

# TikTok For Business แนะนำเทคนิค SMEs ปั่นยอดขายส่งท้ายปี

ช่วงปลายปีถือเป็นโอกาสทองของ SMEs ในการกระตุ้นยอดขายในช่วงโค้งสุดท้ายปลายปี ซึ่งแพลตฟอร์มออนไลน์ถือเป็นหนึ่งในเครื่องมือสำคัญในการสร้างยอดขายให้กับ SMEs ไทย โดย “TikTok For Business” โซลูชันการตลาดดิจิทัลบนแพลตฟอร์มชั้นนำระดับโลกอย่าง TikTok ที่มาพร้อมกับความโดดเด่นที่สามารถตอบโจทย์เป้าหมายการตลาดได้ครบวงจร หรือ Full-Funnel Marketing ตั้งแต่การสร้างการรับรู้ (Awareness) การมีส่วนร่วมระหว่างแบรนด์กับผู้บริโภค (Engagement) พร้อมต่อยอดไปถึงการพิจารณาเลือกซื้อ (Consideration) สู่การตัดสินใจซื้อ (Conversion) ส่งผลให้ “TikTok For Business” เป็นโซลูชันการตลาดดิจิทัลที่น่าจับตามากที่สุดในโลกของการตลาดดิจิทัลปัจจุบันที่มาพร้อม “Self-Serve Solution” หรือ “โซลูชันแบบบริการตัวเอง” ตัวช่วยสำคัญสำหรับผู้ประกอบการ SMEs ที่จะช่วยให้การเริ่มทำการตลาดดิจิทัลบน TikTok สามารถทำได้อย่างสะดวกและง่ายดาย และตอบสนองความต้องการทางธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

โดยล่าสุด TikTok For Business ได้เปิดเผยข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้ใช้ TikTok ในประเทศไทย ในไตรมาสที่ 1 – 2 ของปี 2563 พบว่า ผู้ใช้ TikTok ในประเทศไทย มีพฤติกรรมในการซื้อสินค้าออนไลน์ที่น่าสนใจ ดังนี้

- 88% ของผู้ใช้ TikTok ในไทยเคยสั่งซื้อสินค้าออนไลน์
- 75% ของผู้ใช้ TikTok รอโปรโมชั่นก่อนที่จะสั่งซื้อสินค้าออนไลน์

จากข้อมูลนี้ จึงถือได้ว่าผู้ใช้ TikTok คือ หนึ่งในกลุ่มเป้าหมายที่น่าสนใจและมีศักยภาพสำหรับธุรกิจในการวางแผนการตลาดเพื่อพิชิตยอดขายในช่วงปลายปีที่เต็มไปด้วยเทศกาลแห่งการจับจ่ายใช้สอย ซึ่งถือเป็นโอกาสดีที่แบรนด์และธุรกิจจะได้ใช้ช่วงเวลาเหล่านี้ในการสร้างสรรค์โปรโมชั่น แคมเปญการตลาด เพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายในช่วงโค้งสุดท้ายด้วยการปักหมุดวันสำคัญที่ขาช้อปปิ้งตัวยง ดังนี้

- Black Friday วันที่ 27 พฤศจิกายน วันแห่งการเริ่มต้นช้อปปิ้ง ที่ผู้คนต่างเลือกช้อปปิ้งกันอย่างจุใจผ่านโลกออนไลน์ เนื่องจากเป็นวันที่มีส่วนลดจากร้านค้าต่างๆ มากมายแบบไม่อั้น
- Cyber Monday วันที่ 30 พฤศจิกายน วันนี้ถือเป็นวันลดราคาสินค้าออนไลน์ที่ยิ่งใหญ่ โดยมีหลากหลายแบรนด์ใช้วันดังกล่าวในการจัดแคมเปญการตลาดเพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้เกิดการจับจ่ายสินค้าทางออนไลน์
- วันช้อปปิ้ง 12.12 วันที่ 12 ธันวาคม วันแห่งการจัดเต็มโปรโมชั่นถือฤกษ์ดี 12.12 เพื่อดึงดูดลูกค้าด้วยสินค้าลดราคาแบบกระหน่ำ
- Boxing Day ช่วงวันที่ 26-31 ธันวาคม โค้งสุดท้ายกับการจัดโปรโมชั่น ลดล้างสต็อกแบบถล่มทลายประหนึ่งแจก

ฟรี

- วันปีใหม่ วันที่ 1 มกราคม 2564 เป็นวันแห่งการเริ่มต้นพุทธศักราชใหม่ หลายธุรกิจมักจัดโปรโมชั่นต้อนรับวันแรกของปีด้วยโปรเด็ดๆ จัดหนักไม่อั้น

จากวันสำคัญในปฏิทินข้อบ่งชี้ข้างต้นที่ธุรกิจทั้งหลายไม่ควรพลาดร่วมขบวนจัดเต็มโปรโมชั่นเพื่อดึงดูดความสนใจและสร้างยอดขายกันแบบ Non-Stop และเพื่อให้การวางแผนการตลาดในช่วงโค้งสุดท้ายปลายปีนี้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ในวันที่ TikTok For Business จึงมีเทคนิคการวางแผนการตลาดบน TikTok มาฝากผู้ประกอบการ SMEs ดังนี้

ช่วงที่ 1 : ระยะเวลา 3-4 สัปดาห์ก่อนช่วงลดราคา

แม้จะมีเวลาเตรียมการก่อนเริ่มกิจกรรมการตลาดเพียง 3-4 สัปดาห์ก่อนจะปลายปี แต่ถือว่าเป็นเวลาที่เพียงพอและเหลือเพื่อสำหรับการเริ่มต้นทำการศึกษาดู TikTok For Business และการทำงานของ “Self-Serve Solution” หรือ “โซลูชันแบบบริการตัวเอง” ที่มาพร้อมความโดดเด่นทั้งการติดตั้งและการใช้งานที่ง่ายดาย เพียงเริ่มต้นดาวน์โหลด TikTok ผ่าน App Store หรือ Play Store ทางโทรศัพท์มือถือ หรือ เข้าที่หน้าจอบrowserคอมพิวเตอร์ผ่านทางเว็บไซต์ [www.tiktok.com](https://www.tiktok.com) หลังจากนั้นสร้างบัญชี TikTok Ads Manager ได้ที่ <https://www.tiktok.com/business/th> และยืนยันบัญชีของคุณหลังจากนั้นสามารถเริ่มลงโฆษณาได้ทันที

ช่วงที่ 2 : ระยะเวลา 2-3 สัปดาห์ก่อนช่วงลดราคา

สำหรับช่วงนี้เป็นช่วงสำคัญที่ต้องเริ่มสร้างการรับรู้เกี่ยวกับแบรนด์และโปรโมชั่น ด้วยการครีเอทคอนเทนต์เพื่อบอกเล่าเรื่องราวของแบรนด์และสินค้าผ่านการใช้ “Creative Tools” หรือ “เครื่องมือเพื่อการสร้างสรรค์วิดีโอ” ที่อยู่ในหน้า TikTok Ad Manager ซึ่งเป็นเครื่องมือที่จะช่วยให้การตัดต่อวิดีโอเพื่อการโฆษณาสามารถทำได้ง่ายด้วยตัวเอง แม้ว่าจะไม่เคยมีทักษะการตัดต่อ ซึ่งจะช่วยให้ออกแบบโฆษณาและการยิงโฆษณาทำได้ง่ายด้วยตัวเอง

ฟีเจอร์มีอย่างครบครัน ได้แก่ การถ่ายวิดีโอ การตัดต่อ และใส่เอฟเฟกต์ต่างๆ รวมทั้งเพลงหรือเสียงประกอบที่ถูกลิขสิทธิ์ที่มีให้เลือกใช้มากกว่า 300 เพลง โดยเคล็ดลับในการสร้างสรรค์คอนเทนต์ที่เกี่ยวกับแบรนด์และสินค้าให้น่าสนใจ คือ การนำเสนอเรื่องราวที่เข้าใจง่าย สั้น กระชับ เข้าใจง่าย และควรอยู่ในรูปแบบวิดีโอแนวตั้ง

ช่วงที่ 3 : ระยะเวลา 1 สัปดาห์ก่อนช่วงก่อนลดราคา

ผู้ประกอบการ SMEs สามารถเริ่มแคมเปญเพื่อเพิ่มยอดขายหรือ Conversion Campaign ในระยะเวลา 1 สัปดาห์ก่อนที่ช่วงโปรโมชั่นจะเริ่มขึ้นจริง โดยยังคงสร้างแคมเปญเพื่อสร้างการรับรู้ควบคู่ไปกับการขยายฐานไปสู่กลุ่มเป้าหมายใหม่ๆ โดยสิ่งที่สำคัญของการทำแคมเปญ คือ การตั้งงบประมาณให้เพียงพอจนถึงวันสุดท้ายของการจัดโปรโมชั่นหรืออาจจะเพิ่มงบประมาณช่วงระยะเวลา 1-2 วัน ก่อนวันสุดท้ายของการจัดโปรโมชั่นหากต้องการเร่งยอดขายเพิ่มขึ้น

ช่วงที่ 4 : ระยะเวลา 1-2 วันหลังช่วงลดราคา

สำหรับหลังช่วงที่การจัดโปรโมชั่นได้สิ้นสุดลง ถือเป็นช่วงที่ผู้ประกอบการ SMEs ควรศึกษาถึงประสิทธิภาพของแคมเปญในช่วงที่มีการจัดโปรโมชั่นโดยใช้เครื่องมือรายงานผลจาก TikTok Ads Manager ซึ่งนอกจากจะช่วยให้ธุรกิจสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่ต้องการได้ อีกทั้งยังสามารถเรียนรู้ได้ว่าแคมเปญในช่วงที่ผ่านมาสิ่งใดที่ควรเพิ่มเติมหรือควรปรับปรุง เพื่อนำไปต่อยอดแคมเปญที่จะเกิดขึ้นในอนาคตให้สร้างประสิทธิภาพได้ดียิ่งขึ้น

และด้วยจุดเด่นในการสร้างสรรค์บริการที่จะทำให้การบริหารจัดการโฆษณาบนแพลตฟอร์มทำได้อย่างมีประสิทธิภาพด้วยตัวของคุณเองผ่าน Self - Serve Solution จะช่วยเพิ่มยอดขายส่งท้ายปีให้กับแบรนด์และธุรกิจทุกขนาดได้อย่างไม่มีขีดจำกัด โดยสามารถทำได้ง่ายตายและรวดเร็ว ในงบประมาณที่ยืดหยุ่น เริ่มต้นเพียงวันละ 200 บาทเท่านั้น

ผู้สนใจสามารถติดตามข้อมูลกิจกรรมและข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับ TikTok For Business สามารถติดตามได้ที่ <https://www.tiktok.com/business/th> รวมถึง LINE Official Account: @tiktokforbusiness สำหรับ SMEs ในการเข้าถึงข้อมูลและการช่วยเหลือจากทีมงาน TikTok ได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว