



เครื่องมือในการทำตลาดออนไลน์

ปรีดา ศิริชัยวัฒน์นันท์
www.sirichaiwatt.com

ต่อ อาคอบที่แล้ว

30

6. เครื่องมือสนับสนุน (Support Tools)

กลุ่มเครื่องมือสุดท้ายนี้ อาจไม่ได้ทำการตลาดโดยตรง แต่ค่อนข้างมีความสำคัญต่อเครื่องมือ 1-5 ประเภทที่กล่าวมา เพราะไม่เพียงจะแค่สนับสนุนการทำงาน แต่ยังเป็นเบื้องหลังในการประเมินการวางแผน การบริหาร และพัฒนาเครื่องมือต่างๆ ให้ดีขึ้นอีกด้วย ซึ่งบางเครื่องมือ ก็มีความจำเป็นสูงมากขึ้นในปัจจุบัน

ก่อนอื่นคงต้องบอกว่า ด้วยความเป็นกลุ่มเครื่องมือสนับสนุนจึงไม่สามารถบอกได้หมดทุกอย่างที่มี เพียงแต่ปัจจัยการนำมาช่วยหรือใช้ ขึ้นอยู่กับเมื่อได้ใช้งานเครื่องมือประเภทต่างๆ แล้ว ก็จะมีรู้จักหรือเกิดความจำเป็นต่อเครื่องมือสนับสนุนเหล่านี้ก็ แต่ในเบื้องต้นอาจแยกย่อยกลุ่มเครื่องมือนี้ได้ดังนี้

สนับสนุนเว็บไซต์ และสถิติ: นอกจากการทำและมีเว็บไซต์แล้ว บางสิ่งอย่างมีประโยชน์ต่อผู้ใช้/ชม เว็บไซต์ของเรา หรือในการจัดการบางสิ่งอย่างของเราเอง ยกตัวอย่างสิ่งที่จำเป็นก็เช่น เว็บหรือโปรแกรมตรวจอันดับคำค้น (Check Keyword Ranking) ที่ให้รู้ว่าเว็บไซต์เราอยู่หน้าไหนของ Google หรือเสิร์ชเอนจินอื่นๆ เพราะหลายคนคงทราบดีกว่า การที่เว็บไซต์ติดหน้าแรกของ google เมื่อมีใครค้นหาสินค้าหรือบริการประเภทนั้นๆ มันมีค่ามากเพียงใด ตัวอย่างต่อมา ก็เช่น แบบฟอร์มออนไลน์ (Google Form-Sheet) เหล่านี้เป็นทั้งเครื่องมือ และที่เก็บข้อมูลขั้นดี Google Analytic สำหรับเช็คสถิติ

เว็บไซต์ได้แบบค่อนข้างละเอียด ก็สำคัญต่อการสำรวจพฤติกรรมหรือลักษณะกลุ่มลูกค้าที่เข้าชมเว็บ ส่วนขยายอื่นๆ เช่น ระบบสนทนาหน้าเว็บทันที อย่าง tawk.to ที่สำหรับลูกค้าชมเว็บแล้วไม่ต้องติดต่อมาทางอื่น คุยกันผ่านหน้าเว็บในตอนนั้นได้เลย หรือเรื่องเล็กๆ อย่าง short url ตัวแปลงที่อยู่เว็บไซต์-หน้าเว็บไซต์ ให้สั้นลง สะดวกต่อการส่งต่อหรือเผยแพร่อีกด้วย จะเห็นว่าเหล่านี้เป็นเครื่องมือที่คนทั่วไปอาจจะคาดไม่ถึง จนกระทั่งไม่เข้าใจเลย แต่โปรดทราบไว้เถอะว่าในการทำเว็บไซต์เพื่อการตลาดนั้นมีหลายสิ่ง หลายส่วน ที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้ทั้งสิ้น ขึ้นอยู่กับการวางแผนงาน และเป้าหมาย รวมถึงองค์ความรู้ที่มี ที่จะช่วยนำสิ่งเหล่านี้มาเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจได้ด้วย

สนับสนุนการจัดการ: มีหลายๆ เครื่องมือที่ช่วยในการบริหารจัดการ หรือทำงานเกี่ยวกับการขายรวมถึงการตลาด และ



การบริหารจัดการส่วนอื่นร่วมด้วย ซึ่งในส่วนนี้ก็มีหลากหลายเช่นกัน บ้างก็เป็นเชิงเทคนิค บ้างก็จำเพาะ เหมือนเคยสำหรับกลุ่มนี้คือคงไม่สามารถเขียนแนะนำกันได้ทั้งหมด ซึ่งเครื่องมือเหล่านี้อาจต้องมีแผนการทำงาน หรือดำเนินงานไปแล้ว จึงจะทราบว่าต้องการอะไรเพิ่มเติมในการช่วยการทำงานต่างๆ ในที่นี้จะยกตัวอย่างบางส่วน ดังนี้

- ส่วนขยาย (Extensions) ในการตรวจสอบอีเมล ที่ทำให้เรารู้ว่าอีเมลที่ส่งไปหาลูกค้า เขาได้เปิดดูหรือยัง หรือบางทีก็เป็นโปรแกรมบริหารลูกค้าไปเลย (CRM-Consumer Relationship Management) เช่น steak.com ซึ่งมีประโยชน์สำหรับการทำการตลาดผ่านอีเมล e-mail marketing อย่างมาก

- เว็บ-แอป ช่วยโพสต์ Social Network: การมี Social Network หลากหลายอาจมีความจำเป็นในหลายๆ ด้าน แต่ในการต้องมาคอยอัปเดต โพสต์เป็นเรื่องที่ใช้เวลาพอสมควร โดยอย่างยิ่งทั้งที่การโพสต์นั้นๆ อาจใช้เนื้อหาเดียวกัน ดังนั้นจึงมีเว็บไซต์ หรือ แอปพลิเคชัน ช่วยในการบริหารจัดการเรื่องเหล่านี้มากมาย ทั้งฟรีและเสียเงิน เช่น Hootsuite.com, Buffer.com, IFTTT.com โดยแต่ละรายก็มีคุณสมบัติรายละเอียดแตกต่างกันบ้าง แต่โดยรวมก็สามารถทำให้โพสต์ครั้งเดียวไปทุก Social Network ของเราที่มีได้เลย

นอกจากนี้ยังมีโปรแกรมเสริมจำเพาะสำหรับบาง Social Network อีกด้วย ดังเช่น Tweetbot ที่ขึ้นอยู่กับว่าเราใช้อะไรเป็นเครื่องมือหลักๆ

- Chatbot (ระบบสนทนาอัตโนมัติ เป็นสิ่งที่อาจยังไม่พร้อมสำหรับบ้านเรา แต่มีโอกาสมาอย่างแน่นอน มันก็ไม่ต่างจากสิ่งที่เรารู้จักอย่าง Siri หรือ Google Now ที่เราสามารถสอบถาม พูดคุย หรือเป็นผู้ช่วยอัตโนมัติ เพียงแต่เป็นไปเชิงจำเพาะเพื่อการบริหารลูกค้าในหลายๆ ด้าน ประหนึ่งเป็นฝ่ายบริการลูกค้า โอเปอร์เรเตอร์ รับออเดอร์ และอื่นๆ ขึ้นอยู่กับการพัฒนาผ่านโปรแกรมสนทนา (Chat) ที่ปัจจุบันภาษาไทยอาจยังไม่มีการรับมากนัก แต่อนาคตมีแน่นอนและก้าวไกลไปบนเทคโนโลยี A.I. (Artificial Intelligence) อย่างไม่ต้องสงสัย บนพื้นฐานของการออนไลน์

สนับสนุนด้านการขาย-เงิน: ในเรื่องนี้มีผลต่อการขายค่อนข้างมาก เพราะการขายคือเป้าหมายหนึ่งของการตลาด หากทำการตลาดไม่เกิดการขายก็จะถือว่าทางไกลความสำเร็จ โดยในบางส่วนหนึ่งยิ่งถ้าหากกำลังจะปิดการขายได้แล้ว ทว่าลูกค้าเกิดไม่สะดวกใจในการชำระเงินขึ้นมา อันนี้ก็กลายเป็นว่าเสียโอกาสไปทันที และอาจตลอดกาล (ลูกค้าจะไปซื้อของที่สะดวกกว่าทันที) ซึ่งในการชำระเงินนี้ก็ได้จำกัดรูปแบบเสียทีเดียว แต่โดยหลักๆ แล้ว ก็จะมีการโอนผ่านบัญชีธนาคาร ที่เราก็คงมีบัญชีจัดการธนาคารออนไลน์ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น Internet banking หรือ Mobile banking ไว้เพื่อตรวจสอบ ยืนยัน หรือบริหารจัดการในทันที เช่น การยืนยัน



การรับเงินทาง e-mail หรือตอบข้อความกันทางไหนก็ตาม ในส่วนชำระผ่านบัตรเครดิตนั้น ถือว่าสะดวกมากเช่นกัน แต่อาจยุ่งยากพอสมควรในการทำเรื่องต่างๆ กับธนาคาร อย่างไรก็ตามหากทำได้ก็ควรดำเนินการไว้ อีกส่วนก็คือระบบเงินออนไลน์ E-money เช่น Paypal, True Money, AliPay หรือที่ตามด้วย Pay ต่างๆ ที่จะมีหลายๆ รายตามมา ซึ่งเลือกเฉพาะที่นิยมมากที่สุด ก่อนดีกว่ารองรับทั้งหมดโดยไม่จำเป็น

สรุป

ในส่วนเครื่องมือสนับสนุนเราจะเห็นได้ว่าอาจไม่จำเป็นต่อทุกธุรกิจ หลายเครื่องมือธุรกิจต้องมีฐานลูกค้ามาพอสมควรจึงจะจำเป็น แต่ที่เรียกว่าจำเป็นทุกธุรกิจออนไลน์ในทุกวันนี้ก็คงหนีไม่พ้นการลงโฆษณา ซึ่งมีเทคนิครายละเอียดอยู่บ้างพอสมควร แต่ทั้งหมดที่กล่าวไป เชื่อว่าบางสิ่งหลายคนก็อาจทราบ หลายคนไม่คาดคิดว่ามีสิ่งเหล่านี้ และมีมากมายกว่าที่เขียนมาด้วยซ้ำ อย่างไรก็ตามเชื่อว่าสิ่งเหล่านี้พอทำให้เห็นภาพรวมได้กว้างขึ้น ชัดขึ้น เพื่อนำไปสู่การทำการตลาดออนไลน์ได้อย่างเต็มรูปแบบ

เครื่องมือในการทำการตลาดออนไลน์ที่พยายามจะแบ่งออกเป็นประเภทให้ชัดเจน 6 ประเภท ที่แต่ละธุรกิจจำเป็นต้องใช้มากกว่า 1 ประเภท 1 เครื่องมือแน่นอน เพียงแต่อาจมีความสำคัญตามความจำเป็นไม่เท่ากันบ้าง ที่ปัจจัยด้านบุคลากร องค์ความรู้ หรือเวลาที่มีส่วนทำให้บางความจำเป็นอาจต้องค่อยเป็นค่อยไป หัวใจของคำว่า “เครื่องมือ” นี้ การใช้เครื่องมือไม่เหมาะสมอาจทำให้งานเดินไปได้ แต่ช่วยประสิทธิภาพจะดีที่สุด และนั่นหมายความว่าเราอาจจะช้าหรือยากที่จะเหนือกว่าคู่แข่งที่มีเครื่องมือที่ดีกว่าเรา