



หลักการขายออนไลน์

หน่วยที่ 1: ก้าวแรกสู่โลกพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ผู้สอน: กัญญารัตน์ มิ่งอรุณ
วิทยาลัยการอาชีพบางปะกง



เส้นทางการเรียนรู้ของเรา





พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) คืออะไร?

การทำธุรกิจโดยใช้วิธีการ **“แลกเปลี่ยนข้อมูล”**
ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์



ลดต้นทุน

ขยายตลาดได้
อย่างมีประสิทธิภาพ

จุดเริ่มต้นสู่การยอมรับทั่วโลก



พ.ศ. 2513 - จุดกำเนิด
เริ่มใช้ระบบโอนเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ (EFT)

พ.ศ. 2537-2548 - ยุคทอง
พัฒนาจนเป็นที่ยอมรับในการทำการค้าข้ามทั่วโลก



ความหมายของการขายออนไลน์



การเชื่อมต่อโลก:
อินเทอร์เน็ตเชื่อม
ทุกคนจากทุกมุมโลก

เว็บไซต์คือหน้าร้าน:
ใช้เว็บไซต์เป็นช่องทาง
หลักในการจำหน่าย

ดึงดูดด้วยสื่อ:
สื่อออนไลน์ทำให้การ
เสนอขายดูดีและดึงดูดใจ

ครบจบในเน็ต:
ซื้อขายทุกขั้นตอน
ผ่านทางอินเทอร์เน็ต



ความสำคัญของการขายออนไลน์ 3 ประการ



การขายออนไลน์
- จับเคลื่อนเศรษฐกิจยุคใหม่



เทคโนโลยี
- การประยุกต์ใช้นวัตกรรม



ช่องทางใหม่สำหรับผู้ประกอบการ
- เปิดประตูสู่โอกาสใหม่

ลักษณะเด่นของการขายออนไลน์



ต้นทุน:
ต้นทุนต่ำกว่า
การเปิดร้านจริง



ฐานลูกค้า:
เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้
จำนวนมากมหาศาล



เวลาเปิด-ปิด:
เปิดร้านได้ทุกวัน
24 ชั่วโมง



โอกาส:
เป็นการเพิ่มช่องทาง
การขายสินค้าที่ตรงพลัง

องค์ประกอบ 6 ประการ ของการขายออนไลน์



หัวใจสำคัญของยุคดิจิทัล



A

การให้บริการแบบเจาะจง (Personalization)
- ใช้เทคโนโลยีเก็บข้อมูลพฤติกรรมลูกค้า เพื่อตอบสนองและให้บริการแบบเจาะจง รายบุคคลได้อย่างแม่นยำ



B

การรักษาความเป็นส่วนตัว (Privacy)
- ปกป้องข้อมูลส่วนตัวที่ลูกค้ากรอกในระบบ ผู้ขายต้องรักษาความลับ ห้ามเผยแพร่ก่อนได้รับอนุญาตเด็ดขาด

ขอบเขตของธุรกิจขายออนไลน์



การขายแบบง่าย (Simple E-Commerce)

- ธุรกิจขนาดเล็ก
- เน้นความรวดเร็วและเข้าถึงง่าย



การขายแบบขนาดใหญ่ (Large-Scale E-Commerce)

- ระบบซับซ้อน ครอบคลุมการ
- จัดการคลังสินค้าและโลจิสติกส์



ข้อควรคำนึง: ด้านความน่าเชื่อถือและความปลอดภัย



ความปลอดภัยในข้อมูล
& เสี่ยงติดไวรัส/เจาะระบบ
หากขาดความรู้เรื่องเว็บไซต์



ลูกค้ายังขาดความเชื่อมั่น
และไม่กล้าตัดสินใจซื้อ



ผู้ซื้อไม่สามารถจับต้องสินค้าจริงได้
เห็นเพียงรูปภาพ

ข้อควรคำนึง : ด้านการตลาดและการแข่งขัน



การแข่งขันสูงมาก
เข้าสู่ตลาดได้ง่าย



ขาดมาตรฐานราคากลาง
เกิดการตัดราคากันอย่างหนัก



มีค่าใช้จ่ายสูงในการประชาสัมพันธ์ (PR)
รวมถึงต้องคำนึงถึงความสะดวกแ
และการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตของลูกค้า
และความรู้ด้านกฎหมาย





บทสรุปความสำเร็จ

ความสำเร็จในการขายออนไลน์ เกิดจากการเข้าใจ "ลักษณะเด่น"
ประยุกต์ใช้ "องค์ประกอบทั้ง 6 ประการ" (โดยเฉพาะ Personalization และ Privacy)
และวางแผนรับมือกับ "ความเสี่ยงและการแข่งขัน" อย่างรอบคอบ



จบหน่วยที่ 1 - พร้อมลงมือสร้างธุรกิจดิจิทัลของคุณแล้วหรือยัง?