



การสร้างจุดเด่นให้สินค้า

เมื่อคุณตัดสินใจจะเริ่มธุรกิจโดยเฉพาะธุรกิจออนไลน์ซึ่งมีสินค้าหลากหลายชนิด จากหลายเจ้าของธุรกิจ มันเป็นเรื่องที่หลีกเลี่ยงไม่ได้เลยที่จะมีสินค้าชนิดเดียวกับคุณ หรือใกล้เคียงกัน เมื่อ demand มีปริมาณเท่าเดิมแต่ supply มีเพิ่มขึ้นทำให้เกิดส่วนแบ่งทางการตลาดถูกกระจายไปยังธุรกิจแบบเดียวกันมากขึ้น การแข่งขันที่สูงขึ้นนี้จึงเป็นตัวกระตุ้นให้ผู้ที่ธุรกิจต้องมีการหากลยุทธ์การขายใหม่ๆ เพื่อล่อใจลูกค้า และอีกเหตุผลหนึ่งก็คือในขณะที่คุณทำธุรกิจมาจนถึงจุดที่เรียกว่าอิ่มตัวแล้ว อย่างเช่นยอดขายก็ไม่ได้เพิ่มหรือลดมากนัก คุณก็ควรจะหันมาให้ความสนใจว่าตัวสินค้าของคุณจะดึงอะไรมานำเสนอใหม่ได้บ้าง เพื่อสร้างความได้เปรียบให้กับสินค้าของคุณเอง การสร้างจุดเด่นให้สินค้าจึงเป็นกลยุทธ์สำคัญอย่างหนึ่งที่คุณควรเอามาใช้

1.ลดราคาบ้างเพื่อกระตุ้นยอดขาย การกำหนดราคาสินค้าในช่วงแรกๆนั้นก็เกินไปตามกลไกตลาดราคาสินค้าชนิดเดียวกันอาจไม่แตกต่างกันมากมายเพื่อหลีกเลี่ยงการปะทะกันระหว่างคู่แข่งทางการค้า สร้างมิตรดีกว่าสร้างศัตรู! ทำไรที่เกิดขึ้นนั้นมาจากความพยายามในการลดต้นทุนของตนเอง จำไว้เสมอว่าลูกค้าจะตัดสินใจซื้อของออนไลน์ก็ต่อเมื่อสินค้านั้นราคาต่ำกว่าท้องตลาด นั่นหมายถึงรวมค่าขนส่งแล้วคุณต้องพยายามกระตุ้นให้ลูกค้าสนใจที่จะเลือกซื้อสินค้าจากคุณ และการกระตุ้นที่ดีที่สุดก็คือการลดราคา! แต่ไม่ใช่การลดราคาแบบพรวดพราด หรือลดอยู่ตลอดเปิดตลอดชาติ หากแต่เป็นการจัดช่วงลดราคาสำหรับสินค้าที่คงเหลือในปริมาณมากเพื่อกระตุ้นให้เกิดการซื้อสินค้าชนิดนั้น แม้ว่าจะได้กำไรน้อยลงชัณนิดแต่มันคุ้มค่าตรงเครดิตของคุณในการจะซื้อสินค้าล็อตต่อไปมาลง คุณอาจได้ส่วนลดมากขึ้น หรือมีใครทำให้เครดิตของมาก่อน เนื่องจากคุณสามารถกระจายสินค้าได้เร็ว พยายามย่อ

พยายามเอาใจคุณไว้อย่างแน่นอน ใจเย็นๆมองผลในระยะยาวไว้ เมื่อกระตุบสินค้าชนิดหนึ่งเป็นระยะเวลาหนึ่งแล้วก็ให้หมุนเวียนไปยังสินค้าชนิดอื่นบ้างเพื่อกระตุ้นยอดขายเช่นกัน การลดราคาก็ยังรวมถึงฟรีค่าขนส่งก็เป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ของการลดราคา คุณลองนึกดูเอาว่าในมุมมองของลูกค้ามันเมื่อเข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์ของคุณแต่ละครั้งก็จะมีโปรโมชั่นลดราคาสินค้าชนิดหนึ่ง ก็ตั้งใจไว้ว่าจะซื้อ แต่เมื่อเข้ามาคราวต่อไปปรากฏว่าโปรโมชั่นเปลี่ยนเป็นสินค้าอีกชนิดไปแล้ว ลูกค้าจะเกิดความเสียตายน่าจะรับซื้อตอนลดราคา และแน่นอนว่าหากมีโปรโมชั่นต่อไปที่ลูกค้าสนใจเค้าจะรับซื้อไว้อีกก่อนเลยแม้ว่าจะยังไม่ได้ใช้ก็ตาม บางทีการทำธุรกิจให้มีความยั่งยืนก็ต้องอาศัยจังหวะและเวลาเพราะการค้าขายผู้ตัดสินใจซื้อไม่ใช่คุณซึ่งเป็นผู้ขาย การทำความเข้าใจผู้ซื้อเป็นเรื่องที่ควรทำอย่างเร่งเร้าในการขายเกินไป

2. ขายจุดที่เป็นข้อได้เปรียบ หากสินค้าของคุณมีจุดเด่นที่เหนือกว่าคู่แข่งแล้วละก็จงนำเสนอมันซะ ไม่ว่าจะเป็นถนนกว่า ใช้นานกว่า ประสิทธิภาพสูงกว่า เห็นผลเร็วกว่า อย่างนี้เป็นต้น สิ่งเล็กๆน้อยๆเหล่านี้แหละที่จะเป็นตัวกระตุ้นการตัดสินใจซื้อของลูกค้า ลูกค้าที่มีความสนใจในสินค้าประเภทเดียวกันนั้นย่อมต้องเคยใช้สินค้ามาบ้าง เค้าจะรู้ได้ทันทีว่าข้อได้เปรียบที่คุณนำเสนอไว้นั้นมันทำให้ลูกค้าได้ประโยชน์เพิ่มขึ้นจริงหรือไม่ ยกตัวอย่างเช่น คุณมีสินค้าเป็นรองเท้ายี่ห้อหนึ่งซึ่งใช้สำหรับวิ่ง จุดเด่นของสินค้าคุณก็อาจจะวิ่ง รุนน้อออกมาเพื่อป้องกันการกระแทกเป็นพิเศษทำให้ลดอาการบาดเจ็บที่เข้าได้ มีผลการวิจัยรับรองและทดสอบแล้วว่าลดการกระแทกได้ถึง 30% อย่างนี้เป็นต้น ลูกค้าที่เป็นนักวิ่งและใช้รองเท้าวิ่งอยู่เป็นประจำจะเข้าใจได้ทันทีว่ารองเท้ารุ่นนี้มีประโยชน์กับเขานะ เพราะในขณะที่วิ่งเขาจะรู้สึกได้ถึงแรงกระแทกทำให้เกิดอาการบาดเจ็บที่เข่าจริง ก็จะเกิดความสนใจอยากลองสินค้านี้ดูบ้าง เมื่อคุณเป็นผู้ขายนอกจากต้องเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคแล้วคุณยังต้องเข้าใจปัญหาที่เกิดจากการใช้สินค้านั้นด้วย เพราะนี่เป็นช่องว่างสำคัญในการสรรหาสินค้าที่ตอบโจทย์ให้ลูกค้าได้มากขึ้น ลูกค้าจะสัมผัสได้ทันทีว่าคุณมีความเอาใจใส่ต่อลูกค้าและสินค้า ความเชื่อมั่นก็จะเกิดกับธุรกิจของคุณอย่างแน่นอน

3. ให้ลูกค้าได้ลองสินค้าตัวอย่างบ้าง หากสินค้าของคุณมีประสิทธิภาพที่ดีแล้วก็ควรมีการจัดสรรส่วนหนึ่งไว้สำหรับล่อใจลูกค้า สินค้าที่ลูกค้าเคยใช้มาแล้วมีความชื่นชอบอยู่แล้วหากอยากให้ลูกค้าหันมาลองสินค้าใหม่ๆบ้างก็ต้องมีการนำเสนอสินค้านั้นให้ลูกค้าได้ลองใช้กัน และเชื่อได้แน่ว่าหากสินค้าที่คุณเลือกมานั้นมีประสิทธิภาพที่ดีจริงแล้วละก็ มันก็ไม่มีเหตุผลใดที่ลูกค้าจะไม่ตัดสินใจเปลี่ยนมาใช้สินค้าของคุณจากนั้นก็สามารจัดโปรโมชั่นพิเศษลดราคาต่อไปได้อีกครั้งหนึ่งเมื่อสินค้าติดตลาดแล้วก็ตั้งราคาเป็นปกติได้

4. package ที่แตกต่างทำให้ลูกค้ารู้สึกแตกต่าง ในกรณีที่คุณเลือกมาเป็นสินค้าที่มีการขายกันเป็นจำนวนมาก แต่ก็ยังเป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมสูงอยู่เสมอ จุดเด่นที่จะสร้างทำได้ยากมากเนื่องจากลูกค้าเข้าใจในสรรพคุณของสินค้าดีอยู่แล้ว การทำให้เกิดความแตกต่างอีกวิธีหนึ่งซึ่งได้ผลดีอยู่เสมอก็คือการออกแบบบรรจุภัณฑ์ (Package) ซึ่งจะช่วยขับให้สินค้านั้นดูโดดเด่นขึ้นมาทันตาเห็นอย่างไม่น่าเชื่อ ยกตัวอย่างง่ายๆ หากคุณทำธุรกิจขายเสื้อผ้าแล้วการส่งให้ลูกค้าโดยการเพิ่มการออกแบบถุงที่ใส่ให้เป็นโลโก้และเบอร์โทร เว็บไซต์ของคุณ หรืออะไรก็ตามที่ช่วยยี่ห้อลูกค้าอื่นได้เห็นแล้วสะดุดตา จะเป็นกล่องก็ได้ แต่อย่าลืมว่าการออกแบบที่ดีนั้นต้องทำให้ผู้ที่เห็นทราบได้ทันทีว่าเป็นสินค้าประเภทใด มาจากที่ไหน ใครเป็นผู้จำหน่าย ติดต่ออย่างไร ข้อมูลเหล่านี้ถือว่าค่อนข้างเยอะหากคุณยึดมั่นลงใน package ทั้งหมดแล้วแทนที่จะเป็นผลดีกลับจะให้ผลในทางตรงกันข้ามบนpackage จะดูรกตาจนไม่น่ามองดังนั้นหากเป็นไปได้ให้ใช้ภาพช่วยบอกเล่าเรื่องราวจะดีมาก เหมือนคำซึ่งเป็นคำโปรยในหนังสือพิมพ์โฆษณา San Antonio Light หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นของเท็กซัส อเมริกาที่ว่า หนึ่งภาพเท่ากับพันคำ (One picture is Worth a thousand words) ดูเหมือนอาจจะเป็นเรื่องที่ค่อนข้างยากแต่มันคือสิ่งที่ทำกายในการออกแบบ package เหล่านี้มาเพื่อจูงใจลูกค้า แน่ใจว่าลูกค้าจะรู้ได้ทันทีเช่นกันว่าสินค้าคุณแตกต่าง และคุณให้ความสำคัญกับสินค้าของคุณมากเพียงใด ที่เหลือก็ปล่อยให้การตัดสินใจเป็นเรื่องของผู้บริโภคเอง หากที่คุณทำมันยังไม่ได้ผลกับยอดขาย คุณก็ลองปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมดู อย่าหยุดที่จะพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เพราะมันจะเป็นตัวแทนการนำเสนอสินค้าที่ดีที่สุดในอนาคตของคุณเอง

5. ทำการตลาดการใช้บ้าง ภาพเคลื่อนไหวช่วยให้ลูกค้าผ่อนคลายจากการอ่านเพียงสรรพคุณ การนำเสนอโดยใช้การตลาดการใช้ไม่ว่าจะด้วยพีซีหรือการทำให้เป็นแอนิเมชันก็ช่วยให้คุณเพิ่มยอดขายได้ถึงสิ้น ลูกค้าส่วนมากเชื่อว่าสื่อวีดีทัศน์จะรวบรวมรายละเอียดสำคัญของสินค้านั้นเอาไว้ได้อย่างครบถ้วนแล้ว โดยที่ไม่ต้องไปเลือกอ่านทีละหัวข้อให้เมื่อย ซึ่งในการสาธิตนี้คุณสามารถจะสอดแทรกอะไรก็ได้ไว้เพื่อจะนำเสนอให้กับลูกค้า อย่างเช่น กรรมวิธีการผลิตที่จะแสดงให้เห็นว่าขั้นตอนการผลิตทุกขั้นตอนนั้นมีมาตรฐาน ถูกสุขอนามัย มีสถานที่ผลิตสินค้าที่เป็นรูปธรรมจริง ความเชื่อมั่นที่เพิ่มขึ้นก็จะทำให้ยอดขายเพิ่มขึ้นเช่นกัน นอกจากนี้การสร้างสไลด์กันสั้นๆ เก๋ๆ จำได้ง่ายๆก็ช่วยให้ลูกค้าจดจำสินค้าของคุณได้เร็วขึ้น โดยพยายามสอดแทรกสไลด์กันในทุกๆการนำเสนอสินค้าของคุณ

ทุกอย่างในการนำเสนอจุดเด่นให้สินค้าของคุณนั้นเชื่อมโยงกันเป็นระบบเดียว ประสิทธิภาพที่จะเกิดขึ้นนั้นก็ขึ้นอยู่กับว่าคุณมีการลงรายละเอียดในแต่ละหัวข้อมากน้อยต่างกันเพียงใด เป็นเรื่องที่ต้องทำกันอย่างสม่ำเสมอ เมื่อคุณได้ตัดสินใจที่จะทำธุรกิจแล้วก็ต้องเตรียมใจในเรื่องเหล่านี้ไว้ให้พร้อมเพราะคุณต้องเป็นฝ่ายวิ่งเข้าหาเงิน รายได้ที่ได้มาจะมากหรือน้อยก็ขึ้นอยู่กับความขยันและตั้งใจของตัวเองคุณนั่นเอง คุณเองนั้นมีความสุขในการได้บริหารการขายสินค้าของคุณหรือไม่



ถ้าใช่ การคิดค้นกลยุทธ์การขายต่างๆให้กับสินค้าของคุณจะไม่ใช่ว่าเรื่องที่น่าเบื่อสำหรับคุณเลย มันจะเป็นเรื่องที่คุณสนุกเสียมากกว่า สิ่งที่คุณจะยึดถือเป็นหลักเลยก็คือลูกค้า เป็นสิ่งที่คุณจะต้องให้ความสำคัญมากที่สุดไม่ว่าจะเป็นเรื่องพฤติกรรมในการบริโภค ความต้องการในสินค้าและบริการ ปัญหาที่ลูกค้ามักพบ และท้ายที่สุดก็คือทำธุรกิจของตัวเองต้องใจเย็นๆ อย่าเร่งรีบเพราะการเร่งรีบอาจทำให้คุณปิดการขายได้เร็วโดยที่อาจไม่ได้ประทับใจลูกค้าเลยก็ได้ ความรู้สึกที่แตกต่างกันระหว่างมีสินค้าดีๆมานำเสนอให้ลองใช้ สนใจอยากลองหรือไม่ กับยึดเยียดใส่มือว่าซื้อเถอะ ต่อยู่อแล้ว คนกันเอง จะไม่ทำให้เกิดการใช้ซ้ำอย่างแน่นอน