

สื่อ “ออนไลน์”

ใช้ซะไม่เอ้าท์

06

สร้าง...ฐานลูกค้า

กระ...หน้าสร้างแบรนด์

แถม...น สาส์ ถ้ายุดโปรโมท

ลองคิดกันดูนะครับ ถ้าหากคุณมีเงินทุนอยู่ 1,000 บาท
จะลงทุนด้านเว็บไซต์ในสัดส่วนเท่าใด ? ระหว่าง...

1. สร้างเว็บไซต์ 2. บริหารจัดการเว็บ 3. โปรโมทเว็บ

(คิดนะครับ และลองหาคำตอบในใจ อย่าเพิ่งดูเฉลย)

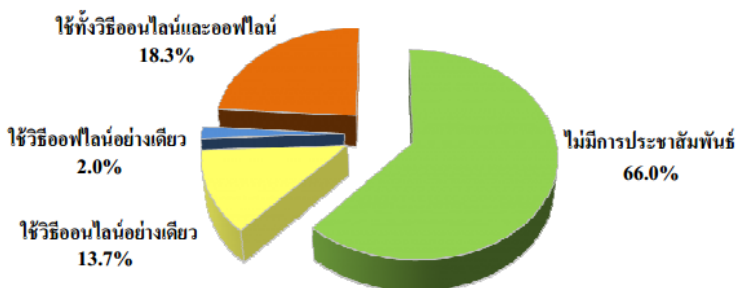
...

20% สร้างเว็บไซต์

30% บริหารจัดการเว็บ

50% โปรโมทเว็บ

ใช่แล้วละครับ ถ้าเรามีเงินอยู่ 1,000 บาท ควรจะทุ่มงบประมาณไปที่การ
โปรโมทเว็บให้เป็นที่รู้จัก 500 บาท หรือ 50% จากงบประมาณที่มีอยู่ แต่ที่
ผมทราบมา มีข้อมูลที่น่าสนใจอย่างหนึ่งก็คือ ผู้ประกอบการไทยเกินครึ่ง ไม่
ยอมโปรโมทธุรกิจของตนเอง ซึ่งเป็นข้อมูลจากการสำรวจสถานภาพ
พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติครับ



สถิติการโปรโมทสินค้าของคนไทย โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ

ทำไมจึงเป็นเช่น?

คำตอบเดียวเลยครับว่าทำไมการตลาดออนไลน์จึงยิ่งทวีความสำคัญมากขึ้นเรื่อยๆ คือ **“Behavior Change”** พฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบันได้เปลี่ยนไปอย่างสิ้นเชิงแล้ว ลองมาดูข้อมูลเหล่านี้จะช่วยให้เข้าใจมากขึ้นครับ

- 1 ใน 8 คู่ของคนแต่งงานในประเทศอเมริกาเจอกันทางอินเทอร์เน็ต
- 106 พันล้านการค้นหาผ่านทาง Google ทุกเดือน เทียบกับปี 2006 แค่ 2.7 พันล้าน
- Facebook มีสมาชิก 1,000 ล้านคน เทียบได้กับประเทศใหญ่อันดับ 3 ของโลก รองจากจีนและอินเดีย
- จำนวนปีที่สื่อเข้าถึงคนได้ 50 ล้านคน วิทย์ 38 ปี ทวี 13 ปี อินเทอร์เน็ต 4 ปี iPod 3 ปี และ Facebook เพียง 2 ปี
- จำนวนอุปกรณ์ที่ต่ออินเทอร์เน็ตแต่ละปีคือ ปี 1984 จำนวน 1,000 ชิ้น 1992 จำนวน 1,000,000 ชิ้น ปี 2008 สูงถึง 1,000,000,000 ชิ้น

แล้วการตลาดออนไลน์วิธีไหน “Work” กว่ากัน?

มีหลายวิธีในการทำตลาดออนไลน์ แต่จะเลือกใช้วิธีไหนนั้นก็ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ทางการตลาดของเราเป็นสำคัญ ถ้าเราเน้นหาลูกค้าใหม่ๆ สื่อออนไลน์ที่น่าสนใจอาจใช้วิธี SEO แต่ถ้าต้องการเน้นให้เกิดการซื้อซ้ำจากลูกค้ารายเดิมก็อาจใช้การตลาดผ่านอีเมล ซึ่งได้มีการสรุปตัวเลขที่น่าสนใจไว้ในตารางด้านล่างนี้

Type of e-Marketing	Acquisition	Retention
Search Engine Optimization	94%	6%
Banner Ads.	91%	9%
Referral/Viral Programs	85%	15%
Affiliate Programs / Sponsorships	75%	25%
Incentive Programs	51%	49%
E-Mail Marketing	37%	63%

Online Media

Website / e-Mail Marketing / Web Advertising

Search Engine Optimization / Social Media

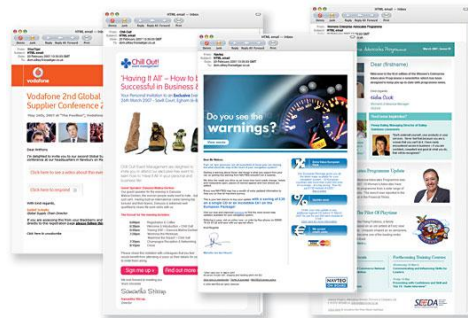
Viral Marketing / Mobile Marketing

Website...ร้านค้า 24 ชั่วโมง

การมีเว็บไซต์ก็เปรียบเสมือนการมีหน้าร้านค้าที่เป็น Landmark ให้ลูกค้าแวะเวียนเข้ามาในร้าน ซึ่งผมได้อธิบายไปอย่างละเอียดแล้วในคลิกที่ 4 ซึ่งถือเป็นเครื่องมือทางการตลาดออนไลน์ที่สำคัญ และจำเป็นที่ทุกธุรกิจควรมีเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ แม้แต่ธุรกิจร้านอาหารอย่างเช่น KFC ที่ลูกค้าต้องเดินทางไปใช้บริการในร้าน แต่ก็สามารถประยุกต์ใช้สื่อออนไลน์เป็นเครื่องมือการตลาดกระตุ้นให้เกิดการสั่งซื้อโดยไม่จำเป็นต้องรอให้ลูกค้าเดินเข้ามาเพียงฝ่ายเดียว



e-Mail Marketing สื่อดั้งเดิมที่ไม่เคยตาย



อย่ามองว่าการทำตลาดออนไลน์โดยใช้อีเมลเป็นเรื่องเชยๆ เพราะมันช่วยดึง Traffic ให้ลูกค้าหลงไหลเข้าเว็บไซต์ของเราได้ไม่น้อยหากอีเมลที่ส่งไปหาลูกค้านั้นมีความน่าสนใจมากพอ ผมมีเคล็ดลับ 10 ข้อ สั้นๆ ง่ายๆ ที่เป็นเทคนิคสุดยอดในการทำตลาดผ่านอีเมลครับ

1. อย่าเป็น Spammer
2. เคารพสิทธิของลูกค้า
3. เนื้อหาคือเรื่องหลัก
4. เวลาคือเรื่องสำคัญ
5. สร้างความประทับใจในครั้งแรก
6. ให้รางวัลสำหรับการอ่านทุกครั้ง

7. ทดสอบ ทดสอบ ทดสอบ
8. ติดตามผลอย่างสม่ำเสมอ
9. เก็บรวบรวมอีเมลลูกค้าอย่างต่อเนื่อง
10. ทำตาม Best Technical Practices อย่างเคร่งครัด

Web Advertising...โปรโมทดีเว็บก็ดัง

คือการโฆษณาผ่าน Banner ที่เรามักจะคุ้นเคยตามเว็บไซต์ต่างๆ อย่างไรก็ตาม การทำโฆษณาแบบ Web Advertising ยังมีอีกรูปแบบหนึ่งก็คือ Pay Per Click หรือที่นิยมเรียกกันสั้นๆ ว่า PPC ที่ช่วยทำให้ธุรกิจของเราเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้แม่นยำมากขึ้น แต่ไม่ว่าจะใช้รูปแบบของ Banner หรือ PPC สิ่งที่สำคัญเหนือสิ่งอื่นใดก็คือการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายที่เข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์ที่เราไปลงโฆษณา โดยสรุปหลักของการเลือกลงโฆษณาออนไลน์มีดังนี้ครับ

- ลงโฆษณากับเว็บที่มี “ลูกค้าเป้าหมาย” ของเรา
- ลงโฆษณากับเว็บที่มี “ผู้เข้าชมจำนวนมาก” (บางครั้งน้อยก็ OK ถ้าตรงกลุ่มเป้าหมายจริงๆ)
- ลงโฆษณา “หลายเว็บ” ดีกว่าเว็บเดียว
- ลงโฆษณาใน “ช่วงเวลา” ที่เหมาะสม
- หมั่น “เปลี่ยน” Banner บ่อยๆ (Banner มีอายุเฉลี่ย 2 สัปดาห์)



ตัวอย่างสื่อออนไลน์แบบ Web Advertising

รู้จักรูปแบบ “ค่าโฆษณาออนไลน์” กันหน่อย

- **Flat Rate** คิดเหมาจ่ายเป็นรายอาทิตย์ / เดือน / ปี
- **CPC** Cost Per Click คิดค่าใช้จ่ายเมื่อมีการคลิกโฆษณา
- **CPM** Cost per 1,000 impression คิดค่าใช้จ่ายต่อการแสดงโฆษณา 1,000 ครั้ง

วิธีคิด “งบประมาณโฆษณา”

% ของยอดขาย เช่น 20% ของยอดขาย

ถ้ามียอดขาย 1,000,000 บาท ค่าโฆษณาเท่ากับ 200,000 บาท

% ของงบการตลาด เช่น 30% ของงบการตลาด

ถ้ามีงบการตลาด 500,000 บาท ค่าโฆษณาเท่ากับ 150,000 บาท

% ของกำไร เช่น 10% ของกำไรสุทธิ

ถ้ากำไรสุทธิ 100,000 บาท ค่าโฆษณาเท่ากับ 10,000 บาท

งบประมาณจากลูกค้าใหม่ เช่น 10,000 บาทต่อลูกค้าใหม่ 1 คน

ถ้ามีลูกค้าใหม่ 10 คน ค่าโฆษณาเท่ากับ 100,000 บาท

จะโฆษณาต้องรู้จัก Conversion

ในการโฆษณาออนไลน์นั้น ค่าๆ หนึ่งที่ต้องทำความรู้จักก็คือ **“Conversion”** เพราะมันหมายถึงการเปลี่ยนจากผู้ชมโฆษณาเป็นลูกค้าของเรา พุดง่ายๆ ก็คือ Conversion จะเป็นข้อมูลที่ใช้วัดประสิทธิผลของการโฆษณาออนไลน์นั่นเอง

Conversion คืออะไร?...

- การเปลี่ยนจาก Page View มาเป็น Click
- มีการแสดงกี่ครั้ง และมีการคลิก กี่ครั้ง
- หากแสดงเยอะ แต่คลิกน้อย อาจหมายถึงรูปแบบของคำโฆษณาไม่ตรงใจลูกค้า

ผมมีสูตรง่ายๆ ในการคิด Conversion Cost หรือต้นทุนในการโฆษณา โดย Conversion Cost ยิ่งต่ำยิ่งดี เพราะมันหมายถึงการมีประสิทธิผลในการโฆษณา ดังนี้ครับ

$$\text{Conversion Cost} = \text{Advertising Costs} / \text{Number of Sales}$$

ขอยกตัวอย่างเปรียบเทียบ 3 กรณี เพื่อให้เห็นภาพชัดๆ ตามรูปด้านล่างนี้นะครับ



Cost Calculator		Promotion1	Promotion2	Promotion3
Advertising & Promotion Costs	(1)	100,000	200,000	300,000
Number of Click-throughs	(2)	30,000	100,000	120,000
Number of Sales	(3)	300	2,500	2,800
Acquisition Cost/Click	(4) = (1) / (2)	3.33	2.00	2.50
Conversion Ratio	(5) = (3) / (2)	1.0%	2.5%	2.3%
Conversion Cost	(6) = (1) / (3)	333	80	107

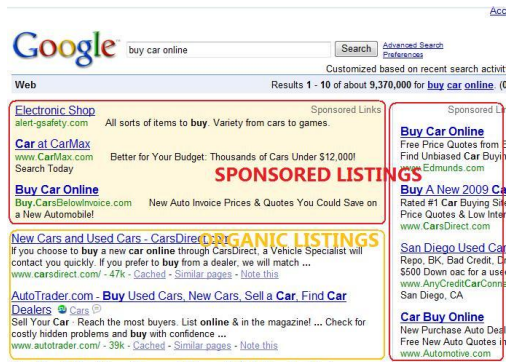
Source: Embellix eMarketing Plan Metrics Worksheet: Conversion Cost Calculation)

จาก Promotion ทั้ง 3 กรณีนี้ Promotion2 ถือว่าคุ้มค่าในการลงทุนมากที่สุด เพราะมี Conversion Cost ที่ต่ำที่สุดนั่นเอง ดังนั้น การเลือกเว็บไซต์ที่ลงโฆษณาไม่ควรพิจารณาเฉพาะค่าโฆษณาเพียงอย่างเดียว ต้องรู้จักวิเคราะห์ถึงยอดขาย และนำมาใช้เปรียบเทียบร่วมกัน ถึงจะทำให้การโฆษณาของเราคุ้มค่ามากขึ้นนั่นเอง

Search Engine Optimization...อยู่เฉยๆ ลูกค้าก็ลอยมา

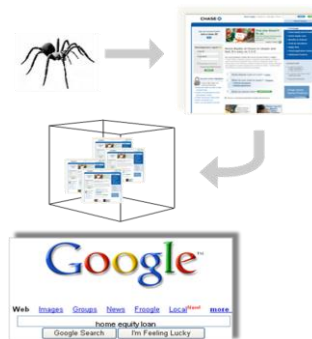
หรือ SEO คือเทคนิคที่ทำให้หน้าเว็บเพจของเราอยู่ในอันดับดีๆ ของเครื่องมือค้นหา (Search Engine) เช่น Google, Yahoo, Bing, Baidu การใช้ SEO จะทำให้เราสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยที่ไม่ต้องออกแรงหาลูกค้า เนื่องจากลูกค้าจะหาเราเจอบน Search Engine เหล่านั้น

การทำให้อันดับของเว็บเพจเราดีขึ้นบน Search Engine นั้น ทำได้สองแบบคือแบบ Organic (แบบธรรมชาติ) และแบบ Sponsored หรือแบบเสียเงิน



หลักการทํางานของ SEO

Search Engine ทํางานโดย Spider หรือ Bot หรือ Crawler ก็แล้วแต่จะเรียกนะครับ มันจะไต่ไปตามเว็บเพจต่างๆ เพื่ออ่าน เก็บข้อมูล และไต่ไปตามลิงก์ที่ชี้ไปยังเพจอื่นๆ และทำแบบนี้ไปเรื่อยๆ จนครบทุกเพจทั่วโลก โดยเมื่ออ่านและเก็บข้อมูลแล้ว Search Engine จะทำการ Index หรือจัดหมวดหมู่เพจต่างๆ ตาม Keywords ที่อ่านพบ และใช้สมการคณิตศาสตร์ในการจัดอันดับเว็บเพจ



หลักการทํางานของ SEO

ถ้าอยากรู้ว่า Search Engine เก็บข้อมูลอะไรบนเว็บเราบ้าง?

เคล็ดลับการปรับเว็บตามหลัก SEO

ตอนนี้คิดว่าทุกท่านคงพอรู้จักกับ SEO กันไม่มากนักอยู่แล้ว คราวนี้ลองมาดูหลักในการทำ SEO กันดีกว่า ซึ่งจะมีย่อๆ 2 คำที่เราต้องจดจำและลงมือทำ

1. On-Page Optimization คือการปรับแต่ง SEO โดยอาศัยปัจจัยภายใน พูดย่อๆ ก็คือการทำ SEO กับสิ่งที่สามารถควบคุมได้ในเว็บไซต์ของเราเอง ตัวอย่างเช่น การปรับเนื้อหาภายในเว็บ ชื่อหัวเรื่องของหน้าเว็บ (Title Tag) คำอธิบายหน้าเว็บ (Meta Description) การสร้าง Link เพื่อเชื่อมโยงไปยังหน้าอื่นๆ ภายในเว็บไซต์ของเรา (Internal Link) หรือแม้แต่การตั้งชื่อโดเมน ชื่อไฟล์ข้อมูลบนเว็บ เหล่านี้ เป็นต้นครับ

2. Off-Page Optimization คือการอาศัยปัจจัยภายนอกมาทำให้อันดับของเว็บเราก้าวขึ้น เช่น การเพิ่ม Link จากเว็บไซต์อื่นๆ ให้ Link กลับมาหาเว็บของเรา หรือที่นิยมเรียกว่า Back Link การโฆษณาออนไลน์ในเว็บไซต์ต่างๆ หรือแม้แต่การใช้สื่อ Social Media ทั้งนี้ การทำ Off-Page เราต้องรู้จักกับคำอีกคำก็คือ **“Popularity”** คือการกำหนดความนิยมของเว็บไซต์โดยคำนวณจากจำนวน Link ที่เข้ามาที่เว็บไซต์ โดยเพจยังมีความนิยมมากเท่าไรคะแนนของเพจ (Page Rank) ก็จะยิ่งสูง ทั้งนี้ ความนิยมจะวัดจากจำนวน Inbound Link ที่เข้ามาที่เพจ โดยที่แต่ละ Search Engine จะมี Algorithms ในการคำนวณที่แตกต่างกัน อย่างเช่น Google จะเรียกว่า Page Rank โดยมีคะแนนตั้งแต่ 0-10

อย่ารู้ว่า Google Page Rank ของเว็บเราได้กี่คะแนน

Social Media Marketing...สื่อที่ใกล้ชิดลูกค้าที่สุด



เดี๋ยวนี้สื่อโซเชียลจะเป็นอะไรที่กำลังฮอตฮิตที่สุดในการทำ การตลาดออนไลน์ เพราะเสน่ห์ของสื่อนี้ช่วยให้ผู้เชี่ยวชาญรู้ลึกมีความ ใกล้ชิดกันได้ดีกว่าสื่ออื่นๆ ปัจจุบันมีคนเล่น Social Network มากกว่า 400 ล้านคนทั่วโลก ซึ่งเราสามารถใช้เครื่องมือด้าน Social Network เช่น Facebook, Twitter, Line ในการเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเหล่านั้นได้ ซึ่งจะ ช่วยกระจายข้อมูลข่าวสารของเราเป็นไปในรูปแบบของลูกโซ่ สำหรับ รายละเอียดในการใช้สื่อโซเชียลเราจะกล่าวถึงโดยละเอียดในคลิกต่อไปนะ ครับ

Viral Marketing...สร้างกระแสให้ธุรกิจ

อันที่จริงแล้ว ความสำเร็จด้านหนึ่งของการทำ Content Marketing ก็ คือทำให้เกิด “กระแส” ซึ่งวัดได้โดยมีคนนำเนื้อหาของเราไปบอกต่อๆ กัน

นั่นก็คือ Viral Marketing อย่างหนึ่งนั่นเองครับ ดังนั้น ความสำเร็จของ Viral Marketing จึงอยู่ที่ Content ที่เราสร้างสรรค์ขึ้น บวกกับความทรงพลังของสื่อที่นิยมใช้ให้เกิด Viral ก็คือ Social Media ต่างๆ สรุปง่ายๆ ก็คือ การทำ Viral Marketing ต้องอาศัย Content ที่น่าสนใจ และสื่อ Social ที่มีประสิทธิภาพร่วมกัน มันจะช่วยทำให้ธุรกิจของเราเกิดการบอกต่อแบบปากต่อปากไม่มีที่สิ้นสุดกันเลยทีเดียว อย่างเช่น www.shareacocacola.com ถือเป็น Viral Marketing ที่ชัดเจนกรณีหนึ่ง

“Coke ให้เราพิมพ์ชื่อเพื่อนและส่งโค้กให้เพื่อนผ่านทางเว็บไซต์”



‘โค้ก’ เครื่องดื่มยอดนิยมของไทยและทั่วโลก ต่อขอคณะกรรมการตอบรับแคมเปญ “ต้องซ่า ต้องกล้า ส่งโค้กให้” เตรียมวางจำหน่าย โค้กฉลากพิเศษ “ส่งโค้กให้” ทั้งแบบกระป๋องและขวดโค้ก PET เพิ่มอีกกว่า 150 ชื่อและข้อความโดนใจ พร้อมเพิ่มจุดกิจกรรมบริการพิมพ์กระป๋อง “ส่งโค้กให้” เพิ่มอีก 90 จุดทั่วประเทศ เพื่อให้คนไทยได้ส่งโค้กส่งความรู้สึกดีๆ ให้แก่กันมากขึ้นในช่วงเทศกาล แต่สำหรับใครที่รอคอยชื่อตัวเองไม่ไหวทาง Coca-Cola ต่างประเทศ ยังได้เปิดเว็บไซต์ www.shareacocacola.com

ให้แชร์ไว้ก็ให้เพื่อนได้ผ่านทาง Facebook, Twitter และ Instagram แบบฟรี และรวดเร็ว เพียง Connect Facebook กับแคมเปญโซเชียล ระบบจะดึงข้อมูลเพื่อนขึ้นมาให้เราเลือก เมื่อเลือกได้แล้ว ชื่อของเพื่อนก็จะปรากฏบนกระป๋องไว้ก็ให้เราแชร์ต่อได้ทันที

สิ่งที่ต้องจดจำเมื่อคิดจะทำ Viral

1. กระจกใจผู้ชม

การทำ Viral สิ่งสำคัญที่สุดก็คือความสามารถในการถ่ายทอดเนื้อหาที่ทำให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกบางอย่างได้ชัดเจน ผู้ชมต้องเข้าใจสิ่งที่ถ่ายทอดออกมาโดยไม่ยากจนเกินไป และสามารถแสดงความเห็นออกมาได้เป็นคำพูด

2. สร้างความประทับใจเหนือความคาดหมาย

พูดง่าย ๆ ก็คือการสร้างความแตกต่าง หรือนำเสนอในสิ่งที่เหนือความคาดหมายของผู้ชม เราเคยได้ยินคำว่า “คิดได้ไง?” ใหม้ยักรับ กรณีการทำ Viral ก็เช่นเดียวกัน ต้องทำให้ผู้ชมพูดคำว่า “คิดได้ไง” ออกมาให้ได้ เพราะมันคือสัญญาณของความสำเร็จในการทำ Viral แล้วหละครับ

3. อย่าทำให้เกิดความรู้สึกว่าคุณกำลังโฆษณาอยู่

ผมขอเรียกวิธีนี้ว่า “การตลาดแบบเนียนๆ” เพราะผู้ชมสมัยนี้เค้าจะตัดสินใจต่างๆ ได้ทันทีที่ชมครั้งแรกกว่าเรากำลังโฆษณาสินค้าอยู่หรือเปล่า? โดยขอให้เรามุ่งเน้นไปที่การสร้างสรรคเนื้อหาที่น่าสนใจ แน่นอนว่าเราก็คงสามารถนำสินค้า/บริการเข้าไปผสมผสานร่วมกันได้ แต่ก็ต้องไม่ใช่สิ่งที่สำคัญที่สุด เพราะไม่จำเป็นต้องเป็นประเด็นหลักของการนำเสนอเนื้อหาเพื่อโฆษณาที่ไม่ชวนจดจำและเกิดการบอกต่อ

4. สร้างกระแสอย่างต่อเนื่อง

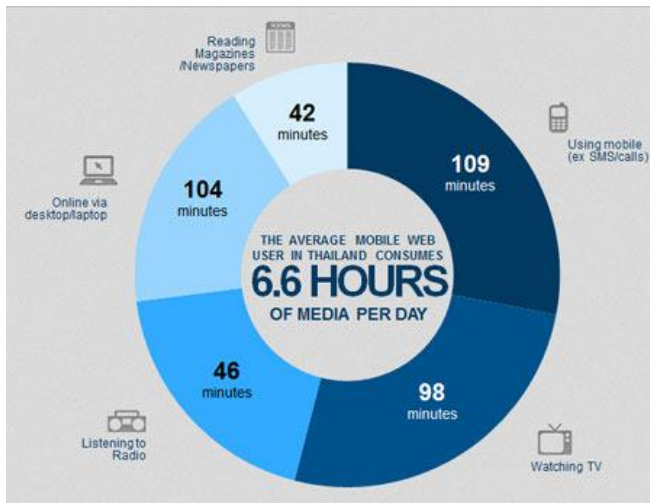
ตอนนี้ขอให้คิดว่าผู้ชมได้เฝ้าคลังโคล้แคมเปญโฆษณาของเราเรียบร้อยแล้ว จังหวะนี้ถือว่าเป็นจุดสำคัญที่จะคว้าหัวใจลูกค้ามาครอง ดังนั้น ก็ควรปล่อยโฆษณาตัวต่อๆ ให้อย่างต่อเนื่อง จะได้เกิดการติดตาม และเกิดกระแสบอกต่อๆ กันในระยะเวลาอันพอสมควร พุดง่าย ๆ ก็คือ “น้ำขึ้นให้รีบตัก” นั่นเองครับ

5. อย่างหวงของ ต้องเปิดให้แชร์ เอาไปโชว์ได้ทุกที่ทุกเวลา

การส่งต่อข้อมูลข่าวสารของเราโดยผู้ชม หรือลูกค้าของเราโดยไม่สิ้นสุด ถือเป็นความสำเร็จของการทำ Viral Marketing ดังนั้น พยายามหาวิธีที่จะทำให้พวกเขาเหล่านั้นสามารถแชร์เนื้อหาของเร่ออกไปโดยวิธีง่ายๆ ไม่ยุ่งยากซับซ้อน รับรองว่าสินค้าของเราจะเป็นที่รู้จักอย่างรวดเร็ว แบบที่ไม่คาดคิดเลยหละครับ

Mobile Marketing...ใช้ซะไม่เอ้าท์

ทุกวันนี้เราใช้สมาร์ตโฟนกันคนละกี่เครื่อง และเดี๋ยวนี้นิยมท่องเน็ตผ่านคอมพิวเตอร์ หรือสมาร์ตโฟนมากกว่ากัน ผมเชื่อว่าทุกคนคงตอบเป็นเสียงเดียวกันว่า สมาร์ตโฟนกลายเป็นอุปกรณ์ที่เข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้ง่ายและสะดวกที่สุดแล้ว เพราะอะไรหรือ? ง่ายๆ ครับ มันเป็นเรื่องที่ใกล้ตัวมากที่สุด จนเกิดเป็นคำพูดติดปากว่าเดี๋ยวนี้นมนุษย์เรากลายเป็น “สังคมก้มหน้า” กันไปเสียแล้ว เพราะไม่ว่าจะไปที่ไหน แม้แต่ในห้องน้ำ ก็ขาดไม่ได้ที่จะต้องหยิบโทรศัพท์ออกมาเล่น ดังนั้น ในแง่ของธุรกิจ มันคือโอกาสครับ ที่ทุกๆ วินาที จะมีลูกค้าใหม่ๆ มาพบเจอธุรกิจของเราได้เสมอผ่านอุปกรณ์สุดมหัศจรรย์นี้



ที่มา: www.marketingoops.com/wp-content/uploads/2013/01/mobile-media-consumption2.jpg

การสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้โทรศัพท์มือถือคนไทย ผ่าน inMobi ผู้ให้บริการ Mobile Advertising Network เผยสำรวจพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือของคนไทย โดยร่วมมือกับบริษัท Decision Fuel ทำสำรวจกับผู้อตอบแบบสอบถามจำนวน 20,000 รายจาก 20 ประเทศหลักๆ ทั่วโลก โดยมีคนไทยที่ตอบแบบสอบถาม 817 ราย ซึ่งการสำรวจนี้เป็นการสอบถามถึงพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือทั้งผ่านทางแอปพลิเคชันและโมบายเว็บไซต์ จากผลการสำรวจพบว่า ผู้อตอบแบบสอบถามสัญชาติไทยนิยมใช้เสฟสื่อผ่านโทรศัพท์มือถือมากที่สุด รองลงมาคือการใช้ผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์ โทรทัศน์ วิทยุ และอันดับสุดท้ายคือผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ และหากกล่าวถึงเวลาการเสฟสื่อผ่านโทรศัพท์มือถือนั้น คนไทยใช้ประมาณ 6.6 ชั่วโมงต่อวัน

จุดเปลี่ยนธุรกิจหน้าร้าน...สู่อีคอมเมิร์ซเต็มรูปแบบ

การใช้ SMART PHONE ในขณะที่ทำ **กิจกรรม...**



ถึงบรรทัดนี้คิดว่าคงเห็นโอกาสกันแล้วนะครับว่าเราสามารถเข้าถึงลูกค้าได้ทุกที่ทุกเวลาจริงๆ แม้กระทั่งในห้องน้ำ ห้องนอน ทุกๆ ที่ ทุกๆ เวลาที่ลูกค้าออนไลน์อยู่บนสมาร์ตโฟน คราวนี้ตามผมมาครับ จะแนะนำถึง 7 เทคนิคง่ายๆ ที่ช่วยสร้างยอดขายให้ธุรกิจผ่านมือถือกันครับ

1. เว็บไซต์ต้องรองรับอุปกรณ์มือถือ

ลองทดสอบว่าเว็บไซต์ของเราสามารถเข้าถึงด้วยมือถือได้อย่างสะดวกสบายหรือไม่ ไม่ใช่เพียงแค่ดู Homepage นะครับ เราควรสวมหมวกเป็นลูกค้า ลองเยี่ยมชมเว็บของตัวเอง ยิ่งละเอียดยิ่งดี ยิ่งถ้ามีระบบตะกร้าสินค้า ก็ต้องลองสั่งซื้อจริงๆ และถ้าจะให้ดีกว่านั้น ลองทดสอบกับหลายๆ Device เช่น มือถือ แท็บเล็ต และหลายๆ ระบบปฏิบัติการ เช่น iOS, Android, Windows ผมเคยแนะนำเรื่อง Web Responsive ไว้ในคลิกที่ 4 แล้ว ลองทบทวนกันดูอีกรอบก็ได้ไม่ว่ากันครับ

2. Content ที่เหมาะกับมือถือ

อย่าลืมว่ามือถือเป็นอุปกรณ์ขนาดเล็กๆ ที่ไม่ได้กว้างใหญ่ไพศาลเหมือน Notebook หรือ PC ดังนั้น การนำเสนอ Content ที่เหมาะสมกับมือถือคือ ต้องตรงประเด็นไม่อ้อมค้อมให้เสียเวลา พุดง่ายๆ ก็คือ การจั่วหัวเรื่องต้องใช้คำสั้นๆ ตรงประเด็น เมื่อผู้ชมเกิดความสนใจแล้วก็ค่อยนำเสนอเนื้อหาที่มีความสำคัญลำดับรองๆ ลงไป ในประเด็นนี้ หลักของ AIDA ยังนำมาใช้ได้อยู่นะครับ ซึ่งผมอธิบายไว้โดยละเอียดในคลิกที่ 5 แล้ว

3. อย่าลืมโปรโมทธุรกิจกับผู้ใช้มือถือ

ถ้าเว็บดี Content ดีกับมือถือ แต่ไม่ยอมโปรโมทธุรกิจออกไปยังกลุ่มลูกค้าที่ใช้มือถือในการช้อปปิ้งออนไลน์ เท่ากับสิ่งที่อุตสาหภาพทั้งหมดก็สูญเปล่า ซึ่งเดี๋ยวนี้ผู้ให้บริการโฆษณาออนไลน์จำนวนมากมี Option ให้ผู้ลงโฆษณาเลือกได้ว่าจะให้แสดงโฆษณาผ่านอุปกรณ์มือถือด้วยหรือไม่ ดังนั้น จุดนี้ก็อย่าละเลย เดี่ยวจะเสียลูกค้าอย่างน่าเสียดายนะครับ

4. ปักหมุดสถานที่ให้ธุรกิจของคุณ

เดี๋ยวนี้เราแทบแยกกันไม่ออกระหว่างมือถือกับเรื่อง Location ทุกคนสามารถใช้โทรศัพท์มือถือเพื่อ Check-in ผ่านสื่อ Social อย่างเช่น Facebook, Line ในทุกๆ สถานที่ที่ไป ดังนั้น Location Marketing จึงเป็นอีกกลยุทธ์ที่จะช่วยให้ลูกค้าสามารถค้นพบธุรกิจของเราได้ง่ายและสะดวกยิ่งขึ้น อย่างเช่น Google Map, Google Place เป็นต้น

5. QR Code ตรงถึงเว็บในเสี้ยววินาที

ถ้าเรามีโบชัวร์ แผ่นพับ ใบปลิว หรือแม้แต่การโฆษณาทางโทรทัศน์ หรือตามอาคารตึกสูงต่างๆ ก็อย่าลืมสร้าง QR Code เพื่อให้ผู้ชมสามารถเข้าถึงเว็บไซต์ของเราผ่านอุปกรณ์มือถือได้ทันที โดยไม่ต้องมัวเสียเวลานั่งพิมพ์ URL ซึ่งก็มีเว็บไซต์ที่ให้บริการสร้าง QR Code ฟรีๆ หลายแห่งเช่น <http://tools.thaibizcenter.com/qrcode/> เป็นต้น

6. สร้าง Application ธุรกิจก็ดูดีขึ้นเป็นกอง

อันที่จริงแล้ว QR Code กับ Application บนมือถือ มีวัตถุประสงค์ที่เหมือนกันก็คือทำให้ลูกค้าของเราเข้าถึงเว็บไซต์ได้ง่ายขึ้น ไม่ต้องเสียเวลาพิมพ์ URL เข้ามาตรงๆ แต่ Application จะมีความโดดเด่นกว่า QR Code ตรงที่ผู้ติดตั้ง Application สามารถเข้าถึงธุรกิจของเราได้ตลอดเวลาเมื่อมีความต้องการ แต่ก็ต้องชั่งน้ำหนักดูกับต้นทุนที่เพิ่มขึ้นจากการพัฒนา Application และที่สำคัญคือยังต้องมีค่าโฆษณาเพื่อกระตุ้นให้ลูกค้า Download Application ของเราไปใช้งานด้วยนะครับ

7. ปรับความคิดให้มือถือศูนย์กลางธุรกิจของคุณ

ถ้าเรายังมองว่า Notebook, PC เป็นอุปกรณ์ที่ลูกค้าใช้เข้าถึงเว็บไซต์ ผมว่ามันอาจจะเป็นไปได้เฉพาะในบางธุรกิจในขณะนี้เท่านั้น แต่ในอนาคต (อันใกล้) มั่นใจว่าในที่สุดแล้วมือถือจะกลายเป็นทุกสิ่งทุกอย่างในโลกออนไลน์ของผู้คนทั่วโลก ดังนั้น การปรับความคิดให้การทำธุรกิจทุกอย่างโดยใช้มือถือเป็นตัวเอก ข้อมเป็นการคิดที่ว่าว้าวหายแล้วค่อยล่อมลอกนะครับ ดังนั้น การทำงานทุกอย่างต่อจากนี้ไปให้พยายามใช้มือถือเป็นศูนย์กลาง ตั้งแต่การทำเว็บไซต์ การประชาสัมพันธ์ การรับออเดอร์ การรับ

ชำระเงิน การจัดส่งสินค้า การบริการหลังการขาย หรือแม้แต่เรื่องการบริหารจัดการธุรกิจ เช่น สต็อกสินค้า ระบบบัญชีการเงิน การบริหารจัดการลูกค้า ทั้งหมดก็ควรนำเทคโนโลยีโดยเฉพาะอย่างยิ่งมือถือมาช่วยทำธุรกิจให้มากที่สุด