



แนวทางการเพิ่ม ช่องทางการตลาด และการขายออนไลน์

สำหรับวิสาหกิจชุมชนผู้สูงอายุ



โดย กรมกิจการผู้สูงอายุ
ร่วมกับชมรมคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตเพื่อผู้สูงอายุ (OPPY CLUB)
บริษัท โอพีพีวาย จำกัด





โดย กรมกิจการผู้สูงอายุ ร่วมกับ

ชมรมคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตสำหรับผู้สูงอายุ (OPPY CLUB)

บริษัท โอพีพีวาย จำกัด



พฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคปัจจุบันนี้เริ่มเปลี่ยนไป! การใช้สมาร์ทโฟนและสื่อสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะการใช้ **ไลน์ (LINE)** และ **เฟซบุ๊ก (Facebook)** กลายเป็นปัจจัยหนึ่งของการดำเนินชีวิต การจับจ่ายใช้สอยของนักช้อปปิ้งออนไลน์ผ่านทางมือถือกลายเป็นเรื่องปกติตามแบบฉบับวิถีใหม่ (New Normal) ไม่ว่าจะรับประทานอาหารของจำเป็นในครัวเรือน ของอุปโภคบริโภคที่เคยไปซื้อตามห้างตามร้าน ยุคนี้ สามารถซื้อได้ง่ายผ่านมือถือเครื่องเดียว แล้วนั่งรอรับของอยู่ที่บ้าน และจะดีกว่าหรือไม่ ถ้าวิสาหกิจชุมชนผู้สูงอายุ เริ่มหันมาเรียนรู้วิธีการทำการตลาดออนไลน์และขายของออนไลน์ควบคู่ไปกับการขายหน้าร้านกันดูบ้าง

หนังสือเล่มนี้ มีหลายเรื่องที่น่าเรียนรู้เกี่ยวกับแนวทางการทำการตลาดออนไลน์และการขายออนไลน์ผ่านสื่อสังคมโซเชียลยอดฮิต ซึ่งเรื่องเหล่านี้เป็นเรื่องที่ไม่ยากอย่างที่คิด

สูตรรา จำลองศุภลักษณ์

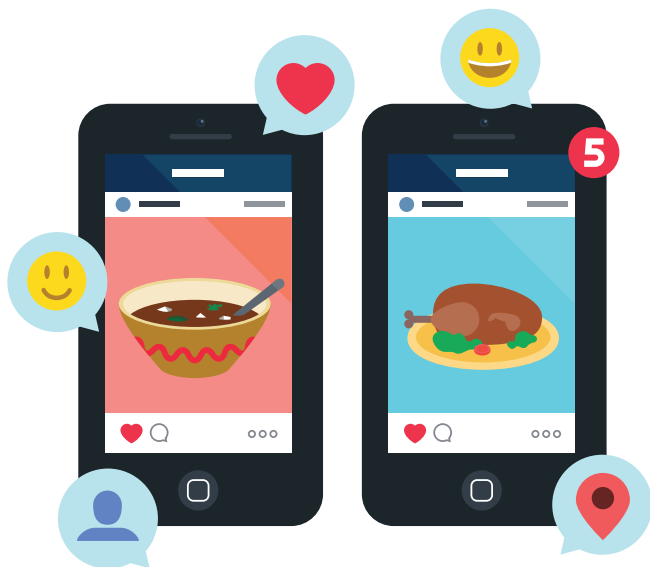
สารบัญ



1. การวิเคราะห์กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	9
• การวิเคราะห์กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	10
2. สื่อสังคมออนไลน์เครื่องมือทางการตลาดและขายของออนไลน์	15
• สื่อสังคมออนไลน์เครื่องมือทางการตลาดและขายออนไลน์	16
• เฟสบุ๊ก (Facebook)	16
• LINE	19
• Instagram (ไอจี)	20
3. การนำเสนอเรื่องราวผ่านสื่อสังคมออนไลน์อย่างไรให้ได้ผล	21
• ทำความเข้าใจกับรูปแบบของเนื้อหาที่ใช้ในการสื่อสาร	22
• เทคนิคการสร้างเรื่องราว	24
• หลักการเล่าเรื่องที่ดี	25
• การสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการเล่าเรื่อง	27

4. เทคนิคการถ่ายภาพสินค้าและการแต่งภาพด้วยกล้องมือถือ 28

- **เทคนิคการถ่ายภาพสินค้าด้วยกล้องมือถือ** 29
 - ถ่ายภาพให้ชัด โฟกัสให้แม่น 29
 - ถ่ายภาพด้วยแสงธรรมชาติ 32
 - ฉากหลังเรียบง่าย สินค้าโดดเด่น 33
 - ถ่ายภาพด้วยมุมมองที่หลากหลาย 35
 - ถ่ายภาพสินค้าหลายมุมเพื่อประกอบการตัดสินใจ 36
 - เน้นจุดขายด้วยการถ่ายภาพระยะใกล้ 37
 - แต่งเติมเรื่องราวให้กับสินค้าด้วยของประกอบฉาก 39
- **การแต่งภาพสินค้าด้วยแอปบนมือถือ** 40
 - การแต่งภาพสินค้าด้วยแอป LINE CAMERA 42
 - ขั้นตอนที่ 1: การปรับแสงสีของภาพถ่าย 42
 - ขั้นตอนที่ 2: การเพิ่มกรอบภาพสวยเก๋ 48





- ขั้นตอนที่ 3: การพิมพ์ข้อความลงบนภาพ 50
- ขั้นตอนที่ 4: การบันทึกภาพเก็บไว้ในแอปฯ Photo (รูปภาพ) 53
- การนำภาพหลายภาพมารวมกันด้วยภาพปะติด 54

5. เฟสบุ๊ก สื่อสังคมออนไลน์ยอดนิยม 61

- **การขายออนไลน์ผ่านเฟสบุ๊กมาร์เก็ตเพลส** 62
 - การค้นหาสินค้าในเฟสบุ๊กมาร์เก็ตเพลส 63
 - การโพสต์ขายสินค้า 68
 - การแก้ไขสินค้าที่ประกาศขาย 71
 - การลบโพสต์สินค้าที่ประกาศขาย 73
- **การส่งเสริมการขายออนไลน์ผ่านเฟสบุ๊กเพจ** 75
 - การตั้งชื่อเพจที่ดีและสร้างแบรนด์ได้ 76
 - การสร้างการรับรู้ของร้านผ่านโลโก้และภาพหน้าปก 77
 - การอัปเดตข้อมูลของเพจอย่างสม่ำเสมอ 79

• การสร้างเฟสบุ๊กเพจ	80
• การเปิดดูเฟสบุ๊กเพจของคุณ	85
• การแก้ไขภาพหน้าปกของเฟสบุ๊กเพจ	85
• การแก้ไขภาพโปรไฟล์ของเฟสบุ๊กเพจ	88
• การเผยแพร่ข้อความ (Publish)	90
• การโพสต์รูปภาพ (Photo)	91
• การแก้ไขโพสต์	93
• การลบโพสต์	94
• การเชิญชวนเพื่อนให้มากดไลค์เฟสบุ๊กเพจของคุณ	96

6. ช่องทางออนไลน์ที่น่าสนใจ 97

• การตลาดออนไลน์ผ่านทาง LINE	98
• การสร้างการรับรู้และจดจำของลูกค้าผ่านทาง LINE	98
• การโพสต์ใหม่ไลน์อย่างมืออาชีพ	99
• การจัดกลุ่มในไลน์	100
• การเปลี่ยนเบอร์โทรใหม่ แต่ LINE เดิมยังใช้ได้	100
• การเชื่อมบัญชี LINE กับอีเมล	101
• การตลาดออนไลน์ผ่านทางไอจี (อินสตาแกรม)	102
• การลงชื่อเข้าใช้ไอจี	104
• การเปลี่ยนรูปภาพประจำตัว	105
• การเปิดดูภาพถ่ายจากสมาชิกของอินสตาแกรม	108
• การค้นหาบัญชีชื่อผู้ใช้ที่ต้องการติดตาม	109
• การค้นหารูปภาพด้วยแท็ก (Tags)	110
• การเปิดดูรูปภาพจากบุคคลที่คุณติดตาม	112

• การโพสตรูปภาพ	112
• การแก้ไขคำอธิบายของรูปภาพที่โพสตีไปแล้ว	117
• การลบรูปภาพที่โพสตีไปแล้ว	118
• การกดไลค์รูปภาพ	118
• การแสดงความคิดเห็นรูปภาพ	118

7. ปัจจัยสู่ความสำเร็จของการตลาดและขายของออนไลน์ 119

• ปัจจัยสู่ความสำเร็จของการตลาดและขายของออนไลน์	120
---	-----

8. ปัญหาและอุปสรรคของการตลาดและขายของออนไลน์ 125

• ปัญหาและอุปสรรคของการตลาดและขายของออนไลน์	126
---	-----



1

การวิเคราะห์ กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย



การเข้าใจพฤติกรรมการใช้ชีวิตและพฤติกรรม การซื้อ
ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของคุณอย่างชัดเจน จะทำให้สามารถ
พัฒนาสินค้าได้โดนใจกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี



การวิเคราะห์กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

สำหรับวิสาหกิจชุมชนผู้สูงอายุ หรือกลุ่มผู้สูงอายุที่รวมกลุ่มกันเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการออกสู่ตลาด ก่อนจะก้าวสู่การทำธุรกิจอย่างจริงจัง สิ่งแรกที่จะขอแนะนำให้ช่วยกันคิดวิเคราะห์ เพื่อการพัฒนาและการทำธุรกิจอย่างยั่งยืน นั่นก็คือ การรู้จักกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นอย่างดี ผลิตภัณฑ์ที่ร่วมกันผลิตอยู่นี้ เหมาะสำหรับคนกลุ่มไหน? คนกลุ่มนี้ต้องการอะไรเป็นพิเศษ? ทำอย่างไรลูกค้ากลุ่มนี้ถึงอยากซื้อผลิตภัณฑ์ของคุณ แล้วเมื่ออยากซื้อแล้ว ยังมีเงื่อนไขอะไรบ้างที่จะช่วยให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อได้รวดเร็วขึ้น สำหรับท่านที่ยังนึกไม่ออกว่าผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเราเหมาะกับใคร และตอบโจทย์อะไรให้กับลูกค้า ลองมาอ่านและตอบคำถามต่อไปนี้ดู น่าจะเป็นไอเดียได้พอสมควร

ลูกค้าของคุณคือใคร?

คำถามว่า **ลูกค้าของคุณคือใคร?** เป็นคำถามแรกที่จะต้องคิด วิเคราะห์ และหาคำตอบให้ได้ก่อนเป็นอันดับแรก เพราะคนกลุ่มนี้ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของ อายุ เพศ การศึกษา อาชีพ รายได้ สถานะทางครอบครัว (โสด มีแฟน แต่งงานแล้ว มีบุตร ฯลฯ) พื้นที่อยู่อาศัย พฤติกรรมการใช้ชีวิต รักสุขภาพ และอื่น ๆ อีกมากมาย ถ้าคุณสามารถตอบคำถามข้อแรกนี้ได้อย่างละเอียดทุกด้าน คุณจะสามารถนำ ข้อมูลเหล่านี้ไปประกอบแนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ สินค้า และบริการ เพื่อให้ตอบโจทย์คนกลุ่มนี้ ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าของคุณได้อย่างชัดเจนและตรงเป้าหมายมากขึ้น



ลูกค้าต้องการอะไร?

คำถามข้อถัดมานี้ ต่อเนื่องมาจากคำตอบของข้อแรก เมื่อคุณทราบแล้วว่ากลุ่มลูกค้าเป้าหมายของคุณคือใคร? คุณต้องตอบคำถามต่อไปนี้ให้ได้ว่า ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของคุณต้องการอะไร? ต้องการสินค้าและบริการแบบไหน? บรรจุภัณฑ์ของสินค้าควรเป็นอย่างไร? คุณภาพของสินค้าและบริการอยู่ในระดับใด? คุณสมบัติของสินค้าและบริการแบบใดที่ลูกค้าชอบ ตัวอย่างเช่น ถ้าผลิตภัณฑ์ของคุณ คือ ผลิตภัณฑ์จากผักตบชวา ผลิตเป็นกระเป๋าทะกร้ารูปทรงหลากหลาย กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็น เด็กวัยรุ่น วัยทำงาน และ สูงวัย ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีช่วงอายุหลากหลาย และแต่ละช่วงวัย ก็มีความต้องการที่แตกต่างกัน ถ้าเป็นช่วงเด็กวัยรุ่น อาจจะต้องการกระเป๋ามีลักษณะเท่ ๆ เช่น เป้สะพายหลัง และวาดลวดลายที่วัยรุ่นชอบ ลงบนกระเป๋า หรือ เป็นกระเป๋าใบใหญ่ ๆ สวยเก๋ แบบมีเอกลักษณ์ ส่วนวัยทำงาน อาจจะชอบอะไรที่เรียบง่าย สุภาพเรียบร้อย ดูเป็นธรรมชาติ เพื่อใช้สะพายไปทำงาน ส่วนผู้สูงวัย น่าจะชอบสไตล์แบบตะกร้าที่สามารถใส่ของไปทำบุญที่วัดได้ เป็นต้น กลุ่มคนแต่ละช่วงวัย ก็จะมีความต้องการที่แตกต่างกัน





ทำไมลูกค้าจึงอยากจะซื้อสินค้าของคุณ?

คำถามที่ต้องตอบให้ได้ต่อมา คือ ทำไมลูกค้าจึงอยากจะซื้อสินค้าของคุณ? ทั้งนี้ ร้านของคุณอาจจะไม่ได้เป็นร้านเดียวที่ขายสินค้าแบบนี้ คุณอาจจะมีคู่แข่งอีกมากมาย โดยเฉพาะในโลกของการซื้อขายออนไลน์ การตอบคำถามในข้อนี้ เรื่องหนึ่งที่คุณไม่ควรมองข้าม คือ การสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง ไม่ว่าจะเป็นความคิดสร้างสรรค์ที่ทำให้ดูแตกต่าง บรรจุภัณฑ์ที่ทำให้สินค้าดูโดดเด่นมีเอกลักษณ์ หรือ อาจจะเป็นเรื่องของบริการพิเศษที่มอบให้กับลูกค้า ทั้งการจัดส่ง บริการหลังการขาย ก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่ลูกค้าอาจจะตัดสินใจซื้อของจากร้านคุณก็ได้

นอกจากนี้ ปัจจัยที่ทำให้ลูกค้าอยากซื้อสินค้าหรือบริการของคุณ อาจจะเป็นเพราะสินค้าและบริการของคุณตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า, ลูกค้ามีความเชื่อมั่นในตราสินค้า, ลูกค้าคิดว่าคุ้มค่าถึงแม้ว่าจะต้องจ่ายแพง, สามารถเจรจาต่อรองได้, มีส่วนลด หรือแม้กระทั่ง คนขายน่ารัก พุดจาดี บริการดี ก็เป็นเหตุผลหนึ่งที่ลูกค้าอยากซื้อสินค้าจากร้านนี้

ลูกค้าจะซื้อสินค้าเมื่อไร?

ประเด็นที่สำคัญอีกประเด็นหนึ่งที่คุณไม่ควรมองข้าม คือ คุณควรทราบว่าลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของคุณจะซื้อสินค้า หรือ บริการของคุณเมื่อไหร่? ช่วงเวลาใด? สินค้าบางอย่าง อาจจะขายได้ดีเฉพาะช่วงเทศกาล บางอย่าง ขายได้ตามฤดูกาล ดังนั้น คุณควรตอบคำถามข้อนี้ให้ได้ เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการวางแผนการตลาดของคุณ ทั้งการตลาดแบบออนไลน์ และออฟไลน์ (ขายที่หน้าร้าน, ออกบูธ, ร่วมงานอีเวนต์ต่าง ๆ)

ลูกค้ามีเงื่อนไขในการตัดสินใจซื้ออย่างไร?

เงื่อนไขบางอย่างที่ทางร้านมีให้กับลูกค้า มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหรือไม่ซื้อของลูกค้า เช่น ตัดสินใจซื้อร้านนี้ เพราะให้เครดิตนานกว่าร้านอื่น ตัดสินใจอย่างรวดเร็วเมื่อมีของแถม หรือ ยกเลิกการสั่งซื้อทันทีเมื่อทราบว่าไม่มีบริการเก็บเงินปลายทาง

2

สื่อสังคมออนไลน์ เครื่องมือทางการตลาด และขายของออนไลน์



สื่อสังคมออนไลน์ เป็นเครื่องมือสำหรับการตลาดและการขายของออนไลน์ที่สำคัญ จะช่วยให้มีคนรู้จักสินค้าของคุณเพิ่มมากขึ้น และถ้าสินค้าของคุณดีจริง การบอกต่อ การแชร์ผ่านสื่อโซเชียล จะส่งผลดีต่อกิจการแน่นอน

สื่อสังคมออนไลน์เครื่องมือทางการตลาดและขายออนไลน์

สื่อสังคมออนไลน์ เป็นเครื่องมือสำหรับการตลาดและการขายของออนไลน์ที่สำคัญ จะช่วยทำให้มีคนรู้จักสินค้าของคุณเพิ่มมากขึ้น และถ้าสินค้าของคุณดีจริง การบอกต่อ การแชร์ผ่านสื่อโซเชียล จะส่งผลดีต่อกิจการแน่นอน



เฟสบุ๊ก (Facebook)

เฟสบุ๊ก (หรือที่เรียกกันสั้น ๆ ว่า เฟส) เป็นโซเชียลมีเดีย (สื่อสังคมออนไลน์) ที่ได้รับความนิยมมากในปัจจุบัน จะเห็นว่านอกจาก รูปภาพ ข้อความ ที่นิยมโพสต์กัน เป็นเรื่องปกติในชีวิตประจำวันแล้ว ก็ยังมีการขายของกันอย่างแพร่หลายอีกด้วย ใครก็ตามที่มีโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน แล้วเชื่อมต่อกับสัญญาณอินเทอร์เน็ตได้ ก็สามารถเปิดบัญชีเฟสบุ๊กได้

ก่อนอื่น มาทำความรู้จักกับเฟสบุ๊กกันก่อน เฟสบุ๊ก ที่เห็นกันอยู่นี้ มีด้วยกัน 2 แบบ ได้แก่ **เฟสบุ๊กส่วนตัว** และ **เฟสบุ๊กเพจ**

การเริ่มต้นใช้เฟสบุ๊ก ทุกคนต้องเริ่มที่ **เฟสบุ๊กส่วนตัว** ก่อน การสมัครไม่ยาก คุณสามารถสมัครสมาชิกใหม่ผ่านแอปเฟสบุ๊กบนมือถือได้เลย โดยจะเลือกสมัครด้วยอีเมล หรือ เบอร์โทรศัพท์มือถือก็ได้

จากนั้น ก็ส่งคำขอไปยังเพื่อน ๆ ที่เล่นเฟสบุ๊ก เมื่อมีการตอบรับเป็นเพื่อนแล้ว ไม่ว่าคุณโพสต์รูปภาพ ข้อความ กดไลค์ กดแชร์ ทุกสรรพสิ่งในเฟสบุ๊กของคุณ เพื่อน ๆ เฟสบุ๊กของคุณทั้งหมดจะเห็น และเช่นเดียวกัน เมื่อเพื่อน ๆ ของคุณโพสต์ กดไลค์ กดแชร์ คุณก็จะเห็นเช่นกัน



ด้วยคุณสมบัติที่โดดเด่นของเฟสบุ๊คที่กล่าวมานี้ ทำให้เฟสบุ๊คกลายเป็นช่องทางขายของออนไลน์ยอดนิยมอันดับ บางคนก็ขายของกันผ่านหน้าเฟสบุ๊คส่วนตัวนี้แหละ ลูกค้า คือเพื่อน ๆ บนเฟสบุ๊ค หรือไม่ก็เพื่อนของเพื่อน เมื่อเพื่อนชอบใจสินค้า กดไลค์ กดแชร์ ทำให้เพื่อนของเพื่อนเห็น...ในที่สุด ถ้าสินค้าของคุณดีจริง บริการน่าประทับใจ คุณจะได้เพื่อนของเพื่อนมาเป็นลูกค้าอีกมากมาย

อย่างไรก็ตาม **เฟสบุ๊คส่วนตัว มีข้อจำกัด** อาจจะไม่เหมาะสำหรับการขายของออนไลน์ (แบบขายกันจริงจัง) เพราะเมื่อเรื่องส่วนตัว มาอยู่กับสินค้าที่เสนอขาย ลูกค้าอาจจะสับสน และเกิดความรำคาญใจ ที่ต้องการรับรู้เรื่องส่วนตัวของผู้ขายด้วย เพราะการที่ลูกค้าจะเห็นสินค้าที่คุณโพสต์ขายในหน้าเฟสบุ๊คส่วนตัว ลูกค้าจะต้องมาเป็นเพื่อนในเฟสบุ๊คกับคุณก่อน นั่นหมายความว่า คุณโพสต์เรื่องส่วนตัว ลูกค้าจะเห็นเรื่องนั้นด้วยเช่นกัน

ดังนั้น สำหรับการขายของออนไลน์ จึงขอแนะนำให้ใช้ “เฟสบุ๊กเพจ”
จะเหมาะสมมากกว่า

เหตุผลหลัก ที่เฟสบุ๊กเพจ เหมาะสำหรับการขายของออนไลน์ มากกว่า เฟสบุ๊ก
ส่วนตัว

เฟสบุ๊กเพจ สามารถมีคนติดตามกดไลค์เป็นแฟนเพจได้ไม่จำกัด แต่เฟสบุ๊ก
ส่วนตัว เพิ่มเพื่อนได้สูงสุดแค่ 5,000 คน

เฟสบุ๊กเพจ สามารถใช้บัญชีเฟสบุ๊กส่วนตัว สร้างเพจได้ไม่จำกัดจำนวน
แต่เฟสบุ๊กส่วนตัว ไม่สามารถสร้างเฟสบุ๊กเพิ่มได้ ต้องสมัครใหม่เท่านั้น

เฟสบุ๊กเพจ มีสิทธิการใช้งานแจ้งให้ทราบอย่างละเอียด ทำให้สามารถ
นำข้อมูลมาวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าได้ แต่เฟสบุ๊กส่วนตัว ไม่มีสิทธิ
การใช้งานแจ้ง ทำให้วิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าได้ยาก

เฟสบุ๊กเพจ สามารถลงโฆษณากับเฟสบุ๊กได้ แต่เฟสบุ๊กส่วนตัวไม่สามารถ
ลงโฆษณาได้

ดังนั้น จะเห็นได้ว่า ในแง่ของการทำธุรกิจขายของออนไลน์ การใช้เฟสบุ๊ก
เพจ สำหรับขายของออนไลน์ จึงน่าจะเหมาะสมกว่า





LINE

LINE เป็นแอปพลิเคชันยอดนิยมใช้ในการสื่อสาร คุยกันทั้งเรื่องส่วนตัวและเรื่องงาน สื่อสารกันได้สะดวก รวดเร็วทันใจ ส่งได้ทั้งข้อความ รูปภาพ คลิปวิดีโอ แถมยังสามารถใช้โทรคุยกันแทนการใช้โทรศัพท์ได้ด้วย อีกด้วย แล้วไม่ได้พูดคุยกันได้เฉพาะเสียง แต่ยังสามารถ คุยกันเป็นวิดีโอ (Video Call) ได้ด้วย ประเด็นสำคัญ คือ ใช้ฟรี โทรฟรี!

ความโดดเด่นของแอป LINE นี้ ทำให้คนที่เปิด ร้านขายของ ไม่ว่าจะเป็นขายของแบบมีหน้าร้าน หรือ ขายของออนไลน์ หันมาใช้ LINE เป็นช่องทางในการ สื่อสารกับลูกค้า รวมไปถึงเป็นช่องทางในการจำหน่าย สินค้าอีกช่องทางหนึ่งด้วย



Instagram (ไอจี)

อินสตาแกรม (Instagram) หรือที่นิยมเรียกกันว่า ไอจี (IG) เป็นสื่อสังคมออนไลน์ยอดนิยม สำหรับการโพสต์รูปภาพ และคลิปวิดีโอสั้น ๆ ด้วยความที่มีผู้คนนิยมเล่นไอจีกันทั่วโลก หลายคนจึงเห็นช่องทางในการขายของออนไลน์ผ่านทางไอจี

3

การนำเสนอเรื่องราว ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ อย่างไรให้ได้ผล



การนำเสนอเรื่องราวดี ๆ มีคุณภาพ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ถือเป็นเรื่องสำคัญ
อีกเรื่องหนึ่งที่ไม่ควรมองข้าม รูปภาพที่สวยงาม สามารถดึงดูดคนให้หยุดดูได้
แต่ถ้ารูปภาพนั้น ปราศจากคำบรรยาย ก็อาจจะไม่มีประโยชน์



ทำความเข้าใจกับรูปแบบของเนื้อหาที่ใช้ในการสื่อสาร

รูปแบบของเนื้อหาที่ใช้ในการสื่อสารออนไลน์นั้น แบ่งออกเป็น 4 แบบ ได้แก่

1. รูปภาพ การนำเสนอเรื่องราวผ่านรูปภาพ เป็นที่นิยมกันอย่างมาก ในสื่อสังคมออนไลน์ การใช้เทคนิคถ่ายภาพที่ดี จะช่วยให้การนำเสนอดึงดูดความสนใจของผู้ที่ได้เห็นเป็นอย่างดี ทั้งนี้ การนำเสนอรูปภาพเพียงอย่างเดียวอาจจะไม่เพียงพอ สิ่งที่จะทำให้รูปภาพมีความหมายและมีคุณค่าเพิ่มมากขึ้น คือ คำบรรยาย หรือเรื่องเล่าประกอบภาพ สื่อสังคมออนไลน์ยอดนิยม เช่น เฟสบุ๊ก (Facebook) อินสตาแกรม (Instagram) และ ไลน์ (LINE) จะมีการโพสต์รูปภาพ แชร์รูปภาพ และมีเรื่องเล่าดี ๆ มากมาย

2. คลิปวิดีโอ การนำเสนอที่มีประสิทธิภาพมากกว่ารูปภาพ นั่นก็คือ คลิปวิดีโอ (ภาพเคลื่อนไหวและเสียงบรรยาย) ปัจจุบัน YouTube เป็นแหล่งรวมคลิปวิดีโอจากทั่วทุกมุมโลก และเป็นสื่อออนไลน์ที่ได้รับความนิยมอันดับต้น ๆ

การทำสื่อโฆษณา การรีวิวสินค้า ถ้าผลิตเป็นคลิปวิดีโอ นำเสนอผ่าน YouTube ได้ จะสามารถทำให้ลูกค้าเข้าถึงสินค้าเราได้ดีที่สุดทีเดียว นอกจากที่จะนำคลิปวิดีโอ ไปเผยแพร่บน YouTube แล้ว คุณยังสามารถแชร์คลิปวิดีโอนี้ผ่านทาง เฟสบุ๊ก ส่วนตัว เฟสบุ๊กเพจ อินสตาแกรม และ ไลน์ได้อีกด้วย

3. คำพูดดี & ประโยคเด็ด การนำเสนอผ่านทางสื่อโซเชียลที่นิยมกัน เป็นอย่างมาก คือ คำพูดดี ๆ ประโยคเด็ด ๆ ที่มีความหมายโดนใจ และสร้าง แรงบันดาลใจให้กับหลายคน ซึ่งที่เห็นทั่วไปนั้นมักจะออกแบบร่วมกับภาพถ่าย และมีการแชร์ต่อกันเป็นจำนวนมาก นับว่าสื่อทางการตลาดบนสื่อสังคมออนไลน์ ที่ได้ผลดีเยี่ยมอีกสื่อหนึ่งทีเดียว

4. เรื่องราวที่ดี การเล่าเรื่องราวที่ดี เน้นคุณภาพของเนื้อหา และสื่อได้ ถึงสิ่งที่ผู้เขียนต้องการจะสื่อได้อย่างชัดเจนนั้น ถือเป็นการสื่อสารอีกรูปแบบหนึ่ง ที่ได้รับความนิยมกันมากทางสื่อสังคมออนไลน์ และนักการตลาดออนไลน์หันมา ให้ความสนใจกับเทคนิคของการเล่าเรื่องกันอย่างมาก





เทคนิคการสร้างเรื่องราว

การส่งเสริมการขายออนไลน์ เพียงแค่โพสต์ภาพสินค้าคงไม่เพียงพอต่อการตัดสินใจของลูกค้าว่าจะซื้อหรือไม่ซื้อ หากคุณสามารถเพิ่มเติมเรื่องราวที่มีความหมาย หรือ การเล่าเรื่องเข้าไปด้วย สินค้าของคุณก็จะดูน่าสนใจมากขึ้น

การเล่าเรื่อง (Story telling) เป็นกระบวนการเล่าเหมือนเล่านิทาน หรือ เรื่องเล่าในนิยาย ที่สามารถสร้างอารมณ์ร่วมให้คนรู้สึกคล้อยตามและจดจำ เรื่องราวนั้น ๆ ได้

เทคนิคของการเล่าเรื่องในแง่ของการตลาดที่ดีนั้น ต้องสามารถทำให้ผู้บริโภค รู้สึกเหมือนได้เดินทางไปกับเรื่องเล่านั้น และส่งผลต่อผู้บริโภค ยิ่งถ้าเป็นเรื่องเล่า ที่โดนใจมีความเกี่ยวข้องกับปัญหาที่ลูกค้าประสบอยู่แล้วสินค้าของคุณตอบโจทย์ หรือช่วยแก้ไขปัญหาลูกค้าได้ อาทิเช่น สินค้าเกี่ยวกับสุขภาพ เล่าเรื่องจริง ที่มีผู้ใช้สินค้าของคุณแล้วสุขภาพดีขึ้น ที่สำคัญเรื่องเล่านี้ ต้องมีความกระชับ ชัดเจน เมื่ออ่านแล้ว หรือ ดูแล้วมีความรู้สึกอยากกลับมาดูซ้ำ ฟังซ้ำได้อีก หรือ อยากส่งต่อ นำไปเล่าต่อ

หลักการเล่าเรื่องที่ดี

1. เล่าเรื่องจริงเท่านั้น

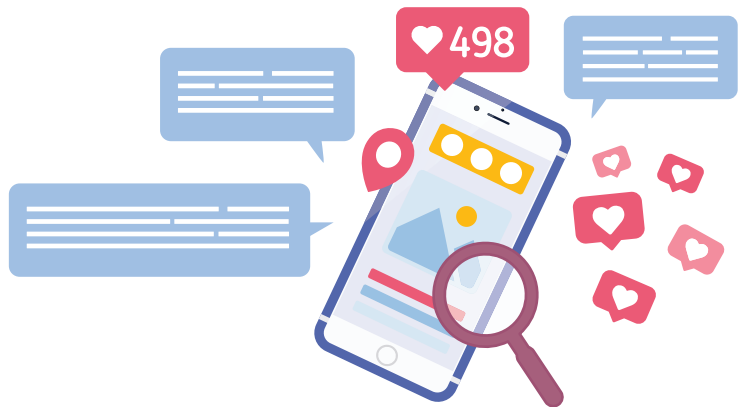
เรื่องเล่า ควรเป็นเรื่องจริงที่เกี่ยวข้องกับสินค้า หรือ บริการของคุณ เพราะลูกค้าทุกคนชอบความซื่อสัตย์ เริ่มต้นด้วยการนำเสนอตัวตนที่แท้จริงของสินค้าและบริการ สร้างสรรค์เรื่องราวที่น่าสนใจ น่าติดตาม

2. เล่าเรื่องที่มีสถานที่จริง

เรื่องเล่า ที่มีสถานที่จริงอยู่ในเรื่องด้วย จะทำให้เรื่องเล่านั้น มีความน่าเชื่อถือ และถ้าสถานที่นั้น เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเกี่ยวข้องกับสินค้าและบริการด้วย ก็จะยิ่งเพิ่มความน่าสนใจ ดึงดูดให้ลูกค้าให้ไปเยี่ยมชม และซื้อสินค้าและบริการของคุณในที่สุด

3. เล่าเรื่องที่มีเหตุการณ์จริง

เรื่องเล่า ที่มีเหตุการณ์จริง ไม่ว่าจะเป็นเหตุการณ์ในอดีต หรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ถ้าคุณสามารถสร้างสรรค์เรื่องราวของเหตุการณ์ให้เชื่อมโยงกับสินค้า หรือ บริการของคุณได้ ความน่าโดดเด่นของเรื่องเล่า และ ความน่าเชื่อถือจากเหตุการณ์จริงที่เกิดขึ้น จะสามารถดึงดูดให้ลูกค้าติดตามเรื่องเล่าจนนำมาสู่การซื้อสินค้าของคุณ



4. เล่าเรื่องที่ทำให้ลูกค้ารู้สึกเหมือนเดินทางไปกับเรื่องเล่า

เรื่องเล่า ที่มีการลำดับเรื่องราว เหตุการณ์ สถานที่ ได้อย่างต่อเนื่องลงตัว สร้างสรรค์ความแปลกใหม่ ให้ตัวเอกของเรื่อง เป็นสินค้า / บริการ โดยที่ตอนจบของเรื่องแสดงให้เห็นว่า ตัวเอกของเรื่องสามารถให้คำตอบที่น่าพอใจ ช่วยแก้ปัญหา หรือ เติมเต็มชีวิตให้กับลูกค้าได้

5. เล่าเรื่องที่บ่งบอกถึงอัตลักษณ์ของสินค้า

เรื่องเล่า ที่บ่งบอกถึงอัตลักษณ์ หรือ คุณลักษณะเฉพาะตัวที่โดดเด่นของสินค้า ชุมชน ภาษา วัฒนธรรมท้องถิ่น บุคคลที่เกี่ยวข้อง เช่น ปราชญ์ ดังนั้น ถ้าเรื่องเล่า ได้กล่าวถึงอัตลักษณ์ของสินค้าได้อย่างชัดเจนแล้ว จะทำให้ผู้อ่านสามารถเข้าใจและจดจำสินค้า / บริการของคุณได้เป็นอย่างดี ซึ่งอาจจะนำไปสู่การบอกต่อ และนำพาลูกค้าให้มาซื้อสินค้า / บริการของคุณได้ในที่สุด



6. เล่าเรื่องที่สร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง

เรื่องเล่า ที่ชี้ให้เห็นถึงความโดดเด่นของสินค้า / บริการ สร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง อาทิเช่น คุณสมบัติพิเศษ ราคา บริการหลังการขาย ความรวดเร็วในการจัดส่ง การเอาใจใส่ดูแลลูกค้า การตอบคำถามอย่างรวดเร็วทันใจ เป็นต้น

การสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการเล่าเรื่อง

1. เล่าจุดเด่นของแหล่งวัตถุดิบ คุณภาพชั้นเยี่ยม!
2. เล่ากระบวนการผลิต ฟังแล้วยากจัง!
3. เล่าเรื่องของผู้ออกแบบ ผู้ผลิต ทำได้ไม่กี่คน!
4. เล่าเรื่องความเชื่อ ศรัทธา อภินิหาร!
5. เล่าเรื่องอิงประวัติศาสตร์

4

เทคนิคการถ่ายภาพ สินค้าและการแต่งภาพ ด้วยมือถือ



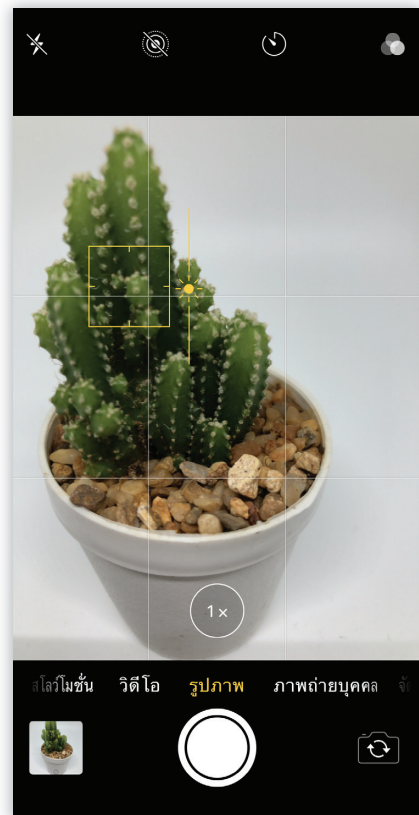
รูปภาพสินค้าที่ดูโดดเด่น สามารถดึงดูดความสนใจของลูกค้า
ได้เป็นอย่างดี การเรียนรู้เทคนิคการถ่ายภาพสินค้าและการตกแต่งภาพ
ด้วยกล้องมือถือ จึงเป็นเรื่องจำเป็น

เทคนิคการถ่ายภาพสินค้าด้วยกล้องมือถือ

ถ่ายภาพให้ชัด โฟกัสให้แม่น

ความคมชัดของภาพถ่าย ถือเป็นหัวใจสำคัญของการถ่ายภาพ ถ่ายภาพให้ชัด โฟกัสให้แม่น ก็มีชัยไปกว่าครึ่งแล้ว

ปัจจุบัน กล้องมือถือส่วนใหญ่จะมีระบบโฟกัสอัตโนมัติ วิธีการโฟกัสเพียงแค่จิ้มมือถือให้หนึ่ง ๆ เล็งไปที่สินค้ามือถือรุ่นใหม่มักมีวิธีการโฟกัสภาพคล้ายกัน คือ การใช้นิ้วแตะที่หน้าจอ โดยแตะบริเวณที่ต้องการจะทำให้ชัด ถ้าระยะห่างระหว่างมือถือกับตัวสินค้าได้ระยะชัดที่เหมาะสม กล้องมือถือก็จะยอมโฟกัสตัวสินค้าให้อัตโนมัติ ทั้งนี้ขึ้นกับประสิทธิภาพของมือถือด้วย และเมื่อเห็นว่ากล้องทำการโฟกัสภาพชัดแล้ว ให้ใช้นิ้วแตะที่ชัตเตอร์ ซึ่งปกติจะมีรูปสัญลักษณ์เป็นวงกลมสีขาว และที่สำคัญที่สุดคือ หลังกดชัตเตอร์ให้ถอยมือถือหนึ่ง ๆ อีต่อนิดหนึ่ง เพื่อให้ระบบของกล้องได้ทำการบันทึกภาพอย่าเพิ่งรีบขยับมือถือทันทีหลังกดชัตเตอร์ เพราะจะมีโอกาสทำให้ภาพเบลอได้



อย่างไรก็ตาม ถ้าคุณพยายามที่จะเตะหน้าจอเพื่อให้ระบบไฟกัสนอัตโนมัติของกล้องมือถือทำงานแล้ว แต่ผลปรากฏว่า ระบบไฟกัสนอัตโนมัติกลับไปจับภาพด้านหลังของสินค้าให้คมชัดแทนที่จะเป็นภาพตัวสินค้า และไม่ว่าคุณพยายามเตะหน้าจอก็ครั้ง กี่หนก็ตาม ความคมชัดก็ไม่เป็นไปตามต้องการ แต่คุณไม่ต้องกังวลใจ เพราะมีวิธีแก้ไขที่ไม่ยาก



วิธีแก้ไขให้จุดโฟกัสที่คมชัดมาจับอยู่ที่วัตถุตามต้องการ (สินค้า) คุณต้องขยับกล้องให้ห่างจากตัวสินค้ามากกว่าระยะห่างเดิม และลองแตหน้าจอเพื่อให้กล้องทำการโฟกัสใหม่ ถ้าความคมชัดยังอยู่ด้านหลังอีก ก็ให้ขยับกล้องออกมาห่างอีกหน่อย ลองขยับกล้องจนกระทั่งได้ภาพที่คมชัดตามต้องการ จากนั้นให้ถอยกล้องนิ่ง ๆ แล้วกดชัตเตอร์ และเมื่อกดชัตเตอร์แล้วย่าเฟิงขยับมือถือนิ่งให้ถนัดมือ หนึ่ง ๆ ชั่วจิตใจหนึ่ง เพื่อให้กล้องได้เก็บบันทึกภาพที่คมชัด



ถ่ายภาพด้วยแสงธรรมชาติ

การถ่ายภาพให้สวยงามน่ามอง แสงเงาเป็นสิ่งสำคัญที่ไม่ควรมองข้าม และถ้าเป็นไปได้ ขอแนะนำให้ถ่ายภาพสินค้าด้วยแสงจากธรรมชาติ

ควรหลีกเลี่ยงการถ่ายภาพนอกอาคาร (กลางแจ้ง) ในช่วงเที่ยงวันถึงราว ๆ บ่าย 2 โมง เนื่องจากพระอาทิตย์อยู่ตรงศีรษะพอดี เป็นช่วงเวลาที่ ไม่เหมาะสม เพราะจะทำให้เกิดเงา และแสงแดดที่แรงมาก ทำให้ภาพที่ได้ไม่มีความนุ่มนวล

การถ่ายภาพสินค้าภายในอาคาร แนะนำให้จัดสถานที่ถ่ายภาพใกล้กับหน้าต่างที่มีแสงส่องเข้ามา เพื่อให้ได้ความงามจากแสงธรรมชาติ กรณีที่แสงสว่างส่องไม่ถึง ก็คงต้องเปิดไฟช่วย แต่ไม่แนะนำให้ใช้แฟลชจากมือถือเพราะแสงจากแฟลชจะทำให้ภาพดูแข็งกระด้างเกินไป



เครดิตภาพ: <https://www.theodysseyonline.com/9-food-photography-tips>

ฉากหลังเรียบง่าย สินค้าโดดเด่น

การใช้ฉากหลังที่ดูเรียบง่ายสะอาดตา จะทำให้สินค้าดูโดดเด่น และสามารถทำให้ลูกค้าเห็นรายละเอียดของสินค้าได้มากกว่าการใช้ฉากหลังที่ดูรก ๆ



ฉากหลังที่เป็นที่นิยมใช้กัน คือ ผ้า กระดาษ พิวเจอร์บอร์ด ซึ่งหาซื้อได้ตามร้านขายเครื่องเขียนทั่วไป ราคาประหยัด



ถ้าไม่ต้องการลงทุนมาก ก็อาจมองหาวัสดุในท้องถิ่น หรือวัสดุรอบตัวของคุณ เช่น เสื่อยัดสีขาว หรือสีดำ ผ้าปูโต๊ะ ผ้าปูที่นอน สีพื้น ๆ โต๊ะไม้ ที่มีลายไม้เรียบง่าย เป็นเอกลักษณ์ หรือแม้กระทั่ง ผงงบ้านที่เป็นไม้ หรือ อิฐบล็อก ก็นำมาเป็น ฉากหลังของสินค้าได้เป็นอย่างดี



ถ่ายภาพด้วยมุมมองที่หลากหลาย

การถ่ายภาพจากมุมบน เป็นอีกมุมมองหนึ่งที่จะทำให้ภาพมุมมองใหม่ ที่แปลกตา และกำลังได้รับความนิยมมากสำหรับมุมถ่ายภาพเพื่อโพสต์บนสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะการถ่ายภาพอาหาร และภาพสินค้า



ที่มา: Image by Ylanite Koppens จากเว็บไซต์ <https://www.pixabay.com>

ถ่ายภาพสินค้าหลายมุมเพื่อประกอบการตัดสินใจ

การถ่ายภาพสินค้าเพื่อขายออนไลน์ หรือ ประชาสัมพันธ์สินค้าผ่านช่องทางการตลาดออนไลน์นั้นลูกค้าไม่สามารถจับต้องตัวสินค้าได้ ดังนั้น ภาพถ่ายของสินค้า ควรมีให้เห็นทั้ง ด้านหน้า ด้านข้าง ด้านบน ด้านหลัง เพื่อประกอบการตัดสินใจซื้อของลูกค้าและดึงดูดเด่นของสินค้าด้วยฉากหลังที่เรียบง่าย



เน้นจุดขายด้วยการถ่ายภาพระยะใกล้

การขายสินค้าออนไลน์ ต้องระลึกอยู่เสมอว่า ลูกค้าไม่สามารถจับต้องและพิจารณาสินค้าจริง ๆ ได้ ดังนั้น ถ้าต้องการให้ลูกค้าเห็นจุดเด่นของตัวสินค้า เช่น ลายผ้า วัสดุที่ใช้ ประกายแวววาวของเครื่องประดับจำพวกสร้อยคอ หรือรายละเอียดของสินค้าที่ทำให้สินค้านี้โดดเด่น เป็นต้น

สินค้าขนาดเล็กที่ควรถ่ายภาพระยะใกล้เพื่อให้ลูกค้าได้เห็นความโดดเด่นของตัวสินค้า อาทิเช่น เครื่องประดับ สร้อยคอ สร้อยข้อมือ ต่างหู แหวน ตุ๊กตาดินเผา ขนาดจิ๋ว พวงกุญแจ งานแกะสลักขนาดเล็ก เป็นต้น



ส่วนสินค้าประเภทอื่นที่ต้องการเน้นจุดเด่นสินค้า หรือ วัสดุที่ใช้ผลิตสินค้า อาทิเช่น ผ้าทอ เครื่องแต่งกายที่มีลวดลายเป็นเอกลักษณ์พื้นถิ่น หรือมีลายปักฉลุ ลายถักทอประดับผลิตภัณฑ์จากผ้าขาวม้า ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสาน (เชือกกล้วยตานี ไบลาน ผักตบชวา ไม้ไผ่) เป็นต้น



แต่งเติมเรื่องราวให้กับสินค้าด้วยของประกอบฉาก

การถ่ายภาพสินค้า โดยมีสิ่งของอื่น ๆ มาประกอบฉาก เป็นอีกหนึ่งเทคนิคที่จะช่วยเพิ่มความน่าสนใจให้กับสินค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าของประกอบฉากนั้นมีส่วนเกี่ยวข้องกับสินค้าด้วย ก็จะทำให้ภาพถ่ายมีเรื่องราว โดดเด่น สามารถดึงดูดความสนใจของผู้พบเห็นได้อีกด้วย



นอกจากนี้ สินค้าบางประเภท ถ้ามีสิ่งที่เกี่ยวข้องมาประกอบฉากแล้ว จะทำให้รู้ว่าสินค้าชิ้นนี้มีขนาดเล็กใหญ่เพียงใด เมื่อได้เทียบกับของประกอบฉาก และอาจเป็นการตอบสนองสงสัยของลูกค้าในเรื่องประโยชน์ใช้สอยจากสินค้าได้อีกด้วย



การแต่งภาพสินค้าด้วยแอปบนมือถือ

ภาพสินค้าที่โดดเด่น เป็นตัวดึงดูดความสนใจให้กับลูกค้าได้เป็นอย่างดี นอกจากเทคนิคการถ่ายภาพแล้ว การตกแต่งภาพด้วยแอปพลิเคชันบนมือถือก็สำคัญไม่แพ้กัน แอปแต่งภาพบนมือถือ มีให้เลือกใช้งานหลากหลายแอปมาก อาทิ เช่น Snapseed, LINE Camera, LightX, Photoshop Mix ฯ

สำหรับหนังสือเล่มนี้ ขอแนะนำแอป **LINE Camera** ที่ใช้งานง่าย และสามารถโหลดได้ฟรีทั้งมือถือระบบไอโอเอส iOS (ไอโฟน, ไอแพด) และระบบแอนดรอยด์ (Android)



แอป LINE Camera มีฟังก์ชันที่ใช้งานง่าย เริ่มตั้งแต่การปรับแสงสีของภาพถ่าย การย้อมสีด้วยฟิลเตอร์สำเร็จรูปการเพิ่มกรอบรูปสวยเก๋ จนถึงการพิมพ์ข้อความลงบนรูปภาพซึ่งเหมาะสำหรับภาพสินค้าที่จะโพสต์ขายออนไลน์

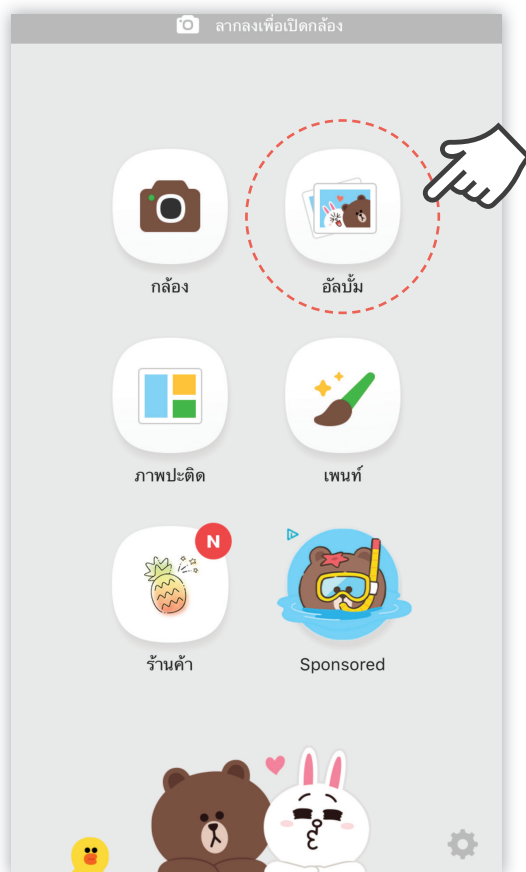
ก่อนจะนำภาพมาตกแต่ง ขอแนะนำให้ถ่ายภาพสินค้าเก็บไว้ในคลังรูปภาพ หรือ แกลอรีของมือถือเครื่องที่จะใช้แอป LINE Camera ในการตกแต่ง ควรถ่ายภาพในมุมมองที่หลากหลาย และเลือกภาพที่ดูโดดเด่น มาตกแต่งเพิ่มเติมด้วย LINE Camera จากนั้นก็นำภาพที่ตกแต่งสวยงามแล้วไปโพสต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ และเพื่อการขายสินค้าผ่านโซเชียลมีเดีย เช่น เฟสบุ๊กเพจ, เฟสบุ๊กมาร์เก็ตเพลส, ไลน์, ไอจี เป็นต้น



การแต่งภาพสินค้าด้วยแอป LINE CAMERA

ขั้นตอนที่ 1: การปรับแสงสีของภาพถ่าย

1. เปิดแอป LINE CAMERA
2. แตะที่ คำสั่ง อัลบั้ม



3. **แตะเลือกภาพ** (**หมายเหตุ: ถ้าต้องการเปลี่ยนภาพ ให้ใช้นิ้วแตะที่ รูป มุมบนด้านซ้าย จากนั้นเลือกภาพใหม่ตามต้องการ)
4. **แตะที่ คำสั่ง แต่งรูป** (มุมล่างด้านขวา)



5. การปรับขนาดของภาพตามอัตราส่วนต่าง ๆ

5.1 แตะที่ รูป  บนแถบเครื่องมือ

5.2 แตะที่ คำสั่ง FREE บนแถบเครื่องมือ หรือ

5.3 แตะเลือกขนาดของภาพตามอัตราส่วนแบบต่าง ๆ เช่น 1:1, 3:4, 4:3 เป็นต้น



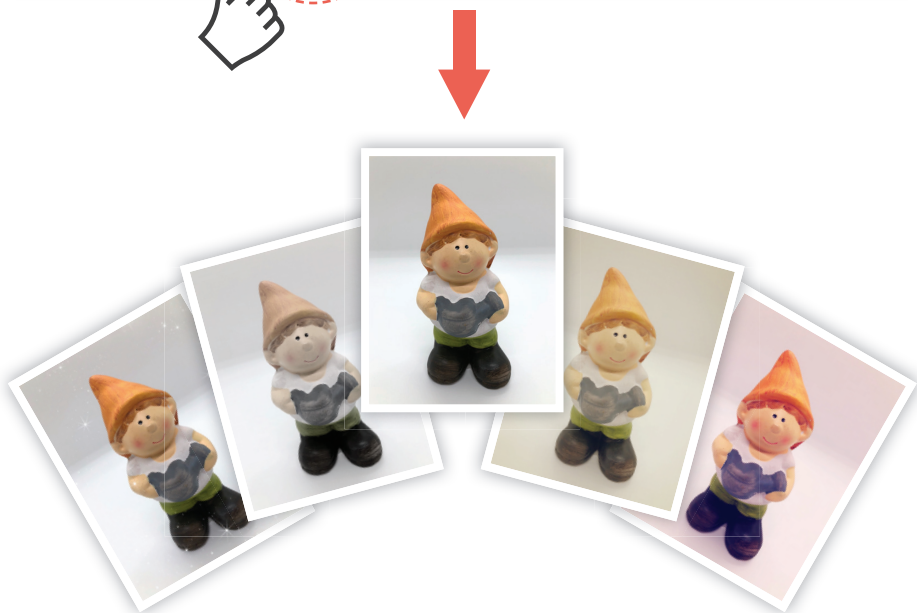
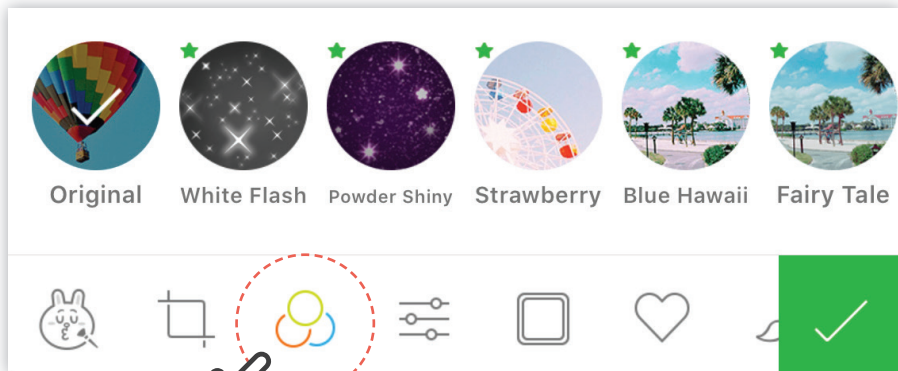
- 5.4 **ปรับขนาดของภาพ** แต่ละค้ำไว้ที่ รูป  มุมใดมุมหนึ่งของภาพ แล้วลากนิ้วเพื่อปรับขนาดของกรอบภาพตามต้องการ สามารถปรับได้ทั้ง 4 มุม
- 5.5 **การเลื่อนภาพ** แต่ละค้ำไว้บนภาพแล้วเลื่อนนิ้ว ให้ส่วนของภาพที่ต้องการอยู่ภายในกรอบภาพ



6. การเพิ่มเทคนิคพิเศษให้กับภาพถ่าย (ย้อมสีภาพ)

6.1 ตะแคงที่  บนแถบเครื่องมือด้านล่าง

6.2 เลือกเทคนิคย้อมสีภาพตามต้องการ เช่น Clear, Fairy Tale, Baby, Beauty (สีของภาพต้นฉบับคือ Original)



7. การปรับความสว่าง ความเข้มของสี (Brightness, Contrast, Saturation) ให้ปฏิบัติดังนี้

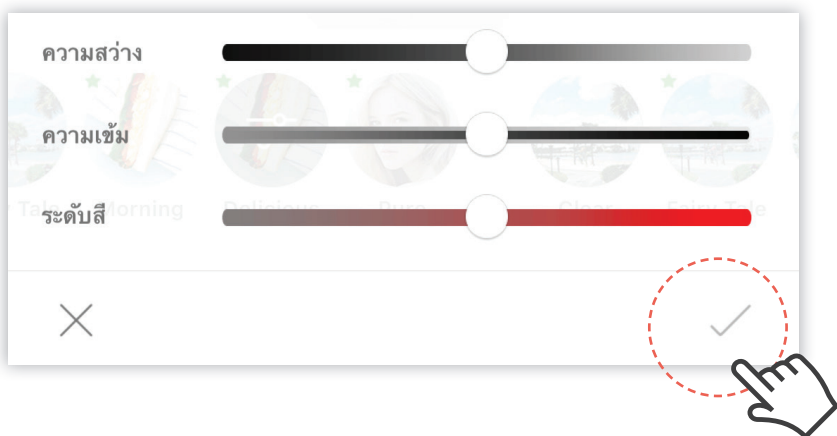
7.1 แตะที่ รูป  (มุมด้านขวาล่างของรูปภาพ)

7.2 การปรับความสว่าง ในหัวข้อ Brightness ให้แตะเลื่อนวงกลม (ถ้าเลื่อนไปทางด้านซ้ายภาพจะมีดลง และเลื่อนไปทางด้านขวาภาพจะสว่างขึ้น)

7.3 การปรับค่าความต่างระหว่างที่มีดกับที่สว่าง (ทำให้ภาพคมชัดขึ้น) ในหัวข้อ Contrast แตะเลื่อนวงกลม (เมื่อเลื่อนไปทางด้านขวาภาพจะเด่นชัดขึ้น)

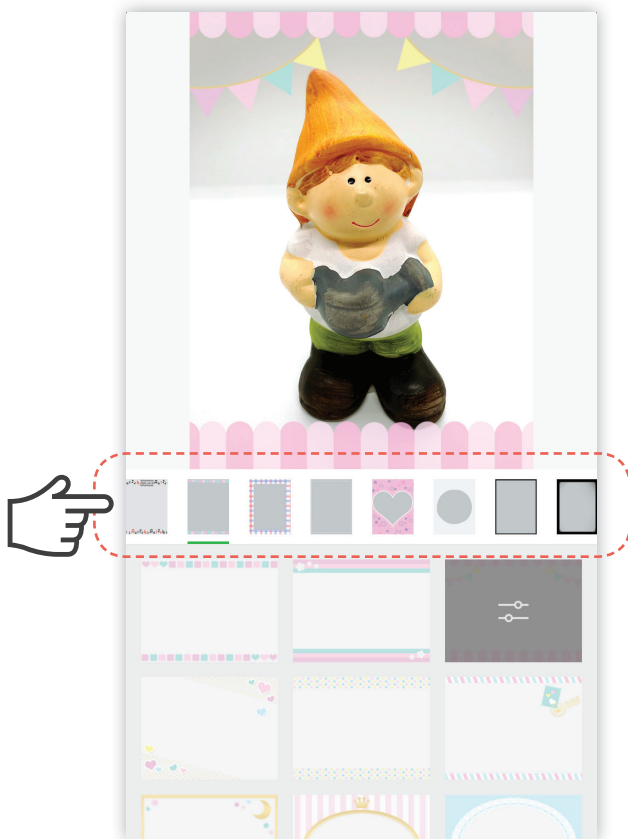
7.4 การปรับความเข้มข้นของสี ในหัวข้อ Saturation แตะเลื่อนวงกลม (เลื่อนไปด้านซ้ายสีจะซีดกว่าเดิม และเลื่อนไปด้านขวาสีจะมีความอิ่มตัวเพิ่มมากขึ้น)

8. เมื่อพอใจกับสีของภาพแล้ว ใช้นิ้วแตะที่ รูป  มุมล่างด้านขวา



ขั้นตอนที่ 2: การเพิ่มกรอบภาพสวยเก๋

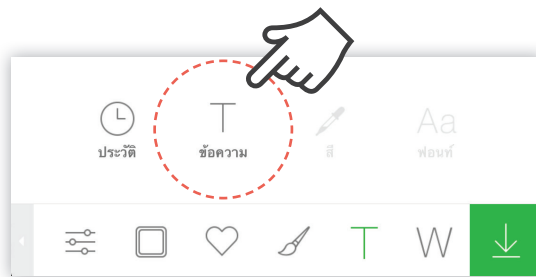
1. ในหน้าต่างที่กำลังตกแต่งภาพอยู่ (ต่อจากขั้นตอนที่ 1) แต่ละที่ รูป 
2. แต่ละรูปแบบของกรอบภาพที่ต้องการ
3. แต่ละเลือกกรอบรูปภาพที่ต้องการ
4. จากนั้น แต่ละ 1 ครั้งบนรูปภาพ เพื่อตัวเลือกกรอบรูปภาพ (ตามตัวอย่าง)



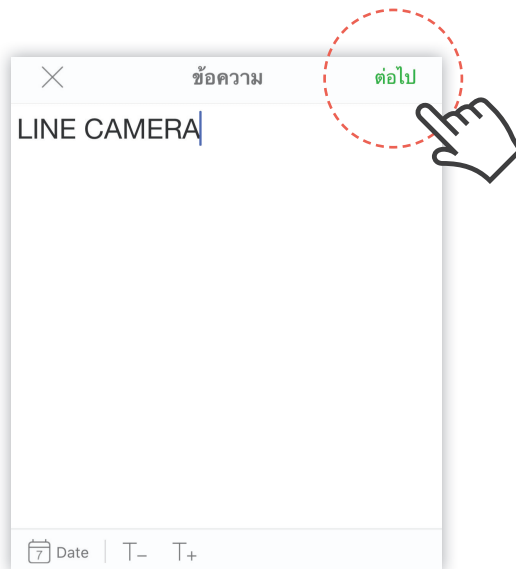


ขั้นตอนที่ 3: การพิมพ์ข้อความลงบนภาพ

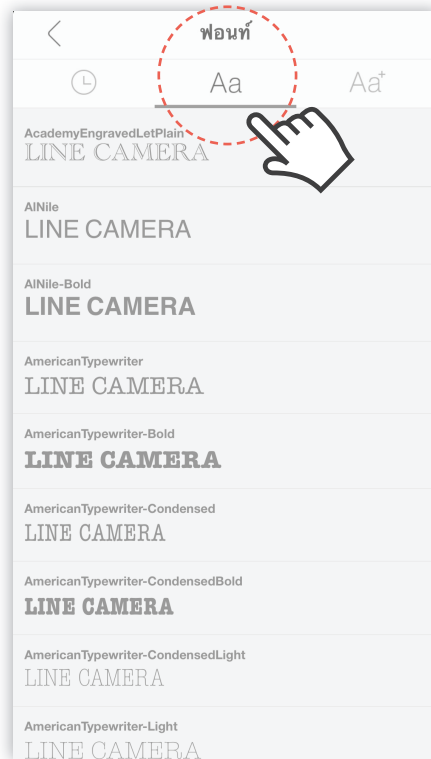
1. ในหน้าต่างที่กำลังตกแต่งภาพอยู่ ให้แตะที่ รูป T บนแถบเครื่องมือด้านล่าง
2. แตะที่ คำสั่ง T ข้อความ บนแถบเครื่องมือ



3. พิมพ์ข้อความที่ต้องการลงไป
4. แตะที่ ปุ่ม ต่อไป (มุมบนด้านขวา)



5. แตะที่ Aa บนแถบเครื่องมือด้านบน
6. แตะเลือกรูปแบบอักษร



7. การปรับขนาดข้อความ แตะค้างไว้ที่รูป  (ลูกศร 2 หัว) จากนั้นลากลูกศรเข้าด้านในของข้อความขนาดจะเล็กลง ถ้าลากลูกศรออกจากข้อความขนาดจะใหญ่ขึ้น
8. การย้ายตำแหน่งข้อความ แตะค้างไว้บนข้อความ แล้วเลื่อนนิ้วไปยังตำแหน่งที่ต้องการ

9. การหมุนข้อความ และค้างไว้ที่รูปลูกศร 2 หัว จากนั้นเลื่อนนิ้วเพื่อหมุนข้อความ

10. การปรับสี ปฏิบัติดังนี้

10.1 แตะที่ คำสั่ง ข้อความ

10.2 แตะเลือกสี

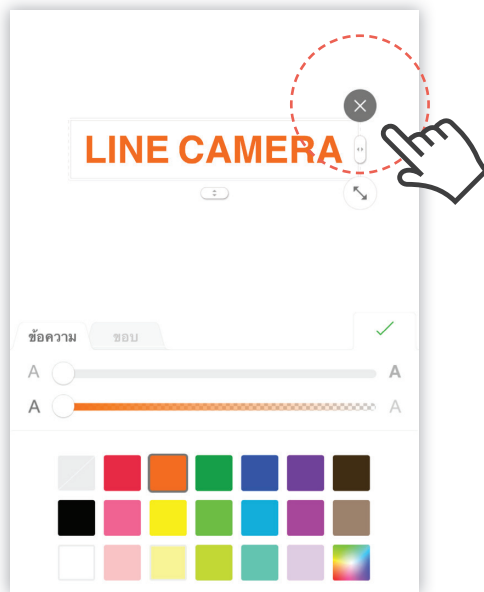
10.3 แตะที่ คำสั่ง ขอบ

10.4 แตะเลือกสี

11. เมื่อตกแต่งข้อความเรียบร้อยแล้ว แตะที่ ✓

12. แตะบนพื้นที่ว่างนอกกรอบข้อความ

13. การลบข้อความที่ไม่ต้องการ ใช้นิ้วแตะ 1 ครั้งบนข้อความ จากนั้น
แตะที่ รูป ✕



ขั้นตอนที่ 4: การบันทึกภาพเก็บไว้ในแอปฯ Photo (รูปภาพ)

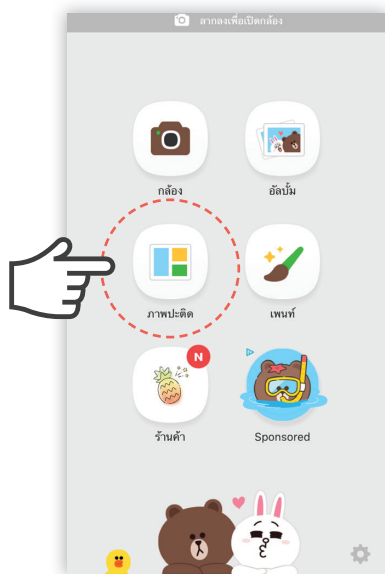
1. ในหน้าต่างที่กำลังตกแต่งภาพอยู่ แตะที่ ปุ่ม ลูกศรชี้ลง  (มุมล่างด้านขวา)
2. แตะที่ คำสั่ง เสร็จสิ้น  (มุมบนด้านขวา)



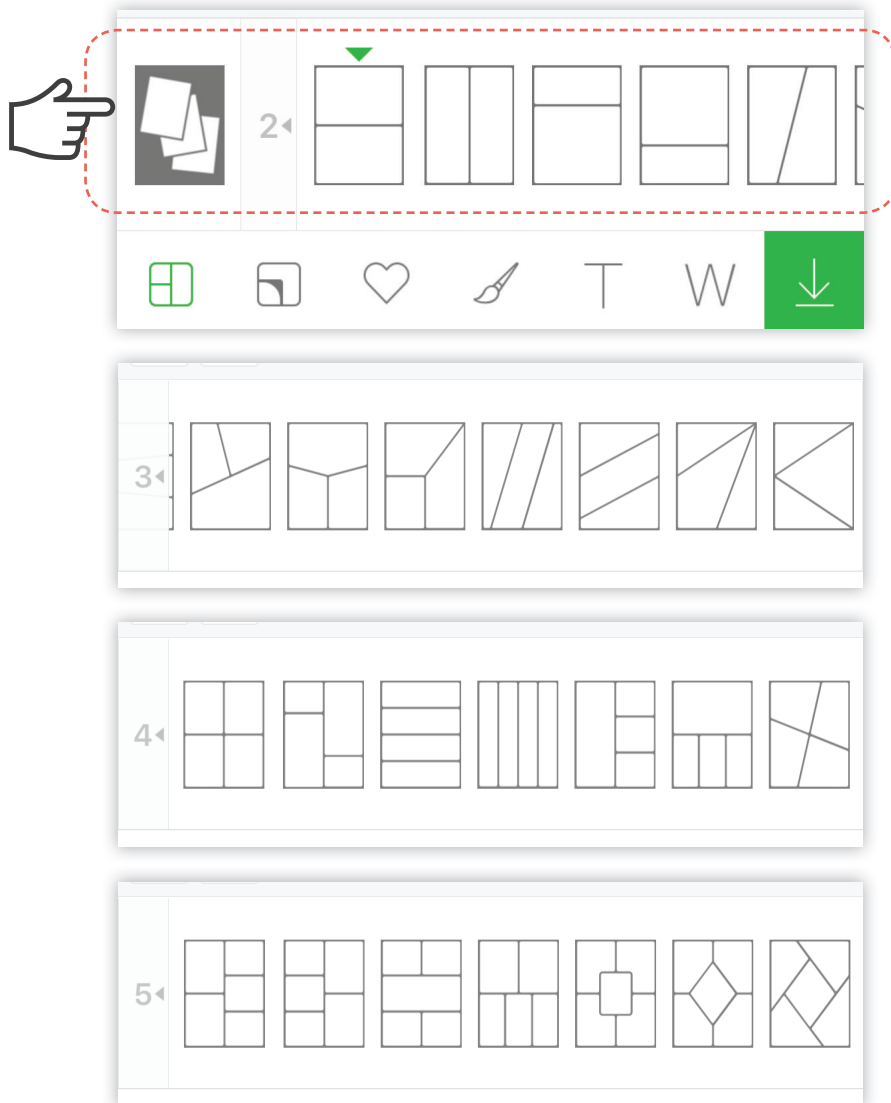


การนำภาพหลายภาพมารวมกันด้วยภาพปะติด

1. เปิดแอป LINE CAMERA
2. แตะที่ คำสั่ง ภาพปะติด (Collage)



3. เลือกกรอบแบบของเฟรมภาพตามต้องการ (อยู่ด้านล่างของหน้าจอเลื่อนซ้าย - ขวา เพื่อเลือกดูแบบต่าง ๆ ได้)



4. การปรับเส้นขอบ ปฏิบัติดังนี้

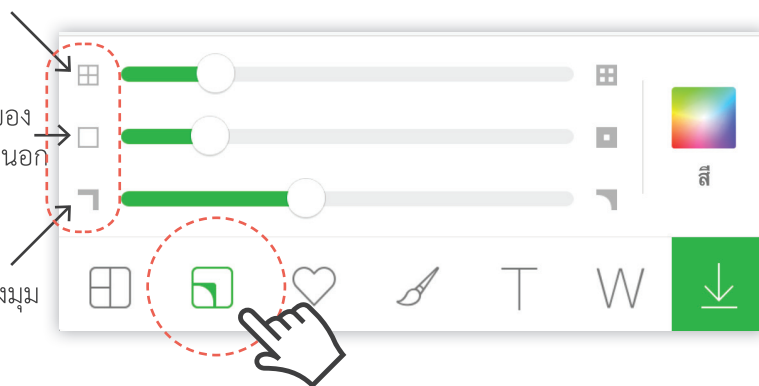
4.1 แต่งที่ รูป  บนแถบเครื่องมือ

4.2 แต่งลากแถบเลื่อนเพื่อปรับแต่งเส้นขอบตามต้องการ

ความหนาของเส้นขอบทั้งหมด

ความหนาของ
เส้นขอบด้านนอก

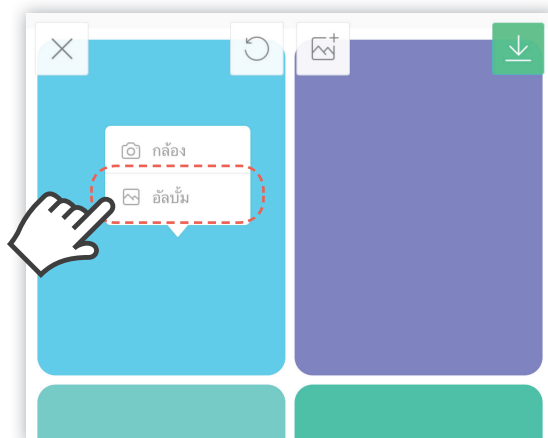
ความโค้งของมุม



5. การนำภาพมาใส่ในเฟรมภาพ ปฏิบัติดังนี้

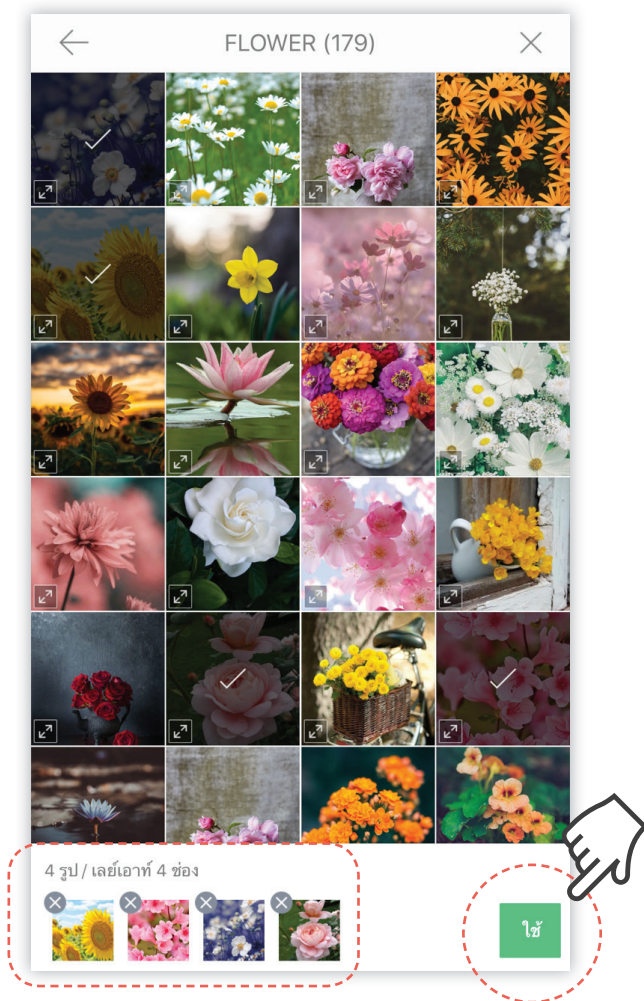
5.1 แต่ง 1 ครั้งภายในเฟรมใดเฟรมหนึ่ง

5.2 แต่งที่ คำสั่ง อัลบั้ม



5.3 ตะแบกภาพที่ต้องการ (ตะแบกเลือกภาพได้ตามจำนวนเท่ากับเฟรม
ที่คุณเลือกไว้)

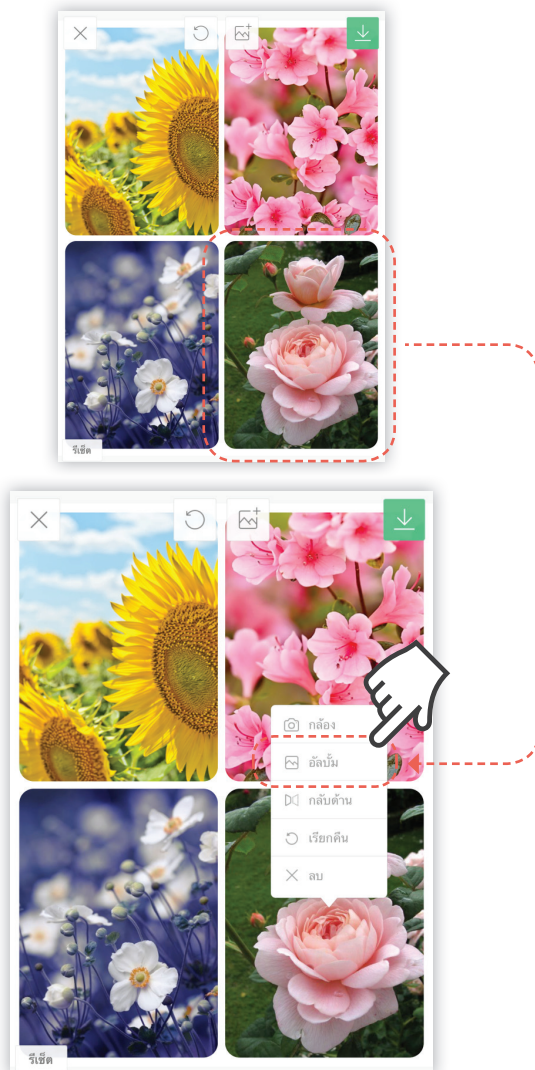
5.4 ตะแบกที่ ปุ่ม ใช้ (มุมล่างด้านขวา)



6. การเปลี่ยนภาพ ให้ปฏิบัติดังนี้

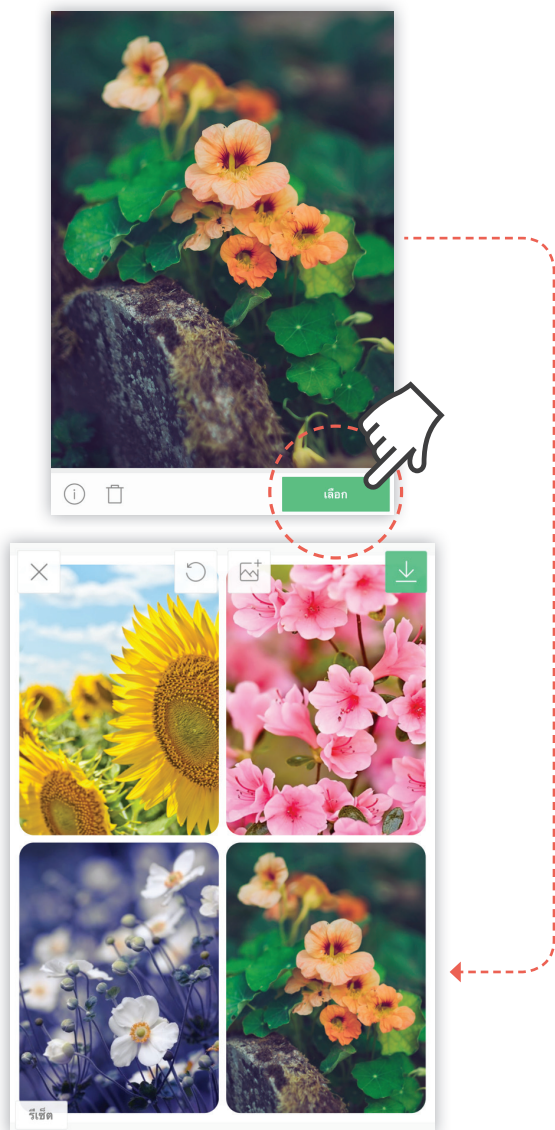
6.1 แต่ละ 1 ครั้งลงบนภาพที่ต้องการเปลี่ยน

6.2 แต่ละที่ คำสั่ง อัลบั้ม

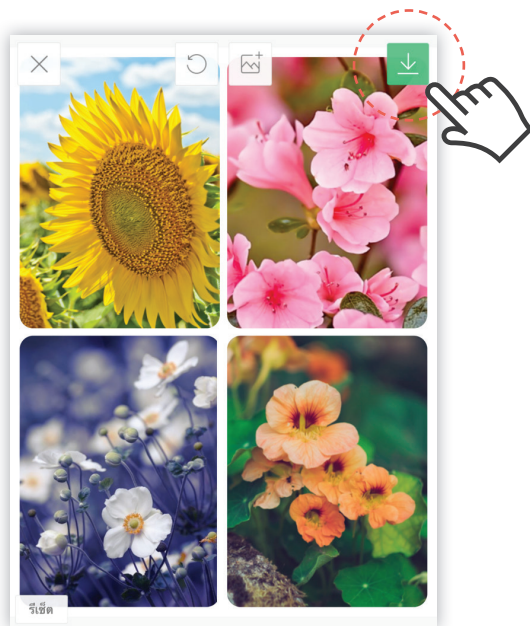


6.3 แต่งรูปภาพที่ต้องการ

6.4 แต่งที่ ปุ่ม เลือก



7. การจัดตำแหน่งรูปภาพ และเลื่อนภาพ
8. การปรับขนาดรูปภาพ ใช้นิ้วสองนิ้ววางบนภาพ หากต้องการขยายภาพ ให้กางนิ้วออกจากกัน หากต้องการลดขนาดภาพ ให้หุบนิ้วเข้าหากัน
9. การหมุนรูปภาพ ใช้นิ้วสองนิ้ววางบนภาพ แล้วหมุนภาพ
10. การบันทึกรูปภาพ ปฏิบัติดังนี้
 - 10.1 แตะที่ ปุ่ม  (มุมบนด้านขวา)
 - 10.2 แตะที่ คำสั่ง เสร็จสิ้น (มุมบนด้านขวา)



5

เฟสบุ๊ก สื่อสังคมออนไลน์ยอดนิยม



เฟสบุ๊ก (Facebook) เป็นสื่อสังคมออนไลน์ หรือ สื่อโซเชียลยอดนิยมอันดับต้น ๆ ของคนทุกวัย ร้านค้าออนไลน์ จำนวนมาก ได้ถือกำเนิดขึ้นในรูปแบบของเฟสบุ๊กเพจ ดังนั้น ใครที่จะก้าวเข้าสู่การขายของออนไลน์ ก็ไม่ควรพลาดที่จะมีเฟสบุ๊กเพจเป็นหน้าร้าน!



การขายออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊กมาร์เก็ตเพลส

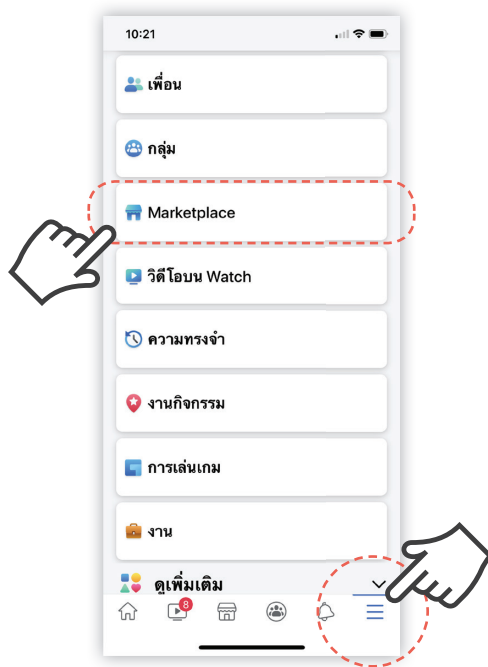
เฟซบุ๊กมาร์เก็ตเพลส (Facebook Marketplace) เป็นบริการของเฟซบุ๊ก (Facebook) ทำหน้าที่เหมือนตลาดกลางของการซื้อขายสินค้า โดยสมาชิกเฟซบุ๊กสามารถค้นหาสินค้า ที่สมาชิกคนอื่น ๆ โพสต์ขาย นั้นหมายรวมถึงคุณ ถ้าคุณสมัครเป็นสมาชิกเฟซบุ๊ก มีเฟซบุ๊กส่วนตัวอยู่แล้ว คุณก็สามารถโพสต์ขายสินค้าผ่านเฟซบุ๊กมาร์เก็ตเพลสได้เลยโดยไม่ต้องทำการสมัครเพิ่มเติมใด ๆ ทั้งสิ้น ซึ่งการขายผ่านทางเฟซบุ๊กมาร์เก็ตเพลสนี้ ผู้ขาย และ ผู้ซื้อ ต้องไปตกลงกันเอง ว่าจะชำระเงิน และรับสินค้ากันด้วยวิธีใด

ส่วนเรื่องความน่าเชื่อถือของผู้ขาย ผู้ซื้อสามารถเปิดดูโปรไฟล์ของผู้ขายได้ผ่านทางหน้าเฟซบุ๊กส่วนตัวของผู้ขาย และสามารถพูดคุย สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับตัวสินค้า รวมถึงการต่อรองได้ด้วยการส่งข้อความ (Messenger) คุยกันโดยตรงกับผู้ขาย

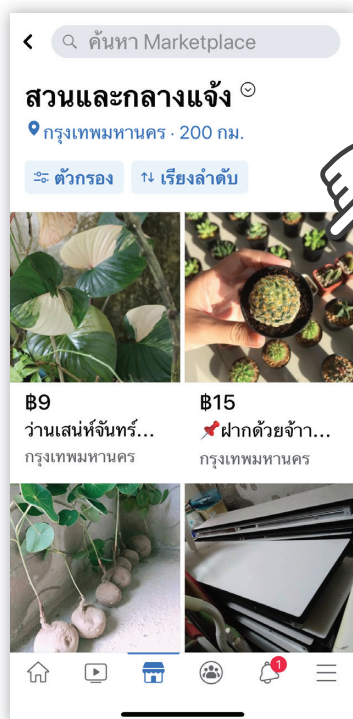
การโพสต์ขายสินค้า ก็ทำได้ง่ายตาย เพียงแค่เตรียมรูปภาพสินค้า และ รายละเอียดของสินค้าให้พร้อม จากนั้น เข้าไปที่เฟสบุ๊กมาร์เก็ตเพลส เลือกคำสั่ง ขาย โพสต์รูปภาพสินค้า รายละเอียด และราคา เพียงแค่นี้ก็สามารถเผยแพร่ได้เลย จากนั้นก็เพียงรอลูกค้าติดต่อมาเพื่อสอบถามเกี่ยวกับสินค้า

การค้นหาสินค้าในเฟสบุ๊กมาร์เก็ตเพลส

1. เปิดเฟสบุ๊กของคุณ
2. แตะที่ ≡ (ขีดสามขีด) บนแถบเครื่องมือ
3. แตะที่ คำสั่ง  Marketplace



4. เลื่อนดูสินค้าที่ประกาศขาย โดยสินค้าจะแบ่งเป็นหมวดหมู่ ถ้าสนใจจะดูสินค้าทั้งหมดในหมวดหมู่ใด ให้แตะที่ **คำสั่ง ดูทั้งหมด** ของหมวดหมู่นั้น
5. แตะเปิดดูรายละเอียดของสินค้าที่สนใจ



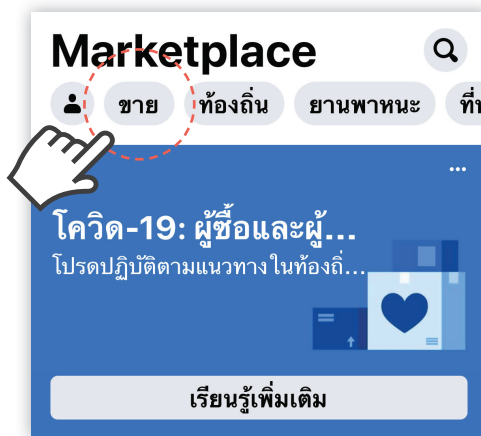
6. ถ้าสนใจซื้อ แต่ที่ คำสั่ง ส่งข้อความ เพื่อส่งข้อความคุยกับผู้ขาย



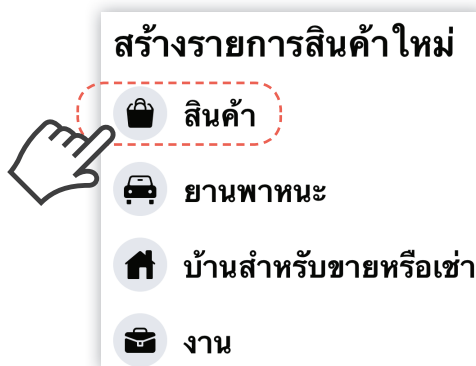
7. ถ้าต้องการดูสินค้าตัวอื่น แต่ที่ ✕ เพื่อปิดสินค้าตัวนี้ และเลือกดูสินค้าชิ้นอื่นต่อไป

การโพสต์ขายสินค้า

1. เปิดเฟสบุ๊กของคุณ
2. แตะที่ ≡ (ขีดสามขีด) บนแถบเครื่องมือ
3. แตะที่ คำสั่ง  Marketplace
4. แตะที่ คำสั่ง ขาย



5. ในหัวข้อ สร้างรายการสินค้าใหม่ แตะที่ คำสั่ง สินค้า



6. ในหน้าต่าง รายการใหม่ ปฏิบัติดังนี้

6.1 แตะที่ คำสั่ง เพิ่มรูปภาพ

6.2 แตะเลือกรูปภาพสินค้า

6.3 แตะที่ คำสั่ง เรียบร้อย



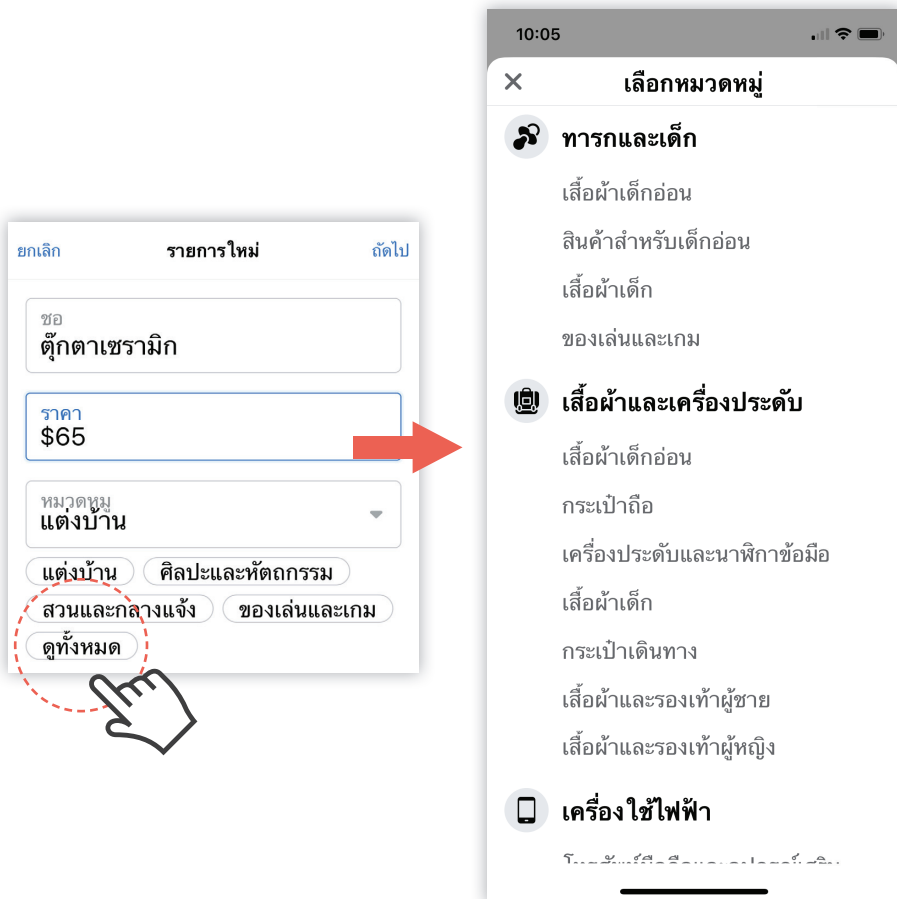
6.4 ตะกี้ คำสั่ง ชื่อ

6.5 พิมพ์ชื่อสินค้าลงไป

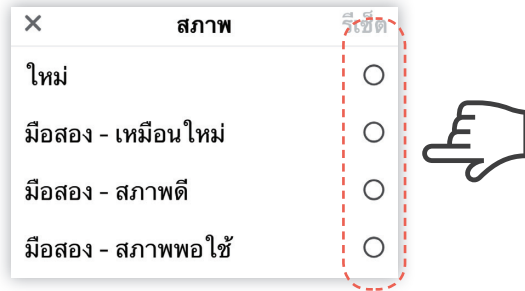
6.6 ตะกี้ คำสั่ง ราคา

6.7 พิมพ์ราคาลงไป

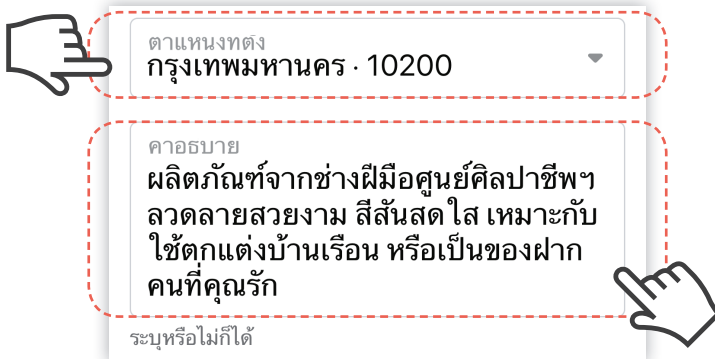
6.8 ในหัวข้อหมวดหมู่ ตะกี้เลือก **หมวดหมู่สินค้า** ถ้าตัวเลือกหมวดหมู่
ที่แสดงอยู่แล้ว ไม่ใช่หมวดหมู่ที่ต้องการ ให้ตะกี้ คำสั่ง ดูทั้งหมด



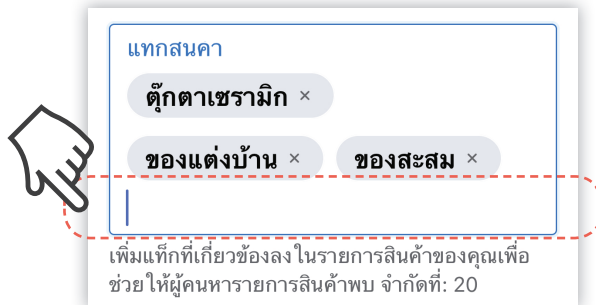
- 6.9 ในหัวข้อ **สภาพ** แต่ละเลือกสภาพสินค้า เช่น ใหม่, มือสอง - เหมือนใหม่ เป็นต้น



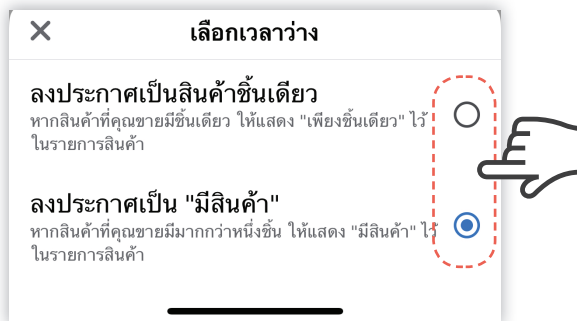
- 6.10 ในหัวข้อ **แบรนด์** ถ้ามีให้เลือก ให้ใส่ลงไป แต่ถ้าไม่มี ก็เว้นว่างได้
- 6.11 ในหัวข้อ **สี** ถ้ามีสีให้เลือก ใส่สีลงไป แต่ถ้าไม่มี ก็เว้นว่างได้
- 6.12 ในหัวข้อ **ตำแหน่งที่ตั้ง** กำหนดตำแหน่งที่ตั้งจากแผนที่ โดยแต่ละที่ตำแหน่งที่ตั้ง และพิมพ์ตำแหน่งที่ต้องการ เช่น จังหวัด อำเภอ จากนั้น แต่ละที่ **คำสั่ง ใช้**
- 6.13 แต่ละที่ **คำสั่ง คำอธิบาย**
- 6.14 พิมพ์คำอธิบายสินค้าโดยละเอียด



- 6.15 ในหัวข้อ **แท็กสินค้า** เพิ่มแท็กที่เกี่ยวข้องกับสินค้า เพื่อช่วยให้ลูกค้าค้นหาสินค้าของคุณพบได้ง่ายขึ้น โดยจำกัดที่ 20 คำ แต่ละคำให้คั่นด้วย , (คอมม่า)



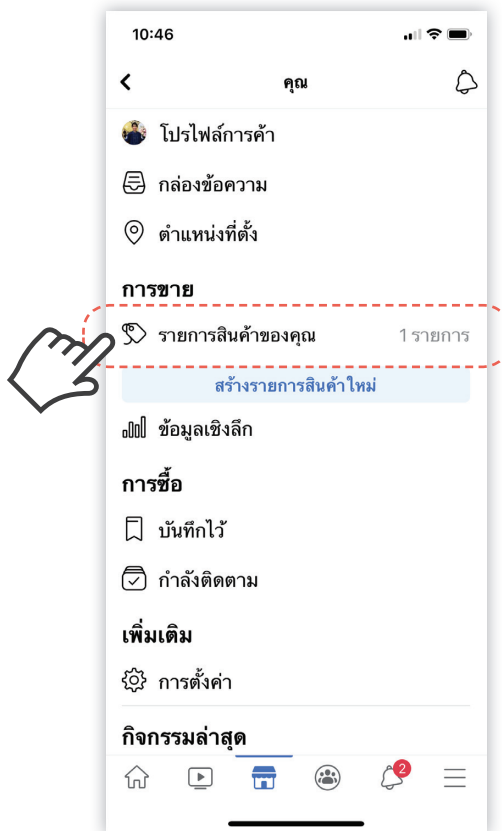
- 6.16 ในหัวข้อ **ความพร้อมจำหน่าย** แต่ละเลือกว่า ลงประกาศเป็นสินค้าขึ้นเดียว หรือ ลงประกาศเป็น “มีสินค้า”



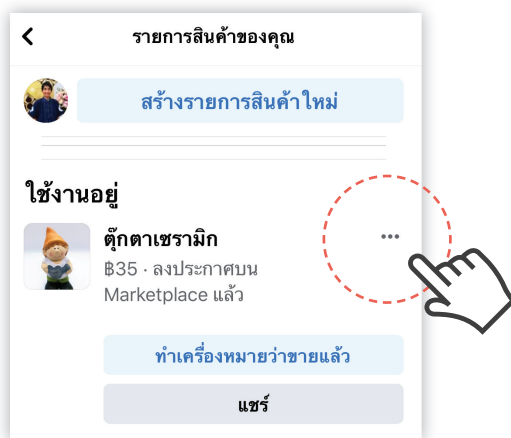
- 6.17 ในหัวข้อ **เสนอบริการจัดส่ง** แต่ละเลือกปุ่ม **เปิด** (สีเขียว) หรือ **ปิด** (สีขาว)
- 6.18 แต่ละที่ **คำสั่ง** **ถัดไป**
- 6.19 แต่ละ **คำสั่ง** **เผยแพร่**

การแก้ไขสินค้าที่ประกาศขาย

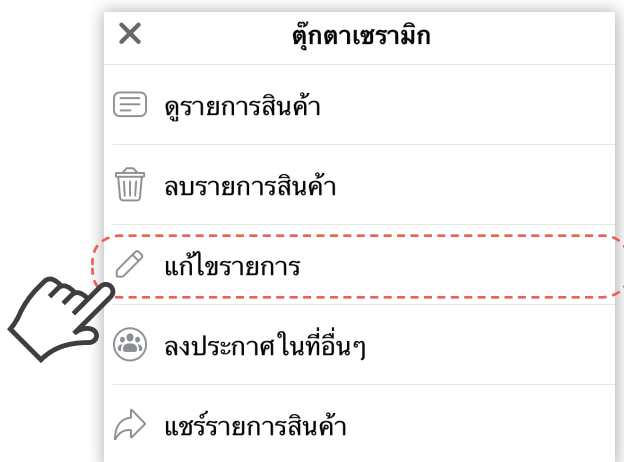
1. เปิดเฟสบุ๊กของคุณ
2. แตะที่ ≡ (ขีดสามขีด) บนแถบเครื่องมือ
3. แตะที่ คำสั่ง 🏠 Marketplace
4. แตะที่ 👤
5. แตะที่ คำสั่ง รายการสินค้าของคุณ



6. แตะที่รายการสินค้าที่คุณต้องการแก้ไข
7. แตะที่ ... (จุด 3 จุด)

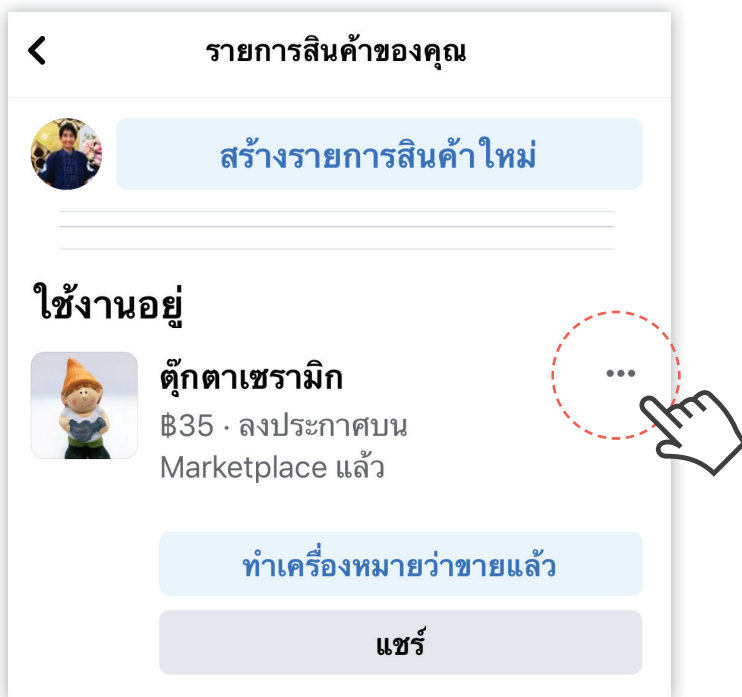


8. แตะที่ คำสั่ง แก้ไขรายการ
9. จากนั้น ทำการแก้ไขตามต้องการ

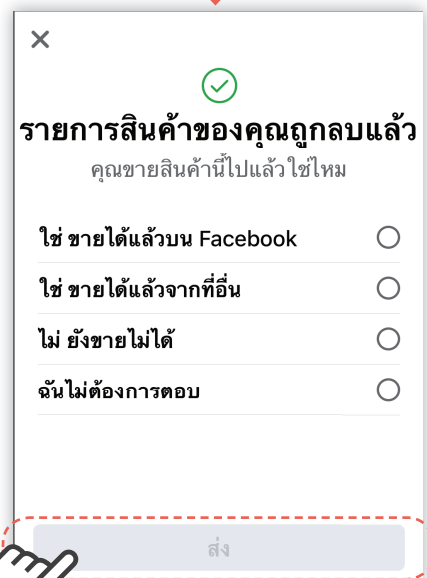


การลบโพสต์สินค้าที่ประกาศขาย

1. เปิดเฟสบุ๊กของคุณ
2. แตะที่  (ขีดสามขีด) บนแถบเครื่องมือ
3. แตะที่ คำสั่ง  Marketplace
4. แตะที่ 
5. แตะที่ คำสั่ง รายการสินค้าของคุณ
6. แตะที่ ... (จุดสามจุด)



- 7.แตะที่ คำสั่ง ลบรายการสินค้า
- 8.แตะที่ คำสั่ง ลบ
- 9.แตะเลือกเหตุผลที่ต้องการลบสินค้า
- 10.แตะที่ ปุ่ม ส่ง





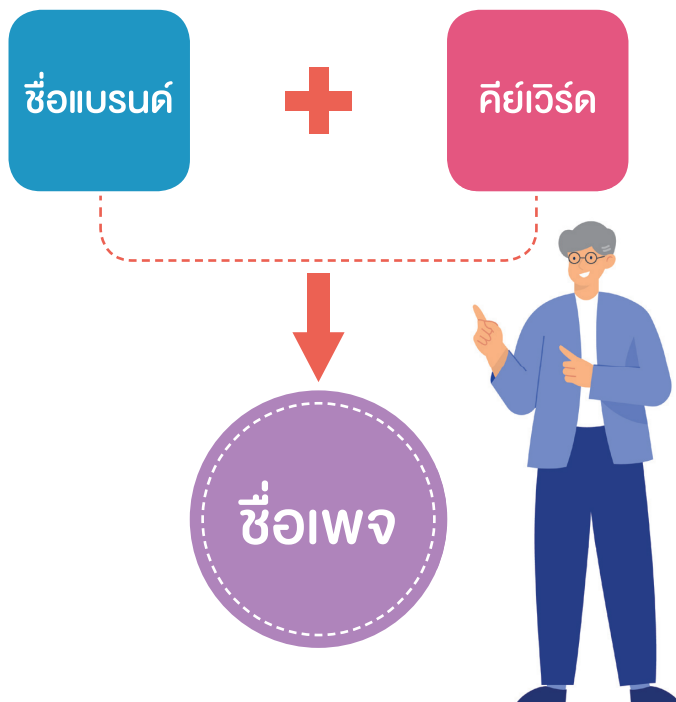
การส่งเสริมการขายออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊กเพจ

เฟซบุ๊กเพจ (Facebook Page) เป็นฟังก์ชันหนึ่งของเฟซบุ๊ก ที่นิยมนำมาเปิดร้านออนไลน์มากกว่าการขายของผ่านทางเฟซบุ๊กส่วนตัว อย่างไรก็ตาม การจะเปิดเฟซบุ๊กเพจได้ คุณจำเป็นต้องเริ่มต้นจากการมีเฟซบุ๊กส่วนตัวก่อน จากนั้น คุณจึงจะสามารถสร้างเฟซบุ๊กเพจได้ไม่จำกัดจำนวน และสามารถใช้งานฟังก์ชันต่าง ๆ ของเพจสำหรับการขายของออนไลน์ได้ เช่น สามารถมีผู้ติดตามเป็นแฟนเพจได้ไม่จำกัดจำนวน สามารถดูสถิติการเข้าถึงเพจได้ สามารถทำโฆษณาผ่านเพจได้ สามารถเพิ่มส่วนของร้านค้าได้ และอื่น ๆ ที่เหมาะสมกับการทำธุรกิจค้าขาย สำหรับหนังสือเล่มนี้ จะขอแนะนำเทคนิคการใช้เฟซบุ๊กเพจในการขายของและส่งเสริมการตลาดออนไลน์

การตั้งชื่อเพจที่ดีและสร้างแบรนด์ได้

สำหรับวิสาหกิจชุมชนที่เป็นน้องใหม่ในวงการขายของออนไลน์ การตั้งชื่อเฟสบุ๊กเพจที่ดี จะช่วยให้สามารถสร้างการรับรู้ในเรื่องของแบรนด์และมีคนรู้จักได้ง่ายขึ้น ซึ่งแตกต่างจากผู้ประกอบการแบรนด์ชื่อดัง ที่มีคนรู้จักชื่อเป็นอย่างดีอยู่แล้ว

หลักการตั้งชื่อเฟสบุ๊กเพจที่ดีนั้น จำเป็นต้องมี**คำสำคัญ** หรือ **คีย์เวิร์ด** ที่เกี่ยวข้องกับสินค้าที่จำหน่ายอยู่ จะทำให้ผู้พบเห็นทราบว่า เพจนี้ทำธุรกิจอะไร ขายสินค้า หรือให้บริการอะไร นอกจากคีย์เวิร์ดแล้ว ชื่อแบรนด์ หรือ ชื่อร้าน ก็สำคัญไม่แพ้กัน ดังนั้น สูตรของการตั้งชื่อเพจที่ดี คือ



ตัวอย่างเช่น เฟสบุ๊กเพจที่ใช้คำว่า “ปูม้านี้” ในการค้นหาเพจ เพื่อซื้อสินค้า คนที่ค้นหา ก็จะเจอร้านค้าพร้อมกับรู้จักแบรนด์ของเราไปในตัว



ชื่อร้าน (แบรนด์)

คีย์เวิร์ด

การสร้างการรับรู้ของร้านผ่านโลโก้และภาพหน้าปก

การใช้โลโก้ของร้าน (แบรนด์) เป็นรูปภาพโปรไฟล์ หรือ รูปภาพประจำตัวของเฟสบุ๊กเพจ จะช่วยสร้างการรับรู้ให้กับร้านของคุณได้เป็นอย่างดี เพราะไม่ว่าคุณจะโพสต์ ตอบคอมเมนต์ หรือ ตอบข้อความทางอินบ็อกซ์ (Inbox) ทุกคนก็จะเห็นโลโก้ของร้านคุณตลอดเวลา ทำให้ทุกคนที่เห็น จดจำร้านคุณได้ง่ายขึ้น

ดังนั้น หากคุณเปิดร้านค้าออนไลน์ สิ่งแรกที่คุณควรทำ คือ การออกแบบโลโก้ นอกจากที่โลโก้นี้ จะนำมาใช้เป็นรูปโปรไฟล์ของเพจแล้ว ก็แนะนำให้ไปทำตรายางประทับ หรือ สติกเกอร์ติดบรรจุภัณฑ์สินค้าด้วย

อีกสิ่งหนึ่งที่จะทำให้เพจของคุณสื่อความหมายถึงธุรกิจที่คุณทำได้ชัดเจน และเป็นที่จดจำ คือ ภาพหน้าปก (Cover) ของเพจ รูปภาพหน้าปกนี้เปรียบเสมือนหน้าร้าน เพราะเป็นสิ่งแรกที่กลุ่มลูกค้า หรือ ผู้ที่แวะเวียนมาเยี่ยมชมจะได้เห็น ภาพหน้าปกนี้ แนะนำให้นำเสนอภาพสินค้า ชื่อร้าน ข้อมูลการติดต่อ และควรออกแบบจัดวางภาพให้น่าชม สร้างสรรค์ ดึงดูดความสนใจ



การอัปเดตข้อมูลของเพจอย่างสม่ำเสมอ

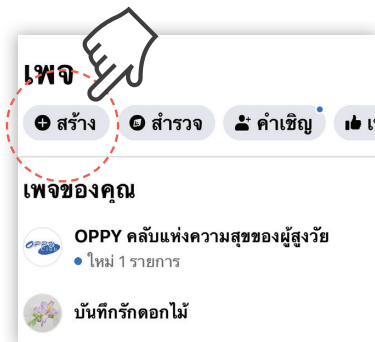
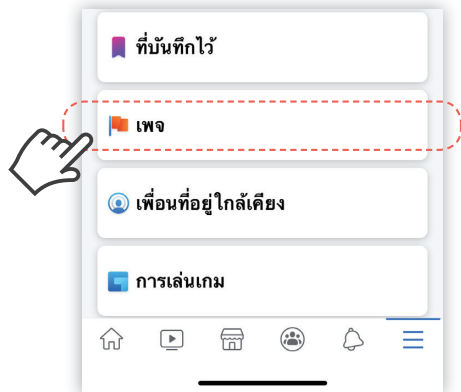
การอัปเดตข้อมูลของเพจอย่างสม่ำเสมอนั้น เป็นความสำคัญอันดับต้น ๆ ของการทำการตลาดผ่านทางเฟสบุ๊กเพจ อย่าปล่อยให้เพจเงียบเหงาเป็นอันขาด การวางแผนและจัดตารางการโพสต์ข้อมูลจึงเป็นเรื่องจำเป็น กรณีที่คุณไม่มั่นใจว่าจะมีเวลาโพสต์ข้อมูลได้ตามตารางที่วางแผนไว้หรือไม่ คุณก็สามารถตั้งเวลาในการโพสต์ข้อมูลไว้ล่วงหน้าได้

การทำให้เพจของคุณมีความเคลื่อนไหวอย่างสม่ำเสมอนั้น คุณไม่จำเป็นต้องโพสต์ขายของเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่สามารถโพสต์เรื่องราวอื่น ๆ ที่เป็นประโยชน์ หรือ ที่น่าสนใจ อาทิเช่น เกร็ดความรู้ที่เกี่ยวข้องกับสินค้า รีวิวจากลูกค้า คลิปวิดีโอรีวิวสินค้า รวมถึงข่าวสารต่าง ๆ ที่น่าสนใจ อย่างไรก็ตาม ไม่ควรนำเรื่องส่วนตัวมาโพสต์ในเฟสบุ๊กเพจ จะดูไม่เป็นมืออาชีพ และถ้ามีผู้สนใจสอบถามข้อมูลผ่านมาทางคอมเมนต์บนหน้าเพจ ควรตอบทุกคำถาม และอย่าทิ้งไว้นาน เพราะลูกค้าจะไม่อดทนคอย



การสร้างเฟสบุ๊คเพจ

1. เปิดแอปเฟสบุ๊ก (Facebook)
2. แตะที่  บนแถบเครื่องมือ
3. แตะที่ คำสั่ง เพจ
4. แตะที่ คำสั่ง สร้าง
5. แตะที่ คำสั่ง เริ่มต้นใช้งาน



6. ในหน้า หมวดหมู่ใดอธิบายถึงเพจที่คุณต้องการสร้างได้ดีที่สุด ให้ปฏิบัติ
ดังนี้

- 6.1 เลือกหมวดหมู่ที่ต้องการ เช่น สินค้า / บริการ หรือ ค้นหาค้นหา
หมวดหมู่เพื่อเลือกหมวดหมู่อื่น ๆ
- 6.2 แตะที่ คำสั่ง เสร็จสิ้น
- 6.3 แตะที่ คำสั่ง ถัดไป



7. ในหน้า **คุณต้องการตั้งชื่อเพจนี้ว่าอะไร** ให้ปฏิบัติดังนี้

7.1 แตะช่อง **ชื่อเพจ**

7.2 พิมพ์ชื่อเพจที่คุณต้องการ

7.3 แตะที่ **ปุ่ม เสร็จ**

7.4 แตะที่ **ถัดไป**

← สร้างเพจของคุณ

คุณต้องการตั้งชื่อเพจนี้ว่าอะไร

ชื่อเพจ

ชื่อเพจควรเป็นชื่อธุรกิจ แปรนต์ส่วนตัว หรือองค์กรของคุณ คุณสามารถขอเปลี่ยนชื่อเพจได้ในภายหลัง

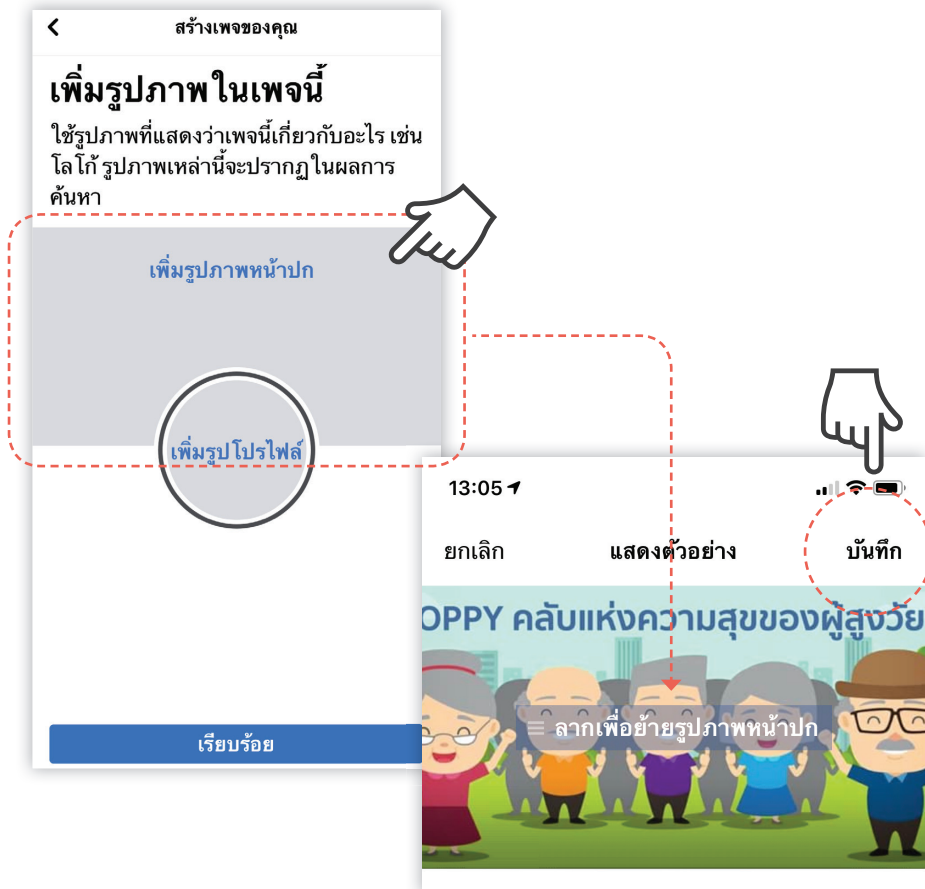
← สร้างเพจของคุณ

คุณต้องการตั้งชื่อเพจนี้ว่าอะไร

OPPYPY Shop สินค้าผู้สูงอายุ

ชื่อเพจควรเป็นชื่อธุรกิจ แปรนต์ส่วนตัว หรือองค์กรของคุณ คุณสามารถขอเปลี่ยนชื่อเพจได้ในภายหลัง

8. ในหน้า เพิ่มเว็บไซต์ แต่ที่ คำสั่ง ข้าม
9. ในหน้าต่าง เพิ่มรูปภาพในเพจนี้ ให้ปฏิบัติดังนี้
 - 9.1 แต่ที่ คำสั่ง เพิ่มรูปภาพหน้าปก
 - 9.2 แต่เลือกรูปภาพ
 - 9.3 ลากรูปภาพขึ้น หรือ ลง เพื่อจัดตำแหน่ง
 - 9.4 แต่ที่ คำสั่ง บันทึก



9.5 ตะที่ เพิ่มรูปโปรไฟล์

9.6 ตะเลือกรูปภาพ

9.7 ตะที่ คำสั่ง บันทึก

9.8 ตะที่ คำสั่ง เรียบร้อย



การเปิดดูเฟสบุ๊กเพจของคุณ

1. เปิดแอปเฟสบุ๊ก (Facebook)
2. แตะที่ ≡ (More) บนแถบเครื่องมือ
3. แตะที่ คำสั่ง เพจ (Page)
4. แตะที่ชื่อเฟสบุ๊กเพจของคุณ

การแก้ไขภาพหน้าปกของเฟสบุ๊กเพจ

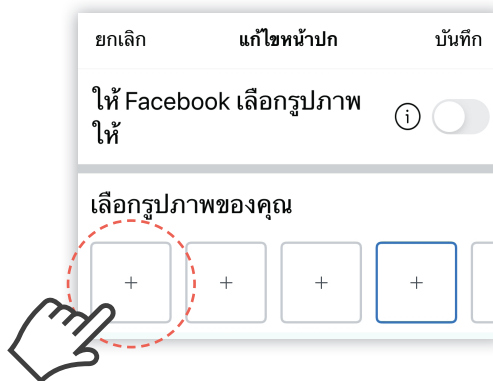
1. เปิดเฟสบุ๊กเพจของคุณ
2. แตะที่ คำสั่ง แก้ไข อยู่บนภาพหน้าปกเดิม
3. แตะที่ คำสั่ง แก้ไขพื้นที่หน้าปก



4. ในหัวข้อ “ให้ Facebook เลือกรูปภาพให้” แนะนำให้ ปิด (OFF)
ปุ่มจะต้องเป็นสีขาว



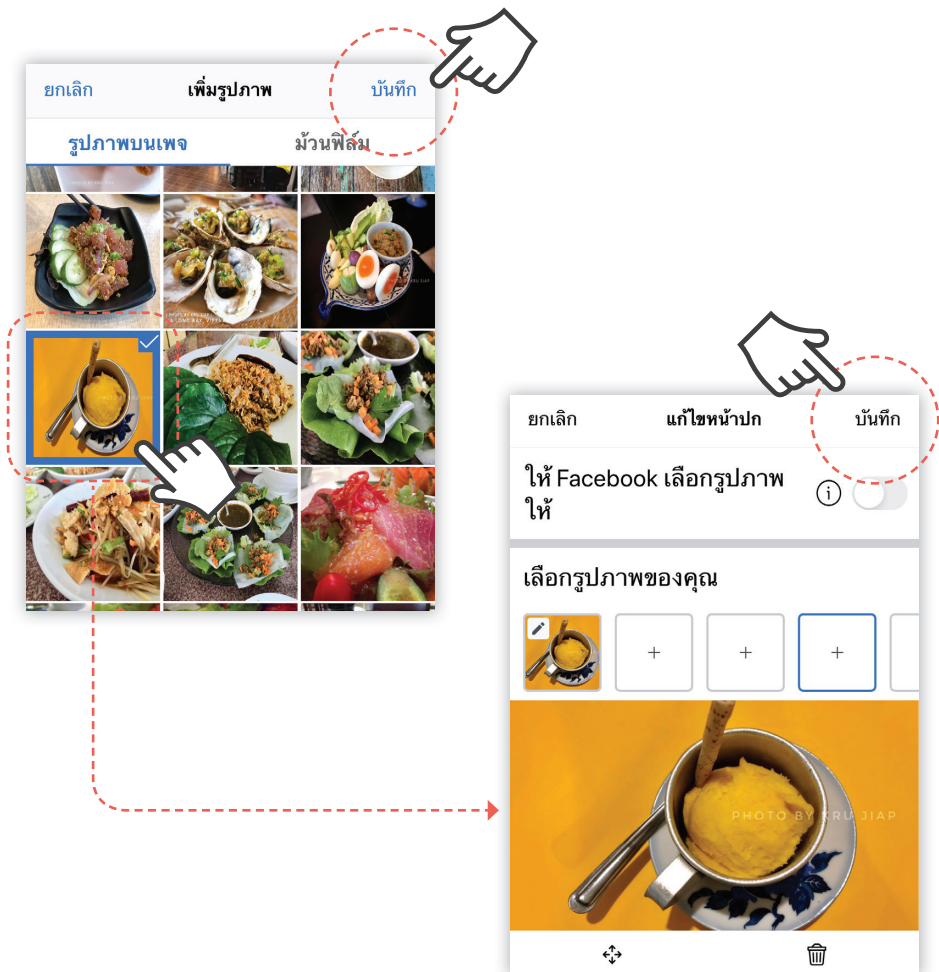
5.แตะที่ เครื่องหมาย + (เลือกอันแรก)



6. เลือกรูปภาพ (สามารถเลือกรูปภาพได้จากเฟสบุ๊คเพจของคุณที่เคยโพสต์ไปแล้ว หรือ รูปภาพจากในมือถือ (ม้วนฟิล์ม / แกลเลอรี)

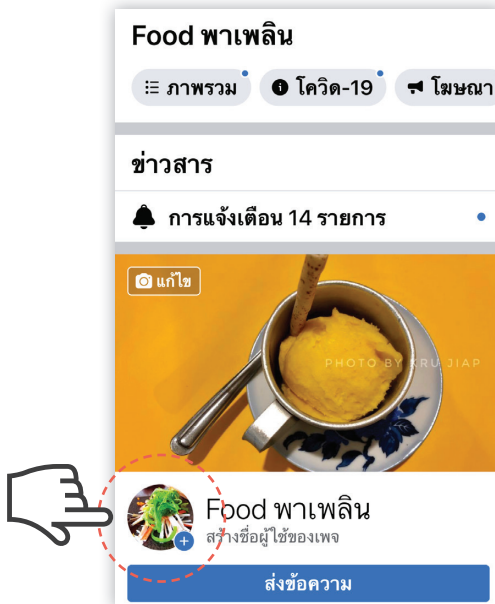
7. แตะที่ คำสั่ง บันทึก

8. แตะที่ คำสั่ง บันทึก อีกครั้ง

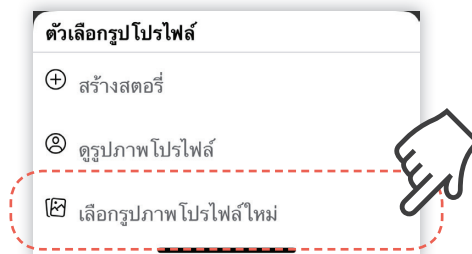


การแก้ไขภาพโปรไฟล์ของเฟสบุ๊คเพจ

1. เปิดเฟสบุ๊คเพจของคุณ
2. แตะบน รูปภาพโปรไฟล์เดิม ที่มีอยู่

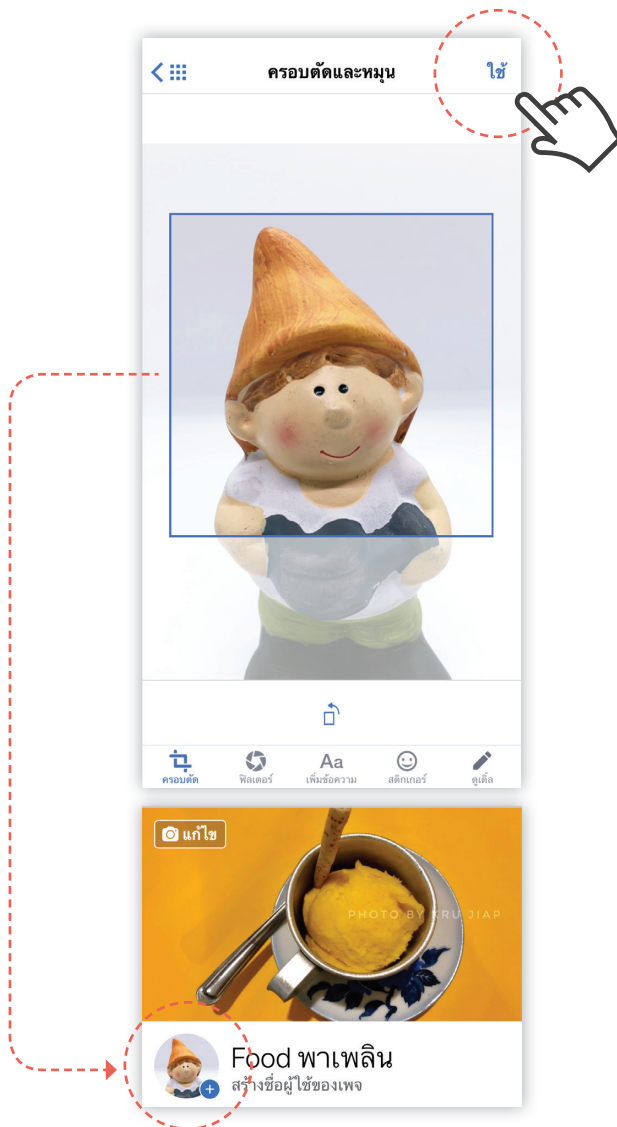


3. แตะที่ คำสั่ง เลือกรูปภาพโปรไฟล์ใหม่
4. แตะเลือกรูปภาพ



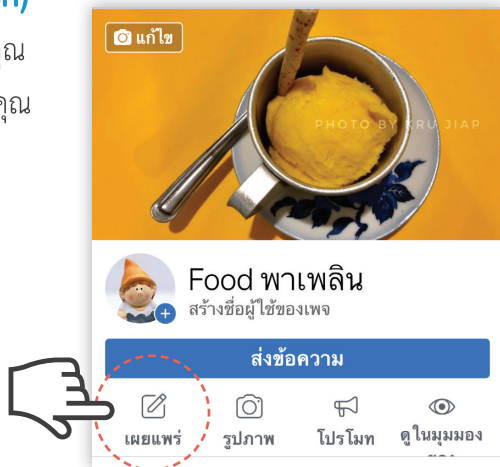
5. ปรับขนาดในกรอบภาพสี่เหลี่ยม (ใช้นิ้ว 2 นิ้ววางบนภาพแล้วหุบนิ้วเพื่อลดขนาด หรือ กางนิ้วเพื่อเพิ่มขนาดของภาพ)

6. แตะที่ คำสั่ง ใช้

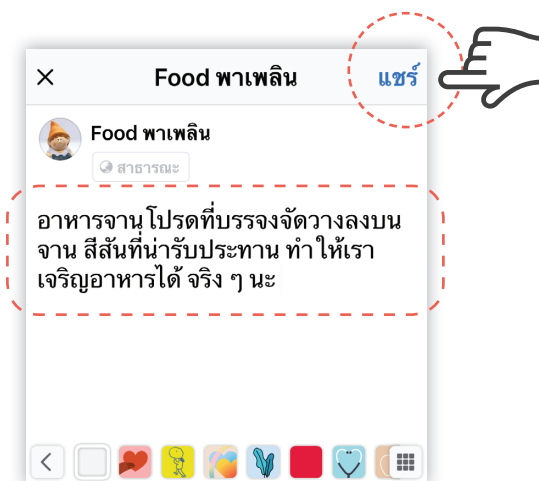


การเผยแพร่ข้อความ (Publish)

1. เปิดหน้าเฟสบุ๊กเพจของคุณ
2. แตะที่ชื่อเฟสบุ๊กเพจของคุณ
3. แตะที่ คำสั่ง เผยแพร่



4. แตะที่ คำสั่ง เขียนอะไรบางอย่าง
5. พิมพ์ข้อความตามต้องการ
6. แตะที่ คำสั่ง แชร์
7. แตะที่ คำสั่ง แชร์ อีกครั้งหนึ่ง



การโพสต์รูปภาพ (Photo)

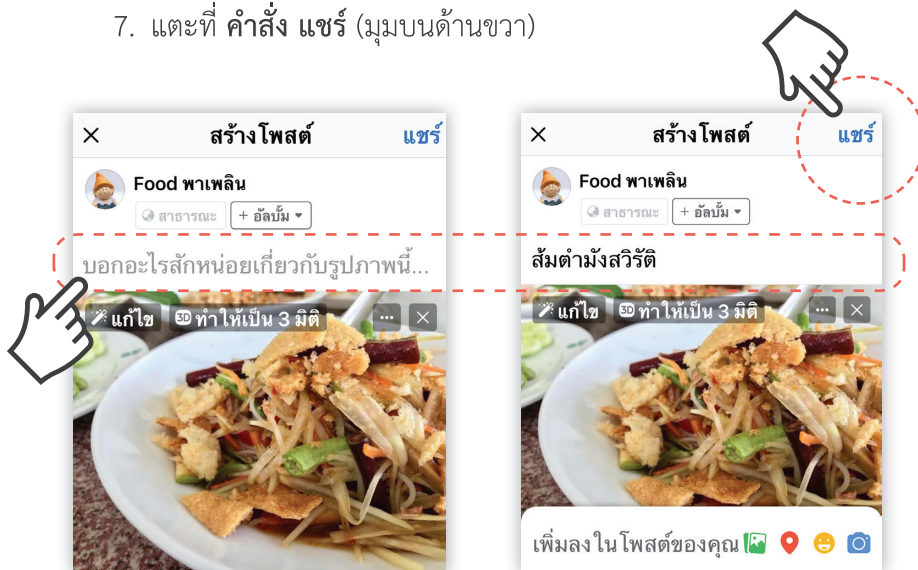
1. เปิดหน้าเฟสบุ๊กเพจของคุณ
2. แตะที่ คำสั่ง  รูปภาพ



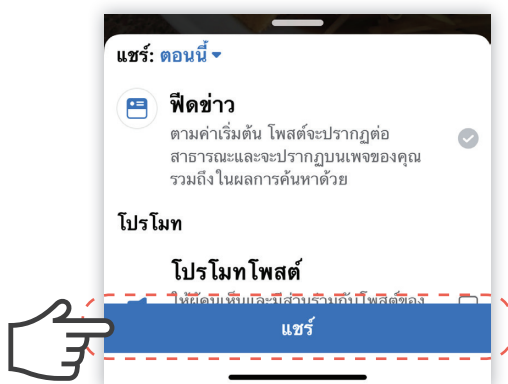
3. แตะเลือกรูปภาพ
4. แตะที่ คำสั่ง เรียบร้อย (มุมบนด้านขวา)



5. แตะที่ คำว่า บอกอะไรหน่อยเกี่ยวกับรูปภาพนี้
6. พิมพ์คำอธิบายรูปภาพนี้ลงไป
7. แตะที่ คำสั่ง แชร์ (มุมบนด้านขวา)

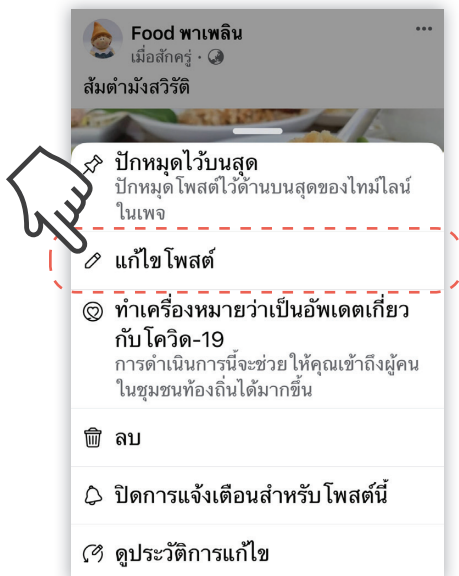


8. แตะที่ คำสั่ง แชร์ อีกครั้งหนึ่ง



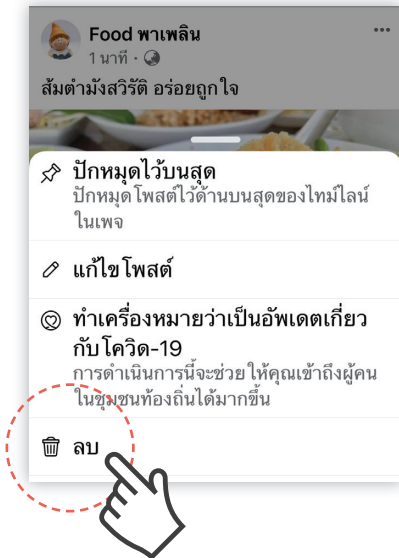
การแก้ไขโพสต์

1. เปิดหน้าเฟสบุ๊กเพจของคุณ
2. เลื่อนหน้าจอไปยังโพสต์
ที่คุณต้องการแก้ไข
3. แตะที่ ... (จุด 3 จุด)
มุมบนด้านขวาของโพสต์
ที่ต้องการ
4. แตะที่ คำสั่ง แก้ไขโพสต์
5. แก้ไขข้อความตามต้องการ
6. แตะที่ คำสั่ง บันทึก



การลบโพสต์

1. เปิดหน้าเฟสบุ๊กเพจของคุณ
2. เลื่อนหน้าจอไปยังโพสต์ที่คุณต้องการแก้ไข
3. แตะที่ ... (จุด 3 จุด) มุมบนด้านขวาของโพสต์ที่ต้องการ
4. แตะที่ คำสั่ง ลบ
5. แตะที่ คำสั่ง ลบโพสต์ เพื่อยืนยันการลบ

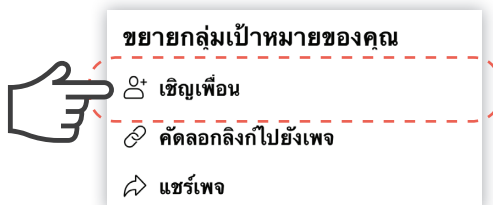


การเชิญชวนเพื่อนให้มากดไลค์เฟสบุ๊คเพจของคุณ

1. ในหน้าเฟสบุ๊คเพจของคุณ
2. ใช้นิ้วแตะที่ คำสั่ง เพิ่มเติม (อยู่ด้านบนของเพจ)

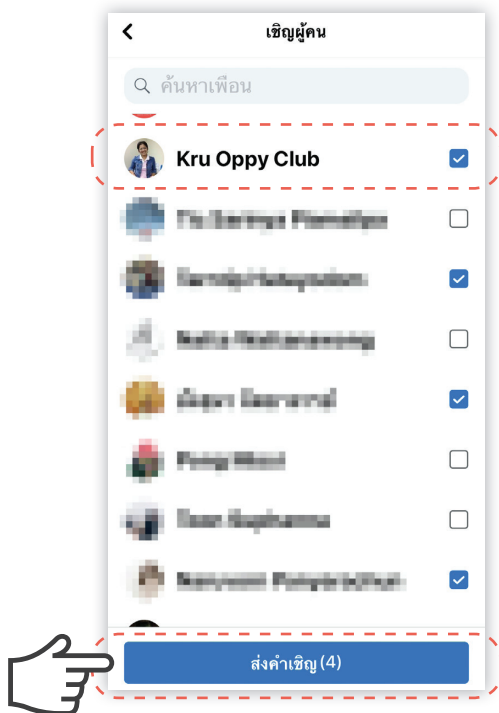


3. ใช้นิ้วแตะที่ คำสั่ง เชิญเพื่อน

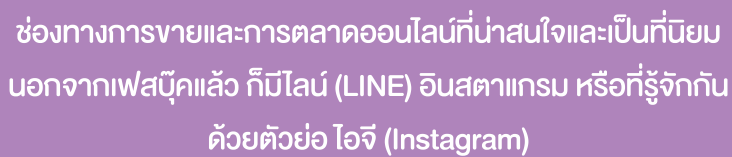


4. ในหน้ารายการชื่อเพื่อน ใช้นิ้วแตะในช่องสี่เหลี่ยมของเพื่อนที่ต้องการ
ส่งคำเชิญไป

5. ใช้นิ้วแตะที่ คำสั่ง ส่งคำเชิญ



ช่องทางออนไลน์ ที่น่าสนใจ





การตลาดออนไลน์ผ่านทาง LINE

การสร้างการรับรู้และจดจำของลูกค้าผ่านทาง LINE

ถ้าคุณทำธุรกิจและใช้ LINE เป็นสื่อกลางในการสื่อสารกับลูกค้าของคุณ ชื่อไอดี LINE เป็นสิ่งสำคัญ ควรตั้งชื่อไอดี LINE ให้มีความสอดคล้องกับธุรกิจที่ทำ ซึ่งจะเป็นชื่อแบรนด์หรือ ชื่อร้าน และการตั้งชื่อไอดี LINE นี้ คุณจะสามารถตั้งชื่อนี้ได้เพียงครั้งเดียวเท่านั้น และไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ นอกจากคุณจะสร้าง LINE ใหม่ขึ้นมา นั่นก็หมายความว่า รายชื่อเพื่อนจะหายไปด้วย



ตัวอย่างชื่อไอดี LINE เช่น coffee_boran หรือ coffeeboran

ตัวอย่างชื่อที่แสดง เช่น Coffee Boran by Pa Jeaw

ส่วนชื่อที่ใช้แสดงนั้น คุณสามารถแก้ไขได้ ไม่เหมือนกับชื่อ LINE ID ที่ไม่สามารถแก้ไขได้ แต่ถึงแม้ว่าชื่อที่ใช้แสดงจะเปลี่ยนแปลงได้ คุณก็ไม่ควรเปลี่ยนบ่อยจนทำให้ลูกค้าสับสนวิธีการเปลี่ยนชื่อที่ใช้แสดง มีดังนี้

1. แตะที่โปรไฟล์ของตัวเอง (ไปที่หน้ารวมเพื่อน แล้วโปรไฟล์ของเราจะอยู่ด้านบนสุด)
2. แตะที่ คำสั่ง แก้ไขโปรไฟล์
3. แตะที่ คำสั่ง แก้ไขโปรไฟล์ อีกครั้งหนึ่ง
4. แตะที่ ชื่อที่แสดง
5. ลบชื่อเดิม และพิมพ์ชื่อใหม่ตามต้องการ

การโพสต์ไทม์ไลน์อย่างมืออาชีพ

การทำการตลาดออนไลน์ ด้วยการใช้ LINE เป็นสื่อกลางในการสื่อสารกับลูกค้าของคุณนั้น การโพสต์เนื้อหาสาระต่าง ๆ ในไทม์ไลน์ เป็นเรื่องปกติ ไม่ว่าจะเป็นการโพสต์ขายสินค้า โพสต์โปรโมชั่นพิเศษ รีวิวจากลูกค้า หรือ การแจ้งข่าวสารต่าง ๆ และที่สำคัญ คือ การโพสต์ไทม์ไลน์นั้น คุณสามารถเลือกได้ว่า จะให้ใครมองเห็นโพสต์ของคุณ

คำแนะนำ คือ คุณควรตั้งค่าโพสต์ต่าง ๆ บนไทม์ไลน์ ให้เป็นสาธารณะ ถ้าเพื่อนใน LINE ของคุณกดถูกใจ หรือ แชร์โพสต์นั้น จะทำให้เพื่อนใน LINE ของเพื่อนสามารถเห็นโพสต์นั้นด้วย เท่ากับเป็นการโปรโมทร้านของคุณผ่านเพื่อน ๆ ของคุณนั่นเอง

การโพสต์ไทม์ไลน์อย่างมืออาชีพนั้น คุณควรโพสต์เฉพาะเรื่องที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่คุณทำเท่านั้น ไม่ควรสลับกับการโพสต์เรื่องราวส่วนตัวให้ลูกค้าเห็น ถ้าสามารถเตรียมข้อมูลที่จะโพสต์เป็นรูปภาพได้ ก็จะทำให้ดูน่าสนใจ และง่ายต่อการโพสต์

อย่างไรก็ตาม การตั้งค่าโพสต์ให้เป็นสาธารณะนั้น บางครั้งคุณอาจต้องการ ความเป็นส่วนตัวกับเพื่อนบางกลุ่ม แม้คุณจะใช้ LINE ส่วนตัวทำธุรกิจ ก็ไม่ได้ หมายความว่า ความเป็นส่วนตัวจะหายไป เพราะคุณสามารถสร้างพื้นที่ส่วนตัว ให้กับกลุ่มเพื่อนบนไทม์ไลน์ของคุณได้ ด้วยการจัดกลุ่มคนที่เห็นโพสต์ในไทม์ไลน์

การจัดกลุ่มในไทม์ไลน์

1. ในแอป LINE เปิดไทม์ไลน์ของคุณ
2. แตะที่  (Write) เพื่อโพสต์ข้อมูลในไทม์ไลน์
3. แตะที่ “ถึง” (To) ด้านบนสุด ปกติเป็น สาธารณะ
4. แตะที่ + เพิ่ม ... อยู่ด้านล่างสุดของหน้าจอ
5. ในหัวข้อ เพื่อน แตะเลือกเพื่อนที่ต้องการเพิ่มในกลุ่ม
6. แตะที่ คำสั่ง ถัดไป
7. พิมพ์ชื่อกลุ่ม
8. แตะที่ คำสั่ง บันทึก
9. เมื่อคุณสร้างกลุ่มเพื่อนบนไทม์ไลน์แล้ว คุณสามารถเลือกโพสต์ ข้อมูลที่เป็นส่วนตัวบนไทม์ไลน์ของคุณได้ โดยให้เลือก “ถึง” เป็นกลุ่มเพื่อนสนิท แทนที่จะเป็นสาธารณะ

การเปลี่ยนเบอร์โทรใหม่ แต่ LINE เดิมยังใช้ได้

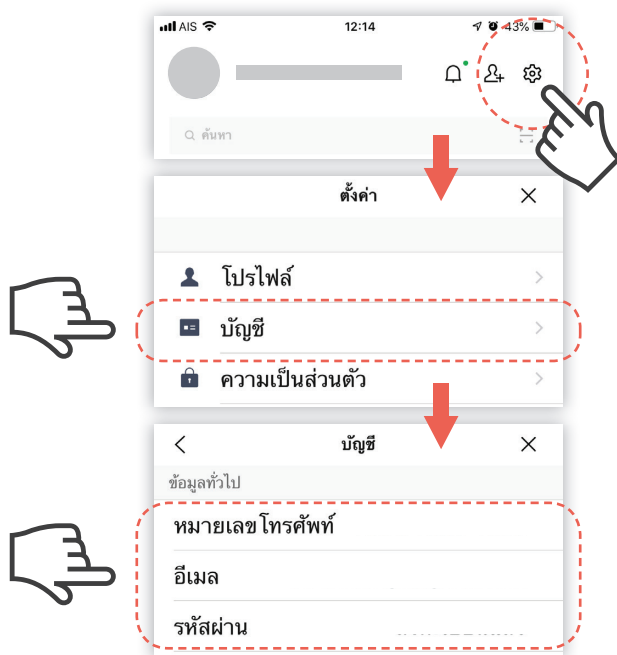
กรณีที่คุณเปลี่ยนเบอร์โทรศัพท์ใหม่ คุณสามารถเปลี่ยนเบอร์โทรศัพท์ที่ผูกกับ LINE ส่วนตัวที่คุณใช้ทำธุรกิจได้ สิ่งสำคัญที่สุดสำหรับการเปลี่ยนเบอร์โทรศัพท์ คือคุณจะต้องเปลี่ยนเบอร์โทรศัพท์ใน LINE ให้เรียบร้อย ก่อนที่คุณจะเปลี่ยนซิม ของเบอร์ใหม่ และอีกเรื่องหนึ่งที่สำคัญมากคือ คุณจำเป็นต้องเชื่อมต่อบัญชี LINE กับอีเมล เมื่อคุณเปลี่ยนเบอร์โทรศัพท์ หรือเปลี่ยนมือถือ ข้อมูลจะไม่หายแน่นอน

วิธีการเปลี่ยนเบอร์โทรศัพท์ที่ผูกติดกับบัญชี LINE

1. เปิดเข้าไปที่ การตั้งค่า ของ LINE และที่ คำสั่ง บัญชี
2. ในหัวข้อ เบอร์โทรศัพท์ และที่ คำสั่ง เปลี่ยน
3. และที่ คำสั่ง เปลี่ยนเบอร์โทรศัพท์
4. เปลี่ยนเบอร์โทรศัพท์เบอร์ใหม่ และทำตามขั้นตอนบนหน้าจอแนะนำ

การเชื่อมบัญชี LINE กับอีเมล

1. เปิดเข้าไปที่ การตั้งค่า ของ LINE และที่ คำสั่ง บัญชี
2. และที่ คำสั่ง ลงทะเบียนอีเมล
3. พิมพ์อีเมล + ตั้งรหัสผ่าน และยืนยันรหัสผ่านซ้ำอีกครั้ง
4. และที่ คำสั่ง ลงทะเบียน หรือ ตกลง





การตลาดออนไลน์ผ่านทางไอจี (อิน스타그램)

อิน스타그램 หรือ ที่นิยมเรียกกันแบบสั้น ๆ ว่า **ไอจี** เป็นสื่อสังคมออนไลน์ ยอดฮิตของคนไทย จุดเด่นของไอจี คือ การแชร์รูปภาพ และคลิปวิดีโอ ด้วยจุดเด่นของฟีเจอร์การปรับสีของรูปภาพ การติดแฮชแท็ก (# - Hashtag) เพื่อให้ง่ายต่อการเข้าถึงรูปภาพและข้อมูล ทำให้พ่อค้าแม่ค้าออนไลน์ทั้งหลายก็เริ่มหันมาขายของกันผ่านทางไอจีมากยิ่งขึ้น

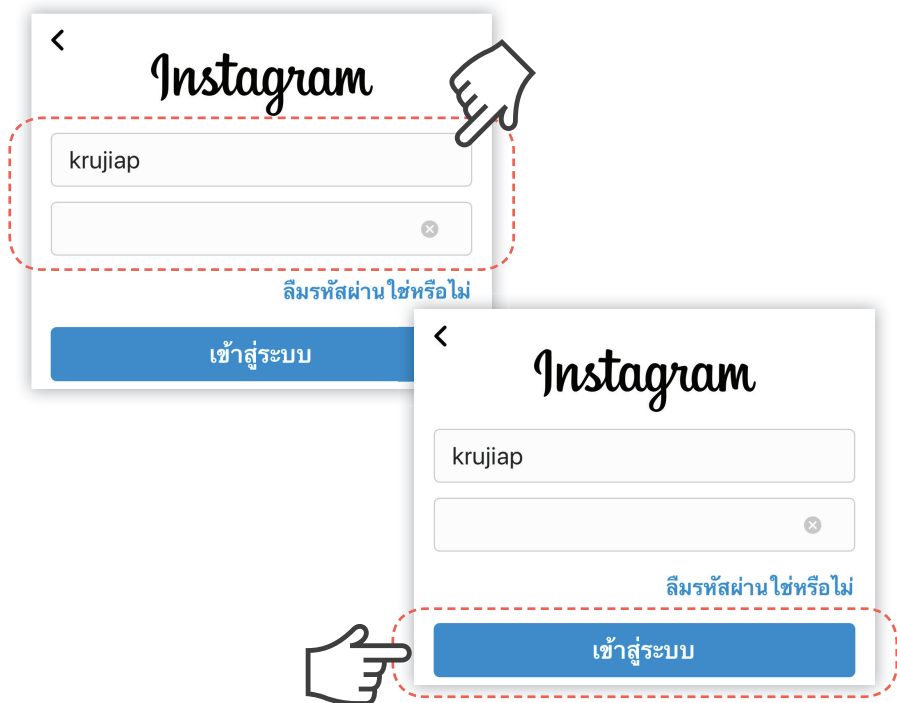
อย่างไรก็ตาม คู่มือเล่มนี้ เน้นสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้สูงอายุและกลุ่มผู้สูงอายุที่เป็นมือใหม่หัดเล่นไอจี ซึ่งจะขอแนะนำการใช้ไอจีเบื้องต้น เพื่อให้ผู้อ่านได้มีความรู้และทักษะพื้นฐานกันก่อน เมื่อเข้าใจและมีความชำนาญแล้วจะสามารถก้าวไปเรียนรู้การใช้ไอจีสำหรับธุรกิจกันไป ทั้งนี้ แอปพลิเคชันอิน스타그램 (ไอจี) สามารถดาวน์โหลดได้ฟรีโดยไม่มีค่าใช้จ่าย ทั้งมีอีกระบบแอนดรอยด์และไอโฟน

สำหรับผู้ที่ยังไม่เคยสมัครใช้งานไอดีมาก่อน เมื่อโหลดแอปมาแล้ว การเปิดใช้งานครั้งแรกนั้น คุณจำเป็นต้องสมัครใช้งานก่อน โดยการสมัครใช้งานครั้งนี้มีทางเลือก 2 ทาง คือ ถ้าคุณมีบัญชีเฟสบุ๊กอยู่แล้ว ก็สามารถแตะเลือกดำเนินการต่อในชื่อเฟสบุ๊กของคุณได้เลยซึ่งจะสะดวกมาก แต่ถ้าคุณยังไม่มีเฟสบุ๊ก หรือไม่ต้องการดำเนินการต่อในชื่อเฟสบุ๊ก ก็สามารถเลือกสมัครใช้งานด้วยหมายเลขโทรศัพท์ หรืออีเมลได้เลย และสามารถทำตามขั้นตอนบนหน้าจอเพียงไม่กี่ขั้นตอนก็สามารถใช้งานไอดีได้แล้ว ที่สำคัญ คุณจำเป็นต้องจำชื่อ และ รหัสผ่านในการสมัครให้ได้ เพื่อเข้าสู่บัญชีไอดีของคุณ



การลงชื่อเข้าใช้ไอจี

1. เปิดแอปอินสตาแกรม (ไอจี)
2. แตะที่ คำสั่ง ลงชื่อเข้าใช้
3. พิมพ์ชื่อผู้ใช้ของคุณลงไป
4. พิมพ์รหัสผ่าน
5. แตะที่ คำสั่ง เข้าสู่ระบบ



หมายเหตุ: สำหรับการลงชื่อเข้าใช้บัญชีไอจี ถ้าคุณเคยลงชื่อเข้าใช้ในมือถือที่ใช้ประจำแล้ว และไม่เคยออกจากระบบ ทุกครั้งที่เปิดแอปฯ ไอจี จะเข้าสู่บัญชีของคุณอัตโนมัติ

การเปลี่ยนรูปภาพประจำตัว

• สำหรับสมาร์ทโฟนระบบ iOS (iPhone, iPad)

1. เปิดแอปอินสตาแกรม (ไอจี)
2. แตะที่  บนแถบเครื่องมือ
3. ใช้นิ้วแตะที่ คำสั่ง แก้ไขโปรไฟล์
4. ใช้นิ้วแตะที่ คำสั่ง เปลี่ยนรูปโปรไฟล์
5. ใช้นิ้วแตะ คำสั่ง เลือกจากคลัง
6. ใช้นิ้วแตะเลือกรูปภาพ
7. ใช้นิ้วแตะ คำสั่ง เสร็จ
8. ใช้นิ้วแตะ คำสั่ง เสร็จ อีกครั้ง

• สำหรับสมาร์ทโฟนระบบ แอนดรอยด์ (Android)

1. เปิดแอปอินสตาแกรม (ไอจี)
2. ใช้นิ้วแตะที่ รูปโปรไฟล์เดิม (วงกลม) มุมขวาสุด
3. ใช้นิ้วแตะที่ คำสั่ง แก้ไขโปรไฟล์
4. ใช้นิ้วแตะที่ คำสั่ง เปลี่ยนรูปโปรไฟล์
5. ใช้นิ้วแตะ คำสั่ง รูปโปรไฟล์ใหม่
6. ใช้นิ้วแตะ คำสั่ง แกลเลอรี
7. ใช้นิ้วแตะ เลือกรูปภาพ
8. ใช้นิ้วแตะ คำสั่ง ถัดไป
9. ใช้นิ้วแตะ คำสั่ง ถัดไป อีกครั้งหนึ่ง



การเปิดดูภาพถ่ายจากสมาชิกของอินสตาแกรม

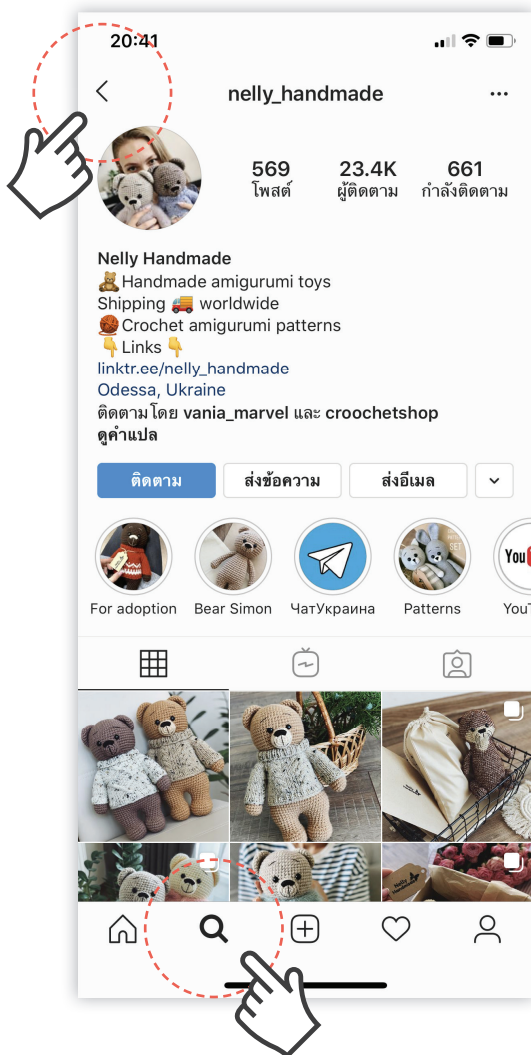
1. เปิดแอปอินสตาแกรม
- 2.แตะ 🔍 รูปแว่นขยาย
- 3.แตะเลือกหมวดหมู่ เช่น ร้านค้า, สถาปัตยกรรม, อาหาร เป็นต้น
- 4.เลื่อนดูรูปภาพ



5. ถ้าต้องการดูภาพใด แต่ละ 1 ครั้งลงบนภาพ
6. ถ้าต้องการดูภาพทั้งหมดของสมาชิกคนนี้ แต่ที่ชื่อเจ้าของภาพ (มุมบนด้านซ้าย)



7. ใช้นิ้วแตะที่ ปุ่ม < เพื่อกลับไปยังหน้ารวมภาพ (อาจจะต้องแตะซ้ำประมาณ 3 - 4 ครั้ง) หรือ ใช้นิ้วแตะที่ Q รูปแว่นขยาย เพื่อกลับไปยังหน้าแรกของการค้นหา

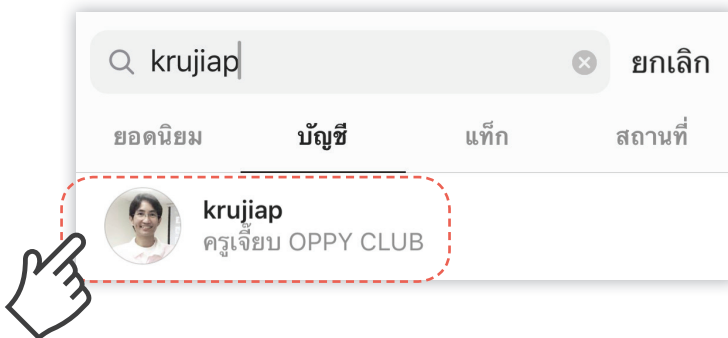


การค้นหาลบผู้ใช้ที่ต้องการติดตาม

1. เปิดแอปอินสตาแกรม
2. แตะ 🔍 รูปแว่นขยาย บนแถบเครื่องมือ
3. แตะที่ข้อความในช่อง ค้นหา
4. แตะที่ คำสั่ง บัญชี



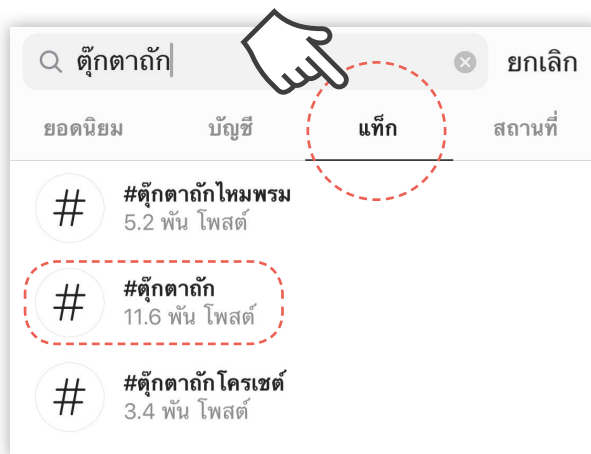
5. พิมพ์บัญชีชื่อผู้ใช้ที่ต้องการติดตามลงไป เช่น krujiap
6. แตะที่ ปุ่ม ค้นหา บนแป้นพิมพ์
7. เมื่อมีรูปภาพโปรไฟล์และชื่อผู้ใช้ปรากฏขึ้น ให้แตะเลือกบัญชีชื่อผู้ใช้ที่ต้องการ



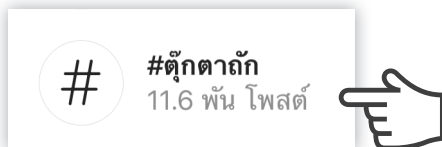
8. แตะ ติดตาม จากนั้น ปุ่มนี้จะเปลี่ยนเป็น กำลังติดตาม
9. แตะที่ < (มุมบนด้านซ้าย) เพื่อกลับไปค้นหาบัญชีอื่น
10. ถ้าต้องการติดตามเพื่อนคนอื่นต่อไป ในช่อง 🔍 แวนขยาย ให้แตะลงบนชื่อเดิม แล้วลบชื่อเดิมทิ้งไปก่อน
11. ทำซ้ำข้อ 5 - 9 จนกระทั่งติดตามเพื่อนได้ครบ
12. ใช้นิ้วแตะที่ รูป บ้าน บนแถบเครื่องมือ เพื่อกลับไปหน้าแรกของไอจี

การค้นหารูปภาพด้วยแท็ก (Tags)

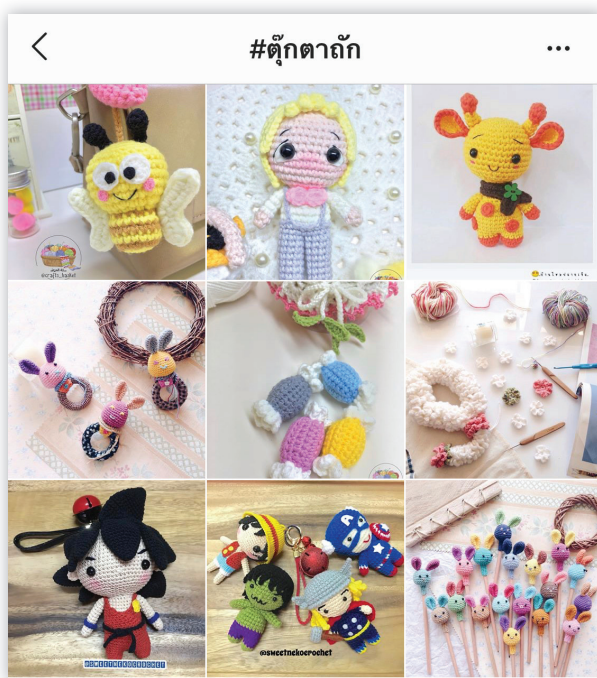
1. เปิดแอปอินสตาแกรม
2. ใช้นิ้วแตะ 🔍 รูปแวนขยาย บนแถบเครื่องมือ
3. ใช้นิ้วแตะที่ข้อความในช่อง ค้นหา
4. ใช้นิ้วแตะที่ คำสั่ง แท็ก
5. พิมพ์คำที่ต้องการค้นหาลงไป เช่น ตุ๊กตาถัก



6. ใช้นิ้วแตะที่ ปุ่ม ค้นหา บนแป้นพิมพ์
7. ใช้นิ้วแตะที่ ชื่อของแท็ก ตามต้องการ (สังเกตจำนวนโพสต์ของแต่ละแท็ก)

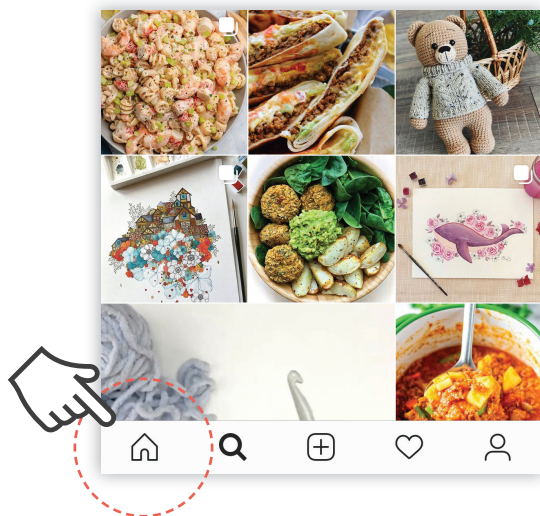


8. จากนั้น ใช้นิ้วเลื่อนดูภาพ และแตะเปิดภาพใหญ่ หรือ แตะที่ชื่อเจ้าของรูปภาพ แล้วถ้าสนใจติดตามก็แตะที่ ติดตาม ของบุคคลดังกล่าวได้



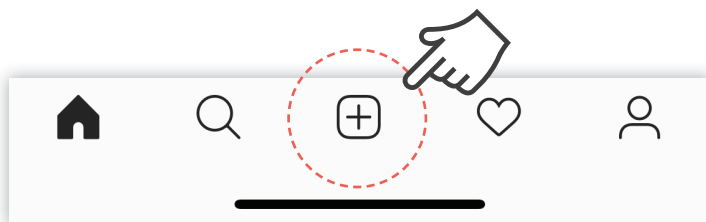
การเปิดดูรูปภาพจากบุคคลที่คุณติดตาม

1. เปิดแอปอินสตาแกรม
- 2.แตะ  รูปบ้าน บนแถบเครื่องมือ
- 3.ใช้นิ้วเลื่อนดูภาพ

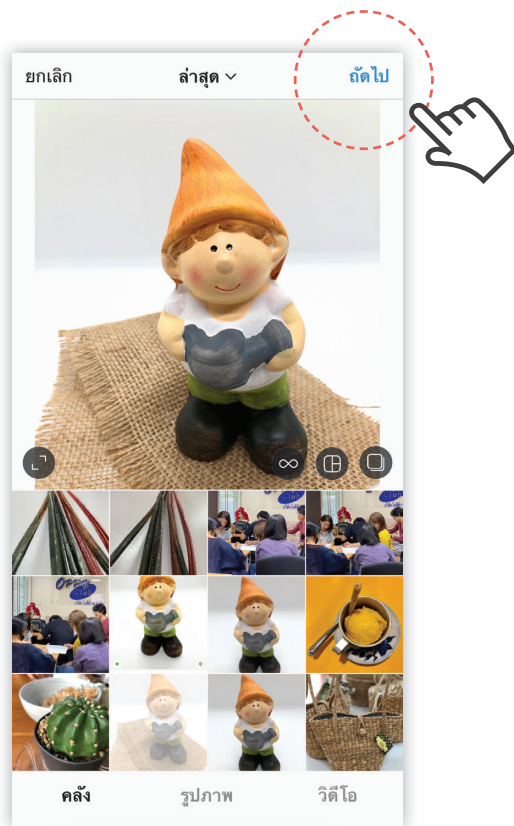


การโพสต์รูปภาพ

1. เปิดแอปอินสตาแกรม
- 2.แตะที่ รูป  บนแถบเครื่องมือ



3. สำหรับ ไอโฟน แต่ คำสั่ง คลัง
แอนดรอยด์ แต่ คำสั่ง แกลเลอรี
4. แต่รูปภาพที่ต้องการ
5. ปรับขนาดของภาพ ใช้นิ้วสองนิ้ววางบนภาพ ถ้าต้องการขยายภาพ
ให้กางนิ้วออกจากกัน และหากต้องการลดขนาดภาพ ให้หุบนิ้วเข้าหากัน
6. เลื่อนตำแหน่งภาพ แต่เลื่อนภาพตามต้องการ
7. แต่ คำสั่ง ถัดไป



8. การปรับแต่งสีของรูปภาพด้วยฟิลเตอร์ ปฏิบัติดังนี้

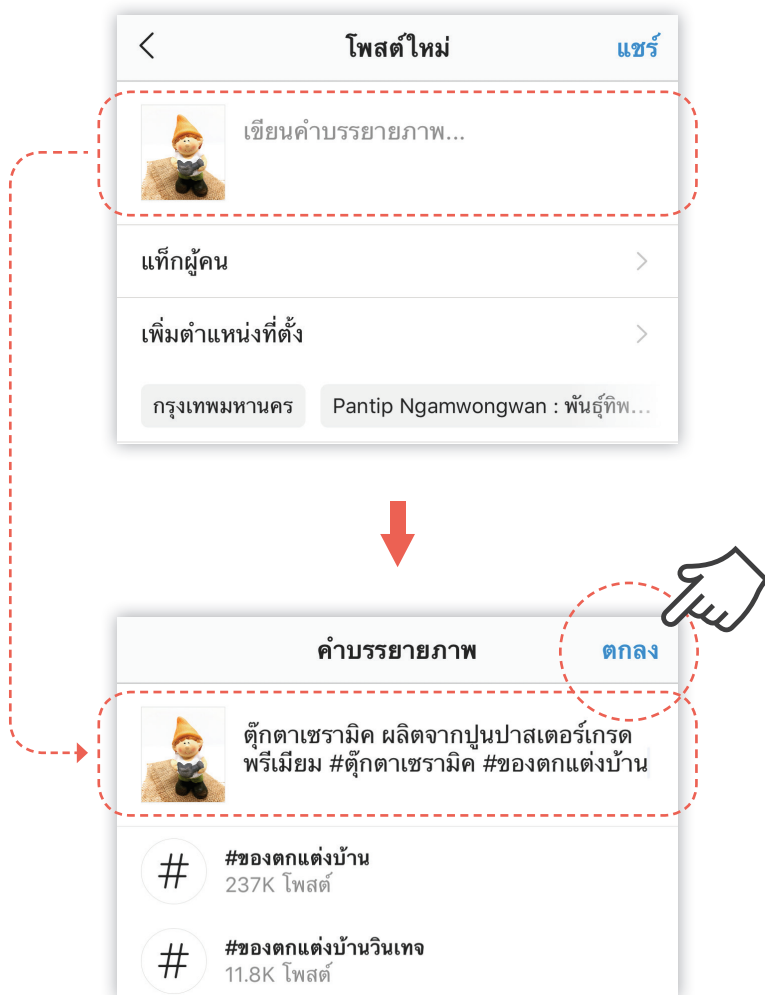
8.1 ตั้งค่าสี ฟิลเตอร์

8.2 เลือกฟิลเตอร์ตามต้องการ

8.3 ตั้งค่าสี ถัดไป



9. แตะที่ คำว่า เขียนคำบรรยายภาพ
10. พิมพ์ข้อความลงไป
11. แตะที่ ตกลง



12. แตะที่ แชร์



การแก้ไขคำอธิบายของรูปภาพที่โพสต์ไปแล้ว

1. เปิดแอปอินสตาแกรม
2. แตะที่ รูป  บนแถบเครื่องมือ
3. แตะเลือกรูปภาพที่ต้องการแก้ไขคำอธิบาย
4. แตะที่ ... (จุดสามจุด)



5. แตะที่ คำสั่ง แก้ไข
6. แก้ไขคำอธิบายตามต้องการ
7. แตะที่ คำสั่ง เสร็จ

การลบรูปภาพที่โพสต์ไปแล้ว

1. เปิดแอปอินสตาแกรม
2. แตะที่ รูป  บนแถบเครื่องมือ
3. แตะเลือกรูปภาพที่ต้องการแก้ไขคำอธิบาย
4. แตะที่ ... (จุดสามจุด)
5. แตะที่ คำสั่ง ลบ
6. แตะที่ คำสั่ง ลบ อีกครั้ง เพื่อยืนยัน

การกดไลค์รูปภาพ

แตะที่ รูป  อยู่ใต้รูปภาพที่คุณชื่นชอบ รูปหัวใจจะเปลี่ยนเป็นสีแดง และมีชื่อของคุณปรากฏขึ้น

การแสดงความคิดเห็นรูปภาพ

1. แตะ รูป  อยู่ใต้รูปภาพที่คุณต้องการ
2. พิมพ์ข้อความลงไป
3. แตะที่ คำสั่ง โพสต์
4. แตะที่ รูป  เพื่อกลับไปยังหน้าแรกของไอจี

7

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ ของการทำการตลาด และการขายของออนไลน์



พ่อค้าแม่ค้าออนไลน์ที่จะประสบความสำเร็จในยุคที่ต้องใช้ชีวิตแบบวิถีใหม่ (New Normal) นี้ได้ ต้องมีการทำการตลาดให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย อย่างโดนใจ จึงจะสามารถเอาชนะคู่แข่ง และชนะใจลูกค้าได้

ปัจจัยสู่ความสำเร็จของการตลาดและขายของออนไลน์

ปัจจุบัน การแข่งขันสำหรับตลาดออนไลน์นั้นมีสูงมาก และเมื่อประเทศไทยและหลายประเทศทั่วโลกได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือ โควิด-19 (COVID-19) ยิ่งทำให้การแข่งขันบนโลกออนไลน์สูงขึ้นเป็นเท่าทวีคูณ ผู้บริโภคจากทั่วทุกมุมโลกหันมาซื้อของออนไลน์มากขึ้น

สำหรับประเทศไทยนั้น ได้เข้าสู่โหมดของวิถีใหม่ (New Normal) มาตั้งแต่ช่วงเดือนมีนาคม 2563 การเดินทางออกนอกบ้านลดน้อยลง จะออกจากบ้านเมื่อมีเหตุจำเป็นเท่านั้น ด้วยเหตุนี้ผู้บริโภคหันมาจับจ่ายใช้สอย ซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์มากขึ้น ดังนั้น พ่อค้าแม่ค้าที่จะประสบความสำเร็จในยุคนี้ได้ ต้องมีการทำการตลาดแบบโดนใจให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย รวมถึงกลยุทธ์การขายทางออนไลน์ที่จะสามารถเอาชนะทั้งคู่แข่ง และชนะใจลูกค้าได้ จึงจะประสบความสำเร็จในการขายได้เป็นอย่างดี





ปัจจัยสู่ความสำเร็จของการทำการตลาดและขายของออนไลน์ สรุปได้ดังนี้

1. เข้าใจกลุ่มลูกค้าอย่างชัดเจน การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถผลิตสินค้าและบริการได้ตรงกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้เป็นอย่างดี ทำให้ตัดสินใจได้ว่า ช่องทางการทำการตลาดและขายออนไลน์ ควรจะใช้ช่องทางใด เพื่อให้ตรงกับพื้นที่ที่กลุ่มเป้าหมายอยู่กัน

2. การตั้งราคาได้โดนใจนักช้อปออนไลน์ (ซื้อง่าย จ่ายคล่อง) เรื่องของราคา ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ให้นักช้อปออนไลน์ตัดสินใจซื้อของจากร้านไหน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการแข่งขันของร้านค้าออนไลน์ปัจจุบันนี้ค่อนข้างสูง นักช้อปมีโอกาสเลือกซื้อสินค้าในราคาที่ถูกลงกว่าการไปซื้อจากร้านค้าที่มีหน้าร้าน แลมร้านค้าออนไลน์เองก็ยังมีมาตรการราคากันอีกด้วย นอกจากการลดราคาสินค้าแล้วยังมีบริการจัดส่งฟรีแถมให้อีก

3. สื่อสารกับลูกค้าอย่างรวดเร็วทันใจ ตอบทุกคำถาม ไม่ปล่อยให้ลูกค้า

คอยนาน พฤติกรรมของลูกค้าออนไลน์ที่ควรทราบคือ ความใจร้อน รอไม่ได้นาน ถ้ามีคำถามสงสัย ถามแล้วก็ต้องการคำตอบทันที ถ้าไม่ได้รับคำตอบ ก็จะไม่รอ และเริ่มมองหาสินค้าแบบเดียวกันนี้จากร้านอื่นทันที

สำหรับใครที่เปิดร้านทางเฟสบุ๊กเพจ ลูกค้าอาจถามเข้ามาผ่านทางคอมเมนต์ (แสดงความคิดเห็น) ภายใต้โพสต์ที่คุณนำเสนอสินค้า คุณจำเป็นต้องมันเข้ามาดูแลโพสต์ของคุณ แนะนำให้เปิดการแจ้งเตือนเอาไว้ ทุกครั้งที่มีข้อความเข้ามา ก็ให้มีการแจ้งเตือนทางหน้าจอ และถึงแม้ว่าเป็นคำถามซ้ำเดิมที่คุณเคยตอบไปแล้ว คุณก็จำเป็นต้องตอบใหม่อีกทุก ๆ ครั้งไป นักช้อปออนไลน์ส่วนใหญ่ ไม่ค่อยชอบย้อนอ่านความคิดเห็น หรือ ข้อความที่ตอบไปก่อนหน้านี้แล้ว อีกช่องทางหนึ่งบนเฟสบุ๊กที่อาจจะมียูกค้าป้อนคำถามมา นั่นก็คือ ทางข้อความ (Messenger) หรือ อินบ็อกซ์ (Inbox) คุณต้องหมั่นตรวจสอบว่ามีข้อความจากลูกค้าส่งเข้ามาทางอินบ็อกซ์หรือไม่ ถ้ามี ควรรีบสื่อสารกับลูกค้าด้วย อย่าปล่อยให้รอนานเกินไป ไม่งั้นนั้น คุณจะพลาดโอกาส เสียลูกค้าไปได้ง่าย ๆ





4. จัดส่งของรวดเร็วทันใจ สำหรับการขายของออนไลน์นั้น จุดเด่นของร้านค้าที่ทำให้ได้เปรียบคู่แข่ง และถูกใจลูกค้า นั่นก็คือ ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า โดยเฉพาะการจัดส่งเร็วและการบรรจุสินค้าอย่างดี สภาพสินค้าดีเมื่อถึงมือลูกค้า จะสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าเป็นอย่างมาก ด้วยเหตุนี้จะนำไปสู่การซื้อซ้ำและการบอกต่อได้เป็นอย่างดี

5. สะสมลูกค้าเก่าและทำให้กลายเป็นลูกค้าประจำให้ได้ การควบคุมคุณภาพของสินค้า ความสม่ำเสมอของการบริการที่ดี สร้างความประทับใจให้กับลูกค้า มีการจัดโปรโมชั่นพิเศษ หรือสิทธิพิเศษให้กับลูกค้าประจำ ทำให้ลูกค้าประจำรู้สึกว่าเป็นคนพิเศษสำหรับร้านของคุณเสมอ นอกจากจะเป็นลูกค้าประจำแล้ว ก็จะไปสู่การบอกต่อได้อีกด้วย

6. พัฒนาสินค้าให้นำหน้าคู่แข่งอยู่เสมอ การนำเอานวัตกรรมอันทันสมัยเข้ามาช่วยพัฒนาสินค้า ทำให้สินค้าที่คุณผลิตนั้นมีคุณภาพที่ดี ตอบโจทย์ลูกค้า และสามารถแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้

7. สินค้ามีเอกลักษณ์เฉพาะตัว สร้างความเป็นผู้เชี่ยวชาญในตลาด ทำให้ลูกค้าเห็นว่า ถ้าจะซื้อสินค้าประเภทนี้ ต้องมาซื้อกับเราเท่านั้น มองหาอัตลักษณ์

ของสินค้า สร้างความแตกต่างจากคู่แข่งให้ได้ และเทคนิคการนำเสนอด้วยเรื่องเล่า (Story telling) จะช่วยให้สินค้าของคุณน่าสนใจ และทำให้ลูกค้าของคุณจดจำสินค้าของคุณได้ ถ้าเรื่องราวนี้เป็นที่น่าประทับใจ จะมีการแชร์ต่อ ๆ กันไป ทำให้เรื่องราวที่เชื่อมโยงกับสินค้าของคุณเผยแพร่ไปในวงกว้าง

8. สร้างความประทับใจให้ลูกค้าจดจำ อยากกลับมาซื้อซ้ำ และอยากบอกต่อ

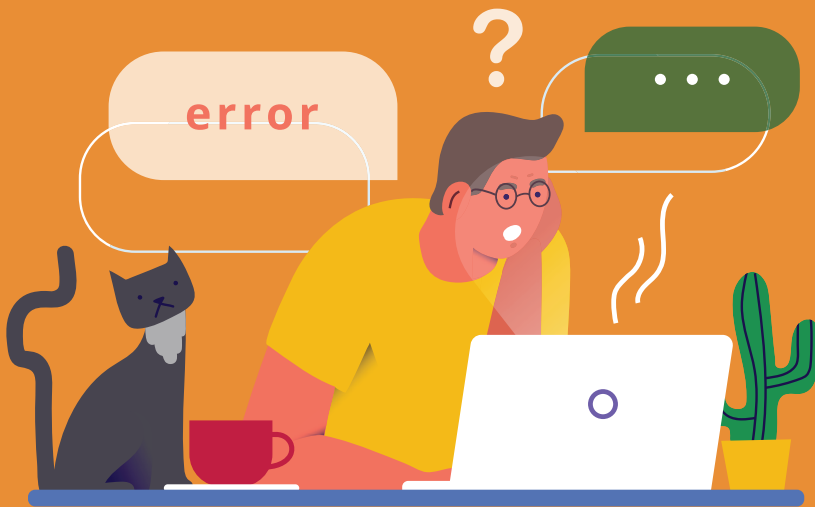
พยายามหากลยุทธ์ที่จะทำให้ลูกค้าประทับใจ เช่น พุดจาน่ารัก บริการประทับใจ ตอบคำถามที่ลูกค้าถามได้อย่างชัดเจน จัดส่งของรวดเร็ว การบรรจุหีบห่อแข็งแรง ทำให้สินค้าอยู่ในสภาพสมบูรณ์เมื่อถึงมือลูกค้า เป็นต้น และ สินค้ามีคุณภาพที่ดี ตอบโจทย์ลูกค้า เป็นสินค้าที่แก้ปัญหาให้ลูกค้าได้ จะทำให้ลูกค้าจดจำสินค้าของคุณ จนอยากกลับมาซื้อซ้ำ อาจจะซื้อในปริมาณที่เท่าเดิมอย่างสม่ำเสมอ หรือซื้อปริมาณที่มากขึ้น อีกทั้งยังอยากจะบอกต่อให้คนรู้จักได้มาซื้อสินค้าของคุณ

9. ทำการตลาดหลายช่องทาง การขายของออนไลน์นั้น ควรทำการตลาด

หลากหลายช่องทาง ถ้าเป็นการตลาดออนไลน์ ต้องวิเคราะห์ให้ดีกว่า กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของคุณชอบใช้สื่อออนไลน์ประเภทใดมากที่สุด และประเภทใดตรงลงมา นอกจากนี้ ถ้ามีโอกาสไปออกบูธตามงานอีเว้นต์ต่าง ๆ ก็จะเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่คุณสามารถประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการของคุณได้เป็นอย่างดี

8

ปัญหา และอุปสรรค



การขาดแคลนทุนมนุษย์และทุนนวัตกรรมเป็นปัญหาและอุปสรรค
ของวิสาหกิจชุมชนผู้สูงอายุ และกลุ่มผู้สูงอายุในชุมชน
ที่รวมกลุ่มกันเพื่อผลิตสินค้าออกจำหน่าย

ปัญหาและอุปสรรคของการตลาดและขายของออนไลน์

ปัญหาและอุปสรรคของวิสาหกิจชุมชนผู้สูงอายุ และกลุ่มผู้สูงอายุที่รวมกลุ่มกันเพื่อผลิตสินค้าขายออนไลน์นั้น สามารถสรุปปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญ ได้ดังนี้

1. ข้อจำกัดเรื่องของการใช้เทคโนโลยี กลุ่มวิสาหกิจชุมชน และกลุ่มผู้สูงอายุในชุมชน ถึงแม้ว่า ส่วนใหญ่จะใช้สมาร์ทโฟน และใช้ไลน์ (LINE) ในการสื่อสารก็จริง แต่ก็ยังเป็นเพียงการใช้งานเพื่อการสื่อสารในกลุ่มเพื่อนเท่านั้น ซึ่งถ้าผู้สูงอายุต้องเรียนรู้การทำการตลาดผ่านสื่อออนไลน์ และขายของออนไลน์ซึ่งต้องใช้ทักษะที่หลากหลายมิติ คงต้องใช้เวลาเรียนรู้มากกว่าคนวัยหนุ่มสาว



2. ข้อจำกัดเรื่องของการบริหารจัดการเวลาสำหรับการทำการตลาดและการดูแลลูกค้าออนไลน์ กลุ่มผู้สูงอายุที่เป็นกลุ่มผู้ผลิตสินค้ายังมีข้อจำกัดในเรื่องของการบริหารเวลา เนื่องจากกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่ลงมือผลิตสินค้าเอง ดังนั้น ก็จะไม่ค่อยมีเวลาไปทำการตลาดผ่านสื่อออนไลน์ รวมถึงถ้าสินค้าไปโพสต์ขายออนไลน์แล้ว ก็จะไม่ค่อยมีเวลาเพียงพอในการคอยตอบข้อซักถามของลูกค้า ซึ่งพฤติกรรมของลูกค้าที่ซื้อของออนไลน์นั้น เป็นกลุ่มที่มีความอดทนต่ำ ถ้ามีข้อสงสัย ต้องการทราบข้อมูลเมื่อถามไปแล้ว ผู้ขายให้คำตอบล่าช้า ก็จะหมดความอดทนได้ง่าย และสามารถค้นหาสินค้าแบบเดียวกันจากร้านอื่น ๆ แทนได้อย่างรวดเร็ว

3. ขาดแคลนนวัตกรรม (ทุนนวัตกรรม) กลุ่มผู้สูงอายุที่เพิ่งเริ่มต้นผลิตสินค้าเพื่อจำหน่าย ยังขาดนวัตกรรมที่จะมาช่วยเสริมศักยภาพในกระบวนการผลิตให้ได้คุณภาพที่ดี และได้มาตรฐาน

4. ข้อจำกัดในเรื่องกำลังผลิต (ทุนมนุษย์) สำหรับสินค้าที่มีคุณภาพและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เป็นที่สนใจของลูกค้า เมื่อมีการสั่งซื้อจำนวนมากเข้ามา กลุ่มผู้สูงอายุจะไม่สามารถรับคำสั่งซื้อจำนวนมากได้ เนื่องจากขาดผู้ชำนาญการช่วยผลิต ซึ่งถือได้ว่าเป็นปัญหาและอุปสรรคของการเติบโตในแง่ของธุรกิจ





**กรมการแพทย์
กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์**

อาคารมหานครยิบซัม ชั้น 21 โซน B เลขที่ 539/2 ถนนศรีอยุธยา เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร 10400

โทรศัพท์ : 0 2642 4336 โทรสาร : 0 2642 4307

Website : www.dop.go.th