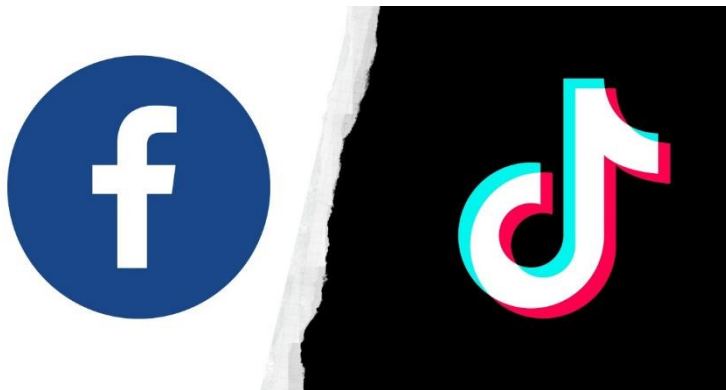




TikTok และ Facebook ในเวียดนามกำลังจะเป็นช่องทางขายที่มีประสิทธิภาพมากกว่าช่องทางขายแบบดั้งเดิม

1. เนื้อข่าว

ในยุคดิจิทัล การใช้โซเชียลมีเดียกลายเป็นส่วนสำคัญในชีวิตประจำวันของผู้คน แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียอย่าง TikTok และ Facebook กลายเป็นช่องทางใหม่สำหรับธุรกิจในการเข้าถึงลูกค้า กระแสการขายของบนแพลตฟอร์มเหล่านี้กำลังเติบโตอย่างรวดเร็ว



ประเทศเวียดนามครองแชมป์อีคอมเมิร์ซเติบโตสูงสุดในอาเซียน จากข้อมูลของเครื่องมือติดตามข้อมูลธุรกิจ Metric พบว่า ในปี 2566 แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซชั้นนำ 5 อันดับแรก ได้แก่ แพลตฟอร์ม Shopee แพลตฟอร์ม Lazada แพลตฟอร์ม Tiki แพลตฟอร์ม TikTok Shop และแพลตฟอร์ม Sendo สามารถสร้างรายได้รวมกันได้ถึง 232.1 ล้านล้านเวียดนามด่ง เพิ่มขึ้นร้อยละ 53.4 เมื่อเทียบกับปี 2565

ในปัจจุบัน แพลตฟอร์ม TikTok มีผู้ใช้งานมากกว่า 1 พันล้านคนทั่วโลก และแพลตฟอร์ม Facebook มีผู้ใช้งานมากกว่า 2.9 พันล้านคน บริษัทสามารถเข้าถึงลูกค้าจำนวนมากผ่านแพลตฟอร์มเหล่านี้ เปรียบเสมือนการเปิดร้านค้าออนไลน์ขนาดใหญ่โดยไม่ต้องเสียค่าเช่าพื้นที่ สำหรับแพลตฟอร์ม TikTok เน้นไปที่วิดีโอสั้นดึงดูดความสนใจ และสร้างการจดจำแบรนด์ได้ง่าย ซึ่งสามารถแชร์ต่อได้อย่างรวดเร็ว ช่วยให้ธุรกิจสร้างการรับรู้แบรนด์ในวงกว้าง ส่วนแพลตฟอร์ม Facebook มีฟีเจอร์หลากหลาย บริษัทสามารถเลือกใช้วิธีการขายที่เหมาะสมกับสินค้าและกลุ่มเป้าหมาย เช่น การโพสต์รูปภาพสินค้า การเขียนบทความ การไลฟ์สด เป็นต้น

ดังนั้น แพลตฟอร์ม TikTok และ Facebook กลายเป็นเครื่องมือทรงพลังสำหรับธุรกิจหลายธุรกิจต่างเห็นพ้องต้องกันว่าแพลตฟอร์ม TikTok และ Facebook ช่วยให้พวกเขาทำรายได้ และมีประสิทธิภาพมากกว่าช่องทางขายแบบดั้งเดิม

บริษัท VitaJean ซึ่งเป็นแบรนด์เสื้อผ้าชั้นนำในเวียดนาม เป็นอีกหนึ่งตัวอย่างที่ประสบความสำเร็จจากการใช้แพลตฟอร์ม TikTok

ข่าวเด่นประจำสัปดาห์จากสคต. ณ นครโฮจิมินห์ ระหว่างวันที่ 1 - 5 เมษายน 2567

นาย Pham Van Viet ผู้อำนวยการของบริษัท VitaJean เปิดเผยว่า ยอดขายของบริษัท VitaJean เพิ่มขึ้น 3 เท่าหลังจากเปิดช่อง TikTok เพื่อขายสินค้าเมื่อปี 2565

แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียอย่าง TikTok และ Facebook นั้น ไม่ได้เป็นเพียงช่องทางในการบันเทิงเท่านั้น แต่ยังเป็นเครื่องมือที่ทรงพลังสำหรับสร้างความสนใจกับลูกค้าในการขายสินค้าอีกด้วย บริษัทสามารถใช้แพลตฟอร์มเหล่านี้เพื่อตอบคำถาม รับฟังความคิดเห็น และสร้างกิจกรรมโดยในแพลตฟอร์ม TikTok และ Facebook ลูกค้าสามารถตั้งคำถามเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการของธุรกิจผ่านคอมเมนต์หรือข้อความส่วนตัว บริษัทควรตอบคำถามเหล่านี้อย่างรวดเร็วและชัดเจน นอกจากนี้ ลูกค้าสามารถแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการของบริษัท และบริษัทนำไปปรับปรุงสินค้าหรือบริการให้ดีขึ้น ตัวอย่างเช่น ช่อง Quyen Leo Daily ในแพลตฟอร์ม TikTok มีคำสั่งซื้อนับพันรายการ มูลค่ารวม 75 พันล้านเวียดนามด่งหลังจากการสตรีมสดเพียง 13 ชั่วโมงเมื่อต้นเดือนมีนาคม 2567 ซึ่งเทียบเท่ากับเครือข่ายเปอร์มาร์เก็ตที่มีผู้ซื้อหลายพันคน

(แหล่งที่มา <https://e.vnexpress.net/news/> ฉบับวันที่ 20 มีนาคม 2567)

2. วิเคราะห์ผลกระทบ

TikTok และ Facebook เป็นแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียยอดนิยม ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการค้าขายในปัจจุบัน ในเวียดนามมีจำนวนผู้ใช้ TikTok สูงถึงประมาณ 50 ล้านคน และเวียดนามเป็น 1 ใน 10 ประเทศที่มีผู้ใช้ Facebook มากที่สุดในโลก ด้วยจำนวนผู้ใช้กว่า 70 ล้านคน ปัจจุบันผู้ใช้ TikTok และ Facebook จำนวนมากมักใช้แพลตฟอร์มเหล่านี้เพื่อค้นหาสินค้าใหม่ ๆ วิดีโอและโพสต์ที่น่าสนใจ และสามารถซื้อสินค้าได้ผ่านพีเจอร์ TikTok Shop และ Facebook Shops แพลตฟอร์มดังกล่าว ทำให้ผู้ประกอบการเข้าถึงลูกค้าใหม่ ช่วยสร้างการรับรู้แบรนด์ และเพิ่มยอดขาย นอกจากนี้ TikTok และ Facebook ยังเป็นเครื่องมือสร้าง engagement กับลูกค้า โดยพีเจอร์ไลฟ์สดเพื่อแนะนำและขาย ผู้ขายสามารถโต้ตอบกับลูกค้าแบบเรียลไทม์ผ่านไลฟ์สดและคอมเมนต์

3. นำเสนอโอกาส/แนวทาง

TikTok และ Facebook กลายเป็นเครื่องมือสำคัญสำหรับการค้าขายในเวียดนาม ผู้ประกอบการไทยที่ต้องการเข้ามาขายตลาดสินค้าและบริการในเวียดนามควรให้ความสำคัญกับช่องทางการขายและการตลาดผ่านแพลตฟอร์ม Social Media ที่ได้รับความนิยมในแต่ละตลาด อย่างไรก็ตาม การประสบความสำเร็จในการทำตลาดผ่านแพลตฟอร์ม จำเป็นต้องวิเคราะห์พฤติกรรมของลูกค้าบน TikTok และ Facebook เพื่อให้สามารถปรับกลยุทธ์ให้มีประสิทธิภาพ เช่น ผู้บริโภคที่ซื้อป๊อปปูล่าบน Tiktok มักชอบซื้อเสื้อผ้าที่มีโค้ดส่วนลดหรือค่าจัดส่งฟรี สินค้าที่ขายบน TikTok และ Facebook ควรมีราคาที่แข่งขันได้ นอกจากนี้ คาดว่าเทรนด์การนำ KOL มาช่วยในการทำตลาดผ่าน TikTok ในเวียดนามจะเติบโตขึ้นมากในปีนี้