



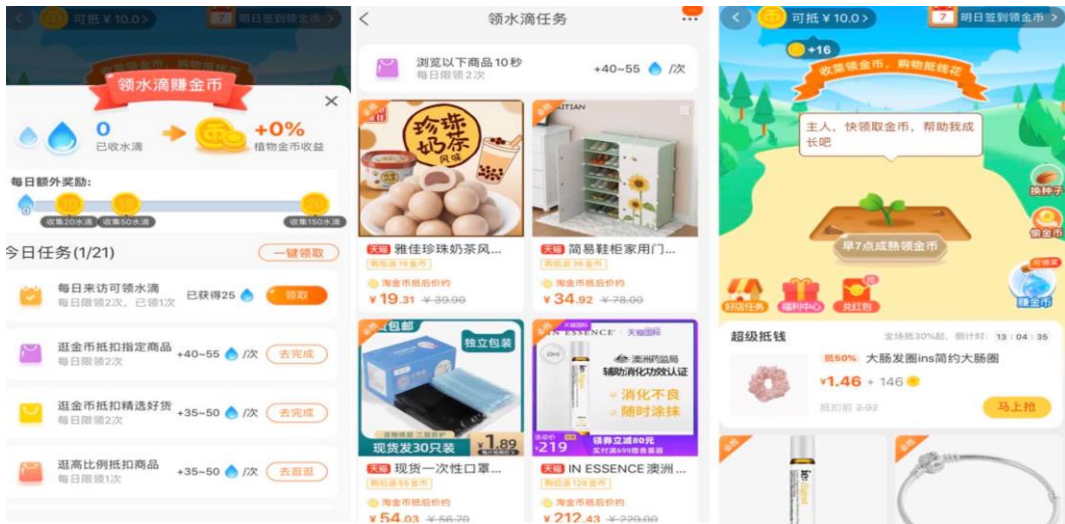
ข่าวเด่นประจำสัปดาห์จากสาธารณรัฐประชาชนจีน

(Weekly News from China)

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองกวางโจว

ประจำวันที่ 4 - 10 พฤษภาคม 2563

Taobao กระตุ้นการขายแบบใหม่ด้วย 4 เกมส์สถานการณ์จำลอง



ในช่วง 2-3 เดือนที่ผ่านมา หลายๆ ธุรกิจได้รับผลกระทบจากการระบาดของเชื้อโควิด19 และเพื่อที่จะให้ผ่าน 3 ไตรมาสสุดท้ายของปีนี้ไปได้ Taobao (เถาเป่า) ได้ช่วยเหลือนำร้านค้าบนแพลตฟอร์มให้มีผลกระทบน้อยที่สุดต่อยอดขาย โดยนอกจากจะมีการไลฟ์สด และร่วมมือกับแพลตฟอร์มอื่นๆ Taobao ยังได้จัดกิจกรรมกระตุ้นการขายแบบใหม่เพิ่มขึ้น มา โดยกิจกรรมกระตุ้นการขายแบบนี้เรียกว่า “ปฏิสัมพันธ์ขั้นเทพ” (超级互动 超级互动 超级互动)

กิจกรรมกระตุ้นการขายแบบนี้คือ การให้ผู้บริโภคเล่นเกมส์สถานการณ์จำลองภายในแพลตฟอร์มเพื่อชิงรางวัลต่างๆ ที่สามารถนำมาเป็นส่วนลดในการซื้อสินค้าจาก Taobao เช่น เกมส์ปลูกต้นไม้ ผู้เล่นจะต้องชมคลิปวิดีโอโฆษณาสินค้าเป็นระยะเวลา 15 วินาที เพื่อรับน้ำมาปลูกต้นไม้ในเกมส์ หากต้นไม้ในเกมส์ออกผลผลิต ผู้เล่นจะสามารถนำผลผลิตที่ได้มาแลกเปลี่ยนเพื่อนำไปเป็นส่วนลดหรือสะสมไว้ใช้ในการซื้อครั้งต่อไปได้ จากสถิติพบว่าผู้ร่วมกิจกรรมนี้ส่วนใหญ่เป็นผู้มีกำลังซื้อและเน้นคุณภาพสินค้า ส่งผลให้สินค้าแบรนด์ดังต่างๆ มีลูกค้าใหม่เพิ่มมากขึ้น แต่ยังคงมีร้านค้าใน Taobao หลายร้านที่คิดว่าการจัดกิจกรรมกระตุ้นการขายแบบนี้มีข้อเสียหลัก 2 ประการคือ 1) การเข้าร่วมกิจกรรมกระตุ้นยอดขายเพื่อหาลูกค้าใหม่เพิ่ม แต่ในขณะที่เดียวกันยังคงต้องรักษาลูกค้าเดิมไว้นั้น จำเป็นต้องใช้ต้นทุนที่สูงขึ้น 2) การโฆษณาแบรนด์ของตัวเองให้มีชื่อเสียงนั้นเป็นเรื่องยาก หลังจากเหตุการณ์การระบาดของเชื้อโควิด19 ส่งผลให้พฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป ทำให้ผู้ประกอบการต่างต้องปรับตัวเพื่อหาวิธีการใหม่ๆ มากกระตุ้นยอดขาย แต่ทั้งนี้ร้านค้าในแพลตฟอร์มหลายๆ ร้านให้ความเห็นว่า กิจกรรมกระตุ้นยอดขายเหล่านี้เป็นเรื่องที่ดี แต่ที่สำคัญคือ สินค้าต้องมีคุณภาพ กิจกรรมการกระตุ้นยอดขายต่างๆ จึงจะประสบผลสำเร็จ



นอกจากกิจกรรมกระตุ้นยอดขายดังกล่าวแล้ว Taobao ยังได้ร่วมมือกับแพลตฟอร์มอื่นๆ เพื่อดึงดูดกลุ่มผู้บริโภคให้มารับชมไลฟ์สดขายสินค้ามากยิ่งขึ้น เช่น เว็บไซต์ Baidu และ Weibo เป็นต้น นอกจากนี้ยังได้เชิญดารานักแสดงที่มีชื่อเสียงภายในประเทศมาทำการไลฟ์สดขายสินค้า เพื่อกระตุ้นการขายอีกด้วย โดยหลังจากการร่วมมือกับแพลตฟอร์มอื่นๆ พบว่ามีผู้บริโภคที่มาจากแพลตฟอร์มอื่นเข้ามาดูไลฟ์สดขายสินค้าใน Taobao เพิ่มมากขึ้น ทำให้ร้านค้าต่างๆ ใน Taobao ต่างมีการไลฟ์สดขายสินค้ามากยิ่งขึ้น การเปลี่ยนแปลงในครั้งนี้เป็นที่น่าจับตามอง เพราะผู้บริโภคเริ่มเปลี่ยนจากการซื้อสินค้าตามห้างร้าน มาเป็นการซื้อแบบการดูไลฟ์สดมากยิ่งขึ้น

ความคิดเห็น สดต.กวางโจว

ธุรกิจแบบ E-commerce ในประเทศจีนมีการแข่งขันกันสูงมาก แม้จีนจะมีจำนวนผู้ซื้อปิ้งออนไลน์สูงที่สุดในโลก เป็นจำนวน 639 ล้านคน แต่ก็มีจำนวนแพลตฟอร์ม E-commerce และร้านค้าออนไลน์จำนวนมหาศาลเช่นกัน ดังนั้นทั้งแพลตฟอร์ม E-commerce และร้านค้าต่างต้องหาจุดขายที่แตกต่างมาดึงดูดลูกค้า โดยเฉพาะในช่วงวิกฤตการระบาดของเชื้อโควิด19 ทาง Taobao ได้ออกมาตรการในการช่วยเหลือร้านค้าบนแพลตฟอร์มหลากหลายมาตรการ โดยเฉพาะการสนับสนุนร้านค้าให้ทำการไลฟ์สดขายสินค้า โดยในเดือนกุมภาพันธ์ที่ผ่านมา มีจำนวนร้านค้าที่เข้าใช้ Taobao Live เป็นครั้งแรก เพิ่มขึ้นถึง 719% เมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า (MoM) และล่าสุดมีการให้ผู้บริโภคเล่นเกมสล็อตการจำลองบนแพลตฟอร์มเพื่อชิงรางวัลต่างๆ ก็เป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ใหม่ที่น่าจับตามองว่าจะช่วยกระตุ้นยอดขายได้มากน้อยเพียงใด ในระยะนี้ผู้ประกอบการไทยควรติดตามสถานการณ์ตลาด และกลยุทธ์กระตุ้นการขายบนแพลตฟอร์ม E-commerce รูปแบบใหม่ๆ เพื่อนำมาปรับใช้กับสินค้าและบริการของบริษัทต่อไป

ที่มา <https://cbndata.com/information/54663>

แปลและเรียบเรียงโดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองกวางโจว

7 พฤษภาคม 2563