

เตลีทีวีส์

ฉบับที่ 24,927 วันพฤหัสบดีที่ 11 มกราคม พ.ศ. 2561 หน้า 23

'อี-คอมเมิร์ซ' ของจริง ที่ไม่ได้มีอยู่ในตำรา



เรียกว่าเป็นน้องใหม่ในวงการตลาดออนไลน์ หรือ อี-คอมเมิร์ซ

กับ “ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐนันท์ ศิริเจริญ” และ “ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรลักษณ์ วงศ์โดยหวัง ศิริเจริญ” ที่กล้า...ก้าวเข้ามาทำธุรกิจออนไลน์ ด้วยการสร้างแบรนด์เครื่องสำอาง “Wara Luck”



ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐนันท์ หรือ อาจารย์โค้ง บอกว่า เป็นพระต้องการสร้างอาชีพเสริมสำหรับอนาคต จึงสนใจที่จะทำธุรกิจออนไลน์ที่กำลังเป็นที่นิยม ซึ่งการใช้อินเทอร์เน็ตถือเป็นพฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบัน

และเป็นการเลือกทำในสิ่งที่ถนัดและมี ความรู้ ความชำนาญ โดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรลักษณ์ หรืออาจารย์ ลักษณ์ ภรรยา เป็น อาจารย์คณะวิทยาการสารสนเทศ มหาวิทยาลัยบูรพา ซึ่งสอนเรื่องของ ไอทีและอี-คอมเมิร์ซอยู่ แล้ว ส่วนที่เลือกทำตลาดแบรนด์เครื่องสำอางของตัวเอง ก็เพราะมาจากประสบการณ์การใช้งานจริง



อาจารย์โค้งบอกว่า การทำธุรกิจออนไลน์นั้น “ยาก” ถ้าจะทำให้ดีและโดน เพราะเราต้องให้ทำเพจที่สวยหรือมีสินค้าดี แต่ไม่มีคนเห็นก็ไม่มีประโยชน์ จึงต้องใช้ผู้ชำนาญการ ในการสอนให้รู้ว่าจะต้องทำการตลาดอย่างไร และไปถึงกลุ่มเป้าหมายได้จริง ๆ

ด้านอาจารย์ลักษณ์ บอกว่า การเลือกเครื่องสำอาง อาศัยการเลือกสูตรจากความชอบสูตร ทั้งเซรั่ม มาส์กบำรุงผิว หรือครีมกันแดดล้วนต้องผ่านการรับรองจาก ออย. ในทุกขั้นตอนต้องเน้นที่คุณภาพของสินค้าเป็นหลัก ซึ่งการเลือกโรงงานผลิตที่ได้มาตรฐาน ถือว่ามีส่วนสำคัญ

ปัจจุบันมีการค่อขอดไปสู่ผลิตภัณฑ์จากสารสกัดอื่น ๆ เช่น สารสกัดจากไขปลาคาร์ป เวียร์ เมือกหอยทาก และผงทองคำ

นอกจากจะทำตลาดผ่านโซเชียลทั้ง เฟซบุ๊ก และไลน์ ในไทยแล้ว อาจารย์โค้ง บอก

ว่า ยังเข้าไปทำตลาดออนไลน์ในเมียนมาอีกด้วย เนื่องจากมองว่าเป็นตลาดขนาดใหญ่ และนิยมใช้สินค้าจากประเทศไทย ซึ่งได้รับการตอบรับที่ดี อนาคตมีแผนเปิดตลาดออนไลน์เพิ่มในประเทศเพื่อนบ้าน เช่น ลาว กัมพูชา และเวียดนาม



“เราไม่ใช่สตรีทอ็อป แต่เป็นเอสเอ็มอี เล็ก ๆ หรือผู้ประกอบการหน้าใหม่ ที่ยังไม่เข้าใจธรรมชาติของตลาดมากนัก แม้จะรู้ทฤษฎีก็ตาม”

อาจารย์ลักษณ์ บอกอีกว่า แม้จะสอนอี-คอมเมิร์ซ แต่เวลาลงมาทำจริง ๆ ตลาดจะเปลี่ยนทุกเดือน ถ้าปล่อยตามธรรมชาติต่อไปยากที่จะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ จึงต้องมีเทคนิค และเรียนรู้ รวมถึงสร้างการจดจำ

ซึ่งมีวิธีการทำตลาดมากมายให้ดูเป็นตัวอย่าง แต่เมื่อต้องมาลงมือทำจริง ๆ แล้วแต่ละผลิตภัณฑ์ก็ไม่เหมือนกัน

และนี่ก็คือประสบการณ์จากตำราไปสู่ของจริง..

