกค้าคนอื่นก่อนการตัดสินใจซื้อ การได้รับความน่าเชื่อถือจากผู้มีอิทธิพลบนออนไลน์ (Influencers) หรือแม้กระทั่งประสบการณ์การโต้ตอบผ่านแชทเมื่อผู้บริโภคต้องการสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลสินค้า ก็สร้างความประทับใจและชื่นชอบได้เช่นกัน นอกเหนือจากราคาและโปรโมชั่นที่เสนอ



3. การสร้างประสบการณ์ที่ดีกับลูกค้า (Brand Experiences) เมื่อลูกค้าตัดสินใจซื้อแล้ว ลูกค้าย่อมคาดหวังในตัวสินค้าและบริการที่เราจะมอบให้ ไม่ว่าจะเป็นประสบการณ์ที่ดีจากการเลือกซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ การรอคอยการรับสินค้า การได้ลองใช้สินค้าหรือบริการจริง รวมทั้งบริการหลังการขาย ทั้งหมดนี้เมื่อประสบการณ์ที่ได้รับมากกว่าหรือเท่ากับความคาดหวังของลูกค้า ก็ย่อมที่ทำให้เกิดความพอใจ เกิดความจงรักภักดีกับแบรนด์ และอาจเกิดการบอกต่อหรือซื้อซ้ำได้ในอนาคต

4. การทำให้แบรนด์มีผู้สนับสนุน (Brand Advocacy) แบรนด์ที่ดีสามารถกระตุ้นให้เกิดผู้สนับสนุนเพื่อบอกต่อกับผู้อื่น ทำให้การรับรู้แบรนด์กระจายเป็นวงกว้างมากขึ้น และโน้มน้าวให้ผู้อื่นเชื่อมั่นได้แบรนด์ได้โดยที่แบรนด์ไม่ต้องบอกเอง ในออนไลน์ที่ใครๆ ก็บอกต่อได้ทั้งเรื่องดีและเรื่องไม่ดีของแบรนด์ให้กับผู้อื่นได้ชั่วข้ามคืน เจ้าของแบรนด์จึงควรหมั่นตรวจสอบเสียงของลูกค้าที่พูดถึงแบรนด์เราอยู่เสมอๆ และเตรียมรับมือกับทุกๆ เหตุการณ์ที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต

จะเห็นได้ว่าการทำร้านค้าออนไลน์ให้เป็นที่รู้จักย่อมมีเรื่องที่ต้องทำมากมาย เพื่อให้แบรนด์ของเราเป็นไปอย่างที่ต้องการ กลยุทธ์ที่สำคัญคือต้องรู้ว่าขั้นตอนไหนเป็นขั้นตอนที่ควรให้ความสำคัญในลำดับต้นๆ การที่จะรู้ได้นั้นควรมาจากการวิจัยกับผู้บริโภคหรือลองเปรียบเทียบกับคู่แข่งเมื่อเรารู้ว่าผู้บริโภคใส่ใจเรื่องอะไร (content) ที่ช่องทางไหน (channel) ก็เข้าไปนำเสนอเพื่อตอบสนองความต้องการให้ได้ดีกว่าคู่แข่งหรือเร็วกว่าคู่แข่ง ไม่จำเป็นการซ่อมจุดอ่อน เสริมจุดแข็ง หรือสร้างจุดที่แตกต่าง และที่สำคัญควรมีความต่อเนื่องและหมั่นตรวจสอบผลลัพธ์ว่าสิ่งที่ทำนั้นบรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการหรือไม่



เจ็ควปูม้าส่ง Delivery  
@JekPuMaung

หน้าหลัก  
ข้อเสนอ  
ข่าว  
รูปภาพ

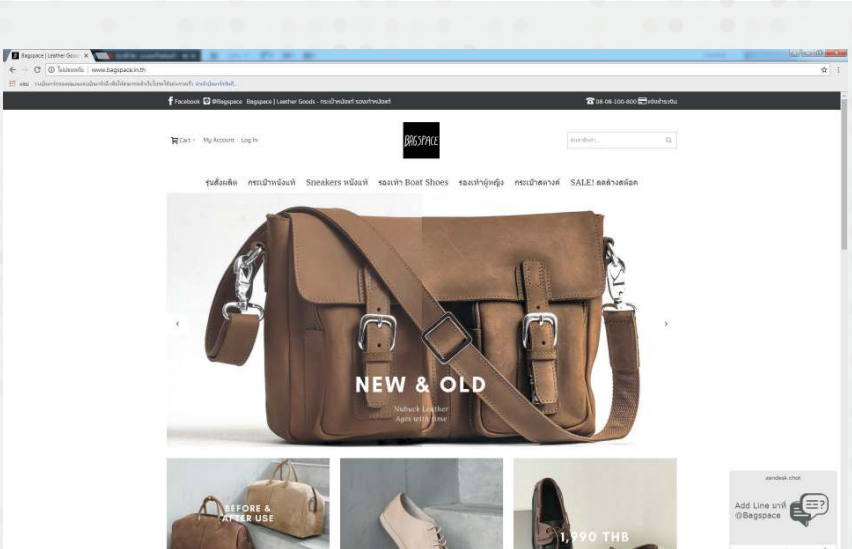
โพสต์  
วิดีโอ  
เกี่ยวกับ  
ชุมชน  
ข้อมูลและโฆษณา

อัลบั้ม

|                            |                                   |                      |                  |
|----------------------------|-----------------------------------|----------------------|------------------|
| ปูจานออนไลน์<br>14,770 บาท | การยัดใบเตยผัดผัดผัด<br>4,264 บาท | ปูจานเผือก<br>20 บาท | ปูไปให้<br>6 บาท |
|----------------------------|-----------------------------------|----------------------|------------------|

## เจ็ควปูม้านี้

เป็นร้านขายอาหารทะเลออนไลน์ ที่โดดเด่นการใช้โซเชียลมีเดียในการทำตลาดอย่างต่อเนื่อง การถาม-ตอบคำถามที่รวดเร็ว และระบบการจัดการบริหาร ทั้งการผลิตและการจัดส่งที่สามารถรักษามาตรฐานได้ที่มีความสำคัญไม่แพ้กัน



## Bag Space

ร้านขาย Accessories ของผู้ชายด้วยเครื่องหนังสไตล์ดิบที่วางตำแหน่งทางการตลาดที่สร้างสินค้าที่ตอบโจทย์การใช้งานในราคากลางๆ เน้นการขายออนไลน์ที่โดดเด่นเรื่องการดีไซน์คอนเทนต์เชิงไลฟ์สไตล์และการใช้สื่อโฆษณาออนไลน์ ปัจจุบันเปิดทั้งแบบออนไลน์และมีโชว์รูมอยู่ทั้งในไทยและต่างประเทศเพื่อเกื้อหนุนธุรกิจกัน



# สร้างเว็บไซต์ ร้านค้าออนไลน์อย่างไร ให้น่าเชื่อถือ

04

**DBD**



## รู้จักกับเว็บไซต์

องค์ประกอบสำคัญอย่างหนึ่งของอินเทอร์เน็ตก็คือ เว็บไซต์ เพราะเว็บไซต์เป็นแหล่งหลักที่เก็บรวบรวมข้อมูลต่างๆ ที่นำเสนอบนอินเทอร์เน็ตเอาไว้ เพื่อให้ผู้ใช้ทั่วโลกสามารถเข้าไปอ่านหรือชมได้นั่นเอง ในปัจจุบันองค์กรและบริษัทห้างร้านต่างๆ จำเป็นต้องมีเว็บไซต์ของตนเองอยู่บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เพื่อที่จะใช้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและบริการต่างๆ ให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย ช่วยให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าหรือผู้ใช้บริการเป้าหมายได้อย่างครอบคลุม ส่งเสริมศักยภาพการแข่งขันในด้านธุรกิจ นอกจากนี้ยังช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรอีกด้วย

เมื่อเข้าไปยังเว็บไซต์ จะพบกับหน้าแรกที่เรียกว่าโฮมเพจ (Home Page) ซึ่งเป็นหน้าหลักของเว็บเพื่อแสดงความเป็นตัวตนของเว็บไซต์นั้น ว่าต้องการนำเสนออะไร ซึ่งจะประกอบไปด้วยโลโก้สินค้าหรือบริการ ภาพสินค้า ปุ่มหรือเมนูที่บอกว่าในเว็บนี้แบ่งเนื้อหาเป็นกี่หัวข้อ ป้ายโฆษณาเชิญชวนให้ผู้ชมคลิกเพื่อเปิดหน้าเว็บเพจย่อยอื่นๆ

## เนื้อหาที่ควรมีในเว็บไซต์

เนื้อหาที่แสดงอยู่ในแต่ละเว็บไซต์นั้น ไม่ได้มีข้อกำหนดที่เป็นมาตรฐานตายตัวว่าจะต้องเป็นแบบใด ขึ้นอยู่กับข้อมูลที่จะนำเสนอและจุดเด่นที่ต้องการให้มีซึ่งจะทำให้รายละเอียดปลีกย่อยของแต่ละเว็บไซต์แตกต่างกันออกไป แต่หลักๆ แล้วพอสรุปได้ว่าข้อมูลพื้นฐานที่ควรมีในเว็บไซต์ประกอบด้วยข้อมูลดังนี้

1. ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัท องค์กร ร้านค้า หรือผู้จัดทำ (About Us) คือข้อมูลเกี่ยวกับเจ้าของเว็บไซต์ เพื่อบอกให้ผู้ชมรู้ว่าเป็นใครมาจากไหน และต้องการนำเสนออะไร เช่น วัตถุประสงค์ของเว็บไซต์ ประวัติและความเป็นมา สถานที่ตั้งเลขทะเบียนพาณิชย์ เป็นต้น เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจว่าร้านค้านี้มีตัวตนอยู่จริง

2. รายละเอียดของผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Product/ Service Information) คือข้อมูลหลักที่เราแนะนำ ซึ่งหากเป็นเว็บไซต์ทางธุรกิจผู้ชมจำเป็นต้องรู้รายละเอียดของผลิตภัณฑ์ หรือบริการ รวมทั้งอาจมีการเปรียบเทียบราคา เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจซื้อ แต่หากเป็นเว็บไซต์ที่ให้ความรู้ก็อาจจะประกอบด้วยบทความ รูปภาพ มัลติมีเดีย และลิงค์ไปยังเว็บไซต์อื่นที่ให้ข้อมูลเพิ่มเติม

3. **ข่าวสาร** (News/ Press Releases) อาจจะเป็นข่าวสารที่ต้องการส่งถึงบุคคลทั่วไป หรือสมาชิก เพื่อให้รับรู้ความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับบริษัทหรือเว็บไซต์ของเรา เช่น การเปิดตัวสินค้าใหม่ โปรโมชัน หรือกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้น

4. **คำถามคำตอบ** (Frequently/ Asked Question) มีความจำเป็น เพราะผู้ชมบางส่วนอาจไม่เข้าใจข้อมูล หรือมีปัญหาต้องการสอบถาม การติดต่อทางอีเมลหรือช่องทางอื่นๆ แม้ว่าจะทำได้แต่ก็เสียเวลา ดังนั้นเราควรคาดการณ์หรือรวบรวมคำถามที่เคยอดบไปแล้วใส่ไว้ในเว็บ ซึ่งผู้ชมที่สงสัยสามารถเปิดดูได้ทันที นอกจากนี้อาจมีเว็บบอร์ดสำหรับให้ผู้ดูแลเว็บไซต์คอยตอบ รวมทั้งอาจเปิดให้ผู้ชมด้วยกันช่วยตอบก็ได้ บางครั้งอาจอยู่ในรูปแบบ Help หรือข้อมูลช่วยเหลือ

5. **ข้อมูลในการติดต่อ** (Contact Information) เพื่อให้ผู้เข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์ที่เกิดข้อสงสัย หรือต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม สามารถติดต่อกับเราได้ จึงควรระบุอีเมลแอดเดรส ที่อยู่บริษัท ร้านค้า เบอร์โทรศัพท์ หรือข้อมูลติดต่ออื่นๆ ไว้ในเว็บไซต์ด้วย

## การให้รายละเอียดสินค้า

การให้รายละเอียดของสินค้า นับเป็นส่วนสำคัญอย่างมากในการขายสินค้า ซึ่งลูกค้าจะตัดสินใจซื้อสินค้าหรือไม่นั้น ขึ้นอยู่กับรายละเอียดของสินค้าเป็นหลัก โดยรายละเอียดที่สำคัญๆ พอสรุปได้มีดังนี้

1. **ชื่อสินค้า** บอกว่าเป็นสินค้าใด
2. **รายละเอียดสินค้า** อธิบายรายละเอียดต่างๆ ให้ชัดเจน ครบถ้วน น่าสนใจ เช่น คุณลักษณะที่โดดเด่นของตัวสินค้า วัสดุที่ใช้ ขนาด แตกต่างจากคู่แข่งขึ้นอย่างไร มีการรับรองคุณภาพ หรือบริการพิเศษต่างๆ อย่างไรบ้าง เป็นต้น เพื่อแสดงความน่าสนใจให้กับตัวสินค้า
3. **ราคาสินค้า** มีส่วนสำคัญ เราสามารถให้ข้อมูลราคาปกติ และราคาลดพิเศษ เพื่อสร้างให้เกิดความน่าสนใจ เทคนิค



**เสื้อชีฟอง หรือเดอริ เสื้อผ้าแฟชั่น**

รหัสสินค้า : 4000639\*\*\*

สมาชิก ๑๑5% : 586.00 บาท

★★★★★

*Magudi* **ของแท้ 100%**

- + 8-ชมพู่ ศรีนคร
- + ไซส์ S-M
- + สวมแล้วแล้ ๑๑50% ใ้ถึง3ตัว
- + ราคาปกติ = 617บาท

จำนวน  ชิ้น เลือกสี

ทางร้านจะ ส่ง sms + ไลน์ cf แจ้งยอดสิทธิ์นะคะ (ภายใน24ชั่วโมง )  
 ยกเว้น ++ วันเสาร์ที่หยุด - วันอาทิตย์ จะcf เป็นวันจันทร์ นะคะ ++  
 หากว่าไม่ใ้ รับ การ cf ใ้ รมกนดัดแล้ สอบถาม เข้ามาอีกใ้ นะคะ

ขนาดของสินค้า

| ความยาว (ซม.) | ไซส์ วัดด้านเดียว (ซม.) | รอบอก (นิ้ว.)      | รอบเอว (นิ้ว.)     | ชายกว้าง วัดด้านเดียว (ซม.) |
|---------------|-------------------------|--------------------|--------------------|-----------------------------|
| S 61<br>M 62  | S<br>M                  | S 30-34<br>M 34-36 | S 24-27<br>M 29-30 | S 49<br>M 52                |

การตั้งราคาพิเศษ ควรมีการระบุวันที่ เช่น ราคาพิเศษนี้ถึงวันที่ 31 มกราคม เป็นต้น ซึ่งการมีวันที่มาเป็นองค์ประกอบจะทำให้ลูกค้าตัดสินใจได้ง่ายขึ้น เพราะเป็นราคาพิเศษแบบมีช่วงเวลา นอกจากนี้ควรระบุให้ชัดเจนว่าเป็นราคาที่รวมภาษี หรือค่าขนส่งด้วยหรือไม่

**4. รูปภาพ** ควรใช้รูปภาพสินค้าที่แสดงรายละเอียดสินค้าได้ชัดเจน สวยงามดึงดูดให้น่าสนใจ โดยอาจใช้โปรแกรมปรับแต่งภาพช่วย เช่น PhotoScape, Photoshop เป็นต้น หากต้องการให้แสดงผลได้เร็วก็ควรลดขนาดของไฟล์ให้เล็กลงพอเหมาะกับขนาดภาพ หรือภาพมีดไป



ตรวจรูปภาพหลายๆ มุมมอง

ก็ปรับแสงให้สว่างขึ้น เพื่อให้มองเห็นรายละเอียดของสินค้าได้ชัดเจน นอกจากนี้สีของรูปภาพอาจจะเพี้ยนจากสีจริงไปบ้าง ขึ้นอยู่กับสภาพแสงตอนถ่ายภาพด้วย ก็ควรจะแจ้งรายละเอียดข้อจำกัดของสีด้วยว่า อาจจะมิเพี้ยนจากสีจริงเล็กน้อย เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาภายหลังเมื่อลูกค้ารับสินค้าไปแล้ว

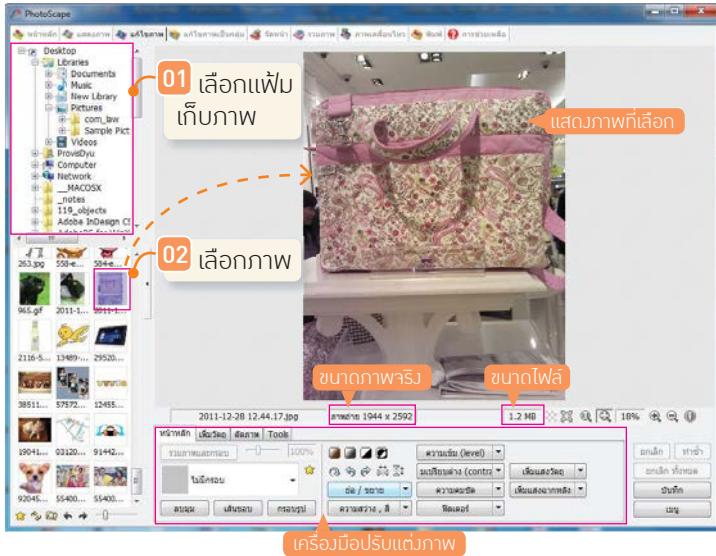
ชนิดของไฟล์ที่เหมาะสมสำหรับแสดงผลในเว็บ ได้แก่ .JPEG, .GIF และ .PNG และขนาดไฟล์ไม่ควรเกิน 200 KB เพื่อความรวดเร็วและในการแสดงผลบนเว็บ

### ตัวอย่างการใช้โปรแกรม PhotoScape ปรับแต่งภาพ

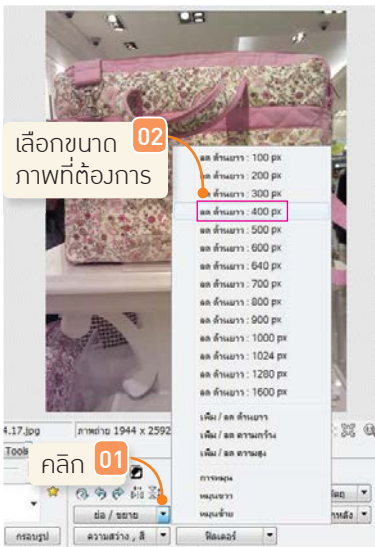
จะยกตัวอย่างการลดขนาดภาพผ่านโปรแกรม Photoscape ซึ่งเป็นโปรแกรมฟรี มีเครื่องมือที่ใช้แต่งภาพครบครัน ที่สำคัญคือใช้ง่ายมากเพราะมีภาษาไทยด้วย มีขั้นตอนดังนี้

- ก่อนอื่นให้เข้าไปดาวน์โหลดโปรแกรมที่ [www.photoscape.org](http://www.photoscape.org) แล้วติดตั้งลงเครื่องก่อน
- เมื่อติดตั้งเรียบร้อยแล้วเปิดโปรแกรมขึ้นมา ให้เลือกแก้ไขภาพ (Editor)
- เปิดภาพที่ต้องการปรับแต่งที่กรอบด้านซ้าย

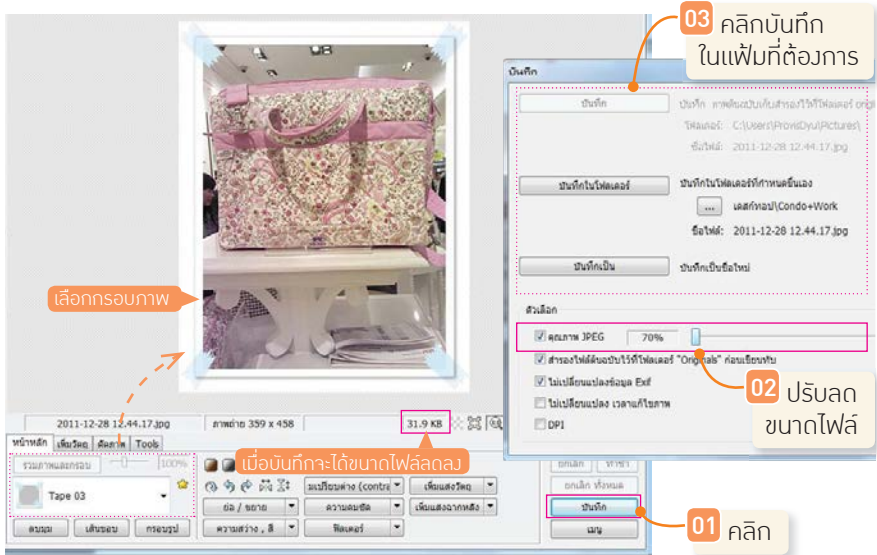




• จากนั้นคลิกปุ่ม ย่อ/ขยาย เลือกลดขนาดภาพที่ต้องการ



- เมื่อลดขนาดภาพแล้ว หากขนาดไฟล์ยังใหญ่เกินไป สามารถคลิกปุ่ม **บันทึก** แล้วไปลดคุณภาพของไฟล์ลงอีกได้ โดยจะมีตัวเลือกปรับลดขนาดไฟล์ที่เหมาะสมได้ จากนั้นเลือกบันทึกในแฟ้มที่ต้องการอีกครั้ง



เพียงเท่านี้ก็สามารถนำภาพที่บันทึกไปใช้ในเว็บเพจได้ ซึ่งจะได้ขนาดภาพตามที่ปรับพร้อมภาพที่ตกแต่งให้สวยงามได้ง่ายๆ ด้วยโปรแกรม PhotoScape

- กระตุ้นความรู้สึกให้อยากซื้อสินค้าและบริการ โดยอาจจะแจ้งรายการ โปรโมชันพิเศษต่างๆ ในช่วงเวลาดังกล่าว
- สร้างการติดต่อ และปิดการขาย โดยมีข้อมูลการติดต่อเพื่อสั่งซื้อ หรือมีปุ่มสั่งซื้อ หากลูกค้าสนใจก็สามารถคลิกสั่งซื้อ หรือต้องการติดต่อสอบถามก็สามารถติดต่อตามรายการที่แจ้งไว้ได้ และควรย้ำให้ลูกค้าอ่านเงื่อนไขก่อนการสั่งซื้อให้ละเอียด เพื่อป้องกันปัญหาภายหลังจากการสั่งซื้อสินค้าแล้ว

7. **เงื่อนไขอื่นๆ** เช่น การรับประกัน การคืนสินค้า ค่าขนส่งสินค้า ภาษี หรืออื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ควรระบุให้ชัดเจน และตรงกับความเป็นจริง จะทำลูกค้าจะอุ่นใจมากขึ้น และนำมาประกอบการตัดสินใจในการสั่งซื้อสินค้าได้



## ออกแบบหน้าเว็บ...อย่างไรให้ดูดี ?

หน้าเว็บไซต์เปรียบเสมือนกับหน้าร้านค้าของคุณ หากหน้าร้านของคุณไม่สวย ดูไม่ดี ก็คงจะไม่ค่อยมีใครอยากจะได้เข้ามาซื้อของภายในร้านค้าของคุณสักเท่าไร ดังนั้นหากมีการออกแบบเว็บไซต์ให้ดูดี สวยงาม ใช้งานง่าย ก็จะช่วยสร้างความน่าเชื่อถือให้กับลูกค้าที่เข้ามาซื้อของภายในเว็บไซต์ของคุณได้ไม่น้อยเลยทีเดียว ซึ่งหลังจากเตรียมข้อมูลที่ต้องมีในเว็บไซต์เรียบร้อยแล้ว ก็ถึงขั้นตอนการออกแบบหน้าร้านของคุณให้ดูดี โดยสรุปออกมาเป็นข้อๆ ได้ดังนี้

**1. ออกแบบให้เรียบง่าย และเป็นระเบียบ** เว็บไซต์ที่เรียบง่ายและดูดี จะสร้างความน่าสนใจและน่าเชื่อถือ การวางตำแหน่งของเนื้อหาต่างๆ อย่างมีระเบียบ จะช่วยให้ผู้ชมหาข้อมูลได้ง่ายและรวดเร็ว

**2. จัดสัดส่วนระหว่างข้อความและภาพกราฟิกให้พอดี** เว็บไซต์ที่มีข้อความมากๆ ผู้ชมจะรู้สึกอึดและเบื่อหน่าย ทำให้เนื้อหาของเว็บเพจดูหนักและขาดความดึงดูดใจ และตรงกันข้ามหากมีแต่รูปภาพก็จะทำให้ผู้เข้าชมไม่รู้จะเริ่มต้นที่จุดใด ทำให้เว็บเพจขาดเนื้อหาสาระ แนวทางที่ถูกต้องคือการจัดสัดส่วนระหว่างข้อความและภาพกราฟิกให้เหมาะสม

**3. ให้ความสำคัญกับส่วนบนของเว็บเพจ** ส่วนสำคัญที่สุดของเว็บเพจ คือ ด้านบนสุดของหน้า ผู้ชมจะสัมผัสได้ทันทีเมื่อเปิดเข้ามาที่หน้านั้น ส่วนใหญ่นิยมจัดวางองค์ประกอบเป็นรูปแบบคล้ายๆ กัน ดังนี้

- ชื่อโลโก้ของเว็บไซต์ ระบบเมนูหลัก หรือปุ่มที่เชื่อมโยงไปยังหน้าเว็บเพจต่างๆ เครื่องมือเสริมสำหรับค้นหาข้อมูลในเว็บไซต์ และลิงค์สำคัญ
- ป้ายแบนเนอร์โฆษณา หรือข้อความที่สำคัญ

4. สร้างระดับความสำคัญของเนื้อหา จะช่วยเน้นให้ผู้ชมเห็นว่าส่วนไหนสำคัญมาก หรือสำคัญน้อย ซึ่งผู้ชมจะรับรู้ได้ด้วยสายตาอย่างรวดเร็ว เช่น ข้อความขนาดใหญ่ แสดงว่าสำคัญกว่าข้อความขนาดเล็ก เป็นต้น ลักษณะองค์ประกอบต่างๆ ที่ต้องคำนึงถึงมีดังนี้

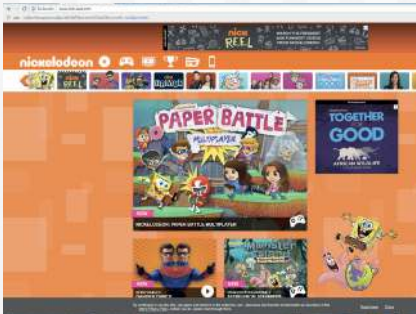
- ตำแหน่งและลำดับ สี ขนาด ขององค์ประกอบในเว็บเพจ
- ภาพกราฟิกที่ดึงดูดความสนใจ ใช้ภาพเคลื่อนไหว หรือข้อความเคลื่อนไหวเพื่อเน้นเฉพาะจุด
- ใช้บุคลิกแสดงรายการที่เป็นหัวข้อย่อยๆ เพื่อแยกให้เห็นเด่นชัด

5. เลือกใช้สื่ออย่างเหมาะสม การออกแบบเว็บไซต์ให้สวยงามนั้น ส่วนใหญ่จะขึ้นอยู่กับ การเลือกชุดสีให้ผสมกลมกลืนกัน ทำให้เว็บเพจออกมาดูดี เช่น สีพื้นเว็บเพจ สีข้อความ และสีขององค์ประกอบอื่นๆ ซึ่งควรจะให้ออกมาในโทนสีเดียวกัน และการใช้สีนั้นยังช่วยบ่งบอกบุคลิกของเว็บไซต์ได้ด้วยว่าเนื้อหาจะออกมาแนวไหน



### ตัวอย่างการเลือกใช้สีแบบต่างๆ

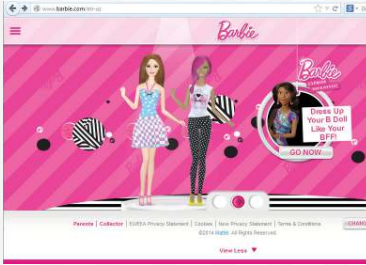
- **สีส้ม** ให้ความรู้สึกอบอุ่น สดใส มีสติปัญญา ทะเยอทะยาน



- **สีแดง** ให้ความรู้สึกเร้าใจ ตื่นเต้น ทำท่าย ตื่นตัว



- **สีชมพู** ให้ความรู้สึกอบอุ่น อ่อนโยน นุ่มนวล อ่อนหวาน ความรัก



- **สีเหลือง** ให้ความรู้สึกแจ่มใส สดใส อบอุ่น ร่าเริง



- **สีเขียว** ให้ความรู้สึกร่มเย็น ผ่อนคลาย สบายตา ปลอดภัย



- **สีน้ำเงิน** ให้ความรู้สึกสุขุม เยือกเย็นหนักแน่น น่าเชื่อถือ



- **สีฟ้า** ให้ความรู้สึกสงบ เยือกเย็น อิศระ สบาย ปลอดภัย

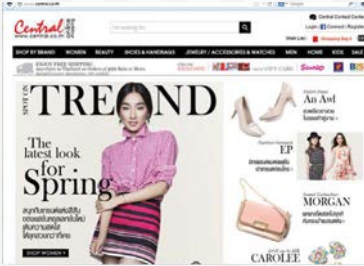


- **สีม่วง** ให้ความรู้สึกน่าติดตาม เร็นลับ น่าค้นหา มีเสน่ห์





- สีขาว ให้ความรู้สึกบริสุทธิ์ สะอาด สดใส เบบาง อ่อนโยน



- สีทอง ให้ความรู้สึกความหรูหรา มีราคา สง่างาม



6. ออกแบบขนาดของเว็บเพจให้พอดีกับหน้าจอ การออกแบบเว็บไซต์ที่ดีนั้น จะต้องคำนึงถึงกลุ่มผู้ชมเป้าหมายส่วนใหญ่ด้วยว่าเขาใช้จอภาพที่มีความละเอียดเท่าใด ซึ่งปัจจุบันมีผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตทั้งบนเครื่องคอมพิวเตอร์ สมาร์ทโฟน และอุปกรณ์พกพาต่างๆ ด้วย ซึ่งก็ควรพัฒนาให้รองรับกับลักษณะการใช้งานของผู้ใช้เพื่อให้สามารถเข้าถึงผู้ใช้ได้มากที่สุดขอบคุคลิกของเว็บไซต์ได้ด้ด้วยว่าเนื้อหาจะออกมาแนวไหน



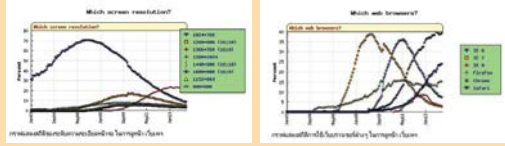
## องค์ประกอบของ...เว็บไซต์ที่ดี

### 1. ความสามารถในการเข้าถึงเว็บไซต์

- รองรับการแสดงผลกับหน้าจอที่มีความละเอียดต่างกันได้หลายขนาด
- สามารถแสดงผลได้หลายเบราว์เซอร์

## NOTE

สามารถดูสถิติการใช้งานเว็บไซต์ของคนไทยว่าใช้เครื่องความละเอียดหน้าจอเท่าไร และดูสถิติเว็บเบราว์เซอร์ที่นิยมใช้ได้ที่ [http://truehits.net/graph/graph\\_stat.php#RES](http://truehits.net/graph/graph_stat.php#RES)



ตัวอย่างการแสดงสถิติการใช้งาน

- เลือกใช้ฟอนต์ที่เป็นมาตรฐาน (ไทย: Tahoma, MS Sans Serif, อังกฤษ: Arial, Times New Roman)
- เว็บทุกหน้าควรมีลิงค์กลับสู่หน้า Home Page

## 2. ความเร็วในการเข้าถึงเว็บไซต์

- ออกแบบเว็บโดยใช้หลักการเขียน HTML ที่สามารถแสดงส่วนบนของหน้าเว็บโดยไม่ต้องรอให้หน้าเว็บโหลดหมดก่อน
- ขนาดไฟล์รูปภาพไม่ใหญ่จนเกินไป ปรับขนาดรูปให้เหมาะกับการแสดงผลบนหน้าเว็บไซต์
- เลือกใช้เว็บโฮสติ้งที่เร็ว สามารถเข้าใช้ได้เร็วทั้งในและต่างประเทศ
- หลีกเลี่ยงการใช้ไฟล์ Flash, ใสเสียงเพลง

## 3. ความเป็นเอกลักษณ์

- การเลือกใช้สี
- การใช้ภาพประกอบ
- เนื้อหาที่ชัดเจน ตรงประเด็น สะท้อนบุคลิกของธุรกิจ

## 4. ใช้งานง่าย

- โลโก้ของร้านค้า ควรให้อยู่ในตำแหน่งมุมบนซ้ายมือ
- คำอธิบายเว็บไซต์ ควรอยู่ติดกับโลโก้
- เมนูที่ลิงค์ไปยังหน้าต่างๆ ของเว็บไซต์ (Navigation) ใช้งานได้ง่าย
- จัดเรียงลำดับการนำเสนอข้อมูลภายในเว็บไซต์
- ทำ Sitemap เพื่อให้ผู้เข้าชมเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย

## 5. มีความน่าเชื่อถือ

- ออกแบบให้สวยงาม ดูเป็นมืออาชีพ
- แสดงข้อมูลร้านค้า ที่อยู่ และการติดต่อให้ชัดเจน
- กรณีมีการขายสินค้าและส่งทางไปรษณีย์ ควรติดตั้งระบบ Tracking เพื่อให้ลูกค้าสะดวกในการตรวจสอบและติดตามสินค้าได้
- แสดงเครื่องหมายรับรองความน่าเชื่อถือ เช่น ISO, DBD Registered, DBD Verified

## เพิ่มความ น่าเชื่อถือ ให้กับเว็บไซต์

นอกจากการออกแบบเว็บไซต์ให้ออกมาดูดี สวยงาม ไม่ว่าจะเป็นการเลือกใช้สี การจัดวางเมนูต่างๆ ให้ใช้งานได้ง่าย เนื้อหาที่เหมาะสมแล้ว ยังมีปัจจัยที่สามารถสร้างความน่าเชื่อถือให้กับเว็บไซต์ได้อีกดังนี้



1. มีชื่อโดเมนเป็นของตัวเอง จะน่าเชื่อถือกว่าการใช้โดเมนเนมที่ติดอยู่กับเว็บไซต์ฟรีต่างๆ

2. หลีกเลี่ยงการใช้เว็บไซต์ฟรี เพราะส่วนใหญ่ผู้ให้บริการเหล่านี้มักจะมีการนำโฆษณาสินค้าต่างๆ ที่ไม่ใช่ของร้านเราไปแสดงในหน้าเว็บ ซึ่งอาจทำให้เว็บดูไม่น่าเชื่อถือได้

3. ขอใช้เครื่องหมายรับรองความน่าเชื่อถือในการประกอบธุรกิจ กับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ โดยจะได้เครื่องหมายรับรองความน่าเชื่อถือในการประกอบธุรกิจ เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจได้ว่าเว็บไซต์ของเรา มีตัวตน สามารถตรวจสอบได้ (ดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ในภาคผนวก ก)



4. กำหนดนโยบายการดำเนินการซื้อขายให้ชัดเจน เมื่อลูกค้าเข้ามายังร้านค้าแล้ว สิ่งที่จะช่วยสร้างความเชื่อมั่นก็คือการกำหนดนโยบายการดำเนินการซื้อขายให้ชัดเจน หากเกิดปัญหาในการซื้อขายขึ้น ก็จะช่วยแก้ปัญหาได้ง่าย เพราะต้องเป็นไปตามที่กำหนดไว้ ซึ่งควรจะมีรายละเอียดดังนี้

- **กฎระเบียบและเงื่อนไขการใช้บริการต่างๆ** เช่น ลิขสิทธิ์ การจำกัดพื้นที่ข้อมูลและการละเมิดสิทธิ์ส่วนบุคคล การให้ข้อมูลและการใช้ภาษา การสงวนสิทธิ์ในการยกเลิกหรือปฏิเสธรายการที่เกิดข้อผิดพลาด
- **การรับประกันสินค้า** กรณีสินค้ามีปัญหา ผู้ซื้อสามารถติดต่อศูนย์บริการของผู้ผลิตนั้นๆ ได้โดยตรงหรือติดต่อใครก็ได้บ้าง
- **การรักษาข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า** ข้อมูลลูกค้าทุกคนจะต้องถูกปิดเป็นความลับและไม่ให้คนอื่นสามารถเข้าถึงข้อมูลดังกล่าวได้
- **ขั้นตอนการสั่งซื้อและวิธีการจัดส่งสินค้า** จัดการรายการสินค้าที่สั่งซื้อ กำหนดที่อยู่ในการจัดส่งสินค้า วิธีจัดส่งสินค้า วิธีการชำระเงิน สรุปรายการสั่งซื้อ หมายเลขการสั่งซื้อและข้อมูลการสั่งซื้อสินค้านั้น
- **วิธีการชำระค่าสินค้าและบริการ** สามารถเลือกวิธีชำระผ่านช่องทางต่างๆ ได้หลายช่องทาง เพื่ออำนวยความสะดวกให้ลูกค้า
- **ความปลอดภัยในการชำระค่าสินค้าผ่านบัตรเครดิต** หากมีการจ่ายด้วยบัตรเครดิตผ่านอินเทอร์เน็ตควรมีความปลอดภัยและน่าเชื่อถือ เช่น การใช้การเข้ารหัส SSL (ดูรายละเอียดเกี่ยวกับ SSL เพิ่มเติมที่หัวข้อ “รักษาความปลอดภัยให้กับเว็บไซต์ด้วย SSL (Secure Sockets Layer)” หน้าถัดไป)

5. การนำเสนอข้อมูลภายในเว็บไซต์ที่เป็นปัจจุบัน หมั่นอัปเดตข้อมูลต่างๆ ให้ตรงกับความเป็นจริงอยู่เสมอ เช่น สินค้า ครบมีอัปเดตสินค้ามาใหม่ จำนวนสินค้าที่มีอยู่จริง พร้อมส่ง สินค้าที่ขายหมดแล้ว หรืออาจอัปเดตข้อมูลข่าวสารของทางร้าน กิจกรรมและโปรโมชั่นต่างๆ เป็นต้น เพื่อเป็นการยืนยันว่า เว็บไซต์ของคุณมีคนดูแลอยู่ และมีตัวตนแน่นอน

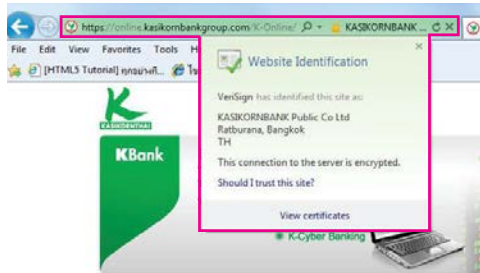
6. การอ้างอิงถึงผู้ที่เคยใช้สินค้าและบริการไปแล้ว อาจจะอ้างอิงลูกค้าที่เคยใช้สินค้ามาแล้วเข้ามารีวิวสินค้าว่าเป็นอย่างไรบ้าง ซึ่งจะช่วยสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้ารายอื่นๆ ได้ และรูปแบบของการอ้างอิงลูกค้านั้น ควรจะเลือกเอาคำพูดหรือประโยค ที่ลูกค้าพูดถึงในมุมที่ดี และควรขออนุญาตอ้างอิง ชื่อ-นามสกุล ของลูกค้าด้วย ถ้าหากเป็นคนดังหรือดาราที่มีคนรู้จักเยอะๆ ก็จะช่วยสร้างความมั่นใจให้กับผู้ที่มาอ่านได้เพิ่มขึ้นอีกด้วย

# รักษาความปลอดภัยให้กับเว็บไซต์ด้วย SSL (Secure Sockets Layer)



หากเว็บไซต์ของคุณต้องใช้รับ-ส่งข้อมูลสำคัญๆ เช่น ชื่อผู้ใช้ รหัสผ่าน ฯลฯ กับผู้ที่เข้ามาใช้บริการ อยู่เป็นประจำ โดยที่ไม่มีระบบป้องกันและรักษาความปลอดภัยให้กับข้อมูลเลย อาจจะถูกดักฟัง หรือขโมยข้อมูลที่รับส่งกันนั้นโดยผู้ไม่หวังดีได้ ดังนั้นจึงควรมีการติดตั้งระบบรักษาความปลอดภัยให้กับเว็บไซต์ ที่เรียกว่าระบบ SSL (Secure Sockets Layer) ซึ่งจะให้การเข้ารหัสในการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลที่รับส่ง ผู้ที่ดักอ่านข้อมูลไปก็ไม่สามารถถอดรหัสเพื่อนำไปใช้ได้

สำหรับเว็บไซต์ที่มีการติดตั้งระบบ SSL สังเกตได้จากชื่อโปรโตคอลที่เรียกใช้จะเปลี่ยนจาก http:// เป็น https:// และจะมีรูปแม่กุญแจแสดงอยู่ในช่อง Address ของบราวเซอร์ที่ใช้งาน ซึ่งเมื่อเข้าไปที่เว็บเหล่านี้คุณสามารถคลิกที่รูปกุญแจเพื่อเรียกดู



ใบรับรองอิเล็กทรอนิกส์ (Digital Certificate) หรือ SSL Certificate ที่ยืนยันว่าเว็บไซต์ดังกล่าวเป็นเว็บไซต์ตัวจริงตามที่อ้างและมีความปลอดภัยเชื่อถือได้ (แต่ละเว็บเบราว์เซอร์จะแสดงตำแหน่งของรูปกุญแจไม่เหมือนกัน เช่น IE และ Chrome จะอยู่ด้านหน้าชื่อเว็บ ส่วน Firefox และ Safari จะอยู่ด้านหลังชื่อเว็บ เป็นต้น) ซึ่งใบรับรองนี้จะออกโดยหน่วยงานหรือองค์กรอิสระที่เชื่อถือได้ ซึ่งให้บริการด้านนี้โดยเฉพาะอีกทีหนึ่ง

ปัจจุบันหน่วยงานที่ให้บริการ SSL Certificate หรือที่เรียกว่า CA (Certificate Authority) มีอยู่หลายแบรนด์ เช่น Verisign, Thawte, Geotrust, InstantSSL, Comodo, RapidSSL, DigiCerts SSL, nsProtectSSL และ GoDaddy SSL เป็นต้น



## NOTE

## ประเภทของระบบ SSL

- **Private SSL** (หรือ dedicated SSL) เป็นระบบรักษาความปลอดภัยที่มีความน่าเชื่อถือสูงสุด การติดตั้งจะต้องซื้อ SSL Certificate จากหน่วยงานที่ให้บริการ หรือ CA โดยจะต้องติดตั้งบน IP Address แบบส่วนตัว (Dedicated IP Address) พร้อมทั้งระบุให้ชัดเจนว่าชื่อเว็บไซต์อะไร เช่น <https://เว็บของฉัน>
- **Shared SSL** เป็นระบบรักษาความปลอดภัยที่ผู้ให้บริการเว็บไซต์ต่างๆ นิยมใช้เพื่อเพิ่มระดับการรักษาความปลอดภัยข้อมูลของลูกค้าที่มาเข้าพื้นที่เว็บ และเป็นทางเลือกสำหรับกลุ่มลูกค้าที่ไม่ต้องการซื้อ SSL Certificate จาก CA (ซึ่งแพงกว่า) แต่มีข้อจำกัดคือจะต้องเรียกใช้ผ่านชื่อโดเมนเนมของผู้ให้บริการโฮสติ้งเท่านั้น เช่น <https://ชื่อโดเมนเนมของเว็บโฮสติ้ง/เว็บของฉัน> ไม่สามารถเรียกผ่านชื่อโดเมนเนมหรือชื่อเว็บของตัวเองได้
- **Self-signed Certificate** คือการติดตั้ง SSL โดยไม่ได้ซื้อ SSL Certificate คือผู้ดูแลเว็บไซต์จะสร้าง Certificate File ขึ้นมาเอง โดยไม่ผ่านการรับรองของ CA ซึ่งเมื่อเรียกเข้าสู่เว็บไซต์ เว็บเบราว์เซอร์จะแสดงข้อความเตือนขึ้นมาให้ผู้เข้าเว็บไซต์คลิกยืนยันตอบรับ Certificate ดังกล่าวก่อนเข้าสู่เว็บไซต์นั้นๆ ซึ่งก็ต้องขึ้นกับว่าผู้ใช้จะเชื่อใจของคุณแค่ไหน แต่ไม่แนะนำวิธีนี้เพราะนอกจากลูกค้าจะไม่มั่นใจแล้ว ยังเกิดความรำคาญจากการที่ต้องคลิกยอมรับ Certificate ที่คุณตั้งเองทุกครั้งด้วย

## Heartbleed และช่องโหว่อื่นๆ : มี SSL แล้วก็ใช้ว่าจะปลอดภัยเสมอ



เร็วๆ นี้มีข่าวเกี่ยวกับบัก (bug) หรือข้อผิดพลาดในโปรแกรม SSL ที่เรียกว่า Heartbleed ซึ่งทำให้ผู้ร้ายสามารถเข้ามาล้วงข้อมูลไปจากเซิร์ฟเวอร์ที่ใช้โปรแกรม SSL ที่เรียกว่า OpenSSL (บางรุ่น) ได้โดยแทบไม่ทิ้งร่องรอย ซึ่งทำให้เซิร์ฟเวอร์หลายแสนเครื่องหรือราว 2/3 ของทั้งโลกต้องปรับแก้โปรแกรมเพื่ออุดช่องโหว่โดยด่วน และยังไม่บอกไม่ได้ด้วยว่าก่อนหน้านี้เว็บใดโดนขโมยข้อมูล รหัสผ่าน (password) ด้วยช่องโหว่นี้ไปแล้ว เว็บส่วนมากจึงแนะนำให้ผู้ใช้เปลี่ยนรหัสผ่านใหม่เพื่อป้องกันไว้ก่อน

กรณีนี้เป็นครั้งใหญ่ที่สุดที่เกิดช่องโหว่ในระบบรักษาความปลอดภัยของคอมพิวเตอร์ ขึ้น แต่ไม่ใช่ครั้งแรก และคงจะไม่ใช่ครั้งสุดท้ายด้วย แต่ถึงอย่างไร การใช้ระบบแล้วยังคงเกิดช่องโหว่ได้ ก็นับว่าปลอดภัยกว่าการไม่มีระบบป้องกันใดๆ เลย เพียงแต่ทั้งเจ้าของเว็บและผู้ใช้ต้องตระหนักว่า ถึงแม้จะมีมาตรการป้องกันแล้ว ก็ยังคงควรใช้สามัญสำนึกและความระมัดระวังในการใช้บริการหรือทำธุรกรรมออนไลน์ เช่นเดียวกับที่พึงทำในกรณีออฟไลน์ อะไรที่น่าสงสัยหรือดูไม่มาเชื่อก็ต้องตรวจสอบให้รอบคอบ เพื่อให้ทั้งผู้ซื้อและผู้ขายสามารถดำเนินกิจการต่อเนื่องไปได้อย่างราบรื่น ไม่ถูกฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งฉ้อฉลหรือเอาเปรียบกัน

นอกจากนี้ยังมีข้อแนะนำสำหรับทุกฝ่ายที่เข้าใช้ระบบคอมพิวเตอร์ ซึ่งต้องอาศัยการกรอกชื่อผู้ใช้และ password เพื่อยืนยันว่าเป็นตัวจริง ให้ดูแลพาสเวิร์ดของตนเองให้ดีสรุปสั้นๆ ได้ดังนี้

- **ตั้งพาสเวิร์ดเว็บไซต์สำคัญ** โดยเฉพาะอย่างยิ่ง อีเมลที่เอาไปผูกหรือใช้ในการสมัครบริการอื่นๆ อย่าง Facebook, Twitter, Instagram ฯลฯ ไม่ให้ซ้ำกัน เวลาเกิดปัญหา เช่นบางเว็บถูกเจาะระบบเอาพาสเวิร์ดไปได้ ก็จะไม่เสียหายถึงเว็บอื่น

- **ควรมีการเปลี่ยนพาสเวิร์ดเป็นครั้งคราว** เช่น ทุกๆ 3 เดือน 6 เดือน หรือ 1 ปี ก็ยังดี

- **ถ้าเป็นไปได้ให้ใช้ระบบล็อกสองชั้น** (2-factor authentication) ซึ่งบางเว็บมีให้เลือกได้ คือต้องใช้พาสเวิร์ดเดิมร่วมกับการขอพาสเวิร์ดเฉพาะกิจทาง SMS มาที่โทรศัพท์ของเรา เช่นกรณีเข้าใช้จากเครื่องใหม่ ที่ไม่เคยใช้มาก่อน หรือจากสถานที่ (เมืองหรือประเทศ) ที่ผิดไปจากปกติ



ทั้งหมดนี้เป็นเรื่องเกี่ยวกับการสร้างเว็บไซต์ร้านค้าออนไลน์อย่างไรให้ดูน่าเชื่อถือ ซึ่งก็จะมีหลายองค์ประกอบด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นการออกแบบหน้าตาเว็บไซต์ให้สวยงาม การสร้างเนื้อหาที่เหมาะสม มีการจดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีระบบรักษาความปลอดภัยให้กับข้อมูลภายในเว็บไซต์ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนมีส่วนเกี่ยวข้อง และมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง ในการที่จะทำให้เว็บไซต์ของเราน่าใช้ และสร้างความน่าเชื่อถือให้กับผู้บริโภคได้ นอกจากนี้ข้อมูลต่างๆ ก็ควรมีการอัปเดตให้ใหม่และทันสมัยอยู่เสมอ เพื่อยืนยันว่าเว็บไซต์นี้มีคนดูแลอยู่



# โปรโมชั่นอย่างไรให้ดัง

05

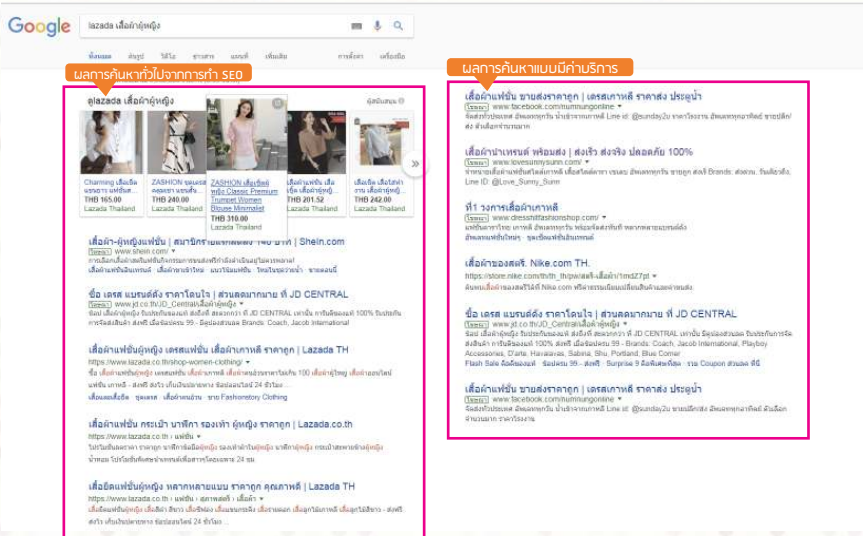
**DDD**



# ทำไมต้องโปรโมทเว็บ

การโปรโมทเว็บให้ติดอันดับใน Search Engine หรือการทำ SEO (Search Engine Optimization) เป็นการทำให้เว็บเป็นที่รู้จักในเว็บ Search Engine ทั้งหลาย เช่น Google, Bing หรือ Yahoo เป็นต้น เพราะคนส่วนใหญ่หากต้องการจะหาซื้อสินค้าอะไรสักชิ้น สิ่งที่เขาทำก่อนอื่นเลยนั้นก็คือ “การค้นหาข้อมูล” ดังนั้นการทำ SEO จุดประสงค์เพื่อให้เว็บอยู่ในลำดับแรกๆ ของการค้นหาตัวเอง โดยวิธีการที่ลูกค้าจะเข้าชมยังเว็บไซต์ต่างๆ ได้นั้น มีอยู่ 3 วิธี คือ

1. เข้ามาโดยตรงด้วยการพิมพ์ชื่อเว็บไซต์ (Direct) กรณีที่ทราบชื่อเว็บอยู่แล้ว
2. มาจากหน้าผลการค้นหาของ Search Engine ทั้งหลาย โดยการพิมพ์คำค้นหาด้วยคีย์เวิร์ด (Keywords) จากนั้น Search Engine ก็จะค้นหาเว็บไซต์ที่มีคีย์เวิร์ดตรงกับคำค้นหานั้นๆ ซึ่งเว็บไซต์ใดมีผู้เข้าไปมากที่สุดจากคีย์เวิร์ดนี้ จะถูกแสดงอยู่ในอันดับต้นๆ ซึ่งวิธีนี้จะได้ลูกค้าที่ตรงกลุ่มและได้ผลมากที่สุด ดังนั้นธุรกิจหรือร้านค้าควรให้ความสำคัญกับการโปรโมทผ่าน SEO และ SEM (Search Engine Marketing ซึ่งรวมถึงการเสียเงินลงโฆษณาออนไลน์ด้วยเทคนิคต่างๆ) เป็นอันดับต้นๆ
3. มาจากการคลิก Link ที่อยู่ในเว็บไซต์อื่นๆ (Referral)



## เตรียมความพร้อมก่อนทำ SEO

สำหรับผู้ที่ยังไม่มีเว็บไซต์ หรือผู้ที่กำลังจะเริ่มค้นหาเว็บไซต์สักเว็บหนึ่งควรต้องคำนึง และพิจารณาปัจจัยที่จะมีผลต่อการทำ SEO ในอนาคต ดังต่อไปนี้

**1. การตั้งชื่อโดเมน (Domain Name)** นั้นมีผลกับการทำ SEO เพราะการที่ลูกค้า จะค้นพบเว็บไซต์ของเราได้อย่างง่ายดายตามนั้น ควรจะมีชื่อที่จดจำได้ง่าย ตรงกับ Keywords ของสินค้าหรือบริการภายในเว็บไซต์

**2. การเลือกโฮสต์ (Host)** ที่อยู่กับเว็บไซต์ของเรา เป็นเรื่องที่สำคัญเช่นกัน โดยต้องดูที่ตั้งของโฮสต์ว่าอยู่ที่ไหน สามารถเข้าถึงโดยกลุ่มผู้ใช้ที่เป็นเป้าหมายได้เร็วเพียงพอ หรือไม่ (เช่น เป็นลูกค้าคนไทยก็ควรตั้งโฮสต์ในเมืองไทย จะได้เข้าได้เร็ว) มีเสถียรภาพ มากน้อยเพียงใด หรือลุ่มบ่อยไหม ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยที่จะมีผลต่อการเข้าใช้งานในเว็บไซต์

**3. กำหนดโครงสร้างของเว็บไซต์และเครื่องมือที่จะสร้างเว็บไซต์** ที่จะทำให้เว็บ ติดอันดับได้ง่าย โดยกำหนด Sitemap ก่อนทำเว็บไซต์ ให้ชัดเจนว่าแต่ละหน้าในเว็บไซต์ จะเชื่อมโยงกันได้อย่างไร เพื่อให้ผู้ที่เข้ามาเยี่ยมชมไม่รู้สึกลำบากในการเข้าไปสู่หน้าต่างๆ ภายในเว็บไซต์ (ตัวช่วยสร้าง Sitemap [www.xml-sitemap.com](http://www.xml-sitemap.com)) และเครื่องมือที่ใช้ สร้างเว็บไซต์ เช่น WordPress ก็มักมีช่องให้ใส่ข้อมูลประกอบอื่นๆ (ซึ่งผู้ใช้อาจไม่เห็น แต่ Search Engine จะเข้ามาอ่าน) ที่จะทำให้ได้คะแนนดีในผลการค้นหา จึงควรศึกษา ให้ละเอียด และกรอกให้ครบถ้วน

**4. คุณภาพเว็บไซต์และการมีเนื้อหาที่ดี** เป็นอีกสิ่งที่จะช่วยให้คนเยี่ยมชมและอยู่ กับเราได้นานๆ รวมถึงการทำ “สิ่งแตกต่าง” ให้เกิดขึ้นภายในเว็บไซต์อีกด้วย

**5. ตรวจสอบลิงค์ทั้งหมดภายในเว็บ** เพราะหากลิงค์เสีย Search Engine จะมองว่าเว็บไม่มีคุณภาพ (ตรวจสอบลิงค์เสีย [www.websitegoodies.com/tools/linkcheck.php](http://www.websitegoodies.com/tools/linkcheck.php))

## รูปแบบการโปรโมท

เมื่อเว็บพร้อมใช้งานแล้วเราก็เริ่มวางแผนเตรียมการโปรโมทได้เลย โดยการโปรโมทมีทั้งแบบฟรีและแบบเสียค่าใช้จ่ายในการโปรโมท

### โปรโมทฟรี

- แลกลิงค์กับเว็บไซต์อื่นๆ เพิ่มโอกาสให้คนรู้จักเว็บเรามากขึ้น
- แจ้างที่อยู่เว็บไซต์ไปยังสารบัญเว็บไซต์ (Directory) หรือเว็บท่า (Portal) ต่างๆ
- ใช้สื่อออนไลน์เชื่อมต่อภายในเว็บไซต์ เช่น Facebook, Instagram หรืออื่นๆ เพื่อเป็นช่องทางการติดต่อและโฆษณา
- โปรโมทในเว็บบอร์ดต่างๆ โดยใช้เนื้อหาที่น่าสนใจ และสอดคล้องกับบอร์ดที่สำคัญควรเคารพแนวทางหรือกติกาของบอร์ดนั้นๆ และไม่รบกวนภายในบอร์ดที่เราลงด้วย
- โปรโมทในเว็บที่ให้ลงประกาศ หรือลงโฆษณาฟรี ควรเลือกเว็บที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายของเรา

### โปรโมทแบบมีค่าใช้จ่าย

หากต้องการโปรโมทแบบได้ผลเร็ว สามารถเลือกใช้บริการจากผู้ให้บริการโปรโมทเว็บได้ แต่ก็ควรพิจารณาด้วยว่าคุ้มค่ากับการลงทุนหรือไม่ โดยสามารถกำหนดค่าใช้จ่าย ระยะเวลาในการโปรโมทเองได้ (ดูตัวอย่างการโปรโมทเว็บได้ท้ายบท)

## หลักการทำ SEO

การทำ SEO แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

### 1. การปรับแต่งหน้าเว็บ หรือเอกสาร HTML ให้ Search Engine รู้จัก

เป็นการจัดการปรับแต่งหน้าเว็บให้ตรงกับการค้นหาของ Search Engine โดยมีส่วนสำคัญที่ควรทราบ และปฏิบัติตามดังนี้

#### NOTE

HTML (Hypertext Markup Language) เป็นภาษาที่ใช้แสดงผลเอกสารของหน้าเว็บเพจ ไปยังเว็บเบราว์เซอร์ต่างๆ ไม่ว่าจะเขียนด้วยภาษาหรือเครื่องมือสร้างเว็บใดก็ตาม หน้าเว็บจะแสดงผลด้วยภาษา HTML เป็นหลัก

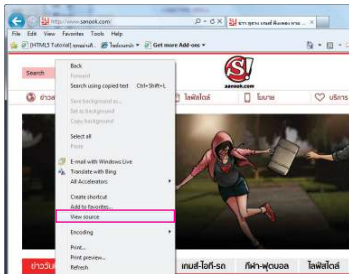
## เนื้อหาภายในเว็บ

ในแต่ละหน้าเว็บเพจควรมี Keywords หรือคำค้นหาอยู่ในหน้าเว็บด้วยในปริมาณที่พอดีไม่มากเกินไป ที่สำคัญควรมีเนื้อหาที่เป็นจริง เป็นเรื่องราวที่อธิบายได้ว่าเว็บเพจนี้บอกเกี่ยวกับเรื่องอะไร และต้องการจะสื่ออะไรกับผู้ใช้เข้าเยี่ยมชมบ้าง อีกอย่างที่ว่าเว็บด้านบนควรจะบอกด้วยว่า เราทำธุรกิจเกี่ยวกับอะไร เพื่อให้ตรงกับ Keywords หรือคำค้นหานั้นเอง

## โค้ด HTML

บางท่านอาจจะไม่เคยรู้ว่าโค้ด HTML หน้าตาเป็นอย่างไร และจะไปแก้ไขยังไง วิธีง่าย ๆ คือ ถ้าใช้เบราว์เซอร์ Firefox หรือ Chrome ให้คลิกขวาบนหน้าเว็บร้านค้าของคุณ หรือเว็บที่จะเข้าไปทำการโปรโมท แล้วเลือก View Page Source ถ้าเป็น IE หรือ Safari เลือก View Source ก็จะแสดงหน้าต่างโค้ด HTML ขึ้นมา

### ตัวอย่างการใช้สื่อ Social Media ของเว็บไซต์ต่างๆ



แสดงหน้าต่าง  
โค้ด HTML

ในการดูโค้ด HTML มีประโยชน์มากทีเดียว เพราะเราสามารถเปิดดูเว็บไซต์คู่แข่งของเราได้ว่าเขาได้บันทึกข้อมูลอะไรไว้บ้างในเว็บไซต์นั้น ซึ่งสามารถนำมาเรียนรู้และพัฒนาการทำ SEO ได้เป็นอย่างดี

สำหรับรูปแบบคำสั่ง HTML จะอยู่ภายในเครื่องหมาย < > เรียกว่าแท็ก ซึ่งโครงสร้างของภาษาจะเป็นดังรูปแบบด้านขวา

โครงสร้างของคำสั่ง HTML

```

<html>
<head>
  <title> ชื่อเรื่อง </title>
  คำสั่งในหัวข้อของ head
</head>
<body>
  คำสั่งที่ใช้แสดงผลบนหน้าเว็บ
</body>
</html>

```

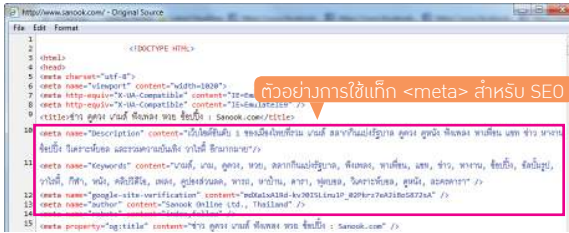
เนื้อหาส่วนนี้จะแนะนำการปรับแต่งบางแท็กที่มีผลต่อ SEO ได้แก่

1. ใส่ชื่อเรื่องหน้าเว็บ อยู่ในแท็ก <title> ชื่อเรื่อง </title> เป็นแท็กแสดงชื่อเรื่องของหน้าเว็บเพจ ที่แสดงบนแถบ Title bar นั้นเอง ควรใส่ชื่อเรื่องให้ตรงกับ Keywords ของหน้าเว็บ เพื่อให้ Search Engine ค้นหาได้ง่าย โดยให้ใส่โค้ด HTML ดังนี้

```
<title> keyword หลัก, keyword รอง, keyword อื่นๆ </title>
```

2. ใส่รายละเอียดเกี่ยวกับเว็บเพจ อยู่ในแท็ก <meta> ไว้สำหรับบอกรายละเอียดของเว็บเพจที่กำลังแสดงผลอยู่ ซึ่งแท็กเหล่านี้จะมีผลกับ Search Engine เช่นกัน สำหรับแท็ก <meta> นั้น จะใส่ไว้ในแท็ก <head>..<meta>..</head>

ยกตัวอย่างการใช้แท็ก <meta> ของหน้าเว็บ sanook.com ดังนี้



```
<meta name="Description" content="คำอธิบายหน้าเว็บ">
```

เป็นส่วนที่อธิบายถึงเนื้อหาภายในเว็บเพจทั้งหมดว่าเกี่ยวกับเรื่องอะไร อย่างไรบ้าง เพื่อให้ Search Engine รู้ว่าเว็บเพจนี้คืออะไร ivaทำอะไร

```
<meta name="Keywords" content="คำค้นหาภายในเว็บ">
```

ส่วนที่เราต้องการให้คนค้นหาแล้วเจอเว็บไซต์ของเรา อย่างในเว็บ sanook จะเห็นได้ว่า Keywords ที่เขาต้องการนั้นคือคำว่า เกมส์ ดูดวง หวย ฟังเพลง ซึ่งเป็นคำที่มีผลการค้นหาเยอะมากเลยทีเดียว

```
<meta name="author" content="ชื่อเจ้าของลิขสิทธิ์">
```

เป็นส่วนที่อธิบายถึงผู้เขียน หรือผู้เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ในเว็บไซต์นี้

```
<meta name="robot" content="index,follow">
```

เป็นส่วนที่สั่งให้ Search Engine สามารถเข้าไปเก็บข้อมูลทุกๆ หน้าของเว็บไซต์ทั้งหมด

3. ใส่ชื่อรูปภาพหรือคำอธิบายภาพ ปกติ Search Engine ไม่สามารถค้นหารูปภาพได้ เพราะอ่านได้เฉพาะส่วนที่เป็นตัวอักษร ดังนั้นจึงควรตั้งชื่อไฟล์รูปภาพ และใส่คำอธิบายภาพให้เป็นชื่อเดียวกับ Keywords เพื่อให้ Search Engine หาเจอ และรู้ว่ารูปภาพนี้กำลังพูดถึงเรื่องอะไรนั่นเอง



มีคำอธิบายรูปภาพ

```

```

4. ใส่หัวเรื่องภายในหน้าเว็บ <H1> - <H6> เพื่อลำดับความสำคัญของเนื้อหาในเว็บ เนื่องจาก Search Engine จะอ่านข้อมูลจากบนลงล่าง ซ้ายไปขวา ดังนั้นเราสามารถแทรก Keywords ลงไปในส่วนหัวเรื่อง หรือ Heading ภายในหน้านั้นๆ โดยแต่ละหน้าก็ควรจะมี Heading 1, Heading 2,... เรียงตามลำดับความสำคัญของเนื้อเรื่อง ซึ่ง Search Engine ก็จะทำให้ความสำคัญของ Keywords ที่อยู่ในส่วนหัวเรื่องภายในหน้าเว็บนั้นๆ ด้วยเช่นกัน

```
<H1> Keywords </H1>
```

```
<H2> Keywords </H2>
```

5. หลีกเลี่ยงการใช้ JavaScript เนื่องจาก Search Engine ไม่เข้าใจ หากเจอก็จะข้ามไปเลย เพราะฉะนั้นหากต้องการสร้างเว็บเพื่อเน้นการทำ SEO แล้ว ถ้าหลีกเลี่ยงโค้ดเหล่านี้ได้ควรหลีกเลี่ยง

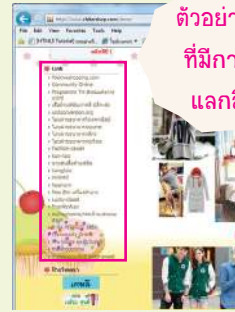
ทั้งหมดนี้เป็นเทคนิคในการปรับแต่งภายในหน้าเว็บ ด้วยการเขียนโค้ด HTML ที่มีส่วนต่อการค้นหาของ Search Engine โดยที่หน้าตาและโครงสร้างภายนอกของเว็บไม่เปลี่ยนแปลง แต่จะทำให้ Search Engine เข้ามารู้จักเว็บไซต์ของเราได้มากขึ้น

## 2. การปรับแต่งปัจจัยภายนอกให้ Search Engine รู้จัก

นอกจากการปรับแต่งภายในหน้าเว็บแล้ว สิ่งที่จะช่วยให้ Search Engine รู้จักกับเว็บไซต์ของเรามากขึ้นก็คือ การสร้างลิงค์จากภายนอกเข้ามายังเว็บไซต์ของเรา หรือสร้างลิงค์เชื่อมโยงเนื้อหาภายในเว็บไซต์ของเรา สามารถทำได้ดังนี้

## แลกเปลี่ยนกับเว็บไซต์อื่น

ด้วยการเข้าไปติดต่อเป็นพันธมิตรกับเว็บไซต์ต่างๆ แล้ว “ขอแลกเปลี่ยน” กัน อาจจะใช้ลักษณะแบนเนอร์ข้อความ ตัวอักษร หรืออะไรก็ได้ ถือว่าเป็นการแลกเปลี่ยนลิงค์ทั้งหมด นอกจากนี้ หากเว็บของเรามีเนื้อหาที่ดี น่าสนใจ มีเว็บไซต์ต่างๆ พุดถึงแล้ว อ้างอิงลิงค์กลับมายังเว็บของเราก็นับเป็นอีกตัวช่วยที่จะให้ Search Engine รู้จักเว็บของเราได้



ตัวอย่างเว็บ  
ที่มีการรับ  
แลกเปลี่ยน

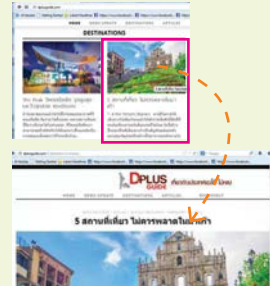


## ส่งลิงค์ให้สารบัญเว็บไซต์ต่างๆ

ซึ่งเว็บที่ให้บริการเหล่านี้จะเป็น เหมือนสมุดหน้าเหลือง ที่ผู้ใช้สามารถ ค้นหาและคลิกเข้ามายังเว็บของเราได้ เว็บดังๆ เช่น sanook.com, kapook.com เป็นต้น

## สร้างลิงค์ภายในเว็บเพจ

ในกรณีที่มีเนื้อหาต่อเนื่องกัน หรือคล้ายกัน ควรสร้างลิงค์เชื่อมโยงไปยังเนื้อหาในหน้าเว็บอื่นๆ เพื่อให้สะดวก ในการเข้าไปดูข้อมูลต่างๆ ภายในเว็บ และจะมีผลต่อการ ค้นหาข้อมูลของ Search Engine ด้วยเช่นกัน



## สร้างลิงค์จากสื่อ Social Media ต่างๆ

เชื่อมโยงเข้ามายังเว็บไซต์ เช่น อาจจะสร้างหน้าเพจ ของ Facebook สำหรับติดต่อและโปรโมทเว็บไซต์ โดยใส่ลิงค์ เชื่อมโยงเนื้อหาเข้ามาในเว็บไซต์ด้วย



นี่เป็นเพียงหลักการทำ SEO แบบคร่าวๆ เพื่อให้ Search Engine รู้จักเว็บของเรา ซึ่งยังมีอีกหลายวิธีในการโปรโมทเว็บ แต่ไม่ว่าจะใช้วิธีใดก็ตามเว็บที่ดีก็ควรจะมีเนื้อหาที่ดี มีคุณภาพ และตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่จะเข้ามาเยี่ยมชมภายในเว็บของเราด้วย

## ตรวจสอบสถานะของเว็บไซต์

เมื่อเว็บไซต์พร้อมใช้งานแล้ว ก่อนเริ่มโปรโมท เราควรมีการตรวจสอบสถานะของเว็บไซต์ ดังนี้

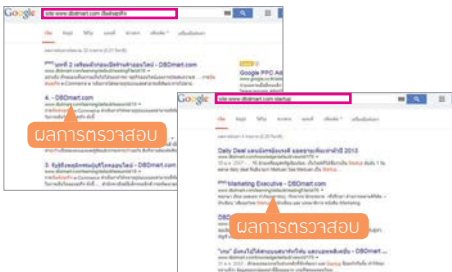
1. ตรวจสอบว่าเว็บไซต์เรามีการทำงานร่วมกับ Google ซึ่งเป็น Search Engine ที่ได้รับความนิยมสูงสุดก่อนว่า เว็บไซต์ของเรามีการทำงานกับ Google หรือ Google รู้จักเว็บไซต์ดีแค่ไหน โดยเข้าไปที่เว็บไซต์ [www.google.com](http://www.google.com) ดังนี้

- ตรวจสอบว่า Google แวะเข้ามาเก็บข้อมูลเว็บไซต์ของเราครั้งสุดท้ายเมื่อไร โดยให้พิมพ์คำสั่งในช่องค้นหาของเว็บไซต์ [www.google.com](http://www.google.com) ดังนี้ **cache:www.ชื่อเว็บไซต์**



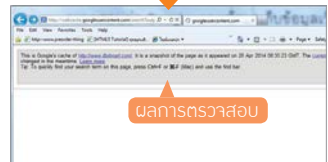
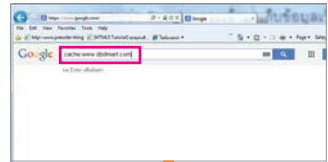
ผลการตรวจสอบ

- ตรวจสอบว่ามี Link จากที่ใดวิ่งมาที่เว็บไซต์ของเราบ้าง โดยให้พิมพ์คำสั่งในช่องค้นหาของเว็บไซต์ [www.google.com](http://www.google.com) ดังนี้ **link:www.ชื่อเว็บไซต์**



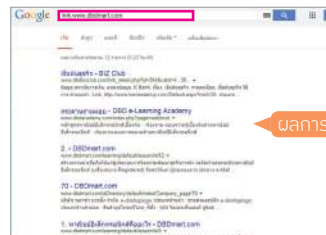
ผลการตรวจสอบ

ผลการตรวจสอบ



ผลการตรวจสอบ

- ตรวจสอบว่า Google เก็บข้อมูลหน้าใดในเว็บไซต์ของเราเพื่อใช้สำหรับการค้นหา โดยให้พิมพ์คำสั่งในช่องค้นหาของเว็บไซต์ [www.google.com](http://www.google.com) ดังนี้ **site:www.ชื่อเว็บไซต์**

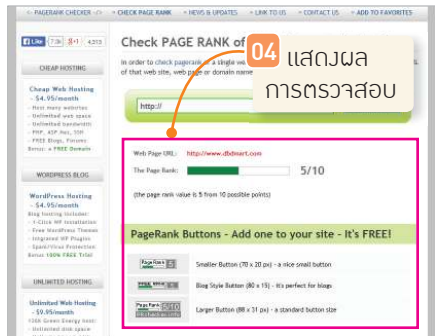
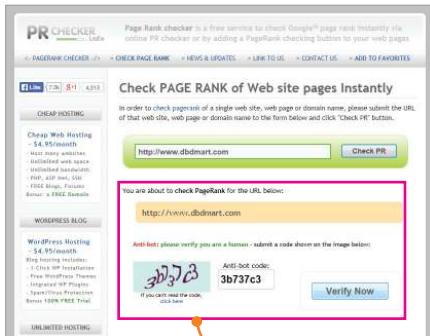
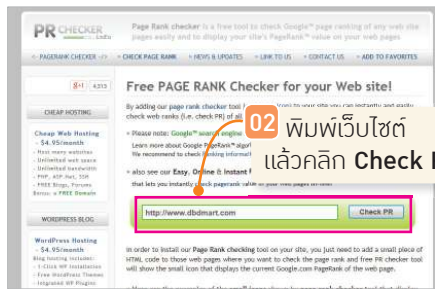
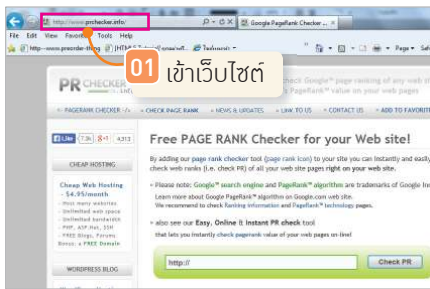


ผลการตรวจสอบ

- ตรวจสอบว่ามีหน้าใดของ google ที่มี Keywords ของเว็บไซต์เรา โดยให้พิมพ์คำสั่งในช่องค้นหาของเว็บไซต์ [www.google.com](http://www.google.com) ดังนี้ **site:www.ชื่อเว็บไซต์ Keywords**



2. ตรวจสอบระดับคะแนนของ PageRank เว็บไซต์ของเราว่ามีคะแนนระดับใด (จากคะแนนเต็ม 10) เพื่อทราบระดับความนิยมของเว็บไซต์ที่มีผลต่อการคำนวณของ Search Engine ในการขึ้นผลการค้นหา (ถ้าระดับคะแนนสูง จะทำให้ Google สนใจและขึ้นผลการค้นหาในอันดับต้นๆ) โดยเข้าไปที่ [www.prchecker.info](http://www.prchecker.info) แล้วใส่ชื่อเว็บไซต์ จะปรากฏคะแนนดังภาพ



## ไปไหนบน Social Media

ในปัจจุบันสิ่งที่มองข้ามไม่ได้เลยในการทำการตลาดออนไลน์ก็คือสังคม Social Media ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น Facebook, Twitter, Instagram, Line, YouTube เป็นต้น เพราะกระแสมาแรง สามารถเผยแพร่ข้อมูลต่างๆ ได้เร็วมาก นอกจากนี้ยังเข้าถึงผู้คนได้แทบทุกเพศ ทุกวัย ดังนั้นไม่ว่าธุรกิจขนาดเล็กหรือใหญ่ต่างก็หันมาใช้สื่อเหล่านี้ช่วยในการทำการตลาดกันแทบจะทั้งหมดก็ว่าได้

### ข้อดีของการไปไหนบน Social Media

- เพิ่มช่องทางการติดต่อสื่อสารระหว่างคุณกับลูกค้า สามารถเข้าถึงลูกค้าได้อย่างใกล้ชิด
- ช่วยประชาสัมพันธ์ธุรกิจ หรือเว็บไซต์ ด้วยการบอกต่อกับคนจำนวนมากได้อย่างรวดเร็ว
- ช่วยให้เข้าถึงลูกค้าได้ตรงกลุ่มเป้าหมาย
- ประหยัดค่าใช้จ่ายในการโฆษณาได้มาก

### วิธีไปไหนบน Social Media

สำหรับการไปไหนบน Social Media จะใช้การพูดคุย และการโพสต์ข้อมูลต่างๆ เป็นหลัก ซึ่งพอสรุปเป็นแนวทางในการไปไหนมาได้ดังนี้

- เลือกไปไหนมาให้ตรงกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
- เลือกช่วงเวลาในการโพสต์ หรือไปไหนท คือ ช่วงเวลาที่มีคนใช้งานมากที่สุด ส่วนใหญ่ก็จะเป็นช่วงบ่าย-เย็น ช่วงพักกลางวัน หรือวันหยุด เป็นต้น
- สร้างกิจกรรมที่น่าสนใจไปในโฆษณา เช่น มีไปไหนชิ้นต่างๆ เป็นต้น
- ไม่สร้างความรำคาญ เช่น โพสต์แล้ว Tag ชื่อลูกค้าคนอื่นๆ ที่ไม่เกี่ยวข้อง
- อาจจะมีกิจกรรมสร้างปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าบ้าง เช่น โพสต์อวยพรเทศกาลต่างๆ แจกของรางวัล เป็นต้น เพื่อไม่ให้อึดใจว่าจะขายของอย่างเดียว

โดยแท้จริงแล้วจุดประสงค์ของ Social Media มีไว้เพื่อติดต่อพูดคุยกันแบบออนไลน์กับเพื่อนๆ หรือคนรู้จัก แต่ในทางธุรกิจได้นำมาใช้เป็นช่องทางทำการตลาดได้เป็นอย่างดี ซึ่งเป็นโอกาสที่จะได้ลูกค้ารวมทั้งยอดขายที่เพิ่มขึ้นได้

## การตลาดบน Social Media

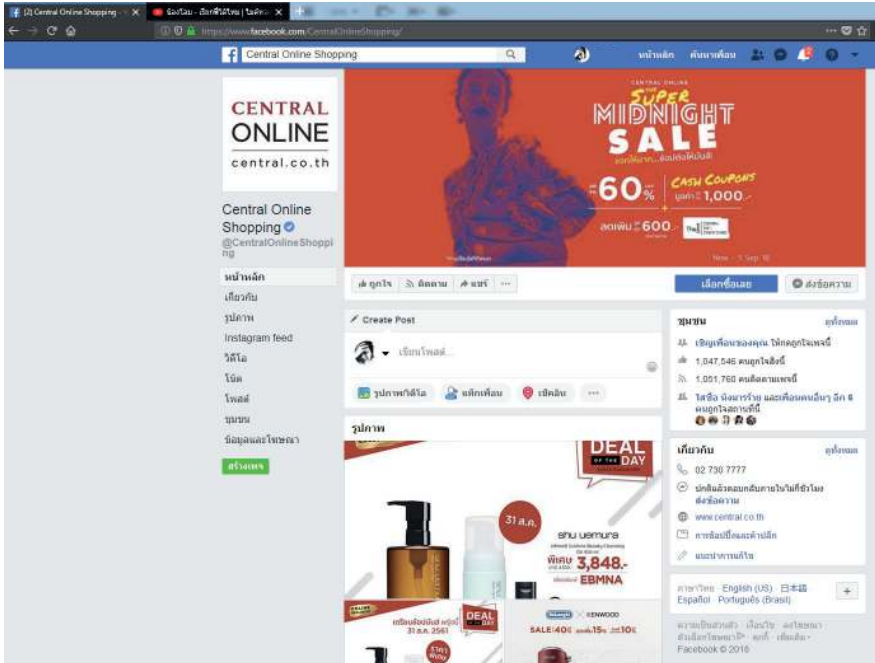
ปัจจุบันกระแส Social Media หรือสังคมออนไลน์นั้น ได้เข้ามามีบทบาทในสังคมเกือบทั่วทุกมุมโลก ทุกเพศ ทุกวัย อย่าง Facebook, Instagram, Line, Youtube และอื่นๆ แม้แต่ภาคธุรกิจต่างๆ ก็ต้องหันเข้ามาใช้สื่อเหล่านี้ช่วยในการโฆษณาประชาสัมพันธ์กันเป็นจำนวนมาก ส่วนใหญ่จะเน้นด้านการตลาด และการประชาสัมพันธ์ขายสินค้า ซึ่งนับเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้การทำธุรกิจสามารถเป็นไปได้อย่างรวดเร็ว

### Facebook

Facebook เป็นอีกหนึ่งเว็บในสังคม Social Network ที่เปิดให้ทุกคนได้ร่วมแบ่งปันความคิดเห็น แชร์ความรู้สึก และนำเสนอไลฟ์สไตล์ของตัวเอง นับว่าเป็นสังคมที่ได้รับความนิยมเป็นจำนวนมากและเติบโตอย่างรวดเร็ว เพียงแค่โพสต์ หรือแชร์ ข้อความ ภาพ วิดีโอ เพื่อนๆ ของคุณก็สามารถเห็นสิ่งที่คุณอัปเดต และเมื่อเพื่อนกด Like หรือ Share ข้อมูลของคุณก็จะถูกเผยแพร่ต่อไปยังเพื่อนของเพื่อนของคุณอีกไม่สิ้นสุด

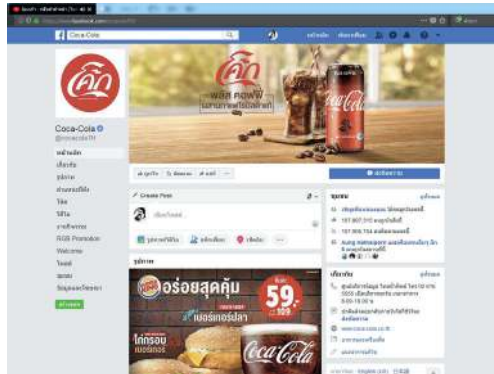


ในส่วนของภาคธุรกิจก็ได้นำ Facebook มาใช้เป็นช่องทางการตลาด หรือที่เรียกว่า Facebook Marketing เพื่อใช้เชื่อมโยงไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยวิธีการสร้างเพจ (Page) ขึ้นมาแยกต่างหากจากหน้า Account หลักขององค์กร ไว้สำหรับเป็นช่องทางการตลาด ติดต่อ โฆษณาประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมายโดยเฉพาะได้



หลักการทำงานของเพจก็คือ เป็นการสร้างหน้าร้านไว้ติดต่อสื่อสารกันเฉพาะกลุ่ม หรือที่เรียกว่าแฟนเพจ โดยแฟนเพจได้มาจากคนที่เข้ามากดปุ่มถูกใจ หรือกด Like เพจนั่นเอง จากนั้นเมื่อมีการอัปเดตข้อมูลต่างๆ บนหน้าเพจ ข้อมูลก็จะถูกเผยแพร่ไปยังหน้า Facebook ของแฟนเพจ และเช่นกันเมื่อแฟนเพจกด Like หรือ Share ต่อ ก็เท่ากับเป็นการช่วยเผยแพร่ข้อมูลนั้นต่อไปไปยังเพื่อนๆ ของแฟนเพจได้อีกด้วย นับว่าเป็นช่องทางในการทำการตลาดที่ดีมากๆ

Facebook ไม่ได้ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการขาย และประชาสัมพันธ์ข้อมูลต่างๆ เพียงอย่างเดียว ยังนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการสร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จักได้ลึกอีกด้วย เนื่องจากวัตถุประสงค์ของผู้ใช้ Facebook นั้นมีไว้เพื่อติดต่อพูดคุยกับเพื่อนๆ ในสังคมออนไลน์ ในทางการตลาดจึงอาศัยรูปแบบนี้ไว้สร้างความสัมพันธ์ การสื่อสาร พูดคุยกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อเป็นการรักษาลูกค้าที่มีความชื่นชอบในตัวสินค้าหรือแบรนด์เอาไว้ สร้างโอกาสให้แบรนด์เป็นที่รู้จักแก่ผู้ใช้ Facebook คนอื่นๆ ต่อได้ เพราะเมื่อใดที่ลูกค้ามีการโต้ตอบภายใน Facebook เพื่อนๆ ของเขาก็สามารถเข้าถึงข้อมูลในหน้าเพจของแบรนด์นั้นๆ โดยไม่ต้องเสียเงินโปรโมทเลยก็ได้



ตัวอย่างเพจของ Coca-cola

จะเห็นได้ว่าแบรนด์ก็คือตัวตนของสินค้าหรือบริการนั่นเอง ไม่ว่าจะเป็นการแสดงออกผ่านกิจกรรมในรูปแบบใดก็ตาม จะเป็นการสะท้อนให้เห็นถึงตัวตน รวมถึงความแข็งแรงของแบรนด์นั้นได้ ซึ่งการสร้าง Page ใน Facebook ก็จะเป็นอีกตัวช่วยหนึ่งที่จะทำให้แบรนด์ของคุณเป็นที่รู้จักได้เป็นอย่างดี



ตัวอย่างเพจของ Starbucks

# BRAND

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นว่รูปแบบการใช้งาน Facebook ไม่ว่าจะเพื่อการติดต่อสื่อสารกับเพื่อนๆ ในสังคมออนไลน์ หรือการสร้างเพจขึ้นมาประชาสัมพันธ์ หรือทำการตลาดนั้นก็ไม่ได้แตกต่างกันมากนัก ซึ่งจะสรุปขั้นตอนการใช้ Facebook เพื่อนำมาต่อยอดในการค้าขายออนไลน์ได้ดังนี้

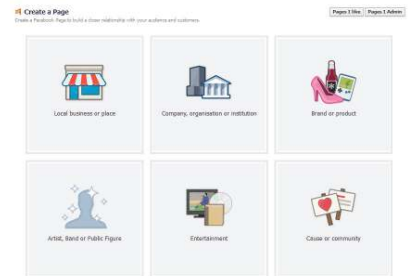
- สมัครใช้งาน Facebook ที่ [www.facebook.com](http://www.facebook.com) ด้วยอีเมลแอดเดรส เช่น Hotmail, Yahoo, Gmail หรืออื่นๆ ก็ได้ โดยทำตามขั้นตอนไปจนจบ



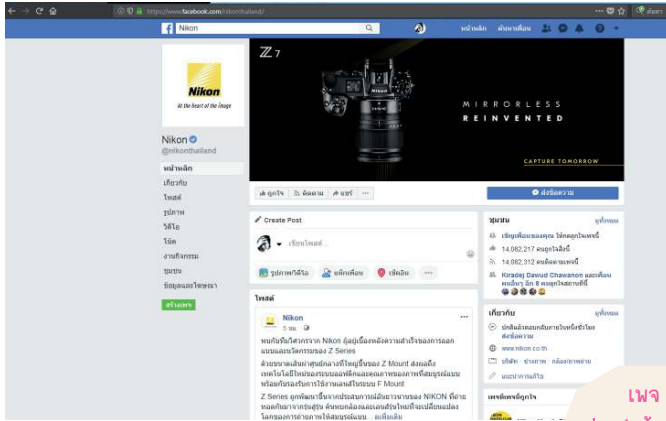
- จะได้บัญชี Facebook โดยสามารถค้นหารายชื่อเพื่อนที่ใช้ Facebook หรือบุคคลที่ต้องการติดต่อแล้วส่งคำร้องขอเป็นเพื่อนเพิ่มเข้ามาได้



- สร้างเพจเพื่อทำหน้าร้านค้า โดยเลือกรูปแบบเพจที่ต้องการสร้างให้ตรงกับธุรกิจได้ จากนั้นตกแต่งร้านค้าให้สวยงาม ลงรูปสินค้า พร้อมอธิบายรายละเอียดให้ครบถ้วน ทั้งราคา วิธีการสั่งซื้อ การจัดส่ง เท่านั้นก็จะได้รับร้านค้าเรียบร้อยแล้ว (1 ธุรกิจอาจสร้างหลายเพจได้ไม่จำกัด เช่น แยกตามร้านค้า, สินค้า, แปรนด์ ฯลฯ)



ตัวอย่างเพจที่ตกแต่ง และใช้งานอยู่จริง



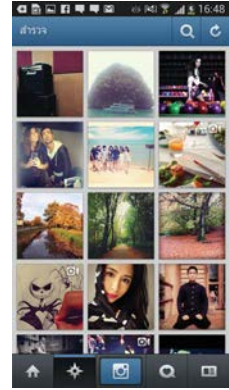
เพจ ประชาสัมพันธ์องค์กร



4. เชิญเพื่อนๆ เข้ามาร่วม Like เป็นแฟนเพจ พร้อมกับบ่งชี้โฆษณา เพื่อประชาสัมพันธ์ร้านค้า ให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย เรียกลูกค้าเข้ามา
5. เมื่อมีแฟนเพจแล้ว ก็เป็นขั้นตอนของกระบวนการขายต่อไป

## Instagram

Instagram หรือมักเรียกสั้นๆ ว่า IG เป็นแอปพลิเคชันถ่ายภาพหรือวิดีโอสั้นๆ สามารถปรับแต่งภาพถ่ายได้อย่างสวยงาม ด้วยฟิลเตอร์สำเร็จรูปที่โปรแกรมเตรียมไว้ให้ เพื่อแชร์ให้เพื่อนๆ ในโซเชียลเน็ตเวิร์กได้ติดตามภาพต่างๆ ที่เราโพสต์ได้ หรือเราเองอาจจะเลือกติดตามความเคลื่อนไหวของเพื่อน หรือบุคคลอื่นๆ ที่เราสนใจโดยกด Like หรือ Comment รูปที่ชอบ นอกจากนี้ยังสามารถแชร์ภาพและวิดีโอไปยังโซเชียลเน็ตเวิร์กอื่นๆ เช่น Facebook, Twitter, Flickr หรืออื่นๆ ก็ได้



### NOTE

Instagram เป็นแอปพลิเคชันที่ใช้กันในสมาร์ตโฟนบนระบบ iOS, Android และล่าสุด Windows Phone ก็สามารถใช้งานได้แล้ว สำหรับระบบอื่นๆ ในอนาคตก็คงจะใช้ได้เช่นกัน

เมื่อไม่นานมานี้ Instagram ได้ขยายกิจการให้กับทาง Facebook ทำให้มีฟังก์ชันที่เอื้อต่อการใช้งานร่วมกัน โดยสามารถใช้ร่วมกับบัญชีของ Facebook ได้ ซึ่งเมื่อมีการแชร์ข้อมูลใน Instagram ก็จะมีแชร์ผ่าน Facebook เช่นกัน ทำให้เป็นผลดีในการนำมาปรับใช้ร่วมกับ Facebook ได้ ซึ่งส่วนใหญ่จะใช้ Instagram เป็นช่องทางการสื่อสารผ่านรูปภาพให้กับลูกค้าได้ติดตามอัปเดตสินค้าได้ตลอด เพื่อให้เข้ากับยุคที่นิยมใช้อินเทอร์เน็ตผ่านมือถือสมาร์ตโฟน หรือแท็บเล็ตต่างๆ นั่นเอง

ช่องทาง  
สื่อสารผ่าน  
รูปภาพ



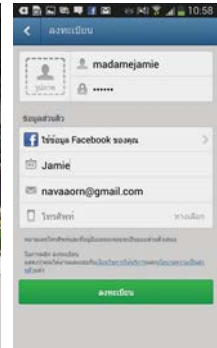


## ขั้นตอนการสมัครใช้งาน Instagram พอสรุปได้ดังนี้

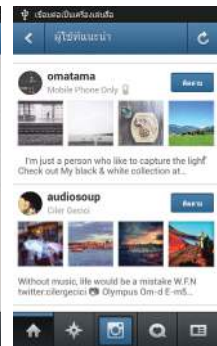
1. ติดตั้งแอปพลิเคชัน Instagram บนสมาร์ตโฟน



2. ลงทะเบียนเข้าใช้ Instagram โดยกำหนดชื่อ รหัสผ่าน เลือกรูปโปรไฟล์ หรือหากมี Facebook อยู่แล้ว จะใช้ข้อมูลใน Facebook เข้าใช้เลยก็ได้ (แต่จะผูกกับ Facebook ได้เพียง 1 แอคเคาท์เท่านั้น ผูกกับ Page ไม่ได้)



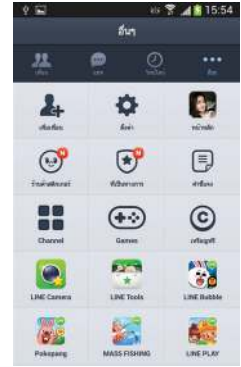
3. ระบบจะแนะนำให้ค้นหาเพื่อนที่เล่น Instagram โดยค้นหาเพื่อนจาก Facebook จากรายชื่อในมือถือ หรือแนะนำผู้เล่น Instagram อื่นๆ ที่น่าสนใจให้เราคลิกปุ่ม Follow หรือติดตามการอัปเดตของบุคคลเหล่านั้นได้



4. ผู้ใช้สามารถเข้าไปแก้ไขโปรไฟล์และเพิ่มข้อมูลอื่นๆ ได้ เพียงเท่านั้นก็สามารถใช้ Instagram ไว้ติดตามความเคลื่อนไหวของเพื่อน หรือให้ผู้ที่สนใจติดตามความเคลื่อนไหวของเราผ่านแอปพลิเคชันนี้ได้แล้ว

Line 

ไลน์ (LINE) เป็นแอปพลิเคชันสำหรับสนทนาออนไลน์ หรือที่เรียกว่าแชทนั่นเอง แต่นอกจากการแชทแล้ว ยังสามารถส่งสติ๊กเกอร์ แชนวีดีโอ ภาพถ่าย สามารถแชร์พิกัดบนแผนที่ให้กับเพื่อนๆ ในห้องแชท หรือเช็คอินบนสถานที่ท่องเที่ยวแล้วแชร์ไปที่หน้าไทม์ไลน์ก็ได้ และยังมีฟังก์ชันอื่นๆ อีกมากมาย นับว่าเป็นแอปพลิเคชันยอดนิยมอีกตัวหนึ่งเลยทีเดียว



**NOTE**

หลายๆ แปรนต์ที่หันมาเปิด Official account และทำสติ๊กเกอร์ไลน์แจก เป็นการช่วยผลักดันให้มีความรู้จักและติดตามแปรนต์มากขึ้น และยังได้เพิ่มฟีเจอร์ LINE On-Air ที่เปิดให้แปรนต์ต่างๆ สามารถสร้างปฏิสัมพันธ์แบบสดๆ กับลูกค้าได้ เช่น เปิดขายแบบกำหนดช่วงเวลาขาย, เปิดการสนทนายกับลูกค้าแบบเรียลไทม์ได้ เป็นต้น แต่จะทำแบบนี้ได้ต้องเป็นองค์กรใหญ่ เพราะใช้เงินหลายล้านบาทต่อครั้ง

ตัวอย่างการใช้ Line เป็นช่องทางการติดต่อกับลูกค้า



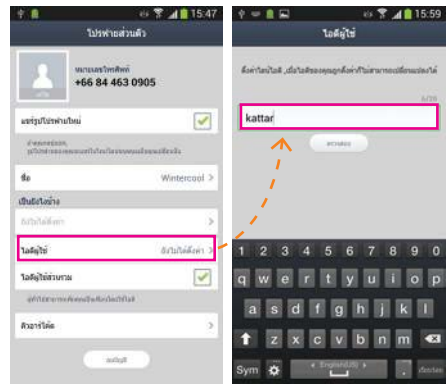
สำหรับร้านค้าทั่วไป การใช้ LINE จะเน้นไปที่การสื่อสารโดยตรงกับลูกค้ามากกว่า ซึ่งสามารถคุยกันแบบถึงตัวทันที และตลอดเวลาทีเดียว

สำหรับการเริ่มต้นใช้งาน LINE จะต้องลงทะเบียนก่อนจึงจะใช้งานได้เหมือนกับโปรแกรมอื่นๆ โดยสามารถลงทะเบียนด้วยเบอร์โทรศัพท์, บัญชี Facebook หรือใช้ชื่ออีเมลสมัครเข้าใช้งานบนเครื่องคอมพิวเตอร์ก็ได้ สรุปได้ดังนี้

1. ติดตั้งแอปพลิเคชัน Line บนสมาร์ตโฟน หรือแท็บเล็ต ที่ต้องการใช้งาน
2. ลงทะเบียนใช้งานด้วยเบอร์โทรศัพท์ บัญชี Facebook หรือชื่ออีเมล



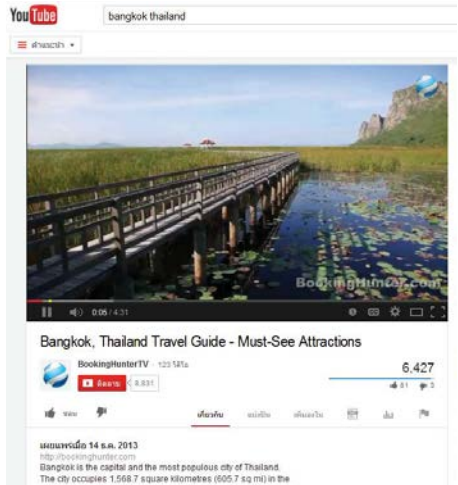
3. กำหนดชื่อ ID เพื่อให้เพื่อนสามารถค้นหาชื่อ ID ของคุณในการติดต่อผ่าน Line ได้ ซึ่งเป็นวิธีที่สะดวก โดยชื่อ ID นั้น จะต้องเป็นชื่อที่ไม่ซ้ำกับชื่ออื่นๆ ซึ่งชื่อนี้เองที่เราจะนำไปโปรโมทให้ลูกค้าติดต่อเข้ามา (ไม่ควรใช้เบอร์โทรศัพท์ เพราะอาจเปลี่ยนเบอร์ใหม่ภายหลัง)



4. โปรแกรมจะค้นหารายชื่อผู้ติดต่อจากเบอร์โทรศัพท์ จากรายชื่อเพื่อนใน Facebook หรือจากชื่ออีเมลขึ้นมาให้โดยอัตโนมัติ สามารถเลือกสนทนาจากรายชื่อเหล่านี้ก็ได้

## YouTube

YouTube เป็นเว็บไซต์ที่เผยแพร่วิดีโอให้กับคนทั่วโลกได้รับชมกันแบบฟรีๆ ในแต่ละวันจะมีผู้เข้าชมเป็นหลายๆ ล้านคน ซึ่งผู้ใช้สามารถเปิดดูวิดีโอ, อัปโหลดวิดีโอ, หรือแชร์วิดีโอให้กับผู้ชมคนอื่นๆ ได้ และที่สำคัญสามารถเชื่อมต่อกับสื่อออนไลน์อื่นๆ ได้ง่ายอีกด้วย



ปัจจุบัน YouTube ได้นำมาใช้เป็นช่องทางการตลาดอีกรูปแบบหนึ่ง เพื่อช่วยในการประชาสัมพันธ์แบรนด์ หรือโปรโมทสินค้าในรูปแบบของสื่อวิดีโอ เป็นการเพิ่มโอกาสในการขาย ให้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ทั่วโลก

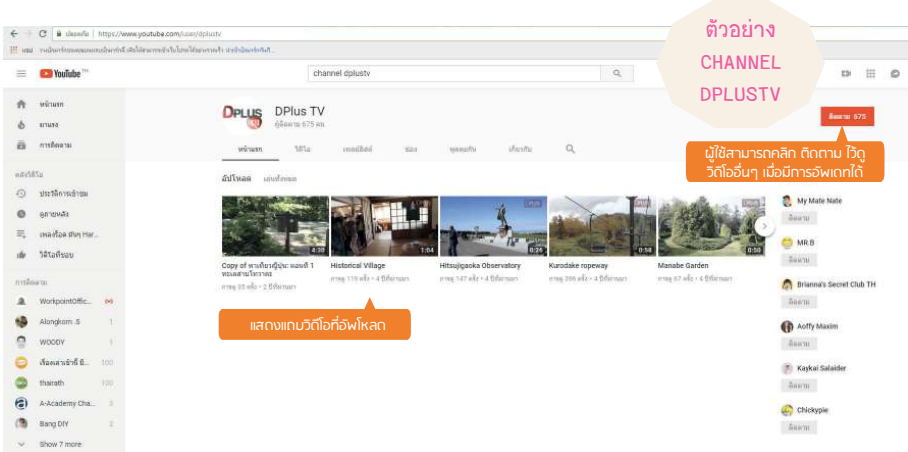


สร้างวิดีโอ  
โปรโมท  
สินค้า

ยอดผู้เข้าชม สามารถแสดงความเห็นได้

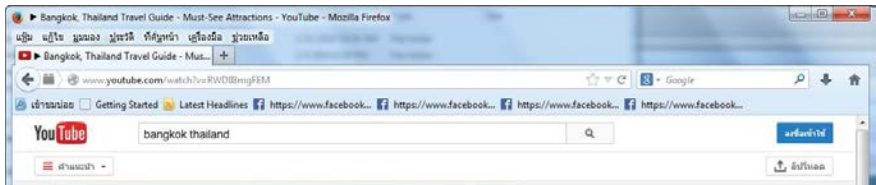
สามารถแชร์ไปยัง Social Media อื่นๆ ได้ง่าย

ลักษณะการโปรโมทบน YouTube นั้น ถ้ามีไม่มากก็อาจทำคลิปเดี่ยวๆ แยกกัน แต่ถ้ามีวิดีโอหลายอันก็ควรสร้างเป็น YouTube Channel ส่วนตัวขึ้นมา เพื่อใช้เป็นที่เผยแพร่คลิปวิดีโอต่างๆ ของตัวเอง และยังสามารถใช้ในการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายที่เข้ามาสมัครเป็นสมาชิก (Subscribe) ได้เป็นอย่างดี และติดตามผลได้อย่างต่อเนื่อง

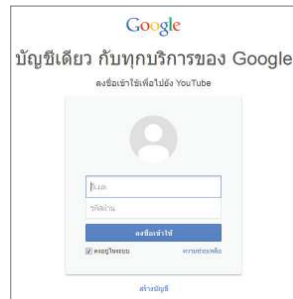


## ขั้นตอนการสร้าง YouTube Channel สามารถทำได้ดังนี้

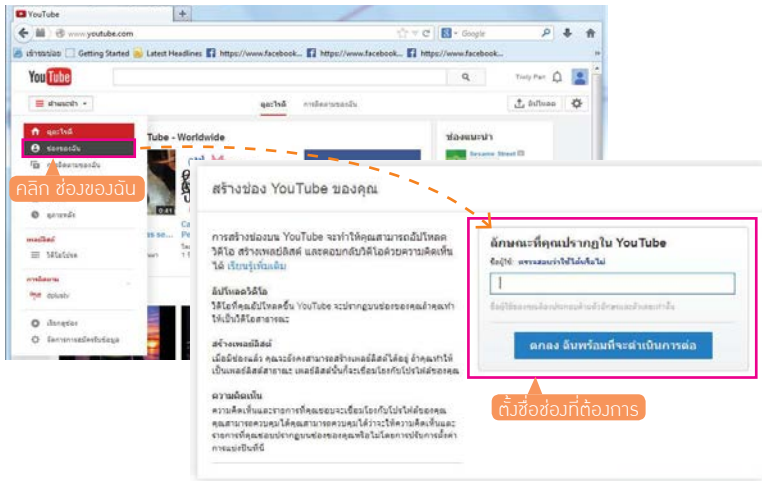
1. เข้า [www.youtube.com](http://www.youtube.com) คลิกปุ่ม ลงชื่อเข้าใช้



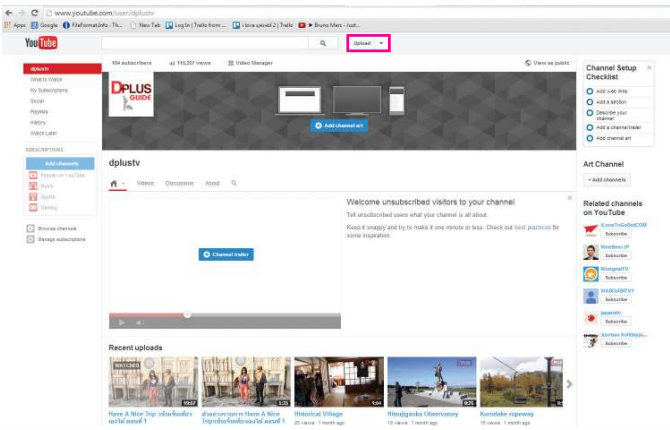
2. โดยป้อนชื่ออีเมล และรหัสผ่าน ซึ่งเป็นบัญชีของ Google หรือ Gmail นั้นเอง หากยังไม่มี สามารถคลิกสร้างบัญชีกรอกรายละเอียดสมัครได้



3. เมื่อล็อกอินเข้ามายังหน้า YouTube แล้วก็สามารถเริ่มสร้างช่อง หรือ Channel ได้แล้ว



4. จากนั้นก็กรอกรายละเอียดต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับ Channel พร้อมอัปโหลดวิดีโอที่ต้องการเผยแพร่ได้



ไม่ควรเกิน 3 นาที เพื่อให้ไฟล์ไม่ใหญ่มาก สามารถโหลดได้เร็ว และเปิดดูผ่านสมาร์ทโฟนหรือ

แต่เปลี่ยนต่างๆ ได้ดีด้วย

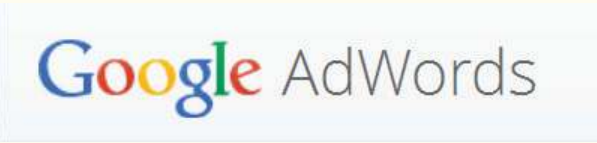
การสร้างวิดีโอแสดงบน YouTube นั้น เราควรวางแผนเป้าหมายว่า ต้องการอะไรจากการโพสต์วิดีโอ เช่น แค่ต้องการแสดงตัวอย่างสินค้า, เพิ่มยอดขาย หรือเพิ่มการเข้าชมเว็บไซต์ ซึ่งปกติคนส่วนใหญ่ที่เข้ามาดู YouTube ก็เพื่อความบันเทิงหรือหาความรู้ไม่ได้เข้ามาดูโฆษณา ดังนั้นเราควรทำวิดีโอที่น่าสนใจ มีประโยชน์ และให้ความรู้ไปด้วย โดยไม่เน้นไปที่การขายอย่างเดียว เป็นการช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับธุรกิจด้วย เช่น ขายโทรศัพท์ก็ทำวิดีโอแนะนำวิธีการใช้งาน, ขายเสื้อผ้าก็อาจจะแนะนำวิธีวัดขนาด หรือคุณสมบัติของเนื้อผ้าประเภทต่างๆ เป็นต้น

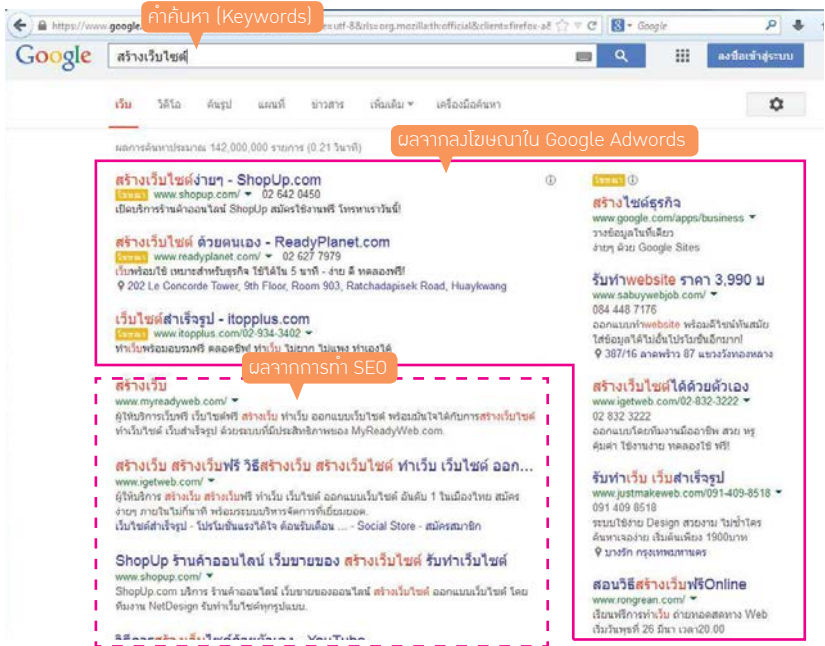


## ตัวอย่างการโปรโมทเว็บ

### ลงโฆษณากับ Google Adwords

เป็นการทำโฆษณาบนหน้า Google ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่เราต้องการ ซึ่งเมื่อคลิกที่โฆษณานั้นก็จะลิงค์ไปยังเว็บไซต์ที่กำหนดไว้ได้ทันที ซึ่งคุณจะไม่เสียค่าใช้จ่ายเมื่อมีคนคลิกเท่านั้น แต่ถ้าชมอย่างเดียว ไม่มีการคลิก ก็ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใดๆ โดยโฆษณาของคุณจะปรากฏตาม **คีย์เวิร์ด** ที่กำหนดไว้ รายชื่อเว็บจะแสดงอยู่ในตำแหน่งโฆษณาด้านบน และด้านขวาเสมอ (สมัครได้ที่ [www.google.com/adwords](http://www.google.com/adwords))





การโฆษณากับ Google Adwords นั้นสามารถกำหนดค่าใช้จ่าย วันเวลา ที่ลงโฆษณาได้ โดยจะเป็นรูปแบบที่จ่ายเมื่อมีผู้ชมคลิกเข้าชมเว็บไซต์ หรือ Pay per Click โฆษณาจะปรากฏขึ้นเมื่อมีการค้นหาคำที่ตรงกับคีย์เวิร์ดของเว็บไซต์ที่ระบุไว้ ราคาขึ้นอยู่กับความนิยมของคีย์เวิร์ด และจำนวนคู่แข่งที่ใช้คีย์เวิร์ดเดียวกัน หากมีคู่แข่งเยอะราคาก็จะสูงขึ้นด้วย ดังนั้นจึงต้องให้ความสำคัญในการเลือกใช้คีย์เวิร์ด โดยควรเจาะจงให้ตรงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ช่วงเวลาและความต่อเนื่องด้วย เพื่อให้ได้คลิกที่มีคุณภาพที่สุด เพราะคนที่คลิกโฆษณาของคุณนั่นก็คือผู้ที่สนใจในสินค้าหรือบริการของคุณจริงๆ ซึ่งมีโอกาสมากที่จะมาเป็นลูกค้าของคุณ และการคลิกแต่ละครั้งล้วนส่งผลถึงต้นทุนที่ใช้ในการโฆษณาด้วย

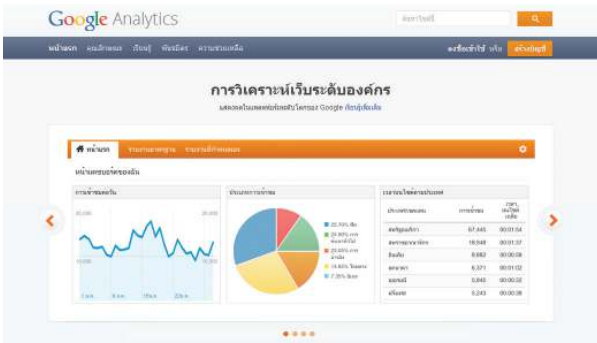
ข้อดีของการโฆษณากับ Google คือสามารถเข้าถึงผู้คนได้เป็นจำนวนมาก และตรงกับกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากเป็น Search Engine ยอดนิยมที่ใครๆ เมื่อต้องการค้นหาข้อมูลอะไร ก็จะนึกถึงเป็นอันดับแรกเลยทีเดียว



## คู่มือการใช้งานเว็บไซต์ด้วย Google Analytics

Google Analytics เป็นเครื่องมือเก็บสถิติเกี่ยวกับผู้เข้าชมเว็บไซต์ พฤติกรรมของผู้ที่เข้าชมเว็บไซต์ รวมทั้งติดตามประสิทธิภาพของแคมเปญการโฆษณาใน Google Adwords หรือการโฆษณาและรวมถึงเว็บไซต์อื่นๆ ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะช่วยให้ทราบว่าคีย์เวิร์ดใดที่ได้ผล ข้อความโฆษณาใดมีประสิทธิภาพ และพฤติกรรมของผู้เข้าชมเว็บไซต์ ซึ่งความสามารถของ Google Analytics สามารถแบ่งตามจุดประสงค์การใช้งานได้ดังนี้

- รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับผู้ที่เข้ามาชมเว็บไซต์ (Visitor)
- รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับช่องทางในการเข้าถึงเว็บไซต์ (Traffic)
- รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับสถิติการเข้าชมเนื้อหาภายในหน้าเว็บไซต์ (Content)
- วิเคราะห์ว่าผู้ใช้งานเข้าถึงเป้าหมายภายในเว็บไซต์ได้อย่างไร (Goal)



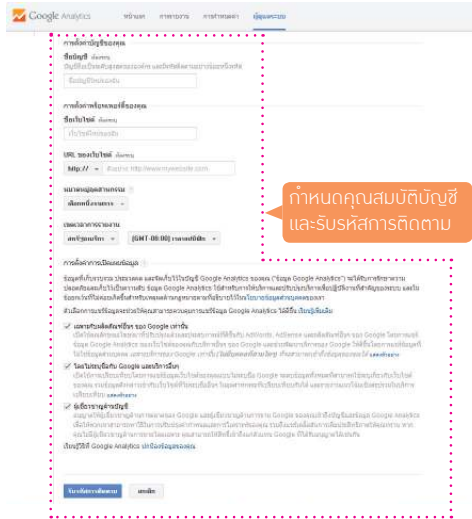
## ขั้นตอนการใช้งาน Google Analytics

สำหรับการเข้าใช้งาน Google Analytics จะใช้บัญชีของ Google ได้เลย ซึ่งขั้นตอนหลักๆ จะประกอบด้วย

1. สมัครเข้าใช้งานได้ที่ [www.google.com/analytics](http://www.google.com/analytics) ด้วยบัญชี google โดยทำตามคำแนะนำบนหน้าจอ



2. กำหนดคุณสมบัติของบัญชี และชื่อเว็บไซต์ที่ต้องการดูสถิติ แล้วคลิกปุ่ม **รับรหัสการติดตาม**



3. จะได้รับรหัสและโค้ดติดตามของ Google Analytics ให้ตั้งค่าโค้ดติดตามที่เว็บไซต์ของคุณ โดยคัดลอกโค้ดที่ได้ไปวางไว้ในโค้ดของหน้าเว็บที่ต้องการติดตามทุกหน้า ให้อยู่ภายในแท็ก **<head>..โค้ดติดตาม..</head>** เพื่อให้รวบรวมและส่งข้อมูลการใช้งานไปยังบัญชีของ Google Analytics ได้นั่นเอง

รหัสติดตาม  
**UA-49305629-1**

สถานะ: **ไม่ได้อัปเดตการติดตาม**  
 ลงวันที่: 24 ธ.ค. 2014 20:05:01 (ET) UTC  
 โฉนด: โฉนดสถานะ: Google Analytics ของคุณยังคงอยู่ในใช้ข้อมูล. เมื่อมีค่าใช้ Analytics พยายามดูข้อมูลอยู่เสมอเมื่อมีสิ่งใหม่และจะพิจารณาเว็บไซต์ใหม่เพิ่มเติม

**การติดตามเว็บไซต์**

นี่คือโค้ดติดตาม Universal Analytics สำหรับเว็บไซต์ของคุณ. นำโค้ดวางไว้ในหน้าแรกของเว็บไซต์ของคุณ Universal Analytics ส่วนจึงให้พร้อมใช้. โค้ดนี้รวมการวางโค้ดลงในทุกหน้าเว็บของคุณและการติดตาม

**นี่คือโค้ดติดตามของคุณ คัดลอกและวางโค้ดนี้ลงในโค้ดของหน้าเว็บทุกหน้าของคุณ**

```
<script>
(function(i,s,o,g,r,a,m){(i.GoogleAnalyticsObject)=r;||'function'!=
typeof i[r]&&push(arguments);i[r]=function(){var t=new Date();a=
createElement(o,m,a,getElementByTagName(o)[0]);a.async=1;a.src=
g;m.parentNode.insertBefore(a,m)}(window,document,'script',
'www.google-analytics.com/analytics.js','ga');

ga('create','UA-49305629-1','inshop.com');
ga('send','pageview');
</script>
```

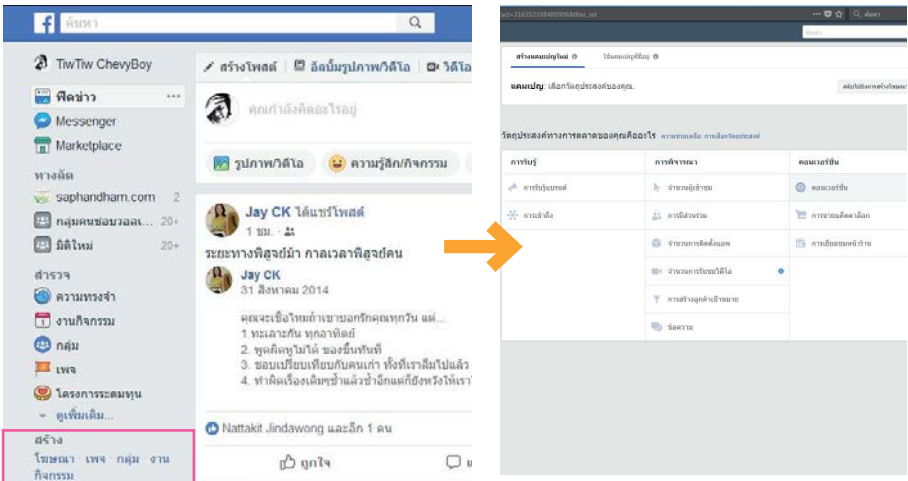
ให้คัดลอกไปวางในโค้ดของหน้าเว็บที่ต้องการติดตาม

เพียงเท่านั้นก็สามารถเข้าไปดูสถิติต่างๆ ผ่าน Google Analytics ได้แล้ว ซึ่งเราสามารถนำข้อมูลของผู้เข้าชมเว็บไซต์ของเรามาวิเคราะห์ต่อได้ว่า เมื่อคนเหล่านั้นเข้ามาในเว็บไซต์ของเราแล้วพวกเขาทำอะไรกัน ตัวอย่างเช่น ดูว่าพวกเขาใช้เวลาเท่าไรในการอ่านเนื้อหาในเว็บไซต์ของเราในแต่ละหน้า (Average Time On Page) หรือดูเวลาที่ทั้งหมดที่พวกเขาอยู่ในเว็บไซต์ของเรา หรือดูว่าคนที่เข้ามาที่หน้าแรกของเราแล้วเข้าไปที่หน้าอื่นของเราอีกหรือไม่ (Path Analysis) เป็นต้น ซึ่งจะเห็นว่ามิประโยชน์มาก ขึ้นอยู่กับการนำไปวิเคราะห์และประยุกต์ใช้ด้วย ที่สำคัญคือสามารถสมัครใช้งานได้ฟรี



## ลงโฆษณากับ Facebook

การลงโฆษณาใน Facebook จะสามารถกำหนดค่าใช้จ่าย วัน-เวลา และเลือกกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้เช่นกัน ก็เป็นอีกช่องทางหนึ่งที่จะช่วยเพิ่มจำนวนคนให้เข้ามาเยี่ยมชมในแฟนเพจ และส่งผลกับยอดขายต่อไปได้





## ลงโฆษณาติดแบนเนอร์ กับเว็บลงประกาศต่างๆ

สามารถจ่ายเป็นรายเดือนได้ ควรพิจารณาว่าจะลงโฆษณากับเว็บไหนถึงจะมีคนคลิกเข้ามามากที่สุด โดยดูจากกลุ่มเป้าหมาย และประเภทของสินค้าที่เราขาย ซึ่งก็มีอยู่หลายๆเว็บที่ให้บริการ อาจจะค้นหาเว็บใน Google หรือดูสถิติการเข้าเว็บของคนไทยใน truehits.net ก็ได้

**ตัวอย่าง**  
**TRUEHIT.net**

1 iPhone  
2 Samsung  
3 OPPO  
4 vivo  
5 Huawei

## ตัวอย่างแบนเนอร์ที่ลงในเว็บ Kapook.com



ทั้งหมดนี้เป็นเพียงส่วนหนึ่งในการโปรโมทเว็บให้เป็นที่รู้จัก แต่อย่างไรก็ตามการโปรโมทเว็บให้ติดอันดับใน Search Engine นั้น คงไม่สามารถทำได้ภายในวันเดียว คงต้องใช้เวลาโปรโมทไปสักระยะที่สำคัญต้องหมั่นอัปเดตเนื้อหาในเว็บไซต์อย่างสม่ำเสมอให้เว็บมีการเคลื่อนไหวและเป็นปัจจุบัน หมั่นส่งที่อยู่เว็บที่โปรโมทไปยังสารบัญของเว็บไซต์ และสื่อออนไลน์ต่างๆ ก็จะช่วยทำให้เว็บของเราเป็นที่รู้จักได้มากขึ้น





## Go Mobile, Go Tablet

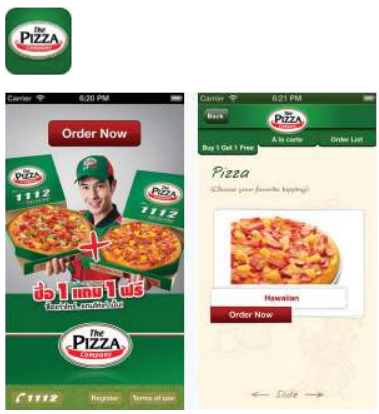
06

**DBD**

# Mobile & Tablet โต้ : e-Commerce ยิงโต้

ปัจจุบันเทคโนโลยีของโทรศัพท์มือถือ สมาร์ทโฟน และแท็บเล็ตต่างๆ ได้ถูกพัฒนาและเติบโตอย่างรวดเร็ว ผู้บริโภคนิยมหันมาใช้งานอุปกรณ์เหล่านี้เป็นจำนวนมาก เนื่องจากมีขนาดเล็ก พกพาง่าย สามารถใช้งานอินเทอร์เน็ตได้ นอกจากนี้ยังมีแอปพลิเคชันต่างๆ ให้ดาวน์โหลดมาใช้งานมากมาย โดยเฉพาะแอปพลิเคชันยอดนิยมอย่าง Social Media ต่างๆ ที่ช่วยให้การติดต่อสื่อสารระหว่างกันได้ง่าย ไม่จำเป็นต้องคุยโทรศัพท์อย่างเดียว

ด้วยเหตุนี้ในการค้าขายแบบออนไลน์นั้น อุปกรณ์เหล่านี้ย่อมมีผลต่อการทำการตลาดอย่างแน่นอน เนื่องจากพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคจะอยู่ที่อุปกรณ์สมาร์ทโฟน และแท็บเล็ตมากขึ้น ยกตัวอย่างธนาคารต่างๆ ปัจจุบันก็มีบริการชำระเงินแบบออนไลน์ ผ่านโทรศัพท์มือถือได้ หรือบางธุรกิจก็ทำเป็นแอปพลิเคชันสำหรับซื้อของออนไลน์ผ่านสมาร์ทโฟน หรือแท็บเล็ต ให้ผู้ใช้สามารถดาวน์โหลดไปใช้งานได้ เป็นต้น เพื่ออำนวยความสะดวกในการให้บริการแก่ผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง และเพิ่มช่องทางในการขายได้มากขึ้นด้วย



## วิธีเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ใช้ Mobile, Tablet

การทำการตลาดในโทรศัพท์มือถือ ก่อนหน้านี้จะเป็นรูปแบบการส่ง SMS เป็นส่วนใหญ่ แต่ในปัจจุบันได้มีการพัฒนา แอปพลิเคชันต่างๆ ที่สามารถให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายสามารถดาวน์โหลดไปติดตั้งบนสมาร์ทโฟน หรือแท็บเล็ต และสามารถใช้บริการต่างๆ ผ่านแอปพลิเคชันบนอุปกรณ์ที่ติดตั้งได้เลย



ปัจจุบันธุรกิจหรือองค์กรต่างๆ แทบจะหลีกเลี่ยงไม่ได้เลยกับการใช้เครื่องมือเหล่านี้เข้ามาช่วยในการทำการตลาด เพื่อให้รองรับกับพฤติกรรมของผู้บริโภคและสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้อย่างทั่วถึง และนอกจากการพัฒนาแอปพลิเคชันขึ้นมาใช้งานเฉพาะของธุรกิจแล้ว ยังสามารถใช้โปรแกรม Social Media ยอดนิยม ที่สามารถโหลดใช้งานได้ฟรี อย่าง Facebook, Line, Twitter หรืออื่นๆ มาช่วยเป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าเป้าหมายอีกทางด้วยก็ได้

## สร้างเว็บใช้งานบน Mobile & Tablet

การสร้างแอปพลิเคชันขึ้นมาใช้งานบนสมาร์ทโฟน หรือแท็บเล็ตต่างๆ นั้น ควรออกแบบให้ใช้งานได้กับทุกระบบ ไม่ว่าจะเป็น iOS, Android, Windows Phone หรืออื่นๆ เพื่อให้รองรับการใช้งานของผู้ใช้ได้มากที่สุด ซึ่งจะมีค่าใช้จ่ายในการทำค่อนข้างสูง แต่อย่างไรก็ตามการสร้างแอปเพียงอย่างเดียวไม่สามารถรองรับการใช้งานของผู้ใช้ได้ทั้งหมด เนื่องจากพฤติกรรมของผู้ใช้ส่วนใหญ่ก็ยังค้นหาข้อมูลผ่าน Search Engine ต่างๆ อยู่นั่นเอง ด้วยเหตุนี้จึงมีการออกแบบเว็บไซต์ขึ้นมาเพื่อให้เหมาะสมกับการใช้งานบนอุปกรณ์ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นขนาดของหน้าจอ เมนู ปุ่ม รวมทั้งเนื้อหาให้เหมาะสมกับการใช้งานบนอุปกรณ์เหล่านี้ด้วย



เว็บทั่วไป



แสดงผลบนเครื่อง PC



แสดงผลบนเครื่อง Mobile

เว็บ Mobile



จากรูปตัวอย่างด้านบนจะเห็นว่า การออกแบบเว็บไซต์ที่แสดงผลบนอุปกรณ์พกพาต่างๆ จะออกแบบให้เหมาะสมและง่ายกับการใช้งานแบบทัชสกรีน ไม่เน้นรูปภาพมากนัก เพราะจะทำให้การโหลดข้อมูลได้ช้า

## รูปแบบเว็บที่แสดงผลบน Mobile & Tablet

Mobile Tablet การสร้างเว็บเพื่อแสดงผลบน Mobile หรือ Tablet นั้น สามารถแบ่งออกได้ 2 รูปแบบ ดังนี้

### Mobile Site

เป็นการสร้างเว็บไซต์แยกมาจากเว็บไซต์เดิม โดยเน้นการใช้งานบนอุปกรณ์พกพาต่างๆ ซึ่งจะมีเฉพาะเนื้อหาหลัก มีการปรับเมนูการใช้งานต่างๆ ให้ง่ายและเหมาะสมกับการใช้งานกับอุปกรณ์พกพาเหล่านี้ให้มากที่สุด

### ตัวอย่างการแสดงผลเว็บไซต์ กับ Mobile Site

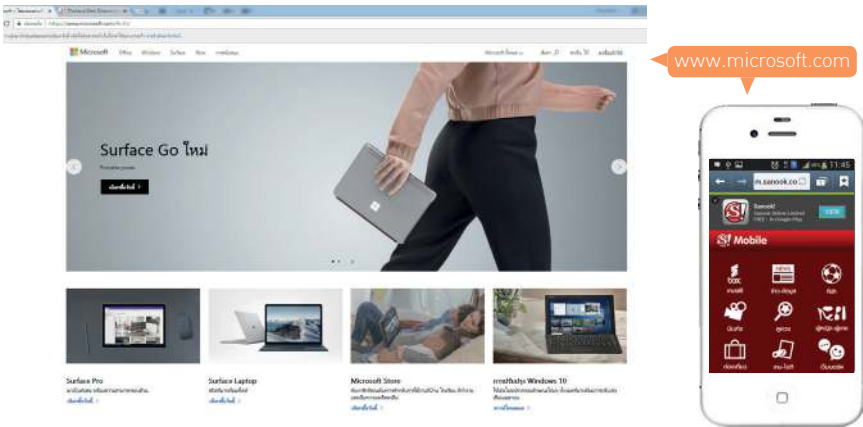


## Responsive Site

เป็นการสร้างเว็บที่ให้รองรับการแสดงผลกับอุปกรณ์พกพาต่างๆ ซึ่งแต่ละอุปกรณ์จะมีขนาดหน้าจอแตกต่างกัน แต่สามารถแสดงผลได้พอดีกับการใช้งานของแต่ละอุปกรณ์ ทั้งขนาดตัวอักษร ปุ่มกด หมุนหน้าจอได้ทั้งแนวตั้งแนวนอนตามตำแหน่งของอุปกรณ์ รองรับการใช้นิ้วสัมผัส เป็นต้น

ข้อดีของการสร้างเว็บแบบ Responsive คือไม่จำเป็นต้องสร้างเว็บไซต์แยกเหมือน Mobile Site รองรับการแสดงผลได้กับทุกๆ อุปกรณ์ สามารถอัปเดตแก้ไขข้อมูลได้ทั้งหมดพร้อมกันทีเดียว มีผลดีต่อการทำ SEO เพราะสามารถทำที่เดียวมีผลกับทั้งการเข้าจากคอมพิวเตอร์และมือถือ/แท็บเล็ตทุกระบบ

### ตัวอย่างการแสดงผลเว็บไซต์แบบ Responsive



ไม่ว่าจะสร้างเว็บไซต์รูปแบบใดก็ตามล้วนมีค่าใช้จ่ายในการจัดทำด้วยกันทั้งสิ้น ต้องพิจารณาว่าเว็บของเราเหมาะที่จะทำออกมาในรูปแบบใด หากต้องการแสดงเนื้อหาเพียงบางส่วน ก็สร้างเป็น Mobile Site ซึ่งจะได้เร็วและประหยัดกว่า สามารถต่อยอดจากเว็บเดิมได้ แต่จะต้องทำ SEO ให้ Mobile Site เพิ่มเติมด้วย หรือถ้าต้องการให้แสดงผลและใช้งานได้เหมือนกันทั้งเครื่องพีซี และอุปกรณ์พกพาต่างๆ ก็สร้างเป็นแบบ Responsive เพื่อให้ง่ายในการแก้ไขและทำ SEO ได้พร้อมกันทีเดียว ซึ่งก็จะต้องใช้เวลาและค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นเช่นกัน

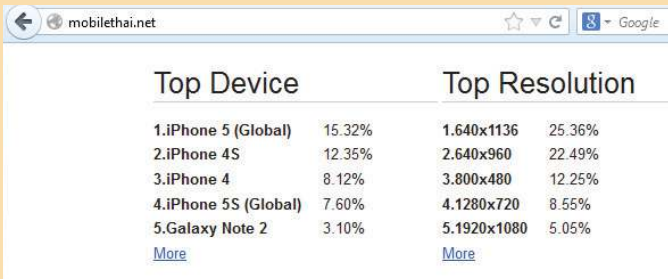
## ข้อควรพิจารณาในการสร้าง Mobile Web

การออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์เพื่อให้แสดงผลบนมือถือและอุปกรณ์พกพาต่างๆ นั้น จะแตกต่างจากการพัฒนาเว็บไซต์โดยทั่วไป เนื่องจากอุปกรณ์เหล่านี้มีข้อจำกัดที่ต้องคำนึงถึง ดังนี้

**1. ขนาดและความละเอียดของหน้าจอ** กรณีสร้างรูปแบบ Mobile Site ผู้พัฒนาต้องทราบว่าโทรศัพท์แต่ละรุ่นมีขนาดหน้าจอเท่าไร และรุ่นใดบ้างที่นิยมใช้ในปัจจุบัน เพื่อจะได้กำหนดขนาดของหน้าเว็บและขนาดของรูปภาพให้เหมาะสมกับการใช้งาน ส่วนกรณีสร้างเป็นแบบ Responsive Site ก็จะทำให้ง่ายกว่าเพราะขนาดเว็บจะปรับตามขนาดของอุปกรณ์ที่ใช้ให้อัตโนมัติ

### NOTE

สามารถอัปเดตข้อมูลสถิติการใช้งานอินเทอร์เน็ตของคนไทยบนอุปกรณ์ต่างๆ ได้ที่ <http://mobilethai.net> ซึ่งจะรวบรวมข้อมูลอุปกรณ์ รวมทั้งความละเอียดหน้าจอที่นิยมใช้ตามลำดับ ซึ่งสามารถนำมาใช้เป็นข้อมูลประกอบการจัดทำเว็บไซต์ได้



| Top Device           |        | Top Resolution       |        |
|----------------------|--------|----------------------|--------|
| 1.iPhone 5 (Global)  | 15.32% | 1.640x1136           | 25.36% |
| 2.iPhone 4S          | 12.35% | 2.640x960            | 22.49% |
| 3.iPhone 4           | 8.12%  | 3.800x480            | 12.25% |
| 4.iPhone 5S (Global) | 7.60%  | 4.1280x720           | 8.55%  |
| 5.Galaxy Note 2      | 3.10%  | 5.1920x1080          | 5.05%  |
| <a href="#">More</a> |        | <a href="#">More</a> |        |

**2. ข้อความ** ด้วยข้อจำกัดของขนาดหน้าจอ ดังนั้นเว็บไซต์ควรมีเนื้อหาที่กระชับ ไม่มากเกินไป เลือกแสดงเฉพาะส่วนสำคัญที่ต้องการสื่อให้ผู้ใช้รู้ว่าในเว็บนี้มีอะไรบ้าง

**3. ลิงค์ต่างๆ** บนหน้าเว็บไซต์ควรถูกกำหนดให้มีขนาดใหญ่พอสมควร เพื่อรองรับกับการใช้งานในรูปแบบทัชสกรีน ผู้ใช้งานจะสามารถใช้นิ้วแตะที่ลิงค์ได้โดยง่าย

**4. ไฟล์รูปภาพและกราฟิก** ไม่ควรมีมากเกินไป หรือบางเครื่องอาจมีข้อจำกัดในการใช้งาน หรือความเร็วในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต ดังนั้นควรพยายามหารูปแบบการนำเสนอที่ลดปัญหาดังกล่าวเพื่อให้เข้าถึงผู้ใช้ได้มากที่สุด

จากข้อจำกัดดังกล่าว ในการออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์เพื่อให้แสดงผลบนอุปกรณ์พกพาจึงควรทำความเข้าใจก่อนว่า เราไม่สามารถใส่ข้อมูลทั้งหมดลงไปในเว็บไซต์ได้ การพัฒนาเว็บไซต์จึงควรเริ่มต้นด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

- วิเคราะห์ว่าฟังก์ชันการทำงานหลักๆ ของเว็บไซต์ที่จะตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานมีอะไรบ้าง เพื่อหยิบเอาเฉพาะฟังก์ชันงานที่สำคัญไปพัฒนาเว็บไซต์
- วิเคราะห์ข้อจำกัดอื่นๆ ตัวอย่างเช่น iPhone, iPad ไม่สนับสนุนการทำงานของ Flash หากเว็บไซต์เดิมของเรามีการแสดงผล Flash ก็ต้องปรับการแสดงผลไปในรูปแบบอื่น เพื่อให้แสดงผลบนอุปกรณ์พกพาได้ เป็นต้น
- วิเคราะห์ว่าจะออกแบบเว็บไซต์ให้มีรูปแบบการแสดงผลอย่างไร เนื่องจากเว็บไซต์ที่จะแสดงผลบนอุปกรณ์พกพาควรเป็นไปในทิศทางเดียวกับเว็บไซต์ที่มีอยู่เดิม



[www.majorcineplex.com](http://www.majorcineplex.com)



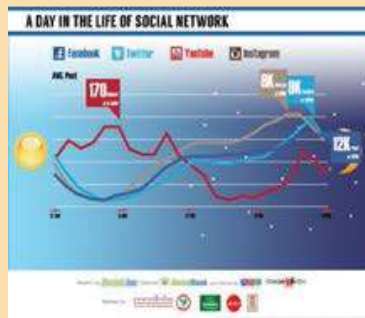
# SoLoMo พฤติกรรมผู้บริโภค ที่ส่งผลต่อ Mobile Marketing



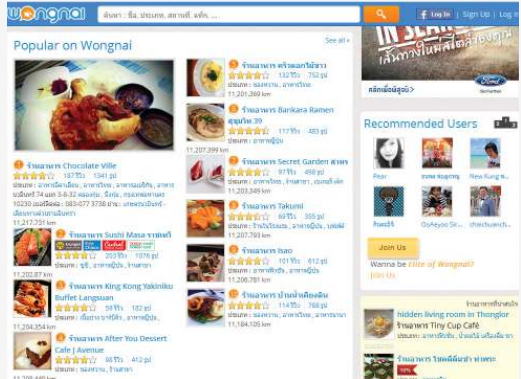
SoLoMo : ย่อมาจาก So = **Social**, Lo = **Location**, Mo = **Mobile** ซึ่งเกิดจากพฤติกรรมหลักในการติดต่อสื่อสาร รับรู้ข้อมูลข่าวสาร ไปจนถึงการส่งเสริมการตลาดของธุรกิจ การแชร์ข้อมูลต่างๆ ความคิดเห็น ข้อเสนอของลูกค้า หรือข้อมูลเพื่อการนำไปพัฒนาธุรกิจ โดยการสื่อสารกับองค์กรย่อยหรือลูกค้ากลุ่มเป้าหมายผ่าน Social Media ไม่ว่าจะเป็นการระบุตัวตนบนโลกออนไลน์ โดยการอ้างพิกัดผ่าน Location Service, การแจ้งโปรโมชั่นลด แลก แจก แถม บน Smartphone หรือ Tablet เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าได้ทุกที่ ทุกเวลา รวมถึงการพูดคุย การแชร์ความคิดเห็นต่างๆ ซึ่งถือเป็นการเก็บข้อมูลจากลูกค้าได้โดยตรง ทำให้กลุ่มเป้าหมายรับทราบถึงสินค้าหรือบริการของเราได้โดยใช้บในการทำการตลาดไม่มาก

## NOTE

จากผลการสำรวจพบว่าช่วงเวลา 20.00 - 22.00 น. เป็นช่วงเวลาที่มีย่านวนคนเข้าถึง Social Media มากที่สุด จึงเป็นช่วงเวลาที่เหมาะจะทำการสื่อสารทางการตลาด



การนำ SoLoMo มาประยุกต์ใช้ อาจทำโดยการใช้ร่วมกับ Mobile Apps เช่น Foursquare, Wongnai, Groupon, Yelp เป็นต้น การทำงานของแอปพลิเคชันจะมีข้อมูลสถานที่กิน ดื่ม เทียว มาให้แล้วส่วนหนึ่ง อีกส่วนจะเป็นข้อมูลที่เกิดจากผู้ใช้ เช่น เวลาไป Check in ที่ไหนก็จะปักหมุดบนแผนที่พร้อมกับเก็บข้อมูลที่ผู้ใช้งานรีวิวไว้ในฐานข้อมูล และสามารถแชร์ข้อมูลไปตามโซเชียลเน็ตเวิร์กได้ ซึ่งพบว่าสถานที่ที่คนไทยนิยม Check In ได้แก่ สยามพารากอน สยามบิณสูวรรณภูมิ เซ็นทรัลเวิลด์ เซ็นทรัลลาดพร้าว เป็นต้น



นอกจากนี้ยังสามารถประยุกต์ใช้ในเชิงกลยุทธ์การตลาดออนไลน์ได้ เช่น สามารถเพิ่มโปรโมชั่นหรือแคมเปญให้กับลูกค้าได้ใน Social Media เช่น เมื่อลูกค้ามาเช็คอินที่ร้านค้า ก็สามารถ Pop-Up Special Deal โปรโมชั่นพิเศษ ส่วนลดซื้อสินค้า เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้ามาซื้อสินค้าหรือใช้บริการที่ร้านต่อไป หรือการแจกโค้ดคูปองเพื่อเป็นส่วนลดในการซื้อสินค้าในร้านค้าออนไลน์ เป็นต้น

# Mobile App จำเป็นหรือไม่

จากแนวโน้มการใช้งานอินเทอร์เน็ตบนอุปกรณ์พกพาต่างๆ มีเพิ่มขึ้นทุกวัน และในอนาคตจะเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ดังนั้นหากมองในเชิงธุรกิจการค้าออนไลน์แล้ว ถ้ามีแอปพลิเคชันหรือเว็บไซต์ที่รองรับการใช้งานบนอุปกรณ์เหล่านี้ก็คงจะเป็นอีกช่องทางที่ช่วยให้มียอดขายที่เพิ่มขึ้นได้อย่างแน่นอน เพราะสะดวก ซื้อขายได้ทุกที่

สำหรับคนที่ใช้สมาร์ทโฟนหรือแท็บเล็ตต่างๆ แน่นอนจะต้องมีแอปพลิเคชันที่ติดตั้งมาให้แล้วกับเครื่อง หรือโหลดเพิ่มจาก App Store ของผู้ให้บริการเองเนื่องจากใช้งานสะดวก สามารถโหลดและติดตั้งบนอุปกรณ์ได้เลย จึงเป็นช่องทางที่น่าสนใจหากจะพัฒนาแอปพลิเคชันขึ้นมาสำหรับธุรกิจ เพื่อขยายช่องทางการขายและบริการผ่านอุปกรณ์เหล่านี้ รวมทั้งเป็นการสร้างภาพลักษณ์ให้กับธุรกิจดูน่าเชื่อถือได้อีกด้วย

ปัจจุบันมีเว็บที่ให้บริการสร้างแอปพลิเคชันสำหรับร้านค้าออนไลน์บนมือถือ อย่าง [www.lnwshop.com](http://www.lnwshop.com) เป็นต้น



ครบทุกข้ออุดหนุนค้าออนไลน์

บริการเป็นเว็บไซต์ฟรี ใช้งานสะดวก บนระบบ Android และระบบ iOS ได้ทันที

สินค้าแนะนำ ใหม่ ยอดฮิต

เป็นเว็บไซต์แนะนำสินค้าแนะนำ หรือสินค้าที่ขายดีที่สุดของร้านได้ทันที

สั่งซื้อและชำระวันแบบกดง่าย

คลิกสั่งซื้อ-ชำระเงิน-กดสั่งซื้อ-เลือกวิธีการจัดส่ง-พิมพ์ที่หมายรับของ-โอนเงิน



การใช้อินเทอร์เน็ตของคนที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมที่เคยใช้งานเฉพาะบนเครื่องคอมพิวเตอร์เท่านั้น มาเป็นการใช้งานบนอุปกรณ์พกพาต่างๆ เพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ จึงมองข้ามไม่ได้เลยหากในอนาคตจะพัฒนาเว็บไซต์ของคุณให้รองรับการใช้งานกับอุปกรณ์เหล่านี้ด้วยเช่นกัน ซึ่งก็จะเป็นโอกาสที่จะเพิ่มช่องทางการขายได้มากขึ้น เพราะสามารถให้บริการและเข้าถึงลูกค้าในทุกๆ ที่ได้อย่างทั่วถึง



## Payment จ่ายง่าย ได้ยอด

07

**DDD**



## รับเงินจ่ายเงิน ใครช่วยได้บ้าง

ปกติร้านค้าออนไลน์ทั่วไป วิธีการชำระเงินที่เป็นมาตรฐานก็จะเป็นการชำระโดยโอนเงินเข้าบัญชีธนาคาร ซึ่งส่วนใหญ่ผู้ชายจะเปิดไว้มากกว่า 1 บัญชี เพื่ออำนวยความสะดวกให้ลูกค้าสามารถเลือกโอนเงินกับธนาคารที่ต้องการได้ และเมื่อโอนแล้วก็ต้องแจ้งผลการชำระเงินไปยังร้านค้าเพื่อยืนยันการโอนเงิน เมื่อผู้ชายได้รับแจ้งก็จะตรวจสอบเพื่อทำการจัดส่งสินค้าต่อไป

ในปัจจุบันการชำระเงินของร้านค้าออนไลน์ สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 รูปแบบ ดังนี้

1. ชำระแบบออฟไลน์ เช่น การโอนเงินเข้าบัญชี ชำระผ่านธนาคัด ให้ไปรษณีย์เรียกเก็บเงินปลายทาง เป็นต้น
2. ชำระแบบออนไลน์ เช่น การชำระผ่านบัตรเครดิต ชำระผ่านธนาคารออนไลน์ เป็นต้น



### ช่องทางชำระเงินของร้านค้าออนไลน์

ร้านค้าออนไลน์ต่างๆ มีการเพิ่มช่องทางการชำระเงินหลากหลายมากขึ้น เพื่อไว้เป็นทางเลือกและอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าสามารถชำระเงินได้ง่าย ทั้งในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ ซึ่งช่องทางการชำระเงินของร้านค้าออนไลน์นั้นพอสรุปได้ดังนี้

- ชำระแบบโอนเงินผ่านบัญชีธนาคารของร้านค้า คือผู้ชายจะมีเลขที่บัญชีธนาคารที่เปิดไว้ให้ลูกค้าโอนเงินเข้ามา เมื่อโอนเงินลูกค้าต้องแจ้งการชำระเงินผ่านช่องทางต่างๆ ตามเงื่อนไขที่ร้านค้าระบุ



นอกจากนี้การระบุชื่อเจ้าของบัญชี ควรให้ตรงกับเจ้าของเว็บไซต์ หรือนิติบุคคล ที่จดทะเบียนเว็บไซต์ จะช่วยสร้างความน่าเชื่อถือให้กับเว็บไซต์ได้อีกด้วย



| ชำระเงินผ่านทางธนาคาร |                          |               |             |                 |
|-----------------------|--------------------------|---------------|-------------|-----------------|
| ธนาคาร                | สาขา                     | เลขบัญชี      | ประเภทบัญชี | ชื่อบัญชี       |
|                       | ท่าช้างสาขาสถาพรณีย์ 2 E | 393-206007-7  | ออมทรัพย์   | มลติรา เจริญกุล |
|                       | สาทรบงส์ มอลล์ มหานคร    | 402-326694-8  | ออมทรัพย์   | มลติรา เจริญกุล |
|                       | ศาลาแดง                  | 479-4-29873-9 | ออมทรัพย์   | มลติรา เจริญกุล |
|                       | สาทรบงส์ มอลล์ มหานคร    | 531-2-09863-8 | ออมทรัพย์   | มลติรา เจริญกุล |
|                       | สีหราช                   | 208-0-08359-6 | ออมทรัพย์   | มลติรา เจริญกุล |
|                       | โรบินสันสีหราช           | 599-1-13722-8 | ออมทรัพย์   | มลติรา เจริญกุล |

ตัวอย่างชื่อเจ้าของบัญชีธนาคาร ควรเป็นชื่อเดียวกันกับเจ้าของเว็บไซต์

• **ชำระแบบเรียกเก็บเงินปลายทาง** คือผู้ขายจะใช้บริการเรียกเก็บเงินปลายทางกับทางไปรษณีย์ เมื่อสินค้าส่งถึงผู้รับแล้ว ทางไปรษณีย์ก็จะมีหนังสือแจ้งให้ลูกค้ามารับสินค้าพร้อมกับชำระเงินค่าสินค้า



• **ชำระผ่านบัญชีธนาคารออนไลน์ (e-Banking)** เป็นบริการของธนาคาร ผู้ใช้ที่มีบัญชีสามารถลงทะเบียนใช้งานได้ ซึ่งจะช่วยให้การทำธุรกรรมทางการเงินต่างๆ กับธนาคารทำได้ง่ายตลอด 24 ชั่วโมง



• **ชำระผ่านเคาท์เตอร์เซอร์วิส** ต่างๆ โดยเมื่อเลือกการชำระเงินแล้ว ผู้ซื้อจะต้องพิมพ์ใบแจ้งค่าสินค้าออกมา แล้วนำไปชำระที่เคาท์เตอร์เซอร์วิสตามที่มีร้านค้าระบุไว้



• ชำระผ่านบัตรชำระเงิน แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ บัตรเครดิต บัตรเดบิต และบัตรชาร์จ ซึ่งแต่ละบัตรจะมีลักษณะที่แตกต่างกัน ดังนี้



- **บัตรเครดิต** จะหักจากวงเงินในบัตรเครดิตของธนาคารผู้ถือบัตร
- **บัตรเดบิต** จะหักจากบัญชีเงินฝากของผู้ถือบัตร
- **บัตรชาร์จ** จะเรียกเก็บเป็นรายเดือนจากผู้ให้บริการ ตามยอดที่ใช้จ่ายจริงในบัตร

เมื่อลูกค้าเลือกชำระเงินผ่านบัตรดังกล่าว จะต้องกรอกรายละเอียดของบัตรเพื่อให้ระบบส่งข้อมูลไปยังธนาคาร เมื่อธนาคารตรวจสอบถูกต้องแล้วก็จะโอนเงินเข้าบัญชีของผู้ขาย และยืนยันว่าการสั่งซื้อนั้นสำเร็จเรียบร้อยแล้ว เงินในบัตรเครดิตก็จะถูกตัดออกไปเพื่อชำระค่าสินค้าชิ้นนั้น ซึ่งจะใช้เวลาเพียงไม่กี่นาที

• ชำระผ่านบัญชี Paypal เป็นบริการชำระและเรียกเก็บเงินแบบออนไลน์ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายผ่านทางอีเมล ซึ่งผู้ใช้จะต้องสมัครเปิดบัญชี Paypal ก่อนโดยใช้เลขที่บัญชีธนาคาร, บัตรเครดิต และอีเมลไว้สำหรับทำธุรกรรมผ่านบัญชี ซึ่งวิธีนี้จะช่วยให้การซื้อขายทำได้ง่าย ทั้งในและต่างประเทศ การชำระผ่านบัญชี Paypal เงินในบัญชีจะเกิดจากการผูกบัตรเครดิตหรือบัตรเดบิตเข้ากับบัญชี Paypal ซึ่งไม่จำเป็นต้องเปิดเผยข้อมูลทางการเงินให้ผู้ขายทราบเลย



### ขั้นตอนการชำระเงินออนไลน์ของผู้ซื้อ

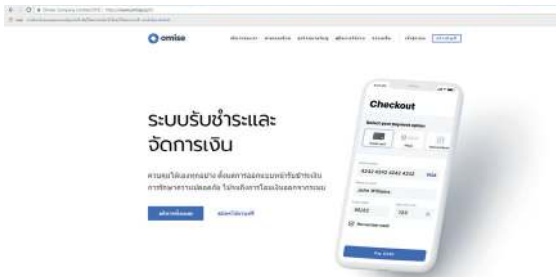


ขั้นตอนการเรียกชำระเงินของผู้ขาย



อ้างอิง [www.paypal.com](http://www.paypal.com)

• **ชำระผ่านบัญชี omise** เป็นบัญชีที่ให้บริการแบบเดียวกับ Paypal ซึ่งทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการชำระเงินระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย ซึ่งทั้งสองฝ่ายจะต้องเปิดบัญชี omise ที่ [www.omise.co/th](http://www.omise.co/th) เพื่อใช้สำหรับเก็บเงินที่เข้ามาและจ่ายออกไปนั่นเอง



ถ้าเป็นธุรกิจได้อย่างนั้นใจไม่สะดุด

ข้อดีของการใช้บริการรับชำระเงินออนไลน์ผ่านบัญชี Paypal หรือ omise นี้คือช่วยให้ง่ายในการซื้อขายออนไลน์ สร้างความสะดวกสำหรับผู้ที่ไม่มียบัตรเครดิตให้ทำการซื้อสินค้าและบริการออนไลน์ได้ เหมาะกับการซื้อสินค้าที่ราคาไม่สูงมากนักและยังมีความน่าเชื่อถือ ปลอดภัยด้วย

• ชำระผ่านโทรศัพท์มือถือ สามารถชำระค่าสินค้าและบริการต่างๆ ผ่านโทรศัพท์มือถือได้ทุกที่ ทุกเวลา ช่วยให้การทำธุรกรรมทางการเงินต่างๆ ยง่ายขึ้นที่เห็นจะมีอยู่ 2 ระบบ คือ

- mPAY เป็นของระบบ GSM advance และ 1-2-Call ของค่าย AIS โดยสามารถชำระค่าสินค้าและบริการผ่านโทรศัพท์มือถือได้ ในการใช้บริการ mPAY สามารถสมัครได้ทางโทรศัพท์ เทเลวิซคอลเซ็นเตอร์ หรือผ่านทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งการชำระเงินสำหรับสินค้าและบริการสามารถทำได้ 3 วิธี คือ หักจากบัญชี mCash ที่ผู้ใช้เติมเงินไว้ในระบบ หักจากบัญชีเงินฝาก หักจากบัตรเครดิต



- TrueMoney เป็นของระบบ TrueMove โดยจะต้องลงทะเบียน เพื่อสมัครใช้บริการ TrueMoney และเติมเงินเข้าบัญชี สามารถเลือกวิธีชำระค่าสินค้าและบริการได้ 3 วิธี คือ ชำระกับร้านค้าที่รับชำระด้วยบัญชี TrueMoney ตัดเงินจากบัญชีธนาคาร หรือบัญชีบัตรเครดิต ส่วนการเติมเงินก็ทำได้โดยเติมด้วยบัตรเงินสด TrueMoney บัตรเครดิต หรือโอนจากบัญชีธนาคารของผู้ใช้ได้



## เลือกวิธีชำระเงินให้เหมาะสม

การชำระเงินในรูปแบบต่างๆ นั้น ควรเลือกใช้ให้เหมาะกับสินค้าและบริการ รวมทั้งกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของร้านว่ามีความสามารถชำระเงินผ่านช่องทางใดได้บ้าง เนื่องจากร้านค้าออนไลน์มีการแข่งขันสูง ลูกค้าสามารถจะเลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าอื่นที่สะดวกกว่าก็ได้ ถ้ามีช่องทางการชำระเงินที่หลากหลายไว้อำนวยความสะดวกแล้ว ก็จะช่วยให้มีลูกค้าซื้อสินค้าเพิ่มขึ้นได้เช่นกัน

อย่างไรก็ตามในการเปิดช่องทางการชำระเงินในรูปแบบต่างๆ นั้น ผู้ขายเองก็ต้องพิจารณาว่าเหมาะสมกับสินค้าและบริการของร้านหรือไม่ เช่น เป็นร้านขายปลีกเสื้อผ้าที่ราคาเริ่มต้นตั้งแต่ 100-500 บาท ส่วนใหญ่ลูกค้าก็จะซื้อสินค้าครั้งละไม่มาก จะเปิดให้บริการชำระผ่านบัตรเครดิตก็คงไม่จำเป็นก็ได้ เพราะจะต้องมีค่าใช้จ่ายในการให้บริการด้วย เป็นต้น แต่ถ้าเป็นร้านขายสินค้าที่มีราคาค่อนข้างสูง หรือเป็นร้านที่ขายส่งครั้งละมากๆ หรือค้าขายกับต่างประเทศ ก็เหมาะที่จะมีบริการชำระเงินไว้หลายช่องทาง เพื่ออำนวยความสะดวกในการชำระเงินของลูกค้า ช่วยให้การซื้อขายสินค้าทำได้ง่าย และเป็นโอกาสในการขยายธุรกิจในอนาคตได้



### ความแตกต่างของการชำระเงิน

การบริการช่องทางชำระเงินให้ลูกค้ามีทางเลือกในการจ่ายค่าสินค้าและบริการ ถือเป็นส่วนดึงดูดความสนใจ และสร้างความน่าเชื่อถือให้กับร้านค้า ทั้งนี้การรับชำระเงินแต่ละช่องทางจะมีเงื่อนไขและค่าธรรมเนียมของผู้จ่ายและผู้รับเงินที่แตกต่างกันไป จึงควรศึกษารายละเอียดก่อน เนื่องจากบางช่องทางมีค่าธรรมเนียมที่เรียกเก็บฝั่งผู้ขาย ซึ่งแปลว่าจะกลายเป็นต้นทุนที่ต้องเสียเพิ่มเติมในการเปิดร้านค้า ซึ่งจะสรุปความแตกต่างของค่าธรรมเนียมแต่ละช่องทางได้ตามตาราง ดังนี้

| ช่องทางชำระ                                       | ค่าธรรมเนียมการชำระค่าสินค้า   |  |
|---|--|--|
|   | ผู้ขาย   | ผู้ซื้อ  |
| พัสดุเก็บเงินปลายทาง                              | ค่าปฏิบัติการไปรษณีย์ 40 บาท<br>ค่าธรรมเนียมธนาคติ 1,000 บาทแรก<br>เรียกเก็บ 10 บาท 1,000 บาทต่อไป<br>เรียกเก็บ 2 บาท (เศษของพันบาทให้นับ<br>เป็นพันบาท) บวกภาษีมูลค่าเพิ่ม 7% | -  |
| ธนาคารออนไลน์/<br>เครื่องรับจ่ายเงิน<br>อัตโนมัติ | -  | โอนต่างธนาคาร 25 บาท<br>โอนธนาคารเดียวกัน<br>ข้ามเขต 10 บาท* |
| เคาท์เตอร์เซอร์วิส                                | รายการละ 3.75% ของยอดที่ได้รับ   | รายการละ 15 บาท  |
| บัตรชำระเงิน                                      | รายการละ 3% ของยอดที่ได้รับ  | -  |
| Paypal  | 4.4% + 11.00 บาท<br>ถอนเงินไม่เกิน 5,000 บาท   | -  |
| Paysbuy   | ค่าธรรมเนียม 3.5 % บวกภาษีมูลค่า<br>เพิ่ม 7%   | -  |
| mPay  | ถอนเงินจาก mCASH 35 บาท/ครั้ง  | รายการละ 5 บาท   |
| TrueMoney   | รับเงิน 12% ถอนเงิน 20 บาท/ครั้ง   | -  |

ตารางแสดงความแตกต่างของค่าธรรมเนียมแต่ละช่องทาง

\*ค่าธรรมเนียมอาจมีการเปลี่ยนแปลงตามเงื่อนไขของผู้ให้บริการแต่ละราย



# หลังร้าน e-Commerce ก็สำคัญ

08

**DBD**



## สต็อกสินค้าสำคัญอย่างไร

จุดประสงค์ของการสต็อกสินค้า เพื่อต้องการให้สินค้ามีเพียงพอต่อการขาย หากสินค้าขึ้นใดขายดี ก็ควรจะมีการผลิต หรือหามาเก็บไว้ในปริมาณที่มากเช่นกัน ซึ่งการนำสินค้ามาไว้ในสต็อกก็ควรพิจารณาหลายๆ



อย่างประกอบด้วย เช่น สินค้าขายดี อายุการใช้งาน ระยะเวลาในการเก็บรักษา ความนิยมของสินค้าในแต่ละช่วง เป็นต้น ซึ่งล้วนเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเก็บรักษาสินค้าไว้ขายทั้งสิ้น

## สต็อกอย่างไรของไม่ขาด เงินไม่จม

การจัดการสต็อกเป็นส่วนสำคัญของการขายของบนเว็บไซต์ e-Commerce เพราะถ้าหากลูกค้าสนใจและสั่งซื้อแล้ว ก็ต้องมีสินค้าพร้อมจัดส่งทุกเมื่อ จึงต้องมีการอัปเดตสต็อกสินค้าจริงและสินค้าบนหน้าเว็บบ้านค้าให้มีความสัมพันธ์กัน นอกจากนี้ควรเลือกสต็อกสินค้าแต่ละประเภทตามความต้องการของตลาด โดยขอยกตัวอย่างตามตารางด้านล่าง ดังนี้

| สต็อกเยอะ                       | สต็อกน้อย                  |
|---------------------------------|----------------------------|
| สินค้าขายดี                     | สินค้าขายไม่ดี             |
| สินค้าหายาก                     | สินค้าหาง่าย               |
| แหล่งค้าส่งอยู่ไกล              | แหล่งค้าส่งอยู่ใกล้        |
| สินค้าไม่ตกเทรนด์ ขายได้เรื่อยๆ | สินค้าแฟชั่น มาเร็ว ไปเร็ว |
| พื้นที่ในการเก็บสินค้ามาก       | พื้นที่ในการเก็บสินค้าน้อย |
| มีเงินลงทุนเยอะ                 | มีเงินลงทุนน้อย            |

จากตารางด้านบน จะเห็นว่า การจะซื้อสินค้ามาสต็อกไว้มากหรือน้อยนั้น ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายๆ อย่างประกอบกัน ซึ่งต้องนำมาพิจารณาประกอบการตัดสินใจในการสั่งซื้อหรือผลิตเข้ามาเก็บไว้ด้วย

## บริหารจัดการสินค้าในสต็อก

การสั่งซื้อสินค้าไว้สำหรับขาย เจ้าของร้านเองควรจะสั่งซื้อในปริมาณที่พอดีกับการขาย ไม่กักตุนสินค้าไว้เป็นจำนวนมากๆ เนื่องจากหากขายไม่หมดอาจทำให้สินค้าล้าสมัย หมดอายุ หรือเสื่อมคุณภาพได้ หากสินค้าขายไม่หมดก็อาจจะนำมาลดราคา หรือนำมาเป็นของแถมสำหรับทำโปรโมชั่น เพื่อช่วยกระจายสินค้าเดิมออกไปก็ได้ ซึ่งจะเป็นผลดีในการขาย และช่วยให้เงินที่ลงทุนไม่จมไปกับสินค้าที่ค้างสต็อกนั่นเอง

### แนวทางการบริหารสินค้าคงเหลือในสต็อก สามารถทำได้ดังนี้

1. ควรมีการบันทึกสินค้าเข้าออกทุกครั้งเมื่อมีการซื้อเข้ามา หรือขายออกไป
2. บันทึกสินค้าคงเหลือทุกครั้งหลังปิดการขายในแต่ละวัน เพื่อให้สามารถตรวจสอบได้ว่าสินค้าใดบ้างจะต้องซื้อเพิ่ม และสินค้าใดบ้างจะต้องกระจายออกไป
3. กำหนดจำนวนขั้นต่ำของสินค้าคงเหลือแต่ละชนิด ว่ามียอดคงเหลือปริมาณเท่าไร จึงจะต้องสั่งซื้อเพิ่มเข้ามาไว้ในสต็อก
4. สรุปยอดขายของสินค้าแต่ละชนิด เพื่อจะได้รู้ว่าสินค้าใดขายดี
5. ควรเก็บรักษาสินค้าให้อยู่ในสภาพดี ไม่ควรกักตุนสินค้าไว้ในปริมาณมากๆ

หากร้านค้ามีการบริหารจัดการสินค้าในสต็อกอยู่เป็นประจำแล้ว จะช่วยให้ง่ายในการตรวจสอบ และจัดหาสินค้ามาขายได้เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้าได้ นอกจากนี้ ยังช่วยในการสรุปรายงานการขาย และวิเคราะห์ข้อมูลต่างๆ ได้อีกด้วย



## ไม่ต้องสต็อกสินค้าก็ขายได้

สำหรับใครที่อยากเปิดร้านขายของออนไลน์ แต่ไม่มีเงินลงทุนพอในการซื้อสินค้าเข้ามาสต็อกไว้ ยังมีบริการแบบใหม่ที่เรียกว่า Drop Ship หรือการเป็นตัวแทนขาย โดยที่ไม่จำเป็นต้องมีสินค้าสต็อกไว้เอง เพียงแค่ทำหน้าที่ขายสินค้าให้ร้านค้าที่เป็นตัวแทน เมื่อมีลูกค้าสั่งซื้อก็จะแจ้งการสั่งซื้อไปยังร้านค้า รอร้านค้ายืนยันการสั่งซื้อ แล้วโอนเงินให้ร้านในราคาส่ง จากนั้นร้านค้าก็จะทำการแพ็คและจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้าเอง โดยไม่ต้องผ่านตัวแทนเลย

### ข้อดีข้อเสียของการเป็นตัวแทนขาย

| ข้อดี   | ข้อเสีย   |
|---|---|
| ไม่ต้องลงทุนซื้อสินค้ามาไว้ขาย เพียงทำหน้าที่เป็นตัวแทนขายให้กับร้านค้าหลัก | สินค้าขายไม่ดี  |
| ได้สินค้าในราคาส่งของตัวแทน   | ไม่ได้เห็นสินค้าจริง  |
| สามารถตั้งราคาขายใหม่เองเพื่อทำกำไรได้                                      | การซื้อขายอาจต้องใช้เวลา เนื่องจากตัวแทนต้องเช็คสต็อกสินค้าก่อนทุกครั้ง |
| ไม่ต้องแพ็ค และจัดส่งสินค้าเอง  | มีคู่แข่งที่เป็นตัวแทนขายรายอื่นๆ เยอะ                                  |

อย่างไรก็ตามการเป็นตัวแทนขายนั้น ควรจะเลือกร้านค้าที่น่าเชื่อถือ เพื่อป้องกันปัญหาการถูกโกง หรือสินค้าไม่ได้มาตรฐาน นอกจากนี้ควรแจ้งรายละเอียดวิธีการสั่งซื้อ และระยะเวลาในการจัดส่งสินค้าให้ลูกค้าเข้าใจ เพื่อป้องกันไม่ให้อร้านของตัวเองถูกโจมตีจากลูกค้า เนื่องจากไม่เข้าใจระบบการทำงานของตัวแทนได้



## ส่งของอย่างไร ถึงมือลูกค้า ราคาไม่แพง

การจัดส่งสินค้าของร้านค้าออนไลน์โดยทั่วไปจะใช้บริการจัดส่งพัสดุไปรษณีย์ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด เนื่องจากสะดวก และปลอดภัย ซึ่งก็มีหลายรูปแบบให้เลือก ทั้งแบบธรรมดา ลงทะเบียน หรือ EMS ซึ่งเป็นวิธีที่ง่ายและสะดวกที่สุด แต่ถ้าสินค้ามีขนาดใหญ่ และปริมาณมากก็อาจจะต้องใช้บริการขนส่งทางรถขนส่งสินค้า อย่างบริการของบริษัทขนส่งต่างๆ ซึ่งก่อนการจัดส่งสินค้าก็ต้องเตรียมการแพ็คหรือบรรจุหีบห่อสินค้าเสียก่อน

### การแพ็คสินค้า

การแพ็คสินค้าเตรียมจัดส่งเป็นข้อหนึ่งที่ไม่ควรมองข้าม เนื่องจากต้องคำนึงถึงต้นทุนการจัดส่ง รวมถึงความเสี่ยงในการจัดส่งที่จะทำให้สินค้าเสียหายได้ ทั้งนี้ก่อนแจ้งราคาสินค้าพร้อมค่าจัดส่งให้ลูกค้า ต้องคำนวณน้ำหนักสินค้า และค่าใช้จ่ายในการจัดส่งเสียก่อน จะได้ไม่ขาดทุนในส่วนนี้ ซึ่งต้องมาทำความรู้จักกับช่องและกล่องที่เหมาะสมกับการส่งสินค้าแต่ละชนิด ที่อาจเลือกหาซื้อได้จากไปรษณีย์ หรือโรงงานที่รับผลิตโดยตรงในราคาที่ย่อมเยา ดังนี้



### ซองกระดาษไปรษณีย์

ซองกระดาษไปรษณีย์จะมีหลากหลายขนาดให้เลือกใช้ และมีรูปแบบที่ได้มาตรฐาน ซึ่งสามารถใช้ได้กับเครื่องคัดแยกจดหมายอัตโนมัติจึงทำให้จดหมายและเอกสารที่จัดส่งถึงผู้รับได้อย่างรวดเร็ว แม่นยำ เพิ่มความสะดวกและมั่นใจในการฝากส่งทุกครั้งนั่นเอง ข้อดีของการส่งแบบซองกระดาษ คือ มีน้ำหนักเบา และราคาถูก เมื่อซึ่รวมกับสินค้าจะประหยัดค่าจัดส่ง แต่มีข้อเสียคือ หากถูกน้ำ ถูกเกี้ยว หรือถูกกระแทกแรงๆ อาจทำให้ซองเปื่อย หรือฉีกขาดได้ การแพ็คสินค้าจึงควรแพ็คใส่ถุงพลาสติกเพื่อป้องกันน้ำอีกชั้นด้วย หรือถ้าเป็นสินค้าที่อาจแตกหักได้ เช่น แผ่นซีดี ควรเลือกใช้ซองกันกระแทกแทน



### ราคาจำหน่ายของจดหมายไปรษณีย์

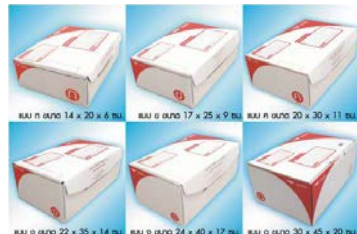
| รายการ                                      | ขนาด          | ราคา                |
|---|---------------|---------------------|
| ซอง ซี 6 สีขาว                              | 114 x 162 มม. | 3 ซอง ราคา 2.00 บาท |
| ซอง ซี 6 ชนิดสี                             | 114 x 162 มม. | 1.00                |
| ซอง ซี 6 ชนิดสีแบบแฟ้ค<br>(1 แฟ้คมี 10 ซอง) | 114 x 162 มม. | 8.00                |
| ซองขนาด ดีแอล                               | 110 x 220 มม. | 1.50                |
| ซองอากาศ DL                                 | 110 x 220 มม. | 1.50                |
| ซอง ซี 5 สีครีม                             | 162 x 229 มม. | 3.00                |
| ซอง ซี 4 สีครีม                             | 229 x 324 มม. | 4.00                |
| ซองขยายข้าง ซี 4                            | 229 x 324 มม. | 5.00                |

### ราคาจำหน่ายของกันกระแทก

| รายการ   | ขนาด          | ราคา  |
|--|---------------|-------|
| ซองกันกระแทก ซี 5  | 162 x 229 มม. | 12.00 |
| ซองกันกระแทก ซี 4<br>ชนิดแยกจำหน่าย                                | 249 x 324 มม. | 17.00 |
| ซองกันกระแทก ซี 4<br>ชนิดจำหน่ายเป็นแฟ้ค<br>(1 แฟ้ค เท่ากับ 5 ซอง) | 249 x 324 มม. | 80.00 |

## กล่องสำเร็จรูปไปรษณีย์

กล่องสำเร็จรูปใช้สำหรับส่งสินค้าที่มีขนาดใหญ่หรือจำนวนมาก ตัวกล่องทำจากกระดาษลูกฟูกคุณภาพดีมีหลายขนาดให้เลือก เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกแก่ ลูกค้าที่ต้องการฝากส่งสิ่งของกล่องที่แข็งแรงในการหุ้มห่อมี 6 ขนาด โดยราคาจำหน่ายจะรวมอุปกรณ์ปิดผนึก (เชือก + เทปกาว) เรียบร้อยแล้ว ซึ่งคิดค่าบริการตามน้ำหนักของสิ่งของที่ฝากส่ง



### ราคาจำหน่ายกล่องสำเร็จรูป

| รายการ               | ขนาด             | ราคา  |
|----------------------|------------------|-------|
| กล่องสำเร็จรูปแบบ ก. | 14 x 20 x 6 ซม.  | 9.00  |
| กล่องสำเร็จรูปแบบ ข. | 17 x 25 x 9 ซม.  | 12.00 |
| กล่องสำเร็จรูปแบบ ค. | 20 x 30 x 11 ซม. | 16.00 |
| กล่องสำเร็จรูปแบบ ง. | 22 x 35 x 14 ซม. | 20.00 |
| กล่องสำเร็จรูปแบบ จ. | 24 x 40 x 17 ซม. | 25.00 |
| กล่องสำเร็จรูปแบบ ฉ. | 30 x 45 x 20 ซม. | 32.00 |

### กล่องพัสดุและซองเอกซ

ทางเลือกสำหรับผู้ขายที่ต้องการลดต้นทุนในการจัดส่งก็ต้องมองหากล่องและซองราคาถูกๆ เป็นตัวเลือก เนื่องจากอัตราค่าบริการของไปรษณีย์สำหรับการจัดส่งเป็นมาตรฐานไม่สามารถลดได้ ถึงแม้จะมีปริมาณส่งมากมายแค่ไหนก็ตาม แต่สามารถเลือกซื้อกล่องและซองราคาถูกกว่าที่ไปรษณีย์ขายได้ ซึ่งมีบริษัทและโรงงานเอกซนรับผลิตและขายกันในราคาที่ถูกลงกว่าไปรษณีย์ ทั้งนี้คุณภาพของหรือกล่องที่ได้อาจมีเนื้อกระดาษหรือชั้นลูกฟูกที่บางกว่าการแพ็คของ จึงต้องเสริมแปะด้วยสก็อตเทปตามรอยต่อของซองกันซองฉีกขาด และต้องรัดเชือกกล่องให้หนาแน่น ซึ่งอุปกรณ์ในการแพ็คของเหล่านี้ไม่ว่าจะเป็นสก็อตเทป ที่ตัดเทป เชือกรัดกล่องก็ต้องซื้อแยกเตรียมไว้ ต่างจากไปรษณีย์ที่มีมาให้เป็นชุด



ราคาค่ากล่องและซองเอกซนจะมีราคาถูกกว่าอย่างเห็นได้ชัด หากเป็นกล่องจะมีราคาถูกกว่ากันมากกว่าเท่าตัว ส่วนซองจะถูกกว่า 1-2 บาท แต่ถ้าซื้อในปริมาณมากก็ถือว่าประหยัดไปได้หลายบาท หรือหากใช้จำนวนมากอาจสั่งพิมพ์ชื่อ หรือตราสัญลักษณ์ของร้าน เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถืออีกด้วย

## วิธีการจัดส่งสินค้าแบบต่างๆ

### พัสดุไปรษณีย์ในประเทศ

• **พัสดุธรรมดา** เป็นการส่งแบบไม่กำหนดน้ำหนัก ซึ่งไปรษณีย์จะให้หมายเลขพัสดุไว้ตรวจสอบสถานะได้ที่ทำการไปรษณีย์เท่านั้น ระยะเวลาในการจัดส่งไม่เกิน 5 วันทำการ



• **พัสดุลงทะเบียน** เป็นการส่งแบบกำหนดน้ำหนักไม่เกิน 2 กิโลกรัม ราคาขึ้นอยู่กับน้ำหนัก โดยไปรษณีย์จะให้เลขที่พัสดุไว้ตรวจสอบสถานะการจัดส่งที่ต้นทางและปลายทาง สามารถตรวจสอบแบบออนไลน์เองได้ที่ <http://track.thailandpost.co.th> ระยะเวลาในการจัดส่งประมาณ 3-4 วันทำการ

• **ไปรษณีย์ด่วนพิเศษ (EMS)** เป็นการส่งแบบกำหนดน้ำหนักไม่เกิน 20 กิโลกรัม ราคาขึ้นอยู่กับน้ำหนัก สามารถตรวจสอบสถานะการจัดส่งแบบออนไลน์ได้ที่ <http://track.thailandpost.co.th> เช่นเดียวกับแบบลงทะเบียน แต่จะรายงานสถานะการจัดส่งทุกขั้นตอนอย่างละเอียด ทำให้มั่นใจได้ว่าสิ่งของจะถึงมือผู้รับได้ตามกำหนด ใช้เวลาในการจัดส่งไม่เกิน 2 วันทำการ

### ตรวจสอบอัตราค่าจัดส่งพัสดุ

ก่อนตัดสินใจเลือกรูปแบบในการจัดส่งพัสดุกับทางไปรษณีย์ไทย ควรศึกษาถึงอัตราค่าบริการการจัดส่งแต่ละรูปแบบเพื่อประเมินค่าใช้จ่ายเสียก่อน โดยสามารถเข้าไปตรวจสอบได้ที่ [www.thailandpost.co.th/rate.php](http://www.thailandpost.co.th/rate.php) โดยเลือกได้ว่าปลายทางจะส่งไปยังต่างประเทศหรือในประเทศ จากนั้นจะแสดงผลลัพธ์ค่าบริการแต่ละประเภทขึ้นมาให้เปรียบเทียบกัน

#### อัตราค่าบริการ



Form showing a dropdown menu for destination (ไทย) and a weight input field (5 กรัม) with a 'ค้นหา' button.

| ลำดับ | ชื่อบริการหลัก                      | ค่าบริการ | บริการเสริม |
|-------|-------------------------------------|-----------|-------------|
| 1.    | พัสดุไปรษณีย์ (กล่องหนา) นอกพื้นที่ | 120.00    | +           |
| 2.    | พัสดุไปรษณีย์ (กล่องหนา) ในพื้นที่  | 110.00    | +           |
| 3.    | EMS ในประเทศ                        | 32.00     | +           |
| 4.    | พัสดุไปรษณีย์                       | 20.00     | +           |
| 5.    | ซองคัตมีทไฟในประเทศ                 | 3.00      | +           |
| 6.    | ซองคัตมีทไฟ(หนังสือ)ในประเทศ        | 3.00      | +           |
| 7.    | จดหมายในประเทศ                      | 3.00      | +           |
| 8.    | ไปรษณีย์ดอร์ในประเทศ                | 2.00      | +           |

การจัดส่งพัสดุไปรษณีย์ทั้ง 3 แบบนี้ จะเป็นแบบที่ร้านค้าทั่วไปใช้สำหรับการจัดส่งสินค้าในประเทศ ซึ่งแนะนำให้ใช้การส่งแบบลงทะเบียน หรือ EMS จะดีที่สุด เนื่องจากเร็วกว่า และสามารถตรวจสอบด้วยตัวเองได้ผ่านทางอินเทอร์เน็ตมั่นใจได้ว่าพัสดุจะถึงมือผู้รับอย่างแน่นอน ซึ่งค่าใช้จ่ายก็ไม่ได้แพงกว่าแบบธรรมดามากนัก

## ส่งแบบเรียกเก็บเงินปลายทาง

การจัดส่งแบบ พกง. หรือพัสดุเก็บเงินปลายทาง เป็นบริการขนส่งของไปรษณีย์ไทย โดยไปรษณีย์จะออกใบแจ้งให้ผู้ซื้อมารับและชำระค่าสินค้าเอง ณ ที่ทำการไปรษณีย์ในเขตพื้นที่นั้นๆ ตามใบแจ้ง ซึ่งวิธีนี้ถ้าราคาสินค้าไม่แพงมาก หรือผู้ซื้ออยู่ไกลจากที่ทำการไปรษณีย์ก็ไม่ค่อยสะดวกมากนัก

## ส่งโดยบริษัทขนส่งของเอกชน

การจัดส่งแบบ พกง. หรือพัสดุเก็บเงินปลายทาง เป็นบริการขนส่งของไปรษณีย์ไทย โดยไปรษณีย์จะออกใบแจ้งให้ผู้ซื้อมารับและชำระค่าสินค้าเอง ณ ที่ทำการไปรษณีย์ในเขตพื้นที่นั้นๆ ตามใบแจ้ง ซึ่งวิธีนี้ถ้าราคาสินค้าไม่แพงมาก หรือผู้ซื้ออยู่ไกลจากที่ทำการไปรษณีย์ก็ไม่ค่อยสะดวกมากนัก



สำหรับผู้ที่ต้องการส่งสินค้าไปต่างประเทศ บริษัทไปรษณีย์ไทยก็มีบริการจัดส่งพัสดุไปรษณีย์ระหว่างประเทศให้บริการเช่นกัน ซึ่งมีให้เลือกหลายรูปแบบสามารถเข้าไปดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ [www.thailandpost.co.th](http://www.thailandpost.co.th) หรืออาจจะใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศของบริษัทเอกชนต่างๆ ซึ่งก็มีบริการอยู่หลายแห่ง ทั้งขนส่งทางเรือ ทางรถ และทางอากาศ (สามารถค้นหารายชื่อจากเว็บ google ได้)





## ติดตามสถานะการจัดส่ง

### ติดตามสถานะจากไปรษณีย์

หลังจากการจัดส่งพัสดุสินค้าไปกับไปรษณีย์ไทย กรณีส่งแบบลงทะเบียน หรือแบบ EMS ทางไปรษณีย์จะแจ้งเลขทะเบียนพัสดุมาร่วมกับใบเสร็จ ซึ่งผู้ขายต้องแจ้งเลขพัสดุนี้ให้ลูกค้าเพื่อแสดงว่าทางร้านได้จัดส่งสินค้าไปเรียบร้อยแล้ว แต่ในกรณีที่เกิด



การส่งล่าช้าและเกิดการทวงถาม คุณสามารถเช็คสถานะการส่งพัสดุได้ที่ <http://track.thailandpost.co.th/trackinternet>

หากเข้าไปเช็คแต่สถานะขาดหายไป หรือไม่มีการอัปเดตสถานะใดๆ ให้ติดต่อไปยัง Call Center ของไปรษณีย์ที่เบอร์ 1545 หรือโทรติดต่อได้ที่สาขาไปรษณีย์ต้นทางที่จัดส่ง หรือไปรษณีย์ปลายทาง แต่ถ้าเกิดกรณีสูญหายไปรษณีย์จะมีการชดเชยให้แล้วแต่ประเภทของการจัดส่ง ซึ่งอัตราค่าชดเชยต่างๆ อาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ สามารถตรวจสอบข้อมูลได้จากทางไปรษณีย์โดยตรง

### ติดตามสถานะจากขนส่งอื่นๆ

การขนส่งแต่ละรายจะมีวิธีการทำงานที่แตกต่างกัน บางรายสามารถเช็คออนไลน์ได้จากเว็บไซต์ บางรายต้องโทรสอบถาม ทั้งนี้ก่อนการใช้บริการต้องมีการพูดคุยตกลงถึงวิธีการทำงานเพื่อให้เข้าใจกันระหว่างผู้ให้บริการ และผู้ใช้บริการ โดยขั้นตอนการรับสินค้าปลายทางต้องระบุก่อนการจัดส่ง ว่าต้องการให้จัดส่งสินค้าปลายทางที่บริษัทส่งสินค้าปลายทาง แล้วไปรับเอง หรือให้จัดส่งไปยังที่อยู่ที่ต้องการ ซึ่งอาจจะคิดค่าบริการเพิ่มเติมอีก

## ข้อควรรู้ขายออนไลน์

การขายสินค้าออนไลน์ นอกจากจะทำให้ร้านเป็นที่รู้จักแล้ว ยังต้องรักษาฐานลูกค้าเดิม และเพิ่มลูกค้ารายใหม่เข้ามา ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมส่งเสริมการขายใดๆ จะต้องตอบสนองกิจกรรมการซื้อของลูกค้า ต้องรู้ว่าลูกค้าต้องการอะไร ก่อนซื้อ ขณะซื้อ และหลังการซื้อ การให้บริการที่ดีไม่ว่าจะเป็นการโต้ตอบพูดคุย เหมือนเป็นที่ปรึกษาให้ลูกค้าก็จะทำให้ลูกค้ารู้สึกถึงความเป็นกันเอง และหากสินค้าดีมีคุณภาพ แน่ใจว่าลูกค้าเดิมต้องกลับมาซื้ออีกแน่นอน อย่างไรก็ตามมีหลากหลายเทคนิคที่จะช่วยให้คุณไปสู่ความสำเร็จ โดยจะนำเสนอเป็นหัวข้อๆ ดังนี้

### รู้เขารู้เรา

ศึกษาการตลาด และคู่แข่ง เพื่อสร้างความแตกต่าง ในกรณีที่สินค้าของคุณไม่ได้เป็นสินค้าที่ผลิตเอง หรือแบบไม่แตกต่างจากคนอื่น ย่อมต้องมีคู่แข่งเป็นธรรมดา เพราะฉะนั้นควรมีการสำรวจตลาดว่าแต่ละร้านมีกลยุทธ์ค้าขายอย่างไรบ้าง เพื่อนำมาปรับสร้างความแตกต่าง เมื่อศึกษาคู่แข่งแล้วก็ต้องหันมาวิเคราะห์แผนการขายของร้านคุณว่ามีจุดเด่นและจุดด้อยอะไรบ้าง เพื่อที่จะนำเสนอสินค้าให้น่าสนใจ และให้ได้ผลกำไรมากที่สุด

### การสร้างภาพลักษณ์ และสร้างตราयीห่อ (Image)



เมื่อหาจุดเด่นของสินค้าคุณได้แล้วก็ต้องสร้างภาพ และชื่อสินค้า เพื่อให้ลูกค้าจดจำสินค้าของคุณได้ ก่อนอื่นก็ต้องสร้างจุดเด่นนี้ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า ลองนึกดูว่าถ้าจะบอกลูกค้าว่าสินค้าดี จะต้องบอกลูกค้าว่าอย่างไรให้พูดสั้นๆ ง่ายๆ และเข้าใจ เช่น สะดวกในการใช้ บำรุงรักษาง่าย ปลอดภัย ทันสมัย ราคาไม่แพง คุณภาพสูง มีการรับประกันคุณภาพสินค้า และอื่นๆ อีกมากมายที่สามารถนำมาพูดกับลูกค้า อยู่ที่ทักษะของคุณที่จะสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า สรุปแล้วคือคุณต้องบอกลูกค้าว่าสินค้าที่คุณกำลังนำเสนอสามารถเติมเต็มความต้องการอย่างไร แล้วเหตุใดลูกค้าจะต้องซื้อสินค้าของคุณนั่นเอง

## พัฒนาสินค้าอยู่เสมอ

สินค้าสำหรับขายออนไลน์นั้นควรเน้นที่รูปลักษณ์ และการนำเสนอให้เห็นถึงความน่าสนใจ และดึงดูดลูกค้าให้มาซื้อ เพราะลูกค้าส่วนใหญ่ที่เข้ามาซื้อจะเป็นคนที่มีความรู้ และสามารถสืบค้นข้อมูลได้ผ่านทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งลูกค้าอาจค้นพบสินค้าที่มีรูปลักษณ์ที่เหมือนกัน หรือใกล้เคียงกัน ทำให้เกิดข้อเปรียบเทียบด้านคุณภาพ และราคาได้ เพราะฉะนั้นจึงควรมีการนำเสนอที่สวยงาม สินค้าที่นำมาขายควรเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ หากไปเดินเลือกมาขายเองก็ต้องตรวจสอบคุณภาพให้ดีกว่า เพราะใครๆ ก็อยากได้แต่ของดี ของที่ถูกใจ ไม่ว่าจะแพงแค่ไหนก็ซื้อได้ และจะกลับมาซื้ออีกแน่นอน หากคุณภาพของสินค้าที่ส่งไปคุณภาพลดลงเมื่อไหร่ก็เหมือนเป็นการไล่ลูกค้าทางอ้อมนั่นเอง



## นำเสนอข้อมูลที่น่าเชื่อถือ



พฤติกรรมกรซื้อของคนในปัจจุบันที่มีเทคโนโลยีมารองรับ หากต้องการซื้อสินค้าใดสักชิ้น แต่ไม่มีความรู้เกี่ยวกับสินค้าชิ้นนั้นๆ ก็มักต้องค้นหาข้อมูลจากเว็บไซต์ต่างๆ หรือสอบถามคนเคยใช้ แต่ถ้าหากร้านค้าเพิ่มข้อมูล และเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ลงไปให้อ่านได้ทันที พร้อมให้เครดิตข้อมูลที่น่าเชื่อถือ เพื่อมารองรับสินค้าที่ขาย ย่อมทำให้ร้านค้าดูน่าเชื่อถือและน่าซื้อยิ่งขึ้น

โดยข้อมูลที่เกี่ยวข้องสามารถหาได้จากนิตยสาร เว็บไซต์ที่น่าเชื่อถือ ตลอดจนผลการวิจัยที่มีผู้ศึกษาไว้ เป็นต้น

## สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

ในยุคไอทีการตลาดยุคเก่าที่ใช้เพียงแค่ อด แลก แจก แถม เพียงเท่านั้นคงไม่ได้ผล การขายสินค้ายุคนี้ต้องเน้นต่อยอดการสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยความสัมพันธ์ กลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า สร้างความประทับใจให้กับลูกค้า ทำให้ลูกค้ามาซื้อซ้ำ ซื้อม่อย่อยอย่างต่อเนื่อง และลูกค้ามีการบอกต่อ โดยชวนเพื่อนและญาติมาซื้อ ลูกค้าประเภทนี้จะมีมูลค่าสูง และทำให้มีกำไรมากขึ้น คุณสามารถสร้างความสัมพันธ์เหล่านี้ด้วยการหมั่นเข้ามาอัปเดตข้อมูลข่าวสารจากหน้าร้าน และใช้ช่องทางการพูดคุยที่มีให้เกิดประสิทธิภาพ เพราะลูกค้าบางคนอาจไม่มั่นใจที่จะตัดสินใจซื้อในทันที คำแนะนำของผู้ขายจะเป็นคำแนะนำสำคัญที่จะช่วยโน้มน้าวได้เป็นอย่างดี หากมีสินค้ามาลงใหม่และสามารถแจ้งข่าวสารไปถึงลูกค้าได้ จะทำให้ลูกค้ารู้สึกถึงความเป็นคนพิเศษ และเห็นถึงความใส่ใจเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีเช่นกัน



การหมั่นสื่อสารพูดคุย สร้างความเป็นกันเองกับลูกค้าจะช่วยทำให้ลดระยะห่างของความสัมพันธ์ลง และช่วยทำให้การค้าขายของคุณง่ายขึ้น คุณอาจไม่จำเป็นต้องคุยกับคนทุกคน แต่ต้องอัปเดตข่าวสาร และนำเสนอข้อมูลที่เป็นประโยชน์และสม่ำเสมอจะทำให้มีเรื่องคุยและสนทนาเพิ่มขึ้น

การมีเว็บไซต์เป็นหน้าร้าน หรือเปิดเพจ Facebook ไว้เพื่อขายของ จึงต้องสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เพราะโดยนิสัยของผู้ซื้อแล้ว ไม่ชอบการยัดเยียดและถูกนำเสนอขายของอยู่ตลอดเวลา การตัดสินใจซื้อสิ่งใดสิ่งหนึ่งจะต้องใช้การทบทวนซึ่งคิดว่าเหมาะสม อยากรได้เองถึงจะซื้อ การใช้ช่องทางสร้างความสัมพันธ์เพื่อเป็นตัวเลือกอันดับต้นๆ ให้ร้านของคุณน่าสนใจ ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารผ่านทางอีเมล, ข้อความ รวมไปถึงการลงโฆษณาผ่านช่องทางต่างๆ ล้วนเป็นช่องทางเลือกที่เชื่อมความสัมพันธ์กับลูกค้าไว้ ไม่ให้ขาดการติดต่อ หรือซื้อครั้งเดียวเลิกนั่นเอง

## สร้างความมั่นใจให้ลูกค้า

การซื้อขายออนไลน์เป็นการซื้อของแบบไม่เห็นสินค้าจริง ความน่าเชื่อถือจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้เกิดการขายได้ ทั้งนี้อาจจะต้องใช้เวลา หากเป็นร้านที่เพิ่งเปิดใหม่ ข้อมูลการติดต่อซื้อขายยังไม่มีประวัติการติดต่อกับผู้ซื้อยังไม่ขึ้น ในช่วงแรกก็ต้องอาศัยการลงโฆษณาไปก่อน พร้อมกับให้ข้อมูลที่สามารถติดต่อได้ที่ชัดเจน สามารถตามตัวได้

ในปัจจุบันมีร้านขายของออนไลน์มากมายอยู่บนเว็บไซต์ ส่วนใหญ่ผู้ซื้อจะเข้าไปดูเกือบทุกร้านที่มีมาให้เลือก แต่จะเลือกซื้อจริงๆ อยู่ไม่กี่ร้าน หลักการเลือกของผู้ซื้อมีอยู่หลายอย่างประกอบกัน ดังนี้

- **การอัปเดตสินค้า** ผู้ซื้อส่วนใหญ่ชอบการได้เลือก ยังมีแบบให้เลือกเยอะ ยิ่งชอบยิ่งดี การอัปเดตสินค้าใหม่ๆ เสมอจึงเป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยในการตัดสินใจ เพราะผู้ซื้อบางคนก็ไม่ต้องใช้เวลาตัดสินใจนาน แค่เห็นแล้วชอบก็สั่งซื้อ ทั้งนี้ยังต้องมีความสม่ำเสมอในการอัปเดต ถ้าร้านค้ามีความเคลื่อนไหวอยู่เสมอ ก็จะทำให้ลูกค้ารู้สึกว่ามีความคนเฝ้าร้าน คอยรับผิดชอบ และมีคนให้ติดต่อสอบถามอยู่เสมอ เพราะฉะนั้นการอัปเดตความเคลื่อนไหว และข้อมูลสินค้าจึงเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้สำหรับการค้าขายออนไลน์

- **ประวัติข้อมูลการส่งสินค้า** ประวัติข้อมูลการซื้อ และการส่งสินค้าจะเป็นตัวช่วยตัดสินใจได้ดีอีกอย่าง เพราะหากผู้ซื้อเห็นว่ามีความเคยมาซื้อร้านนี้ตลอด ไม่มีปัญหาอะไรก็จะทำให้นำไว้วางใจ และสั่งซื้อในที่สุด

- **การพูดคุยกับลูกค้า** การตอบข้อสงสัย หรือให้คำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าเป็นจุดขายอีกอย่างหนึ่งที่จะทำให้ผู้ซื้อเกิดความประทับใจและความเป็นกันเอง

- **ประวัติแบลกลิสต์** การมีประวัติการค้าขายที่ทำให้ผู้ซื้อเกิดความไม่พอใจ และไม่มี การแก้ปัญหาที่ดีจะทำให้เป็นจุดบอดต่อความน่าเชื่อถือของร้านได้ แต่หากเกิดปัญหา และมีการแก้ไขที่ดีก็จะเป็นตัวช่วยได้



## ฟังก์ชันการบริการ (Service)

การเพิ่มยอดขายด้วยการให้บริการ เป็นเหมือนการฟังก์ชันการเสริมหรือบริการพิเศษที่คุณนำเสนอไปพร้อมกับการขายสินค้า ไม่ว่าจะเป็นการรับประกันสินค้าหากชำรุดหรือเสียหายก่อนระยะเวลาประกัน หากเป็นสินค้าที่ผลิตขึ้นมาเอง หรือรับมาขายอีกที คุณก็สามารถทำใบรับประกันจากทางร้านคุณเองได้ง่ายๆ ก็จะทำให้ลูกค้าอุ่นใจขึ้นในกรณีที่สินค้ามีมูลค่าสูง รวมไปถึงบริการจัดส่งสินค้าฟรีถึงบ้าน ล้วนเป็นสิ่งที่ทำให้ลูกค้าเกิดความสะดอกสบาย ประทับใจในการบริการ และอยากกลับมาใช้บริการใหม่ การบริการจึงถือเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่จะคอยมัดใจลูกค้าที่เคยผ่านประสบการณ์ดีๆ จากทางร้าน และบอกต่อกับคนอื่นๆ ให้มาอุดหนุนและใช้บริการอีกทอดหนึ่ง

### หลักการให้การบริการที่ดี มีอยู่ 3 ข้อหลักๆ ดังนี้

1. **บริการด้วยความรวดเร็ว** ไม่ว่าใครๆ ก็ต้องการบริการที่รวดเร็ว ทันใจ และอย่างไรก็ตาม ความรวดเร็วก็ต้องมาควบคู่กับคุณภาพด้วย ไม่ใช่เร็วแต่สินค้าเสียหาย ก็จะยิ่งทำให้เสียทั้งเวลา เสียทั้งงาน จึงต้องมีการจัดการที่ดีด้วย



2. **ประหยัดเงินและเวลา** เมื่อบริการลูกค้าดีและรวดเร็วแล้วย่อมประหยัดเงิน เวลา ทั้งของลูกค้าและร้านค้า ทำให้ลูกค้าพึงพอใจ ร้านค้าเองก็สามารถปิดการขายและคำนวณรายรับได้อย่างรวดเร็ว เห็นกำไรเป็นกอบเป็นกำ

3. **เกิดความรู้สึกที่ดีต่อผู้ให้บริการ** การบริการที่ดียอมทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ ยินดีที่จะกลับมาใหม่ ถึงแม้ว่าอาจจะราคาแพงกว่า แต่ถ้าแลกมาซึ่งความพึงพอใจและความไว้วางใจ ก็ถือว่าคุ้มค้ำกว่าราคาเลยทีเดียวนะ



## สมนาคุณให้ประทับใจ

การเพิ่มความประทับใจด้วยการสมนาคุณให้ลูกค้า รู้สึกว่าเป็นคนพิเศษกว่าใคร เป็นกลยุทธ์อีกอย่างที่ทำให้มัดใจลูกค้าได้เป็นอย่างดี ด้วยความสดใหม่ของการค้าขายออนไลน์ที่สามารถนำเสนอทั้งข้อมูลสินค้าและบริการได้โดยตรงกับลูกค้า



ถือเป็นข้อได้เปรียบสำหรับการทำโปรโมชั่นโดนใจไปยังลูกค้าได้ทันที ไม่ว่าจะเป็นการทำโปรโมชั่นลด แลก แจก แถม ประเภทนี้ไม่ต้องพูดถึง เพราะเป็นที่ถูกอกถูกใจลูกค้าแน่นอนอยู่แล้ว การทำโปรโมชั่นเหล่านี้นอกจากช่วยยอดขายให้เติบโตขึ้นแล้ว หากสินค้าของคุณมีคุณภาพเป็นที่พึงพอใจก็จะนำไปสู่กระบวนการการบอกต่อนั่นเอง นอกจากโปรโมชั่นลด แลก แจก แถม แล้ว ยังสามารถทำโปรโมชั่นสมนาคุณลูกค้าคนพิเศษได้ การทำกิจกรรมแบบนี้จะยิ่งตอกย้ำให้ลูกค้าของคุณรู้สึกว่ามีสิทธิพิเศษเหนือใครๆ และรู้สึกภูมิใจที่ได้มาอุดหนุนร้านของคุณ ยกตัวอย่างเช่น มอบบัตรของขวัญซึ่งเป็นส่วนลดเมื่อซื้อสินค้าภายในร้านสำหรับสมาชิก ร้านที่เคยอุดหนุนกับร้าน, มอบของรางวัลสุุดพิเศษเมื่อมียอดค่าใช้จ่ายตามที่ร้านกำหนด, มอบแพคเกจท่องเที่ยวสำหรับลูกค้าที่มียอดการสั่งซื้อมากที่สุดภายในเดือนนั้น เป็นต้น

## รับผิดชอบในกรณีผิดพลาด



ข้อนี้เป็นประเด็นสำคัญในการขายของออนไลน์ เนื่องจากการขายของผ่านเว็บไซต์เป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ สินค้าที่ขายลูกค้าจะดูและตัดสินใจผ่านทางรูปภาพ และการพูดคุยกับคนขายเท่านั้น หากสินค้าที่ถูกส่งไปไม่ตรงกับที่ตกลง หรือไม่เหมือนกับรูปภาพ ทำให้ลูกค้าไม่พอใจ ทางร้านต้องรับผิดชอบเพื่อให้ลูกค้า

สบายใจ หรือหากในกรณีที่สินค้าหรือเตอร์เช่น เสื้อผ้าแฟชั่นที่สั่งนำเข้ามาจากประเทศอื่นที่คุณเองก็ไม่สามารถรู้ได้เลยว่าสินค้าจะตรงกับภาพหรือไม่ เช่นนี้แล้วคุณจำเป็นต้องระบุเป็นข้อตกลงกับลูกค้าให้ชัดเจน และย้ำว่าต้องให้ลูกค้าอ่านและยินยอมต่อข้อตกลงดังกล่าว ก็เป็นทางเลือกหนึ่งซึ่งป้องกันการผิดพลาดที่เราไม่สามารถควบคุมได้



## การจดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

### ทำไมต้องจดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

เพื่อให้ธุรกิจมีความน่าเชื่อถือจากการมีสถานะตัวตนทางกฎหมาย เพื่อการประโยชน์ในการทำธุรกรรมกับหน่วยงานต่างๆ และสร้างความมั่นใจให้ผู้บริโภค กรมพัฒนาธุรกิจการค้าอาศัยอำนาจตามกฎหมายทะเบียนพาณิชย์ให้ผู้ขายสินค้าหรือบริการทางอินเทอร์เน็ต ทั้งเว็บไซต์ร้านค้าออนไลน์หรือ Social Media ต้องจดทะเบียนพาณิชย์การประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้ผู้ประกอบการแสดงตนอย่างเปิดเผยต่อทางราชการ

### ยื่นจดทะเบียนพาณิชย์ได้ที่ไหน

ผู้ขายสินค้าหรือบริการผ่านทางออนไลน์จะต้องยื่นจดทะเบียนพาณิชย์ ณ สำนักงานเขตในกรุงเทพมหานคร เมืองพัทยา เทศบาล หรือองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) ตามที่ตั้งของสถานประกอบการหรือตามที่อยู่ของผู้ขาย

### เอกสารที่ใช้จดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

1. ถ้าผู้ประกอบการยื่นเอกสารด้วยตนเอง ให้แสดงบัตรประจำตัวประชาชน ไม่ต้องใช้สำเนาบัตรประจำตัวประชาชนและสำเนาทะเบียนบ้าน
2. แบบคำขอจดทะเบียนพาณิชย์ (แบบ ทพ.)
3. รายละเอียดเกี่ยวกับเว็บไซต์ (เอกสารแนบแบบ ทพ.) กรอก 1 ใบ ต่อ 1 เว็บไซต์ (ทำสำเนาเพื่อขอใช้เครื่องหมาย DBD Registered)
4. Print หน้าแรกของเว็บไซต์
5. วาดแผนที่ตั้งการประกอบพาณิชย์กิจ



6. หนังสือรับรองการจดทะเบียนของห้างหุ้นส่วนหรือบริษัท (กรณีจดทะเบียนนิติบุคคล)
7. หนังสือมอบอำนาจ พร้อมติดอากรแสตมป์ 10 บาท และสำเนาบัตรประชาชนของผู้มอบอำนาจและผู้รับมอบอำนาจ

### กรณีผู้ประกอบการพาณิชย์มิได้เป็นเจ้าของบ้าน (เอกสารเพิ่มเติม)

1. หนังสือยินยอมให้ใช้สถานที่หรือสัญญาเช่า
2. สำเนาบัตรประจำตัวประชาชนเจ้าของสถานที่พร้อมสำเนาทะเบียนบ้านหรือเอกสารสิทธิ์ที่แสดงว่าเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์

## เครื่องหมายรับรองผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์



Registered

ผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) หรือร้านค้าออนไลน์ สามารถขอใช้เครื่องหมาย เพื่อแสดงความมีตัวตนในการประกอบธุรกิจ e-Commerce โดยนำไปแสดงบนหน้าเว็บไซต์ และสามารถคลิกตรวจสอบข้อมูลความมีตัวตนมายัง [www.trustmarkthai.com](http://www.trustmarkthai.com) เครื่องหมายจะมีอายุการใช้งานเป็นเวลา 5 ปี นับแต่วันที่กรมอนุมัติให้มีกำหนดใช้



### คุณสมบัติของผู้ที่จะได้รับเครื่องหมาย

1. บุคคลธรรมดา หรือ นิติบุคคล
2. ประกอบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) หรือร้านค้าออนไลน์ที่มีลักษณะอย่างใดอย่างหนึ่ง ดังต่อไปนี้
  - ประกอบธุรกิจ e-Commerce ตามที่กฎหมายกำหนดให้ต้องจดทะเบียนพาณิชย์
  - การทำธุรกรรมโดยวิธีใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์อื่น ตามที่กรมประกาศกำหนด

## การยื่นขออนุญาตใช้เครื่องหมาย

สามารถแจ้งขอใช้เครื่องหมายรับรองผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (DBD Registered) ได้ที่กองพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า โทร. 0-2547-5960 หรือ เว็บไซต์ [www.trustmarkthai.com](http://www.trustmarkthai.com) หรือ ส่งเอกสารมาที่ e-Mail : [e-commerce@dbd.go.th](mailto:e-commerce@dbd.go.th) หรือ โทรสาร 0-2547-5973

## ยกระดับมาตรฐานคุณภาพธุรกิจ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไทย



กรมพัฒนาธุรกิจการค้า ได้จัดทำเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไทย ซึ่งเทียบเคียงกับเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพระดับสากลของ World Trustmark Alliance ที่มีสมาชิกประเทศต่างๆ ไม่น้อยกว่า 30 ประเทศ เพื่อเป็นหลักเกณฑ์การจัดทำเว็บไซต์ร้านค้าออนไลน์ที่ดีมีการให้ข้อมูลที่ถูกต้อง ชัดเจน มีความปลอดภัยของระบบการซื้อขายสินค้า เป็นการเพิ่มระดับความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ร้านค้าออนไลน์ไทย ให้แก่ผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า/บริการจากร้านค้าออนไลน์ โดยหลักสำคัญประกอบด้วย

1. ด้านการเปิดเผยข้อมูลของธุรกิจและรายละเอียดของสินค้าหรือบริการด้วยความถูกต้อง ชัดเจน และเข้าถึงได้ง่าย
2. ด้านเงื่อนไขทางการค้า วิธีการยกเลิกหรือคืนสินค้า และวิธีการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า
3. ด้านความปลอดภัยของระบบการใช้งานบนเว็บไซต์ร้านค้าออนไลน์
4. ด้านความปลอดภัยของการเก็บรักษา และใช้งานข้อมูลส่วนบุคคล การจัดเก็บข้อมูลส่วนบุคคล
5. ด้านกลไกการแก้ปัญหาข้อร้องเรียนและการระงับข้อพิพาทจากการซื้อขายสินค้าหรือบริการ ที่ยุติธรรม รวดเร็วทันเวลา



# เครื่องหมายรับรองความน่าเชื่อถือ (DBD Verified) ยกระดับการสร้างเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภค

แบ่งเป็น 3 ระดับ ได้แก่ ระดับ Silver ระดับดี, Gold ระดับดีมาก และ Platinum ระดับดีเด่น โดยออกให้แก่ผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่จดทะเบียนและมีคุณสมบัติ ครบถ้วนตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด เป็นการบ่งบอกว่าเว็บไซต์นั้นๆ มีคุณภาพผ่านเกณฑ์ประเมินตามมาตรฐานคุณภาพธุรกิจ e-Commerce ของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ซึ่งเมื่อผ่านการตรวจประเมินแล้วจะได้รับเครื่องหมายรับรองความน่าเชื่อถือให้นำไปติดตั้งแสดงบนหน้าเว็บไซต์ร้านค้าออนไลน์ที่สามารถคลิกตรวจสอบข้อมูลได้ที่ [www.trustmarkthai.com](http://www.trustmarkthai.com) โดยเครื่องหมายจะมีอายุการใช้งานเป็นเวลา 1 ปี นับแต่วันอนุญาต และสามารถยื่นขอต่ออายุได้ปีต่อปี



## คุณสมบัติของผู้ขออนุญาตใช้เครื่องหมาย

- บุคคลธรรมดา/นิติบุคคล ที่ประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
- จัดส่งการเงิน (กรณีเป็นนิติบุคคล)
- จดทะเบียนพาณิชย์สำหรับธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
- เป็นเจ้าของโดเมนเนม
- มีระบบการสั่งซื้อ การชำระเงิน และการจัดส่ง
- ปฏิบัติถูกต้องตามกฎหมายและไม่ขัดต่อความสงบเรียบร้อย หรือศีลธรรมอันดี

ของประชาชน

- สินค้าหรือบริการ จะต้องเป็นไปตามประเภทธุรกิจของพาณิชย์กึ่งที่ได้จดทะเบียนพาณิชย์ และไม่ขัดต่อกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง
- สินค้าหรือบริการที่อาจส่งผลกระทบต่อเด็กหรือเยาวชน จะต้องจัดให้มีข้อความเตือนบนเว็บไซต์เพื่อให้ความคุ้มครองสิทธิแก่เด็กและเยาวชน

## การยื่นขออนุญาตใช้เครื่องหมาย

สามารถยื่นผ่านทาง [www.trustmarkthai.com](http://www.trustmarkthai.com) หรือ กองพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า โทร. 02-547-5961 หรืออีเมล [dbd-verified@dbd.go.th](mailto:dbd-verified@dbd.go.th)



ศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่  
[www.trustmarkthai.com](http://www.trustmarkthai.com)

# ภาคผนวก ข

## กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับ e-Commerce

การทำธุรกิจออนไลน์ เป็นรูปแบบหนึ่งของการประกอบธุรกิจ ซึ่งต้องมีการปฏิบัติให้ถูกต้องตามกฎหมายทางการค้าของสินค้าหรือบริการแต่ละประเภท และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจออนไลน์ ซึ่งปัจจุบันความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศสามารถก่อให้เกิดความเสียหายในด้านต่างๆ แก่ผู้ใช้งานได้ หากไม่มีความรู้ความเข้าใจ ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าออนไลน์ จึงควรทำความเข้าใจกับกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ทั้งในส่วนของความปลอดภัยต่อข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภค และการเตรียมพร้อมรับมือกับการถูกละเมิดลิขสิทธิ์ หรือการนำคอนเทนต์ที่อยู่ในความครอบครองของผู้อื่นมาใช้แสวงหาประโยชน์ด้วย

### 1. พระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2544

ในปัจจุบันมีการทำธุรกรรมในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ไม่ว่าจะเป็นการติดต่อสื่อสารกันบนเครือข่ายโดยวิธีทางอิเล็กทรอนิกส์ การแลกเปลี่ยนข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ หรือวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์อื่นๆ แทนการใช้กระดาษ ดังนั้น การนำวิธีการดังกล่าวมาใช้ จึงส่งผลให้ต้องมีการรับรองสถานะทางกฎหมายของข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ให้เสมือนเหมือนกับการทำหลักฐานเป็นกระดาษหรือหนังสือ รับรองการส่งและรับข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงการรับฟังพยานหลักฐานและการชั่งน้ำหนักพยานหลักฐานที่เป็นข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ มีผลผูกพันทางกฎหมาย สามารถใช้เป็นพยานหลักฐานในการดำเนินคดีต่อไปได้

#### หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) โทร. 0-2142-1160  
เว็บไซต์ [www.etda.or.th](http://www.etda.or.th)

## 2. พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550

การกระทำความผิดทางคอมพิวเตอร์ คือ การกระทำการที่ถือว่าเป็นความผิดตามกฎหมาย และเป็นการกระทำความผิดหรือโดยอาศัยคอมพิวเตอร์ในการกระทำความผิดซึ่งมีวัตถุประสงค์มุ่งต่อระบบคอมพิวเตอร์ ข้อมูลของคอมพิวเตอร์ หรือบุคคล เพื่อก่อให้เกิดความเสียหายแก่ผู้อื่น หรือประชาชน จะมีความผิดตามพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 และแก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2560

### หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

1. สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) สายด่วน 1212 เว็บไซต์ [www.etcha.or.th](http://www.etcha.or.th)
2. กองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับอาชญากรรมทางเทคโนโลยี (บก.ปอท.) โทร 0-2142-2555-60 [www.tcsd.go.th](http://www.tcsd.go.th)
3. ศูนย์ประสานงานการรักษาความปลอดภัยคอมพิวเตอร์ประเทศไทย (ThaiCERT) โทร. 0-2123-1212 [www.thaicert.or.th](http://www.thaicert.or.th)

## 3. พระราชบัญญัติซื้อขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545

กำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจขายสินค้าทางออนไลน์ที่เข้าข่ายการ “ตลาดแบบตรง” ต้องจดทะเบียนการประกอบธุรกิจกับสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคก่อนทำการค้า

### หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.)  
สายด่วน 1166 [www.ocpb.go.th](http://www.ocpb.go.th)

## 4. พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522

“การโฆษณา” จะต้องไม่ใช่ข้อความที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือใช้ข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม ไม่ว่าข้อความนั้นจะเป็นข้อความที่เกี่ยวกับแหล่งกำเนิดสภาพ คุณภาพ หรือลักษณะของสินค้าหรือบริการ ตลอดจนการส่งมอบ การจัดหา หรือการใช้สินค้าหรือบริการ

- ข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินจริง
- ข้อความที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ เช่น การยกสถิติที่ไม่จริง
- ข้อความที่เป็นการสนับสนุนโดยตรงหรือโดยอ้อมให้มีการกระทำผิดกฎหมายหรือศีลธรรม หรือนำไปสู่ความเสื่อมเสียในวัฒนธรรมของชาติ
- ข้อความที่จะทำให้เกิดความแตกแยกหรือเสื่อมเสียความสามัคคีในหมู่ประชาชน

### หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

1. สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) สายด่วน 1166 [www.ocpb.go.th](http://www.ocpb.go.th)
2. กองบังคับการปราบปรามการกระทำผิดเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค (บก.ปคบ.) สายด่วน 1135 [www.cppd.go.th](http://www.cppd.go.th)
3. มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค โทร. 0-2248-3734-7 [www.consumerthai.org](http://www.consumerthai.org)

## 5. พระราชบัญญัติทะเบียนพาณิชย์ พ.ศ. 2499

กำหนดให้ผู้ประกอบพาณิชย์กิจ การซื้อขายสินค้าหรือบริการออนไลน์ การให้เช่าพื้นที่ของเครื่องคอมพิวเตอร์ แม่ข่าย (Web Hosting) และการบริการเป็นตลาดกลางพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ (e-Marketplace) ต้องจดทะเบียนพาณิชย์ ณ สำนักงานเขตในกรุงเทพมหานคร เมืองพัทยา เทศบาล หรือองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) ที่สำนักงานแห่งใหญ่ตั้งอยู่ในเขตท้องที่

### หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์  
สายด่วน 1570 [www.dbd.go.th](http://www.dbd.go.th)

## 6. พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537

ผู้ใดรู้อยู่แล้ว หรือมีเหตุอันควรรู้ว่า งานใดได้ทำขึ้นโดยละเมิดลิขสิทธิ์ของผู้อื่น กระทำอย่างใดอย่างหนึ่งแก่งานนั้นเพื่อหากำไร ให้ถือว่าผู้นั้นกระทำการละเมิดลิขสิทธิ์ ถ้าได้กระทำได้ต่อไปนี้

1. ขยาย มีไว้เพื่อขยาย เสนอขาย ให้เช่า เสนอให้เช่า ให้เช่าซื้อ หรือเสนอให้เช่าซื้อ
2. เผยแพร่ต่อสาธารณชน
3. แจกจ่ายในลักษณะที่อาจก่อให้เกิดความเสียหายแก่เจ้าของลิขสิทธิ์
4. นำหรือส่งเข้ามาในราชอาณาจักร

### หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์  
สายด่วน 1368 [www.ipthailand.go.th](http://www.ipthailand.go.th)

## 7. พระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. 2542

- การดูแลราคาสินค้า ให้อยู่ในระดับราคาที่เหมาะสม ทั้งสินค้า อุปโภค บริโภค สินค้าเกษตร
- ดูแลปริมาณสินค้าให้เพียงพอ เหมาะสม กับความต้องการบริโภคภายในประเทศ
- กลุ่มเป้าหมายที่ดูแล คือ ผู้บริโภค เกษตรกร และผู้ประกอบการ
- เพื่อดูแลให้มีการแข่งขันทางการค้าที่เป็นธรรม ไม่มีการฮั้วราคา รายใหญ่รังแกรายเล็ก และกำหนดราคาตามอำเภอใจ

### หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์  
สายด่วน 1569 [www.dit.go.th](http://www.dit.go.th)

## 8. พระราชบัญญัติจดทะเบียนการค้า พ.ศ. 2550

• กำหนดให้ผู้ประกอบการสื่อสิ่งพิมพ์ ต้องจดทะเบียนการค้า สำนักพิมพ์หรือผู้พิมพ์สิ่งพิมพ์ซึ่งเป็น หนังสือหรือสิ่งพิมพ์ที่บันทึกด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ ต้องส่งหนังสือหรือสิ่งพิมพ์จำนวน 2 ฉบับ ให้หอสมุดแห่งชาติภายใน 30 วันนับแต่วันเผยแพร่ เพื่อนำไปให้บริการค้นคว้าในหอสมุดแห่งชาติ 1 ฉบับ และอีกฉบับเก็บเข้าสู่คลังสิ่งพิมพ์แห่งชาติ เพื่อเป็นหลักฐานการพิมพ์ของชาติ รวมทั้งใช้เป็นหลักฐานในชั้นศาลกรณีเกิดการละเมิดลิขสิทธิ์

- กรณีนี้หมายถึงรวมถึง ผู้ประกอบธุรกิจหนังสือออนไลน์หรือ e-Book ด้วย
- ไม่รวมถึงผู้ขายหรือร้านขายหนังสือออนไลน์ที่ไม่ใช่ผู้ผลิตเอง

### หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

กระทรวงวัฒนธรรม

สายด่วน 1765 [www.m-culture.go.th](http://www.m-culture.go.th)

## 9. พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 และพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510

• ผลิตภัณฑ์สุขภาพที่อยู่ในความรับผิดชอบของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) มี 6 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ อาหาร ยา เครื่องสำอาง เครื่องมือแพทย์ วัตถุอันตรายที่ใช้ในบ้านเรือน และวัตถุเสพติด

• ผลิตภัณฑ์ที่ อย. ไม่ให้ขายทางออนไลน์มี 3 ผลิตภัณฑ์ คือ ยา วัตถุออกฤทธิ์และยาเสพติดให้โทษ

• การขายและการโฆษณาผลิตภัณฑ์จะต้องมีการอนุญาตก่อน ได้แก่ อาหาร ยา เครื่องมือแพทย์

• การผลิตหรือนำเข้าเพื่อการขายเครื่องสำอางควบคุม ต้องแจ้งรายละเอียดตามที่ อย. กำหนดก่อนการผลิตหรือการนำเข้าเพื่อการขาย ส่วนการโฆษณาไม่ต้องมีการอนุญาต แต่จะต้องอยู่ในขอบเขตของกฎหมายและให้นำบทบัญญัติของพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนที่เกี่ยวกับการโฆษณามาใช้บังคับโดยอนุโลม



- วัตถุประสงค์รายต้องขึ้นทะเบียนและแสดงข้อความบนฉลากเพิ่มเติม “ห้ามนำไปใช้ในวัตถุประสงค์อื่น นอกจากที่ระบุไว้บนฉลาก” การโฆษณาไม่ต้องมีการอนุญาต แต่จะต้องอยู่ในขอบเขตของกฎหมายและให้นำบัญญัติของพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนที่เกี่ยวกับการโฆษณามาใช้บังคับโดยอนุโลม
- ข้อความการโฆษณาจะต้องไม่เป็นเท็จ หรือหลอกลวง ทำให้เข้าใจผิดในสาระสำคัญ คุณภาพ และคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์

### หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.)

สายด่วน 1556 [www.fda.moph.go.th](http://www.fda.moph.go.th)

## 10. พระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวแลมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2551

ธุรกิจออนไลน์ที่ประกอบธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ จะต้องดำเนินการขอใบอนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ต่อกรมการท่องเที่ยว “ธุรกิจนำเที่ยว” หมายความว่า ธุรกิจเกี่ยวกับการนำนักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยว หรือเดินทางไปเพื่อวัตถุประสงค์อื่น โดยจัดให้มีบริการหรือการอำนวยความสะดวกอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่าง อันได้แก่ สถานที่พัก อาหาร มัคคุเทศก์ หรือบริการอื่นใดตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

### หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

กรมการท่องเที่ยว กองทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์

โทร. 0-2401-1111 [www.tourism.go.th](http://www.tourism.go.th)

#### NOTE

นอกจากนี้ยังมีกฎหมายอื่นที่เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการแต่ละประเภท ซึ่งผู้ประกอบการจะต้องศึกษารายละเอียดเพื่อปฏิบัติให้ถูกต้องตามกฎหมาย ไม่ส่งผลให้เกิดปัญหาในการประกอบธุรกิจของตน

เครื่องหมายสร้างความเชื่อมั่น  
สามารถขอผ่านช่องทางออนไลน์ได้ที่  
[www.trustmarkthai.com](http://www.trustmarkthai.com)



กรมพัฒนาธุรกิจการค้าตระหนักถึงความสำคัญ  
และเร่งสนับสนุนให้ผู้ประกอบการไทยใช้ e-Commerce  
เป็นช่องทางในการขยายตลาด พร้อมกับแสดงตัวตน  
โดยขอรับเครื่องหมายรับรองผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์  
อิเล็กทรอนิกส์ DBD Registered และสร้างความน่าเชื่อถือ  
โดยขอรับเครื่องหมายรับรองความน่าเชื่อถือในการประกอบ  
พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ DBD Verified ทั้ง 3 ระดับ  
ซึ่งสามารถขอเครื่องหมายได้อย่างง่าย สะดวก รวดเร็ว  
ผ่านทางออนไลน์

ดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่  
เว็บไซต์ [www.trustmarkthai.com](http://www.trustmarkthai.com)



[www.trustmarkthai.com](http://www.trustmarkthai.com)



# Easy OnlineShop



กรมพัฒนาธุรกิจการค้า  
Department of Business Development

563 ถนนนนทบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี 11000  
563 Nonthaburi Rd. Bangkrasor Muang Nonthaburi 11000 Thailand  
Tel. 0 2528 7600 Hotline 1570  
[www.dbd.go.th](http://www.dbd.go.th)