

## บทที่ 5

### สรุปและข้อเสนอแนะ

#### 5.1 บทสรุปผลโครงการ

จากการศึกษาการเปรียบเทียบประสิทธิภาพของกลยุทธ์ทางการตลาดดิจิทัลแบบไลฟ์สด ระหว่างแพลตฟอร์มติ๊กต็อกช้อปปิ้ง และ ช้อปปี้ช้อปปี้ กรณีศึกษา ร้านถุงเท้าแฟชั่น Sun Socks เพื่อได้รับผลลัพธ์จากการเปรียบเทียบประสิทธิภาพกลยุทธ์ทางการตลาดดิจิทัล และได้เพิ่มจำนวนการเข้าถึง และเพิ่มยอดการสั่งซื้อ ด้วยการสร้างสรรค์เนื้อหาในการนำเสนอคอนเทนต์ไลฟ์สดเพื่อขายสินค้าลงในแพลตฟอร์มติ๊กต็อกช้อปปี้ และช้อปปี้ช้อปปี้

โดยผู้จัดทำได้นำกลยุทธ์ด้านการตลาดที่ได้ศึกษามา โดยการทำการไลฟ์สดขายสินค้า สร้างคอนเทนต์โพรมติสินค้าในลักษณะเป็นการไลฟ์สดขายสินค้าในวัน และเวลาเดียวกันในแพลตฟอร์มติ๊กต็อก และช้อปปี้ และทำการดึงดูดผู้บริโภคจากการทำโพรมชันในเทศกาลสำคัญ สร้างคอนเทนต์ในหัวข้อการไลฟ์สด เพื่อประสิทธิภาพที่ดีของการเข้าถึงของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง และพัฒนาเว็บไซต์เพื่อแสดงสินค้า โดยแบ่งเป็น 2 ส่วนด้วยกัน ส่วนที่ 1 ผู้ดูแลระบบ สามารถจัดการกับเว็บไซต์ได้ เช่น เข้าสู่ระบบไปเพื่อเพิ่ม ลบ แก้ไข และส่วนที่ 2 ของผู้ใช้งานระบบสามารถเข้าไปเยี่ยมชมสินค้าได้เพื่อสั่งซื้อสินค้า โดยมีแพลตฟอร์มติ๊กต็อกช้อปปี้ และช้อปปี้ช้อปปี้ ในรูปแบบตะกร้าสินค้า

จากผลการศึกษาเปรียบเทียบประสิทธิภาพกลยุทธ์ทางการตลาดดิจิทัลแบบไลฟ์สด พบว่าแพลตฟอร์มติ๊กต็อกช้อปปี้ มีประสิทธิภาพดีกว่าช้อปปี้ช้อปปี้ ในการไลฟ์สด และสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้ชมอย่างชัดเจน ไม่ว่าจะเป็นจำนวนการเข้าชมไลฟ์สด จำนวนการกดหัวใจ จำนวนการคอมเมนต์ จำนวนการกดแชร์ รวมถึงจำนวนการสั่งซื้อสินค้า และตามขอบเขตในการวัดผลด้านการตลาด เป้าหมายเชิงปริมาณที่ผู้ดำเนินงานได้ระบุไว้ โดยผู้ดำเนินงานสามารถทำตามขอบเขตข้างต้น ได้แก่ วัดผลจากปริมาณยอดการเข้าชมรวมอย่างน้อย 100 ผู้เข้าชมต่อเดือน วัดผลจากปริมาณยอดการกดหัวใจอย่างน้อย 100 การกดใจต่อไลฟ์ มียอดการกดแชร์รวมอย่างน้อย 50 แชร์ต่อเดือน และ

วัดผลจากจำนวนรายการสั่งซื้อ 100 รายการ และไม่สามารถทำตามขอบเขตข้างต้น ได้แก่ วัดผลจากปริมาณยอดการคอมเมนต์อย่างน้อย 50 คอมเมนต์ต่อไลฟ์ เนื่องจากสินค้ามีรายละเอียดครบถ้วนในตะกร้าสินค้า ทำให้ลูกค้าสามารถทำความเข้าใจได้ทันที ส่งผลให้ผู้เข้าชมไลฟ์สดไม่นิยมแสดงความคิดเห็น แต่เลือกใช้เวลาไปกับการรับชม และกดสั่งซื้อสินค้าแทน นอกจากนี้ในด้านการพัฒนาระบบของเว็บไซต์ พบว่าผู้ผู้มีการตอบสนองต่อระบบที่ออกแบบมาให้ใช้งานง่าย สะดวก และรวดเร็ว การปรับปรุงระบบจึงดำเนินการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้มากที่สุด

## 5.2 ปัญหาและอุปสรรคของโครงการ

5.2.1 แพลตฟอร์มยังไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะร้านค้าที่เพิ่งเริ่มต้น อาจยังไม่ได้ได้รับความนิยมนักพอ ส่งผลให้จำนวนผู้เข้าชมไลฟ์สดในข้อปีต่ำกว่าที่คาดการณ์ไว้

5.2.2 การแข่งขันในตลาดที่สูงทำให้มีคู่แข่งมากขึ้น ทำให้ต้องพยายามสร้างความแตกต่าง และดึงดูดลูกค้าให้ได้

5.2.3 การเลือกช่วงเวลาไลฟ์สดมีผลต่อจำนวนผู้เข้าชม หากเลือกช่วงเวลาที่ไม่เหมาะสม อาจทำให้จำนวนผู้ชมลดลง ส่งผลต่อยอดขายโดยรวม

### 5.3 ข้อจำกัด

5.3.1 ไม่สามารถทดสอบยิงแอดไลฟ์สดในช้อปปีได้ เนื่องจากมีงบประมาณที่จำกัด

5.3.2 ยอดแสดงความคิดเห็นไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด เนื่องจากพฤติกรรมของผู้เข้าชมไลฟ์สดส่วนใหญ่ มุ่งเน้นไปที่การกดตะกร้าสินค้า และอ่านรายละเอียดสินค้ามากกว่าการแสดงความคิดเห็นภายในไลฟ์สด ส่งผลให้จำนวนคอมเมนต์ที่เกิดขึ้น ในระหว่างการถ่ายทอดสดต่ำกว่าค่าที่คาดการณ์ไว้

5.3.3 ยอดขายจากการไลฟ์สดบนช้อปปี ยังไม่มียอดคำสั่งซื้อ อาจเกิดจากเป็นร้านค้าใหม่ ส่งผลให้ลูกค้ายังไม่มีความเชื่อมั่นในสินค้า และบริการ จึงยังไม่กล้าตัดสินใจสั่งซื้อ ทั้งนี้ ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของร้านค้า เช่น รีวิวจากลูกค้าเดิม จำนวนผู้ติดตาม และประวัติการขาย อาจมีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าโดยตรง

### 5.4 ข้อเสนอแนะ

5.4.1 เพื่อให้สามารถโปรโมตไลฟ์สดบนช้อปปี ได้อย่างมีประสิทธิภาพภายใต้ข้อจำกัดด้านงบประมาณ ควรใช้ช่องทางการโปรโมตที่ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย เช่น การเผยแพร่ผ่านโซเชียลมีเดีย การใช้พีเจอาร์ของช้อปปี และการโปรโมตผ่านกลุ่มออนไลน์ที่เกี่ยวข้อง

5.4.2 ควรปรับปรุงแบบการไลฟ์สดให้มีปฏิสัมพันธ์มากขึ้น เช่น เพิ่มช่วงถามตอบหรือกิจกรรมที่ต้องใช้ความคิดเห็น ควบคู่ไปกับการให้ข้อมูลสินค้าที่ชัดเจน และน่าสนใจ นอกจากนี้ การใช้เครื่องมือเสริม และการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อปรับปรุงอย่างต่อเนื่องก็เป็นสิ่งสำคัญ

5.4.3 เพิ่มรีวิวสินค้า และคะแนนร้านค้า ส่งเสริมให้ลูกค้ารายแรก ๆ ที่ซื้อสินค้าฝากรีวิว โดยอาจใช้วิธีการให้คูปองส่วนลดสำหรับการรีวิวสินค้า