

วิธีการ

สร้างลูกค้า จากออนไลน์ สำหรับธุรกิจขนาดเล็ก

...แบบไม่ต้องวิ่งตามมหาลูกค้าและ
ทำให้พวกเขาเดินเข้ามาหาคุณเอง

BANK CHATCHADOL

วิธีการสร้างลูกค้าจากออนไลน์ สำหรับธุรกิจขนาดเล็ก

...แบบไม่ต้องวิ่งตามหาลูกค้าและทำให้
พวกเขาเดินเข้ามาหาคุณเอง

Bank Chatchadol

TERMS OF USE:

เงื่อนไขในการใช้งาน

ข้อความ เนื้อหา รูปภาพ และส่วนประกอบต่างๆ ที่ปรากฏอยู่ในคู่มือฉบับนี้ ถูกสงวนลิขสิทธิ์ ห้ามคัดลอกข้อมูลทั้งหมด หรือเพียงบางส่วน เลียนแบบ ดัดแปลง หรือตีพิมพ์ซ้ำโดยเด็ดขาด เว้นแต่จะได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรจากผู้เขียน คุณสามารถใช้ประโยชน์จากคู่มือฉบับนี้สำหรับการใช้งานส่วนตัวเท่านั้น และห้ามนำไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์หรือมีเจตนาเอื้อผลประโยชน์ทางธุรกิจใดๆ

การปฏิเสธความรับผิดชอบ (Disclaimer)

เนื้อหาที่อยู่ในคู่มือฉบับนี้ ถูกเขียนขึ้นตามความเข้าใจของผู้เขียน และอ้างอิงหลักการที่มีอยู่ในช่วงเวลาที่เขียนเท่านั้น ด้วยเหตุผลที่พัฒนาการด้านการตลาดออนไลน์มีความก้าวหน้าอยู่ตลอดเวลา เทคโนโลยีต่างๆที่เกิดขึ้นมาในภายหลัง อาจทำให้เนื้อหาในคู่มือฉบับนี้ไม่เป็นปัจจุบันได้ ผู้เขียนไม่ขอรับผิดชอบต่อผลลัพธ์ใดๆที่เกิดขึ้นจากการนำข้อมูลในคู่มือฉบับนี้ไปใช้ ทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ และไม่ว่าโดยทางตรงหรือทางอ้อม

สงวนลิขสิทธิ์โดย BankChatchadol.com

Introduction:

กลยุทธ์การตลาดออนไลน์ที่ได้ผล

ย้อนกลับไปในวันที่ผมเริ่มต้นใช้การตลาดออนไลน์เพื่อหาลูกค้า ผมคิดว่าเพียงแค่การสร้างเว็บไซต์ที่สวยงาม เพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการ ก็เพียงพอกับการที่จะทำให้ลูกค้าหาเว็บไซต์นี้เจอ และติดต่อเข้ามาหาผม

น่าเสียดายที่มันไม่ได้ง่ายแบบนั้น... หลังจากที่เราเว็บไซต์ที่ผมสร้างพร้อมใช้งาน และถูกเปิดอย่างเป็นทางการแล้ว ผมค้นพบว่า ไม่มีคนเข้าชมเว็บไซต์นี้แม้แต่คนเดียว ผมจึงตระหนักได้ทันทีที่ผมจำเป็นต้องหาคนเข้าชมเว็บไซต์

ด้วยความที่ยังไม่มีความรู้มากนัก ณ เวลานั้น ผมเข้าไปในเว็บไซต์จ้างงานออนไลน์และพบว่า มีฟรีแลนซ์ที่ให้บริการสำหรับการสร้างคนเข้าชมเว็บไซต์ เพียงแค่ผมจ่ายเงินประมาณ 300 บาท เขาก็จะส่งผู้เข้าชมจำนวน 10,000 คนเข้ามาที่เว็บไซต์ของผมทันที

ผมค่อนข้างตื่นเต้นกับบริการในลักษณะนี้ เพราะนั่นเป็นครั้งแรกที่ผมคิดว่าผมค้นพบความลับของการสร้างลูกค้าและยอดขายออนไลน์แล้ว หากผมสามารถสร้างผู้เข้าชมได้ถึงหลักหมื่นคน จากการจ่ายเงินแค่หลักร้อยบาท ในจำนวนหมื่นคนนี้ก็ต้องมีสัก 5-10 คน ที่ตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการที่ผมขายบนเว็บไซต์ ซึ่งจะทำให้การจ้างฟรีแลนซ์ของผมเพื่อสร้างคนเข้าชมเว็บไซต์นี้เป็นการลงทุนที่คุ้มค่า

ด้วยเหตุผลนี้เอง ผมตัดสินใจจ่ายเงินเพื่อจ้างงานทันทีและรอประมาณ 3 วัน เพื่อให้ฟรีแลนซ์ดำเนินการ และผลลัพธ์ก็คือ...

ผมมีคนเข้าชมเว็บไซต์หมื่นคนจริงๆ (ผมติดตั้งตัววัดสถิติบนเว็บไซต์ เพื่อนับจำนวนผู้เข้าชมว่ามีจำนวนกี่คน และแต่ละคนเข้าชมหน้าเว็บไซต์ไหนบ้าง) อย่างไรก็ดี ไม่มีแม้แต่คนเดียวที่ซื้อสินค้าและบริการของผมเลย นั่นทำให้ผมคิดว่าอาจมีอะไรผิดพลาดไป ผมจึงลองจ้างงานอีกครั้ง แต่ก็พบว่าผลลัพธ์นั้นเหมือนเดิม

หลังจากนั้น ผมพยายามหาวิธีการใหม่ๆที่จะสร้างผู้เข้าชมเว็บไซต์ มองหาผู้ให้บริการที่จะรับประกันว่าเมื่อผมจ่ายเงินจ้างงานไปเสร็จ ผมจะได้คนเข้าชมเว็บไซต์ที่ซื้อสินค้าและบริการของผม แต่ไม่ว่าลองกี่ครั้ง ผลลัพธ์ก็ยังเหมือนเดิมคือผมไม่สามารถสร้างยอดขายได้เลย

ผมเริ่มตระหนักว่า เหตุผลที่การตลาดออนไลน์ยังไม่ได้ผลสำหรับธุรกิจของผม นั้นเป็นเพราะผมยังไม่เข้าใจกระบวนการทั้งหมดอย่างแท้จริง และพยายามมองหาทางลัด... หาผู้ให้บริการที่จะมาช่วยทำทุกอย่างให้ โดยที่ผมไม่ต้องทำอะไร แต่สามารถสร้างยอดขายกลับมาได้หลายๆเท่าจากค่าจ้างที่จ่ายไป

ดังนั้นผมจึงเริ่มเรียนรู้เกี่ยวกับกลยุทธ์ในการสร้างลูกค้าออนไลน์มากขึ้น และเมื่อผมเริ่มเข้าใจกระบวนการทั้งหมด พร้อมทั้งเข้าใจภาพรวม (ซึ่งผมจะแบ่งปันให้กับคุณในคู่มือเล่มนี้) ผมก็เริ่มมีผู้สนใจเข้าชมเว็บไซต์มากขึ้น และมีลูกค้ารายใหม่ๆเข้ามาซื้อสินค้าและบริการเรื่อยๆ

นอกจากนี้เมื่อผมนำวิธีการเหล่านี้ไปใช้กับลูกค้าที่ผมทำเว็บไซต์และการตลาดออนไลน์ให้ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการและเจ้าของธุรกิจขนาดเล็ก ทุกคนก็สามารถสร้างลูกค้ารายใหม่ๆจากออนไลน์ได้เพิ่มขึ้นภายในระยะเวลาอันสั้น นั่นจึงเป็นเหตุผลที่ผมมั่นใจว่า วิธีการและกลยุทธ์ที่ผมจะแบ่งปันในคู่มือเล่มนี้ จะช่วยให้คุณสร้างลูกค้าเพิ่มขึ้นได้เช่นเดียวกัน

แต่ก่อนที่เราจะพูดถึงรายละเอียดทั้งหมด หากคุณไม่เคยทำการตลาดออนไลน์มาก่อนหรือยังไม่แน่ใจว่ามันจะมีประโยชน์กับธุรกิจของคุณอย่างไร นี่คือ

เหตุผลที่คุณควรเริ่มต้นทำการตลาดออนไลน์ให้กับธุรกิจของคุณตั้งแต่วันนี้

- การตลาดออนไลน์เปิดโอกาสให้ธุรกิจสามารถโปรโมทสินค้าและบริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง ด้วยการสร้างระบบอัตโนมัติ
- ต้นทุนในการทำการตลาดออนไลน์ถือว่าค่อนข้างต่ำ เมื่อเทียบกับการทำการตลาดช่องทางอื่นๆ ซึ่งทำให้ผู้ประกอบการสามารถควบคุมงบประมาณที่เหมาะสมกับธุรกิจของตัวเองได้
- คุณไม่จำเป็นต้องจ่ายเงินจำนวนมากในครั้งเดียวเพื่อโปรโมทสินค้าและบริการ โดยไม่รู้ว่าสร้างยอดขายกลับมาหรือไม่ แต่สามารถค่อยๆจ่ายทีละนิด จนกว่าจะมั่นใจว่าเงินที่ลงทุนไปจะช่วยสร้างลูกค้าและยอดขายกลับมาจริงๆ
- การตลาดออนไลน์ทำให้ลูกค้าสามารถหาธุรกิจของคุณเจอด้วยการค้นหาบนเซิร์ชเอนจินอย่าง Google หรือเพจธุรกิจบน Facebook
- การตลาดออนไลน์สำหรับธุรกิจขนาดเล็ก มีเป้าหมายหลักเพื่อให้ลูกค้าของธุรกิจซึ่งเป็นผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตเจอธุรกิจ, รู้จักกับสินค้าและบริการ, กลายเป็นผู้สนใจ (Lead) ที่เข้ามาสอบถามข้อมูล, และกลายเป็นลูกค้าที่ใช้บริการในที่สุด
- การสร้างตัวตนบนโลกออนไลน์จะช่วยให้ธุรกิจขนาดเล็กมีแบรนด์ที่แข็งแกร่ง และมีความน่าเชื่อถือเพิ่มขึ้น ซึ่งทำให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการมากขึ้น
- ธุรกิจสามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าในระยะยาว ด้วยการใช้น Social Media ในการสื่อสารกับลูกค้า และเปิดโอกาสให้ลูกค้าสามารถติดต่อเข้ามาพูดคุยได้ทันทีเมื่อต้องการ
- การตลาดออนไลน์ช่วยเก็บฐานข้อมูลลูกค้าที่สำคัญ ซึ่งทำให้ธุรกิจสามารถสร้างช่องทางในการติดตาม ให้ลูกค้ากลับมาซื้อสินค้าอย่างต่อเนื่อง ด้วยการส่งอีเมลซึ่งเป็นข่าวสาร, การประชาสัมพันธ์, หรือโปรโมชั่นพิเศษ เป็นต้น
- การตลาดออนไลน์เปิดโอกาสให้ธุรกิจสามารถทำการตลาดกับลูกค้าแบบรายคน (Personalized) ตามความสนใจของลูกค้าคนนั้นๆ ซึ่งทำให้ธุรกิจสามารถสร้างยอดขายได้มากขึ้น

- การสร้างคอนเทนต์ที่มีคุณภาพอย่างการเขียนบล็อก จะช่วยให้ธุรกิจมีความโดดเด่นมากกว่าธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมเดียวกัน ซึ่งจะสร้างความน่าเชื่อถือให้กับลูกค้า และทำให้เขาเลือกธุรกิจของคุณก่อนคู่แข่ง

ทั้งหมดนี้ก็เป็นเพียงประโยชน์บางส่วนของ การตลาดออนไลน์สำหรับธุรกิจขนาดเล็กเท่านั้น เพื่อให้คุณได้ประโยชน์สูงสุดในการสร้างลูกค้าจากออนไลน์ ผมอยากจะเริ่มต้นที่คำถามว่า “ธุรกิจขนาดเล็กสามารถสร้างลูกค้าจากออนไลน์เพิ่มขึ้นได้อย่างไร”

รู้จักกับ Lead Generation

ธุรกิจขนาดเล็กอาจมีปัญหาและความท้าทายมากมายในการทำการตลาดออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นเรื่อง งบประมาณที่จำกัด, การหาลูกค้ารายใหม่ๆ, การหาบุคลากรที่มีทักษะมาดูแลแคมเปญการตลาด และอื่นๆอีกมากมาย

แต่ปัญหาที่สำคัญที่สุดที่ธุรกิจขนาดเล็กส่วนใหญ่มักจะพบเจอก็คือ “การหาลูกค้ารายใหม่ๆ” เพราะลูกค้ารายใหม่ๆหมายถึงยอดขายและกำไร ซึ่งเป็นสิ่งที่ทำให้ธุรกิจดำเนินต่อไปได้ เมื่อธุรกิจไม่มีลูกค้าที่เพียงพอ ธุรกิจก็จะขาดทุนและไม่สามารถเติบโตได้

เนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคของลูกค้าที่เปลี่ยนไปในปัจจุบัน ธุรกิจขนาดเล็กหันมาทำการตลาดออนไลน์มากขึ้น เพราะนี่คือช่องทางที่จะทำให้ธุรกิจสามารถอยู่รอดต่อไปได้ หากธุรกิจใดไม่ทำการตลาดออนไลน์ในขณะที่คู่แข่งทำ ธุรกิจนั้นก็ไม้อาจสู้คู่แข่งได้และถูกคู่แข่งแย่งลูกค้าไปหมด

ด้วยเหตุผลนี้เอง หลายๆธุรกิจจึงเริ่มต้นทำการตลาดออนไลน์ด้วยการสร้างเว็บไซต์ ซึ่งถึงแม้ว่าการสร้างเว็บไซต์เป็นจุดเริ่มต้นที่ดี แต่มันก็ไม่ได้รับประกันว่าธุรกิจจะสร้างยอดขายได้... กล่าวคือ การสร้างเว็บไซต์เป็นเพียงจุดเริ่มต้น

สำหรับการหาลูกค้ารายใหม่ๆเท่านั้น

สิ่งที่เกิดขึ้นก็คือ ธุรกิจขนาดเล็กส่วนใหญ่มักจะคิดว่า เว็บไซต์คือสิ่งที่จะแก้ปัญหาทั้งหมดในการสร้างลูกค้า อีกทั้งเชื่อว่าเว็บไซต์จะสร้างยอดขายอย่างอัตโนมัติ ซึ่งแน่นอนว่าในความเป็นจริงไม่ได้เป็นแบบนั้น

การสร้างเว็บไซต์เพียงอย่างเดียวไม่ได้ช่วยให้คุณมีลูกค้า... แค่นั้นไม่เพียงพอ

คุณอาจกำลังสงสัยว่าทำไม?

เหตุผลก็คือเมื่อเว็บไซต์ของคุณมีคนเข้าชมแล้ว โดยปกติผู้เข้าชมจะมีสองทางเลือกคือ:

1. ซื้อ หรือ
2. ออกจากเว็บไซต์ (และไม่กลับมาอีกเลย)

โดยทั่วไป โอกาสที่คนเข้าชมเว็บไซต์ของคุณจะตัดสินใจกลายเป็นลูกค้าทันทีมีน้อยมาก โดยเฉลี่ยสำหรับเว็บไซต์อย่างร้านค้าออนไลน์ที่ผู้เข้าชมสามารถซื้อสินค้าบนเว็บไซต์ได้ทันที อัตราการซื้ออาจจะน้อยกว่า 4%

หากเทียบอัตราเดียวกับกับธุรกิจขนาดเล็ก นั้นหมายถึง 4 คนจาก 100 คนที่เข้าชมเว็บไซต์ของคุณจะติดต่อเข้ามาเพื่อสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการ

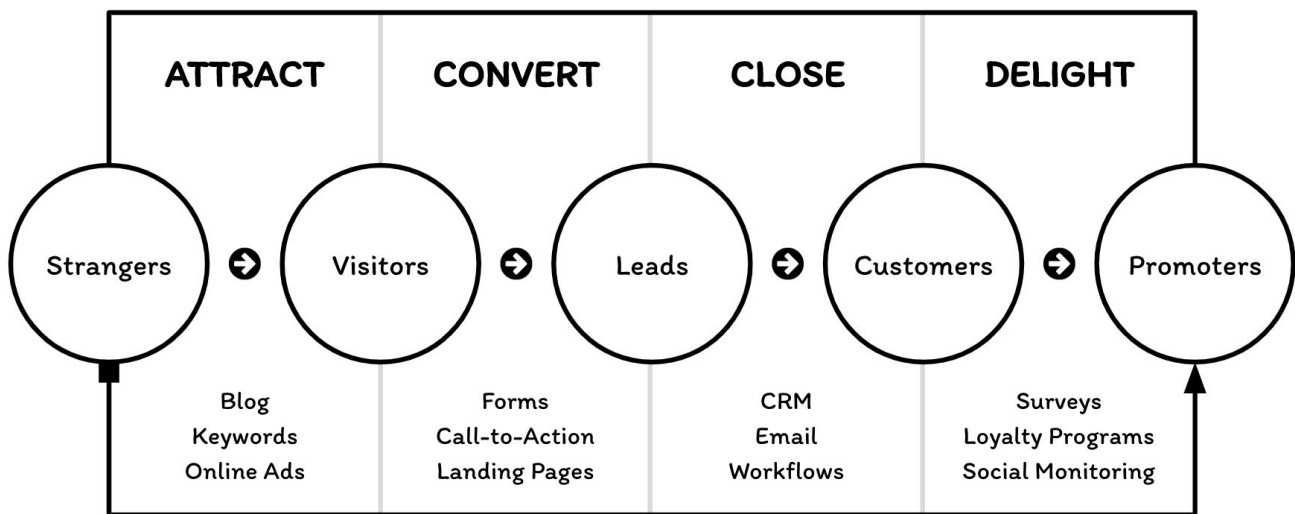
ในขณะที่ผู้เข้าชมสูงถึง 96% มักจะออกจากเว็บไซต์ของคุณไปและไม่กลับมาอีกเลย

ซึ่งแน่นอนว่าคุณไม่มีโอกาสเป็นครั้งที่สองในการติดตามผู้เข้าชมเว็บไซต์อีก 96% นี้ และทำให้เขากลับมาเป็นลูกค้า หากธุรกิจของคุณไม่ใช้กลยุทธ์ที่เรียกว่า “Lead Generation”

Lead Generation

Lead Generation คือกระบวนการที่คุณดึงดูดและเปลี่ยนคนที่เข้าชมเว็บไซต์ให้กลายเป็นผู้สนใจ ซึ่งมีโอกาสที่เขาจะเป็นลูกค้าของคุณในอนาคต

กระบวนการนี้ไม่ได้เน้นไปที่การสร้างยอดขายเพียงเท่านั้น แต่นี่คือกระบวนการที่จะช่วยทำให้ธุรกิจสามารถเปลี่ยนคนแปลกหน้าให้กลายเป็นลูกค้าที่พอใจกับบริการและช่วยโปรโมทธุรกิจแทนคุณอีกด้วย



คุณจำเป็นต้องดึงดูดให้ผู้คนเข้าชมเว็บไซต์ของคุณ, เก็บข้อมูลการติดต่อเมื่อเขาเข้าชมเว็บไซต์, ติดต่อเขากลับไปเพื่อพูดคุยและทำให้เขากลายเป็นลูกค้า, และสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้าของคุณ เพื่อให้เขาใช้บริการของคุณซ้ำๆ กลายเป็นลูกค้าที่ชอบธุรกิจของคุณ และพร้อมที่จะบอกต่อบริการของคุณให้กับคนรอบข้าง

กระบวนการของ Lead Generation คือการให้ความสำคัญไปที่การเก็บข้อมูลการติดต่อ เช่น ชื่อ, อีเมล, เบอร์โทรศัพท์ เพื่อให้คุณสามารถติดตามผู้เข้าชมเว็บไซต์ให้กลับมาเป็นลูกค้าของคุณได้ หากเขาออกจากเว็บไซต์ไปโดยที่ไม่ได้ตัดสินใจซื้อทันที

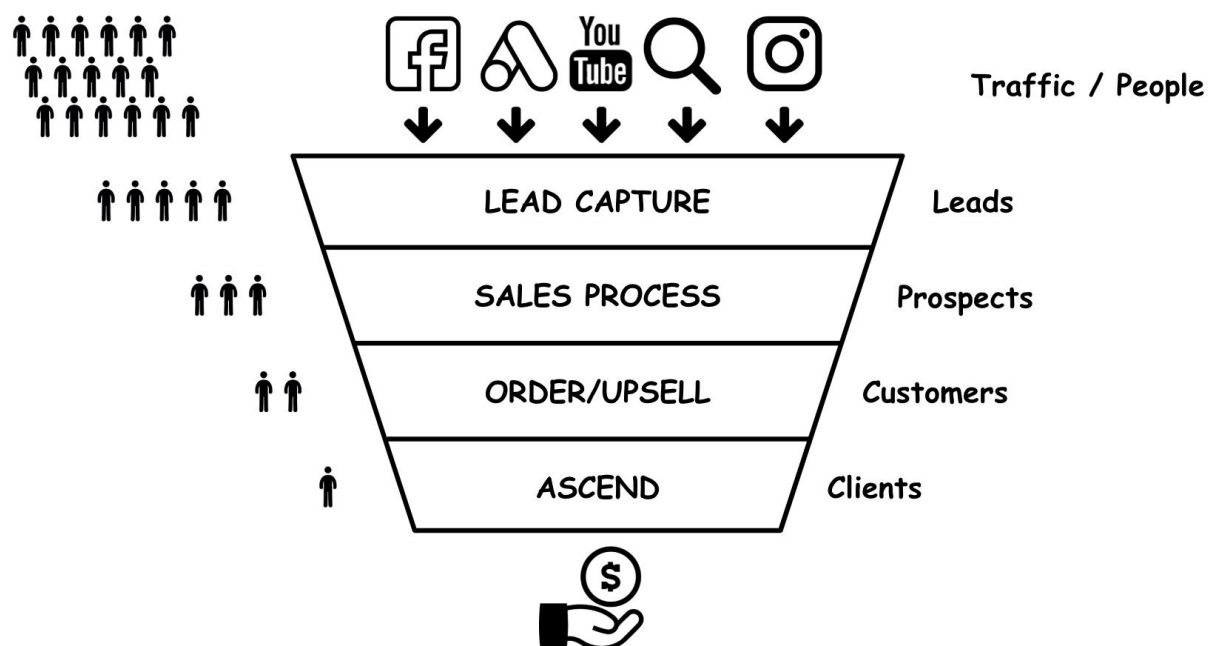
ขั้นตอนนี้จะช่วยให้คุณไม่สูญเสียผู้เข้าชมอีก 96% ที่ออกจากเว็บไซต์ของคุณไปโดยที่ไม่ติดต่อธุรกิจของคุณเข้ามา หรือยังไม่เป็นลูกค้าของคุณ

พอจะเห็นภาพมากขึ้นใช่ไหมครับ? ว่าการตลาดออนไลน์ของคุณจะมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นมากขนาดไหนด้วยการทำ Lead Generation

Lead Generation กับการสร้างลูกค้า

มาถึงตรงนี้ คุณอาจจะมีคำถามว่าการทำ Lead Generation ซึ่งเป็นการเก็บข้อมูลการติดต่อจะช่วยให้ธุรกิจสร้างยอดขายเพิ่มขึ้นได้อย่างไร

วิธีการใช้ประโยชน์จากกลยุทธ์ Lead Generation ก็คือการสร้าง “Sales Funnel” ซึ่งสิ่งนี้จะช่วยให้คุณสามารถสร้างผู้สนใจ (Lead) ได้อย่างอัตโนมัติ และช่วยยกระดับการตัดสินใจลูกค้าในแต่ละขั้น ตั้งแต่เขาเป็นคนแปลกหน้าจนเขาตัดสินใจเป็นลูกค้าของคุณ



หากอธิบายแบบง่ายๆ Sales Funnel ก็คือ “Customer Experience” หรือ ขั้นตอนที่ลูกค้าของคุณจำเป็นจะต้องผ่าน เพื่อที่จะซื้อสินค้าและบริการของคุณ

ทุกธุรกิจมี Sales Funnel อยู่แล้ว ถึงแม้ว่าคุณจะยังไม่ได้สร้างมันขึ้นมาก็ตาม ตัวอย่างเหล่านี้จะช่วยให้คุณเห็นภาพชัดเจนยิ่งขึ้น

- **ธุรกิจร้านค้าออนไลน์**

ลูกค้าเข้าชมเว็บไซต์ → ดูสินค้า → กดสินค้าใส่ตะกร้า → สั่งซื้อ → กรอกรายละเอียดที่อยู่จัดส่ง → ยืนยันการชำระเงิน → เสร็จสิ้นคำสั่งซื้อ

- **ธุรกิจร้านอาหาร**

ลูกค้าเห็นโฆษณา → มาเดินเล่นในห้างและเห็นร้าน → ดูเมนูอาหารหน้าร้าน → เข้ามานั่งที่โต๊ะและสั่งอาหาร → รับประทานอาหาร → ชำระเงิน

- **ธุรกิจคลินิกทันตกรรม**

ลูกค้าค้นหาบนแผนที่ → ตรวจสอบที่อยู่ของคลินิก → เข้ามาที่คลินิก → สอบถามรายละเอียดค่าบริการ → รับบริการ

- **ธุรกิจรับออกแบบและตกแต่งภายใน**

ลูกค้าเข้าชมเว็บไซต์ → ดูรายละเอียดของบริการ → ติดต่อธุรกิจเพื่อสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม → ธุรกิจเข้ามาตรวจสอบหน้างานและส่งใบเสนอราคา → เซ็นสัญญาเพื่อเริ่มต้นรับบริการ

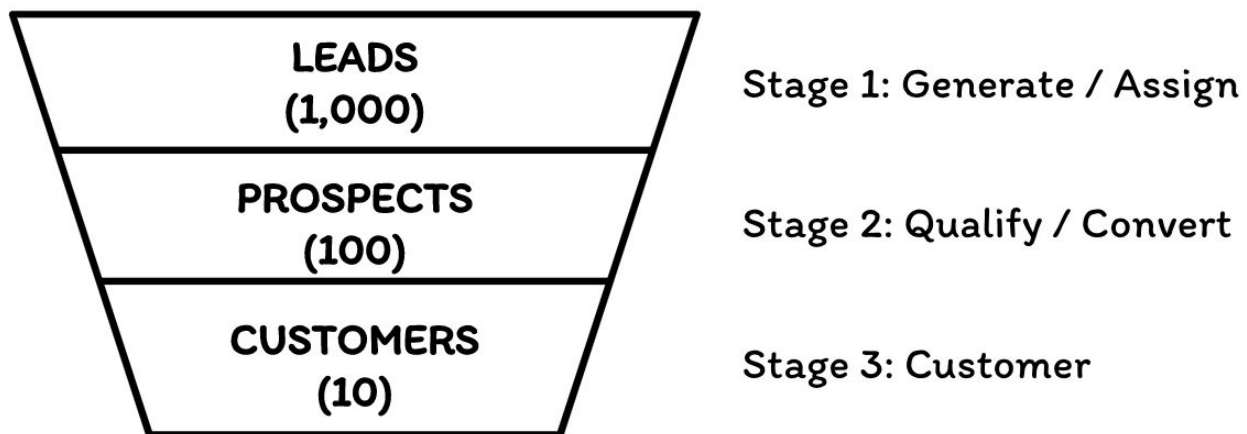
เนื่องจาก Sales Funnel คือขั้นตอนที่ลูกค้าของคุณจำเป็นจะต้องผ่าน เพื่อที่เขาจะค่อยๆเปลี่ยนจากคนแปลกหน้าจนกลายเป็นลูกค้า นั่นหมายถึงนี่คือสิ่งที่ทุกธุรกิจต้องมีอยู่แล้ว และคุณอาจจะไม่สามารถควบคุมมันได้ เพราะนี่คือพฤติกรรมโดยทั่วไปของผู้บริโภคซึ่งเป็นลูกค้าของคุณ

อย่างไรก็ดี ถึงแม้ว่าคุณอาจจะไม่สามารถควบคุมพฤติกรรมลูกค้าของคุณได้ แต่คุณสามารถที่จะควบคุมการไหลเวียนของ Sales Funnel ได้ ซึ่งก็คือการ

ควบคุมว่าลูกค้าของคุณควรจะเข้ามาที่ Sales Funnel อย่างไร และคุณจะช่วยยกระดับการตัดสินใจของลูกค้าให้มาถึงระดับสุดท้าย จนเขากลายเป็นลูกค้าของคุณได้อย่างไร

ผมขอยกตัวอย่างแบบนี้ครับ...

สมมติให้เว็บไซต์ของคุณมีผู้เข้าชมจำนวน 1,000 คน ซึ่งแน่นอนว่าไม่ใช่ทุกคนจะตัดสินใจเข้าสู่ระดับถัดไปของ Sales Funnel ในกรณีนี้สมมติให้มีเพียง 100 คนที่ตัดสินใจเข้าสู่ระดับที่สอง และ 10 คนเข้าสู่ระดับที่สามซึ่งเป็นระดับที่เขาตัดสินใจกลายเป็นลูกค้าธุรกิจของคุณ



จากตัวอย่างนี้ คุณเสียโอกาสในการสร้างลูกค้าจำนวนมาก ซึ่งไม่ใช่สิ่งที่ดีกับธุรกิจคุณไหมครับ...

แต่จะเกิดอะไรขึ้นหากคุณสามารถควบคุมได้ว่า จะทำอย่างไรให้ผู้เข้าชมเว็บไซต์เข้าสู่ระดับถัดไป และทำให้รอยรั่วที่เกิดขึ้นมีน้อยที่สุด? ถ้าคุณทำแบบนี้ได้นั้นก็หมายถึงธุรกิจของคุณจะสามารถสร้างลูกค้าและยอดขายได้เพิ่มขึ้น

เมื่อไรก็ตามที่คุณเริ่มพัฒนา Sales Funnel ของคุณให้เหมาะสมกับธุรกิจ เช่น

กำหนดว่าผู้เข้าชมเว็บไซต์ของคุณควรเห็นคอนเทนต์อะไร, ได้รับข้อเสนอแบบไหน, ควรได้รับอีเมลติดตามอย่างไร เป็นต้น นั่นหมายถึงคุณกำลังจับมือผู้เข้าชมเว็บไซต์ ซึ่งเป็นว่าที่ลูกค้าของคุณก้าวไปสู่ระดับถัดไปของ Sales Funnel และทำให้เขากลายเป็นลูกค้าในที่สุด

คำถามก็คือ: คุณจะทำแบบนั้นได้อย่างไร?

คำตอบที่ผมจะให้คงง่าย ๆ ครับ... คุณเพียงแค่ต้องนำเสนอคอนเทนต์ที่เหมาะสมกับระดับการตัดสินใจลูกค้าของคุณนั่นเอง ลูกค้าของคุณกำลังต้องการอะไร คุณก็นำเสนอสิ่งนั้นให้กับเขา

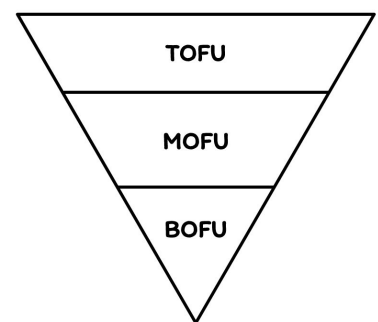
หากคุณทำแบบนี้โอกาสที่ผู้เข้าชมเว็บไซต์ของคุณจะออกจากไปโดยไม่ตัดสินใจซื้อเลยก็จะลดลง ซึ่งจะทำให้คุณสามารถนำเขาไปถึงระดับสุดท้ายของ Sales Funnel ซึ่งตัดสินใจเป็นลูกค้าของคุณได้จำนวนมาก

เมื่อไรก็ตามที่คุณปล่อยปะละเลย และไม่สนใจผู้เข้าชมเว็บไซต์ของคุณ เขาก็จะออกจาก Sales Funnel ไปก่อนที่จะถึงระดับสุดท้ายนั่นเอง

ดังนั้นเป้าหมายหลักของคุณก็คือการนำผู้เข้าชมเว็บไซต์จำนวนมากที่สุดไปสู่ระดับสุดท้ายของ Sales Funnel และในขณะเดียวกันก็อุดรอยรั่วในแต่ละระดับไปพร้อมๆ กัน

เราสามารถแบ่งระดับของ Sales Funnel ออกเป็น 3 ระดับง่ายๆ ดังนี้:

- TOFU: “Top of Funnel”
- MOFU: “Middle of Funnel”
- BOFU: “Bottom of Funnel”



TOFU, MOFU, และ BOFU จะช่วยให้คุณเข้าใจว่ากำลังสื่อสารอยู่กับใครและนำเสนอในสิ่งที่เขาต้องการ

TOFU: Cold Audience

เป้าหมายหลักของ TOFU คือการทำให้ธุรกิจของคุณ เป็นที่รู้จักสำหรับลูกค้าของคุณซึ่งตอนนี้คือคนแปลกหน้า หรือก็คือการสร้างการรับรู้แบรนด์นั่นเอง (Brand Awareness)

ขั้นตอนนี้คือการทำให้ลูกค้าสามารถหาธุรกิจของคุณเจอ และรู้ว่าธุรกิจของคุณมีตัวตน เพื่อให้เขาสามารถเรียนรู้เกี่ยวกับสินค้าและบริการของคุณในระดับถัดไปของ Sales Funnel ได้

กล่าวอีกอย่างก็คือ นี่เป็นขั้นตอนของการสร้าง “ความสนใจ” ซึ่งคุณอาจทำให้ธุรกิจของคุณถูกมองเห็นได้เมื่อลูกค้าค้นหาบน Google, สร้างวิดีโอเพื่อให้คนรับชม, เขียนบทความที่เป็นประโยชน์, สร้างกลุ่มบน Facebook เพื่อรวบรวมคนที่มีความสนใจแบบเดียวกัน เป็นต้น

การนำเสนอคอนเทนต์ในขั้นตอนนี้ ควรจะเป็นคอนเทนต์ซึ่งเป็นข้อมูลที่มีประโยชน์ ซึ่งจะช่วยแก้ปัญหาหรือตอบคำถามที่ลูกค้าของคุณกำลังมี เพราะนั้นจะไม่เพียงแค่ทำให้เขารู้จักธุรกิจของคุณเท่านั้น แต่ยังจะช่วยให้เขาอยากเรียนรู้เกี่ยวกับสินค้าและบริการของคุณเพิ่มเติม

MOFU: Warm Audience

เป้าหมายหลักของ MOFU คือการสร้างความไว้วางใจและความน่าเชื่อถือให้กับว่าที่ลูกค้าของคุณ ซึ่งตอนนี้เขาไม่เพียงแต่รู้จักธุรกิจของคุณแล้ว แต่กำลังมองหาสินค้าและบริการที่คุณมีอีกด้วย

นี่ถือเป็นขั้นตอนที่มีความซับซ้อนในระดับหนึ่ง เพราะลูกค้าของคุณกำลังต้องการข้อมูลจากคุณเพิ่มเติม เพื่อนำไปพิจารณาว่าสินค้าและบริการที่คุณมี

จะเหมาะกับเขาหรือไม่

ลูกค้าที่อยู่ในระดับการตัดสินใจนี้ อาจต้องการเปรียบเทียบสินค้าและบริการจากธุรกิจอื่นๆซึ่งเป็นคู่แข่งของคุณ และตัดสินใจเลือกที่เขาคิดว่าไม่ดีออก

กล่าวอีกอย่างก็คือ ในขณะที่เขากำลังสนใจอยากที่จะเรียนรู้เกี่ยวกับสินค้าและบริการจากธุรกิจหนึ่ง เขาก็กำลังจะก้าวออกจาก Sales Funnel ของอีกธุรกิจหนึ่งในขณะเดียวกัน ทั้งนี้การตัดสินใจของเขาจะขึ้นอยู่กับข้อเสนอที่เขาได้รับจากแต่ละธุรกิจ

ด้วยเหตุผลนี้เอง ลูกค้าจำนวนมากจึงตัดสินใจออกจาก Sales Funnel ในระดับ MOFU ซึ่งสิ่งนี้เองก็อาจกำลังเกิดขึ้นกับธุรกิจของคุณเช่นเดียวกัน

อย่างไรก็ดี นี่ถือเป็นเรื่องปกติ เพราะในความเป็นจริงคุณก็ไม่สามารถทำให้ลูกค้าทุกคนตัดสินใจเลือกธุรกิจของคุณได้ แต่การสร้างคอนเทนต์ที่เหมาะสมจะช่วยเพิ่มโอกาสให้ลูกค้าเลือกธุรกิจของคุณมากขึ้น

คำถามก็คือ... คอนเทนต์อะไรเหมาะกับลูกค้าของคุณที่อยู่ในระดับ MOFU มากที่สุด?

อย่างที่ผมได้กล่าวไปแล้วว่าเป้าหมายของ MOFU คือการสร้างความไว้วางใจและความน่าเชื่อถือให้กับลูกค้า ดังนั้นคอนเทนต์ของคุณจึงควรเป็นคอนเทนต์ที่จะแสดงให้เห็นว่า ธุรกิจของคุณมีความน่าเชื่อถือเพียงใด หรือคอนเทนต์ที่เป็นเรื่องราวเทคนิคซึ่งแสดงให้เห็นว่าคุณเห็นว่า คุณคือผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมของคุณจริงๆ

ตัวอย่างคอนเทนต์ที่เหมาะสมสำหรับ MOFU เช่น บทสัมภาษณ์จากผู้เชี่ยวชาญ, บทความให้ความรู้, วิดีโอแสดงวิธีการใช้งานสินค้า, กรณีศึกษาจากลูกค้ารายอื่นๆ, สัมมนาออนไลน์ (Webinar), หรือรีวิวจากผู้เชี่ยวชาญ

ทุกครั้งที่คุณสร้างคอนเทนต์สำหรับ MOFU คุณควรระลึกไว้เสมอว่า คุณกำลังทำให้ลูกค้าอยากรู้จักสินค้าและบริการของคุณมากขึ้น และทำให้เขาแน่ใจว่าธุรกิจของคุณคือตัวเลือกที่เหมาะสมก่อนคู่แข่ง ด้วยการนำเสนอสิ่งที่เป็นประโยชน์ซึ่งช่วยเหลือเขาได้จริงๆ

BOFU: Hot Audience

เป้าหมายหลักของ BOFU คือการทำให้ลูกค้า “ซื้อ” สินค้าและบริการของคุณ ซึ่งเป็นระดับสุดท้ายของการตัดสินใจ

ลูกค้าที่อยู่ระดับการตัดสินใจนี้คือคนที่ไม่เพียงแค่อัปเดตกับธุรกิจของคุณ แต่ยังชอบ และไว้วางใจธุรกิจของคุณจากสิ่งที่คุณนำเสนอในขั้น MOFU อีกด้วย ซึ่งนั่นหมายถึงคนกลุ่มนี้คือคนที่พร้อมจะซื้อสินค้าและบริการของคุณแล้วนั่นเอง

ในขั้น BOFU นี้คุณสามารถยื่นข้อเสนอสินค้าและบริการให้กับลูกค้าของคุณ เพื่อให้เขาตัดสินใจซื้อในที่สุด ซึ่งคอนเทนต์ที่สามารถช่วยให้เขาตัดสินใจง่ายขึ้น เช่น รีวิวจากลูกค้ารายอื่นๆ, ตัวอย่างสินค้า, โปรแกรมทดลองฟรี, โปรโมชันพิเศษ, ส่วนลดพิเศษ เป็นต้น

สิ่งที่คุณต้องให้ความสำคัญสำหรับลูกค้าในระดับ BOFU มีเพียงอย่างเดียวคือ ทำให้แน่ใจว่าทุกคนที่กำลังสนใจสินค้าและบริการของคุณตัดสินใจซื้อและกลายเป็นลูกค้า

และเมื่อเขากลายเป็นลูกค้าแล้ว คุณไม่จำเป็นต้องหยุดเพียงเท่านั้น แต่ยังสามารถนำเสนอ Upsell เพื่อสร้างยอดขายเพิ่มขึ้น รวมไปถึงการติดตามลูกค้าของคุณให้กลับมาซื้อสินค้าซ้ำๆอย่างสม่ำเสมอ

ในขั้นตอนนี้ ยิ่งคุณยื่นข้อเสนอให้กับลูกค้าบ่อยเพียงใด โอกาสในการสร้างยอดขายของธุรกิจของคุณก็จะเพิ่มขึ้นเท่านั้น

หากคุณลงแรงอย่างหนักเพื่อให้ลูกค้ารู้จักกับธุรกิจของคุณ, ชอบธุรกิจของคุณ, และไว้วางใจธุรกิจของคุณแล้ว อย่าลืมที่จะยื่นข้อเสนออย่างสม่ำเสมอ เพื่อเปิดโอกาสให้ลูกค้าซื้อสินค้าและบริการของคุณ

นี่คือกลยุทธ์ที่ได้ผล ซึ่งคุณสามารถนำไปปฏิบัติเพื่อสร้างลูกค้าให้กับธุรกิจของคุณเพิ่มขึ้น ณ ตอนนี้คุณอาจกำลังจ่ายเงินเพื่อโปรโมทธุรกิจด้วยโฆษณาออนไลน์และทำให้คนเข้าชมเว็บไซต์ของคุณ แต่สิ่งที่ขาดไปอาจจะเป็นการให้ความสำคัญกับ Sales Funnel

หากคุณนำเสนอในสิ่งที่ลูกค้าของคุณต้องการ โอกาสที่ลูกค้าของคุณจะก้าวสู่ระดับถัดไปของ Sales Funnel ก็จะมีมากขึ้นและตัดสินใจซื้อง่ายขึ้น ในขณะที่รอยร้าวในแต่ละขั้นมีน้อยลง

สิ่งที่คุณต้องทำตอนนี้มีเพียงอย่างเดียวคือ ออกแบบ Sales Funnel ธุรกิจของคุณ เพื่อกำหนดว่าลูกค้าของคุณต้องผ่านขั้นตอนอะไรบ้างก่อนที่จะกลายมาเป็นลูกค้าของคุณ และสร้างคอนเทนต์ที่เหมาะสมกับขั้นตอนในแต่ละระดับการตัดสินใจ

มาถึงตรงนี้คุณได้รู้จักประโยชน์ของกระบวนการ Lead Generation และ Sales Funnel แล้ว ซึ่งนี่ถือเป็นกลยุทธ์ที่ได้ผลกับทุกธุรกิจที่ต้องการทำการตลาดออนไลน์ให้ประสบความสำเร็จ

เพื่อให้กลยุทธ์นี้ได้ผลกับธุรกิจของคุณ ผมอยากจะแบ่งปันวิธีการที่ผมใช้ในการสร้างลูกค้าให้กับธุรกิจของตัวเองและธุรกิจซึ่งเป็นลูกค้าที่ผมให้คำปรึกษาและทำการตลาดออนไลน์ให้

ขั้นตอนที่หนึ่ง: สร้างตัวตนบนโลกออนไลน์

เพื่อที่จะทำให้คุณสามารถสร้างลูกค้าจากออนไลน์ได้ สิ่งแรกก็คือลูกค้าของคุณ จำเป็นจะต้องหาคุณเจอได้บนออนไลน์ ดังนั้นในขั้นตอนแรกนี้ ธุรกิจของคุณ จำเป็นจะต้องมีตัวตนบนโลกออนไลน์ (Online Presence)

การมีตัวตนบนโลกออนไลน์นี้จะช่วยให้ลูกค้าหาธุรกิจของคุณเจอ และสามารถเรียนรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับสินค้าและบริการที่คุณนำเสนอได้ หากปราศจากตัวตนบนโลกออนไลน์ ลูกค้าก็จะไม่ทราบว่าธุรกิจของคุณมีอยู่ และไม่สามารถที่จะซื้อสินค้าและบริการของคุณได้

ที่สำคัญไปกว่านั้น มีผู้ใช้งานจำนวนมากที่ทำการค้นหาสินค้าและบริการผ่าน เชิงเอนจินอย่าง Google การมีตัวตนบนโลกออนไลน์นี้จะเปิดโอกาสให้คุณสามารถเข้าถึงคนที่เป็นลูกค้าที่กำลังมองหาสินค้าและบริการของคุณมากขึ้น

นอกจากนี้ สำหรับธุรกิจขนาดเล็กแล้ว การสร้างตัวตนบนโลกออนไลน์เป็นสิ่งที่ง่ายที่สุดที่ธุรกิจสามารถทำได้เพื่อสร้างลูกค้าเพิ่มขึ้น เพราะธุรกิจขนาดเล็กส่วนใหญ่ ไม่ได้ต้องขายสินค้าและบริการผ่านออนไลน์โดยตรง

การสร้างตัวตนบนโลกออนไลน์นี้ จึงไม่ได้มีความซับซ้อนและมีเป้าหมายเพียงต้องการให้ลูกค้าทราบว่าธุรกิจอยู่ที่ไหน หรือมีสินค้าและบริการอะไร เพื่อให้เขา มาที่หน้าร้านหรือติดต่อเข้ามาสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม ก่อนที่จะตัดสินใจซื้อ

นี่คือวิธีการสร้างตัวตนบนโลกออนไลน์สำหรับธุรกิจขนาดเล็ก...



สร้างเว็บไซต์สำหรับธุรกิจ

จากประสบการณ์ของผม ธุรกิจขนาดเล็กหลายๆธุรกิจมักจะปฏิเสธการมีเว็บไซต์ ด้วยเหตุผลที่ว่า ธุรกิจสามารถใช้เพจ Facebook แทนได้ซึ่งคล่องตัวกว่า และตอบโต้ลูกค้ามากกว่า

อย่างไรก็ดี ในการทำการตลาดออนไลน์ให้ประสบความสำเร็จ การสร้างเว็บไซต์สำหรับธุรกิจเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุด เพราะไม่เพียงแค่เว็บไซต์จะเป็นตัวตนของธุรกิจบนโลกออนไลน์แล้ว คุณยังสามารถใช้เว็บไซต์เป็นเครื่องมือที่สร้างลูกค้าอย่างอัตโนมัติอีกด้วย

นี่คือเหตุผลที่ธุรกิจขนาดเล็กควรมีเว็บไซต์เป็นของตัวเอง

- เว็บไซต์คือตัวตนหลักบนโลกออนไลน์ของธุรกิจ ซึ่งเปิดโอกาสให้คุณสามารถทำการตลาดได้มีประสิทธิภาพสูงสุด และปรับแต่งทุกอย่างได้เหมาะกับธุรกิจของคุณมากที่สุด
- เว็บไซต์ช่วยทำให้ธุรกิจมีความน่าเชื่อถือมากขึ้น ซึ่งสร้างความไว้วางใจให้กับลูกค้าและทำให้ตัดสินใจซื้อง่ายขึ้น
- เว็บไซต์ทำให้ธุรกิจสามารถเข้าถึง คนที่กำลังค้นหาสินค้าและบริการของคุณด้วยการแสดงผลบนเชิงเอเจนซี่ ซึ่งเพิ่มโอกาสในการตัดสินใจซื้อ
- ลูกค้าทุกคนต้องการทราบรายละเอียดของสินค้าและบริการก่อนตัดสินใจซื้อเสมอ และเว็บไซต์คือแพลตฟอร์มที่จะช่วยให้เขาหาข้อมูลที่ต้องการได้ง่ายและสะดวกที่สุด
- เว็บไซต์คือทรัพย์สินของธุรกิจซึ่งคุณเป็นเจ้าของจริงๆ ซึ่งเปรียบเสมือนการที่คุณมีที่ดินบนโลกออนไลน์เพื่อสร้างร้านค้าและออฟฟิศของคุณ
- กลยุทธ์การตลาดที่มีประสิทธิภาพหลายๆอย่างสามารถทำได้ผ่านเว็บไซต์เท่านั้น เช่น การติดตามผู้เข้าชมให้กลับมาซื้อซ้ำตามพฤติกรรม, การเก็บบันทึกข้อมูลของลูกค้า, การสร้างหน้าเว็บไซต์สำหรับโฆษณา เป็นต้น



สร้างเพจสำหรับธุรกิจ

ในปัจจุบันผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตเกือบทุกคนมักจะมีแอคเคาท์ Social Media เป็นของตัวเอง ซึ่ง Social Media ที่มีคนใช้งานมากที่สุดก็คือ Facebook

ด้วยเหตุผลที่มีผู้ใช้งานเป็นจำนวนมาก การสร้างตัวตนบนโลกออนไลน์ด้วยการสร้างเพจสำหรับธุรกิจก็เป็นวิธีการหนึ่งที่จะช่วยให้ธุรกิจของคุณสามารถเข้าถึงคนที่เป็นลูกค้าได้

การมีเพจ Facebook นี้เปิดโอกาสให้ธุรกิจสามารถสะสมผู้ติดตามและฐานลูกค้าที่เพิ่มขึ้น, มีปฏิสัมพันธ์และเชื่อมต่อกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้อย่างคล่องแคล่ว, สร้างคอนเทนต์ซึ่งจะทำให้ผู้คนพูดถึงธุรกิจมากขึ้น, หรือแม้กระทั่งการลงโฆษณาเพื่อโปรโมทธุรกิจ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนช่วยให้ธุรกิจสามารถสร้างลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและง่ายขึ้น

นอกเหนือไปจากการสร้างตัวตนบนโลกออนไลน์ให้กับธุรกิจแล้ว เพจธุรกิจยังมีความสำคัญไม่ต่างไปจากเว็บไซต์ ด้วยการเป็นแพลตฟอร์มที่จะให้ข้อมูลสินค้าและบริการกับลูกค้า, อัปเดตข่าวสารใหม่ๆแบบเรียลไทม์, นำเสนอโปรโมชั่น, และการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า เพื่อตอบคำถามและให้ความช่วยเหลือต่างๆ

ท้ายที่สุดนี้ ด้วยเหตุผลที่มีผู้ใช้งานบน Facebook จำนวนมาก เมื่อคุณมีเพจสำหรับธุรกิจ คุณก็อาจจะสามารถสร้างลูกค้ารายใหม่ๆได้โดยไม่ต้องทำการโปรโมทเลยก็เป็นไปได้

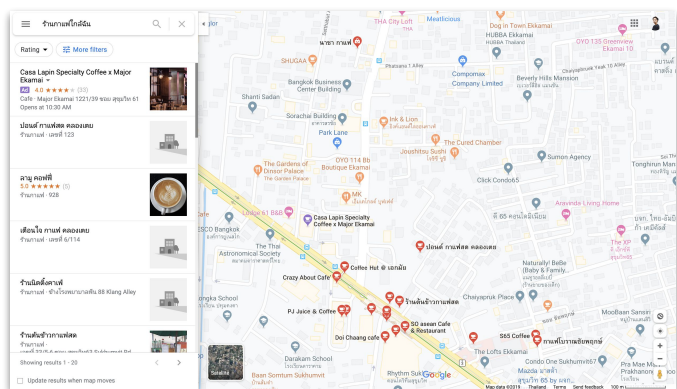
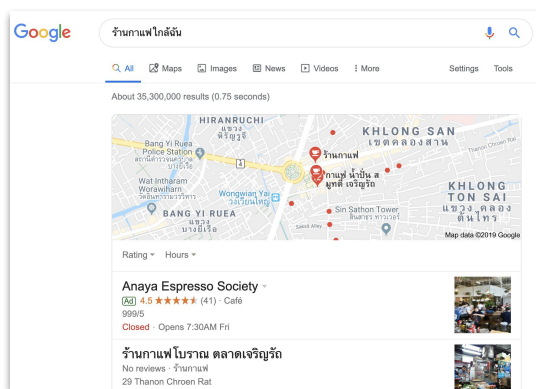
✓ ลงทะเบียนและยืนยันธุรกิจบนแผนที่

นี้อาจเป็นสิ่งที่หลายๆคนสงสัยเลย เนื่องจากไม่ทราบว่าธุรกิจสามารถลงทะเบียนและยืนยันที่อยู่เพื่อแสดงผลบนแผนที่อย่าง Google Map ได้

การลงทะเบียนธุรกิจนี้จะช่วยให้ลูกค้าที่อยู่ใกล้ๆกับธุรกิจของคุณที่กำลังทำการค้นหาสินค้าและบริการบนเชิงเอนจิน หรือแผนที่ สามารถที่จะมองเห็นธุรกิจของคุณ และสามารถดูรายละเอียดที่อยู่ของธุรกิจและเดินเข้ามาที่หน้าร้านได้ทันที

Google Map

คุณสามารถไปที่ <https://www.google.com/business/> เพื่อลงทะเบียนธุรกิจของคุณได้ การลงทะเบียนและยืนยันความเป็นเจ้าของนี้ จะช่วยเพิ่มโอกาสให้ธุรกิจของคุณสามารถแสดงผลบนเชิงเอนจินเมื่อลูกค้าที่อยู่ใกล้ๆค้นหาสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของคุณ รวมไปถึงเมื่อลูกค้าใช้งานแผนที่เพื่อหาร้านค้า หรือสินค้าและบริการที่อยู่ใกล้ๆ



และด้วยเหตุผลที่ในปัจจุบันมีผู้ใช้งานที่ทำการค้นหาผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่จำนวนมากขึ้น การลงทะเบียนธุรกิจนี้จะช่วยให้ธุรกิจสามารถสร้างลูกค้าได้เพิ่มขึ้น โดยไม่ต้องใช้เงินลงทุนเลย



ลงทะเบียนธุรกิจในเว็บไซต์ที่รวบรวมรายชื่อธุรกิจต่างๆ

เว็บไซต์ที่รวบรวมรายชื่อธุรกิจต่างๆเป็นอีกเครื่องมือหนึ่ง ที่ช่วยให้ธุรกิจขนาดเล็กสามารถสร้างตัวตนบนโลกออนไลน์ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากคุณต้องการเข้าถึงลูกค้าที่อาศัยอยู่ใกล้ๆกับธุรกิจของคุณ หรือกำลังค้นหาสินค้าและบริการที่ธุรกิจของคุณนำเสนอ

ผู้ใช้งานบางส่วนมักจะทำการค้นหาสินค้าและบริการ หรือธุรกิจต่างๆผ่านเว็บไซต์ที่รวบรวมรายชื่อธุรกิจ การลงทะเบียนธุรกิจของคุณบนเว็บไซต์เหล่านี้จะช่วยเปิดโอกาสให้คุณเข้าถึงลูกค้ากลุ่มนี้ อีกทั้งยังเป็นการช่วยเพิ่มโอกาสให้เว็บไซต์ของคุณแสดงผลในอันดับที่สูงขึ้นบนเซิร์ชเอนจินไปในตัวอีกด้วย จากการที่เว็บไซต์ของคุณมีจำนวน Backlink เพิ่มขึ้น

ตัวอย่างเว็บไซต์สำหรับลงทะเบียนธุรกิจ

- Yellow Pages Thailand: <https://www.yellowpages.co.th/>
เว็บไซต์สมุดหน้าเหลืองซึ่งรวบรวมรายชื่อธุรกิจในแต่ละอุตสาหกรรม
- Four Square: <http://business.foursquare.com/>
เว็บไซต์ซึ่งเป็นแอปพลิเคชันที่แนะนำสถานที่ต่างๆให้กับผู้ใช้งาน
- Wongnai: <https://www.wongnai.com/>
เว็บไซต์รีวิวร้านอาหาร, ที่พัก, โรงแรม, ร้านเสริมสวย, และสปา
- Thaiza Directory: <https://directory.thaiza.com/>
สารบัญเว็บไทยซึ่งรวบรวมเว็บไซต์ธุรกิจในหมวดหมู่ต่างๆ

✓ ให้ความสำคัญกับ NAP + W

สิ่งที่สำคัญกับลูกค้าของธุรกิจขนาดเล็กมากที่สุดก็คือข้อมูลการติดต่อ ซึ่งทำให้ลูกค้าของคุณสามารถติดต่อเข้ามาหาธุรกิจ เพื่อเรียนรู้ข้อมูลของสินค้าและบริการเพิ่มเติม หรือแม้กระทั่งทำให้ลูกค้าเดินเข้ามาที่หน้าร้าน

NAP หมายถึงรายละเอียดที่สำคัญ 3 อย่างสำหรับธุรกิจซึ่งก็คือ ชื่อธุรกิจ, สถานที่ตั้ง, และเบอร์โทรศัพท์ (NAP: Name, Address, Phone Number) ในขณะที่ W ย่อมาจาก Website ซึ่งก็คือเว็บไซต์ของธุรกิจนั่นเอง

หากคุณต้องการให้ลูกค้าหาธุรกิจของคุณเจอ สิ่งเหล่านี้เป็นข้อมูลที่ขาดไม่ได้เลย โดยเฉพาะอย่างยิ่งเบอร์โทรศัพท์ หากธุรกิจของคุณต้องการให้ลูกค้าโทรศัพท์ติดต่อเข้ามาสอบถามหรือนัดหมายการให้บริการ

การให้ความสำคัญกับ NAP + W และทำให้แน่ใจว่าข้อมูลธุรกิจของคุณถูกต้องไม่เพียงแต่ช่วยให้ลูกค้าหาธุรกิจของคุณเจอได้ง่ายขึ้น แต่ยังส่งผลดีกับการที่ธุรกิจของคุณจะแสดงบนเซิร์ชเอนจินหรือแผนที่ เมื่อลูกค้าทำการค้นหาอีกด้วย

ข้อมูลนี้ควรมีรูปแบบที่สม่ำเสมอ และเหมือนกันทุกครั้งไม่ว่าคุณจะไปแสดงที่ไหนก็ตาม ไม่ว่าจะเป็นบนเว็บไซต์ของตัวเอง, แผนที่, Social Media, หรือเว็บไซต์อื่นๆ เพื่อไม่ให้ลูกค้าเกิดความสับสน

ข้อมูลธุรกิจที่แนะนำ

- อีเมล: ควรเป็นอีเมลธุรกิจ เช่น info@YourDomain.com
- เบอร์โทรศัพท์: ควรเป็นเบอร์ออฟฟิศ ไม่ใช่เบอร์มือถือ
- ประเภทธุรกิจ: ควรอธิบายอย่างชัดเจนว่าธุรกิจทำอะไร
- เว็บไซต์: ควรใช้หน้าเว็บไซต์หลักเสมอโดยไม่ลิงก์ไปหน้าย่อยอื่นๆ



ทำให้เว็บไซต์แสดงผลได้อย่างเหมาะสมบนอุปกรณ์เคลื่อนที่

มีผู้ใช้งานจำนวนมากที่ทำการค้นหาสินค้าและบริการ ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่อย่างสมาร์ทโฟน สิ่งนี้สำคัญสำหรับธุรกิจขนาดเล็กคือ ลูกค้าที่อยู่ใกล้ๆกับธุรกิจของคุณอาจจะกำลังมองหาสินค้าและบริการที่ธุรกิจของคุณนำเสนอ ไม่เว้นในแต่ละนาที

หากคุณต้องการทำให้ลูกค้าเหล่านี้ที่ใช้สมาร์ทโฟนในการค้นหา ให้เข้ามาซื้อสินค้าและบริการของคุณ วิธีการที่ดีที่สุดก็คือการทำให้เว็บไซต์ธุรกิจสามารถแสดงผลได้อย่างเหมาะสมบนทุกอุปกรณ์ (Mobile Responsive) ไม่ว่าจะเป็นคอมพิวเตอร์, โน้ตบุ๊ก, สมาร์ทโฟน, หรือแท็บเล็ต



การทำเว็บไซต์ให้เป็น Mobile Responsive นี้จะช่วยให้เว็บไซต์ของคุณใช้งานได้ง่าย และทำให้ลูกค้าสามารถหาข้อมูลที่ต้องการได้อย่างรวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นรายละเอียดของสินค้าและบริการ, ช่องทางการติดต่อ, หรือแผนที่

นอกจากนี้แล้วการแสดงผลได้บนทุกอุปกรณ์ของเว็บไซต์ยังเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญของการทำอันดับบนเซอเชอเอ็นจิ้น ซึ่งการลงทุนในส่วนนี้จะช่วยให้เว็บไซต์ของคุณแสดงผลการค้นหาได้ก่อนคู่แข่ง และสามารถสร้างลูกค้าได้เพิ่มขึ้น



เลือกใช้คีย์เวิร์ดที่เป็นพื้นที่ที่ลูกค้าอยู่

ถึงแม้ว่าจะมีปัจจัยมากมายที่เซอเชนจ์นใช้สำหรับการจัดอันดับเว็บไซต์ แต่สำหรับธุรกิจขนาดเล็กแล้ว การจะทำให้เว็บไซต์สามารถแสดงผลเมื่อลูกค้าทำการค้นหาสินค้าและบริการของคุณ เป็นไปได้ค่อนข้างง่ายด้วยกลยุทธ์ที่เรียกว่า “Local SEO”

เซอเชนจ์นมีหลักการทำงานที่สำคัญอยู่ข้อหนึ่งคือ **เลือกแสดงผลลัพธ์ที่ตรงกับความต้องการของผู้ค้นหามากที่สุด** ด้วยเหตุผลนี้เองมันจึงไม่ได้สนใจว่าเว็บไซต์ ที่จะแสดงผลในอันแรกๆต้องเป็นธุรกิจที่มีขนาดใหญ่ ซึ่งทำให้ธุรกิจขนาดเล็กสามารถแสดงผลก่อนธุรกิจขนาดใหญ่ได้หากมีการใช้กลยุทธ์ Local SEO อย่างถูกต้อง

และหนึ่งในวิธีการทำ Local SEO ก็คือการเลือกใช้คีย์เวิร์ดที่เป็นพื้นที่ที่ลูกค้าอยู่ร่วมกับคอนเทนต์บนเว็บไซต์นั่นเอง

ลูกค้าที่กำลังต้องการสินค้าและบริการของธุรกิจขนาดเล็ก ซึ่งเขาจำเป็นต้องเดินทางไปร้านหรือออฟฟิศของคุณ หรือมองว่าระยะทางคือปัจจัยหลักในการเลือกผู้ให้บริการ มักจะใช้คำค้นหาที่เป็นชื่อพื้นที่, เขต, หรือจังหวัดร่วมด้วย

เช่น ลูกค้าที่กำลังมองหาบริการรับติดตั้งกล่องวงจรปิด อาจเลือกใช้คำค้นหาว่า “รับติดตั้งกล่องวงจรปิด นนทบุรี” เป็นต้น ในกรณีนี้หากลูกค้าของคุณคือคนที่อยู่ในบริเวณนี้ คุณก็ควรที่จะใช้คำว่า “นนทบุรี” ร่วมกับคอนเทนต์ด้วย

การที่คุณเลือกใส่คีย์เวิร์ดที่เป็นพื้นที่ที่ลูกค้าอยู่นี้บนเว็บไซต์นี้ จะเป็นการส่งสัญญาณบอกเซอเชนจ์นว่าธุรกิจของคุณมีสถานที่ตั้งอยู่ที่ไหน และกลุ่มลูกค้าหลักอยู่ที่ไหน ซึ่งจะช่วยให้เว็บไซต์ของคุณแสดงผลในอันดับที่สูงขึ้น เมื่อลูกค้าทำการค้นหาสินค้าและบริการของคุณ

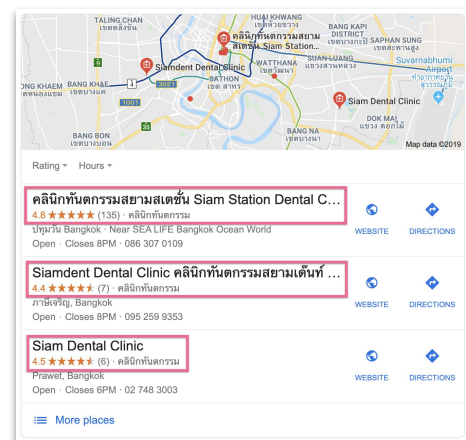


ขอรีวิวจากลูกค้าของคุณ

คงปฏิเสธไม่ได้เลยว่า ในปัจจุบันอินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทอย่างมากกับพฤติกรรมของลูกค้า เนื่องจากอินเทอร์เน็ตทำให้ข้อมูลเป็นสิ่งที่หาได้ง่าย ซึ่งทำให้ลูกค้าเกือบทุกคนเลือกที่จะหาข้อมูลประกอบการตัดสินใจ ก่อนเลือกใช้บริการเสมอ และสิ่งหนึ่งที่ลูกค้ามักจะใช้ประกอบการตัดสินใจก็คือ รีวิวจากลูกค้าคนอื่นๆที่เคยใช้บริการธุรกิจนั้น

ด้วยเหตุผลที่คอนเทนต์บนเว็บไซต์สามารถปรับแต่งได้ตามต้องการ ลูกค้าอาจไม่เพียงแค่อ่านรีวิวจากลูกค้าคนอื่นๆบนเว็บไซต์ของคุณเท่านั้น แต่เขาอาจทำการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมและดูรีวิวจากเว็บไซต์อื่นๆด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เว็บไซต์ที่มีการให้คะแนนรีวิวอย่าง Google Map

ดังนั้นคุณควรขอรีวิวจากลูกค้าของคุณเสมอ เมื่อให้บริการ และทำให้แน่ใจว่าธุรกิจของคุณได้รับคะแนนรีวิวที่สูงในระดับเฉลี่ย 4-5 คะแนน เพราะหากธุรกิจของคุณมีคะแนนต่ำกว่านั้น คะแนนที่ต่ำนี้ก็จะส่งผลให้ลูกค้ารายใหม่ๆไม่กล้าเข้ามาใช้บริการ เนื่องจากไม่ไว้วางใจว่าตัวเองจะได้รับบริการที่ดีและน่าประทับใจ



และในขณะเดียวกัน หากธุรกิจของคุณได้คะแนนรีวิวที่สูง คะแนนนี้ก็จะช่วยสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้ารายใหม่ๆ ซึ่งส่งผลให้คุณมีโอกาสสร้างยอดขายเพิ่มขึ้น อีกทั้งยังอาจส่งผลให้ธุรกิจของคุณแสดงผลในอันดับที่สูงขึ้นบนแผนที่และการค้นหาอีกด้วย

ขั้นตอนที่สอง:

นำลูกค้ามาเจอธุรกิจของคุณ

หลังจากที่ธุรกิจของคุณมีตัวตนบนโลกออนไลน์แล้ว ลูกค้ารายใหม่ๆ อาจจะยังหาธุรกิจของคุณไม่เจอ ดังนั้นในขั้นตอนถัดมา คุณจำเป็นต้องช่วยให้ลูกค้ามองเห็นธุรกิจของคุณได้ ด้วยการนำลูกค้ามาเจอกับตัวตนออนไลน์ที่คุณสร้างขึ้น เพื่อให้เขาได้เรียนรู้เกี่ยวกับสินค้าและบริการที่คุณมี กระบวนการนี้เรียกว่าการสร้างทราฟฟิก (Driving Traffic)

การสร้างทราฟฟิกหรือการสร้างผู้เข้าชมเว็บไซต์นี้ มีความสำคัญอย่างมากและเปรียบเสมือนเชื้อเพลิงของธุรกิจ เพราะธุรกิจที่มีตัวตนบนโลกออนไลน์แต่ไม่มีคนมองเห็น ก็ไม่สามารถสร้างยอดขายและลูกค้ารายใหม่ๆ ได้ และไม่ได้แตกต่างไปจากธุรกิจที่มีตัวตนเลย

เหตุผลที่กระบวนการนี้เปรียบเสมือนเชื้อเพลิงของธุรกิจก็เนื่องจาก ยิ่งเว็บไซต์ของคุณมีคนเข้าชมจำนวนมากเท่าไร โอกาสในการสร้างลูกค้าของคุณก็มีมากขึ้นเท่านั้น ดังนั้นคุณจึงควรที่จะสร้างทราฟฟิกอยู่ตลอดเวลา เพื่อนำลูกค้ารายใหม่ๆ มาเจอธุรกิจของคุณ

เนื่องจากเป้าหมายหลักของการสร้างทราฟฟิกนี้ คือการสร้างคนเข้าชมเว็บไซต์ และทำให้ลูกค้ามาเจอกับธุรกิจของคุณ นั่นหมายถึงมีวิธีการมากมายที่คุณจะสามารถทำได้ ไม่ว่าจะเป็นวิธีการแบบไม่เสียเงิน (Free) หรือวิธีการแบบเสียเงิน (Paid) ซึ่งคุณสามารถเลือกวิธีการที่เหมาะสมที่สุดสำหรับธุรกิจของตัวเอง

นี่คือวิธีการสร้างทราฟฟิกที่มีคุณภาพสำหรับธุรกิจขนาดเล็ก...



เขียนบล็อกบนเว็บไซต์

หากการสร้างเว็บไซต์คือสิ่งที่สำคัญที่สุดของการทำการตลาดออนไลน์ การเขียนบล็อกอาจเป็นสิ่งสำคัญในอันดับถัดมา เนื่องจากการเขียนบล็อกนี้จะทำให้ลูกค้าเจอธุรกิจของคุณง่ายขึ้น อีกทั้งยังช่วยสร้างความน่าเชื่อถือให้เขาเลือกธุรกิจของคุณก่อนคู่แข่งอีกด้วย

ด้วยเหตุผลที่ลูกค้ามักจะทำการค้นหาข้อมูลก่อนตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการเสมอ การเขียนบล็อกบนเว็บไซต์เพื่อตอบคำถามที่ลูกค้าของคุณมักจะมี หรือให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์กับการตัดสินใจของเขา จะช่วยให้เว็บไซต์ของคุณมีคนเข้าชมเพิ่มขึ้น ซึ่งหมายถึงโอกาสในการสร้างลูกค้าที่เพิ่มขึ้น

หากคุณยังนึกภาพไม่ออกว่าการเขียนบล็อกบนเว็บไซต์จะช่วยให้คุณสร้างลูกค้าเพิ่มขึ้นได้อย่างไร ผมขออธิบายให้เข้าใจง่ายๆดังนี้ครับ

การเขียนบล็อกซึ่งเป็นบทความให้ความรู้ จะช่วยให้เว็บไซต์ของคุณมีจำนวนหน้าเพิ่มขึ้น ซึ่งแต่ละหน้าที่เป็นบล็อกที่คุณเขียนนี้ก็จะตอบคำถามในสิ่งที่ลูกค้ามักจะค้นหาก่อนทำการซื้อสินค้าและบริการของคุณเสมอ

นั่นหมายความว่าผู้เข้าชมเว็บไซต์ของคุณจะได้รับข้อมูลที่เขากำลังต้องการ ซึ่งเป็นสิ่งที่เขาสนใจและทำให้เว็บไซต์ของคุณแสดงผลการค้นหาในอันดับที่ดีขึ้นเรื่อยๆ และมีจำนวนผู้เข้าชมเพิ่มขึ้นเรื่อยๆจากอันดับที่สูงขึ้น

และเมื่อเขาได้รับข้อมูลที่ต้องการเพียงพอแล้ว หากเขาต้องการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ เขาก็มีโอกาสที่จะเลือกธุรกิจของคุณก่อนคู่แข่งทันที เพราะบล็อกที่คุณเขียนแสดงให้เห็นแล้วว่า คุณคือผู้เชี่ยวชาญในสินค้าและบริการนั้นๆ และเขาสามารถไว้วางใจธุรกิจของคุณได้มากกว่าคู่แข่งของคุณ

✓ ใช้โฆษณาเป็นเครื่องมือสร้างยอดขาย

ผมมักจะพูดอยู่เสมอว่าวิธีการที่ดีที่สุดในการสร้างลูกค้าคือ “การเปลี่ยนค่าโฆษณาเป็นยอดขาย” เนื่องจากหากธุรกิจของคุณมีการวางกลยุทธ์การตลาดที่ดี การจ่ายเงินค่าโฆษณาออกไปเพื่อโปรโมทสินค้าและบริการก็จะช่วยให้ธุรกิจของคุณสามารถสร้างยอดขายกลับมาได้อีกหลายๆเท่า

การจ่ายเงินค่าโฆษณาของคุณควรที่จะเป็น “การลงทุน” ไม่ใช่ “รายจ่าย” ของธุรกิจ เมื่อไรก็ตามที่คุณยอมรับว่าการลงโฆษณาคือการลงทุนเพื่อเพิ่มโอกาสในการสร้างยอดขายเพิ่มขึ้น การทำธุรกิจของคุณก็จะง่ายขึ้นอีกมหาศาล และคุณจะสามารถสร้างลูกค้าได้มากเท่าที่ต้องการ

ผมขอยกตัวอย่างแบบนี้ครับ... หากคุณสามารถลงทุนเงิน 100 บาท แล้วสร้างยอดขายกลับมาได้ 200 บาทหรือมากกว่านั้น คุณอยากที่จะลงทุนเงินจำนวนเท่าไร? คำตอบก็คือยิ่งเยอะยิ่งดี ถูกไหมครับ?

คุณจำเป็นที่จะต้องใช้หลักการเดียวกันนี้กับการลงโฆษณา กล่าวคือเงินทุกบาททุกสตางค์ที่คุณจ่ายออกไป จะช่วยให้ธุรกิจของคุณสร้างยอดขายกลับมาได้เพิ่มขึ้น เนื่องจากคนที่เห็นโฆษณาของคุณวันนี้ อาจจะกลายเป็นลูกค้าของคุณซึ่งซื้อสินค้าและบริการในอีก 3 วัน, 2 สัปดาห์, 1 เดือน, 3 เดือน, หรือ 6 เดือน

ทั้งนี้ลูกค้าหนึ่งคนที่คุณสร้างได้จากการลงโฆษณาอาจจะมีมูลค่ามากกว่าที่คุณคิด เนื่องจากเขาอาจจะกลายเป็นลูกค้าในระยะยาว ซึ่งสร้างยอดขายให้กับธุรกิจของคุณเป็นหลักหมื่น หลักแสน หรือแม้กระทั่งหลักล้าน ตลอดหลายปี

ให้เวลากับการใช้โฆษณาในการสร้างธุรกิจ แล้วมันจะช่วยสร้างลูกค้าและยอดขายกลับมาให้กับคุณ



เลือกคีย์เวิร์ด Google Ads ที่ลูกค้า ใช้ค้นหาสินค้าและบริการ

การลงโฆษณา Google Ads คือหนึ่งในวิธีการที่ง่ายที่สุดสำหรับธุรกิจขนาดเล็ก เนื่องจากคนที่ใช้ Google ในการค้นหามีความต้องการสินค้าและบริการธุรกิจของคุณอยู่แล้ว และการลงโฆษณานี้ทำให้เว็บไซต์ของคุณสามารถแสดงผลการค้นหาในอันแรกๆได้ทันที

ยกตัวอย่างเช่น หากคุณลองทำการค้นหาสินค้าและบริการของธุรกิจตัวเอง ด้วยการเข้าไปที่เว็บไซต์ของ Google ตอนนี้ และใช้คีย์เวิร์ดที่ลูกค้ามักจะเลือกใช้ เช่น “ฟอกฟันขาว” (ในกรณีที่คุณทำธุรกิจคลินิกทันตกรรม) หากธุรกิจของคุณไม่แสดงขึ้นมาในลิสต์เลย นั่นหมายความว่าคุณเพิ่งพลาดโอกาสในการสร้างลูกค้า

ด้วยเหตุผลนี้เอง การใช้ Google Ads จึงมีส่วนสำคัญอย่างมากในการช่วยให้ธุรกิจขนาดเล็กสามารถสร้างลูกค้าได้เพิ่มขึ้น เพราะคุณสามารถที่จะกำหนดให้ธุรกิจแสดงผลขึ้นมา เมื่อลูกค้าใช้คีย์เวิร์ดใดก็ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง คีย์เวิร์ดซึ่งเป็นคำค้นหาสินค้าและบริการ ซึ่งสื่อถึงความพร้อมในการตัดสินใจซื้อ

การเลือกคีย์เวิร์ดที่เป็นคำค้นหาที่ลูกค้าใช้จริงๆมีความสำคัญเนื่องจาก จะช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายให้คุณไม่ต้องเสียเงินไปกับคนที่ไม่ใช่ลูกค้า และช่วยเพิ่มโอกาสที่คนที่เห็นโฆษณานั้นจะเป็นลูกค้าของคุณจริงๆ

คุณสามารถใช้เครื่องมืออย่าง Keyword Planner เพื่อค้นหาคีย์เวิร์ดนั้น: <https://ads.google.com/home/tools/keyword-planner/> ซึ่งเป็นเครื่องมือฟรีที่แถมมากับแอดเคาท์โฆษณา แต่หากคุณยังไม่เคยลงโฆษณาด้วย Google Ads มาก่อนเลย คุณสามารถไปที่ <https://ads.google.com/home/> เพื่อสมัครแอดเคาท์และเริ่มต้นสร้างแคมเปญโฆษณาของคุณได้ทันที



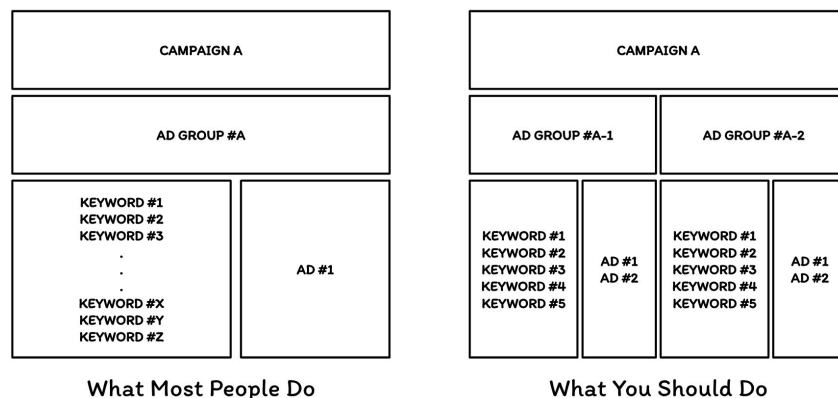
สร้างกลุ่มโฆษณาหลายๆกลุ่มสำหรับโปรโมทสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน

ถึงแม้ว่า Google Ads จะเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการช่วยให้ธุรกิจขนาดเล็กสร้างลูกค้าได้เพิ่มขึ้น แต่สิ่งหนึ่งที่ Google ไม่ได้บอกคุณตอนสมัครแอดเคาท์ก็คือ การสร้างแคมเปญที่มีประสิทธิภาพมีความซับซ้อนกว่าที่คุณเห็น

เหตุผลก็คือ Google ต้องการให้คุณเริ่มใช้โฆษณาได้รวดเร็วที่สุด และเริ่มต้นจ่ายเงินโฆษณาเพื่อโปรโมทสินค้าและบริการทันทีหลังจากสมัครแอดเคาท์ สิ่งที่ระบบจะแนะนำคุณในการเลือกคีย์เวิร์ดก็คือ ใส่คีย์เวิร์ดที่ลูกค้าของคุณมักจะใช้ในการค้นหาสินค้าและบริการให้มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้

การทำแบบนี้จะส่งผลให้แคมเปญมีประสิทธิภาพต่ำกว่าที่ควรจะเป็น โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากธุรกิจของคุณโปรโมทสินค้าและบริการมากกว่าหนึ่งอย่าง เนื่องจากคนที่ทำการค้นหาสินค้าและบริการของคุณ อาจเห็นข้อความโฆษณาที่ไม่ตรงกับสิ่งที่กำลังค้นหา

เช่น ในกรณีที่คุณทำธุรกิจประดับยนต์ หากคุณรวมคีย์เวิร์ด “รับติดฟิล์มกระจกรถยนต์” และ “รับติดตั้งเครื่องเสียงรถยนต์” ไว้ในกลุ่มโฆษณาเดียวกัน โฆษณาที่แสดงก็จะไม่มีความเฉพาะเจาะจงสำหรับลูกค้าที่ทำการค้นหา คุณจึงควรที่จะสร้างกลุ่มโฆษณาหลายๆกลุ่มสำหรับโปรโมทสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน





เขียนคำโฆษณา Google Ads ที่น่าดึงดูดและทำให้ลูกค้าอยากคลิก

คุณคงไม่ต้องการให้ลูกค้าที่กำลังต้องการอยากซื้อสินค้าและบริการ มองเห็นเว็บไซต์ของคุณบนผลการค้นหา แต่กลับไปคลิกเข้าชมเว็บไซต์คู่แข่งของคุณ หรือเว็บไซต์อื่นๆใช้ไหมครับ?

ด้วยเหตุผลนี้เองเมื่อคุณลงโฆษณา Google Ads การเขียนคำโฆษณาที่น่าดึงดูดและทำให้ลูกค้าอยากคลิกโฆษณานั้น จึงมีบทบาทสำคัญกับการทำให้ผู้ที่ทำการค้นหาสินค้าและบริการกลายเป็นลูกค้าของธุรกิจคุณ

ลูกค้าของคุณต้องการเข้าชมเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลที่เขากำลังต้องการอย่างมากที่สุด ซึ่งตัวชี้วัดแรกที่จะทำให้ลูกค้าตัดสินใจคลิกดูโฆษณาของคุณก็คือคำโฆษณาที่คุณเลือกใช้นั่นเอง

ที่สำคัญไปกว่านั้น อัตราการคลิกโฆษณายังเป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อต้นทุนค่าคลิก ซึ่งหากคุณสามารถทำให้คนที่ทำการค้นหาสินค้าและบริการคลิกโฆษณาของคุณได้จำนวนมาก ต้นทุนโดยเฉลี่ยที่คุณต้องจ่ายไปกับคำโฆษณาก็จะถูกลงไปด้วย

นี่คือเทคนิคง่ายๆในการเขียนคำโฆษณาที่น่าดึงดูดและทำให้ลูกค้าอยากคลิก:

- ใส่คีย์เวิร์ดซึ่งเป็นคำค้นหาที่ลูกค้าใช้ในข้อความโฆษณาเสมอ - การทำแบบนี้จะช่วยให้ลูกค้าของคุณมั่นใจว่าเว็บไซต์ที่เขากำลังจะคลิกเข้าชมคือสิ่งที่เขากำลังค้นหาอยู่จริงๆ
- ใช้ Call To Action เพื่อบอกว่าลูกค้าต้องทำอะไร - หากคุณต้องการให้ลูกค้ารับข้อเสนอ คุณอาจใส่คำว่า “รับข้อเสนอพิเศษวันนี้” ในโฆษณา
- บอกลูกค้าว่าธุรกิจของคุณมีความแตกต่างอย่างไร - บอกจุดเด่นสินค้าและบริการของคุณให้ลูกค้าทราบ เพื่อให้เขาเลือกคุณก่อนคู่แข่ง

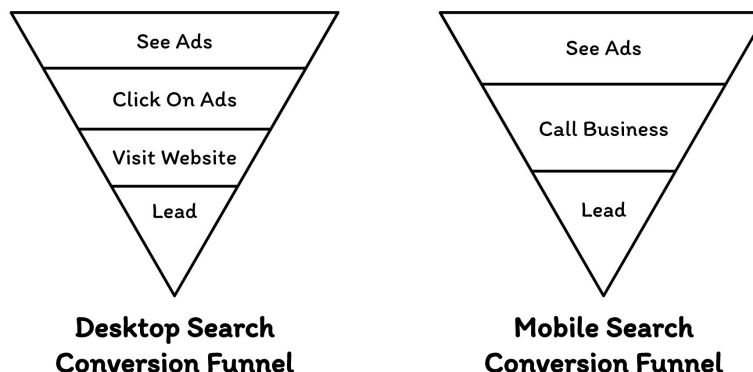


ตั้งค่าแคมเปญเพื่อการโทรเท่านั้น เพื่อให้ลูกค้าติดต่อเข้ามาง่ายขึ้น

ในบางกรณี ลูกค้าของคุณอาจไม่ได้ต้องการเข้าชมเว็บไซต์เพื่อดูรายละเอียดของสินค้าและบริการ แต่ต้องการพูดคุยกับคุณโดยตรงเพื่อสอบถามข้อมูล

การลงโฆษณา Google Ads ไม่เพียงแต่ทำให้คุณสามารถสร้างผู้เข้าชมเว็บไซต์เพิ่มขึ้น แต่ยังเปิดโอกาสให้ลูกค้าสามารถโทรหาคุณได้ทันทีเมื่อเขาทำการค้นหาสินค้าและบริการและคลิกโฆษณาที่แสดงขึ้นมา หากคุณต้องการให้ลูกค้าโทรเข้ามาหาคุณโดยที่เขาไม่ต้องเข้าชมเว็บไซต์ คุณก็สามารถตั้งค่าแคมเปญเพื่อการโทรเท่านั้น (Call-Only Campaigns)

แคมเปญนี้จะทำให้ลูกค้าสามารถโทรหาคุณได้ทันทีโดยไม่ต้องเข้าชมเว็บไซต์ และคุณไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใดๆเพิ่มเติมสำหรับการโทร เนื่องจากค่าโฆษณาของคุณจะถูกคิดในอัตราเดียวกันกับการคลิกโฆษณาเข้าชมเว็บไซต์ปกติ



ฟีเจอร์การโทรเท่านั้นของ Google Ads นี้สามารถช่วยให้ธุรกิจขนาดเล็กสร้างลูกค้าง่ายขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากธุรกิจของคุณเป็นธุรกิจที่มีหน้าร้าน เพราะลูกค้าของคุณสามารถโทรเข้ามาเพื่อสอบถามว่า คุณมีสินค้าพร้อมขายหรือไม่ก่อนที่จะเข้ามาที่หน้าร้าน หรือแม้กระทั่งลูกค้าสามารถโทรเข้ามาเพื่อจองที่นั่งทันที โดยใช้เวลาเพียงแค่นาทีวินาทีหลังจากทำการค้นหา



ใส่คีย์เวิร์ดที่เป็นพื้นที่ที่ลูกค้าอยู่ใน แคมเปญ Google Ads

คำค้นหาสินค้าและบริการที่มีชื่อพื้นที่, เมือง, เขต หรือจังหวัด มักจะให้ผลลัพธ์ที่ดีกว่าคำค้นหาที่ไม่มีชื่อพื้นที่ร่วมด้วยเสมอ เช่น “โรงเรียนสอนดนตรี กรุงเทพฯ” กับ “โรงเรียนสอนดนตรี”

ผู้ค้นหาที่ใช้ชื่อพื้นที่ร่วมกับการค้นหาสินค้าและบริการนี้ มักจะมีระดับการตัดสินใจที่พร้อมซื้อมากกว่าผู้ค้นหาที่ไม่ใช้ชื่อพื้นที่ร่วม เนื่องจากคนกลุ่มหลังอาจเพียงแต่ต้องการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการเท่านั้น ในขณะที่คนกลุ่มแรกต้องการที่จะหาว่า สินค้าและบริการที่อยู่ใกล้ๆ กับพื้นที่ที่เขาอยู่ มีผู้ให้บริการรายไหนที่เขาสามารถเลือกได้บ้าง

หากธุรกิจของคุณใช้ Google Ads เป็นเครื่องมือในการโปรโมทสินค้าและบริการ อย่าลืมใช้ประโยชน์จากคีย์เวิร์ดที่เป็นพื้นที่ เพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงลูกค้าที่มีความพร้อมในการตัดสินใจ

และเพื่อให้แคมเปญของคุณมีโอกาสสร้างลูกค้าได้มากที่สุด คุณอาจจะสร้างแคมเปญเพิ่มขึ้น ซึ่งแคมเปญนี้เน้นเฉพาะคีย์เวิร์ดซึ่งเป็นสินค้าและบริการที่ลูกค้าเลือกใช้พื้นที่ร่วมด้วย

Campaign	Ad Group	Keyword
คำค้นหาแบบพื้นที่	โรงเรียนสอนดนตรี	โรงเรียนสอนดนตรี ใกล้ฉัน
		โรงเรียนสอนดนตรี สิลม
		โรงเรียนสอนดนตรี สยาม
		โรงเรียนสอนดนตรี พระราม 1
	เรียนดนตรี	เรียนดนตรี ใกล้ฉัน
		เรียนดนตรี สิลม
		เรียนดนตรี สยาม
		เรียนดนตรี พระราม 1

การสร้างแคมเปญแยกนี้จะทำให้คุณสามารถเขียนคำโฆษณาที่ตรงกับสิ่งที่ลูกค้าของคุณค้นหามากขึ้น ซึ่งจะช่วยเพิ่มโอกาสที่เขาจะเห็นโฆษณาและคลิกเข้าชมเว็บไซต์ของคุณ

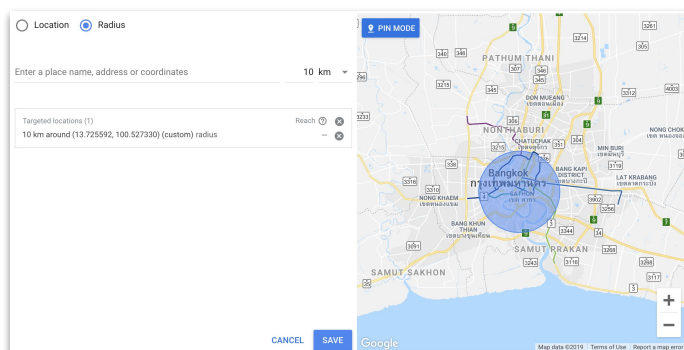
✓ ทำให้ลูกค้าที่อยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกับธุรกิจเห็นโฆษณา

ข้อดีอีกอย่างหนึ่งของการใช้โฆษณา Google Ads เพื่อโปรโมทสินค้าและบริการสำหรับธุรกิจขนาดเล็กก็คือ คุณสามารถทำให้ลูกค้าที่อยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกับธุรกิจเห็นโฆษณาเท่านั้น และไม่จำเป็นต้องเสียค่าใช้จ่ายไปโดยเปล่าประโยชน์ให้กับคนที่ไม่ใช่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ซึ่งเป็นคนที่ยอยู่นอกพื้นที่

การทำให้ลูกค้าที่อยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกับธุรกิจเห็นโฆษณาเท่านั้น จะทำให้โฆษณาของคุณมีความแม่นยำมากขึ้น และช่วยเพิ่มโอกาสที่คนที่ทำการค้นหาสินค้าและบริการจะกลายเป็นลูกค้า เนื่องจากธุรกิจของคุณอยู่ใกล้ และเขาไม่จำเป็นต้องเสียเวลาที่เยอะในการเดินทางไปร้านของคุณ, ไปพบกับคุณ, หรือให้คุณมาหาเขา

คุณสามารถตั้งค่าการเห็นโฆษณาตามพื้นที่ได้ในแคมเปญ Google Ads ซึ่งคุณสามารถเลือกได้ว่าจะให้คนที่อยู่ในเฉพาะบางพื้นที่, เมือง, จังหวัด, หรือแม้กระทั่งทั้งประเทศ เห็นธุรกิจของคุณเมื่อค้นหาสินค้าและบริการ

นอกจากนี้คุณยังสามารถเลือกใช้การกำหนดการมองเห็นโฆษณาแบบรัศมี หรือ ปักหมุด (Radius Targeting) ซึ่งมีประโยชน์อย่างมากหากธุรกิจของคุณต้องการที่จะโปรโมทสินค้าและบริการให้กับคนที่อยู่ในระยะไม่เกิน 5-10 กิโลเมตร เป็นต้น





โปรโมตรธุรกิจด้วย Facebook Ads เพื่อเข้าถึงลูกค้าที่กว้างขึ้น

Facebook Ads เป็นอีกเครื่องมือหนึ่งที่ช่วยให้ธุรกิจขนาดเล็กสามารถสร้างลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ด้วยประสิทธิภาพในการกำหนดกลุ่มเป้าหมายได้อย่างแม่นยำ คุณสามารถที่จะเลือกให้คนที่เป็ลูกค้าเป้าหมายที่สนใจธุรกิจของคุณ ซึ่งอาจไม่ได้กำลังค้นหาสินค้าและบริการ เห็นโฆษณาได้

นอกเหนือไปจากการกำหนดกลุ่มเป้าหมายตามตำแหน่งที่อยู่แล้ว คุณสามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมายด้วยการเลือกความสนใจ, พฤติกรรมการซื้อออนไลน์, เพศ, อายุ, และตัวเลือกอื่นๆอีกมากมาย ที่จะทำโฆษณาของคุณแสดงได้ตรงกับคนที่เป็นลูกค้ามากที่สุด

ด้วยความแม่นยำในการกำหนดกลุ่มเป้าหมายนี้เอง แคมเปญ Facebook Ads ของคุณจึงมีโอกาสร้างลูกค้ามากกว่าแคมเปญโฆษณาออนไลน์อื่นๆ ซึ่งสามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมายได้เพียงแค่ว่าตามตำแหน่งที่อยู่ หรือความสนใจแบบกว้างๆเท่านั้น ซึ่งทำให้งบประมาณที่คุณลงทุนไปกับการลงโฆษณาบน Facebook นี้มีโอกาสสร้างผลตอบแทนกลับมาได้คุ้มค่ากว่าช่องทางอื่นๆ

นอกเหนือไปจากนั้น Facebook Ads ยังมีเครื่องมือที่เรียกว่า Facebook Pixel ซึ่งเป็นสคริปต์ที่จะช่วยเก็บข้อมูลพฤติกรรมลูกค้าของคุณ ซึ่งเมื่อคุณติดตั้ง สคริปต์นี้บนเว็บไซต์ มันก็จะช่วยให้ระบบประมวลผลโฆษณาทำงานได้ดียิ่งขึ้น และทำให้ Facebook ทราบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่ของคุณมีความสนใจหรือพฤติกรรมแบบใด ซึ่งส่งผลให้โฆษณาของคุณแสดงต่อผู้ใช้งานที่มีโอกาสจะเป็นลูกค้าของคุณมากที่สุด

ทั้งนี้คุณยังสามารถเลือกตำแหน่งแสดงโฆษณาที่นอกเหนือจาก Facebook อย่าง Instagram, เว็บไซต์, หรือแอปพลิเคชันบนสมารท์โฟน ได้อีกด้วย ซึ่งทำให้คุณสามารถเข้าถึงลูกค้าที่กว้างขึ้น ซึ่งไม่ได้ใช้งานเพียงแค่เช็เอนจิ้น



สร้างและเข้าร่วมกลุ่มบน Facebook

กลุ่มต่างๆบน Facebook ถือเป็นอีกช่องทางหนึ่งสำหรับเจ้าของธุรกิจขนาดเล็ก ซึ่งจะช่วยสร้างลูกค้าให้กับธุรกิจเพิ่มขึ้น เพราะกลุ่มนี้คือกลุ่มที่รวบรวมคนที่มีความสนใจเดียวกันมาอยู่ด้วยกัน

ผู้คนในกลุ่ม Facebook มักจะมีการสนทนาเพื่อถามตอบคำถามต่างๆ ซึ่งหากคุณสร้างและเข้าร่วมกลุ่มที่มีความสนใจในสินค้าและบริการของคุณ คุณก็สามารถที่จะเข้าไปตอบคำถามต่างๆที่คนในกลุ่มถาม ซึ่งจะช่วยให้คุณแสดงความเป็นผู้เชี่ยวชาญ และเพิ่มโอกาสที่คนในกลุ่มจะชักชวนเข้ามาสอบถามเกี่ยวกับธุรกิจของคุณ

มีลูกค้าจำนวนมากที่เลือกใช้กลุ่ม Facebook นี้ในการหาข้อมูลสินค้าและบริการ ซึ่งหากคุณเข้าไปตอบคำถามอย่างสม่ำเสมอ ผู้คนในกลุ่มก็จะเริ่มรู้จักคุณ และนึกถึงคุณก่อนคนอื่นๆ ซึ่งอาจทำให้เขาแท็กคุณเพื่อให้คุณมาช่วยตอบคำถามอื่นๆเมื่อมีผู้สนใจรายใหม่ๆเข้ามาสอบถาม เมื่อคุณเป็นที่รู้จัก คุณก็จะสามารถเปิดบทสนทนา กับคนในกลุ่มได้ง่าย และสามารถนำเสนอให้ผู้สนใจ สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการจากคุณได้โดยตรง หรือเข้าไปดูรายละเอียดเพิ่มเติมบนเว็บไซต์

นอกเหนือจากนั้น การสร้างกลุ่มซึ่งคุณเป็นเจ้าของ จะช่วยให้คุณสามารถสื่อสารกับคนที่เป็ลูกค้าปัจจุบันของธุรกิจได้อย่างคล่องแคล่ว ซึ่งทำให้คุณสามารถติดตามลูกค้าปัจจุบันให้กลับมาซื้อสินค้าอย่างต่อเนื่องได้ รวมทั้งยังเปิดโอกาสให้ผู้สนใจรายใหม่ๆมาเข้าร่วมกลุ่มเพื่อหาข้อมูลของสินค้าและบริการก่อนที่จะตัดสินใจใช้บริการจากคุณ

คุณสามารถสร้างกลุ่ม Facebook ของตัวเองหรือเข้าร่วมกลุ่มอื่นๆได้โดยไม่มีค่าใช้จ่ายใดๆทั้งสิ้น ซึ่งนี่เป็นเครื่องมือที่เหมาะสมอย่างยิ่งหากธุรกิจของคุณมีงบประมาณที่จำกัด



ทำธุรกิจให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นด้วยการ สร้างวิดีโอบน YouTube

YouTube ถือเป็นเชิเจนจิ้นที่ใหญ่เป็นอันดับสองของโลกรองจาก Google ซึ่งทำให้ธุรกิจขนาดเล็กที่ใช้ประโยชน์จากแพลตฟอร์มนี้ สามารถสร้างลูกค้าได้มากกว่าคู่แข่งซึ่งไม่ทำการตลาดด้วยวิดีโอ

นอกเหนือไปจากการทำการค้นหาบนเชิเจนจิ้นอย่าง Google แล้ว วิดีโอถือเป็นส่วนสำคัญในการให้ข้อมูลกับลูกค้า ด้วยความง่ายและความรวดเร็วในการรับชมมากกว่าการอ่าน ลูกค้าจำนวนมากจึงเลือกใช้ YouTube เป็นเชิเจนจิ้นในการค้นหาข้อมูลสินค้าและบริการ

นั่นหมายความว่า หากธุรกิจของคุณสร้างคอนเทนต์ที่เป็นวิดีโอร่วมด้วย เมื่อลูกค้าทำการค้นหาสินค้าและบริการบน YouTube ธุรกิจของคุณก็มีโอกาสแสดงบนผลการค้นหา ซึ่งทำให้ลูกค้าสามารถรับชมวิดีโอที่คุณสร้าง รวมไปถึงคลิกเข้าชมเว็บไซต์ของคุณ เพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับสินค้าและบริการเพิ่มเติม

การใช้ประโยชน์จาก YouTube เพื่อทำให้ธุรกิจเป็นที่รู้จักมากขึ้นสามารถทำได้ โดยการสร้างวิดีโอซึ่งให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์กับลูกค้าของคุณ ซึ่งเป็นการตอบคำถามที่เขาอาจจะมึ่ก่อนตัดสินใจใช้สินค้าและบริการจากธุรกิจ หรือเป็นการช่วยเขาแก้ปัญหาที่กำลังเผชิญอยู่

ข้อมูลที่เป็นประโยชน์นี้จะช่วยสร้างความไว้วางใจให้กับลูกค้าของคุณ และทำให้เขาได้ข้อมูลประกอบการตัดสินใจที่ครบ ซึ่งเมื่อเขาพร้อมที่จะซื้อสินค้าและบริการแล้ว เขาก็จะเลือกใช้ธุรกิจของคุณก่อนคู่แข่งนั่นเอง

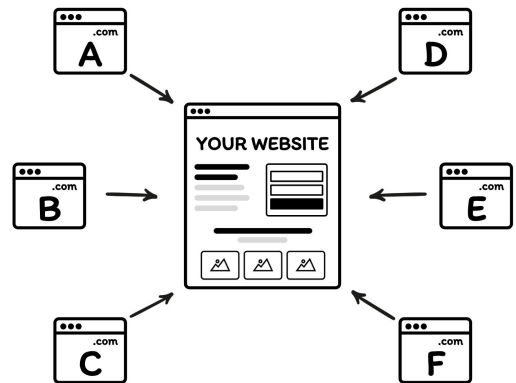
นอกจากนี้หากคุณยังสามารถลงโฆษณาบน YouTube เพื่อเพิ่มการรับชมวิดีโอด้วยการใช้แอดเคาท Google Ads ของคุณอีกด้วย

✓ ฝากลิงก์บนเว็บไซต์อื่นๆ

หากธุรกิจของคุณเพิ่งเริ่มทำการตลาดออนไลน์ และไม่มีคนเข้าชมเว็บไซต์ หรือยังไม่มีผู้ติดตามบล็อกที่เขียน การฝากลิงก์บนเว็บไซต์อื่นๆเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่จะทำให้คุณสร้างผู้เข้าชมได้อย่างรวดเร็ว เราเรียกกระบวนการนี้ว่าการสร้างลิงก์กลับมาที่เว็บไซต์ (Link Building)

การฝากลิงก์บนเว็บไซต์อื่นๆจะทำให้คุณมีลิงก์กลับมาที่เว็บไซต์ของตัวเอง (Backlink) ซึ่งไม่เพียงแต่ทำให้คุณได้ผู้เข้าชมจากเว็บไซต์นั้น แต่จำนวนลิงก์บนเว็บไซต์อื่นๆนี้ยังเป็นผลดีกับการทำ SEO ซึ่งส่งผลให้เว็บไซต์ของคุณแสดงในอันดับการค้นหาที่สูงขึ้นอีกด้วย

คุณอาจเริ่มต้นด้วยการติดต่อเว็บไซต์ในอุตสาหกรรมเดียวกันซึ่งไม่ใช่คู่แข่งโดยตรงที่เขียนบล็อกเป็นประจำอยู่แล้ว และขอเขียนบทความบนเว็บไซต์นั้นเพื่อแลกเปลี่ยนกับการฝากลิงก์กลับมาที่เว็บไซต์ของคุณ (Guest Post)



วิธีการนี้เป็นผลดีกับทั้งสองฝ่ายคือ เว็บไซต์ที่คุณติดต่อไปได้รับคอนเทนต์ของคุณที่เป็นประโยชน์กับผู้อ่านของเขาโดยไม่ต้องเขียนเอง ในขณะที่คุณเองก็ได้ลิงก์กลับมาที่เว็บไซต์ซึ่งทำให้ได้รับผู้เข้าชมเพิ่มขึ้น อีกทั้งยังเป็นผลดีกับการทำอันดับบนเซิร์ชเอนจิน

นอกจากนี้คุณยังสามารถใช้วิธีการเดียวกันนี้กับเว็บไซต์ใหญ่ๆที่มีผู้อ่านจำนวนมาก หรือเว็บบอร์ด ซึ่งเปิดโอกาสให้ผู้ใช้งานสามารถสร้างคอนเทนต์ได้ด้วยตัวเอง ในการสร้างผู้เข้าชมให้กับเว็บไซต์ของคุณ

ขั้นตอนที่สาม:

เปลี่ยน “ไม่” ให้กลายเป็น “ใช่”

ตอนนี้ธุรกิจของคุณมีแพลตฟอร์มเพื่อใช้เป็นหน้าร้านบนโลกออนไลน์แล้ว อีกทั้งผู้คนยังรู้จักธุรกิจของคุณ และมีคนเข้าชมเว็บไซต์จำนวนหนึ่ง ซึ่งคุณอาจจะเริ่มสร้างลูกค้าได้เพิ่มขึ้นแล้ว

อย่างไรก็ดีหากธุรกิจของคุณมีผู้เข้าชมเว็บไซต์ และเป็นที่รู้จักบนโลกออนไลน์ แต่ยังไม่มีลูกค้ารายใหม่ๆเข้ามาใช้บริการ นั่นหมายความว่ายังมีบางอย่างที่คุณอาจจะต้องปรับปรุง

ข้อผิดพลาดของเจ้าของธุรกิจขนาดเล็กที่ทำการตลาดออนไลน์แล้วไม่ได้ผลลัพธ์อย่างที่ควรก็คือ ใช้เวลาส่วนใหญ่ไปกับการสร้างทราฟฟิก ในขณะที่ไม่ได้ให้ความสำคัญว่า จะทำอะไรให้ได้ประโยชน์สูงสุดจากผู้เข้าชม ทั้งนี้ไม่มีประโยชน์อะไรเลย หากคุณลงแรงอย่างหนักไปกับการสร้างผู้เข้าชมเว็บไซต์จำนวนมาก แต่ไม่สามารถที่จะเปลี่ยนผู้เข้าชมเหล่านั้นให้กลายเป็นลูกค้า

ในขั้นตอนที่สามนี้ ผมอยากจะช่วยให้คุณสามารถเปลี่ยนผู้เข้าชมเว็บไซต์ให้กลายเป็นลูกค้ามากที่สุด ด้วยการปรับแต่งเว็บไซต์เพื่อเพิ่มโอกาสให้ลูกค้าติดต่อเข้ามา (Conversion Optimization) และใช้กลยุทธ์อื่นๆที่จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพให้การตลาดออนไลน์ของคุณสร้างลูกค้าเพิ่มขึ้น

นี่คือวิธีการเปลี่ยนผู้เข้าชมเว็บไซต์ของคุณให้กลายเป็นลูกค้า จากเดิมที่เขาตอบว่า “ไม่” ให้กลายเป็น “ใช่”



พูดถึงความต้องการลูกค้าเป็นหลัก แทนการพูดถึงข้อดีของธุรกิจตัวเอง

เจ้าของธุรกิจส่วนใหญ่พยายามที่จะบอกลูกค้าว่า “ธุรกิจของฉันดีอย่างไรและทำไมลูกค้าจึงควรเลือกธุรกิจของฉัน” โดยลืมไปว่าความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าคืออะไร

สิ่งที่คุณต้องนึกถึงเสมอก็คือ ในแต่ละวันที่ลูกค้าของคุณใช้งานอินเทอร์เน็ต เขาเจอกับข้อความโฆษณาต่างๆมากมาย (อาจเป็นหลายๆร้อย หรือหลายๆพัน แปรนิตต่อวัน) ซึ่งธุรกิจส่วนมากพยายามที่จะพูดถึงเพียงแค่ข้อดีของตัวเอง และนำเสนอว่าธุรกิจของตัวเองดีที่สุด

สิ่งนี้ส่งผลให้ลูกค้าของคุณเคยชินกับคำกล่าวอ้าง และไม่เชื่อถือคำโฆษณาจากธุรกิจ และเลือกที่จะทำการค้นคว้าข้อมูลต่างๆด้วยตัวเองจากแหล่งข้อมูลอื่นๆ อย่างเว็บไซต์รีวิว หรือจากผู้บริโภคคนอื่นๆแทน

หากคุณต้องการให้ผู้เข้าชมเว็บไซต์ของคุณตัดสินใจติดต่อธุรกิจคุณเข้ามา และกลายเป็นลูกค้าที่ตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ คุณจำเป็นต้องทำให้ธุรกิจของคุณ “มีความแตกต่าง” จากคู่แข่ง ซึ่งวิธีการทำให้ธุรกิจของคุณมีความแตกต่างนี้สามารถทำได้โดยการพูดถึงความต้องการลูกค้าเป็นหลักแทนการพูดถึงข้อดีของธุรกิจตัวเอง

ในการสร้างคอนเทนต์บนเว็บไซต์เพื่อให้ข้อมูลสินค้าและบริการกับลูกค้า คุณควรเน้นไปที่ผลลัพธ์ที่ลูกค้าจะได้รับ มากกว่าการบอกว่าบริการของคุณดีเพียงใดหรือมีความพิเศษอย่างไร กล่าวคือคุณจำเป็นต้องขายผลลัพธ์ที่เขาจะได้จากสินค้าและบริการ มากกว่าการขายองค์ประกอบ

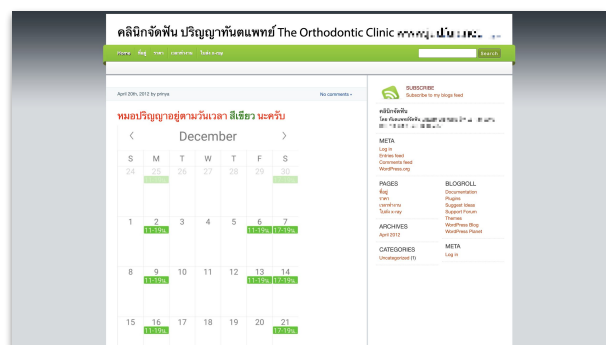
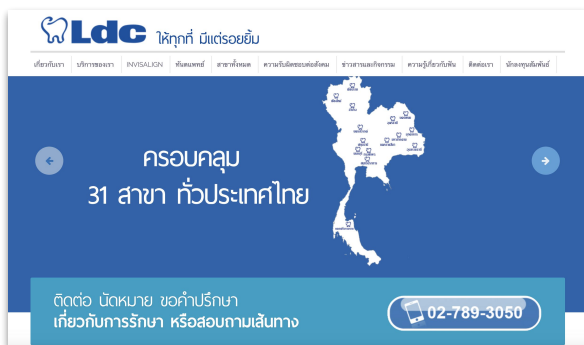
เช่น สำหรับธุรกิจทันตกรรม ลูกค้าไม่ได้สนใจว่าคลินิกของคุณใช้อุปกรณ์ทันสมัยอย่างไรแต่เขาสนใจว่าจะได้สุขภาพฟันแบบใดเมื่อใช้บริการ เป็นต้น



ออกแบบเว็บไซต์ให้มีความทันสมัย

เว็บไซต์ที่มีการออกแบบที่มีความทันสมัย จะช่วยส่งเสริมให้ธุรกิจของคุณมีความน่าเชื่อถือมากขึ้น ซึ่งช่วยสร้างความไว้วางใจให้กับลูกค้าและทำให้เขาอยากเข้ามาซื้อสินค้าและบริการจากคุณ

หากคุณต้องการผลลัพธ์ที่ดีในการทำการตลาดออนไลน์ คำแนะนำก็คือ คุณจำเป็นต้องสร้างเว็บไซต์ที่ให้ประสบการณ์ที่ดีกับลูกค้า โดยเว็บไซต์หลักของธุรกิจนี้จะเป็เครื่องมือในการแสดงความเป็นผู้เชี่ยวชาญและผู้นำในสิ่งที่คุณทำอยู่ ซึ่งหากลูกค้าของคุณไม่สามารถมองเห็นในจุดนี้ เขาก็จะคิดว่ามีธุรกิจอื่นที่ดีกว่าและตัดสินใจไปหาคู่แข่งของคุณแทน



ทั้งนี้ คุณไม่จำเป็นต้องจะออกแบบเว็บไซต์ให้มีความหรูหรา หรือมีสเปเชียลเอฟเฟกต์ แต่เพียงแค่ออกแบบให้มันไว้วางใจว่าเว็บไซต์ของคุณมีความทันสมัยและดูดี และที่สำคัญที่สุดคือเว็บไซต์สามารถใช้งานได้ง่ายสำหรับผู้เข้าชม

หากคุณไม่แน่ใจว่าควรออกแบบเว็บไซต์อย่างไร หรือไม่มีทักษะด้านเทคโนโลยีมากนัก การจ้างเอเจนซีหรือฟรีแลนซ์ให้ช่วยออกแบบเว็บไซต์ให้กับคุณก็ถือเป็นทางเลือกหนึ่งที่ช่วยให้คุณช่วยให้อธุรกิจของคุณมีเว็บไซต์ที่สวยงามได้

ทั้งนี้เว็บไซต์ของคุณไม่ควรเป็นสิ่งที่สร้างครั้งเดียวแล้วจบ แต่ควรที่จะมีการสร้างคอนเทนต์ใหม่ๆอย่างต่อเนื่อง และอัปเดตระบบอย่างสม่ำเสมอ



ปรับให้เบอร์ติดต่อบนเว็บไซต์สามารถโทรออกได้ทันทีเมื่อคลิก

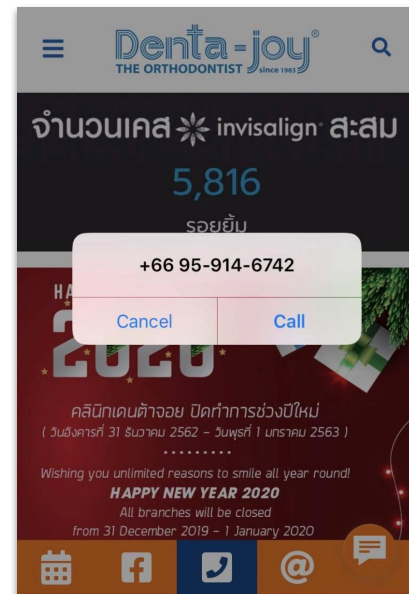
เนื่องจากลูกค้าของคุณจำนวนมากอาจทำการค้นหาสินค้าและบริการโดยที่ตัวเขาอยู่ใกล้ๆกับธุรกิจของคุณ ดังนั้นลูกค้ากลุ่มนี้อาจต้องการที่จะสอบถามข้อมูลด้วยการโทรติดต่อเข้าไปหาธุรกิจ

ด้วยเหตุผลนี้เอง การปรับเว็บไซต์ให้สามารถโทรออกได้ทันทีเมื่อมีคนคลิกเบอร์ติดต่อจึงสามารถช่วยให้ธุรกิจของคุณสร้างลูกค้าได้เพิ่มขึ้น ดังนั้นอย่าลืมที่จะตรวจสอบให้แน่ใจว่า เมื่อมีคนคลิกเบอร์ติดต่อบนเว็บไซต์ของคุณ เขาจะสามารถโทรออกได้ทันที

หากคุณไม่ทำให้เบอร์ติดต่อสามารถโทรออกได้ เมื่อผู้เข้าชมคลิกที่เบอร์โทรศัพท์ คุณอาจจะเสียลูกค้าไปทันทีเพราะเขาจำเป็นต้องกดเปลี่ยนหน้าจอแอปพลิเคชัน และพิมพ์เบอร์ติดต่อด้วยตัวเอง ซึ่งสร้างความยุ่งยากให้กับเขาเพิ่มขึ้น

อีกทั้งการพิมพ์เบอร์ติดต่อด้วยตัวเองนี้ยังอาจทำให้เขาพิมพ์ผิด ซึ่งหากเขาไม่สามารถติดต่อธุรกิจของคุณได้ในครั้งแรก เขาอาจจะไม่ติดต่อธุรกิจของคุณเป็นครั้งที่สองอีกเลย

ในการใช้งานพีเอจอร์นีเพื่อให้ผู้เข้าชมสามารถติดต่อธุรกิจของคุณได้ทันที คุณจำเป็นต้องแก้ไขโค้ด HTML ด้วยการเปลี่ยนเบอร์ติดต่อจากเดิมที่ตัวเลขเป็นข้อความ ให้เป็นลิงก์โทรออกดังตัวอย่างด้านล่าง



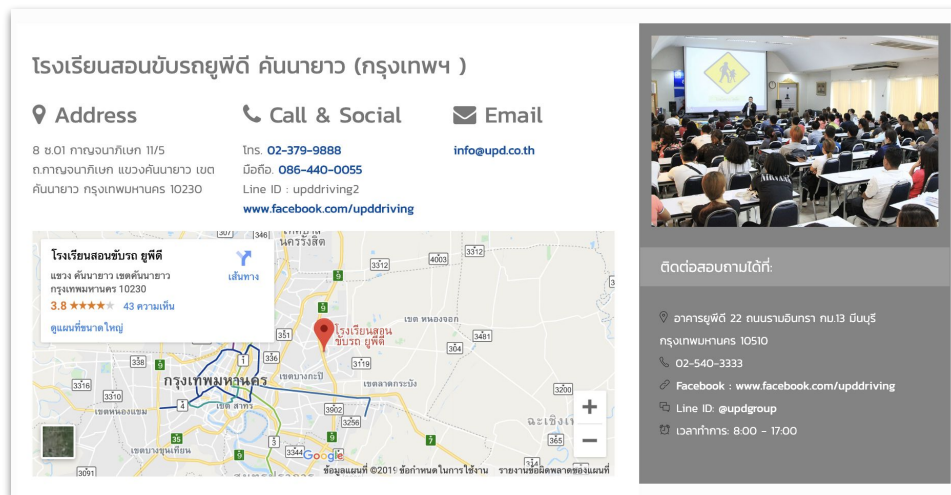
เบอร์ติดต่อ: `<a href="tel:02-123-4567">02-123-4567</a>`

✓ ใส่แผนที่ธุรกิจบนเว็บไซต์

จุดประสงค์ของการสร้างเว็บไซต์สำหรับธุรกิจขนาดเล็กก็เพื่อให้ ลูกค้าสามารถ ค้นหาและติดต่อธุรกิจคุณได้ง่ายขึ้น และเนื่องจากแผนที่ก็เป็นสิ่งหนึ่งที่จะทำให้ ลูกค้าหาธุรกิจของคุณเจอหากเขาต้องการเดินเข้าไปที่หน้าร้านหรือออฟฟิศ คุณจึงควรใส่แผนที่ธุรกิจลงไปในเว็บไซต์ด้วย

การเลือกใส่แผนที่ซึ่งแชร์จาก Google Map โดยตรงจะเป็นผลดีมากกว่าการใช้แผนที่ที่เป็นรูปภาพ เนื่องจากผู้เข้าชมเว็บไซต์ของคุณไม่สามารถขยายแผนที่ ซึ่งเป็นรูปภาพได้ อีกทั้งแผนที่ที่เป็นรูปภาพอาจมีความชัดเจนไม่เพียงพอ

นอกจากนี้ การแชร์แผนที่ Google Map ลงบนเว็บไซต์จะทำให้ผู้เข้าชมของคลิกที่สนใจอยากจะทราบที่ตั้งของธุรกิจ สามารถคลิกดูแผนที่ขนาดใหญ่ได้ ซึ่ง การคลิกดูแผนที่นั้นจะส่งเขาไปที่แอปพลิเคชัน Google Map และทำให้เขา สามารถดูเส้นทางมาหาคุณได้ทันที



ในการใส่แผนที่ Google Map ลงบนเว็บไซต์ คุณสามารถลงทะเบียนธุรกิจบน Google My Business (<https://www.google.com/business/>) และนำลิงก์แผนที่ซึ่งเป็นโค้ด HTML มาแปะบนเว็บไซต์เพื่อแสดงผลได้ทันที

✓ ใส่แบบฟอร์มการติดต่อบนเว็บไซต์

แบบฟอร์มสำหรับการติดต่อบนเว็บไซต์อาจเรียกได้ว่าเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดของการทำการตลาดออนไลน์ ซึ่งจะช่วยให้ธุรกิจของคุณสร้างลูกค้าได้เพิ่มขึ้น เนื่องจากหากเว็บไซต์ของคุณไม่มีแบบฟอร์มนี้ คุณก็จะไม่สามารถเก็บข้อมูลผู้เข้าชมเว็บไซต์ได้เลย ซึ่งส่งผลให้เขาเพียงแค่เข้าชมเว็บไซต์, อ่านรายละเอียดสินค้าและบริการ, และออกไปโดยที่ไม่ได้ติดต่อธุรกิจคุณเข้ามา

ที่สำคัญไปกว่านั้น การที่คุณมีแบบฟอร์มสำหรับการติดต่อเว็บไซต์ นั้นหมายถึง เมื่อผู้เข้าชมกรอกแบบฟอร์มนี้ เขากำลังให้ข้อมูลที่สำคัญกับคุณและบอกว่าเขากำลังสนใจสินค้าและบริการที่คุณมี ซึ่งทำให้คุณสามารถติดต่อเขากลับไปในภายหลังได้

และถึงแม้ว่าเขาจะยังไม่ได้ตัดสินใจเป็นลูกค้าของคุณในทันทีหลังจากที่พูดคุยกับคุณ แต่เนื่องจากคุณมีข้อมูลในการติดต่อเขากลับ คุณก็สามารถที่จะติดตามให้เขากลับมาเป็นลูกค้าในอนาคตได้

มีเครื่องมือมากมายสำหรับการสร้างแบบฟอร์ม ซึ่งในกรณีที่คุณใช้เว็บไซต์ WordPress คุณสามารถใช้ Plugin ที่ไม่มีค่าใช้จ่ายอย่าง Contact Form 7 (<https://contactform7.com/>) หรือใช้ Google Form ซึ่งเป็นบริการจาก Google ในการเก็บข้อมูลลูกค้าแทน (<https://docs.google.com/forms/u/0/>)

นอกจากนี้คุณไม่จำเป็นต้องจำกัดการใส่แบบฟอร์มบนหน้า “ติดต่อเรา” เท่านั้น แต่คุณควรที่จะใส่แบบฟอร์มนี้ในหน้าหลักหรือ Landing Page ด้วย

✓ ใช้ Lead Magnet เพื่อดึงดูดลูกค้า

เนื่องจากผู้เข้าชมเว็บไซต์ ไม่ใช่ทุกคนจะอยู่ในสถานะที่พร้อมติดต่อกับคุณ หรือพร้อมซื้อสินค้า การยื่นบางสิ่งบางอย่างที่เป็นประโยชน์อย่างข้อมูลหรือสิ่งของแจกฟรี เป็นวิธีการหนึ่งที่จะช่วยให้ผู้เข้าชมเว็บไซต์อยากที่จะรู้จักธุรกิจของคุณมากขึ้น เราเรียกละสิ่งที่ใช้ดึงดูดลูกค้านี้ว่า “Lead Magnet”

Lead Magnet เป็นสิ่งของอะไรบางอย่างซึ่งลูกค้าของคุณสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ทันที ซึ่งเมื่อเขาได้ประโยชน์จากสิ่งนั้น เขาก็จะชอบธุรกิจของคุณมากขึ้นและรู้สึกไว้วางใจคุณ ซึ่งอาจทำให้เขาติดต่อกับคุณอีกครั้งในภายหลังถึงแม้ว่าเขาจะออกจากเว็บไซต์ไปแล้ว

ผมขอยกตัวอย่างการใช้ Lead Magnet กับธุรกิจขนาดเล็กดังนี้เพื่อให้คุณเห็นภาพมากขึ้น

- ธุรกิจคลินิกทันตกรรม: คุปองฟรีสำหรับการเข้ามาใช้บริการครั้งแรก
- ธุรกิจร้านอาหาร: คุปองฟรีเครื่องดื่มหรืออาหารสำหรับลูกค้าที่จองวันนี้
- ธุรกิจออกแบบและตกแต่งภายใน: ตัวอย่างการออกแบบและตกแต่งบ้านจากลูกค้ารายอื่นๆที่ใช้บริการ
- ธุรกิจทำความสะอาดบ้าน: แผ่นพับสิ่งที่คุณควรทราบก่อนจ้างบริษัทมาทำความสะอาดที่บ้าน
- ธุรกิจที่ปรึกษาทางการเงิน: คู่มือฉบับรวบรัดสำหรับวิธีการวางแผนการเงินเพื่อลดหย่อนภาษี

ด้วยเหตุผลที่ Lead Magnet นี้มีประโยชน์กับคนที่เป็ลูกค้าของคุณเท่านั้น นั้นหมายความว่า การนำเสนอ Lead Magnet บนเว็บไซต์จะช่วยทำให้คุณสามารถดึงดูดคนผู้เข้าชมที่เป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายจริงๆ ซึ่งจะช่วยให้คุณสามารถเปลี่ยนเขาเป็นลูกค้าได้ง่ายขึ้น อีกทั้งคุณยังสามารถใช้ Lead Magnet นี้ร่วมกับแบบฟอร์มติดต่อบนเว็บไซต์เพื่อเพิ่มอัตราการลงทะเบียนอีกด้วย



ใช้ส่วนลดเพื่อชักจูงให้ลูกค้าติดต่อหรือ เข้ามาใช้บริการทันที

ส่วนลดเป็นเครื่องมืออีกอย่างหนึ่งซึ่งสามารถช่วยให้คนเข้าชมเว็บไซต์ซึ่งไม่เคยรู้จักธุรกิจของคุณมาก่อน กลายเป็นลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว

เป้าหมายของการทำการตลาดออนไลน์โดยปกติแล้วคือการทำให้คนแปลกหน้าซึ่งเป็นผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต กลายเป็นลูกค้าของคุณโดยเร็วที่สุด ซึ่งหลังจากที่เขาเข้ามาซื้อสินค้าและบริการจากคุณเป็นครั้งแรกแล้ว หากเขาพอใจกับธุรกิจของคุณ เขาก็มีโอกาสที่จะกลับมาเป็นลูกค้าอีกในอนาคตนั่นเอง

การที่คนหนึ่งคนกลายเป็นลูกค้าของคุณ จะทำให้ธุรกิจสามารถรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้าคนนั้นๆได้ ซึ่งทำให้ธุรกิจมีช่องทางในการติดตามลูกค้าให้กลับมาซื้อซ้ำ และทำให้เขากลายเป็นลูกค้าที่ช่วยโปรโมทธุรกิจในที่สุด

วิธีการที่ธุรกิจขนาดเล็กจะได้ประโยชน์จากการนำเสนอส่วนลดสินค้าและบริการให้กับลูกค้าก็คือ เมื่อลูกค้าเข้ามาใช้บริการธุรกิจเป็นครั้งแรกแล้ว คุณสามารถที่จะนำเสนอสินค้าและบริการอื่นๆเพิ่มเติมทันที เพื่อเริ่มต้นชดเชยส่วนลดที่เสียไป และสร้างยอดขายกลับมา

เช่น ธุรกิจคลินิกทันตกรรมอาจนำเสนอส่วนลดพิเศษสำหรับบริการขูดหินปูน ซึ่งเมื่อลูกค้าเข้ามาใช้บริการแล้ว ธุรกิจก็อาจนำเสนอบริการอุดฟันทันทีหากพบว่าลูกค้ามีปัญหาฟัน และเปลี่ยนเขาให้เป็นลูกค้าประจำด้วยการนัดหมายให้ลูกค้าเข้ามาตรวจสอบสภาพฟันทุกๆ 6 เดือน หรือในขณะเดียวกันธุรกิจร้านอาหารก็อาจนำเสนอส่วนลดพิเศษสำหรับเมนูที่ปกติมีราคาแพง ซึ่งเมื่อลูกค้าเข้ามาที่ร้านแล้ว เขาก็อาจจะสั่งอาหารเมนูอื่นๆร่วมด้วย

ทั้งนี้คุณยังสามารถเสนอส่วนลดพิเศษร่วมกับแบบฟอร์มบนเว็บไซต์ โดยบอกให้ลูกค้าลงทะเบียนเพื่อยืนยันสิทธิ์ ซึ่งจะทำให้คุณมีช่องทางในการติดตามเขา



นำเสนอการให้คำปรึกษาหรือคำแนะนำเกี่ยวกับบริการโดยไม่มีค่าใช้จ่าย

ลูกค้าของคุณมักจะตัดสินใจซื้อจากธุรกิจที่น่าเชื่อถือและเขาให้ความไว้วางใจ ซึ่งการนำเสนอการให้คำปรึกษาหรือคำแนะนำเกี่ยวกับบริการโดยไม่มีค่าใช้จ่าย เป็นวิธีการที่รวดเร็วที่สุดที่จะทำให้ลูกค้ารู้จักคุณ และมั่นใจว่าบริการของคุณเหมาะกับเขา

เนื่องจากลูกค้าของคุณจำเป็นต้องหาข้อมูลของสินค้าและบริการก่อนที่เขาจะซื้ออยู่แล้ว วิธีการที่ดีที่สุดที่เขาจะได้รับข้อมูลที่ถูกต้องและครบถ้วนก็คือ การสอบถามจากผู้ให้บริการโดยตรง

เมื่อคุณเปิดโอกาสให้ผู้เข้าชมเว็บไซต์ซึ่งเป็นผู้ที่สนใจในสินค้าและบริการของคุณ ขอรับคำปรึกษาโดยไม่มีค่าใช้จ่าย นั่นเท่ากับว่าคุณเปิดโอกาสให้เขาได้เห็นความเชี่ยวชาญของคุณในการช่วยเขาแก้ปัญหา ซึ่งจะช่วยสร้างความไว้วางใจให้กับเขามากขึ้น และส่งผลให้เขามีโอกาสเลือกธุรกิจของคุณก่อนคู่แข่ง

ทั้งนี้คุณไม่จำเป็นต้องกังวลว่าการให้คำปรึกษาโดยไม่มีค่าใช้จ่ายนี้ จะเป็นการเปิดโอกาสให้ลูกค้าของคุณได้รับข้อมูลฟรีๆ โดยที่สุดท้ายเขาไม่ใช้บริการของคุณและนำสิ่งที่ได้เรียนรู้ไปปฏิบัติด้วยเอง หรือทำให้คุณเสียเวลาไปโดยเปล่าประโยชน์โดยไม่สร้างยอดขาย

เนื่องจากลูกค้าของคุณไม่ได้มีความเชี่ยวชาญเท่ากับคุณ ซึ่งเขาอาจต้องเสียเวลาจำนวนมากในการทำทุกอย่างด้วยตัวเองแทนที่จะจ้างผู้ให้บริการซึ่งมีความเชี่ยวชาญอย่างคุณ นั่นจึงเป็นเหตุผลที่ หากคุณแสดงให้เห็นว่าคุณสามารถแก้ปัญหาให้กับเขาได้ เขาก็จะตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการจากคุณ

ดังนั้นแทนที่คุณจะนำเสนอให้ผู้เข้าชมเว็บไซต์กรอกแบบฟอร์มลงทะเบียนเพื่อติดต่อสอบถามข้อมูล คุณอาจเปลี่ยนเป็นการนำเสนอการให้คำปรึกษาแทน

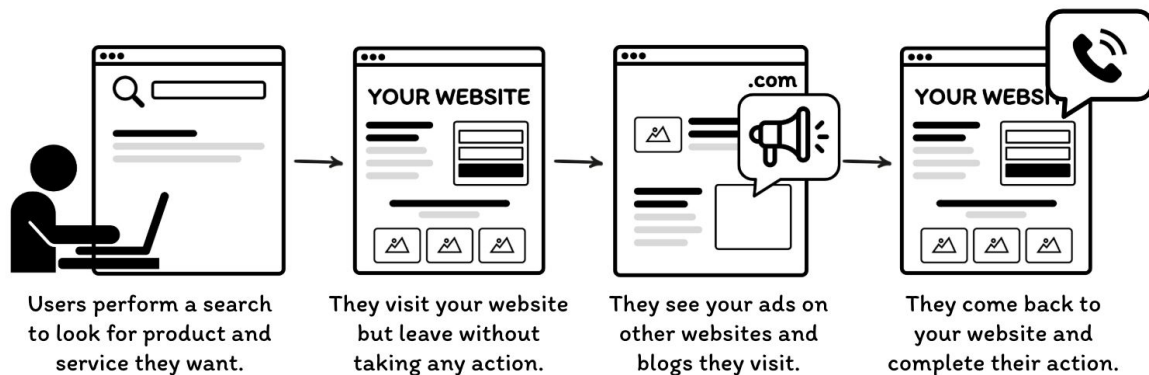
✓ ติดตามลูกค้าที่ยังไม่ตัดสินใจด้วยแคมเปญโฆษณา Retargeting

คุณอาจคุ้นเคยกับประสบการณ์ที่มีลูกค้าเข้ามาชมเว็บไซต์ แต่ออกไปโดยที่ไม่ได้ติดต่อธุรกิจของคุณเข้ามา ซึ่งถือเป็นเรื่องปกติเพราะนี่คือพฤติกรรมโดยทั่วไปของผู้บริโภค

การทำการตลาดออนไลน์มีข้อดีอย่างหนึ่งด้วยเทคโนโลยีที่เรียกว่า “คุกกี้” (Cookies) ซึ่งเป็นโค้ดบนเว็บไซต์ที่จะบันทึกข้อมูลของผู้ใช้งานทุกคน

กล่าวคือเมื่อมีคนเข้าชมเว็บไซต์ของคุณ ระบบจะทำการบันทึกว่าคนๆนี้เคยเข้ามาที่เว็บไซต์ด้วยการใช้คุกกี้เป็นเครื่องยืนยัน ซึ่งเปรียบเสมือนกับการที่คุณไปเข้าร่วมอีเวนท์ แล้วมีเจ้าหน้าที่สแตมป์แขนของคุณหลังจากเข้างาน

คุกกี้นี้เองทำให้คุณสามารถที่จะติดตามลูกค้าที่ยังไม่ตัดสินใจด้วยแคมเปญโฆษณา Retargeting ซึ่งเป็นการแสดงโฆษณาให้กับคนที่เคยเข้าชมเว็บไซต์ของคุณเท่านั้น โฆษณานี้จะแสดงบนสถานที่ต่างๆ เช่น Facebook, เว็บไซต์อื่นๆ, บล็อก, หรือแอปพลิเคชันที่เขาใช้ เป็นต้น



และเนื่องจากคนที่เห็นโฆษณา Retargeting นี้คือคนที่รู้จักสินค้าและบริการของคุณแล้ว การติดตามลูกค้าที่ยังไม่ได้ตัดสินใจนี้จึงสามารถช่วยทำให้เขาตัดสินใจได้ง่ายขึ้น และทำให้คุณไม่เสียคนเข้าชมเว็บไซต์ไปโดยพลาดโอกาสใหม่ๆ



สร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าด้วยการ ทำการตลาดทางอีเมล

การตลาดทางอีเมล (Email Marketing) เป็นสิ่งที่หลายคนมองข้าม เนื่องจากมักจะคิดว่าลูกค้าของธุรกิจอาจไม่ได้ใช้อีเมลเป็นช่องทางหลักในการหาข้อมูลหรือติดต่อสื่อสาร

เคล็ดลับของการทำการตลาดออนไลน์ที่ประสบความสำเร็จคือ ยิ่งธุรกิจของคุณมีช่องทางในการติดตามลูกค้าจำนวนมาก โอกาสในการสร้างยอดขายก็จะเพิ่มขึ้นตาม ซึ่งการตลาดทางอีเมลนี้ถือเป็นช่องทางที่มีประสิทธิภาพสูงเป็นอันดับต้นๆเลยก็ว่าได้

เนื่องจากธุรกิจขนาดเล็กควรมีแบบฟอร์มบนเว็บไซต์อยู่แล้ว ซึ่งโดยปกติแบบฟอร์มสำหรับการติดต่อมักจะขอข้อมูลอย่างชื่อ, อีเมล, และเบอร์โทรศัพท์เป็นหลัก ซึ่งตรงนี้เองคุณสามารถใช้ประโยชน์จากข้อมูลที่ได้รับจากลูกค้าให้เกิดประโยชน์สูงสุด ด้วยการเชื่อมต่อแบบฟอร์มกับตัวตอบรับอีเมลอัตโนมัติ (Email Autoresponder)

การใช้ Email Autoresponder นี้จะช่วยให้คุณไม่จำเป็นต้องเขียนอีเมลใหม่ทุกครั้งเพื่อตอบกลับลูกค้าที่กรอกแบบฟอร์ม และทำให้คุณสามารถที่จะส่งอีเมลตอบกลับให้กับลูกค้าในทันที เพื่อแจ้งให้เขาทราบว่าคุณได้รับข้อมูลของเขาเรียบร้อยแล้ว และจะติดต่อกลับไปโดยเร็วที่สุด

นอกจากนี้ Email Autoresponder ยังทำให้คุณสามารถสะสมรายชื่ออีเมลของผู้สนใจและลูกค้า และทำการส่งอีเมลจำนวนมากในครั้งเดียวเพื่อโปรโมทสินค้าและบริการ หรือการส่งอีเมลติดตามแบบต่อเนื่องให้กับผู้สนใจเพื่อให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ และช่วยยกระดับการตัดสินใจของเขาให้กลายเป็นลูกค้าของคุณ

✓ วัดผลลัพธ์ในการทำการตลาดออนไลน์ด้วยเครื่องมือ Google Analytics

คุณจะไม่สามารถทราบได้เลยว่าการตลาดออนไลน์ของคุณได้ผลหรือไม่ หากไม่มีการติดตามและวัดผลลัพธ์ ซึ่งนี่ถือเป็นข้อผิดพลาดอีกอย่างหนึ่งของธุรกิจขนาดเล็ก ที่ไม่มีทีมงานมาช่วยดูแลเรื่องการทำการตลาดออนไลน์

การวัดผลลัพธ์เป็นสิ่งที่สำคัญมาก เนื่องจากจะทำให้คุณทราบว่าขั้นตอนใดในการทำการตลาดออนไลน์ของธุรกิจที่ได้ผลดีหรือไม่ดี เช่น หากคุณทราบว่าธุรกิจของคุณมีคนเข้าชมเว็บไซต์จำนวนมากแต่ไม่มีคนติดต่อเข้ามา ปัญหาก็อาจจะอยู่ที่หน้าเว็บไซต์ของคุณ ในขณะที่หากคุณทราบว่ามีคนติดต่อเข้ามาหาคุณพอสมควรแต่คนกลุ่มนั้นไม่กลายเป็นลูกค้า ปัญหาก็อาจจะอยู่ที่กระบวนการขาย เป็นต้น

คุณสามารถใช้ประโยชน์จากเครื่องมืออย่าง Google Analytics ซึ่งเป็นเครื่องมือฟรีจาก Google (<https://analytics.google.com/>) ที่จะช่วยให้คุณสามารถติดตามและวัดผลลัพธ์ในการทำการตลาดออนไลน์ของธุรกิจคุณได้ว่าเป็นอย่างไร

ด้วยการติดตั้งโค้ด HTML เพิ่มเติมบนเว็บไซต์ (Tracking Script) คุณสามารถรับชมรายงานได้ว่า คนที่เข้าชมเว็บไซต์ของคุณคือใคร, มาจากช่องทางไหน, มีพฤติกรรมอย่างไรบนเว็บไซต์หรือเข้าชมหน้าไหนเป็นพิเศษ, และคนเหล่านั้นให้ผลลัพธ์ที่ธุรกิจคุณต้องการอย่างการกรอกแบบฟอร์มหรือติดต่อเข้ามหารธุรกิจคุณหรือไม่

การวัดผลลัพธ์แบบง่าย ๆ นี้จะช่วยให้คุณมีทิศทางในการทำการตลาดออนไลน์อย่างถูกต้อง และช่วยให้คุณสามารถสร้างลูกค้าเพิ่มขึ้นให้กับธุรกิจอย่างที่ต้องการได้ในที่สุด

Conclusion:

ขั้นตอนถัดไปของคุณเพื่อสร้างลูกค้า

คู่มือเล่มนี้มีเนื้อหาที่ค่อนข้างครอบคลุมสำหรับวิธีการสร้างลูกค้าผ่านช่องทางออนไลน์ ซึ่งจากประสบการณ์ที่ผมจัดเทรนนิ่ง, คลาสเรียน, และให้คำปรึกษากับเจ้าของธุรกิจ หลายคนมักจะมีคำถามเดียวกันคือ ไม่แน่ใจว่าจะนำสิ่งที่ได้เรียนรู้ไปลงมือปฏิบัติอย่างไร...

ทั้งนี้เนื่องจากการทำการตลาดออนไลน์ให้มีประสิทธิภาพ มีความเกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีและเครื่องมือมากมาย ซึ่งอาจเป็นปัญหาสำหรับเจ้าของธุรกิจหลายคนคือ เข้าใจภาพรวมและมีไอเดียในสิ่งที่ต้องการจะทำแล้ว แต่ไม่สามารถนำสิ่งที่คิดไปลงมือปฏิบัติได้

เพื่อให้คุณได้ประโยชน์สูงสุดจากคู่มือเล่มนี้ และสามารถสร้างลูกค้าให้กับธุรกิจเพิ่มขึ้น ผมไม่ยากให้เทคโนโลยีเป็นปัญหาสำหรับคุณ ดังนั้นผมจึงอยากจะแนะนำเครื่องมือในการทำตลาดออนไลน์ที่จะช่วยทำให้การสร้างลูกค้าของคุณเป็นเรื่องง่าย และทำให้คุณสามารถนำสิ่งที่ได้เรียนรู้จากคู่มือเล่มนี้ไปลงมือปฏิบัติได้ทันที

เครื่องมือหนึ่งที่ผมใช้ในการทำการตลาดออนไลน์ เพื่อสร้างเว็บไซต์ให้เป็น Sales Funnel และระบบสร้างลูกค้าอัตโนมัติก็คือ ClickFunnels

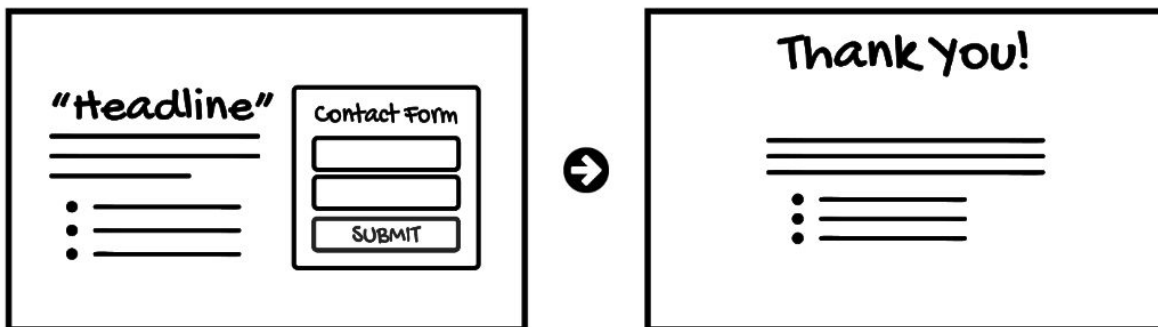
ด้วยเครื่องมือนี้เพียงเครื่องมือเดียว เมื่อคุณเรียนรู้การใช้งานมันอย่างมีประสิทธิภาพ มันจะเป็นเครื่องมือที่ดีที่สุดที่ช่วยให้คุณสร้างลูกค้าและยอดขายให้กับธุรกิจ และทำให้คุณไม่ต้องกังวลเรื่องเทคโนโลยีอีกเลย

ในส่วนสุดท้ายของกลุ่มนี้ผมจึงอยากจะพูดถึงวิธีการใช้งาน ClickFunnels เพื่อสร้างลูกค้าและยอดขายออนไลน์สำหรับธุรกิจของคุณสั้นๆ

โดยปกติแล้ว ทุกธุรกิจต้องมี Sales Funnel ซึ่งในอันดับแรกสุดสิ่งที่คุณต้องทำก็คือ ออกแบบว่า Sales Funnel ของธุรกิจคุณหน้าตาเป็นอย่างไร เช่น คุณวางแผนที่จะโปรโมทธุรกิจด้วยการแจกคู่มือส่วนลดให้กับผู้เข้าชมเว็บไซต์ และต้องการให้เขาลงทะเบียนเพื่อยืนยันสิทธิ์ และเข้ามาใช้บริการ

เมื่อคุณสรุปวิธีการที่จะใช้ได้แล้ว ขั้นตอนถัดมาก็คือการวาดแผนผังวิธีการสร้างลูกค้า หรือ Sales Funnel ลงบนกระดาษเพื่อให้คุณเห็นภาพชัดเจนขึ้น การวาดแผนผังลงบนกระดาษนี้จะช่วยให้คุณปรับแต่งขั้นตอนต่างๆสำหรับผู้เข้าชมเว็บไซต์ได้มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น ซึ่งจะช่วยเพิ่มโอกาสในการสร้างลูกค้า

แผนผังการสร้างลูกค้าของคุณอาจเป็นแบบนี้:



หลังจากที่คุณทราบแล้วว่า Sales Funnel ของคุณต้องมีหน้าเว็บไซต์ทั้งหมดกี่หน้า และแต่ละหน้าต้องมีคอนเทนต์อย่างไรหรือแบบฟอร์มการลงทะเบียนอย่างไร คุณก็สามารถล็อกอินเข้าไปที่แอคเคาท์ ClickFunnels ของคุณ เพื่อสร้างทุกอย่างภายในไม่กี่คลิก และมี Sales Funnel ที่พร้อมใช้งานทันที

หากคุณต้องการเรียนรู้เพิ่มเติมว่าจะใช้ ClickFunnels สำหรับธุรกิจของคุณอย่างไร คุณสามารถไปที่ <https://bankchatchadol.com/clickfunnels> เพื่อดูรายละเอียด

บทส่งท้าย

เป็นอย่างไรบ้างครับสำหรับคู่มือ “วิธีการสร้างลูกค้าจากออนไลน์สำหรับธุรกิจขนาดเล็ก” ผมเชื่อว่าคุณได้รับข้อมูลไปจำนวนมากพอสมควร ซึ่งสิ่งที่คุณเพิ่งจะเรียนรู้ไปเป็นกลยุทธ์ในการทำการตลาดขั้นสูงที่มีอาชีพหลายๆคนใช้กัน

แน่นอนว่ามีสิ่งที่คุณต้องทำมากมายหลังจากนี้ ซึ่งผมอยากจะให้คุณ “ทำทันที” ถึงแม้ว่าคุณอาจจะยังไม่ได้เข้าใจทุกอย่างที่ได้เรียนรู้ไปในคราวเดียว

สิ่งที่ผมแนะนำให้กับคุณในคู่มือเล่มนี้สามารถช่วยให้เจ้าของธุรกิจหลายๆคนสร้างลูกค้าได้เพิ่มขึ้นจากออนไลน์ภายในระยะเวลาไม่กี่เดือน ซึ่งผมอยากจะให้คุณลองนึกแบบเดียวกันคือ...

“ธุรกิจของคุณจะเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร และสร้างยอดขายเพิ่มขึ้นได้มากแค่ไหน หากคุณใช้วิธีการเดียวกันนี้ไปลงมือปฏิบัติ?”

อะไรจะเกิดขึ้นหากธุรกิจของคุณสามารถสร้างลูกค้าได้เพิ่มขึ้นเป็นอย่างน้อยสองเท่า ในอีกหนึ่งเดือนข้างหน้า สามเดือน หรือแม้กระทั่งหนึ่งปี

ผมได้ให้เส้นทางในการสร้างลูกค้าออนไลน์กับคุณไปแล้ว และคุณไม่จำเป็นต้องเสียเวลาลองผิดลองถูกด้วยตัวเอง ซึ่งตอนนี้ถึงคราวของคุณที่จะนำสิ่งที่ได้เรียนรู้ไปลงมือปฏิบัติ เมื่อคุณทำตามขั้นตอนในคู่มือเล่มนี้ ก็ไม่มีเหตุผลเลยที่ธุรกิจของคุณจะไม่มีลูกค้าจากออนไลน์เพิ่มขึ้น

ขอบคุณสำหรับการสละเวลาเพื่ออ่านคู่มือเล่มนี้จนจบครับ ผมหวังว่าคุณจะประสบความสำเร็จตามที่คาดหวังไว้

แล้วพบกันครับ!

แบงค์ ชัดล

