

คู่มือลัด

เปิดร้านค้าออนไลน์ ได้ด้วยตัวคุณ



www.dbdmart.com
สายด่วน 1570

คำนำ

ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือ e-Commerce เป็นการคำรูปแบบใหม่ในการสร้างและขยายตลาดของธุรกิจ เริ่มต้นธุรกิจได้ง่าย สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายทุกที่ ทุกเวลา สอดคล้องกับสภาพทางเศรษฐกิจสังคม ที่ผู้บริโภคต้องการความสะดวกในการซื้อสินค้าและบริการ กรมพัฒนาธุรกิจการค้าได้ตระหนักถึงความสำคัญ และเร่งสนับสนุนให้ภาคธุรกิจของไทยเริ่มต้นหรือขยายธุรกิจสู่ช่องทางทางการค้าออนไลน์ ทั้งส่งเสริมการจัดทำร้านค้าออนไลน์ การใช้กลยุทธ์การตลาดให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย การสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไทย เพื่อให้ผู้บริโภคเชื่อมั่นในการสั่งซื้อสินค้าหรือบริการผ่านทางออนไลน์มากขึ้น

การดำเนินงานกรมพัฒนาธุรกิจการค้า มุ่งเน้นบูรณาการร่วมกับทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ องค์กรมหาชน และเอกชน พัฒนาให้ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไทยมีการเติบโตขยายตัวอย่างเข้มแข็งต่อเนื่อง โดยร่วมกับสมาคมผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไทย จัดทำ “คู่มือลัด เปิดร้านค้าออนไลน์ได้ด้วยตัวคุณ” นี้ขึ้น เพื่อเผยแพร่ความรู้และสร้างความเข้าใจ ตลอดจนส่งเสริมการสร้างร้านค้าเพื่อการประกอบธุรกิจ นอกจากนี้หากสนใจจะศึกษารายละเอียดเพิ่มเติม กรมฯ ได้จัดให้มีการให้ความรู้และพัฒนาทักษะการประกอบธุรกิจ e-Commerce ในหลายช่องทาง อาทิ บทเรียน e-learning ที่ www.dbdacademy.com การให้องค์ความรู้และข้อมูลเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจผ่านทาง www.dbdmart.com และได้จัดหลักสูตรอบรม บ่มเพาะ พัฒนาทักษะในห้องเรียน ซึ่งสามารถติดตามได้ที่ www.dbd.go.th ส่วนด้านการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ธุรกิจ e-Commerce สามารถศึกษารายละเอียดได้ที่ www.trustmarkthai.com

คณะผู้จัดทำหวังเป็นอย่างยิ่งว่า คู่มือเล่มนี้จะเป็นประโยชน์ที่จะทำให้ผู้ประกอบการและผู้สนใจสามารถเปิดและพัฒนาร้านค้าออนไลน์ได้ด้วยตนเอง และขอขอบคุณสมาคมผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไทย และพันธมิตรที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำมาอ้างอิง ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาธุรกิจไทยให้มีความเข้มแข็ง สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้แก่ประเทศได้มากขึ้นในระยะต่อไป

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

พฤษภาคม 2557

สารบัญ



01

รู้จักกับ e-Commerce

รู้จักกับ e-Commerce.....	6
เตรียมพร้อมเข้าสู่ e-Commerce.....	6
กำหนดงบประมาณลงทุน	6
หาสินค้ามาขาย	7
ช่องทางการขายสินค้า.....	7
การโต้ตอบกับลูกค้า.....	7
การเก็บเงินและจัดส่งสินค้า.....	7
บริการหลังการขาย	8
ข้อดี-ข้อเสียของ e-Commerce	8
สินค้าอะไรขายด้วย e-Commerce ได้บ้าง..	9
เริ่มต้นขายอะไรดี.....	10
ลูกค้าเป้าหมายคือใคร	11
ทำไมลูกค้าต้องซื้อเรา	11
นิสัยแบบไหนขาย e-Commerce แล้วดี... ..	12

02

รู้จักตลาดบน e-Commerce

สินค้าอะไรขายดี.....	14
คู่แข่งของเราคือใคร	16
ช่องทางการขายบน e-Commerce.....	16
เปิดเว็บไซต์เอง.....	16
ขายบน e-Marketplace	21
ขายบน e-Classified	27
Social Media ช่วยขายได้อย่างไร.....	29
เตรียมตัวอย่างไร เพื่อขายแต่ละรูปแบบ... ..	31

03

สร้างเว็บไซต์ร้านค้า ออนไลน์อย่างไร ให้น่าเชื่อถือ

รู้จักกับเว็บไซต์	34
เนื้อหาที่ควรมีในเว็บไซต์.....	34
การใส่รายละเอียดสินค้า.....	35
ออกแบบหน้าเว็บอย่างไรให้ดูดี	39
องค์ประกอบของเว็บไซต์ที่ดี.....	42
เพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับเว็บไซต์	44
รักษาความปลอดภัยให้กับเว็บไซต์ด้วย SSL (Secure Sockets Layer).....	46
Heartbleed และช่องโหว่อื่นๆ :	
มี SSL แล้วก็ใช่ว่าจะปลอดภัยเสมอ	47

04

โปรโมทอย่างไรให้ดัง

ทำไมต้องโปรโมทเว็บ.....	50
เตรียมความพร้อมก่อนทำ SEO	51
รูปแบบการโปรโมท.....	52
หลักการทำ SEO	52
1. การปรับแต่งหน้าเว็บ หรือเอกสาร HTML ให้ Search Engine รู้จัก	52
2. การปรับแต่งปัจจัยภายนอกให้ Search Engine รู้จัก	56
ตรวจสอบสถานะของเว็บไซต์.....	58
โปรโมทบน Social Media.....	63
ข้อดีของการโปรโมทบน Social Media.....	63

วิธีโปรโมทบน Social Media	63
การตลาดบน Social Media	64
ตัวอย่างการโปรโมทเว็บ	76
ลงโฆษณากับ Google Adwords	76
ลงโฆษณากับ Facebook.....	80
ลงโฆษณาติดแบนเนอร์ กับเว็บลงประกาศต่างๆ.....	81

05

Go Mobile, Go Tablet



Mobile & Tablet โต :	
e-Commerce ยิ่งโต	84
วิธีเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ที่ใช้ Mobile, Tablet.....	85
สร้างเว็บใช้งานบน Mobile & Tablet...	85
รูปแบบเว็บที่แสดงผลบน Mobile & Tablet.....	86
ข้อควรพิจารณาในการสร้าง Mobile Web	88
SoLoMo พฤติกรรมผู้บริโภค	
ที่ส่งผลต่อ Mobile Marketing	90
Mobile App จำเป็นหรือไม่	92

06

Payment จ่ายง่าย ได้ยอด

รับเงินจ่ายเงิน ใครช่วยได้บ้าง	94
ช่องทางชำระเงินของร้านค้าออนไลน์	94
เลือกวิธีชำระเงินให้เหมาะสม	99
ความแตกต่างของการชำระเงิน	99

07

หลังร้าน e-Commerce ก็สำคัญ

สต็อกสินค้าสำคัญอย่างไร	102
สต็อกอย่างไรของไม่ขาด เงินไม่จม	102
บริหารจัดการสินค้าในสต็อก	103
ไม่ต้องสต็อกสินค้าก็ขายได้.....	104
ส่งของอย่างไร ถึงมือลูกค้า ราคาไม่แพง	105
การแพ็คสินค้า.....	105
วิธีการจัดส่งสินค้าแบบต่างๆ	108
ติดตามสถานะการจัดส่ง.....	110
ข้อควรรู้ชื้อออนไลน์	111
รู้เขารู้เรา.....	111
การสร้างภาพลักษณ์ และสร้างตราयीหือ (Image)	111
พัฒนาสินค้าอยู่เสมอ	112
นำเสนอข้อมูลที่น่าเชื่อถือ.....	112
สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า.....	113
สร้างความมั่นใจให้ลูกค้า	114
พ่วงการบริการ (Service)	115
สมนาคุณให้ประทับใจ	116
รับผิดชอบในกรณีผิดพลาด	116





Easy Online Shop



การจดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์



ทำไมต้องจดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	117
ยื่นจดทะเบียนพาณิชย์ได้กี่วัน	117
เอกสารที่ใช้จดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	117
เครื่องหมายรับรองการจดทะเบียนพาณิชย์ รับรองความน่าเชื่อถือ	118
หลักเกณฑ์การพิจารณาอนุญาตให้ใช้เครื่องหมาย	118
การยื่นขออนุญาตใช้เครื่องหมาย	119
ยกระดับมาตรฐานคุณภาพธุรกิจ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไทย	119
เครื่องหมายรับรองความน่าเชื่อถือ ยกระดับการสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภค	120
คุณสมบัติของผู้ขออนุญาตใช้เครื่องหมาย	120
การยื่นขออนุญาตใช้เครื่องหมาย	120



กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับ e-Commerce

1. กฎหมายธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2544	121
2. กฎหมายว่าด้วยการกระทำผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550	122
3. กฎหมายขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545	122
4. กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค	123
5. กฎหมายทะเบียนพาณิชย์	123
6. กฎหมายลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537	124
7. กฎหมายว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. 2542	124
8. กฎหมายจดแจ้งการพิมพ์	125
9. กฎหมายผลิตภัณฑ์ อาหารและยา	125
10. กฎหมายธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2551	126



01

รู้จักกับ
e-Commerce

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 เพราะฉะนั้นจึงควรใส่ใจขั้นตอนและรายละเอียดในการเตรียมตัวให้ดีกว่า เมื่อถึงเวลาเปิดร้านจริงแล้วคุณก็จะสามารถสร้างความประทับใจลูกค้าและสร้างยอดขายให้คุณได้อย่างน่าพอใจ โดยมีประเด็นหลักๆ ดังนี้

กำหนดงบการลงทุน

เป็นสิ่งที่ต้องวางแผน
งบการขายสินค้า เพราะจะเป็นตัว
กำหนดให้เราใช้เงินลงทุนในบที่
กำหนด ป้องกันการใช้งบบานปลาย





หาสินค้ามาขาย

การหาสินค้าที่จะนำมาขายนั้นสามารถหาซื้อได้จากหลายแหล่ง ทั้งนี้ราคาและคุณภาพอาจแตกต่างกันออกไป จึงควรลงพื้นที่สำรวจสินค้าเพื่อให้ได้สินค้าที่ดีตรงกับความต้องการลูกค้ามากที่สุด หรือบางคนอาจจะมียังสินค้าอยู่แล้วก็สามารถนำสินค้าตัวเองมาลงขายแบบออนไลน์ก็ได้

ช่องทางการขายสินค้า

ช่องทางการขายสินค้าออนไลน์มีหลากหลายเว็บให้เลือก ซึ่งมีทั้งลงขายแบบฟรีและมีค่าใช้จ่าย ทั้งนี้ต้องศึกษากลุ่มลูกค้าและการเข้าถึงให้ได้มากที่สุด



การโต้ตอบกับลูกค้า

เมื่อขายสินค้าแล้วต้องหมั่นอัปเดตเว็บไซต์ให้มีความเคลื่อนไหวอยู่เสมอ และการโต้ตอบในกรณีที่มีลูกค้าสอบถามมา ควรตอบอย่างทันทั่วทั้งที่

การเก็บเงินและจัดส่งสินค้า

เมื่อลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าแล้ว ควรจัดเตรียมขั้นตอนการชำระเงินให้มีความหลากหลายเพื่อความสะดวกในการชำระเงิน รวมถึงการจัดส่งสินค้าควรระบุค่าธรรมเนียมในการจัดส่งให้ชัดเจนด้วย



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
- ลดการต่อorong
- ไม่จำเป็นต้องมีสต็อกสินค้า ก็สามารถสร้างร้านค้าขนาดใหญ่ได้

ข้อเสีย

- มีการแข่งขันสูง อาจโดนตัดราคาได้ง่าย
- ผู้ซื้อและผู้ขาย ต้องมีความรู้เรื่องอินเทอร์เน็ต
- ร้านค้าในอินเทอร์เน็ตมีหลายร้าน ยากต่อการค้นเจอ
- อาจต้องเสียค่าใช้จ่ายเพื่อปรับแต่งหน้าเว็บให้สวยงาม
- เสี่ยงต่อการถูกแฮก หรือแฉงสแปมทำให้ร้านโดนปิด
- สินค้าจับต้องไม่ได้ หากลูกค้าได้รับสินค้าที่ไม่ตรงกับภาพ อาจถูกโจมตีได้
- การจัดส่งต้องใช้เวลาหลายวัน และลูกค้าจะต้องเสียค่าจัดส่งเพิ่ม

สำหรับผู้เริ่มต้นที่จะมีธุรกิจเป็นของตัวเอง 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 รหัสหรือไอเท็มในเกม ฯลฯ ส่วนสินค้าที่อาจไม่เหมาะสำหรับการขายผ่าน e-Commerce เช่น สินค้าที่มีน้ำหนักมากไม่สะดวกในการส่งไปรษณีย์ หรืออายุสั้น เน่าเสียได้ง่าย เช่น ผักผลไม้บางประเภท (ซึ่งหากมีระบบการจัดส่งเอง ก็อาจรับออเดอร์ผ่านระบบ e-Commerce ได้)

เริ่มต้นขายอะไรดี

เราจะขายอะไรดี? มักจะเป็นคำถามแรกๆ สำหรับใครที่กำลังคิดอยากจะทำสินค้ามาขาย แต่ยังไม่รู้ว่าขายอะไรดี ซึ่งเป็นเรื่องพื้นฐานที่จะต้องวางแผนให้พร้อมก่อนทำการขาย

เริ่มต้นอาจจะลองขายสินค้าที่เราชอบ มีความถนัด หรือมีความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้าเป็นอย่างดีมาก่อน เพื่อจะได้แนะนำลูกค้าได้อย่างถูกต้อง และง่ายต่อการขายก็ได้ หรืออาจจะขายของที่จำเป็นต้องใช้ในชีวิตประจำวัน ยิ่งถ้าเป็นสินค้าที่ใช้แล้วหมดไปก็ดี เพราะลูกค้าจะได้กลับมาซื้อใหม่ เช่น สินค้าแฟชั่น เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย เครื่องสำอาง หรือสินค้าไอที เป็นต้น



สำหรับสินค้าที่นำมาขายนั้น หากเป็นสินค้าที่เหมือนๆ กัน ก็อาจจะทำให้มีคู่แข่งเยอะ สินค้าอาจจะขายได้ยาก ซึ่งจะต้องอาศัยการทำการตลาดอย่างหนัก แต่ถ้าสินค้าที่ขายมีความแตกต่าง หาได้ยาก โดดเด่นไม่เหมือนใคร ก็จะช่วยขายได้ง่ายขึ้น เพราะมีคู่แข่งน้อย โดยอาจจะสร้างเป็นแบรนด์ของตัวเอง เพื่อให้ลูกค้าจดจำตัวสินค้าของเราได้ หรืออาจจะทำแพ็คเกจที่สวยงามเพื่อเพิ่มมูลค่าให้สินค้าก็ได้

ยิ่งสินค้าที่ขายมีความแตกต่าง น่าสนใจ จะยิ่งดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาในร้าน เพราะมีคู่แข่งน้อย ช่วยเพิ่มยอดขายได้มากขึ้นอีกด้วย

ลูกค้าเป้าหมายคือใคร

เมื่อรู้แล้วว่าขายสินค้าอะไร ขั้นตอนต่อมาก็พิจารณาว่าลูกค้าเป้าหมายที่จะขายให้เป็นใครบ้างที่ต้องการจะใช้สินค้าของเรา โดยอาจจะแยกเป็นเพศ อายุ รายได้ที่เหมาะสมกับสินค้านั้นๆ เช่น ขายเสื้อผ้าแฟชั่นผู้หญิง กลุ่มลูกค้าเป้าหมายก็ควรจะเป็นผู้หญิง วัยรุ่น วัยทำงาน ไปจนถึงวัยกลางคน หรือขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน ก็ได้ทั้งผู้หญิงและผู้ชาย วัยทำงานขึ้นไป เป็นต้น เพื่อที่จะได้วางแผนโฆษณาให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด

ทำไมลูกค้าต้องซื้อเรา

ถ้ามีคนถามว่าทำไมคุณถึงซื้อสินค้านั้น ส่วนใหญ่ก็จะตอบว่าเพราะเราอยากได้ ต้องการจะใช้สินค้านั้น สินค้าดีมีคุณภาพ ราคาถูกกว่าร้านอื่น สินค้าไม่เหมือนใคร คนขายบริการดี มีความน่าเชื่อถือ ส่งของเร็ว หรือเหตุผลอื่นๆ เหล่านี้ล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่ต้องคำนึงถึงในการขายสินค้าด้วย เพื่อเป็นการดึงดูดให้ลูกค้าอยากซื้อสินค้ากับเรา และรักษาลูกค้าให้กลับมาซื้อสินค้ากับเราอีก

นอกจากที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว สิ่งที่คุณควรปฏิบัติในการขายสินค้าเพื่อดึงดูดและให้ลูกค้าอยากจะมาซื้อสินค้าด้วย พอสรุปได้ดังนี้

- รู้จักสินค้าที่ขายดี สามารถแนะนำรายละเอียดของตัวสินค้าได้
- เข้าใจความต้องการของลูกค้า สามารถแนะนำสินค้าได้ตรงจุด
- สร้างความเชื่อมั่นให้กับสินค้าและร้านค้า ถ้าเป็นร้านค้าก็จะต้องมีการจดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า (ดูข้อมูลได้ที่ ภาคผนวก ก และ www.trustmarkthai.com) หรือหากสินค้ามี อย. ก็ควรแสดงให้ลูกค้าเห็น
- โปรโมทสินค้าผ่านสื่อต่างๆ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ร้านค้า
- มีการติดตามลูกค้า เพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์ และรักษาลูกค้าเดิมไว้ อาจจะเป็นการให้ของสมนาคุณกับลูกค้าประจำ ให้ลูกค้าร่วมกิจกรรมกับทางร้าน เพื่อรับของรางวัล เป็นต้น

นิยัแบบโทนขาย e-Commerce แล่วติ

การทำธุรกิจค้าขายออนไลน์นั้น หากเรามีคุณสมบัติของนักขายที่ดีแล้ว ก็จะทำให้เราสามารถดำเนินธุรกิจการขายไปได้อย่างราบรื่น ถึงแม้เราอาจไม่ได้เป็นพ่อค้าแม่ค้ามืออาชีพมาตั้งแต่แรก แต่สิ่งเหล่านี้สามารถพัฒนากันได้ ซึ่งพอจะสรุปออกมาได้ดังนี้

- **ชอบการเรียนรู้ และพัฒนาอยู่เสมอ** เพราะสื่ออิเล็กทรอนิกส์ก็มีการพัฒนาอยู่ตลอดเวลาเช่นกัน หากเรามีความรู้และหมั่นพัฒนาอยู่เสมอ ก็สามารถนำเทคโนโลยีเหล่านั้นมาประยุกต์ใช้ในการทำการตลาด หรือแม้แต่การเรียนรู้ ปรับปรุง และพัฒนาสินค้าให้ดียิ่งขึ้นได้
- **ช่างสังเกต** ในการค้าขายไม่ว่าจะในรูปแบบใดก็ตาม หากเรารู้จักสังเกตพฤติกรรมของลูกค้า สังเกตคู่แข่ง สังเกตตลาด และสิ่งต่างๆ รอบตัว ก็จะทำให้เราสามารถนำมาวิเคราะห์ แล้วนำมาปรับใช้ เพื่อให้ดำเนินธุรกิจอยู่ได้นานๆ
- **ใจสู้ + กล้า** การทำธุรกิจนั้นล้วนมีความเสี่ยง บางครั้งอาจจะสำเร็จหรือไม่สำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ก็ได้ ซึ่งเจ้าของธุรกิจเองอาจจะต้องลองผิดลองถูกบ้าง นอกจากนี้จะต้องกล้าตัดสินใจ เมื่อมีปัญหาก็เกิดขึ้นสามารถแก้ไขได้อย่างทันท่วงที และรอบคอบ
- **อดทน รักษานบริการ** งานขายเป็นงานบริการประเภทหนึ่ง ซึ่งก็จะเจอลูกค้าหลากหลายประเภท ทั้งมาดีและไม่ดี ผู้ขายจะต้องใช้ความอดทน รับฟังและพร้อมจะช่วยเหลือเพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ อยากจะซื้อสินค้าด้วย

จะเห็นได้ว่าการทำธุรกิจ e-Commerce นั้นจะต้องอาศัยความรู้ความเข้าใจ ทางด้านการตลาด การเตรียมความพร้อมของตัวคุณในการเข้ามาทำธุรกิจออนไลน์ จึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง ที่จะมองเห็นความเป็นไปได้ของธุรกิจ และส่งผลให้ประสบความสำเร็จในอนาคตได้



02

รู้จักตลาดบน
e-Commerce

สินค้าอะไรขายดี

ก่อนที่จะหาสินค้ามาขาย เราควรศึกษาความต้องการของตลาดเสียก่อน ว่าสินค้าใดบ้างที่ขายง่าย ขายคล่อง จะได้ไม่เสียเงินลงทุนแล้วสินค้าถูกตอง อยู่ในสต็อก ซึ่งสินค้าที่นิยมก็มีหลายประเภทให้คุณได้เลือกมาขาย ทั้งนี้การเลือกขายสินค้าก็ต้องดูจากความชอบ ความสนใจของผู้ขายด้วย จะได้ขายของอย่างมีความสุข และสนใจที่จะหาข้อมูลสินค้ามาอัพเดทอยู่เสมอ สำหรับสินค้าออนไลน์ขายดีและเป็นที่นิยม พอสรุปได้มีดังนี้

เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายแฟชั่น
เครื่องประดับ



เสื้อผ้าเด็กและของเล่น



เครื่องสำอาง



อาหารเสริมเพื่อสุขภาพ
และความงาม



อุปกรณ์มือถือ อุปกรณ์ไอที
สินค้าอิเล็กทรอนิกส์



เครื่องดนตรี



สินค้าแฮนด์เมด



อุปกรณ์แต่งบ้าน



อุปกรณ์แต่งรถ



ทั้งหมดนี้เป็นเพียงส่วนหนึ่งที่ยกตัวอย่างของสินค้าขายดี จะเห็นว่าส่วนใหญ่ไม่พ้นเรื่องแฟชั่น ความสวยงาม โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าผู้หญิงจะชอบมาก แล้วก็ เป็นของใช้ในชีวิตประจำวันทั่วไป แต่ทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับความสนใจของผู้ขายเอง ด้วยว่าอยากขายสินค้าชนิดใด

คู่แข่งของเราคือใคร

คู่แข่งในโลกออนไลน์ ก็คือผู้ที่ขายสินค้าประเภทเดียวกันกับเรานั่นเอง ซึ่งมีอยู่เป็นจำนวนมาก ดังนั้นสิ่งที่ทำให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายนั้น ก็ต้องขึ้นอยู่กับ การโปรโมทให้เป็นที่รู้จัก รวมไปถึงสินค้าและการบริการที่มีคุณภาพและน่าเชื่อถือ เพื่อที่จะรักษาลูกค้าให้กลับมาซื้อสินค้าของเราอีก นอกจากนี้อาจจะหาสินค้าที่มีความแตกต่าง และโดดเด่น เช่น เสื้อผ้าที่มีสีสันฉูดฉาด มีลวดลายที่ไม่ค่อยมีใครทำ หรืออาจจะมีไซส์พิเศษ เป็นต้น เพื่อนำมาสร้างเป็นจุดขายได้

ช่องทางการขายบน e-Commerce

การขายในรูปแบบออนไลน์นั้น ผู้ขายไม่จำเป็นต้องมีหน้าร้านเป็นของตัวเอง ก็สามารถขายสินค้าได้ เพียงแค่มีพื้นที่สำหรับแสดงรูป รายละเอียดสินค้า และ ข้อมูลให้ติดต่อซื้อขาย เพียงเท่านี้ก็สามารถประกาศขายสินค้าได้แล้ว โดยช่องทางการขายในรูปแบบออนไลน์ หรือ e-Commerce นั้น สามารถทำได้ดังนี้

เปิดเว็บไซต์เอง

ปัจจุบันองค์กรและบริษัทห้างร้านต่างๆ จำเป็นต้องมีเว็บไซต์ของตนเองบน เครือข่ายอินเทอร์เน็ตอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เพื่อไว้เป็นที่สำหรับเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสารและบริการ ต่างๆ ให้เป็นที่รู้จัก และสามารถเข้าถึง กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ได้มากที่สุด ทั้งยัง ช่วยสร้างภาพลักษณ์ ที่ดีให้กับธุรกิจได้อีกด้วย



ขั้นตอนการสร้างเว็บไซต์

เรามาดูว่าในการสร้างเว็บไซต์นั้น จะต้องมีการขั้นตอนอะไรบ้าง ซึ่งสรุปได้ดังนี้

1. **วางแผนงานและกำหนดเป้าหมายของเว็บไซต์** เช่น เนื้อหาที่ต้องใช้ งบประมาณต่างๆ และกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เป็นต้น
2. **จดโดเมนเนม (Domain Name)** คือการจดทะเบียนชื่อเว็บไซต์ของคุณ ให้เป็น .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 หากต้องการตั้งชื่อเป็นภาษาไทยก็ใช้คำทับศัพท์เป็นภาษาคาราโอเกะแทน
- ▶ หลีกเลี่ยงเครื่องหมายขีดกลาง - (Hyphen) ขึ้นระหว่างคำ เพื่อให้ง่ายและป้องกันการพิมพ์ชื่อเว็บไซต์ผิด เพราะส่วนใหญ่จะนิยมพิมพ์ติดกัน



NOTE

สามารถค้นหาชื่อผู้ให้บริการโดเมนและ
เช่าเว็บโฮสติ้งได้ที่ www.dbdmart.com

3. **เช่าเว็บโฮสติ้ง (Web Hosting)**
คือบริการให้เช่าพื้นที่เก็บข้อมูล
ของเว็บไซต์
4. **ออกแบบเว็บไซต์** คือการออกแบบโครงสร้างเว็บไซต์ ออกแบบปุ่มเมนู
ภายในเว็บไซต์ และการออกแบบหน้าเว็บเพจต่างๆ
5. **สร้างและทดสอบการใช้งาน** ภาษาที่ใช้ในการสร้างหน้าเว็บเรียกว่า HTML
แต่ส่วนใหญ่จะไม่ได้เขียนคำสั่ง HTML โดยตรง จะเลือกใช้โปรแกรมสำหรับ
สร้างและออกแบบเว็บไซต์แทน เช่น Dreamweaver, Joomla เป็นต้น
6. **ประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ให้เป็นที่รู้จัก** หลังจากสร้างเว็บไซต์แล้วจะต้องมีการ
โฆษณา หรือโปรโมทเพื่อเผยแพร่เว็บไซต์
7. **ดูแล และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง** เว็บไซต์นั้นจะต้องมีการอัปเดตข้อมูล
อยู่เสมอ เพื่อให้ข้อมูลที่แสดงอยู่เป็นปัจจุบัน

จะเห็นได้ว่าการสร้างเว็บไซต์นั้นมีขั้นตอนอยู่พอสมควร หากคุณมีความรู้
พื้นฐานเกี่ยวกับการทำเว็บไซต์อยู่บ้าง มีเวลาพออาจจะลองสร้างเองก็ได้
เพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย แต่ถ้าต้องการความสะดวก และรวดเร็ว อาจจะจ้าง Freelance
รับทำเว็บไซต์ หรือบริษัทรับทำเว็บไซต์ก็ได้ ซึ่งในการเปิดเว็บไซต์เองจะต้องเสียค่า
จดโดเมนเนม ค่าเช่าพื้นที่ Web Hosting และค่าจัดทำเว็บไซต์ด้วย

โปรแกรมสร้างเว็บสำเร็จรูป (CMS)

CMS ย่อมาจาก Content Management System เป็นโปรแกรมสร้างเว็บไซต์
สำเร็จรูป สามารถดาวน์โหลดมาใช้งานได้ฟรี ซึ่งมีอยู่หลายโปรแกรม และหลาย
รูปแบบ ที่เป็นที่รู้จักของคนไทย เช่น Wordpress, Joomla, Opencart, Magento,
Drupal, Prestashop เป็นต้น ซึ่งแต่ละโปรแกรมก็จะมีจุดประสงค์และรองรับการ
ใช้งานที่แตกต่างกันไป ดังตัวอย่างต่อไปนี้

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



<http://th.wordpress.org>

- **Joomla** เป็น CMS ยอดนิยมอีกตัว จุดเด่นคือ มีความยืดหยุ่น การจัดการ Module หรือการย้ายตำแหน่งส่วนต่างๆ ของเว็บไซต์เป็นไปได้อย่างอิสระ
- **Drupal** เป็น CMS ที่ได้รับความนิยมในด้านจัดการเนื้อหาเว็บไซต์ พวกเว็บ Community หรือเว็บหนังสือพิมพ์ต่างๆ ด้วยระบบที่ยืดหยุ่นในด้านการจัดการเนื้อหาอย่างละเอียด การใช้งานก็ค่อนข้างยาก จึงไม่ค่อยเป็นที่นิยมมากนัก



www.joomla.org



<https://drupal.org>

นอกจากนี้ CMS บางระบบ ยังเน้นสำหรับสร้างเว็บ e-Commerce โดยเฉพาะ เช่น

- **Opencart** เป็น CMS ที่เหมาะกับการทำเว็บขายของมากที่สุด เพราะใช้งานง่าย เป็น CMS ที่เกิดมาเพื่อรองรับเว็บขายของโดยเฉพาะ
- **Prestashop** เป็นอีก CMS สำหรับสร้างเว็บขายของ เช่นเดียวกับ Opencart แต่การใช้งานค่อนข้างยากกว่า Opencart ในระดับหนึ่ง
- **Magento** เป็น CMS ที่นิยมใช้กันมาก มีระบบที่ครอบคลุมงานด้านการซื้อขายทั้งหมด รูปแบบเว็บไซต์เรียบหรู แต่การใช้งานค่อนข้างยาก และยังไม่รองรับภาษาไทยเท่าที่ควร ทำให้ยังไม่ค่อยได้รับความนิยมในไทยมากนัก



www.opencart.com



www.prestashop.com/



<http://magento.com>

สำหรับผู้สนใจอยากจะลองสร้างเว็บร้านค้าออนไลน์ด้วยตัวเอง แต่ยังไม่ค่อยมีความรู้เรื่องเขียนโปรแกรม ก็สามารถหาดาวน์โหลด CMS เหล่านี้มาใช้งาน หรือหาผู้ให้บริการที่เตรียมระบบ 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

เป็นขั้นตอนคร่าวๆ ที่ทุกๆ CMS จะต้องดำเนินการหลังจากดาวน์โหลดไฟล์สำหรับติดตั้งเรียบร้อยแล้ว มีขั้นตอนดังนี้

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

ข้อดีของ CMS

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

ข้อด้อยของ CMS

- ▶ ในกรณีที่ผู้ใช้ต้องการออกแบบธีม (หน้าตาของเว็บ) เอง จะต้องใช้ความรู้มากกว่าปกติ เนื่องจาก CMS มีหลายๆ ระบบมารวมกันทำให้เกิดความยุ่งยาก สำหรับผู้ที่ไม่มีความรู้
- ▶ ผู้ใช้จะต้องศึกษาระบบ CMS ที่ผู้พัฒนาสร้างขึ้นมา เช่น จะต้องใส่ข้อมูลลงตรงไหน จะต้องแทรกภาพอย่างไร ซึ่งจะลำบากเพียงแค่ช่วงแรกเท่านั้น
- ▶ ในการใช้งานจริงนั้นจะมีความยุ่งยากในการติดตั้งครั้งแรกกับเครื่องเซิร์ฟเวอร์ (server) แต่ปัจจุบันก็มีผู้ให้บริการเว็บเซิร์ฟเวอร์ ที่บริการติดตั้งระบบ CMS ให้ฟรีๆ โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย

ป้ายยูอี e-Marketplace

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

- บริการสารบัญธุรกิจ รวบรวมรายชื่อของธุรกิจแบ่งเป็นประเภทต่างๆ เพื่อให้ผู้ใช้สามารถเข้ามาค้นหาธุรกิจ หรือสินค้าที่ต้องการได้ง่าย
- บริการแคตตาล็อกสินค้าออนไลน์ แสดงรายการสินค้าแบ่งตามหมวดหมู่สินค้า
- บริการประกาศซื้อขายสินค้าและบริการ หรือประกาศความต้องการของธุรกิจ

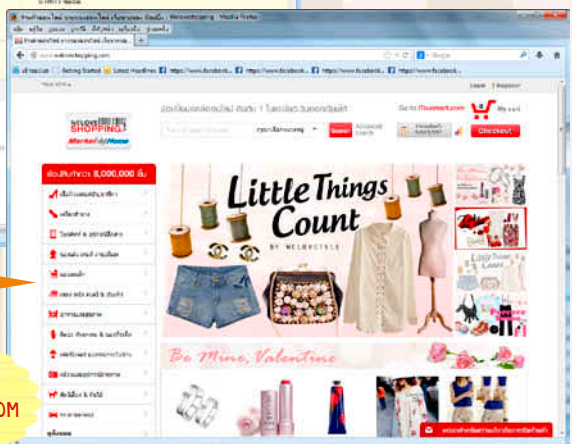
ตัวอย่างเว็บ e-Marketplace ของไทย



เว็บ
TARAD.COM

สารบัญเว็บไซต์แบ่งตามหมวด

เว็บ
WELOVESHOPPING.COM



- **บริการจัดทำเว็บไซต์สำเร็จรูป** โดยคุณสามารถสร้างเว็บไซต์สำหรับขายสินค้าผ่านบริการเว็บไซต์สำเร็จรูปได้ ซึ่งเว็บไซต์ที่สร้างแล้วจะถูกรวบรวมและแยกหมวดหมู่ไว้ในรายชื่อธุรกิจภายในเว็บไซต์นี้ให้ด้วย โดยจะต้องลงทะเบียนกับทางเว็บไซต์เพื่อขอเปิดร้านออนไลน์ จะมีแพ็คเกจให้เลือกทั้งแบบฟรี และคิดค่าบริการ ขึ้นอยู่กับแพ็คเกจที่เลือก เพียงเท่านี้คุณก็สามารถเปิดเว็บไซต์ขายของออนไลน์ได้โดยที่ไม่ต้องมีความรู้เรื่องการสร้างเว็บไซต์มาก่อนก็ได้

ตัวอย่างผู้ให้บริการเว็บไซต์สำเร็จรูป



www.lnwshop.com



www.tarad.com



www.weloveshopping.com



www.readyplanet.com



<http://superwebsite.com>



www.igetweb.com



www.8webs.com



www.siam2web.com



www.shopup.com

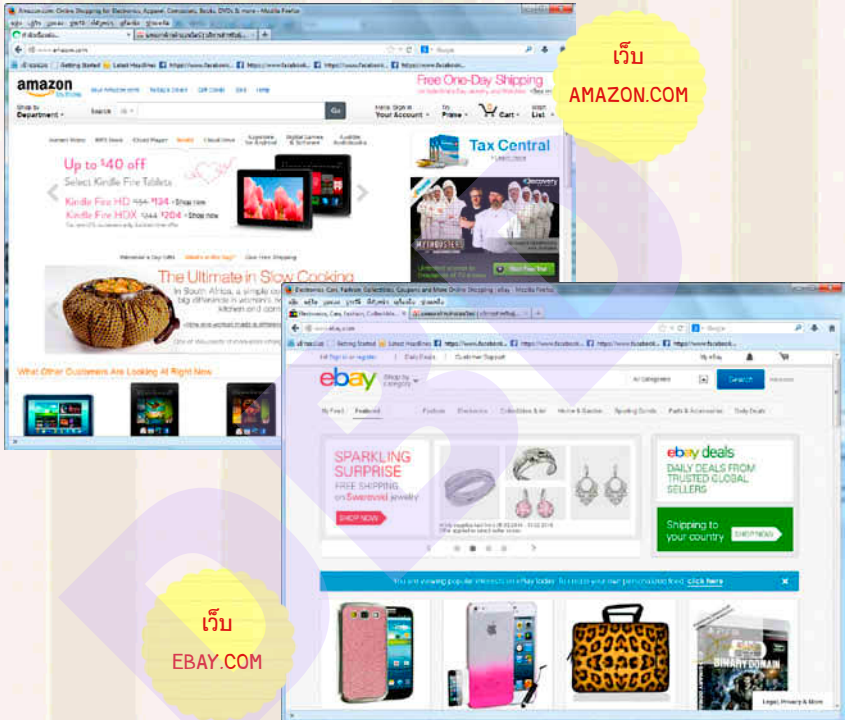


www.makewebeasy.com

e-Marketplace นับว่าเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่หลายๆ ร้านค้าเข้ามาซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างกันเป็นจำนวนมาก ซึ่งการนำข้อมูลร้านค้าหรือธุรกิจของตนมาลงไว้ในเว็บไซต์เหล่านี้ จะเป็นการเพิ่มโอกาสในการพบปะลูกค้าได้ทั่วโลก ทำการค้าขายระหว่างกันได้ง่าย นอกจากเว็บไซต์ที่ให้บริการของไทยแล้ว

ยังมีเว็บไซต์ในต่างประเทศที่ดังๆ เช่น amazon.com, ebay.com, alibaba.com, taobao.com เป็นต้น ซึ่งเป็นอีกช่องทางในการซื้อขายสินค้าต่างๆ ได้มากขึ้น และสามารถขยายฐานธุรกิจให้เป็นที่รู้จักได้ทั่วโลก

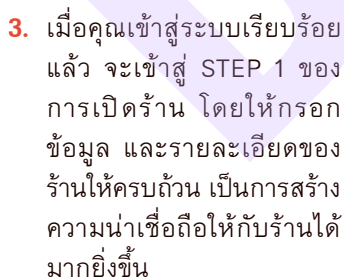
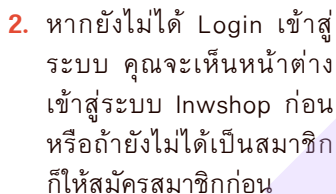
ตัวอย่างเว็บ e-Marketplace ของต่างประเทศ



นอกจากจะเป็นตลาดกลางสำหรับซื้อขายสินค้าทั่วไปแล้ว ยังมีเว็บ e-Marketplace ที่ให้บริการเป็นตลาดกลางสำหรับซื้อขายสินค้าเฉพาะด้าน เป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลของธุรกิจในด้านนั้นๆ เช่น ตลาดกลางขายของมือสอง ตลาดกลางขายอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ตลาดกลางซื้อขายสินค้าโอท็อป เป็นต้น

การใช้บริการของ e-Marketplace เหล่านี้ จะช่วยขยายโอกาสในการติดต่อซื้อขายสินค้า โดยที่ผู้ซื้อและผู้ขายสามารถเข้ามาเลือกหาสินค้าที่ต้องการได้ง่าย สะดวกในการเปรียบเทียบข้อมูลของสินค้าแต่ละร้าน ลดต้นทุนในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ รวมถึงบุคลากรในการดำเนินงานต่างๆ

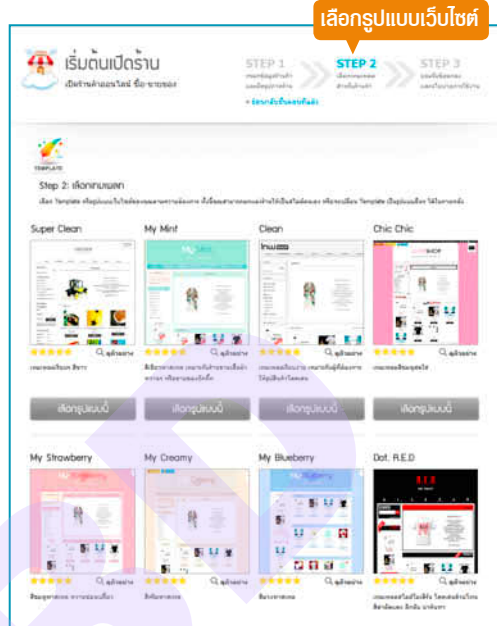
1. เปิด www.lnwshop.com แล้ว
กดหรือคลิก **เปิดร้านค้าฟรี**



4. เมื่อเรียบร้อยแล้วให้กดหรือคลิก **ขั้นตอนเปิดร้านถัดไป**



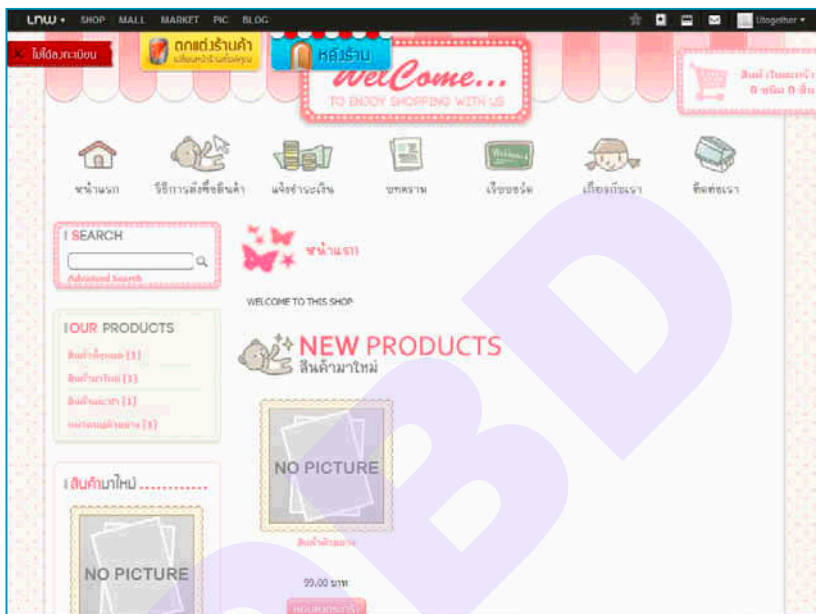
5. STEP 2 ให้คุณเลือกรูปแบบเว็บไซต์ (Template) ของร้านค้าคุณ ซึ่งมีให้เลือกมากมาย โดยคลิก **เลือกรูปแบบนี้** ด้านล่างรูปแบบที่คุณต้องการ ดังภาพ



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



7. สิ้นสุดการเปิดร้านค้า คุณสามารถเข้าไปที่หน้าร้านค้า ปรับแต่งหน้าร้าน หรือจัดการหลังร้านได้ทันที



▲ ดูข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ www.lnwshop.com/start

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

ป้าย UU e-Classified

e-Classified เป็นเว็บไซต์ที่ให้บริการลงประกาศซื้อขายสินค้า โดยจะแบ่งหมวดหมู่สินค้าไว้ให้แล้ว สามารถเลือกหมวดที่ต้องการแล้วเข้าไปประกาศซื้อขายได้โดยตรง เช่น www.olx.co.th (ชื่อเดิม www.dealfish.co.th) ที่ให้บริการประกาศซื้อขายได้แบบฟรีๆ ไม่จำเป็นต้องมีเว็บไซต์ของตัวเองก็ขายได้



ข้อดีของการขายบนเว็บ e-Classified คือ เป็นการประกาศซื้อขายโดยตรงระหว่างผู้บริโภค ซึ่งอาจจะมีสินค้าไม่กี่ชนิด สามารถเริ่มต้นได้ง่ายทันที ที่สำคัญคือฟรี ส่วนข้อเสียคือไม่เหมาะกับผู้ที่มียอดขายเป็นจำนวนมากๆ นั่นเอง

Classified โฆษณาตัวจริงหรือ

เว็บ Classified นั้น ผู้ประกาศขายสินค้าไม่จำเป็นต้องมีเว็บไซต์เป็นของตัวเองเลย เพียงใช้เว็บเหล่านี้เป็นช่องทางในการประกาศซื้อขายสินค้า พร้อมระบุราคา รูปสินค้า และที่อยู่ติดต่อให้ครบถ้วน เพียงเท่านี้ก็สามารถทำการซื้อขายได้แล้ว

การโพสต์ขายตามเว็บ 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

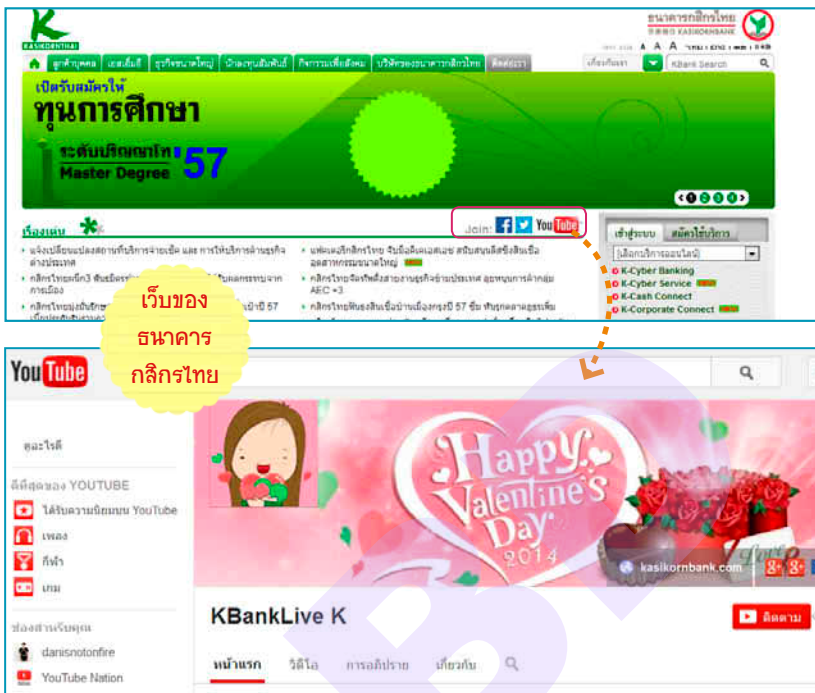


Social Media ช่วยขายได้อย่างไร

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

ตัวอย่างการใช้สื่อ Social Media ของเว็บไซต์ต่างๆ





แต่อย่างไรก็ตามแต่ละ Social Media นั้น ล้วนมีข้อจำกัดของตัวเอง และมีความน่าเชื่อถือต่ำกว่าการมีเว็บไซต์ที่จัดระเบียบอย่างถูกต้อง ซึ่งสามารถตรวจสอบการมีตัวตนของร้านค้าได้ ดังนั้นควรจะมีทั้งเว็บไซต์ร้านค้า และสื่อ Social Media ของร้านไปด้วย เพื่อเป็นช่องทางในการตลาดควบคู่กับเว็บไซต์หลัก เพราะการที่มีผู้ชมเข้ามาดูหรือมากด Like นั้น ก็ไม่ได้หมายความว่าทุกคนจะเข้ามาซื้อสินค้าเสมอไป ผู้ขายเองควรจะเข้าใจการทำงานของแต่ละโปรแกรมด้วย เพื่อให้สามารถนำมาใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และตรงกับกลุ่มเป้าหมายอย่างแท้จริง นอกจากนี้อาจจะนำเทคนิคการขายต่างๆ เช่น การลดราคา จัดโปรโมชั่น ในเทศกาลต่างๆ เพื่อดึงดูดให้ลูกค้าอยากซื้อสินค้าด้วย เป็นต้น ที่สำคัญควรใส่ใจกับคุณภาพของสินค้าที่ขาย และการบริการอย่างตรงไปตรงมา เพียงเท่านี้คุณก็จะสามารถเรียกลูกค้าให้กลับมาซื้อสินค้าของคุณได้อีกแน่นอน



เตรียมตัวอย่างไร เพื่อขายแต่ละรูปแบบ

สิ่งที่จะต้องเตรียมให้พร้อมในการเปิดร้านค้าออนไลน์ นอกจากตัวสินค้าที่จะขายแล้ว ยังจะต้องเตรียมสิ่งเหล่านี้ด้วย

1. ข้อมูลสร้างเว็บไซต์

- ▶ **กำหนดชื่อเว็บไซต์** ของร้านค้าออนไลน์
- ▶ **จดชื่อโดเมนเนม** เลือกโดเมนเนมให้เหมาะสมกับประเภทของธุรกิจ
- ▶ **เช่าเว็บโฮสติ้ง** ควรเลือกผู้ให้บริการที่มีความน่าเชื่อถือ และเลือกบริการเว็บโฮสติ้งให้เหมาะสมกับขนาดของข้อมูล และความจำเป็นในการใช้งาน มีระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูล มีพื้นที่ในการจัดเก็บเพียงพอ ปริมาณข้อมูลและความเร็วที่รับ-ส่งไม่จำกัดจนเกินไป รวมทั้งมีการสำรองข้อมูลในกรณีที่เกิดความผิดพลาดของระบบด้วย

2. ข้อมูลร้านค้า

- ▶ **ชื่อร้าน ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์** ไว้สำหรับติดต่อกับลูกค้า แสดงว่ามีตัวตนจริง
- ▶ **อีเมลสำหรับติดต่อ หรือ Social Media ต่างๆ** ที่ให้ลูกค้าสามารถติดต่อกับร้านค้าได้

3. ข้อมูลธุรกิจ

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

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

5. ข้อมูลสำหรับทำธุรกรรมทางการเงิน

- ▶ **เลขที่บัญชีธนาคาร** สำหรับให้ลูกค้าโอนเงินเข้าเมื่อมีการสั่งซื้อสินค้า ซึ่งควรจะเปิดบัญชีไว้มากกว่า 1 ธนาคาร เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าได้
- ▶ **บัตรเครดิต** ไว้สำหรับหักบัญชี ในกรณีทำธุรกรรมการชำระเงิน ผ่านบัญชี ต่างๆ เช่น Paypal, Paysbuy หรืออื่นๆ

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



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

8. **จดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์** หลังจากมีเว็บไซต์ร้านค้าออนไลน์แล้ว เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ผู้ประกอบการ ต้องจดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และขอใช้เครื่องหมายรับรองกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า (ดูรายละเอียดเพิ่มเติมในภาคผนวก ก และที่ www.trustmarkthai.com) เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจในการตัดสินใจทำธุรกรรมซื้อขายสินค้ากับผู้ประกอบการ โดยผู้บริโภคสามารถตรวจสอบผู้ประกอบการได้ว่ามีตัวตนอยู่จริงหรือไม่





03

สร้างเว็บไซต์ร้านค้า
ออนไลน์อย่างไร
ให้น่าเชื่อถือ

รู้จักกับเว็บไซต์

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

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

เนื้อหาที่ควรมีในเว็บไซต์

เนื้อหาที่แสดงอยู่ในแต่ละเว็บไซต์นั้น ไม่ได้มีข้อกำหนดที่เป็นมาตรฐานตายตัวว่าจะต้องเป็นแบบใด ขึ้นอยู่กับข้อมูลที่จะนำเสนอและจุดเด่นที่ต้องการให้มี ซึ่งจะทำให้รายละเอียดปลีกย่อยของแต่ละเว็บไซต์แตกต่างกันออกไป แต่หลักๆ แล้วพอสรุปได้ว่าข้อมูลพื้นฐานที่ควรจะมีในเว็บไซต์ประกอบด้วยข้อมูลดังนี้

1. **ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัท องค์กร ร้านค้า หรือผู้จัดทำ (About Us)** คือข้อมูลเกี่ยวกับเจ้าของเว็บไซต์ เพื่อบอกให้ผู้ชมรู้ว่าเป็นใครมาจากไหน และต้องการนำเสนออะไร เช่น วัตถุประสงค์ของเว็บไซต์ ประวัติและความเป็นมา สถานที่ตั้ง เลขทะเบียนพาณิชย์ เป็นต้น เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจว่าร้านค้านี้มีตัวตนอยู่จริง
2. **รายละเอียดของผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Product/ Service Information)** คือข้อมูลหลักที่เรานำเสนอ ซึ่งหากเป็นเว็บไซต์ทางธุรกิจผู้ชมจำเป็นต้องรู้รายละเอียดของผลิตภัณฑ์ หรือบริการ รวมทั้งอาจมีการเปรียบเทียบราคา เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจซื้อ แต่หากเป็นเว็บไซต์ที่ให้ความรู้ ก็อาจจะประกอบด้วยบทความ 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 ดังนั้นเราควรคาดการณ์หรือรวบรวมคำถามที่เคยตอบไปแล้วใส่ไว้ในเว็บ ซึ่งผู้ชมที่สงสัยสามารถเปิดดูได้ทันที นอกจากนี้อาจมีเว็บบอร์ดสำหรับให้ผู้ดูแลเว็บไซต์คอยตอบ รวมทั้งอาจเปิดให้ผู้ชมด้วยกันช่วยตอบก็ได้ บางครั้งอาจอยู่ในรูปแบบ Help หรือข้อมูลช่วยเหลือ
5. **ข้อมูลในการติดต่อ (Contact Information)** เพื่อให้ผู้เข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์ที่เกิดข้อสงสัย หรือต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม สามารถติดต่อกับเราได้ จึงควรระบุอีเมลแอดเดรส ที่อยู่บริษัท ร้านค้า เบอร์โทรศัพท์ หรือข้อมูลติดต่ออื่นๆ ไว้ในเว็บไซต์ด้วย

การให้รายละเอียดสินค้า

การให้รายละเอียดของสินค้า นับเป็นส่วนสำคัญอย่างมากในการขายสินค้า ซึ่งลูกค้าจะตัดสินใจซื้อสินค้าหรือไม่นั้น ขึ้นอยู่กับรายละเอียดของสินค้าเป็นหลัก โดยรายละเอียดสำคัญๆ พอสรุปได้มีดังนี้

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



เสื้อสีฟอง หรือเดอร์ เสื้อผ้าแฟชั่นใหม่
 รหัสสินค้า : 4000639***
 สมาชิก ลด5% : 586.00 บาท
 ★★★★★

Maynadi ของแท้ 100%
 • 1-ชมฯ ฟรี ชม
 • โชว์ S M
 • สสมันต์ลด 50% 10% 15% 30%
 • ราคาปกติ = 617 บาท

จำนวน 1 ชิ้น [สั่งซื้อได้เลย](#)

ทางร้านจะ ส่ง SMS + แอปส์ CF แจ้งยอดเลิกใช้ (ภายใน 24 ชั่วโมง)
 ยกเว้น + + วันเสาร์อาทิตย์ วันลาพักจะ CF เป็นวันจันทร์ ต่อ + +
 หากพบว่ามี วัน การ CF ให้ ยกเว้นแล้ว สถานการณ์ เข้ามาอีกให้

▼

ความยาว (ซม.)	ไซส์ (ซม.)	ราคาปกติ (฿.)	ราคาลด (฿.)	ส่วนลด (฿.)
S 61 M 62	S M	5 30-34 M 34-36	5 24-27 M 29-30	5 49 M 52

ระบุวันที่ เช่น ราคาพิเศษนี้ถึงวันที่ 31 มกราคม เป็นต้น ซึ่งการมีวันที่มาเป็นองค์ประกอบจะทำให้ลูกค้าตัดสินใจได้ง่ายขึ้น เพราะเป็นราคาพิเศษแบบมีช่วงเวลา นอกจากนี้ควรระบุให้ชัดเจนว่าเป็นราคาที่รวมภาษี หรือค่าขนส่งด้วยหรือไม่

4. **รูปภาพ** ควรใช้รูปภาพสินค้าที่แสดงรายละเอียดสินค้าได้ชัดเจน สวยงาม ดึงดูดให้น่าสนใจ โดยอาจใช้โปรแกรมปรับแต่งภาพช่วย เช่น PhotoScape, Photoshop เป็นต้น หากต้องการให้แสดงผลได้เร็วก็ควรลดขนาดของไฟล์



ให้เล็กพอเหมาะกับขนาดภาพ หรือภาพมิดไปก็ปรับแสงให้สว่างขึ้น เพื่อให้มองเห็นรายละเอียดของสินค้าได้ชัดเจน นอกจากนี้สีของรูปภาพอาจจะเพี้ยนจากสีจริงไปบ้าง ขึ้นอยู่กับสภาพแสงตอนถ่ายภาพด้วย ก็ควรจะแจ้งรายละเอียดข้อจำกัดของสีด้วยว่า อาจจะมีเพี้ยนจากสีจริงเล็กน้อย เพื่อป้องกันไม่ให้มีปัญหาภายหลังเมื่อลูกค้ารับสินค้าไปแล้ว

▲ **ตรวจสอบภาพหลายๆ มุมมอง**

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

ตัวอย่างการใช้โปรแกรม PhotoScape ปรับแต่งภาพ

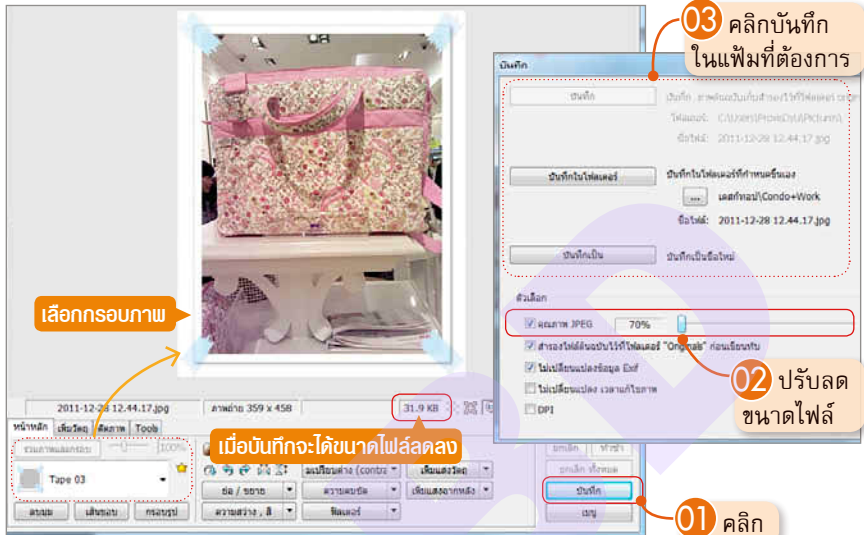
จะยกตัวอย่างการลดขนาดภาพผ่านโปรแกรม Photoscape ซึ่งเป็นโปรแกรมฟรี มีเครื่องมือที่ใช้แต่งภาพครบครัน ที่สำคัญคือใช้งานง่ายเพราะมีภาษาไทยด้วย มีขั้นตอนดังนี้

- ▶ ก่อนอื่นให้เข้าไปดาวน์โหลดโปรแกรมที่ www.photoscape.org แล้วติดตั้งลงเครื่องก่อน
- ▶ เมื่อติดตั้งเรียบร้อยแล้วเปิดโปรแกรมขึ้นมา ให้เลือกแก้ไขภาพ (Editor)
- ▶ เปิดภาพที่ต้องการปรับแต่งที่กรอบด้านซ้าย





- เมื่อลดขนาดภาพแล้ว หากขนาดไฟล์ยังใหญ่เกินไป สามารถคลิกปุ่มบันทึก แล้วไปลดคุณภาพของไฟล์ลงอีกได้ โดยจะมีตัวเลือกปรับลดขนาดไฟล์ที่เหมาะสมได้ จากนั้นเลือกบันทึกในแฟ้มที่ต้องการอีกครั้ง



เพียงเท่านี้ก็สามารถนำภาพที่บันทึกไปใช้ในเว็บเพจได้ ซึ่งจะได้ขนาดภาพตามที่ปรับ พร้อมภาพที่ตกแต่งให้สวยงามได้ง่ายๆ ด้วยโปรแกรม PhotoScape

- กระตุ้นความรู้สึกให้อยากซื้อสินค้าและบริการ โดยอาจจะแจ้งรายการโปรโมชั่นพิเศษต่างๆ ในช่วงเวลาดังกล่าว
- สร้างการติดต่อ และปิดการขาย โดยมีข้อมูลการติดต่อเพื่อสั่งซื้อ หรือมีปุ่มสั่งซื้อ หากลูกค้าสนใจก็สามารถคลิกสั่งซื้อ หรือต้องการติดต่อสอบถามก็สามารถติดต่อตามรายการที่แจ้งไว้ได้ และควรย้ำให้ลูกค้าอ่านเงื่อนไขก่อนการสั่งซื้อให้ละเอียด เพื่อป้องกันปัญหาหลังจากการสั่งซื้อสินค้าแล้ว

7. เจื่อนไข่อื่นๆ เช่น การรับประกัน การคืนสินค้า ค่าขนส่งสินค้า ภาษี หรืออื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ควรระบุให้ชัดเจน และตรงกับความ เป็นจริง จะทำลูกค้าจะอุ่นใจมากขึ้น และนำมาประกอบการตัดสินใจในการสั่งซื้อสินค้าได้



ออกแบบหน้าเว็บอย่างไรให้ดูดี

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

1. **ออกแบบให้เรียบง่าย และเป็นระเบียบ** เว็บไซต์ที่เรียบง่ายและดูดี จะสร้างความน่าสนใจและน่าเชื่อถือ การวางตำแหน่งของเนื้อหาต่างๆ อย่างมีระเบียบ จะช่วยให้ผู้ชมหาข้อมูลได้ง่ายและรวดเร็ว
2. **จัดสัดส่วนระหว่างข้อความและภาพกราฟิกให้พอดี** เว็บไซต์ที่มีข้อความมากๆ ผู้ชมจะรู้สึกกลัวและเบื่อหน่าย ทำให้เนื้อหาของเว็บเพจดูหนักและขาดความดึงดูดใจ และตรงกันข้ามหากมีแต่รูปภาพก็จะทำให้ผู้เข้าชมไม่รู้จะเริ่มต้นที่จุดใด ทำให้เว็บเพจขาดเนื้อหาสาระ แนวทางที่ถูกต้องคือการจัดสัดส่วนระหว่างข้อความและภาพกราฟิกให้เหมาะสม
3. **ให้ความสำคัญกับส่วนบนของเว็บเพจ** ส่วนสำคัญที่สุดของเว็บเพจ คือ ด้านบนสุดของหน้า ผู้ชมจะสัมผัสได้ทันทีเมื่อเปิดเข้ามาที่หน้านั้น ส่วนใหญ่นิยมจัดวางองค์ประกอบเป็นรูปแบบคล้ายๆ กัน ดังนี้
 - ▶ ชื่อโลโก้ของเว็บไซต์ ระบบเมนูเกชั่น หรือปุ่มที่เชื่อมโยงไปยังหน้าเว็บเพจต่างๆ เครื่องมือเสริมสำหรับค้นหาข้อมูลในเว็บไซต์ และลิงค์สำคัญ
 - ▶ ป้ายแบนเนอร์โฆษณา หรือข้อความที่สำคัญ

4. **สร้างระดับความสำคัญของเนื้อหา** จะช่วยเน้นให้ผู้ชมเห็นว่าส่วนไหนสำคัญมาก หรือสำคัญน้อย ซึ่งผู้ชมจะรับรู้ได้ด้วยสายตาอย่างรวดเร็ว เช่น ข้อความขนาดใหญ่แสดงว่าสำคัญกว่าข้อความขนาดเล็ก เป็นต้น ลักษณะองค์ประกอบต่างๆ ที่ต้องคำนึงถึงมีดังนี้

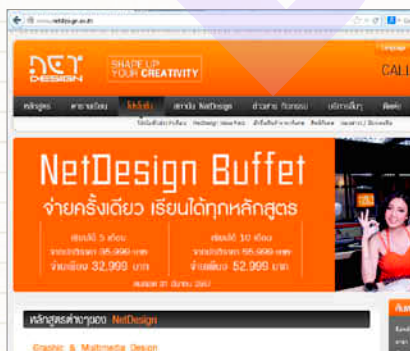
- ▶ ตำแหน่งและลำดับ สี ขนาด ขององค์ประกอบในเว็บเพจ
- ▶ ภาพกราฟิกที่ดึงดูดความสนใจ ใช้ภาพเคลื่อนไหว หรือข้อความเคลื่อนไหว เพื่อเน้นเฉพาะจุด
- ▶ ใช้บุลเล็ตแสดงรายการที่เป็นหัวข้อย่อยๆ เพื่อแยกให้เห็นเด่นชัด

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



ตัวอย่างการเลือกใช้สีแบบต่างๆ

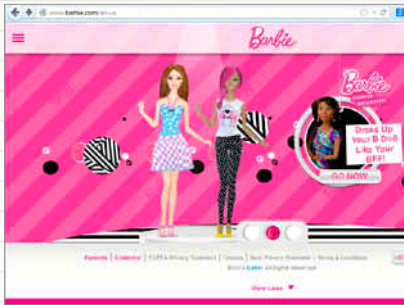
- **สีส้ม** ให้ความรู้สึกอบอุ่น สดใส มีสติปัญญา ทะเยอทะยาน



- **สีแดง** ให้ความรู้สึกเร้าใจ ตื่นเต้น ทำหาย ตื่นตัว



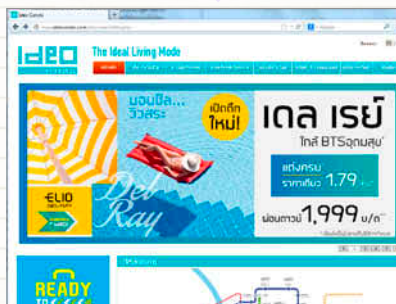
- สีชมพู ให้ความรู้สึกรอบอุ่น อ่อนโยน นุ่มนวล อ่อนหวาน ความรัก
- สีเหลือง ให้ความรู้สึกรักแจ่มใส สดใส อ่อน ร่าเริง



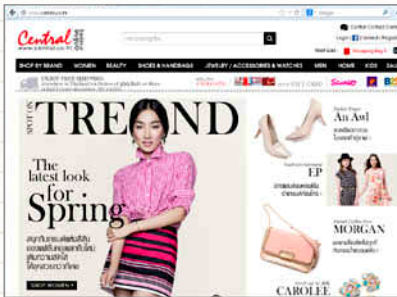
- สีเขียว ให้ความรู้สึกร่มเย็น ผ่อนคลาย สบายตา ปลอดภัย
- สีน้ำเงิน ให้ความรู้สึกรักสุขุม เยือกเย็น หนักแน่น น่าเชื่อถือ



- สีฟ้า ให้ความรู้สึกรักสงบ เยือกเย็น อิศระ สบาย ปลอดภัย
- สีม่วง ให้ความรู้สึกรักน่าติดตาม เร้นลับ น่าค้นหา มีเสน่ห์



- สีขาว ให้ความรู้สึกบริสุทธิ์ สะอาด สดใส เบาบาง อ่อนโยน



- สีทอง ให้ความรู้สึกความหรูหรา มีราคา สง่างาม



6. ออกแบบขนาดของเว็บเพจให้พอดีกับหน้าจอ การออกแบบเว็บไซต์ที่ดีนั้นจะต้องคำนึงถึงกลุ่มผู้ชมเป้าหมายส่วนใหญ่ด้วยว่าเขาใช้จอภาพที่มีความละเอียดเท่าใด ซึ่งปัจจุบันมีผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตทั้งบนเครื่องคอมพิวเตอร์ สมาร์ทโฟน และอุปกรณ์พกพาต่างๆ ด้วย ซึ่งก็ควรพัฒนาให้รองรับกับลักษณะการใช้งานของผู้ใช้เพื่อให้สามารถเข้าถึงผู้ใช้ได้มากที่สุด

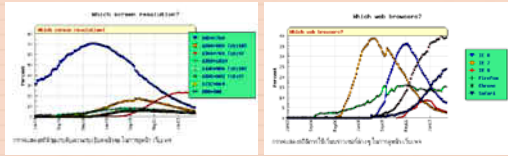


องค์ประกอบของเว็บไซต์ที่ดี

1. ความสามารถในการเข้าถึงเว็บไซต์
 - ▶ รองรับการแสดงผลกับหน้าจอที่มีความละเอียดต่างกันได้หลายขนาด
 - ▶ สามารถแสดงผลได้หลายเบราว์เซอร์

NOTE

สามารถดูสถิติการใช้งาน
เว็บของคนไทยว่าใช้เครื่องความ
ละเอียดหน้าจอเท่าไร และดู
สถิติเว็บเบราว์เซอร์ที่นิยมใช้ได้
ที่ [http://truehits.net/graph/
graph_stat.php#RES](http://truehits.net/graph/graph_stat.php#RES)



▲ ตัวอย่างการแสดงผลสถิติการใช้งาน

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

2. ความเร็วในการเข้าถึงเว็บไซต์

- ▶ ออกแบบเว็บโดยใช้หลักการเขียน HTML ที่สามารถแสดงส่วนบนของหน้าเว็บโดยไม่ต้องรอให้หน้าเว็บโหลดหมดก่อน
- ▶ ขนาดไฟล์รูปภาพไม่ใหญ่จนเกินไป ปรับขนาดรูปให้เหมาะสมกับการแสดงผลบนหน้าเว็บไซต์
- ▶ 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

เพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับเว็บไซต์

นอกจากการออกแบบเว็บไซต์ให้ออกมาดูดี สวยงาม ไม่ว่าจะเป็นการเลือกใช้สี การจัดวางเมนูต่างๆ ให้ใช้งานได้ง่าย เนื้อหาที่เหมาะสมแล้ว ยังมีปัจจัยที่สามารถสร้างความน่าเชื่อถือให้กับเว็บไซต์ได้อีกดังนี้



1. มีชื่อโดเมนเป็นของตัวเอง จะน่าเชื่อถือกว่าการใช้โดเมนเนมที่ติดอยู่กับเว็บไซต์ฟรีต่างๆ
2. หลีกเลี่ยงการใช้เว็บไซต์ตั้งฟรี เพราะส่วนใหญ่ผู้ให้บริการเหล่านี้มักจะมี การนำโฆษณาสินค้าต่างๆ ที่ไม่ใช่ของร้านเราไปแสดงในหน้าเว็บ ซึ่งอาจ ทำให้เว็บดูไม่น่าเชื่อถือได้
3. ขอใช้เครื่องหมายรับรองความน่าเชื่อถือในการ ประกอบธุรกิจ กับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวง พาณิชย์ โดยจะได้เครื่องหมายรับรองความน่าเชื่อถือ ในการประกอบธุรกิจ เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจได้ว่าเว็บไซต์ ของเรามีตัวตน สามารถตรวจสอบได้ (ดูรายละเอียด เพิ่มเติมได้ในภาคผนวก ก)



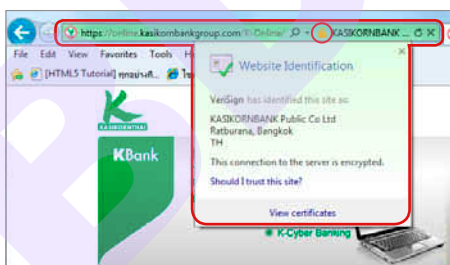
4. กำหนดนโยบายการดำเนินการซื้อขายให้ชัดเจน เมื่อลูกค้าเข้ามายังร้านค้าแล้ว สิ่งที่จะช่วยสร้างความเชื่อมั่นก็คือการกำหนดนโยบายการดำเนินการซื้อขายให้ชัดเจน หากเกิดปัญหาในการซื้อขายขึ้น ก็จะช่วยแก้ปัญหาได้ง่าย เพราะต้องเป็นไปตามที่กำหนดไว้ ซึ่งควรจะมีรายละเอียดดังนี้
 - ▶ **กฎระเบียบและเงื่อนไขการใช้บริการต่างๆ** เช่น ลิขสิทธิ์ การจำกัดพื้นที่ ข้อมูลและการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล การให้ข้อมูลและการใช้ภาษา การสงวนสิทธิ์ในการยกเลิกหรือปฏิเสธรายการที่เกิดข้อผิดพลาด
 - ▶ **การรับประกันสินค้า** กรณีสินค้ามีปัญหา ผู้ซื้อสามารถติดต่อศูนย์บริการของผู้ผลิตนั้นๆ ได้โดยตรงหรือติดต่อใครก็ได้บ้าง
 - ▶ **การรักษาข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า** ข้อมูลลูกค้าทุกคนจะต้องถูกปิดเป็นความลับ และไม่ให้คนอื่นสามารถเข้าถึงข้อมูลดังกล่าวได้
 - ▶ **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 ควรมีอัปเดตสินค้ามาใหม่ จำนวนสินค้าที่มีอยู่จริงพร้อมส่ง สินค้าที่ขายหมดแล้ว หรืออาจอัปเดตข้อมูลข่าวสารของทางร้าน กิจกรรม และโปรโมชั่นต่างๆ เป็นต้น เพื่อเป็นการยืนยันว่าเว็บไซต์ของคุณมีคนดูแลอยู่ และมีตัวตนแน่นอน
6. การอ้างอิงถึงผู้ที่เคยใช้สินค้าและบริการไปแล้ว อาจจะอ้างอิงลูกค้าที่เคยใช้สินค้ามาแล้วเข้ามาวิวาทสินค้าว่าเป็นอย่างไรบ้าง ซึ่งจะช่วยสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้ารายอื่นๆ ได้ และรูปแบบของการอ้างอิงลูกค้านั้น ควรจะเลือกเอาคำพูดหรือประโยค ที่ลูกค้าพูดถึงในมุมที่ดี และควรขออนุญาตอ้างอิงชื่อ-นามสกุล ของลูกค้าด้วย ถ้าหากเป็นคนดังหรือดาราที่มีคนรู้จักเยอะๆ ก็จะช่วยสร้างความมั่นใจให้กับผู้ที่มาอ่านได้เพิ่มขึ้นอีกด้วย

รักษาความปลอดภัยให้กับเว็บไซต์ด้วย SSL (Secure Sockets Layer)



หากเว็บไซต์ของคุณต้องได้รับ-ส่งข้อมูลสำคัญๆ เช่น ชื่อผู้ใช้ รหัสผ่าน ฯลฯ กับผู้ที่เข้ามาใช้บริการ อยู่เป็นประจำ โดยที่ไม่มีระบบป้องกันและรักษาความปลอดภัยให้กับข้อมูลเลย อาจจะถูกดักฟัง หรือขโมยข้อมูลที่รับส่งกันนั้นโดยผู้ไม่หวังดีได้ ดังนั้นจึงควรมีการติดตั้งระบบรักษาความปลอดภัยให้กับเว็บไซต์ที่เรียกว่าระบบ **SSL (Secure Sockets Layer)** ซึ่งจะใช้การเข้ารหัสในการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลที่รับส่ง ผู้ที่ดักอ่านข้อมูลไปก็ไม่สามารถถอดรหัสเพื่อนำไปใช้ได้

สำหรับเว็บไซต์ที่มีการติดตั้งระบบ SSL สังเกตได้จากชื่อโปรโตคอลที่เรียกใช้จะเปลี่ยนจาก **http://** เป็น **https://** และจะมีรูปแม่กุญแจแสดงอยู่ในช่อง Address ของบราวเซอร์ที่ใช้งาน ซึ่งเมื่อเข้าไปที่เว็บเหล่านี้ คุณจะสามารคลิกที่รูปกุญแจเพื่อเรียกดูใบรับรองอิเล็กทรอนิกส์ (Digital Certificate) หรือ SSL Certificate ที่ยืนยันว่าเว็บดังกล่าวเป็นเว็บไซต์ตัวจริงตามที่อ้างและมีความปลอดภัยเชื่อถือได้ (แต่ละเว็บเบราว์เซอร์จะแสดงตำแหน่งของรูปกุญแจไม่เหมือนกัน เช่น IE และ Chrome จะอยู่ด้านหน้าชื่อเว็บ ส่วน Firefox และ Safari จะอยู่ด้านหลังชื่อเว็บ เป็นต้น) ซึ่งใบรับรองนี้จะออกโดยหน่วยงาน หรือองค์กรอิสระที่เชื่อถือได้ ซึ่งให้บริการด้านนี้โดยเฉพาะอีกทีหนึ่ง



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



 **https://**



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) แต่มีข้อจำกัดคือ จะต้องเรียกใช้ผ่านชื่อโดเมนเนมของผู้ให้บริการโฮสติ้งเท่านั้น เช่น <https://ชื่อโดเมนเนมของเว็บไซต์/เว็บของฉัน> ไม่สามารถเรียกผ่านชื่อโดเมนเนมหรือชื่อเว็บของตัวเองได้
- ★ **Self-signed Certificate** คือการติดตั้ง SSL โดยไม่ได้ซื้อ SSL Certificate คือผู้ดูแลเว็บไซต์จะสร้าง Certificate File ขึ้นมาเอง โดยไม่ผ่านการรับรองของ CA ซึ่งเมื่อเรียกเข้าสู่เว็บไซต์ เว็บเบราว์เซอร์จะแสดงข้อความเตือนขึ้นมาให้ผู้เข้าเว็บไซต์คลิกยืนยันตอบรับ Certificate ดังกล่าวก่อนเข้าสู่เว็บไซต์นั้นๆ ซึ่งก็ต้องขึ้นกับว่าผู้ที่จะเชื่อใจเว็บของคุณแค่ไหน แต่ไม่แนะนำวิธีนี้เพราะนอกจากลูกค้าจะไม่มั่นใจแล้ว ยังเกิดความรำคาญจากการที่ต้องคลิกยอมรับ Certificate ที่คุณตั้งเองทุกครั้งด้วย

Heartbleed และช่องโหว่อื่นๆ : มี SSL แล้วก็ใช่ว่าจะปลอดภัยเสมอ



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

กรณีนี้เป็นครั้งใหญ่สุดที่เกิดช่องโหว่ในระบบรักษาความปลอดภัยของคอมพิวเตอร์ขึ้น แต่ไม่ใช่ครั้งแรก และคงจะไม่ใช่ครั้งสุดท้ายด้วย แต่ถึงอย่างไร การใช้ระบบแล้วยังอาจเกิดช่องโหว่ได้ ก็นับว่าปลอดภัยกว่าการไม่มีระบบป้องกันใดๆ เลย เพียงแต่ทั้งเจ้าของเว็บและผู้ใช้ต้องตระหนักว่า ถึงแม้จะมีมาตรการป้องกันแล้ว ก็ยังควรใช้สามัญสำนึกและความระมัดระวังในการใช้บริการหรือทำธุรกรรมออนไลน์ เช่นเดียวกับที่พึงทำในกรณีออฟไลน์ อะไรที่น่าสงสัยหรือดูไม่น่าเชื่อถือก็ต้องตรวจสอบให้รอบคอบ เพื่อให้ทั้งผู้ซื้อและผู้ขายสามารถดำเนินกิจการต่อเนื่องไปได้อย่างราบรื่น ไม่ถูกฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งฉ้อฉลหรือเอาเปรียบกัน

นอกจากนี้ยังมีข้อแนะนำสำหรับทุกฝ่ายที่เข้าใช้ระบบคอมพิวเตอร์ ซึ่งต้องอาศัยการกรอกชื่อผู้ใช้และ password เพื่อยืนยันว่าเป็นตัวจริง ให้ดูแลพาสเวิร์ดของตนเองให้ดี สรุปสั้นๆ ได้ดังนี้

- **ตั้งพาสเวิร์ดเว็บไซต์สำคัญๆ** 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 คือต้องใช้พาสเวิร์ดเดิมรวมกับการขอพาสเวิร์ดเฉพาะกิจทาง SMS มาที่โทรศัพท์ของเรา เช่นกรณีเข้าใช้จากเครื่องใหม่ ที่ไม่เคยใช้มาก่อน หรือจากสถานที่ (เมืองหรือประเทศ) ที่ผิดไปจากปกติ



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



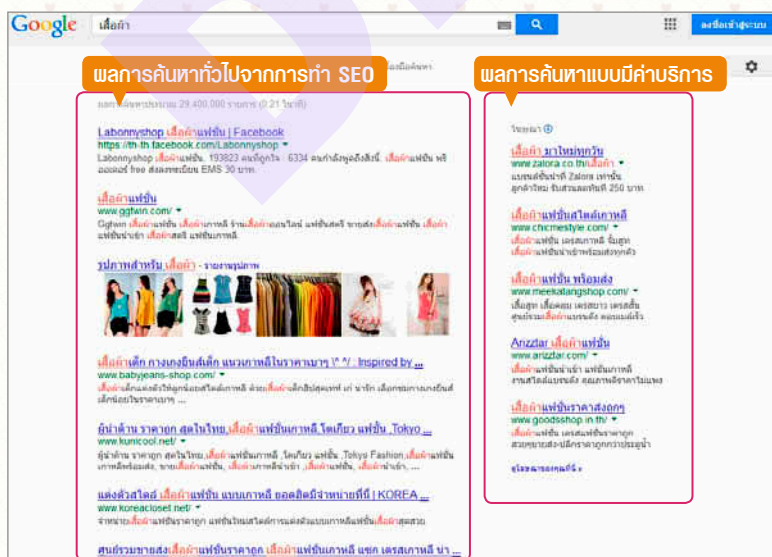
04

ไปรโมทอย่างไรให้ดัง

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 ของการค้นหา นั่นเอง โดยวิธีการที่ลูกค้าจะเข้ามายังเว็บไซต์ต่างๆ ได้นั้น มีอยู่ 3 วิธี คือ

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



เตรียมความพร้อมก่อนทำ SEO

สำหรับผู้ที่ยังไม่มีเว็บไซต์ หรือผู้ที่กำลังจะเริ่มต้นทำเว็บไซต์สักเว็บหนึ่ง ควรต้องคำนึงและพิจารณาปัจจัยที่จะมีผลต่อการทำ SEO ในอนาคต ดังต่อไปนี้

1. **การตั้งชื่อโดเมน (Domain Name)** นั้นมีผลกับการทำ SEO เพราะการที่ลูกค้าจะค้นพบเว็บไซต์ของเราได้อย่างง่ายดายนั้น ควรจะมีชื่อที่จดจำได้ง่าย ตรงกับ Keywords ของสินค้าหรือบริการภายในเว็บไซต์
2. **การเลือกโฮสต์ (Host)** ที่อยู่กับเว็บไซต์ของเรา เป็นเรื่องที่สำคัญเช่นกัน โดยต้องดูที่ตั้งของโฮสต์ว่าอยู่ที่ไหน สามารถเข้าถึงโดยกลุ่มผู้ใช้ที่เป็นเป้าหมายได้เร็วเพียงพอหรือไม่ (เช่น เป็นลูกค้าคนไทยก็ควรตั้งโฮสต์ในเมืองไทย จะได้เข้าได้เร็ว) มีเสถียรภาพมากน้อยเพียงใด หรือลំป่อยไหม ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยที่จะมีผลต่อการเข้าใช้งานในเว็บไซต์
3. **กำหนดโครงสร้างของเว็บไซต์และเครื่องมือที่จะสร้างเว็บไซต์** ที่จะทำให้เว็บติดอันดับได้ง่าย โดยกำหนด Sitemap ก่อนทำเว็บไซต์ ให้ชัดเจนว่าแต่ละหน้าในเว็บไซต์จะเชื่อมโยงกันได้อย่างไร เพื่อให้ผู้ที่เข้ามาเยี่ยมชมไม่รู้สึกลำบากในการเข้าไปสู่หน้าต่างๆ ภายในเว็บไซต์ (ตัวช่วยสร้าง Sitemap www.xml-sitemap.com) และเครื่องมือที่ใช้สร้างเว็บไซต์ เช่น WordPress ก็มักมีช่องให้ใส่ข้อมูลประกอบอื่นๆ (ซึ่งผู้ใช้อาจไม่เห็น แต่ Search Engine จะเข้ามาอ่าน) ที่จะช่วยให้ได้คะแนนดีในผลการค้นหา จึงควรศึกษาให้ละเอียด และกรอกให้ครบถ้วน
4. **คุณภาพเว็บไซต์และการมีเนื้อหาที่ดี** เป็นอีกสิ่งที่จะช่วยให้คนเยี่ยมชมและอยู่กับเราได้นานๆ รวมถึงการทำ “สิ่งแตกต่าง” ให้เกิดขึ้นภายในเว็บไซต์อีกด้วย
5. **ตรวจสอบลิงค์ทั้งหมดภายในเว็บ** เพราะหากลิงค์เสีย Search Engine จะมองว่าเว็บไม่มีคุณภาพ (ตรวจสอบลิงค์เสีย www.websitegoodies.com/tools/linkcheck.php)

รูปแบบการโปรโมท

เมื่อเว็บพร้อมใช้งานแล้วเราก็เริ่มวางแผนเตรียมการโปรโมทได้เลย โดยการโปรโมทมีทั้งแบบฟรีและแบบเสียค่าใช้จ่ายในการโปรโมท

โปรโมทฟรี

- แลกลิงค์กับเว็บไซต์อื่นๆ เพิ่มโอกาสให้คนรู้จักเว็บเรามากขึ้น
- แจ้งที่อยู่เว็บไซต์ไปยังสารบัญเว็บไซต์ (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 โดยมีส่วนสำคัญที่ควรทราบและปฏิบัติตามดังนี้

NOTE

HTML (Hypertext Markup Language) เป็นภาษาที่ใช้แสดงผลเอกสารของหน้าเว็บเพจไปยังเว็บเบราว์เซอร์ต่างๆ ไม่ว่าจะเขียนด้วยภาษาหรือเครื่องมือสร้างเว็บใดก็ตาม หน้าเว็บจะแสดงผลด้วยภาษา HTML เป็นหลัก

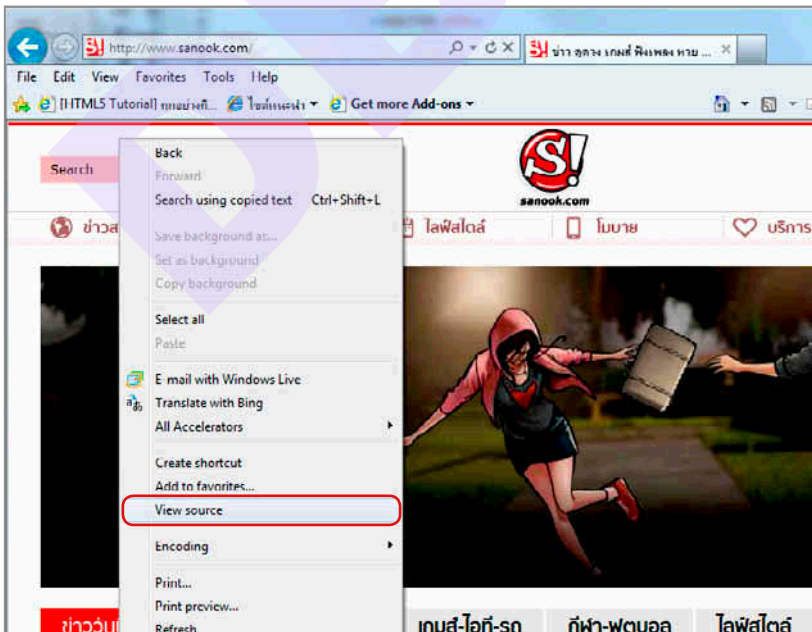
เนื้อหาภายในเว็บ

ในแต่ละหน้าเว็บเพจควรมี Keywords หรือคำค้นหอยู่ในหน้าเว็บด้วย ในปริมาณที่พอดีไม่มากเกินไป ที่สำคัญควรมีเนื้อหาที่เป็นจริง เป็นเรื่องราว ที่อธิบายได้ว่าเว็บเพจนี้บอกเกี่ยวกับเรื่องอะไร และต้องการจะสื่ออะไรกับผู้อ่าน เยี่ยมชมบ้าง อีกอย่างที่ว่าเว็บด้านบนควรจะบอกด้วยว่า เราทำธุรกิจเกี่ยวกับอะไร เพื่อให้ตรงกับ Keywords หรือคำค้นหานั้นเอง

โค้ด HTML

บางท่านอาจจะไม่เคยรู้ว่าโค้ด HTML หน้าตาเป็นอย่างไร และจะไปแก้ไขยังไง วิธีง่ายๆ คือ ถ้าใช้บราวเซอร์ Firefox หรือ Chrome ให้คลิกขวาบนหน้าเว็บร้านค้าของตน หรือเว็บที่จะเข้าไปทำการโปรโมท แล้วเลือก **View Page Source** ถ้าเป็น IE หรือ Safari เลือก **View Source** ก็จะแสดงหน้าต่างโค้ด HTML ขึ้นมา

ตัวอย่างดูโค้ด HTML ของเว็บ sanook.com



```
http://www.sanook.com/ - Original Source
File Edit Format
1
2      <!DOCTYPE html>
3  <html>
4  <head>
5    <meta charset="utf-8">
6    <meta name="viewport" content="width=1020">
7    <meta http-equiv="X-UA-Compatible" content="IE=EmulateIE8" />
8    <meta http-equiv="X-UA-Compatible" content="IE=EmulateIE9" />
9    <title>ข่าว สุนัข เก่งรอบ หมา ซื้อมือ : sanook.com</title>
10   <meta name="Description" content="เว็บไซต์สุนัข 1 ของเมืองไทยรวม ข่าว สุนัขโลกกับแม่พันธุ์หมา สุนัข สุนัข เก่งรอบ หมาเพื่อน แพร่ ขาว นานา
    ซื้อมือ วิเศษเหนือ และรวมข่าวน้องๆ ไว้ที่นี่ ยินดีต้อนรับ"/>
11   <meta name="Keywords" content="ภักดิ์, แม่, ลูก, หมา, สุนัขโลกกับแม่พันธุ์, เก่งรอบ, บาเพี้ยน, แพร่, ขาว, นานา, ซื้อมือ, สัตว์ญี่ปุ่น,
    ไวรัส, พิการ, หมัน, คลังชีวิต, เกด, คู่ของพ่อและ, หมา, บ้าน, ตา, หุ่นรถ, วิเศษเหนือ, สุขุม, ลุงตาชั่ง"/>
12   <meta name="google-site-verification" content="mdukslvalnd-kvz0tSLnUpI_029kxz7ra3i8o5d72Sa" />
13   <meta name="author" content="Sanook Online Ltd., Thailand" />
14   <meta name="robots" content="index,follow" />
15   <meta property="og:title" content="ข่าว สุนัข เก่งรอบ หมา ซื้อมือ : Sanook.com" />
16   <meta property="og:description" content="เว็บไซต์สุนัข 1 ของเมืองไทยรวม ข่าว สุนัขโลกกับแม่พันธุ์หมา สุนัข สุนัข เก่งรอบ หมาเพื่อน แพร่
```

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 เท่านั้น สำหรับแท็ก <meta> นั้น จะใส่ไว้ในแท็ก <head>..*<meta>..*</head>**

ยกตัวอย่างการใช้แท็ก <meta> ของหน้าเว็บ sanook.com ดังนี้

```

1      <!DOCTYPE HTML>
2
3      <html>
4      <head>
5      <meta charset="utf-8">
6      <meta name="viewport" content="width=device-width">
7      <meta http-equiv="X-UA-Compatible" content="IE=EmulateIE8" />
8      <meta http-equiv="X-UA-Compatible" content="IE=EmulateIE9" />
9      <title>ข่าว ดูดวง เกมส์ ฟังเพลง วิทยุ ซีนีบี : Sanook.com</title>
10
11     <meta name="Description" content="เว็บไซต์อันดับ 1 ของเมืองไทยรวม เกมส์ คลากกินแม่รู้บาล ดูดวง ดูหนัง ฟังเพลง หาเพื่อน แปะ ข่าว ข่าวสาร
12     ซีนีบี วิทยุออนไลน์ และรวมความบันเทิง ไว้ที่นี่ อีกมากมาย"/>
13     <meta name="Keywords" content="เกมส์, เกม, ดูดวง, วิทยุ, คลากกินแม่รู้บาล, ฟังเพลง, หาเพื่อน, แปะ, ข่าว, ข่าวสาร, ซีนีบี, อีเอ็ม,
14     วาไรตี้, นักร้อง, คลิปวิดีโอ, เพลง, ดูหนังออนไลน์, นวนิยาย, นวนิยาย, ลาก, ฟังเพลง, วิทยุออนไลน์, ดูหนัง, ลากละคร" />
15     <meta name="author" content="Sanook (Online Ltd., Thailand)" />
16     <meta name="robots" content="index,follow" />
17     <meta property="og:title" content="ข่าว ดูดวง เกมส์ ฟังเพลง วิทยุ ซีนีบี : Sanook.com" />
  
```

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

เป็นส่วนที่อธิบายถึงเนื้อหาภายในเว็บเพจทั้งหมดว่าเกี่ยวกับเรื่องอะไร อย่างไรบ้าง เพื่อให้ Search Engine รู้ว่าเว็บเพจนี้คืออะไร ไว้ทำอะไร

<meta name="Keywords" content="คำค้นหายภายในเว็บ">

ส่วนที่เราต้องการให้คนค้นหาแล้วเจอเว็บไซต์ของเรา อย่างในเว็บ sanook จะเห็นได้ว่า Keywords ที่เขาต้องการนั่นคือคำว่า เกมส์ ดูดวง วิทยุ ฟังเพลง ซึ่งเป็นคำที่มีผลการค้นหาเยอะมากเลยทีเดียว

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

เป็นส่วนที่อธิบายถึงผู้เขียน หรือผู้เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ในเว็บไซต์นี้

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

เป็นส่วนที่สั่งให้ Search Engine สามารถเข้าไปเก็บข้อมูลทุกๆ หน้าของเว็บไซต์ทั้งหมด

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



4. ใส่หัวเรื่องภายในหน้าเว็บ <H1> - <H6> เพื่อลำดับความสำคัญของเนื้อหาในเว็บ เนื่องจาก Search Engine จะอ่านข้อมูลจากบนลงล่าง ซ้ายไปขวาดังนั้นเราสามารถแทรก Keywords ลงไปในส่วนหัวเรื่อง หรือ Heading ภายในหน้านั้นๆ โดยแต่ละหน้าก็ควรจะมี Heading 1, Heading 2,... เรียงตามลำดับความสำคัญของเนื้อเรื่อง ซึ่ง Search Engine ก็ให้ความสำคัญของ Keywords ที่อยู่ในส่วนหัวเรื่องภายในหน้านั้นๆ 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 นอกจากนี้หากเว็บของเรามีเนื้อหาที่ดี น่าสนใจ มีเว็บไซต์ต่างๆ พูดถึงแล้วอ้างอิงลิงค์กลับมายังเว็บของเราก็นับเป็นอีกตัวช่วยที่จะให้ Search Engine รู้จักเว็บของเราได้



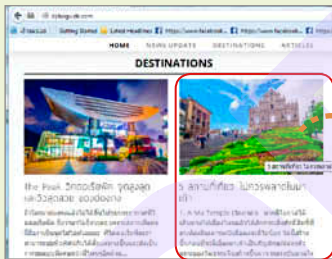
ส่งลิงค์ให้สารบัญเว็บไซต์ต่างๆ

ซึ่งเว็บที่ให้บริการเหล่านี้จะเป็นเหมือนสมุดหน้าเหลือง ที่ผู้ใช้สามารถค้นหาและคลิกเข้ามายังเว็บของเราได้ เว็บดังๆ เช่น sanook.com, kapook.com เป็นต้น



สร้างลิงค์ภายในเว็บเพจ

ในกรณีที่มีเนื้อหาต่อเนื่องกัน หรือคล้ายกัน ควรสร้างลิงค์เชื่อมโยงไปยังเนื้อหาในหน้าเว็บอื่นๆ เพื่อให้สะดวกในการเข้าไปดูข้อมูลต่างๆ ภายในเว็บ และจะมีผลต่อการค้นหาข้อมูลของ Search Engine ด้วยเช่นกัน



สร้างลิงค์จากสื่อ Social Media ต่างๆ

เชื่อมโยงเข้ามายังเว็บไซต์ เช่น อาจจะสร้างหน้าเพจของ Facebook สำหรับติดต่อและโปรโมทเว็บไซต์ โดยใส่ลิงค์เชื่อมโยงเนื้อหาเข้ามาในเว็บไซต์ด้วย

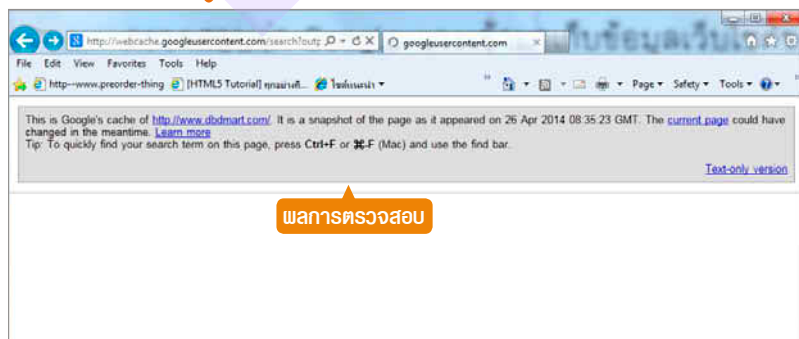
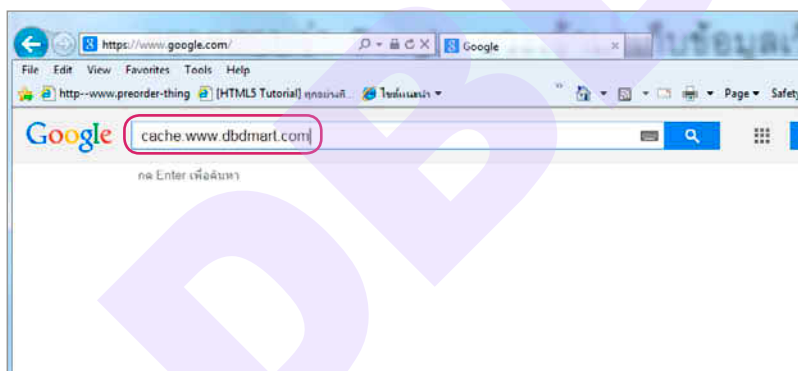


นี่เป็นเพียงหลักการทำ SEO แบบคร่าวๆ เพื่อให้ Search Engine รู้จักเว็บของเรา ซึ่งยังมีอีกหลายวิธีในการโปรโมทเว็บ แต่ไม่ว่าจะใช้วิธีใดก็ตามเว็บที่ดีก็ควรจะมีเนื้อหาที่ดี มีคุณภาพ และตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่จะเข้ามาเยี่ยมชมภายในเว็บของเราด้วย

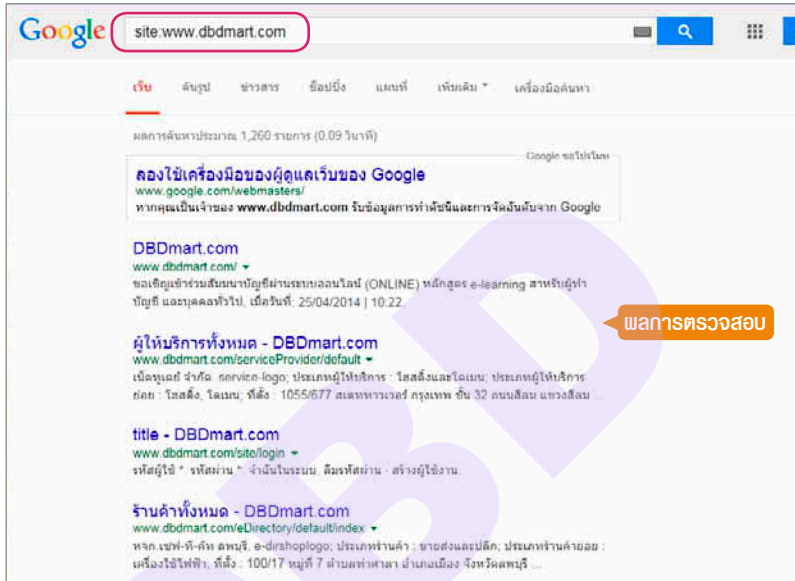
ตรวจสอบสถานะของเว็บไซต์

เมื่อเว็บไซต์พร้อมใช้งานแล้ว ก่อนเริ่มโปรโมทเราควรมีการตรวจสอบสถานะของเว็บไซต์ ดังนี้

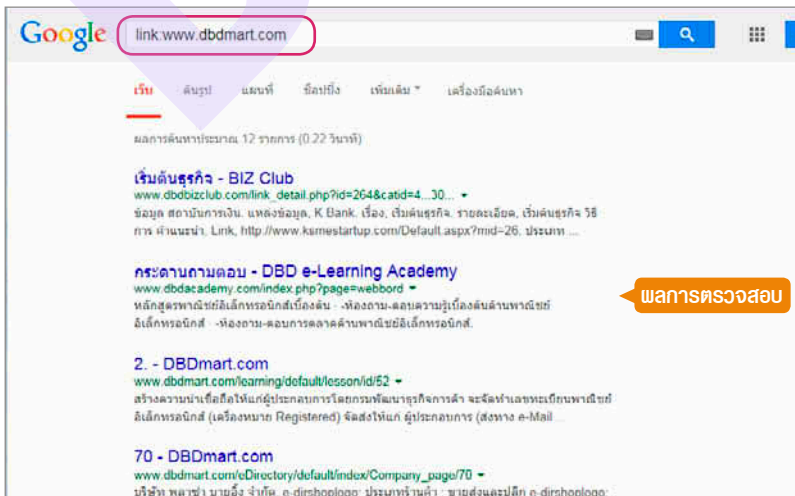
1. ตรวจสอบว่าเว็บไซต์เรามีการทำงานร่วมกับ Google ซึ่งเป็น Search Engine ที่ได้รับความนิยมสูงสุดก่อนว่า เว็บไซต์ของเรามีการทำงานกับ Google หรือ Google รู้จักเว็บไซต์ดีแค่ไหน โดยเข้าไปที่เว็บไซต์ www.google.com ดังนี้
 - ▶ ตรวจสอบว่า Google แวะเข้ามาเก็บข้อมูลเว็บไซต์ของเราครั้งสุดท้ายเมื่อไร โดยให้พิมพ์คำสั่งในช่องค้นหาของเว็บไซต์ www.google.com ดังนี้ **cache:www.ชื่อเว็บไซต์**



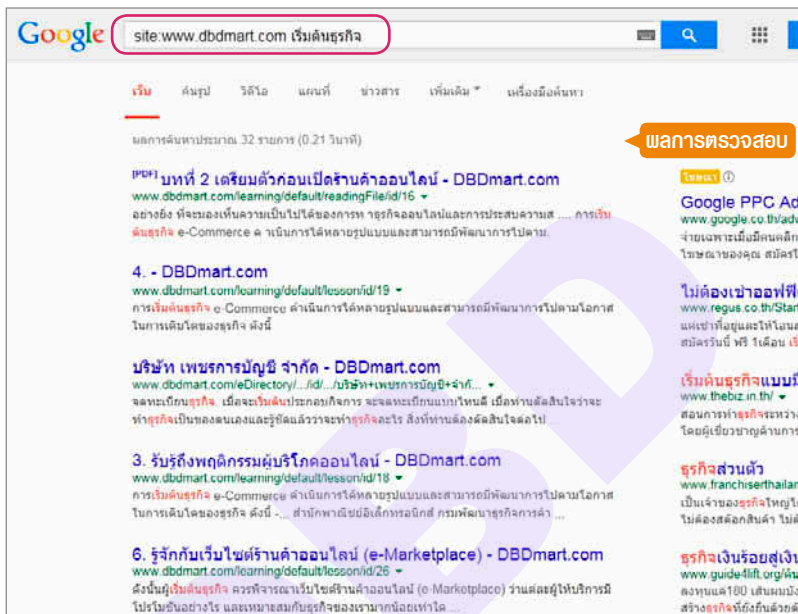
- ▶ ตรวจสอบว่า Google เก็บข้อมูลหน้าใดในเว็บไซต์ของเราเพื่อใช้สำหรับการค้นหา โดยให้พิมพ์คำสั่งในช่องค้นหาของเว็บไซต์ www.google.com ดังนี้ **site:www.ชื่อเว็บไซต์**



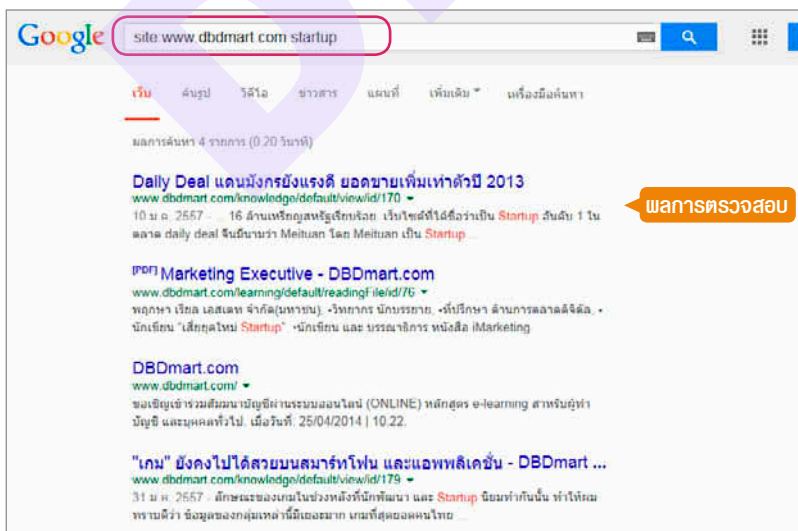
- ▶ ตรวจสอบว่ามี Link จากที่ใดวิ่งมาที่เว็บไซต์ของเราบ้าง โดยให้พิมพ์คำสั่งในช่องค้นหาของเว็บไซต์ www.google.com ดังนี้ **link:www.ชื่อเว็บไซต์**



- ▶ ตรวจสอบว่ามีหน้าใดของ google ที่มี Keywords ของเว็บไซต์เรา โดยให้พิมพ์คำสั่งในช่องค้นหาของเว็บไซต์ www.google.com ดังนี้
site:www.ชื่อเว็บไซต์ Keywords

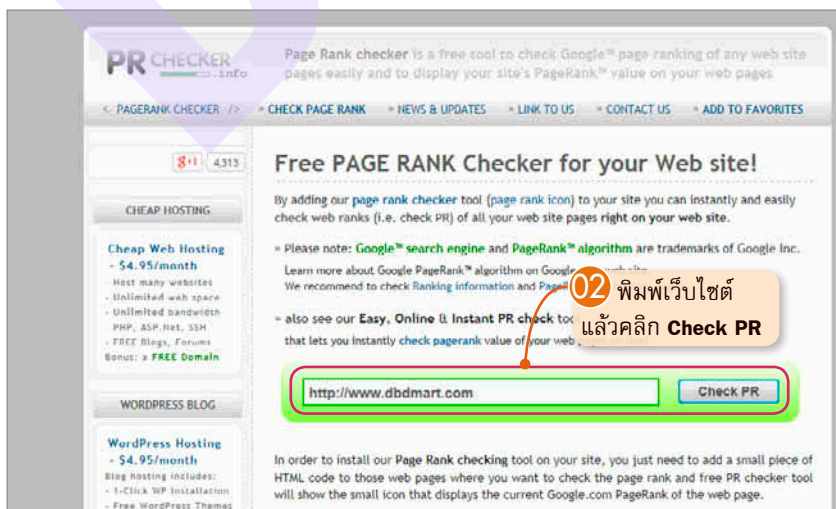
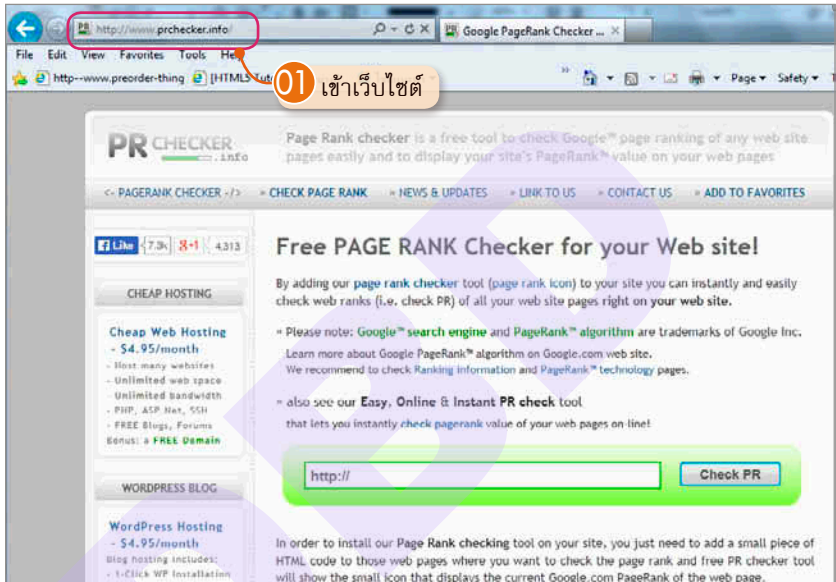


Google search results for **site:www.dbdmart.com เริ่มต้นธุรกิจ**. The search bar shows the query. The results list several articles from DBDmart.com, including topics like '2 เครื่องมือก่อนเปิดร้านค้าออนไลน์', '4 - DBDmart.com', 'บริษัท เพนการบัญชี จำกัด - DBDmart.com', '3. รับรู้ถึงพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ - DBDmart.com', and '6. รู้จักกับเว็บไซต์ร้านค้าออนไลน์ (e-Marketplace) - DBDmart.com'. A red box highlights the search bar. A red arrow points to the search results. A red box labeled 'ผลการตรวจสอบ' (Check Results) is on the right.



Google search results for **site:www.dbdmart.com startup**. The search bar shows the query. The results list several articles from DBDmart.com, including 'Daily Deal แคมเปญยังแรงดี ยอดขายเพิ่มเท่าตัวปี 2013', 'Marketing Executive - DBDmart.com', and 'DBDmart.com'. A red box highlights the search bar. A red arrow points to the search results. A red box labeled 'ผลการตรวจสอบ' (Check Results) is on the right.

- ตรวจสอบระดับคะแนนของ PageRank เว็บไซต์ของเราว่ามีคะแนนระดับใด (จากคะแนนเต็ม 10) เพื่อทราบระดับความนิยมของเว็บไซต์ที่มีผลต่อการคำนวณของ Serach Engine ในการขึ้นผลการค้นหา (ถ้าระดับคะแนนสูงจะทำให้ Google สนใจและขึ้นผลการค้นหาในอันดับต้นๆ) โดยเข้าไปที่ www.prchecker.info แล้วใส่ชื่อเว็บไซต์ จะปรากฏคะแนนดังภาพ



PR CHECKER Page Rank checker is a free service to check Google™ page rank instantly via online PR checker or by adding a PageRank checking button to your web pages

< PAGERANK CHECKER > CHECK PAGE RANK NEWS & UPDATES LINK TO US CONTACT US ADD TO FAVORITES

Like 7.3k +1 4,313

Check PAGE RANK of Web site pages Instantly

In order to check pagerank of a single web site, web page or domain name, please submit the URL of that web site, web page or domain name to the form below and click "Check PR" button.

http://www.dbdmart.com Check PR

You are about to check PageRank for the URL below:

http://www.dbdmart.com

Anti-bot: please verify you are a human - submit a code shown on the image below:

 Anti-bot code: **3b737c3** Verify Now

If you can't read the code, [click here](#)

03 พิมพ์รหัสยืนยันตามรูป แล้วคลิก **Verify Now**

< PAGERANK CHECKER > CHECK PAGE RANK NEWS & UPDATES LINK TO US CONTACT US ADD TO FAVORITES

Like 7.3k +1 4,313

Check PAGE RANK of Web site pages Instantly

In order to check pagerank of a single web site, web page or domain name, please submit the URL of that web site, web page or domain name to the form below and click "Check PR" button.

http:// Check PR

Web Page URL: **http://www.dbdmart.com**

The Page Rank:  **5/10**

(the page rank value is 5 from 10 possible points)

PageRank Buttons - Add one to your site - It's FREE!

 Smaller Button (70 x 20 px) - a nice small button

 Blog Style Button (80 x 15) - It's perfect for blogs

 Larger Button (86 x 31 px) - a standard button size

= If you'd like to place PageRank button to your web site - [Click here](#)

04 แสดงผล การตรวจสอบ

โปรโมทบน Social Media



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

ข้อดีของการโปรโมทบน Social Media

- เพิ่มช่องทางการติดต่อสื่อสารระหว่างคุณกับลูกค้า สามารถเข้าถึงลูกค้าได้อย่างใกล้ชิด
- ช่วยประชาสัมพันธ์ธุรกิจ หรือเว็บไซต์ ด้วยการบอกต่อกับคนจำนวนมากได้อย่างรวดเร็ว
- ช่วยให้เข้าถึงลูกค้าได้ตรงกลุ่มเป้าหมาย
- ประหยัดค่าใช้จ่ายในการโฆษณาได้มาก

วิธีโปรโมทบน Social Media

สำหรับการโปรโมทบน Social Media จะใช้การพูดคุย และการโพสต์ข้อมูลต่างๆ เป็นหลัก ซึ่งพอสรุปเป็นแนวทางในการโปรโมทได้ดังนี้

- เลือกโปรโมทให้ตรงกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
- เลือกช่วงเวลาในการโพสต์ หรือโปรโมท คือ ช่วงเวลาที่มีคนใช้งานมากที่สุด ส่วนใหญ่ก็จะเป็นช่วงบ่าย-เย็น ช่วงพักกลางวัน หรือวันหยุด เป็นต้น
- สร้างกิจกรรมที่น่าสนใจไปในโฆษณา เช่น มีโปรโมชั่นต่างๆ เป็นต้น
- ไม่สร้างความรำคาญ เช่น โพสต์แล้ว Tag ชื่อลูกค้าคนอื่นๆ ที่ไม่เกี่ยวข้อง
- อาจจะมีกิจกรรมสร้างปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าบ้าง เช่น โพสต์อวยพรเทศกาลต่างๆ แจกของรางวัล เป็นต้น เพื่อไม่ให้รู้สึกว่าจะขายของอย่างเดียว

โดยแท้จริงแล้วจุดประสงค์ของ Social Media มีไว้เพื่อติดต่อพูดคุยกันแบบออนไลน์กับเพื่อนๆ หรือคนรู้จัก แต่ในทางธุรกิจได้นำมาใช้เป็นช่องทางการตลาดได้เป็นอย่างดี ซึ่งเป็นโอกาสที่จะได้ลูกค้ารวมทั้งยอดขายที่เพิ่มขึ้นได้

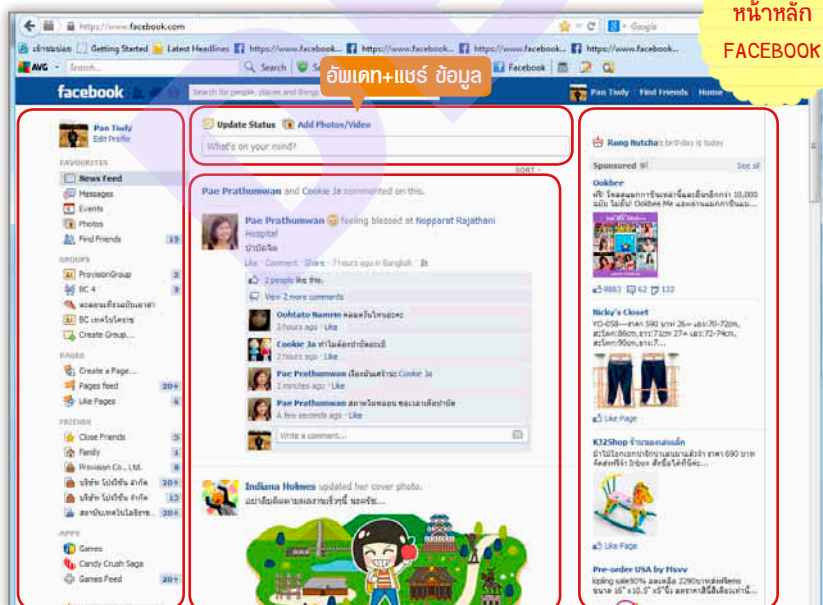
การตลาดบน Social Media

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

Facebook



Facebook เป็นอีกหนึ่งเว็บในสังคม Social Network ที่เปิดให้ทุกๆ คนได้ร่วมแบ่งปันความคิดเห็น แร่ความรู้สึก และนำเสนอไลฟ์สไตล์ของตัวเอง นับว่าเป็นสังคมที่ได้รับความนิยมเป็นจำนวนมากและเติบโตอย่างรวดเร็ว เพียงแค่โพสต์หรือแชร์ ข้อความ ภาพ วิดีโอ เพื่อนๆ ของคุณก็สามารถเห็นสิ่งที่คุณอัปเดต และเมื่อเพื่อนกด Like หรือ Share ข้อมูลของคุณก็จะถูกเผยแพร่ต่อไปยังเพื่อนของเพื่อนของคุณอีกไม่สิ้นสุด



เมนูการใช้งาน

ข้อมูลการอัปเดตทั้งหมด

แจ้งเตือนข่าวสารและโฆษณาต่างๆ



ในส่วนของภาคธุรกิจก็ได้นำ Facebook มาใช้เป็นช่องทางการตลาด หรือที่เรียกว่า Facebook Marketing เพื่อใช้เชื่อมโยงไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยวิธีการสร้างเพจ (Page) ขึ้นมาแยกต่างหากจากหน้า account หลักขององค์กร ไว้สำหรับเป็นช่องทางการตลาด ติดต่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมายโดยเฉพาะได้



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

Facebook ไม่ได้ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการขาย และประชาสัมพันธ์ ข้อมูลต่างๆ เพียงอย่างเดียว ยังนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการสร้างแบรนด์ให้เป็น ที่รู้จักได้ดียิ่งด้วย เนื่องจากวัตถุประสงค์ของผู้ใช้ Facebook นั้นมีไว้เพื่อติดต่อ พุดคุยกับเพื่อนๆ ในสังคมออนไลน์ ในทางการตลาดจึงอาศัยรูปแบบนี้ไว้สร้าง ความสัมพันธ์ การสื่อสาร พุดคุย กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อเป็นการรักษาลูกค้า ที่มีความชื่นชอบในตัวสินค้าหรือแบรนด์เอาไว้ สร้างโอกาสให้แบรนด์เป็นที่รู้จักแก่ผู้ใช้ Facebook คนอื่นๆ ต่อได้ เพราะเมื่อใดที่ลูกค้ามีการ ได้ตอบภายใน Facebook เพื่อนๆ ของเขาก็สามารถ เข้าถึงข้อมูลในหน้าเพจของ แปรนต์นั้นๆ โดยไม่ต้องเสีย เงินไปรษณีย์เลยก็ได้

จะเห็นว่าแบรนด์ ก็คือตัวตนของสินค้าหรือ บริการนั่นเอง ไม่ว่าจะเป็น เป็นการแสดงออกผ่าน กิจกรรมในรูปแบบใดก็ตาม จะเป็นการสะท้อนให้เห็นถึง ตัวตน รวมถึงความแข็งแรง ของแบรนด์นั้นได้ ซึ่งการ สร้าง Page ใน Facebook ก็จะเป็นอีกตัวช่วยหนึ่งที่จะ ทำให้แบรนด์ของคุณเป็นที่ รู้จักได้เป็นอย่างดี



▲ ตัวอย่างเพจของ Coca-Cola



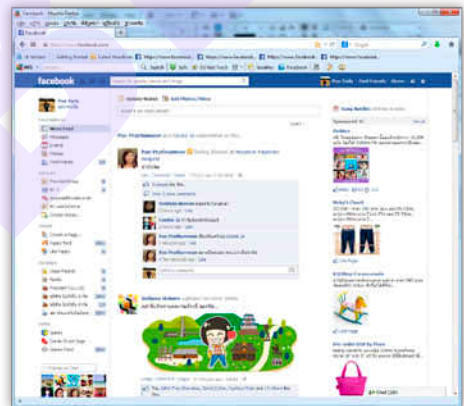
▲ ตัวอย่างเพจของ Starbucks

B R A N D

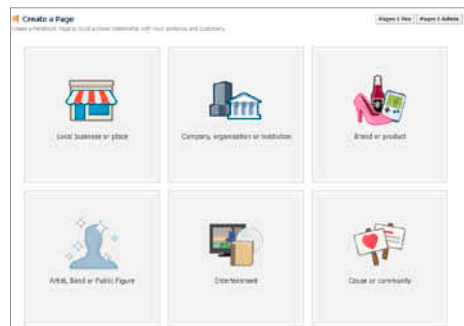
จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นว่ารูปแบบการใช้งาน Facebook ไม่ว่าจะเพื่อการติดต่อสื่อสารกับเพื่อนๆ ในสังคมออนไลน์ หรือการสร้างเพจขึ้นมาประชาสัมพันธ์ หรือทำการตลาดนั้น ก็ได้แตกต่างกันมากนัก ซึ่งจะสรุปขั้นตอนการใช้ Facebook เพื่อนำมาต่อยอดในการค้าขายออนไลน์ได้ดังนี้

1. สมัครใช้งาน Facebook ที่ www.facebook.com ด้วยอีเมล แอดเดรส เช่น Hotmail, Yahoo, Gmail หรืออื่นๆ ก็ได้ โดยทำตามขั้นตอนไปจนจบ

2. จะได้บัญชี Facebook โดยสามารถค้นหารายชื่อเพื่อนที่ใช้ Facebook หรือบุคคลที่ต้องการติดต่อแล้วส่งคำร้องขอเป็นเพื่อนเพิ่มเข้ามาได้



3. สร้างเพจเพื่อทำหน้าร้านค้า โดยเลือกรูปแบบเพจที่ต้องการสร้างให้ตรงกับธุรกิจได้ จากนั้นตกแต่งร้านค้าให้สวยงาม ลงรูปสินค้า พร้อมอธิบายรายละเอียดให้ครบถ้วน ทั้งราคา วิธีการสั่งซื้อ การจัดส่ง เท่านั้นก็จะได้ร้านค้าเรียบร้อยแล้ว (1 ธุรกิจอาจสร้างหลายเพจได้ไม่จำกัด เช่น แยกตามร้านค้า, สินค้า, แปรนด์ ฯลฯ)



ตัวอย่างเพจที่ตกแต่ง และใช้งานอยู่จริง



เพจ
ประชาสัมพันธ์
องค์กร

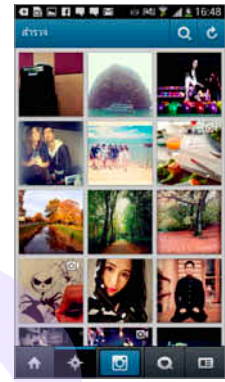


4. เชิญเพื่อนๆ เข้ามาร่วม Like เป็นแฟนเพจ พร้อมกับลงโฆษณา เพื่อประชาสัมพันธ์ร้านค้าให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย เรียกลูกค้าเข้ามา
5. เมื่อมีแฟนเพจแล้ว ก็เป็นขั้นตอนของกระบวนการขายต่อไป

Instagram



Instagram หรือมักเรียกสั้นๆ ว่า IG เป็นแอปพลิเคชันถ่ายภาพหรือวิดีโอสั้นๆ สามารถปรับแต่งภาพถ่ายได้อย่างสวยงาม ด้วยฟิลเตอร์สำเร็จรูปที่โปรแกรมเตรียมไว้ให้ เพื่อแชร์ให้เพื่อนๆ ในโซเชียลเน็ตเวิร์กได้ติดตามภาพต่างๆ ที่เราโพสต์ได้ หรือเราเองอาจจะเลือกติดตามความเคลื่อนไหวของเพื่อนหรือบุคคลอื่นๆ ที่เราสนใจโดยกด Like หรือ Comment รูปที่ชอบนอกจากนี้ยังสามารถแชร์ภาพและวิดีโอไปยังโซเชียลเน็ตเวิร์กอื่นๆ เช่น Facebook, Twitter, Flickr หรืออื่นๆ ก็ได้

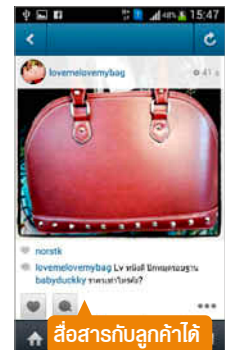


NOTE

Instagram เป็นแอปพลิเคชันที่ใช้งานในสมาร์ตโฟนบนระบบ iOS, Android และล่าสุด Windows Phone ก็สามารถใช้งานได้แล้ว สำหรับระบบอื่นๆ ในอนาคตก็คงจะใช้ได้เช่นกัน

เมื่อไม่นานมานี้ Instagram ได้ขยายกิจการให้กับทาง Facebook ทำให้มีฟังก์ชันที่เอื้อต่อการใช้งานร่วมกัน โดยสามารถใช้ร่วมกับบัญชีของ Facebook ได้ ซึ่งเมื่อมีการแชร์ข้อมูลใน Instagram ก็จะสามารถแชร์ผ่าน Facebook เช่นกัน ทำให้เป็นผลดีในการนำมาปรับใช้ร่วมกับ Facebook ได้ ซึ่งส่วนใหญ่จะใช้ Instagram เป็นช่องทางการสื่อสารผ่านรูปภาพให้กับลูกค้าได้ติดตามอัปเดตสินค้าได้ตลอด เพื่อให้เข้ากับยุคที่นิยมใช้อินเทอร์เน็ตผ่านมือถือ สมาร์ทโฟน หรือแท็บเล็ตต่างๆ นั้นเอง

ช่องทาง
สื่อสารผ่าน
รูปภาพ



ขั้นตอนการสมัครใช้งาน Instagram พอสรุปได้ดังนี้

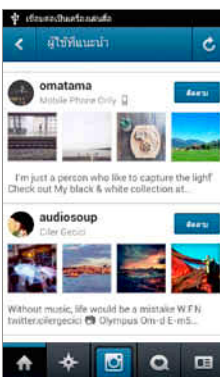
1. ติดตั้งแอปพลิเคชัน Instagram บนสมาร์ตโฟน



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 ที่น่าสนใจ ให้เราคลิกปุ่ม Follow หรือติดตามการอัปเดตของบุคคลเหล่านั้นได้

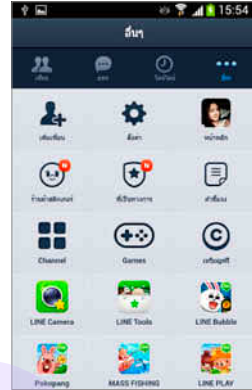


4. ผู้ใช้สามารถเข้าไปแก้ไขโปรไฟล์และเพิ่มข้อมูลอื่นๆ ได้ เพียงเท่านั้นก็สามารถใช้ Instagram ไปได้ติดตามความเคลื่อนไหวของเพื่อน หรือให้ผู้ที่สนใจติดตามความเคลื่อนไหวของเราผ่านแอปพลิเคชันนี้ได้แล้ว

Line



ไลน์ (LINE) เป็นแอปพลิเคชันสำหรับสนทนาออนไลน์ หรือที่เรียกว่าแชทนั่นเอง แต่นอกจากการแชทแล้ว ยังสามารถส่งสติ๊กเกอร์ แชรวีดีโอ ภาพถ่าย สามารถแชร์พิกัดบนแผนที่ให้กับเพื่อนๆ ในห้องแชท หรือเช็คอินบนสถานที่ที่ท่องเที่ยวแล้วแชร์ไปที่หน้าไทม์ไลน์ก็ได้ และยังมีส่วนอื่นๆ อีกมากมาย นับว่าเป็นแอปพลิเคชันยอดนิยมอีกตัวหนึ่งเลยก็ว่าได้



NOTE

หลายๆ แปรนต์ที่หันมาเปิด Official account และทำสติ๊กเกอร์ไลน์แจก เป็นการช่วยผลักดันให้มีคนรู้จักและติดตามแปรนต์มากขึ้น และยังได้เพิ่มฟีเจอร์ LINE On-Air ที่เปิดให้แปรนต์ต่างๆ สามารถสร้างปฏิสัมพันธ์แบบสดๆ กับลูกค้าได้ เช่น เปิดขายแบบกำหนดช่วงเวลาขาย, เปิดการสนทนากับลูกค้าแบบเรียลไทม์ได้ เป็นต้น แต่จะทำแบบนี้ก็ต้องเป็นองค์กรใหญ่ เพราะใช้เงินหลายล้านบาทต่อครั้ง

ตัวอย่างการใช้ Line เป็นช่องทางทางการติดต่อกับลูกค้า



สนทนา
กับลูกค้า
โดยตรง



แจ้งข้อมูล
ข่าวสารต่างๆ

สำหรับร้านค้าทั่วไป การใช้ LINE จะเน้นไปที่การสื่อสารโดยตรงกับลูกค้ามากกว่า ซึ่งสามารถคุยกันแบบถึงตัวทันที และตลอดเวลาที่เดียว

สำหรับการเริ่มต้นใช้งาน LINE จะต้องลงทะเบียนก่อนจึงจะใช้งานได้เหมือนกับโปรแกรมอื่นๆ โดยสามารถลงทะเบียนด้วยเบอร์โทรศัพท์, บัญชี Facebook หรือใช้ชื่ออีเมล สมัครใช้งานบนเครื่องคอมพิวเตอร์ก็ได้ สรุปได้ดังนี้

1. ติดตั้งแอปพลิเคชัน Line บนสมาร์ทโฟน หรือ แท็บเล็ตที่ต้องการใช้งาน

ลงทะเบียนด้วย
เบอร์โทรศัพท์
1 เบอร์ต่ออุปกรณ์
1 เครื่อง

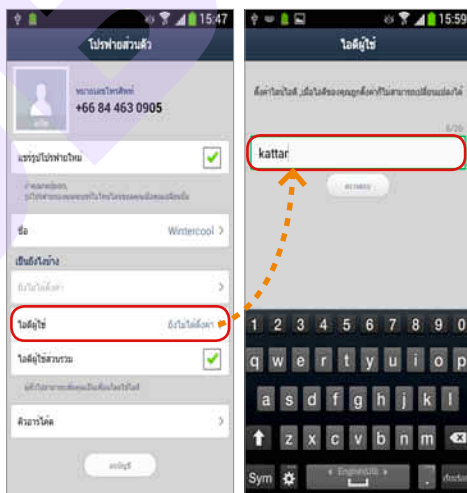
2. ลงทะเบียนใช้งานด้วยเบอร์โทรศัพท์ บัญชี Facebook หรือชื่ออีเมล

ลงทะเบียนด้วย
Facebook
1 Facebook ต่อ
อุปกรณ์ 1 เครื่อง

ลงทะเบียนด้วย
บัญชีอีเมล
1 บัญชีอีเมลต่อ
อุปกรณ์ 1 เครื่อง



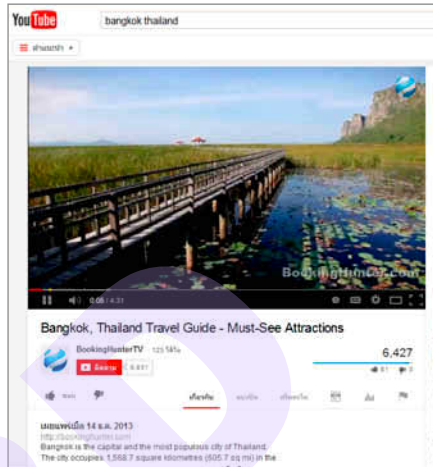
3. กำหนดชื่อ ID เพื่อให้เพื่อนสามารถค้นหาชื่อ ID ของคุณในการติดต่อผ่าน Line ได้ ซึ่งเป็นวิธีที่สะดวก โดยชื่อ ID นั้นจะต้องเป็นชื่อที่ไม่ซ้ำกับชื่ออื่นๆ ซึ่งชื่อนี้เองที่เราจะนำไปโปรโมทให้ลูกค้าติดต่อเข้ามา (ไม่ควรใช้เบอร์โทรศัพท์ เพราะอาจเปลี่ยนเบอร์ใหม่ภายหลัง)



4. โปรแกรมจะค้นหารายชื่อผู้ติดต่อจากเบอร์โทรศัพท์ จากรายชื่อเพื่อนใน Facebook หรือจากชื่ออีเมลขึ้นมาให้โดยอัตโนมัติ สามารถเลือกสนทนาจากรายชื่อเหล่านี้ก็ได้

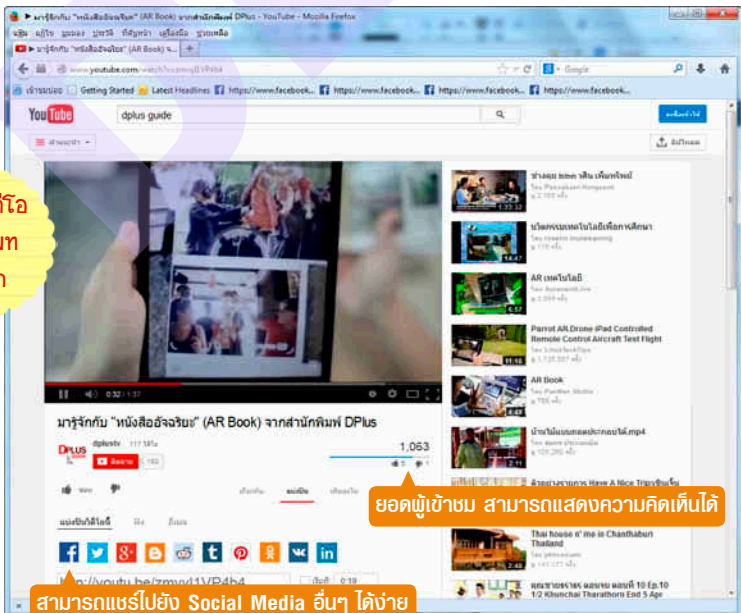


YouTube เป็นเว็บไซต์ที่เผยแพร่วิดีโอให้กับคนทั่วโลกได้รับชมกันแบบฟรีๆ ในแต่ละวันจะมีผู้เข้าชมเป็นหลายๆ ล้านคน ซึ่งผู้เข้าชมสามารถเปิดดูวิดีโอ, อัฟโหลดวิดีโอ, หรือแชร์วิดีโอให้กับผู้ชมคนอื่นๆ ได้ และที่สำคัญสามารถเชื่อมต่อกับสื่อออนไลน์อื่นๆ ได้ง่ายอีกด้วย



ปัจจุบัน YouTube ได้นำมาใช้เป็นช่องทางการตลาดอีกรูปแบบหนึ่ง เพื่อช่วยในการประชาสัมพันธ์แบรนด์ หรือโปรโมทสินค้าในรูปแบบของสื่อวิดีโอ เป็นการเพิ่มโอกาสในการขาย ให้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ทั่วโลก

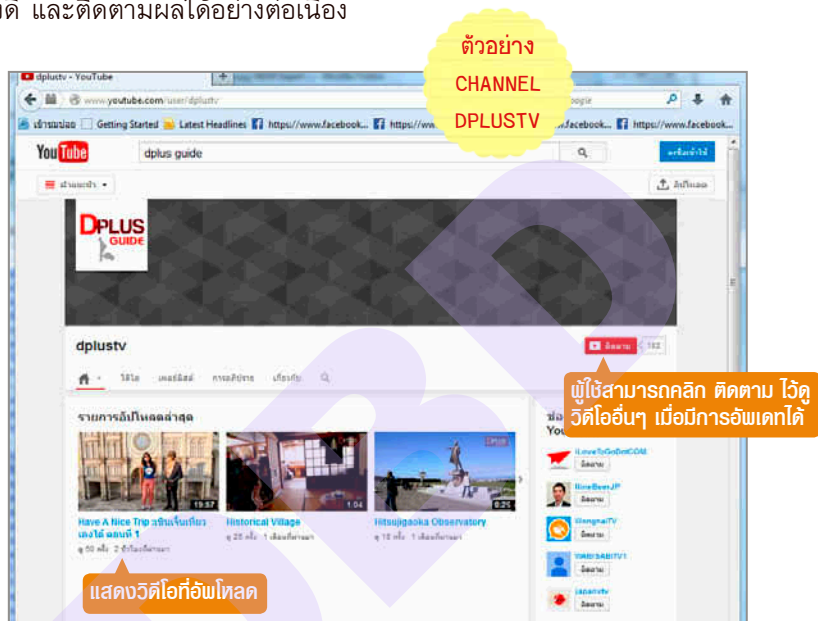
สร้างวิดีโอ
โปรโมท
สินค้า



ยอดผู้เข้าชม สามารถแสดงความคิดเห็นได้

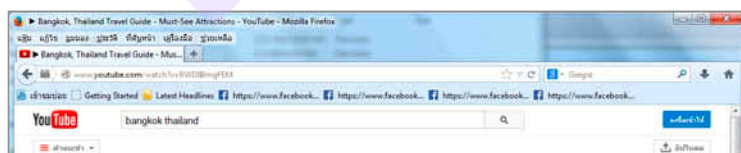
สามารถแชร์ไปยัง Social Media อื่นๆ ได้ง่าย

ลักษณะการโปรโมทบน YouTube นั้น ถ้ามีไม่มากก็อาจทำคลิปเดี่ยวๆ แยกกัน แต่ถ้ามีวิดีโอหลายอันก็ควรสร้างเป็น YouTube Channel ส่วนตัว ขึ้นมา เพื่อใช้เป็นที่พักเผยแพร่คลิปวิดีโอต่างๆ ของตัวเอง และยังสามารถใช้ในการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายที่เข้ามาสมัครเป็นสมาชิก (subscribe) ได้เป็นอย่างดี และติดตามผลได้อย่างต่อเนื่อง

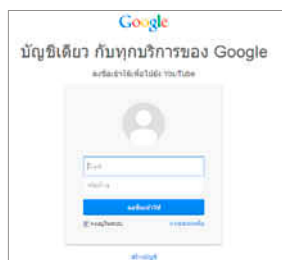


ขั้นตอนการสร้าง YouTube Channel สามารถทำได้ดังนี้

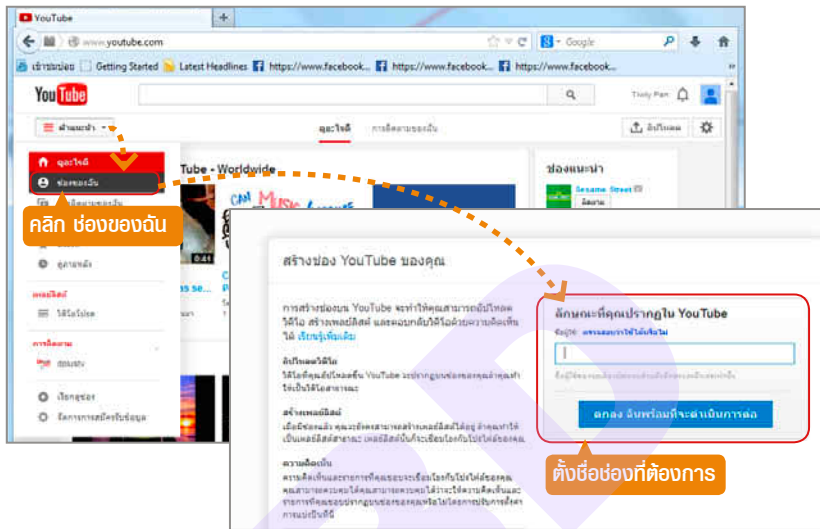
1. เข้า www.youtube.com คลิกปุ่ม ลงชื่อเข้าใช้



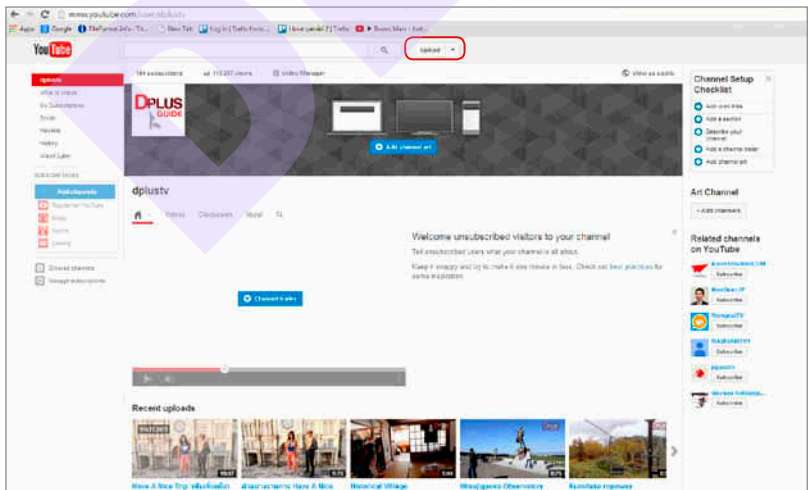
2. โดยป้อนชื่ออีเมล และรหัสผ่าน ซึ่งเป็นบัญชีของ Google หรือ Gmail นั้นเอง หากยังไม่มี สามารถคลิก สร้างบัญชี กรอกรายละเอียดสมัครได้



3. เมื่อล็อกอินเข้ามายังหน้า YouTube แล้วก็สามารถเริ่มสร้างช่อง หรือ Channel ได้แล้ว



4. จากนั้นก็กรอกรายละเอียดต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับ Channel พร้อมอัปโหลด วิดีโอที่ต้องการเผยแพร่ได้



วิดีโอสำหรับโฆษณานั้นควรเป็นวิดีโอสั้นๆ กระชับ ระยะเวลาโดยประมาณ ไม่ควรเกิน 3 นาที เพื่อให้ไฟล์ไม่ใหญ่มาก สามารถโหลดได้เร็ว และเปิดดูผ่าน สมาร์ทโฟนหรือแท็บเล็ตต่างๆ ได้ดีด้วย

การสร้างวิดีโอแสดงบน YouTube นั้น เราควรวางแผนเป้าหมายว่าต้องการอะไรจากการโพสต์วิดีโอ เช่น แค่ต้องการแสดงตัวอย่างสินค้า, เพิ่มยอดขาย หรือเพิ่มการเข้าชมเว็บไซต์ ซึ่งปกติคนส่วนใหญ่ที่เข้ามาดู YouTube ก็เพื่อความบันเทิงหรือหาความรู้ ไม่ได้เข้ามาดูโฆษณา ดังนั้นเราควรทำวิดีโอที่น่าสนใจ มีประโยชน์ และให้ความรู้ไปด้วยโดยไม่เน้นไปที่การขายอย่างเดียว เป็นการช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับธุรกิจด้วย เช่น ขายโทรศัพท์ก็ทำวิดีโอแนะนำวิธีการใช้งาน, ขายเสื้อผ้าก็อาจจะแนะนำวิธีวัดขนาดหรือคุณสมบัติของเนื้อผ้าประเภทต่างๆ เป็นต้น



ตัวอย่างการโปรโมทเว็บ

ลงโฆษณากับ Google Adwords

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



คำค้นหา (Keywords)

ผลจากโฆษณาใน Google Adwords

ผลจากการทำ SEO

ผลการค้นหาประมาณ 142,000,000 รายการ (0.21 วินาที)

สร้างเว็บไซต์ง่ายๆ - ShopUp.com
www.shopup.com • 02 642 0450
 เป็นบริการร้านค้าออนไลน์ ShopUp สมัครใช้งานฟรี โทรหาเราวันนี้!

สร้างเว็บไซต์ ด้วยตนเอง - ReadyPlanet.com
www.readyplanet.com • 02 627 7979
 เป็นฟรีเว็บไซต์ เหมาะสำหรับผู้ใช้งาน 101-105 ชาติ - ง่าย มี ทดลองฟรี!
 9 202 Le Concoque Tower, 9th Floor, Room 903, Ratchadapisek Road, Huaykwang

เว็บไซต์สำเร็จรูป - itopplus.com
www.itopplus.com 02-934-3402 •
 ทำเว็บไซต์แบบครบวงจร ครอบคลุมทุกสาขา ใช้งานง่าย ไม่แพง ปลอดภัย

สร้างเว็บไซต์ด้วยตัวเอง
www.sabuywebthai.com /
 084 448 7176
 ออกแบบเว็บไซต์ พร้อมเว็บไซต์แบบใหม่
 ใช้ได้ทุกแพลตฟอร์มไปจนถึงมือถือ
 9 387/16 ลาดพร้าว 87 แขวงจตุจักร

สร้างเว็บไซต์ได้ด้วยตัวเอง
www.igetweb.com 02-832-3222 •
 02 832 3222
 ออกแบบเว็บไซต์ การตลาดออนไลน์ แบบ
 ใหม่ล่าสุด 100% พร้อมฟรี!

รับทำเว็บไซต์ เว็บไซต์สำเร็จรูป
www.jistarakweb.com 091-409-8518 •
 091 409 8518
 รับทำเว็บไซต์ ออกแบบเว็บไซต์แบบใหม่
 ออกแบบเว็บไซต์แบบใหม่ 1900 บาท
 9 บารัก กรุงเทพมหานคร

สอนวิธีสร้างเว็บไซต์ฟรีOnline
www.rongran.com •
 เรียนฟรีทุกสาขา ง่ายต่อการสอน Web
 เริ่มต้นที่ 26 ธันวาคม 20 00

สร้างเว็บไซต์
www.myreadyweb.com •
 ผู้ให้บริการเว็บไซต์ สร้างเว็บไซต์ ออกแบบเว็บไซต์ พร้อมเว็บไซต์สำหรับการสร้างเว็บไซต์
 ทำเว็บไซต์ เว็บไซต์สำเร็จรูป สำหรับเว็บไซต์ที่มีประสิทธิภาพของ MyReadyWeb.com

สร้างเว็บไซต์ สร้างเว็บไซต์ หรือ สร้างเว็บไซต์ ทำเว็บไซต์ เว็บไซต์ ออก...
www.igetweb.com •
 ผู้ให้บริการ สร้างเว็บไซต์ ทำเว็บไซต์ ออกแบบเว็บไซต์ ด้วยทีม 1 ทีมมืออาชีพ ออก
 ราคา ภายใต้นับพันๆ บาท พร้อมบริการหลังการขายที่มีคุณภาพ
 เว็บไซต์สำเร็จรูป - เว็บไซต์แบบใหม่ - เว็บไซต์แบบใหม่ - Social Store - สมัครสมาชิก

ShopUp ร้านค้าออนไลน์ เว็บไซต์ของ สร้างเว็บไซต์ รับทำเว็บไซต์
www.shopup.com •
 ShopUp.com บริการ ร้านค้าออนไลน์ เว็บไซต์ของออนไลน์ สร้างเว็บไซต์ ออกแบบเว็บไซต์ โดย
 ทีมงาน HitDesign รับทำเว็บไซต์ทุกประเภท

บริการสร้างเว็บไซต์ด้วยตัวเอง - Xova.Tv

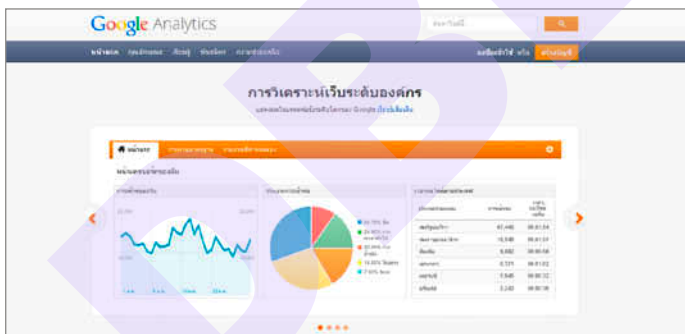
การโฆษณาด้วย Google Adwords นั้นสามารถกำหนดค่าใช้จ่าย วันเวลา ที่ลงโฆษณาได้ โดยจะเป็นรูปแบบที่จ่ายเมื่อมีผู้ชมคลิกเข้าชมเว็บไซต์ หรือ Pay per Click โฆษณาจะปรากฏขึ้นเมื่อมีการค้นหาคำที่ตรงกับคีย์เวิร์ดของเว็บไซต์ ที่ระบุไว้ ราคาขึ้นอยู่กับความนิยมของคีย์เวิร์ด และจำนวนคู่แข่งที่ใช้คีย์เวิร์ด เดียวกัน หากมีคู่แข่งเยอะราคาก็จะสูงขึ้นด้วย ดังนั้นจึงต้องให้ความสำคัญในการ เลือกใช้คีย์เวิร์ด โดยควรเจาะจงให้ตรงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ช่วงเวลาและความ ต่อเนื่องด้วย เพื่อให้ได้คลิกที่มีคุณภาพที่สุด เพราะคนที่คลิกโฆษณาของคุณนั้น ก็คือผู้ที่สนใจสินค้าหรือบริการของคุณจริงๆ ซึ่งมีโอกาสมากที่จะมาเป็นลูกค้า ของคุณ และการคลิกแต่ละครั้งล้วนส่งผลถึงต้นทุนที่ใช้ในการโฆษณาด้วย

ข้อดีของการโฆษณาด้วย Google คือสามารถเข้าถึงผู้คนได้เป็นจำนวนมาก และตรงกับกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากเป็น Search Engine ยอดนิยมที่ใครๆ เมื่อต้องการค้นหาข้อมูลอะไรก็จะนึกถึงเป็นอันดับแรกเลยก็ว่าได้

คู่มือการใช้งานเว็บไซต์ด้วย Google Analytics

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

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



ขั้นตอนการใช้งาน Google Analytics

สำหรับการเข้าใช้งาน Google Analytics จะใช้บัญชีของ Google ได้เลย ซึ่งขั้นตอนหลักๆ จะประกอบด้วย

1. สมัครเข้าใช้งานได้ที่ www.google.com/analytics ด้วยบัญชี google โดยทำตามคำแนะนำบนหน้าจอ



- [illegible]

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

ให้คัดลอกไปวางในโค้ดของหน้าเว็บ
ที่ต้องการติดตาม



ลงโฆษณาตีตแบบเนอร์ กับเว็บลงประกาศต่างๆ

สามารถายเป็นรายเดือนได้ ควรพิจารณาว่าจะลงโฆษณากับเว็บไหนถึงจะมีคนคลิกเข้ามามากที่สุด โดยดูจากกลุ่มเป้าหมาย และประเภทของสินค้าที่เราขาย ซึ่งก็มีอยู่หลายๆ เว็บที่ให้บริการ อาจจะค้นหาเว็บใน Google หรือดูสถิติการเข้าเว็บของคนไทยใน truehits.net ก็ได้

TRUEHITS.NET
Analytics, Recommendations, and Trustworthy

สถิติการเข้าเว็บของคนไทยใน TRUEHITS.NET

สถิติการเข้าเว็บของคนไทยใน TRUEHITS.NET

สถิติการเข้าเว็บของคนไทยใน TRUEHITS.NET

PC + Laptop			Smart Phone + Tablet			Total (Unique Visitors)		
Rank	URL	UIP	Rank	URL	UIP	Rank	URL	UIP
1	www.sanook.com	694,878	1	www.kapook.com	471,639	1	www.sanook.com	1,122,228
2	th.haot123.com	608,571	2	www.sanook.com	471,500	2	www.sanook.com	1,041,134
3	www.kapook.com	606,441	3	www.dailyc.com	424,951	3	www.dailyc.com	831,801
4	www.dailyc.com	523,167	4	www.mthai.com	294,710	4	www.mthai.com	688,622
5	www.mthai.com	450,681	5	www.manager.co.th	229,311	5	th.haot123.com	660,005
6	www.manager.co.th	387,122	6	www.nationchannel.com	176,171	6	www.manager.co.th	610,348
7	www.thairath.co.th	218,772	7	www.thairath.co.th	172,488	7	www.thairath.co.th	367,413
8	www.siamsport.co.th	200,901	8	www.siamsport.co.th	172,500	8	www.thairath.co.th	229,567
9	www.dailyc.com	220,481	9	www.welovehooping.com	168,942	9	www.siamsport.co.th	338,238
10	www.welovehooping.com	191,831	10	welcome.truehits.com	151,144	10	www.dailyc.com	327,332
11	www.siamsport.co.th	186,911	11	www.dailyc.com	147,144	11	www.nationchannel.com	262,701
12	www.hlogging.com	189,837	12	www.go2today.com	140,481	12	www.thairath.co.th	273,447
13	www.nkstation.net	183,711	13	www.goal.in.th	113,532	13	www.siamsport.co.th	258,890

Mobile Apps
Rank 1
Sanook App
Users: 38,631
Rank 2
Kapook App
Users: 17,236
Rank 3
Sanook App
Users: 19,949
Rank 4
Sanook App
Users: 16,299
Rank 5
Sanook App
Users: 5,696

ตัวอย่างแบนเนอร์ที่ลงในเว็บ kapook.com

แบนเนอร์

แบนเนอร์

ทั้งหมดนี้เป็นเพียงส่วนหนึ่งในการโปรโมทเว็บให้เป็นที่รู้จัก แต่อย่างไรก็ตามการโปรโมทเว็บให้ติดอันดับใน Search Engine นั้น คงไม่สามารถทำได้ภายในวันเดียว คงต้องใช้เวลาโปรโมทไปสักระยะ ที่สำคัญต้องหมั่นอัปเดตเนื้อหาในเว็บอย่างสม่ำเสมอ ให้เว็บมีการเคลื่อนไหวและเป็นปัจจุบัน หมั่นส่งที่อยู่เว็บที่โปรโมทไปยังสารบัญของเว็บไซต์ และสื่อออนไลน์ต่างๆ ก็จะช่วยทำให้เว็บของเราเป็นที่รู้จักได้มากขึ้น





05

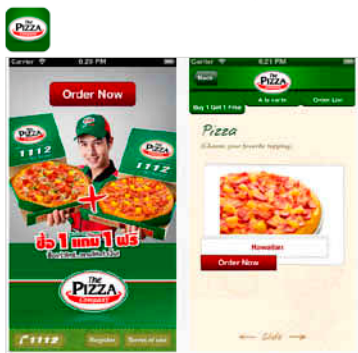
Go Mobile,
Go Tablet



Mobile & Tablet ๓ : e-Commerce ยิ่งโต

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

ด้วยเหตุนี้ในการค้าขายแบบออนไลน์นั้น อุปกรณ์เหล่านี้ย่อมมีผลต่อการทำการตลาดอย่างแน่นอน เนื่องจากพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคจะอยู่ที่อุปกรณ์สมาร์ทโฟน และแท็บเล็ตมากขึ้น ยกตัวอย่าง ธนาคารต่างๆ ปัจจุบันก็มีบริการชำระเงินแบบออนไลน์ ผ่านโทรศัพท์มือถือได้ หรือบางธุรกิจก็ทำเป็นแอปพลิเคชันสำหรับซื้อของออนไลน์ผ่านสมาร์ทโฟน หรือแท็บเล็ต ให้ผู้ใช้สามารถดาวน์โหลดไปใช้งานได้ เป็นต้น เพื่ออำนวยความสะดวกในการให้บริการแก่ผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง และเพิ่มช่องทางการขายได้มากขึ้นด้วย



วิธีเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ใช้ Mobile, Tablet

การทำการตลาดในโทรศัพท์มือถือ ก่อนหน้านี้จะเป็นรูปแบบการส่ง SMS เป็นส่วนใหญ่ แต่ในปัจจุบันได้มีการพัฒนา แอปพลิเคชันต่างๆ ที่สามารถให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายสามารถดาวน์โหลดไปติดตั้งบนสมาร์ตโฟน หรือแท็บเล็ต และสามารถใช้บริการต่างๆ ผ่านแอปพลิเคชันบนอุปกรณ์ที่ติดตั้งได้เลย



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

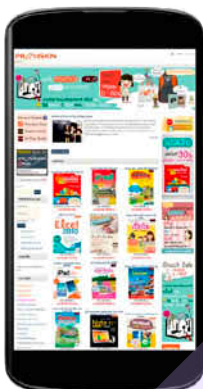
สร้างเว็บไซต์บน Mobile & Tablet

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

เว็บทั่วไ



▲ แสดงผลบนเครื่อง PC



▲ แสดงผลบน Mobile

เว็บ Mobile



จากรูปตัวอย่างด้านบนจะเห็นว่า การออกแบบเว็บไซต์ที่แสดงผลบนอุปกรณ์พกพาต่างๆ จะออกแบบให้เหมาะสมและง่ายกับการใช้งานแบบทัชสกรีน ไม่เน้นรูปภาพมากนักเพราะจะทำให้การโหลดข้อมูลได้ช้า

รูปแบบเว็บที่แสดงผลบน Mobile & Tablet

การสร้างเว็บเพื่อแสดงผลบน Mobile หรือ Tablet นั้น สามารถแบ่งออกได้ 2 รูปแบบ ดังนี้

Mobile Site

เป็นการสร้างเว็บไซต์แยกมาจากเว็บไซต์เดิม โดยเน้นการใช้งานบนอุปกรณ์พกพาต่างๆ ซึ่งจะมีเฉพาะเนื้อหาหลัก มีการปรับเมนูการใช้งานต่างๆ ให้ง่ายและเหมาะกับการใช้งานกับอุปกรณ์พกพาเหล่านี้ให้มากที่สุด

ตัวอย่างการแสดงผลเว็บไซต์ กับ Mobile Site



www.sanook.com

m.sanook.com

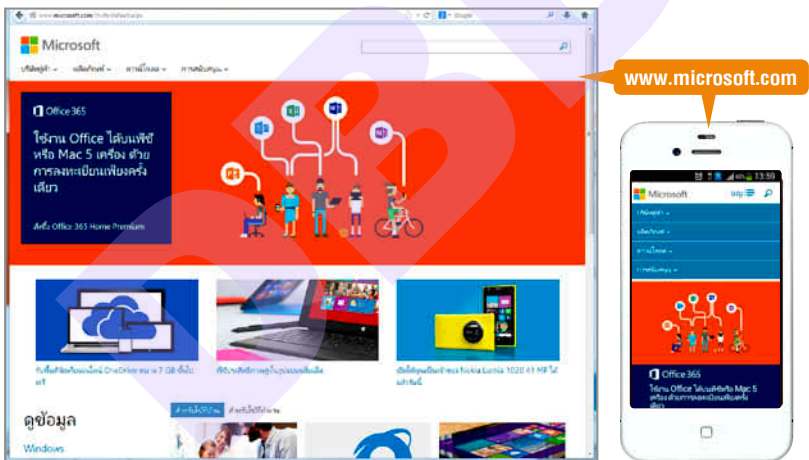


Responsive Site

เป็นการสร้างเว็บที่ให้อุปกรณ์แสดงผลกับอุปกรณ์พกพาต่างๆ ซึ่งแต่ละอุปกรณ์จะมีขนาดหน้าจอแตกต่างกัน แต่สามารถแสดงผลได้พอดีกับการใช้งานของแต่ละอุปกรณ์ ทั้งขนาดตัวอักษร ปุ่มกด หมุนหน้าจอได้ทั้งแนวตั้งแนวนอนตามตำแหน่งของอุปกรณ์ รองรับการใช้นิ้วสัมผัส เป็นต้น

ข้อดีของการสร้างเว็บแบบ Responsive คือไม่จำเป็นต้องสร้างเว็บไซต์แยกเหมือน Mobile Site รองรับแสดงผลได้กับทุกๆ อุปกรณ์ สามารถอัปเดตแก้ไขข้อมูลได้ทั้งหมดพร้อมกันทีเดียว มีผลดีต่อการทำ SEO เพราะสามารถทำทีเดียวมีผลกับทั้งการเข้าจากคอมพิวเตอร์และมือถือ/แท็บเล็ตทุกระบบ

ตัวอย่างการแสดงผลเว็บไซต์แบบ Responsive



ไม่ว่าจะสร้างเว็บไซต์รูปแบบใดก็ตามล้วนมีค่าใช้จ่ายในการจัดทำด้วยกันทั้งสิ้น ต้องพิจารณาว่าเว็บของเราเหมาะที่จะทำออกมาในรูปแบบใด หากต้องการแสดงผลเนื้อหาเพียงบางส่วน ก็สร้างเป็น Mobile Site ซึ่งจะได้เร็วและประหยัดกว่าสามารถต่อยอดจากเว็บเดิมได้ แต่จะต้องทำ SEO ให้ Mobile Site เพิ่มด้วย 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 ก็จะทำให้สะดวกเพราะขนาดเว็บจะปรับตามขนาดของอุปกรณ์ที่ใช้ให้อัตโนมัติ

NOTE

สามารถอัพเดทข้อมูลสถิติการใช้งานอินเทอร์เน็ตของคนไทยบนอุปกรณ์ต่างๆ ได้ที่ <http://mobilethai.net> ซึ่งจะรวบรวมข้อมูลอุปกรณ์ รวมทั้งความละเอียดหน้าจอที่นิยมใช้ตามลำดับ ซึ่งสามารถนำมาใช้เป็นข้อมูลประกอบในการจัดทำเว็บไซต์ได้



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%
More		More	

2. **ข้อความ** ด้วยข้อจำกัดของขนาดหน้าจอ ดังนั้นเว็บไซต์ควรมีเนื้อหาที่กระชับ ไม่มากเกินไป เลือกแสดงเฉพาะส่วนสำคัญที่ต้องการสื่อให้ผู้รู้ไว้ในเว็บนี้ มีอะไรบ้าง
3. **ลิงค์ต่างๆ** บนหน้าเว็บไซต์ควรกำหนดให้มีขนาดใหญ่พอสมควร เพื่อรองรับกับการใช้งานในรูปแบบทัชสกรีน ผู้ใช้งานจะได้สามารถใช้นิ้วแตะที่ลิงค์ได้โดยง่าย

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

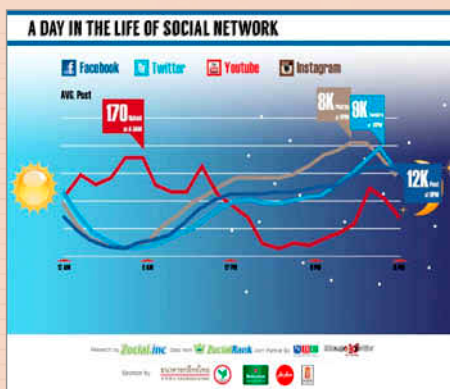
SoLoMo พฤติกรรมผู้บริโภค ที่ส่งผลต่อ Mobile Marketing



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 ทำให้กลุ่มเป้าหมายรับทราบถึงสินค้าหรือบริการของเราได้โดยง่ายในการทำตลาดไม่มาก

NOTE

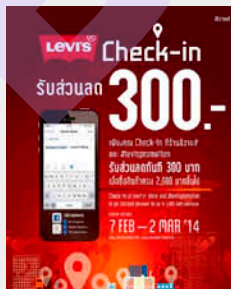
จากผลการสำรวจพบว่าช่วงเวลา 20.00 - 22.00 น. เป็นช่วงเวลาที่มีย่านคนเข้าถึง Social Media มากที่สุด จึงเป็นช่วงเวลาที่เหมาะจะทำการสื่อสารทางการตลาด



การนำ SoLoMo มาประยุกต์ใช้ อาจทำได้โดยการใช้ร่วมกับ Mobile Apps เช่น Foursquare, Wongnai, Groupon, Yelp เป็นต้น การทำงานของแอปพลิเคชันจะมีข้อมูลสถานที่กิน ดื่ม เที่ยว มาให้แล้วส่วนหนึ่ง อีกส่วนจะเป็นข้อมูลที่เกิดจากผู้ใช้งาน เช่น เวลาไป Check in ที่ไหนก็จะปักหมุดบนแผนที่ พร้อมกับเก็บข้อมูลของผู้ใช้งานไว้ไว้ในฐานข้อมูล และสามารถแชร์ข้อมูลไปตามโซเชียลเน็ตเวิร์กได้ ซึ่งพบว่าสถานที่ที่คนไทยนิยม Check In ได้แก่ สยามพารากอน สนามบินสุวรรณภูมิ 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 ถ้ามีแอปพลิเคชัน หรือเว็บไซต์ที่รองรับการใช้งานบนอุปกรณ์เหล่านี้ก็คงจะเป็นอีกช่องทางที่ช่วยให้มียอดขายที่เพิ่มขึ้นได้อย่างแน่นอน เพราะสะดวก ซื้อขายได้ทุกที่

สำหรับคนที่ใช้สมาร์ทโฟนหรือแท็บเล็ตต่างๆ แน่นอนจะต้องมีแอปพลิเคชัน ทั้งที่ติดตั้งมาให้แล้วกับเครื่อง หรือโหลดเพิ่มจาก App Store ของผู้ให้บริการเอง เนื่องจากใช้งานสะดวก สามารถโหลดและติดตั้งบนอุปกรณ์ได้เลย จึงเป็นช่องทางที่น่าสนใจหากจะพัฒนาแอปพลิเคชันขึ้นมาสำหรับธุรกิจ เพื่อขยายช่องทางการขายและบริการผ่านอุปกรณ์เหล่านี้ รวมทั้งเป็นการสร้างภาพลักษณ์ให้กับธุรกิจ ดูน่าเชื่อถือได้อีกด้วย

ปัจจุบันมีเว็บไซต์ให้บริการสร้างแอปพลิเคชัน สำหรับร้านค้าออนไลน์ บนมือถือ อย่าง www.lnwshop.com เป็นต้น



การใช้อินเทอร์เน็ตของคนที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมที่เคยใช้งานเฉพาะบนเครื่องคอมพิวเตอร์เท่านั้น มาเป็นการใช้งานบนอุปกรณ์พกพาต่างๆ เพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ จึงมองข้ามไม่ได้เลยหากในอนาคตจะพัฒนาเว็บไซต์ของคุณให้รองรับการใช้งานกับอุปกรณ์เหล่านี้ด้วยเช่นกัน ซึ่งก็จะเป็นโอกาสที่จะเพิ่มช่องทางการขายได้มากขึ้น เพราะสามารถให้บริการและเข้าถึงลูกค้าในทุกๆ ที่ได้อย่างทั่วถึง



06

Payment
จ่ายง่าย ได้ยอด

รับเงินจ่ายเงิน ใครช่วยได้บ้าง

ปกติร้านค้าออนไลน์ทั่วไป วิธีการชำระเงินที่เป็นมาตรฐานก็จะเป็นการชำระโดยโอนเงินเข้าบัญชีธนาคาร ซึ่งส่วนใหญ่ผู้ขายจะเปิดไว้มากกว่า 1 บัญชีเพื่ออำนวยความสะดวกให้ลูกค้าสามารถเลือกโอนเงินกับธนาคารที่ต้องการได้ และเมื่อโอนแล้วก็ต้องแจ้งผลการชำระเงินไปยังร้านค้าเพื่อยืนยันการโอนเงิน เมื่อผู้ขายได้รับแจ้งก็จะตรวจสอบเพื่อทำการจัดส่งสินค้าต่อไป

ในปัจจุบันการชำระเงินของร้านค้าออนไลน์ สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 รูปแบบ ดังนี้

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



ช่องทางชำระเงินของร้านค้าออนไลน์

ร้านค้าออนไลน์ต่างๆ มีการเพิ่มช่องทางการชำระเงินหลากหลายมากขึ้น เพื่อไว้เป็นทางเลือกและอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าสามารถชำระเงินได้ง่ายทั้งในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ ซึ่งช่องทางการชำระเงินของร้านค้าออนไลน์นั้นพอสรุปได้ดังนี้

- ชำระแบบโอนเงินผ่านบัญชีธนาคารของร้านค้า คือผู้ขายจะมีเลขที่บัญชีธนาคารที่เปิดไว้ให้ลูกค้าโอนเงินเข้ามา เมื่อโอนเงินลูกค้าต้องแจ้งการชำระเงินผ่านช่องทางต่างๆ ตามเงื่อนไขที่ร้านค้าระบุ



นอกจากนี้การระบุชื่อเจ้าของบัญชี ควรให้ตรงกับเจ้าของเว็บไซต์ หรือนิติบุคคล ที่จดทะเบียนเว็บไซต์ จะช่วยสร้างความน่าเชื่อถือให้กับเว็บไซต์ได้อีกด้วย



ชำระเงินผ่านทางธนาคาร				
ธนาคาร	สาขา	เลขบัญชี	ชื่อบริษัท	ชื่อบุคคล
ไทยพาณิชย์	ธนาคารสยาม	293-2-06007-7	สมมติพาณิชย์	สมมติ ณีโยกุล
ไทยพาณิชย์	สาขาส่งเสริม	402-326694-8	สมมติพาณิชย์	สมมติ ณีโยกุล
กรุงไทย	สาขาส่ง	479-4-29873-9	สมมติพาณิชย์	สมมติ ณีโยกุล
กสิกรไทย	สาขาส่งเสริม	531-2-09863-8	สมมติพาณิชย์	สมมติ ณีโยกุล
กรุงไทย	สาขาส่ง	208-0-00359-6	สมมติพาณิชย์	สมมติ ณีโยกุล
กรุงธนบุรี	สาขาส่งเสริม	509-1-12722-8	สมมติพาณิชย์	สมมติ ณีโยกุล

▲ ตัวอย่างชื่อเจ้าของบัญชีธนาคาร ควรเป็นชื่อเดียวกันกับเจ้าของเว็บไซต์

- ชำระแบบเรียกเก็บเงินปลายทาง คือ ผู้ขายจะใช้บริการเรียกเก็บเงินปลายทาง กับทางไปรษณีย์ เมื่อสินค้าส่งถึงผู้รับแล้ว ทางไปรษณีย์ก็จะมีหนังสือแจ้งให้ลูกค้ามารับสินค้าพร้อมกับชำระเงินค่าสินค้า



- ชำระผ่านบัญชีธนาคารออนไลน์ (e-banking) เป็นบริการของธนาคาร ผู้ใช้ที่มีบัญชีสามารถลงทะเบียนใช้งานได้ ซึ่งจะช่วยให้การทำธุรกรรมทางการเงินต่างๆ กับทางธนาคารทำได้ง่ายตลอด 24 ชั่วโมง



- ชำระผ่านเคาเตอร์เซอร์วิสต่างๆ โดยเมื่อเลือกการชำระเงินแล้ว ผู้ซื้อจะต้องพิมพ์ใบแจ้งค่าสินค้าออกมา แล้วนำไปชำระที่เคาเตอร์เซอร์วิสตามร้านค้าระบุไว้



- ชำระผ่านบัตรชำระเงิน แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ บัตรเครดิต บัตรเดบิต และบัตรชาร์จ ซึ่งแต่ละบัตรจะมีลักษณะที่แตกต่างกัน ดังนี้



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

เมื่อลูกค้าเลือกชำระเงินผ่านบัตรดังกล่าว จะต้องกรอกรายละเอียดของบัตรเพื่อให้ระบบส่งข้อมูลไปยังธนาคาร เมื่อธนาคารตรวจสอบถูกต้องแล้วก็จะโอนเงินเข้าบัญชีของผู้ขายและยืนยันว่าการสั่งซื้อนั้นสำเร็จเรียบร้อยแล้ว เงินในบัตรเครดิตก็จะถูกตัดออกไปเพื่อชำระค่าสินค้าชิ้นนั้น ซึ่งจะใช้เวลาเพียงไม่กี่นาที

- ชำระผ่านบัญชี Paypal เป็นบริการชำระและเรียกเก็บเงินแบบออนไลน์ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายผ่านทางอีเมล ซึ่งผู้ใช้จะต้องสมัครเปิดบัญชี Paypal ก่อน โดยใช้เลขที่บัญชีธนาคาร, บัตรเครดิต และอีเมลไว้สำหรับทำธุรกรรมผ่านบัญชี ซึ่งวิธีนี้จะช่วยให้การซื้อขายทำได้ง่าย ทั้งในและต่างประเทศ การชำระผ่านบัญชี Paypal เงินในบัญชีจะเกิดจากการผูกบัตรเครดิตหรือบัตรเดบิตเข้ากับบัญชี Paypal ซึ่งไม่จำเป็นต้องเปิดเผยข้อมูลทางการเงินให้ผู้ขายทราบเลย



ขั้นตอนการชำระเงินออนไลน์ของผู้ซื้อ



ขั้นตอนการเรียกชำระเงินของผู้ขาย



▲ อ้างอิง www.paypal.com

- **ชำระผ่านบัญชี Paysbuy** เป็นบัญชีที่ให้บริการแบบเดียวกับ Paypal ซึ่งทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการชำระเงินระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย ซึ่งทั้งสองฝ่ายจะต้องเปิดบัญชี Paysbuy ที่ www.paysbuy.com เพื่อใช้สำหรับเก็บเงินที่เข้ามาและจ่ายออกไปนั่นเอง



ข้อดีของการใช้บริการรับชำระเงินออนไลน์ผ่านบัญชี Paypal หรือ Paysbuy นี้คือช่วยให้ง่ายในการซื้อขายออนไลน์ สร้างความสะดวกสำหรับผู้ที่ไม่ม่มีบัตรเครดิต ให้ทำการซื้อสินค้าและบริการออนไลน์ได้ เหมาะกับการซื้อสินค้าที่ราคาไม่สูงมากนัก และยังมีความน่าเชื่อถือ ปลอดภัยด้วย

- **ชำระผ่านโทรศัพท์มือถือ** สามารถชำระค่าสินค้าและบริการต่างๆ ผ่านโทรศัพท์มือถือได้ทุกที่ ทุกเวลา ช่วยให้การทำธุรกรรมทางการเงินต่างๆ ยง่ายขึ้นที่เห็นจะมีอยู่ 2 ระบบ คือ

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



▲ **อ้างอิง** www.ais.co.th/mpay

- ▶ **TrueMoney** เป็นของระบบ TrueMove โดยจะต้องลงทะเบียนเพื่อสมัครใช้บริการ TrueMoney และเติมเงินเข้าบัญชี สามารถเลือกวิธีชำระค่าสินค้าและบริการได้ 3 วิธี คือ ชำระกับร้านค้าที่รับชำระด้วยบัญชี TrueMoney ตัดเงินจากบัญชีธนาคาร หรือบัญชีบัตรเครดิต ส่วนการเติมเงินก็ทำได้โดยเติมด้วยบัตรเครดิต เงินสด TrueMoney บัตรเครดิต หรือโอนจากบัญชีธนาคารของผู้ใช้ก็ได้



▲ **อ้างอิง** www.truemoney.co.th

เลือกวิธีชำระเงินให้เหมาะสม

การชำระเงินในรูปแบบต่างๆ นั้น ควรเลือกใช้ให้เหมาะกับสินค้าและบริการ รวมทั้งกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของร้านว่ามีความสามารถชำระเงินผ่านช่องทางใดได้บ้าง เนื่องจากร้านค้าออนไลน์มีการแข่งขันสูง ลูกค้าสามารถจะเลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าอื่นที่สะดวกกว่าก็ได้ ถ้ามีช่องทางการชำระเงินที่หลากหลายไว้อำนวยความสะดวกแล้ว ก็จะช่วยให้มีลูกค้าซื้อสินค้าเพิ่มขึ้นได้เช่นกัน

อย่างไรก็ตามในการเปิดช่องทางการชำระเงินในรูปแบบต่างๆ นั้น ผู้ขายเองก็ต้องพิจารณาว่าเหมาะสมกับสินค้าและบริการของร้านหรือไม่ เช่น เป็นร้านขายปลีกเสื้อผ้า ซึ่งราคาเริ่มต้นตั้งแต่ 100-500 บาท ส่วนใหญ่ลูกค้าก็จะซื้อสินค้าครั้งละไม่มาก จะเปิดให้บริการชำระผ่านบัตรเครดิตก็คงไม่จำเป็นก็ได้ เพราะจะต้องมีค่าใช้จ่ายในการให้บริการด้วย เป็นต้น แต่ถ้าเป็นร้านขายสินค้าที่มีราคาค่อนข้างสูง หรือเป็นร้านที่ขายส่งครั้งละมากๆ หรือค้าขายกับต่างประเทศ ก็เหมาะที่จะมีบริการชำระเงินไว้มากมาย ช่องทาง เพื่ออำนวยความสะดวกในการชำระเงินของลูกค้า ช่วยให้การซื้อขายสินค้าทำได้ง่าย และเป็นโอกาสในการขยายธุรกิจในอนาคตได้



ความแตกต่างของการชำระเงิน

การบริการช่องทางชำระเงินให้ลูกค้ามีทางเลือกในการจ่ายค่าสินค้าและบริการ ถือเป็นส่วนดึงดูดความสนใจ และสร้างความน่าเชื่อถือให้กับร้านค้า ทั้งนี้ การรับชำระเงินแต่ละช่องทางจะมีเงื่อนไขและค่าธรรมเนียมของผู้ขายและผู้รับเงินที่แตกต่างกันไป จึงควรศึกษารายละเอียดก่อน เนื่องจากบางช่องทางมีค่าธรรมเนียมที่เรียกเก็บฝั่งผู้ขาย ซึ่งแปลว่าจะกลายเป็นต้นทุนที่ต้องเสียเพิ่มเติมในการเปิดร้านค้า ซึ่งจะสรุปความแตกต่างของค่าธรรมเนียมแต่ละช่องทางได้ตามตาราง ดังนี้

ช่องทางชำระ	ค่าธรรมเนียมการชำระค่าสินค้า	
	ผู้ขาย	ผู้ซื้อ
พัสดูเก็บเงินปลายทาง	• ค่าปฏิบัติการไปรษณีย์ 40 บาท • ค่าธรรมเนียมธนาคัติ 1,000 บาท แรก เรียกเก็บ 10 บาท 1,000 บาท ต่อไป เรียกเก็บ 2 บาท (เศษของ พันบาทให้นับเป็นพันบาท) บวกภาษี มูลค่าเพิ่ม 7%	-
ธนาคารออนไลน์/ เครื่องรับจ่ายเงิน อัตโนมัติ	-	• โอนต่างธนาคาร 25 บาท • โอนธนาคารเดียวกัน ข้ามเขต 10 บาท*
เคาท์เตอร์เซอร์วิส	รายการละ 3.75% ของยอดที่ได้รับ	รายการละ 15 บาท
บัตรชำระเงิน	รายการละ 3% ของยอดที่ได้รับ	
Paypal	• 4.4% + 11.00 บาท • ถอนเงินไม่เกิน 5,000 บาท	-
Paysbuy	ค่าธรรมเนียม 3.5 % บวกภาษีมูลค่า เพิ่ม 7%	-
mPay	ถอนเงินจาก mCASH 35 บาท/ครั้ง	รายการละ 5 บาท
TrueMoney	รับเงิน 12% ถอนเงิน 20 บาท/ครั้ง	-

▲ ตารางแสดงความแตกต่างของค่าธรรมเนียมแต่ละช่องทาง

*ค่าธรรมเนียมอาจมีการเปลี่ยนแปลงตามเงื่อนไขของผู้ให้บริการแต่ละราย



07

หลังร้าน e-Commerce
ก็สำคัญ

สต็อกสินค้าสำคัญอย่างไร

จุดประสงค์ของการสต็อกสินค้า เพื่อต้องการให้สินค้ามีเพียงพอต่อการขาย หากสินค้าขึ้นได้ขายดี ก็ควรจะมีการผลิต หรือหามาเก็บไว้ในปริมาณที่มากเช่นกัน ซึ่งการนำสินค้ามาไว้ในสต็อกก็ควรพิจารณาหลายๆ อย่างประกอบด้วย เช่น สินค้าขายดี อายุการใช้งาน ระยะเวลาในการเก็บรักษา ความนิยมของสินค้าในแต่ละช่วง เป็นต้น ซึ่งล้วนเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเก็บรักษาสินค้าไว้ขายทั้งสิ้น



สต็อกอย่างไรของไม่ขาด เงินไม่จม

การจัดการสต็อกเป็นส่วนสำคัญของการขายของบนเว็บไซต์ e-Commerce เพราะถ้าหากลูกค้าสนใจและสั่งซื้อแล้ว ก็ต้องมีสินค้าพร้อมจัดส่งทุกเมื่อ จึงต้องมีการอัปเดตสต็อกสินค้าจริงและสินค้าบนหน้าเว็บร้านค้าให้มีความสัมพันธ์กัน นอกจากนี้ควรเลือกสต็อกสินค้าแต่ละประเภทตามความต้องการของตลาด โดยขอยกตัวอย่างตามตารางด้านล่าง ดังนี้

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

จากตารางด้านบน จะเห็นว่าการจะซื้อสินค้ามาสต็อกไว้มากหรือน้อยนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายๆ อย่างประกอบกัน ซึ่งต้องนำมาพิจารณาประกอบการตัดสินใจในการสั่งซื้อหรือผลิตเข้ามาเก็บไว้ด้วย

บริหารจัดการสินค้าในสต็อก

การสั่งซื้อสินค้าไว้สำหรับขาย เจ้าของร้านเองควรจะสั่งซื้อในปริมาณที่พอดีกับการขาย ไม่กักตุนสินค้าไว้เป็นจำนวนมากๆ เนื่องจากหากขายไม่หมดอาจจะทำให้สินค้าล้าสมัย หมดอายุ หรือเสื่อมคุณภาพได้ หากสินค้าขายไม่หมดก็อาจจะนำมาลดราคา หรือนำมาเป็นของแถมสำหรับทำโปรโมชั่น เพื่อช่วยกระจายสินค้าเดิมออกไปก็ได้ ซึ่งจะเป็นผลดีในการขายและช่วยให้เงินที่ลงทุนไม่จมไปกับสินค้าที่ค้างสต็อกนั่นเอง

แนวทางการบริหารสินค้าคงเหลือในสต็อก สามารถทำได้ดังนี้

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

หากร้านค้ามีการบริหารจัดการสินค้าในสต็อคอยู่เป็นประจำแล้ว จะช่วยให้ง่ายในการตรวจสอบ และจัดหาสินค้ามาขายได้เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้าได้นอกจากนี้ยังช่วยในการสรุปรายงานการขาย และวิเคราะห์ข้อมูลต่างๆ ได้อีกด้วย



ไม่ต้องสต็อกสินค้าก็ขายได้

สำหรับใครที่อยากเปิดร้านขายของออนไลน์ แต่ไม่มีเงินลงทุนพอในการซื้อสินค้าเข้ามาสต็อกไว้ ยังมีบริการแบบใหม่ที่เรียกว่า Drop Ship หรือการเป็น **ตัวแทนขาย** โดยที่ไม่จำเป็นต้องมีสินค้าสต็อกไว้เอง เพียงแค่ทำหน้าที่ขายสินค้าให้ร้านค้าที่เป็นตัวแทน เมื่อมีลูกค้าสั่งซื้อก็จะแจ้งการสั่งซื้อไปยังร้านค้า รอร้านค้ายืนยันการสั่งซื้อ แล้วโอนเงินให้ร้านในราคาส่ง จากนั้นร้านค้าก็จะทำการแพ็คและจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้าเอง โดยไม่ต้องผ่านตัวแทนเลย

ข้อดีข้อเสียของการเป็นตัวแทนขาย

ข้อดี	ข้อเสีย
ไม่ต้องลงทุนซื้อสินค้ามาไว้ขาย เพียงทำหน้าที่เป็นตัวแทนขายให้กับร้านค้าหลัก	ต้องคอยทำรายละเอียด และเช็คสต็อกสินค้าทุกครั้ง เพื่อให้ข้อมูลกับลูกค้าได้
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 อย่างไรก็ตามบริการของบริษัทขนส่งต่างๆ ซึ่งก่อนการจัดส่งสินค้าก็ต้องเตรียมการแพ็คหรือบรรจุหีบห่อสินค้าเสียก่อน

การแพ็คสินค้า

การแพ็คสินค้าเตรียมจัดส่งเป็นข้อหนึ่งที่ไม่ควรมองข้าม เนื่องจากต้องคำนึงถึงต้นทุนการจัดส่ง รวมถึงความเสี่ยงในการจัดส่งที่จะทำให้สินค้าเสียหายได้ ทั้งนี้ก่อนแจ้งราคาสินค้า พร้อมค่าจัดส่งให้ลูกค้า ต้องคำนวณน้ำหนักสินค้า และค่าใช้จ่ายในการจัดส่งเสียก่อน จะได้ไม่ขาดทุนในส่วนนี้ ซึ่งต้องมาทำความเข้าใจกับช่องและกล่องที่เหมาะสมกับการส่งสินค้าแต่ละชนิด ที่อาจเลือกหาซื้อได้จากไปรษณีย์ หรือโรงงานที่รับผลิตโดยตรง ในราคาย่อมเยา ดังนี้



ซองกระดาษไปรษณีย์

ซองกระดาษไปรษณีย์จะมีหลากหลายขนาดให้เลือกใช้ และมีรูปแบบที่ได้มาตรฐาน ซึ่งสามารถใช้ได้กับเครื่องคัดแยกจดหมายอัตโนมัติจึงทำให้จดหมายและเอกสารที่จัดส่งถึงผู้รับได้อย่างรวดเร็ว แม่นยำ เพิ่มความสะดวกและมั่นใจในการฝากส่งทุกครั้งนั่นเอง ข้อดีของการส่งแบบซองกระดาษ คือ มีน้ำหนักเบา และราคาถูก เมื่อซึ่รวมกับสินค้าจะประหยัดค่าจัดส่ง แต่มีข้อเสียคือ หากถูกน้ำ ถูกเปียก 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 ชนิดสีแบบแฟ็ค (1 แฟ็คมี 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 ชนิดแยกจำหน่าย	249 x 324 มม.	17.00
ซองกันกระแทก ซี 4 ชนิดจำหน่ายเป็นแฟ็ค (1 แฟ็ค เท่ากับ 5 ซอง)	249 x 324 มม.	80.00

กล่องสำเร็จรูปไปรษณีย์

กล่องสำเร็จรูปใช้สำหรับส่งสินค้าที่มีขนาดใหญ่หรือจำนวนมาก ตัวกล่องทำจากกระดาษลูกฟูกคุณภาพดีมีหลายขนาดให้เลือก เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าที่ต้องการฝากส่งสิ่งของ กล่องที่แข็งแรงในการหุ้มห่อมี 6 ขนาด โดยราคาจำหน่ายจะรวมอุปกรณ์ปิดผนึก (เชือก + เทปขาว) 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

กล่องพัสดุและซองเอกซน

ทางเลือกสำหรับผู้ขายที่ต้องการลดต้นทุนในการจัดส่งก็ต้องมองหากล่องและซองราคาถูกๆ เป็นตัวเลือก เนื่องจากอัตราค่าบริการของไปรษณีย์สำหรับการจัดส่งเป็นมาตรฐานไม่สามารถลดได้ ถึงแม้จะมีปริมาณส่งมากมายแค่ไหนก็ตาม แต่สามารถเลือกซื้อกล่องและซองราคาถูกกว่าที่ไปรษณีย์ขายได้ ซึ่งมีบริษัทและโรงงานเอกชนรับผลิตและขายกันในราคาที่ถูกลงกว่าไปรษณีย์ ทั้งนี้คุณภาพของหรือกล่องที่ได้อาจมีเนื้อกระดาษหรือชั้นลูกฟูกที่บางกว่า การแพ็คของ จึงต้องเสริมแปะด้วยสก็อตเทปตามรอยต่อของช่องกันของฉีกขาด และต้องรัดเชือกกล่องให้หนาแน่น ซึ่งอุปกรณ์ในการแพ็คของเหล่านี้ไม่ว่าจะเป็นสก็อตเทป ที่ตัดเทป เชือกรัดกล่องก็ต้องซื้อแยกเตรียมไว้ต่างจากไปรษณีย์ที่มีมาให้เป็นชุด



ราคาค่ากล่องและซองเอกชนจะมีราคาถูกกว่าอย่างเห็นได้ชัด หากเป็นกล่องจะมีราคาถูกกว่ากันมากกว่าเท่าตัว ส่วนซองจะถูกกว่า 1-2 บาท แต่ถ้าซื้อในปริมาณมากก็ถือว่าประหยัดไปได้หลายบาท หรือหากใช้จำนวนมากอาจสั่งพิมพ์ชื่อหรือตราสัญลักษณ์ของร้าน เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถืออีกด้วย

วิธีการจัดส่งสินค้าแบบต่างๆ

พัสดุไปรษณีย์ในประเทศไทย

- ▶ **พัสดุธรรมดา** เป็นการส่งแบบไม่กำหนดน้ำหนัก ซึ่งไปรษณีย์จะให้หมายเลขพัสดุไว้ตรวจสอบสถานะได้ที่ทำกาไปรษณีย์เท่านั้น 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 ควรศึกษาถึงอัตราค่าบริการการจัดส่งแต่ละรูปแบบ เพื่อประเมินค่าใช้จ่ายเสียก่อน โดยสามารถเข้าไปตรวจสอบได้ที่ www.thailandpost.co.th/rate.php โดยเลือกได้ว่าปลายทางจะส่งไปยังต่างประเทศหรือในประเทศ จากนั้นจะแสดงผลอัตราค่าบริการแต่ละประเภทขึ้นมาให้เปรียบเทียบกัน

อัตราค่าบริการ			
ประเทศปลายทาง : ไทย น้ำหนัก : 5 กิโลกรัม ค้นหา			
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.	ซองสีชมพูในประเทศ	3.00	+
6.	ซองสีชมพู(พิเศษ)ในประเทศ	3.00	+
7.	ซองขยายในประเทศ	3.00	+
8.	ไปรษณีย์บัตรในประเทศ	2.00	+

การจัดส่งพัสดุไปรษณีย์ทั้ง 3 แบบนี้ จะเป็นแบบที่ร้านค้าทั่วไปใช้สำหรับการจัดส่งสินค้าในประเทศ ซึ่งแนะนำให้ใช้การส่งแบบลงทะเบียน หรือ EMS จะดีที่สุด เนื่องจากเร็วกว่า และสามารถตรวจสอบด้วยตัวเองได้ผ่านทางอินเทอร์เน็ตมั่นใจได้ว่าพัสดุจะถึงมือผู้รับอย่างแน่นอน ซึ่งค่าใช้จ่ายก็ไม่ได้แพงกว่าแบบธรรมดามากนัก

ส่งแบบเรียกเก็บเงินปลายทาง

การจัดส่งแบบ พกง. หรือพัสดุเก็บเงินปลายทาง เป็นบริการขนส่งของไปรษณีย์ไทย โดยไปรษณีย์จะออกไปแจ้งให้ผู้ซื้อมารับและชำระค่าสินค้าเอง ณ ที่ทำการไปรษณีย์ในเขตพื้นที่นั้นๆ ตามใบแจ้ง ซึ่งวิธีนี้ถ้าราคาสินค้าไม่แพงมาก หรือผู้ซื้ออยู่ไกลจากที่ทำการไปรษณีย์ก็ไม่ค่อยสะดวกมากนัก

ส่งโดยบริษัทขนส่งเอกชน

สามารถส่งสินค้าทั้งในและต่างจังหวัด มีทั้งแบบเก็บเงินต้นทางและปลายทาง ซึ่งวิธีนี้จะใช้กันเยอะในธุรกิจค้าส่งต่างๆ กรณีที่สินค้ามีจำนวนมากหรือมีขนาดใหญ่ ซึ่งเป็นอีกช่องทางที่สามารถจัดส่งสินค้าได้รวดเร็วมากขึ้น และประหยัดกว่าไปรษณีย์หากสินค้าที่มีน้ำหนักที่มากกว่า



สำหรับผู้ที่ต้องการส่งสินค้าไปต่างประเทศ บริษัทไปรษณีย์ไทยก็มีบริการจัดส่งพัสดุไปรษณีย์ระหว่างประเทศให้บริการเช่นกัน ซึ่งมีให้เลือกหลายรูปแบบสามารถเข้าไปดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ www.thailandpost.co.th หรืออาจจะใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศของบริษัทเอกชนต่างๆ ซึ่งก็มีบริการอยู่หลายแห่ง ทั้งขนส่งทางเรือทางรถ และทางอากาศ (สามารถค้นหารายชื่อจากเว็บ google ได้)



ติดตามสถานะการจัดส่ง

ติดตามสถานะจากไปรษณีย์

หลังจากการจัดส่งพัสดุสินค้าไปกับไปรษณีย์ไทย กรณีส่งแบบลงทะเบียนหรือแบบ EMS ทางไปรษณีย์จะแจ้งเลขทะเบียนพัสดุมาพร้อมกับใบเสร็จซึ่งผู้ขายต้องแจ้งเลขพัสดุนี้ให้ลูกค้าเพื่อแสดงว่าทางร้านได้จัดส่งสินค้าไปเรียบร้อยแล้ว แต่ในกรณีที่เกิดการส่งล่าช้าและเกิดการทวงถาม คุณสามารถเช็คสถานะการส่งพัสดุได้ที่ <http://track.thailandpost.co.th/trackinternet>



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

ติดตามสถานะจากขนส่งอื่นๆ

การขนส่งแต่ละรายจะมีวิธีการทำงานที่แตกต่างกัน บางรายสามารถเช็คออนไลน์ได้จากเว็บไซต์ บางรายต้องโทรสอบถาม ทั้งนี้ก่อนการให้บริการต้องมีการพูดคุยตกลงถึงวิธีการทำงานเพื่อให้เข้าใจกันระหว่างผู้ให้บริการ และผู้ใช้บริการ โดยขั้นตอนการรับสินค้าปลายทางต้องระบุก่อนการจัดส่ง ว่าต้องการให้จัดส่งสินค้าปลายทางที่บริษัทส่งสินค้าปลายทาง แล้วไปรับเอง หรือให้จัดส่งไปยังที่อยู่ที่ต้องการ ซึ่งอาจจะมีค่าบริการเพิ่มเติมอีก

ข้อควรรู้ขายออนไลน์

การขายสินค้าออนไลน์ นอกจากจะทำให้ร้านเป็นที่รู้จักแล้ว ยังต้องรักษาฐานลูกค้าเดิม และเพิ่มลูกค้ารายใหม่เข้ามา ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมส่งเสริมการขายใดๆ จะต้องตอบสนองกิจกรรมการซื้อของลูกค้า ต้องรู้ว่าลูกค้าต้องการอะไร ก่อนซื้อ ขณะซื้อ และหลังการซื้อ การให้บริการที่ดีไม่ว่าจะเป็นการโต้ตอบพูดคุย เหมือนเป็นที่ปรึกษาให้ลูกค้าก็จะทำให้ลูกค้ารู้สึกถึงความเป็นกันเอง และหากสินค้าดีมีคุณภาพ แน่นอนว่าลูกค้าเดิมต้องกลับมาซื้ออีกแน่นอน อย่างไรก็ตามมีหลากหลายเทคนิคที่จะทำให้คุณไปสู่ความสำเร็จ โดยจะนำเสนอเป็นหัวข้อๆ ดังนี้

รู้เขารู้เรา

ศึกษาการตลาด และคู่แข่ง เพื่อสร้างความแตกต่าง ในกรณีที่สินค้าของคุณไม่ได้เป็นสินค้าที่ผลิตเอง หรือแบบไม่แตกต่างจากคนอื่น ย่อมต้องมีคู่แข่งเป็นธรรมดา เพราะฉะนั้นควรมีการสำรวจตลาดว่าแต่ละร้านมีกลยุทธ์การขายอย่างไรบ้าง เพื่อนำมาปรับสร้างความแตกต่าง เมื่อศึกษาคู่แข่งแล้วก็ต้องหันมาวิเคราะห์แผนการขายของร้านคุณว่ามีจุดเด่นและจุดด้อยอะไรบ้าง เพื่อที่จะนำเสนอสินค้าให้น่าสนใจ และให้ได้ผลกำไรมากที่สุด

การสร้างภาพลักษณ์ และสร้างตราयीหือ (Image)

**PERSONAL
BRANDING**

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

พัฒนาสินค้าอยู่เสมอ

สินค้าสำหรับขายออนไลน์นั้น ควรเน้นที่รูปลักษณ์ และการนำเสนอให้เห็นถึงความน่าสนใจ และดึงดูดลูกค้าให้มาซื้อ เพราะลูกค้าส่วนใหญ่ที่เข้ามาซื้อจะเป็นคนที่มีความรู้ และสามารถสืบค้นข้อมูลได้ผ่านทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งลูกค้าอาจค้นพบสินค้าที่มีรูปลักษณ์ที่เหมือนกัน หรือใกล้เคียงกัน ทำให้เกิดข้อเปรียบเทียบด้านคุณภาพและราคาได้ เพราะฉะนั้นจึงควรมีการนำเสนอที่สวยงาม สินค้าที่นำมาขายควรเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ หากไปเดินเลือกมาขายเองก็ต้องตรวจสอบคุณภาพให้ดีกว่า เพราะใครๆ ก็ยากได้แต่ของดี ของที่ถูกใจ ไม่ว่าจะแพงแค่ไหนก็ซื้อได้ และจะกลับมาซื้ออีกแน่นอน หากคุณภาพของสินค้าที่ส่งไปคุณภาพลดลงเมื่อไหร่ก็เหมือนเป็นการไล่ลูกค้าทางอ้อมนั่นเอง



นำเสนอข้อมูลที่น่าเชื่อถือ



พฤติกรรม การซื้อของคนในปัจจุบันที่มีเทคโนโลยีมารองรับ หากต้องการซื้อสินค้าใดสักชิ้นแต่ไม่มีความรู้เกี่ยวกับสินค้าชิ้นนั้นๆ ก็มักต้องค้นหาข้อมูลจากเว็บไซต์ต่างๆ หรือสอบถามคนเคยใช้ แต่ถ้าหากร้านค้าเพิ่มข้อมูลและเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ลงไปให้อ่านได้ทันที พร้อมให้เครดิตข้อมูลที่น่าเชื่อถือเพื่อมารองรับสินค้าที่ขาย ย่อมทำให้ร้านค้าดูน่าเชื่อถือและน่าซื้อยิ่งขึ้น

โดยข้อมูลที่เกี่ยวข้องสามารถหาได้จากนิตยสาร เว็บไซต์ที่น่าเชื่อถือ ตลอดจนผลการวิจัยที่มีผู้ศึกษาไว้ เป็นต้น

สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

ในยุคไอทีการตลาดยุคเก่าที่ใช้
เพียงแค่ อด แลก แจก แถม เพียงเท่านั้น
คงไม่ได้ผล การขายสินค้ายุคนี้ต้องเน้น
ต่อยอด การสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยความ
สัมพันธ์ กลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์
กับลูกค้า สร้างความประทับใจให้กับ
ลูกค้า ทำให้ลูกค้ามาซื้อซ้ำ ซื้อบ่อย



ซื้ออย่างต่อเนื่อง และลูกค้ามีการบอกต่อ โดยชวนเพื่อนและญาติมาซื้อ ลูกค้า
ประเภทนี้จะมีมูลค่าสูง และทำให้มีกำไรมากขึ้น คุณสามารถสร้างความสัมพันธ์
เหล่านี้ด้วยการหมั่นเข้ามาอัปเดตข้อมูลข่าวสารจากหน้าร้าน และใช้ช่องทางการ
พูดคุยที่มีให้เกิดประสิทธิภาพ เพราะลูกค้าบางคนอาจไม่มั่นใจที่จะตัดสินใจซื้อ
ในทันที คำแนะนำของผู้ขายจะเป็นคำแนะนำสำคัญที่จะช่วยโน้มน้าวได้เป็นอย่างดี
หากมีสินค้ามาลงใหม่และสามารถแจ้งข่าวสารไปถึงลูกค้าได้ จะทำให้ลูกค้ารู้สึก
ถึงความเป็นคนพิเศษ และเห็นถึงความใส่ใจเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีเช่นกัน

การหมั่นสื่อสารพูดคุย สร้างความเป็นกันเองกับลูกค้าจะช่วยทำให้ลดระยะห่าง
ของความสัมพันธ์ลง และช่วยทำให้การค้าขายของคุณง่ายขึ้น คุณอาจไม่จำเป็นต้อง
คุยกับทุกคน แต่ต้องอัปเดตข่าวสาร และนำเสนอข้อมูลที่เป็นประโยชน์
และสม่ำเสมอจะทำให้มีเรื่องคุยและสนิทใจมากขึ้น

การมีเว็บไซต์เป็นหน้าร้าน หรือเปิดเพจ Facebook ไว้เพื่อขายของ จึงต้อง
สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เพราะโดยนิสัยของผู้ซื้อแล้ว ไม่ชอบการยัดเยียด
และถูกนำเสนอขายของอยู่ตลอดเวลา การตัดสินใจซื้อสิ่งใดสิ่งหนึ่งจะต้องใช้การ
ทบทวนซึ่งคิดว่าเหมาะสม อยากได้เองถึงจะซื้อ การใช้ช่องทางสร้างความสัมพันธ์
เพื่อเป็นตัวเลือกอันดับต้นๆ ให้ร้านของคุณน่าสนใจ ไม่จำเป็นการสื่อสารผ่านทาง
อีเมลล์, ข้อความ รวมไปถึงการลงโฆษณาผ่านช่องทางต่างๆ ล้วนเป็นช่องทางเลือก
ที่เชื่อมความสัมพันธ์กับลูกค้าไว้ ไม่ให้ขาดการติดต่อ หรือซื้อครั้งเดียวเลิกนั่นเอง

สร้างความมั่นใจให้ลูกค้า

การซื้อขายออนไลน์เป็นการซื้อของแบบไม่เห็นสินค้าจริง ความน่าเชื่อถือจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้เกิดการขายได้ ทั้งนี้อาจจะต้องใช้เวลา หากเป็นร้านที่เพิ่งเปิดใหม่ ข้อมูลการติดต่อซื้อขายยังไม่มี ประวัติการติดต่อกับผู้ซื้อยังไม่ขึ้น ในช่วงแรกก็ต้องอาศัยการลงโฆษณาไปก่อน พร้อมให้ข้อมูลที่สามารถติดต่อได้ที่ชัดเจน สามารถตามตัวได้



ในปัจจุบันมีร้านขายของออนไลน์มากมายอยู่บนเว็บไซต์ ส่วนใหญ่ผู้ซื้อจะเข้าไปดูเกือบทุกร้านที่มีมาให้เลือก แต่จะเลือกซื้อจริงๆ อยู่ไม่กี่ร้าน หลักการเลือกของผู้ซื้อ มีอยู่หลายอย่างประกอบกัน ดังนี้

- **การอัปเดตสินค้า** ผู้ซื้อส่วนใหญ่ชอบการได้เลือก ยังมีแบบให้เลือกเยอะ ยิ่งชอบ ยิ่งดี การอัปเดตสินค้าใหม่ๆ เสมอจึงเป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยในการตัดสินใจ เพราะผู้ซื้อบางคนก็ไม่ต้องใช้เวลาตัดสินใจนาน แค่เห็นแล้วชอบก็สั่งซื้อ ทั้งนี้ยังต้องมีความสม่ำเสมอในการอัปเดต ถ้าร้านค้ามีความเคลื่อนไหวอยู่เสมอ ก็จะทำให้ลูกค้ารู้สึกว่ามีคนเฝ้าร้าน คอยรับผิดชอบ และมีคนให้ติดต่อสอบถามอยู่เสมอ เพราะฉะนั้นการอัปเดตความเคลื่อนไหวและข้อมูลสินค้าจึงเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้สำหรับการค้าขายออนไลน์
- **ประวัติข้อมูลการส่งสินค้า** ประวัติข้อมูลการซื้อ และการส่งสินค้าจะเป็นตัวช่วยตัดสินใจได้ดีอีกอย่าง เพราะหากผู้ซื้อเห็นว่ามีคนเคยมาซื้อร้านนี้ตลอด ไม่มีปัญหาอะไรก็จะทำให้น่าไว้วางใจ และสั่งซื้อในที่สุด
- **การพูดคุยกับลูกค้า** การตอบข้อสงสัย หรือให้คำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าเป็นจุดขายอีกอย่างหนึ่งที่จะทำให้ผู้ซื้อเกิดความประทับใจและความเป็นกันเอง
- **ประวัติแบลคลิสต์** การมีประวัติการค้าขายที่ทำให้ผู้ซื้อเกิดความไม่พอใจ และไม่มี การแก้ปัญหาที่ดีจะทำให้เป็นจุดบอดต่อความน่าเชื่อถือของร้านได้ แต่หากเกิดปัญหาและมีการแก้ไขที่ดีก็จะเป็นตัวช่วยได้

พ่วงการบริการ (Service)

การเพิ่มยอดขายด้วยการให้บริการ เป็นเหมือนการพ่วงบริการเสริมหรือบริการพิเศษที่คุณนำเสนอไปพร้อมกับการขายสินค้า ไม่ว่าจะเป็นการรับประกันสินค้า หากชำรุดหรือเสียหายก่อนระยะเวลารับประกัน หากเป็นสินค้าที่ผลิตขึ้นมาเอง หรือรับมาขายอีกทีคุณก็สามารถทำใบรับประกันจากทางร้านคุณเองได้ง่ายๆ ก็จะทำให้ลูกค้าอุ่นใจขึ้นในกรณีที่สินค้ามีมูลค่าสูง รวมไปถึงการจัดส่งสินค้าฟรีถึงบ้าน ล้วนเป็นสิ่งที่ทำให้ลูกค้าเกิดความสะดวกสบาย ประทับใจในการบริการ และอยากกลับมาใช้บริการใหม่ การบริการจึงถือเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่จะคอยมัดใจลูกค้าที่เคยผ่านประสบการณ์ดีๆ จากทางร้าน และบอกต่อกับคนอื่นๆ ให้มาอุดหนุนและใช้บริการอีกทอดหนึ่ง

หลักการให้การบริการที่ดี มีอยู่ 3 ข้อหลักๆ ดังนี้

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



2. **ประหยัดเงินและเวลา** เมื่อบริการลูกค้าดี และรวดเร็วแล้วย่อมประหยัดเงิน เวลา ทั้งของลูกค้าและร้านค้า ทำให้ลูกค้าพึงพอใจ ร้านค้าเองก็สามารถปิดการขายและคำนวณรายรับได้อย่างรวดเร็ว เห็นกำไรเป็นกอบเป็นกำ

3. **เกิดความรู้สึกที่ดีต่อผู้ให้บริการ** การบริการที่ดี ย่อมทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ ยินดีที่จะกลับมาใหม่ถึงแม้ว่าอาจจะราคาแพงกว่า แต่ถ้าแลกมาซึ่งความพึงพอใจ และความไว้วางใจ ก็ถือว่าคุ้มค่ากับราคาเลยทีเดียว



สมนาคุณให้กับใจ

การเพิ่มความประทับใจด้วยการสมนาคุณให้ลูกค้ารู้สึกว่าเป็นคนพิเศษกว่าใคร เป็นกลยุทธ์อีกอย่างที่ทำให้มัดใจลูกค้าได้เป็นอย่างดี ด้วยความสดใหม่ของการค้าขายออนไลน์ที่สามารถนำเสนอทั้งข้อมูลสินค้าและบริการได้โดยตรงกับ



ลูกค้า ถือเป็นข้อได้เปรียบสำหรับการทำโปรโมชั่นโดนใจไปยังลูกค้าได้ทันที ไม่ว่าจะเป็นการทำโปรโมชั่นลด แลก แจก แถม ประเภทนี้ไม่ต้องพูดถึง เพราะเป็นที่ถูกอกถูกใจลูกค้าแน่นอนอยู่แล้ว การทำโปรโมชั่นเหล่านี้ นอกจากช่วยยอดขายให้เติบโตขึ้นแล้ว หากสินค้าของคุณมีคุณภาพเป็นที่พึงพอใจก็จะนำไปสู่กระบวนการบอกต่ออันเอง นอกจากโปรโมชั่นลด แลก แจก แถม แล้ว ยังสามารถทำโปรโมชั่นสมนาคุณลูกค้าคนพิเศษได้ การทำกิจกรรมแบบนี้จะยิ่งตอกย้ำให้ลูกค้าของคุณรู้สึกว่ามีสิทธิพิเศษเหนือใครๆ และรู้สึกภูมิใจที่ได้มาอุดหนุนร้านของคุณ ยกตัวอย่างเช่น มอบบัตรของขวัญซึ่งเป็นส่วนลดเมื่อซื้อสินค้าภายในร้านสำหรับสมาชิกร้านที่เคยอุดหนุนกับร้าน, มอบของรางวัลสุดพิเศษเมื่อมียอดค่าใช้จ่ายตามที่ร้านกำหนด, มอบแพคเกจท่องเที่ยวสำหรับลูกค้าที่มียอดการสั่งซื้อมากที่สุดภายในเดือนนั้น เป็นต้น

รับผิดชอบในกรณีผิดพลาด



ข้อนี้เป็นประเด็นสำคัญในการขายของออนไลน์ เนื่องจากการขายของผ่านเว็บไซต์เป็นสิ่งที่ยับยั้งไม่ได้ สินค้าที่ขายลูกค้าจะดูและตัดสินใจผ่านทางรูปภาพ และการพูดคุยกับคนขายเท่านั้น หากสินค้าที่ถูกส่งไปไม่ตรงกับที่ตกลง หรือไม่เหมือนกับรูปภาพทำให้ลูกค้าไม่พอใจ ทางร้านต้องรับผิดชอบเพื่อให้ลูกค้าสบายใจ หรือหากในกรณีที่สินค้าผิดพลาด เช่น เสื้อผ้าแฟชั่นที่สั่งนำเข้ามาจากประเทศอื่นที่คุณเองก็ไม่อาจรู้ได้เลยว่าสินค้าจะตรงกับภาพหรือไม่ เช่นนี้แล้วคุณจำเป็นต้องระบุเป็นข้อตกลงกับลูกค้าให้ชัดเจน และย้ำว่าต้องให้ลูกค้าอ่านและยินยอมต่อข้อตกลงดังกล่าว ก็เป็นทางเลือกหนึ่งซึ่งป้องกันการผิดพลาดที่เราไม่สามารถควบคุมได้

ภาคผนวก

ก

การจดทะเบียน
พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ทำไมต้องจดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

เพื่อให้ธุรกิจมีความน่าเชื่อถือจากการมีสถานะตัวตนทางกฎหมาย เพื่อการประโยชน์ในการทำธุรกรรมกับหน่วยงานต่างๆ และสร้างความมั่นใจให้ผู้บริโภค กรมพัฒนาธุรกิจการค้าอำนวยความสะดวกตามกฎหมายทะเบียนพาณิชย์ให้ผู้ขายสินค้าหรือบริการทางอินเทอร์เน็ตทั้งเว็บไซต์ร้านค้าออนไลน์หรือ Social Media ต้องจดทะเบียนพาณิชย์การประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้ผู้ประกอบการแสดงตนอย่างเปิดเผยต่อทางราชการ

ยื่นจดทะเบียนพาณิชย์ได้ที่ไหน

ผู้ขายสินค้าหรือบริการผ่านทางออนไลน์จะต้องยื่นจดทะเบียนพาณิชย์ ณ สำนักงานเขตในกรุงเทพมหานคร เมืองพัทยา เทศบาล หรือองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) ตามที่ตั้งของสถานประกอบการหรือตามที่อยู่ของผู้ขาย

เอกสารที่ใช้จดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

1. สำเนาบัตรประจำตัวประชาชน และสำเนาทะเบียนบ้านของผู้ประกอบการพาณิชย์กิจ
2. แบบคำขอจดทะเบียนพาณิชย์ (แบบ ทพ.)
3. รายละเอียดเกี่ยวกับเว็บไซต์ (เอกสารแนบแบบ ทพ.) กรอก ๑ ใบ ต่อ ๑ เว็บไซต์ (ทำสำเนาเพื่อขอใช้เครื่องหมาย DBD Registered)
4. เอกสารการจดทะเบียนโดเมนเนม (ชื่อผู้จดทะเบียนโดเมนเนมต้องเป็นชื่อผู้ประกอบการที่จดทะเบียนพาณิชย์)
5. Print หน้าแรกของเว็บไซต์
6. วาดแผนที่ตั้งการประกอบพาณิชย์กิจ

7. หนังสือรับรองการจดทะเบียนของห้างหุ้นส่วนหรือบริษัท (กรณีจดทะเบียนนิติบุคคล)
8. หนังสือมอบอำนาจ พร้อมติดอากรแสตมป์ ๑๐ บาท และสำเนาบัตรประชาชนของผู้รับมอบอำนาจ (กรณีมอบอำนาจ)

กรณีผู้ประกอบการมีได้เป็นเจ้าของบ้าน (เอกสารเพิ่มเติม)

1. หนังสือยินยอมให้ใช้สถานที่หรือสัญญาเช่า
2. สำเนาบัตรประชาชนเจ้าของสถานที่ พร้อมสำเนาทะเบียนบ้านหรือเอกสารสิทธิ์ที่แสดงว่าเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์

เครื่องหมายรับรองการจดทะเบียนพาณิชย์ รับรองความมีตัวตน



หลังจากได้ดำเนินการจดทะเบียนพาณิชย์แล้ว เว็บไซต์ร้านค้าออนไลน์ ที่มีการให้ข้อมูลธุรกิจและข้อมูลสินค้าหรือบริการครบถ้วน ปฏิบัติถูกต้องตามกฎหมาย กรมพัฒนาธุรกิจการค้า จะมีการให้เครื่องหมายรับรองการจดทะเบียนพาณิชย์ DBD Registered นำไปแสดงบนหน้าเว็บไซต์ และสามารถคลิกตรวจสอบข้อมูลความมีตัวตนตามกฎหมายมายัง www.trustmarkthai.com นอกจากนี้ยังได้รับการสนับสนุนการพัฒนาทักษะในการประกอบธุรกิจออนไลน์ให้ประสบความสำเร็จจากกรมฯ อย่างต่อเนื่อง



หลักเกณฑ์การพิจารณาอนุญาตให้ใช้เครื่องหมาย

1. ผู้ขอใช้เครื่องหมาย จะต้องเป็นเจ้าของเว็บไซต์และ/หรือมีโดเมนเนมเป็นของตนเอง
2. สินค้าหรือบริการจะต้องเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ได้จดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และไม่ขัดต่อกฎหมายและความสงบเรียบร้อย หรือศีลธรรมอันดีของประชาชน
3. เว็บไซต์แสดงข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคอย่างชัดเจนและเข้าถึงง่าย

- ▶ ข้อมูลเกี่ยวกับชื่อผู้ประกอบการธุรกิจ ชื่อทางการค้า (ถ้ามี) ชื่อเว็บไซต์ เลขทะเบียนพาณิชย์ ที่ตั้งสถานประกอบการ วิธีการติดต่อ หมายเลข โทรศัพท์ โทรสาร หรือ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-Mail) และเวลาทำการ
- ▶ การนำเสนอข้อมูลสินค้าหรือบริการ ชัดเจน เข้าถึงข้อมูลได้ง่าย เช่น ชนิดของสินค้า ราคา วิธีการชำระเงิน การจัดส่งสินค้าหรือบริการ เป็นต้น
- ▶ ให้ข้อมูลเงื่อนไขความรับผิดชอบ การแก้ไข ปัญหาที่เกิดจากการซื้อขาย ให้แก่ลูกค้า

การยื่นขออนุญาตใช้เครื่องหมาย

สามารถแจ้งขอใช้เครื่องหมายรับรองการจดทะเบียนพาณิชย์ พร้อมการยื่นขอจดทะเบียนพาณิชย์ หรือยื่นขอได้ที่สำนักพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า โทร 0-2547-5960 หรือเว็บไซต์ www.trustmarkthai.com หรือส่งเอกสารมาที่ e-Mail : 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 เป็นการเพิ่มระดับความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ร้านค้าออนไลน์ไทยให้แก่ผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า/บริการจากร้านค้าออนไลน์ โดยหลักสำคัญประกอบด้วย

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

เครื่องหมายรับรองความน่าเชื่อถือ ยกระดับการสร้างเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภค



เป็นเครื่องหมายที่กรมพัฒนาธุรกิจการค้าออกให้กับผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ที่ประสงค์จะยกระดับความน่าเชื่อถือให้แก่ผู้บริโภค และสร้างโอกาสทางการตลาดให้แก่เว็บไซต์ร้านค้าออนไลน์เพิ่มขึ้น โดยผู้ยื่นขอต้องจดทะเบียนพาณิชย์และมีคุณสมบัติครบถ้วนตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด และผ่านการตรวจประเมินตามเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเมื่อผ่านการตรวจประเมินแล้วจะได้รับการจัดส่งเครื่องหมายรับรองความน่าเชื่อถือให้นำไปติดตั้งแสดงบนหน้าเว็บไซต์ร้านค้าออนไลน์ที่สามารถคลิกตรวจสอบข้อมูลมาที่ www.trustmarkthai.com โดยเครื่องหมายจะมีอายุการใช้งานเป็นเวลา 1 ปี นับแต่วันอนุญาต และสามารถยื่นขอต่ออายุได้ปีต่อปี

คุณสมบัติของผู้ออกอนุญาตใช้เครื่องหมาย

- เป็นผู้ประกอบการที่จดทะเบียนในประเทศไทย
- จดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และได้รับเครื่องหมาย DBD Registered มาไม่น้อยกว่า 6 เดือน หรือจดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาไม่น้อยกว่า 2 ปี
 - ▶ เป็นเจ้าของโดเมนเนม
 - ▶ ไม่อยู่ระหว่างถูกสั่งพักใช้เครื่องหมายรับรอง
 - ▶ ไม่เคยถูกเพิกถอนการใช้เครื่องหมายรับรอง เว้นแต่ถูกเพิกถอนมาแล้วไม่น้อยกว่า 5 ปี
- มีการจัดทำเว็บไซต์ร้านค้าออนไลน์ตามเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

การยื่นขออนุญาตใช้เครื่องหมาย

สามารถยื่นผ่านทาง www.trustmarkthai.com หรือที่สำนักพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า โทร. 02-547-5961 หรืออีเมล dbd-verified@dbd.go.th



★ ศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่
www.trustmarkthai.com



ภาคผนวก ป

กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับ e-Commerce

การทำธุรกรรมออนไลน์ เป็นรูปแบบหนึ่งของการประกอบธุรกิจ ซึ่งต้องมีการปฏิบัติให้ถูกต้องตามกฎหมายทางการค้าของสินค้าหรือบริการแต่ละประเภท และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจออนไลน์ ซึ่งปัจจุบันความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศ สามารถก่อให้เกิดความเสียหายในด้านต่างๆ แก่ผู้ใช้งานได้ หากไม่มีความรู้ความเข้าใจ ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าออนไลน์ จึงควรทำความเข้าใจกับกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ทั้งในส่วนของความปลอดภัยต่อข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภค และการเตรียมพร้อมรับมือกับการถูกละเมิดลิขสิทธิ์ หรือการนำคอนเทนต์ที่อยู่ในความครอบครองของผู้อื่นมาใช้แสวงหาประโยชน์ด้วย

1. กฎหมายธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2544

ในปัจจุบันมีการทำธุรกรรมในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ไม่ว่าจะเป็นการติดต่อสื่อสารกันบนเครือข่ายโดยวิธีทางอิเล็กทรอนิกส์ การแลกเปลี่ยนข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ หรือวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์อื่นๆ แทนการใช้กระดาษ ดังนั้นการนำวิธีการดังกล่าวมาใช้ จึงส่งผลให้ต้องมีภาระรับรองสถานะทางกฎหมายของข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ให้เสมอเหมือนกับการทำหลักฐานเป็นกระดาษหรือหนังสือรับรองการส่งและรับข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงการรับฟังพยานหลักฐาน และการชี้แจงน้ำหนักพยานหลักฐานที่เป็นข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ กฎหมายธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2544 จะกำหนด ห้ามมิให้คู่ความหรือคู่กรณีปฏิเสธหรือบังคับให้ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าวมีผลผูกพันทางกฎหมาย สามารถใช้เป็นพยานหลักฐานในการดำเนินคดีต่อไปได้

.....



2. กฎหมายว่าด้วยการกระทำผิดเกี่ยวกับ คอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550

การกระทำความผิดทางคอมพิวเตอร์ คือ การกระทำการที่ถือว่าเป็นความผิดตามกฎหมาย และเป็นการกระทำความผิดหรือโดยอาศัยคอมพิวเตอร์ในการกระทำความผิด ซึ่งมีวัตถุประสงค์มุ่งต่อระบบคอมพิวเตอร์ ข้อมูลของคอมพิวเตอร์ หรือบุคคล เพื่อก่อให้เกิดความเสียหายแก่ผู้อื่น หรือประชาชน จะมีความผิดตามกฎหมายว่าด้วยการกระทำผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

1. สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน)
โทร. 0-2142-1160 เว็บไซต์ www.etda.or.th
2. สำนักป้องกันและปราบปรามการกระทำความผิดทางเทคโนโลยี
สารสนเทศ (ปท.) สายด่วน 1212 www.mict.go.th
3. กองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับอาชญากรรมทางเทคโนโลยี (ปอท.) โทร 02-142-2555-60 www.tcsd.in.th
4. ศูนย์ประสานงานการรักษาความปลอดภัยคอมพิวเตอร์ ประเทศไทย
(ThaiCERT) โทร 02-142-2483 www.thaicert.or.th

3. กฎหมายขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545

กำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจขายสินค้าทางออนไลน์ที่เข้าข่ายการ “ตลาดแบบตรง” ต้องจดทะเบียนการประกอบธุรกิจกับสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ก่อนทำการค้า

4. กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค

“การโฆษณา” จะต้องไม่ใช่ข้อความที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือใช้ข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม ไม่ว่าข้อความนั้นจะเป็นข้อความที่เกี่ยวกับแหล่งกำเนิด สภาพ คุณภาพ หรือลักษณะของสินค้าหรือบริการ ตลอดจนการส่งมอบ การจัดหา หรือการใช้สินค้าหรือบริการ

- ข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินจริง
- ข้อความที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ เช่น การยกสถิติที่ไม่จริง
- ข้อความที่เป็นการสนับสนุนโดยตรงหรือโดยอ้อมให้มีการกระทำความผิดกฎหมายหรือศีลธรรม หรือนำไปสู่ความเสื่อมเสียในวัฒนธรรมของชาติ
- ข้อความที่จะทำให้เกิดความแตกแยกหรือเสื่อมเสียความสามัคคีในหมู่ประชาชน

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

1. สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) สายด่วน 1166 www.ocpb.go.th
2. กองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค (บก. ปคบ.) สายด่วน 1135 <http://consumer.hightechcrime.org>
3. มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค โทร 0-2248-3734-7 www.consumerthai.org

5. กฎหมายทะเบียนพาณิชย์

กระทรวงพาณิชย์อาศัยอำนาจตามพระราชบัญญัติทะเบียนพาณิชย์ พ.ศ. 2499 ในการกำหนดให้ผู้ประกอบพาณิชย์กิจการซื้อขายสินค้าหรือบริการออนไลน์ การให้เช่าพื้นที่ของเครื่องคอมพิวเตอร์แม่ข่าย (Web Hosting) และการบริการเป็นตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Marketplace) ต้องจดทะเบียนพาณิชย์ ณ สำนักงานทะเบียนพาณิชย์กรุงเทพมหานคร เมืองพัทยา เทศบาล หรือองค์การบริหารส่วนตำบลที่สำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ในเขตท้องที่

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์
สายด่วน 1570 www.dbd.go.th

6. กฎหมายลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537

ผู้ใดรู้อยู่แล้วหรือมีเหตุอันควรรู้อย่างใดได้ทำขึ้นโดยละเมิดลิขสิทธิ์ของผู้อื่น กระทำอย่างใดอย่างหนึ่งแก่งานนั้นเพื่อหากำไร ให้ถือว่าผู้นั้นกระทำการละเมิด ลิขสิทธิ์ ถ้าได้กระทำได้ดังต่อไปนี้

1. ขาย มีไว้เพื่อขาย เสนอขาย ให้เช่า เสนอให้เช่า ให้เช่าซื้อ หรือเสนอให้เช่าซื้อ
2. เผยแพร่ต่อสาธารณชน
3. แจกจ่ายในลักษณะที่อาจก่อให้เกิดความเสียหายแก่เจ้าของลิขสิทธิ์
4. นำหรือส่งเข้ามาในราชอาณาจักร

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์
สายด่วน 1368 www.ipthailand.go.th

7. กฎหมายว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. 2542

- การดูแลราคาสินค้าให้อยู่ในระดับราคาที่เหมาะสม ทั้งสินค้าอุปโภค บริโภค สินค้าเกษตร
- ดูแลปริมาณสินค้าให้เพียงพอ เหมาะสม กับความต้องการบริโภคภายในประเทศ
- กลุ่มเป้าหมายที่ดูแล คือ ผู้บริโภค เกษตรกร และผู้ประกอบการ
- เพื่อดูแลให้มีการแข่งขันทางการค้าที่เป็นธรรม ไม่มีการฮั้วราคา รายใหญ่รังแก รายเล็ก และกำหนดราคาตามอำเภอใจ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์
สายด่วน 1569 www.dit.go.th



8. กฎหมายจดทะเบียนการพิมพ์

- ตาม พ.ร.บ.จดทะเบียนการพิมพ์ พ.ศ.2550 กำหนดให้ผู้ประกอบการสิ่งพิมพ์ต้องจดทะเบียนการพิมพ์ สำนักพิมพ์หรือผู้พิมพ์ สิ่งพิมพ์ซึ่งเป็นหนังสือหรือสิ่งพิมพ์ที่บันทึกด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ ต้องส่งหนังสือหรือสิ่งพิมพ์จำนวน 2 ฉบับให้หอสมุดแห่งชาติภายใน 30 วัน นับแต่วันเผยแพร่ เพื่อนำไปให้บริการค้นคว้าในหอสมุดแห่งชาติ 1 ฉบับ และอีกฉบับเก็บเข้าสู่คลังสิ่งพิมพ์แห่งชาติ เพื่อเป็นหลักฐานการพิมพ์ของชาติ รวมทั้งใช้เป็นหลักฐานในชั้นศาลกรณีเกิดการละเมิดลิขสิทธิ์
- กรณีนี้หมายรวมถึง ผู้ประกอบธุรกิจหนังสือออนไลน์หรือ e-Book ด้วย
- ไม่รวมถึงผู้ขายหรือร้านขายหนังสือออนไลน์ที่ไม่ใช่ผู้ผลิตเอง

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

กระทรวงวัฒนธรรม โทร. 02-422-8888 www.culture.go.th

9. กฎหมายผลิตภัณฑ์ อาหารและยา

- ผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในความรับผิดชอบของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) มี 8 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ยา อาหาร เครื่องมือแพทย์ เครื่องสำอาง วัตถุอันตรายที่ใช้ในครัวเรือน วัตถุออกฤทธิ์ต่อจิตประสาท ยาเสพติดให้โทษ และสารระเหย
- ผลิตภัณฑ์ที่ อย. ไม่ให้ขายทางออนไลน์มี 3 ผลิตภัณฑ์ คือ ยา วัตถุออกฤทธิ์ต่อจิตประสาท และยาเสพติดให้โทษ
- การขายและการโฆษณาผลิตภัณฑ์จะต้องมีการอนุญาตก่อน ได้แก่ อาหาร ยา เครื่องมือแพทย์
- การผลิตหรือนำเข้าเพื่อการขายเครื่องสำอางควบคุม ต้องแจ้งรายละเอียดตามที่ อย. กำหนดก่อนการผลิตหรือการนำเข้าเพื่อการขาย ส่วนการโฆษณาไม่ต้องการอนุญาต แต่จะต้องอยู่ในขอบเขตของกฎหมายและให้นำบทบัญญัติของพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนที่เกี่ยวกับการโฆษณามาใช้บังคับโดยอนุโลม
- วัตถุอันตรายต้องขึ้นทะเบียนและแสดงข้อความบนฉลากเพิ่มเติม “ห้ามนำไปใช้ในวัตถุประสงค์อื่น นอกจากที่ระบุไว้บนฉลาก” การโฆษณาไม่ต้องการอนุญาต แต่จะต้องอยู่ในขอบเขตของกฎหมายและให้นำบทบัญญัติของพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนที่เกี่ยวกับการโฆษณามาใช้บังคับโดยอนุโลม

- ข้อความการโฆษณาจะต้องไม่เป็นเท็จ หรือหลอกลวง ทำให้เข้าใจผิดในสาระสำคัญ คุณภาพ และคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.)

โทรสายด่วน 1556 www.fda.moph.go.th



10. กฎหมายธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2551

ธุรกิจออนไลน์ที่ประกอบธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ จะต้องดำเนินการขอใบอนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ต่อกรมการท่องเที่ยว

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

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

กรมการท่องเที่ยว สำนักงานทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์กลาง

โทรศัพท์ : 02-401-1111 www.mots.go.th

NOTE

นอกจากนี้ยังมีกฎหมายอื่นที่เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการแต่ละประเภท ซึ่งผู้ประกอบการจะต้องศึกษารายละเอียดเพื่อปฏิบัติให้ถูกต้องตามกฎหมาย ไม่ส่งผลให้เกิดปัญหาในการประกอบธุรกิจของตน

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า ได้ส่งเสริมการเริ่มต้นและพัฒนาทักษะการประกอบธุรกิจ e-Commerce โดยจัดทำโครงการ New Wave e-Commerce อบรมให้ความรู้ ฝึกปฏิบัติจริง ในห้องเรียน พร้อมการสนับสนุนให้ธุรกิจสร้างร้านค้าออนไลน์ได้จริง โดยเน้นการเปิดเว็บไซต์ ร้านค้าออนไลน์ เพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือสร้างโอกาสการขายแก่ธุรกิจ และได้พัฒนาเว็บไซต์



www.DBDMart.com ศูนย์สร้างสรรค์การประกอบธุรกิจ
(e-Commerce Start-Up) เพื่อเป็นศูนย์กลาง

ความรู้การประกอบธุรกิจอย่างครบวงจร เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถศึกษาด้วยตนเองได้ตลอดเวลา ทุกสถานที่

e-Commerce Start-Up มีอะไร ?



- บทเรียน e-learning และองค์ความรู้การประกอบธุรกิจ e-Commerce
- การทดลองสร้างร้านค้าออนไลน์ Web Simulation
- ข้อมูลผู้ให้บริการด้านการประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เช่น ให้บริการอินเทอร์เน็ต จัดทำเว็บไซต์ จดชื่อโดเมนเนม เว็บไซต์ตั้ง การขนส่ง e-Payment และ e-Marketplace เป็นต้น
- เผยแพร่ธุรกิจที่ได้รับการส่งเสริมจากกรมฯ สร้างโอกาสในการจับคู่ธุรกิจ เช่น ธุรกิจแฟรนไชส์ คำสั่ง คำปลีก โลจิสติกส์ บริการด้านสุขภาพ และร้านค้าออนไลน์ เป็นต้น
- เชื่อมโยงข้อมูลหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจ ทั้งภาครัฐ องค์กรมหาชน และสมาคมต่างๆ

ผู้ประกอบการหรือผู้ให้บริการด้าน e-Commerce ที่ประสงค์จะเผยแพร่ธุรกิจ สามารถสมัครเป็นสมาชิกได้ที่ www.dbdmart.com โดยกรมฯ สงวนสิทธิ์ในการตรวจสอบเพื่อความถูกต้องก่อนนำขึ้นเผยแพร่



ศูนย์กลยุทธ์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Strategy Center)

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า ได้จัดอบรมเชิงปฏิบัติการในการใช้เทคนิคกลยุทธ์ e-Marketing การบริหารจัดการที่ดี การพัฒนาสู่เกณฑ์มาตรฐานคุณภาพธุรกิจ เพื่อช่วยเพิ่มจำนวนผู้เข้าชม และสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ โดยจัดตั้ง **ศูนย์กลยุทธ์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Strategy Center)** เป็นศูนย์ให้ความรู้การปรับตัว พัฒนาเทคนิคกลยุทธ์ให้ทันหรือล้ำหน้าความเปลี่ยนแปลงของ เทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและกระทบต่อการประกอบธุรกิจ พร้อมทั้ง การให้วิเคราะห์ธุรกิจและให้คำปรึกษาเป็นการเฉพาะ หรือเป็นกลุ่มที่ต้องการการพัฒนาและ คำแนะนำในเรื่องเดียวกัน เช่น ทำอย่างไรให้เว็บไซต์เป็นที่รู้จัก มีผู้บริโภคเข้าเยี่ยมชมและ เชื่อมั่นที่จะสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ผ่านร้านค้าออนไลน์ของตน ซึ่งได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดีจาก ผู้ทรงคุณวุฒิในแต่ละด้านที่มีความตั้งใจถ่ายทอดความรู้ ประสบการณ์ เพื่อช่วยให้ธุรกิจไทย ประสบความสำเร็จ **ศูนย์กลยุทธ์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์** ได้กำหนดแนวทาง 3 ระดับ ดังนี้



ผู้ประกอบการที่มุ่งมั่นจะพัฒนานตนเอง เพื่อความสำเร็จตามเป้าหมาย สามารถติดตาม การส่งเสริมพัฒนาธุรกิจ ได้ที่ www.dbd.go.th หรือสอบถาม eMail : e-commerce@dbd.go.th หรือ สำนักพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โทร 02-5475959-61



Easy Online Shop

ที่ปรึกษาและทีมงานผู้จัดทำคู่มือ

ที่ปรึกษา

อธิบดีกรมพัฒนาธุรกิจการค้า
(นางสาวผ่องพรรณ เจียรวิริยะพันธ์)

รองอธิบดีกรมพัฒนาธุรกิจการค้า
(นายวิชัย โภชนกิจ)

นายกสมาคมผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไทย

คณะทำงานของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า

1. นางสาวศุฑารดา เซาวันสุชุม
ผู้อำนวยการสำนักพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
2. นางเดือนรุ่ง สติติยชัยวัฒนา
นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ
3. นางสาวกัลยา บุญทวีบรรจง
นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ

คณะทำงานของสมาคมผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไทย

1. นายบุรินทร์ เกล็ดมณี
2. นางสาวกมลทิพย์ ปิยพิทยานันต์



Easy Online Shop



กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

Department of Business Development

44/100 ถนน นนทบุรี 1 ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี 11000

44/100 Nonthaburi 1 Rd. Bangkrasor Muang Nonthaburi 11000 Thailand

Tel. 0 2528 7600 Hotline 1570

www.dbd.go.th

