

การขายเครื่องประดับออนไลน์... BLUE NILE แบบอย่างที่ต้องจับต้องได้

จากการที่สังคมในปัจจุบันเป็นยุคของสังคมออนไลน์ ผู้คนจำนวนมากต่างใช้ชีวิตผ่านสื่อออนไลน์เสมือนเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินชีวิต ดังนั้นเมื่อความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในด้านต่างๆ ทั้งการผลิตที่มีความยืดหยุ่นและคล่องตัว ความต่อเนื่องและรวดเร็วของห่วงโซ่อุปทาน บวกกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปไม่ว่าจะเป็นเรื่องของสื่อที่มีความหลากหลาย ระยะเวลาที่ใช้ในการเข้าถึงสื่อ หรือการติดตามและให้ความสนใจกับคุณภาพและความเป็นมาของสินค้า ทำให้ธุรกิจจำนวนมากหันมาจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น รวมไปถึงการพัฒนากลยุทธ์เพื่อเพิ่มยอดขายผ่านช่องทางจำหน่ายนี้ ไม่เว้นแม้แต่ธุรกิจเครื่องประดับที่มีราคาสินค้าค่อนข้างสูง ก็มีการจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางนี้เช่นกัน

กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค Online Vs. Offline



พื้นฐานการตัดสินใจของผู้บริโภคไม่ต่างกันมาก ไม่ว่าจะเป็ช่องทางออนไลน์หรือออฟไลน์ แต่สิ่งที่แตกต่างกันชัดเจนของสองช่องทางนี้คือ สภาพแวดล้อมของการซื้อขายสินค้าและการสื่อสารทางการตลาด กระบวนการเริ่มต้นของการตัดสินใจซื้อสินค้าในช่องทางออนไลน์นั้นมักเริ่มต้นจากความต้องการของผู้บริโภคเอง จากนั้นก็จะเป็นการหาข้อมูล เพื่อประเมินทางเลือกต่างๆ ที่มีและนำมาใช้เปรียบเทียบ ซึ่งจะนำไปสู่การตัดสินใจซื้อสินค้า และพฤติกรรมตอบสนองหลังการขายของผู้บริโภค

สำหรับช่องทางจำหน่ายสินค้าแบบออนไลน์นั้น การสื่อสารจะรวมถึงการที่ผู้บริโภคเห็นแบนเนอร์โฆษณาหรือส่วนลดในการซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ ซึ่งจะดึงดูดและกระตุ้นความสนใจของผู้บริโภคต่อตัวสินค้า ก่อนการตัดสินใจซื้อสินค้าผู้บริโภคจะทำการหาข้อมูลเพิ่มเติมเช่นเดียวกับการตัดสินใจซื้อในช่องทางออฟไลน์ แต่วิธีการหาข้อมูลเพิ่มเติมในที่นี้เกี่ยวข้องกับข้อมูลผ่านทางสื่อออนไลน์ต่างๆ ทั้งแค็ตตาล็อกสินค้าออนไลน์ เว็บไซต์ บทวิจารณ์ และสื่ออื่นๆ เมื่อมีข้อมูลมากพอ ก็จะทำการเปรียบเทียบสินค้า ราคา และบริการที่ได้รับ เพื่อตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการที่ตรงตามความต้องการมากที่สุด จะเห็นได้ว่าข้อมูลที่ผู้บริโภคได้รับผ่านช่องทางออนไลน์ต่างๆ มีผลอย่างมากในการตัดสินใจซื้อสินค้า แสดงถึงความเสี่ยงของผู้ประกอบการที่อาจจะเกิดขึ้นได้จากการที่มีข้อมูลที่ไม่ถูกต้องอยู่ในสื่อออนไลน์ หรือการเข้าไม่ถึงข้อมูลที่สำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในทางกลับกันผู้บริโภคเองก็ได้รับความเสี่ยงด้วย ทั้งในเรื่องของการที่ไม่ได้เห็นสินค้าจริง กระบวนการซื้อขายทางออนไลน์ที่จำเป็นต้องใช้ข้อมูลส่วนบุคคลและข้อมูลทางการเงิน ซึ่งล้วนต้องอาศัยความเชื่อมั่นที่ผู้ประกอบการได้สร้างขึ้น

แรงจูงใจในการซื้อสินค้าออนไลน์

ความสะดวกสบาย : อินเทอร์เน็ตเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ เพราะว่าร้านค้าออนไลน์นั้นเปิดตลอด 7 วัน และตลอด 24 ชั่วโมง ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อสินค้าได้ทุกเวลาและทุกสถานที่ อีกทั้งไม่ต้องเสียเวลาในการเดินทางหรือเวลาในการต่อแถวใดๆ รวมถึงยังเลี่ยงการเผชิญหน้าในการขายสำหรับบางคนที่ไม่ชอบใจด้วย



ข้อมูลสินค้า : การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารง่ายขึ้นในโลกออนไลน์ ผู้บริโภคมีโอกาสที่จะรับข้อมูลในเรื่องต่างๆ ทั้งเรื่องข้อมูลสินค้า บริการออนไลน์ บทวิจารณ์สินค้า และอื่นๆ ก่อนการตัดสินใจซื้อ ซึ่งจะทำให้การตัดสินใจซื้อตรงกับความต้องการมากที่สุด

สินค้าและบริการที่มี : ผู้บริโภคสามารถค้นหาสินค้าและบริการจากร้านค้าได้ทั่วโลกผ่านทางช่องทางออนไลน์ ซึ่งบางร้านอาจจะไม่มีการบริการหรือสินค้าที่เป็นหน้าร้านแบบออฟไลน์อยู่ นอกจากนี้ยังมีวิธีการชำระเงินทางเลือกต่างๆ ทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกวันที่และจำนวนเงินที่ชำระได้ตามความสะดวก

ความคุ้มค่าของเวลาและจำนวนเงิน : ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าออนไลน์มักได้รับข้อเสนอที่ดีกว่าและราคาที่ดีกว่าในสินค้าชนิดเดียวกัน และยังสามารถทำการซื้อได้ทุกที่ทุกเวลา สร้างความคุ้มค่าทั้งจำนวนเงินและเวลา

ปัจจัยที่ขัดขวางผู้บริโภคจากการซื้อสินค้าออนไลน์

ความปลอดภัย : การชำระค่าสินค้าและบริการส่วนใหญ่จะต้องใช้บัตรเครดิต โดยผู้บริโภคจะระมัดระวังข้อมูลในส่วนนี้มาก ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อจากร้านค้าที่ให้ความมั่นใจได้เท่านั้น

สินค้าที่จับต้องไม่ได้ : สินค้าออนไลน์ผู้บริโภคทำได้เพียงดูสินค้าผ่านทางหน้าจอเท่านั้น ซึ่งจะทำให้ความรู้สึกที่แตกต่างไปจากการได้เห็นหรือจับต้องสินค้าจริง ถ้าข้อมูลที่มีทางออนไลน์ไม่เพียงพอ ก็ไม่สามารถทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อได้

ช่องทางการติดต่อ : ผู้บริโภคบางคนรู้สึกสับสนใจที่จะซื้อสินค้าทางออนไลน์โดยไม่ต้องมีผู้ขาย ในขณะที่บางคนอาจต้องการคำแนะนำจากผู้ขายที่มีประสบการณ์หรือสามารถขอความคิดเห็นจากคนรอบข้างได้ อีกทั้งต้องการบรรยากาศหรือบริบทที่เกิดขึ้นจากร้านค้าทั่วไปที่หาไม่ได้จากทางออนไลน์



ประสบการณ์ในอดีต : เหตุการณ์ต่างๆ ที่ผู้บริโภคได้ประสบมาในอดีตมีผลต่อการตัดสินใจซื้อในอนาคต ทั้งในเรื่องของสินค้าไม่ตรงกับความต้องการ สินค้าเสียหายหรือชำรุด การเปลี่ยนหรือคืนสินค้า รวมทั้งการจัดส่งสินค้า ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคไม่ซื้อสินค้าออนไลน์ได้

การขายเครื่องประดับออนไลน์

จากงานศึกษาหลายชิ้นงานได้พูดถึงสิ่งที่การจำหน่ายสินค้าออนไลน์ควรจะมีเพื่อตอบสนองความพึงพอใจหลักของผู้บริโภค โดยเน้นไปที่การทำตลาดแบบ Customization ซึ่งหมายถึง การทำตลาดด้วยการทำปฏิสัมพันธ์กับผู้บริโภค ผ่านระบบการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อเข้าถึงความต้องการของแต่ละกลุ่มหรือแต่ละบุคคล และจะมีการปรับเปลี่ยนสินค้าหรือบริการตามความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งประกอบไปด้วย 4 ส่วน คือ Information Customization (ข้อมูลข่าวสารที่ผู้บริโภคแต่ละกลุ่มหรือแต่ละรายจะได้รับ) Transaction Customization (วิธีการซื้อขายและการจัดส่งที่เลือกได้) Product Customization (ผู้บริโภคสามารถออกแบบสินค้าได้ตามความต้องการ) และ Service Customization (การบริการเฉพาะบุคคลเพื่อให้ความรู้สึกพิเศษ)

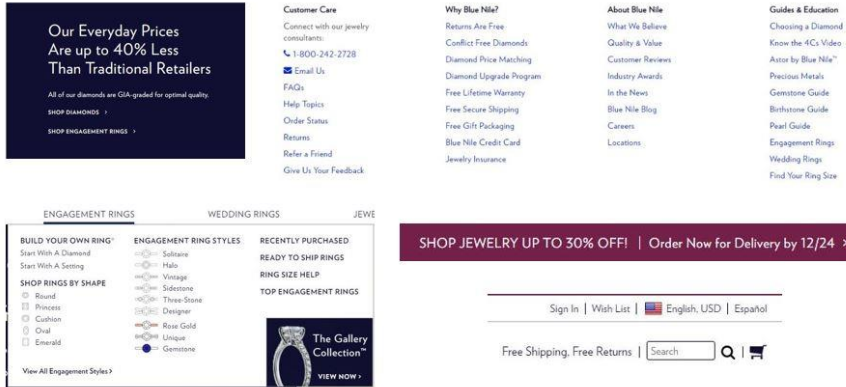
แบรนด์เครื่องประดับที่น่าสนใจที่สามารถตอบโจทย์ผู้บริโภคในการขายเครื่องประดับผ่านช่องทางออนไลน์และได้รับความนิยมเป็นอย่างมากที่จะนำมาเป็นตัวอย่างเป็นตัวอย่างคือ BLUE NILE (<https://www.bluenile.com>) แบรนด์เครื่องประดับออนไลน์ที่มีชื่อเสียงในสหรัฐอเมริกา มาลองดูกันว่าเมื่อนำเอาการตลาดแบบ Customization ใน 4 ด้าน BLUE NILE ตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคอย่างไร

>> Information Customization

ในส่วนนี้นอกจากข้อมูลข่าวสารเฉพาะบุคคลที่ผู้บริโภคแต่ละรายจะได้รับที่ตรงตามความต้องการมากที่สุด เมื่อทำการเข้าสู่ระบบของเว็บไซต์แล้ว ข้อมูลที่ต้องการจะสื่อสารกับผู้บริโภคทุกคนก็สำคัญเช่นเดียวกัน BLUE NILE ได้จัดการสื่อสารและจัดวางสิ่งที่ต้องการจะบอกผู้บริโภคในหน้าแรกเว็บไซต์ได้เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นการแสดงผลส่วนลดที่ชัดเจนว่า ซื้อสินค้าออนไลน์ของ BLUE NILE ถูกกว่าที่จะไปซื้อตามหน้าร้านถึง 40%



การแสดงผลระยะเวลาจัดส่งสินค้าที่จะส่งถึงผู้บริโภคก่อนวันคริสต์มาสที่เป็นวันสำคัญในบริบทของต่างประเทศ บริการที่เสนอให้ทั้ง Free Shipping และ Free Returns แสดงให้เห็นอย่างชัดเจน ข้อมูลสินค้าแยกประเภทและ จัดทำให้เห็นภาพ รวมถึงข้อมูลสำคัญที่ผู้บริโภคน่าจะให้ความสนใจก็มีให้เห็นตามแต่ละหัวข้อโดยง่าย



>> Transaction Customization

วิธีการชำระสินค้า วิธีการจัดส่งที่มีให้เลือกหลากหลายเพื่อตรงตามความต้องการทั้งในเรื่องของเวลาและค่าใช้จ่าย รวมถึงข้อมูลอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับการชำระเงินและการจัดส่งสินค้า BLUE NILE ก็แสดงให้เห็นถึงรายละเอียดเรื่องต่างๆ ได้ดี เช่นในเรื่องของรายละเอียดการจัดส่งสินค้า ระยะเวลาการจัดส่งสินค้าในช่วงเทศกาล วิธีการชำระสินค้าในแต่ละพื้นที่ ซึ่งมีพื้นที่เขตทหารรวมอยู่ด้วย และข้อมูลเพิ่มเติมที่ผู้บริโภคสามารถทราบได้โดยไม่ต้องติดต่อเพื่อสอบถามหาข้อมูลเพิ่มเติม เช่น การติดตามการจัดส่งสินค้า ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า เป็นต้น

Free, Secure Shipping

We're committed to making your entire experience a pleasant one, from shopping to shipping.

Free Shipping

We offer fast and free shipping on every order.

Insured And Discreet Packaging

Our insured shipping box won't give away what's inside.

Secure And Convenient Pickup Option

You can choose to ship your order to a FedEx Hold for Pickup location.

Additional Information

- Need It Faster?
- Sales Tax
- Packaging Details
- Hold For Pickup and Other Alternate Delivery Options
- Shipping to APO, FPO, and DPO Addresses
- Tracking Your Order
- Signature Requirements for Delivery

Holiday Shipping Upgrade

FREE FedEx Priority Overnight® shipping on orders over \$1000. All other orders ship FREE with FedEx 2Day®.

Holiday Order Deadlines

- Thursday Dec 27** Order by 4pm EST (open EST for Build Your Own Diamond Jewelry) for free delivery before Christmas begins.
- Wednesday Dec 27** Order by 4pm EST (open EST for Build Your Own Diamond Jewelry) for free delivery before Christmas.
- Saturday Dec 29** Order by 4PM EST for free delivery of an engagement ring on New Year's Eve.

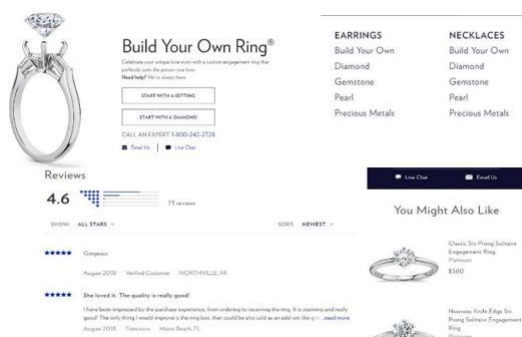
International Policies

- International Payment Methods
- U.S. Payment Methods
- U.S. Order Policies
- Military Shipping Policy

Shipping And Delivery Information

Shipping Methods	Order Deadlines	International Shipping
Shipping times are subject to unforeseen circumstances, such as weather delays.		
Shipping Service	Description	
FedEx Ground®	FREE for orders under \$500	
FedEx 2Day®	FREE for orders \$500 - \$1,000	
FedEx Priority Overnight®	FREE for orders \$1,000 and over	
FedEx Priority Overnight® with Saturday Delivery	Where available, option will appear at checkout for an additional charge.	

>> Product Customization



สินค้าที่ผู้บริโภคได้ออกแบบเองหรือมีส่วนร่วมในการออกแบบถือว่ามีผลต่อตัวผู้บริโภคเองเป็นอย่างมาก เพราะจะได้สินค้าที่ตรงตามความต้องการและให้ความรู้สึกของความเป็นเจ้าของในตัวสินค้าได้ด้วย BLUE NILE ได้เล็งเห็นความสำคัญของข้อนี้เป็นอย่างดี โดยมีทั้งในส่วนของแบนเนอร์ขนาดใหญ่ในหน้าแรกของเว็บไซต์ที่นำเสนอ ไปจนถึงหัวข้อย่อยในรายละเอียดของแต่ละสินค้า ไม่ว่าจะเป็นการออกแบบต่างหู สร้อยคอและจี้ห้อยคอ การแยกประเภทการออกแบบตามอัญมณีประเภทต่างๆ การแสดงราคาสินค้าในขั้นตอนการออกแบบและการเลือกวัสดุที่ใช้ทำเครื่องประดับ การแสดงสินค้าแบบอื่นที่มีความใกล้เคียงกับความสนใจ รวมไปถึงความคิดเห็นของผู้บริโภคคนอื่นๆที่เคยใช้บริการนี้ก็ปรากฏให้เห็นด้วย



>> Service Customization

การขายสินค้าออนไลน์ ไม่ได้เป็นเพียงแค่การขายเฉพาะตัวสินค้าเท่านั้น แต่รวมไปถึงการขายบริการในขั้นตอนต่างๆ ของการขายสินค้าและปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นก่อนและหลังจากการขายสินค้าด้วย เช่น การให้ส่วนลด การส่งการ์ดวันเกิดผ่านทางอีเมล การนำเสนอโปรโมชั่นพิเศษ เป็นต้น BLUE NILE เองก็ให้ความสำคัญกับเรื่องนี้มาก สังเกตได้จากในหลายช่องทางหรือขั้นตอนการซื้อสินค้า จะมีช่องทางการติดต่อสื่อสารแสดงอยู่เสมอ ไม่ว่าจะเป็นการติดต่อสื่อสารทางโทรศัพท์ ทางอีเมล ทางพูดคุยออนไลน์ หรือช่องทางโซเชียลมีเดียต่างๆ ซึ่งสะท้อนถึงการให้ความสำคัญกับผู้บริโภคตลอดเวลา

เห็นได้ว่ารายละเอียดต่างๆ ที่ BLUE NILE ได้ทำเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคเป็นเรื่องไม่ยากที่จะนำมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับการจำหน่ายเครื่องประดับออนไลน์ของผู้ประกอบการในแต่ละราย โดยเริ่มต้นจากการให้ความสำคัญกับรายละเอียดในความต้องการของผู้บริโภคเพียงเท่านั้น ก็สามารถเข้าถึงความต้องการของผู้บริโภคได้ ในช่วงเริ่มต้นอาจจำเป็นต้องลงทุนเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลและการนำเสนอข้อมูลที่ดีก่อน แต่หลังจากนั้นเชื่อเลยว่าสิ่งที่จะได้กลับมานั้นคุ้มค่าอย่างแน่นอน



Customer Care
Connect with our jewelry consultants:
● Live Chat
☎ 1-800-242-2728
✉ Email Us
FAQs
Help Topics
Order Status
Returns
Refer a Friend
Give Us Your Feedback

ศูนย์ข้อมูลอัญมณีและเครื่องประดับ

สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

กุมภาพันธ์ 2562

ข้อมูลอ้างอิง

- 1) An Integrative Framework for Customizations on Satisfaction: The Case of an Online Jewelry Business in China. Journal of Service Science and Management. Retrieved December 6, 2018, from https://file.scirp.org/Html/9-9201612_45532.htm.
- 2) Online Shopper Behavior: Influences of Online Shopping Decision. Asian Journal of Business Research. Retrieved December 6, 2018, from https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2345198.
- 3) BLUE NILE. Retrieved December 11, 2018, from <https://www.bluenile.com>.

สมัครสมาชิกเพื่อติดตามข้อมูลได้ที่ infocenter.git.or.th ทางไลน์ที่ [git_info_center](https://www.git_info_center)



หรือติดตามผ่านเฟซบุ๊ก facebook.com/GITInfoCenter

