

ไลฟ์สด

การขายของแบบไลฟ์สด
ผ่านสื่อออนไลน์ใน
เอเชียตะวันออกเฉียงใต้



สารบัญ

ไลฟ์สดคืออะไร	06
ความสำคัญของการไลฟ์สด	09
ความท้าทายของการไลฟ์สด	13
<ul style="list-style-type: none">● การจัดการกับลูกค้า● การเลือกช่องทาง● การจัดการระบบหลังบ้าน	
การรับมือกับความท้าทายของการไลฟ์สด	27
<ul style="list-style-type: none">● ช่องทางการไลฟ์สดพร้อมโซลูชันแบบครบวงจร● โซลูชันของช่องทางการทำไลฟ์สด	
บทสรุป	37
วิธีวิทยาการวิจัย	39

การไหลไฟสดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

การเติบโตของอีคอมเมิร์ซในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ (ดูข้อมูลเพิ่มเติม [Statista](#), [SYNC Southeast Asia by Bain & Company and Meta](#), และ [e-conomy SEA by Google, Temasek, Bain](#)) – ถึงแม้จะมีอุปสรรคของเศรษฐกิจระดับมหภาคก็ตาม

ในฐานะผู้ขายบนอีคอมเมิร์ซที่อาจมีความกังวลใจกับปัญหาเศรษฐกิจที่เกิดขึ้น แต่คำถามที่เราน่าจะถามตัวเองมากกว่าคือ: **แล้วเราจะมั่นใจได้อย่างไรว่าเราจะไม่ตกเทรนด์ ในระหว่างที่อีคอมเมิร์ซนั้นเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ**



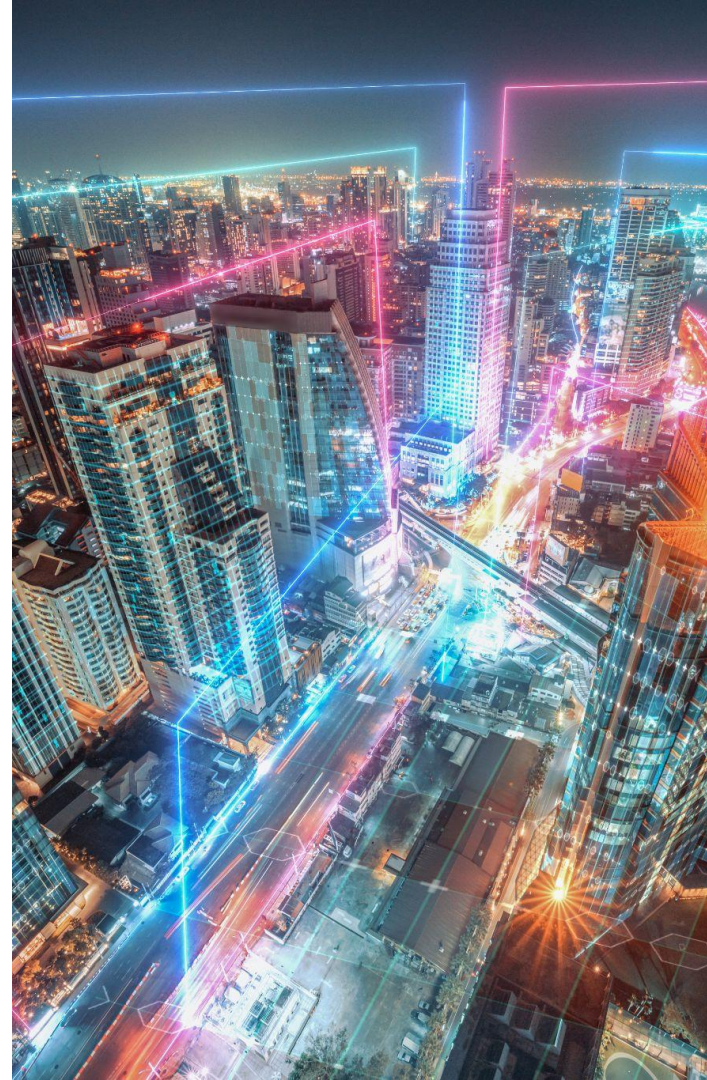
การเข้ามาในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ของ Rocket Internet ในปี 2554 อย่างเช่นการเปิดตัวของ Lazada หรือ Zalora ทำให้อีคอมเมิร์ซขยายตัวในหลาย ๆ ด้านอย่างต่อเนื่อง

และนินจาแวน ผู้ให้บริการจัดส่งพัสดุสำหรับธุรกิจทุกขนาด ก็เป็นหนึ่งในธุรกิจที่เป็นผลพวงของการเติบโตนี้เอง

โดยนินจาแวน ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี 2557 และเป็นหนึ่งในบริษัทแถวหน้าของวิวัฒนาการด้านอีคอมเมิร์ซในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งปัจจุบันนินจาแวนให้บริการผู้ค้ากว่า 2 ล้านราย* ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ตลอด 12 เดือนที่ผ่านมา

และการไลฟ์สดนั้น ก็เป็นหนึ่งในผลพวงของการเติบโตอีคอมเมิร์ซเช่นกัน

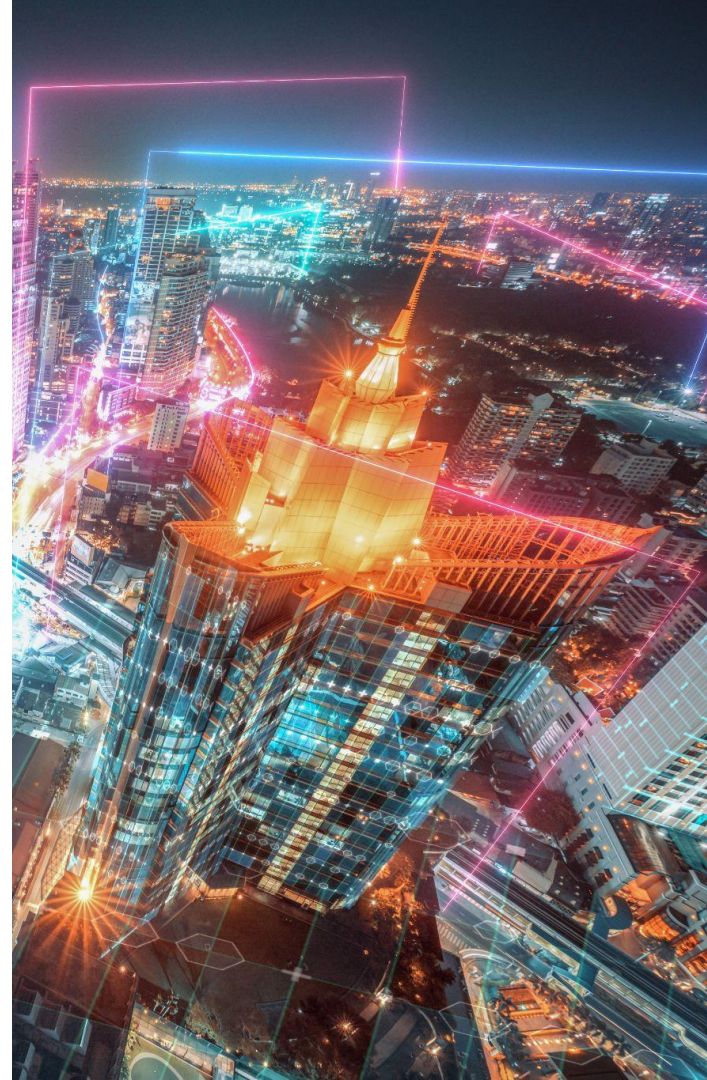
*ตัวเลขมีความถูกต้อง ณ วันที่ 30 กันยายน 2565



ในเดือนพฤศจิกายน 2565 เรารวบรวมคำตอบมากกว่า 1,000 คน* จาก
ผู้ชายของบزنส์อเมริกันของนินจาแวนในประเทศสิงคโปร์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย
ฟิลิปปินส์ ไทย และเวียดนาม เพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับการเติบโตของเทรนด์นี้

แต่ก่อนอื่น เราไปดูกันก่อนว่า...

*คลิกที่นี่ เพื่อดูงานวิจัย



การไลฟ์สดคืออะไร



ยังจํารายการโสมซ้อปิ้งได้ไหม

โสมซ้อปิ้งโดยทั่วไปจะเริ่มด้วยการสาธิตประสิทธิภาพของอุปกรณ์บางอย่าง เช่นเครื่องดูดฝุ่นกำลังสูง ถ้าผู้ชมโทรทัศน์ก็จะได้รับส่วนลด 50% ซึ่งจำกัดเฉพาะการซ้อ 50 รายการแรก และเพื่อเป็นการเชิญชวนให้คนอยากซ้อมากขึ้น จะมีการแถมไม้ถูพื้นฟรีสำหรับคนที่ซ้อสินค้าในขณะที่รายการกำลังออกอากาศอยู่



การไลฟ์สดก็คือโฮมช้อปปิ้งในรูปแบบใหม่ โดยมีความแตกต่างที่สำคัญ 2 ประการสำหรับผู้ซื้อ:

การตอบโต้

- ผู้ซื้อไม่จำเป็นต้องจำกัดตัวเองอยู่เพียงการซื้อ
- ผู้ซื้อสามารถโต้ตอบกับผู้ขายผ่านทางไลฟ์สดได้ ไม่ว่าจะเป็นการพูดคุย ทักทาย เล่นเกม ถามคำถาม เพิ่มเติม หรือ ช้อปสินค้า

การเข้าถึง

- ผู้ซื้อไม่จำเป็นต้องนั่งหน้าทีวีรอดูรายการโฮมช้อปปิ้งอีกต่อไป
- ผู้ซื้อสามารถดูไลฟ์สดผ่านมือถือตลอดเวลาในหลาย ๆ ช่องทาง

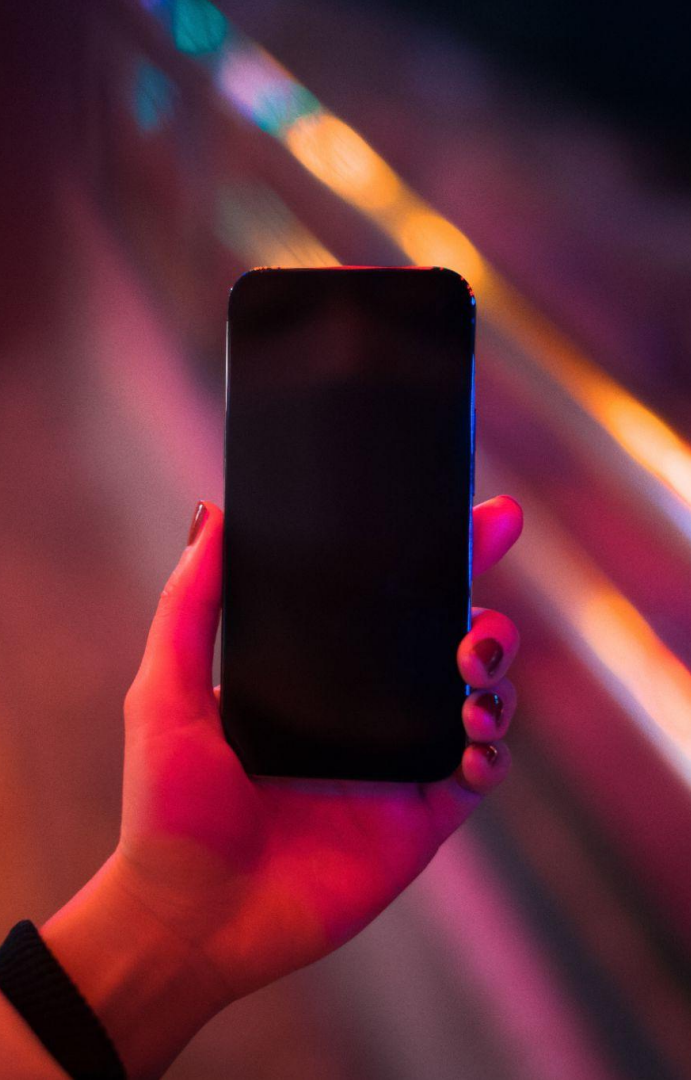
สิ่งเหล่านี้ทำให้ผู้ซื้อสนใจมากขึ้น และทำให้การช้อปสินค้าเกิดมากขึ้นเช่นกัน

1 ใน 3

ของผู้ค้าบนอีคอมเมิร์ซในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ทำการขายแบบไลฟ์สด

ความสำคัญของ การไลฟ์สด





สำหรับผู้ขายบนอีคอมเมิร์ซ กลยุทธ์ทางการตลาดนี้ สามารถทำให้เกิดการซื้อขายรวดเร็วขึ้น

“

“ฉันสามารถรวบรวมข้อมูลผลิตภัณฑ์ได้มากเท่าที่ต้องการโดยตรงจากไลฟ์สด เพื่อช่วยในการตัดสินใจว่าฉันต้องการซื้อหรือไม่”

Fariz Maswan, 43, ผู้จัดการฝ่ายขายและหุ้นส่วน, มาเลเซีย และผู้ซื้อสินค้าในหมวดหมู่กอล์ฟและเลโก้

“การไลฟ์สดทำให้เห็นว่าการใช้ผลิตภัณฑ์ โดยผู้ขายอธิบายการใช้งานต่างจนทำให้เกิดอยากซื้อผลิตภัณฑ์นั้น ซึ่งหาไม่ได้กับการซื้อบนช่องทางอื่น”

Ferisa Mega Putri, 26, ผู้ช่วยผู้จัดการโครงการพิเศษ, อินโดนีเซีย และผู้ซื้อสินค้าในหมวดหมู่ขนมและของหายาก

“เวลาซื้อเสื้อผ้าบนไลฟ์สด ผู้ขายจะให้ดูสินค้าหรือลองเสื้อผ้าให้ดู จนฉันมั่นใจว่าใส่ออกมาแล้วจะเป็นอย่างไร ฉันก็จะตัดสินใจซื้อทันทีผ่านช่องทางแชท”

นลินทิพย์ พรสมบูรณ์กิจ, 43, ผู้จัดการฝ่ายขาย, ไทย และซื้อสินค้าในหมวดหมู่เสื้อผ้า

”

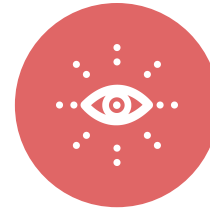
หลังจากสำรวจผู้ขายบนอีคอมเมิร์ซกว่า 1,000 ราย
ที่ใช้บริการของนิจาแวนในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้
พบว่าแรงจูงใจ 3 อันดับแรกของผู้ขายไลฟ์สด คือ:



หาลูกค้าใหม่



เป็นช่องทางที่ดีในการเพิ่ม
ความสัมพันธ์กับลูกค้า



เพิ่มการเป็นที่รู้จัก

การไลฟ์สดเป็นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในวงกว้างแบบเรียลไทม์
ทำให้เกิดลูกค้าเก่า-ใหม่ เกิดความประทับใจและทำให้ลูกค้ากลับมาซื้ออีกครั้ง

ซึ่งเกิดประโยชน์ทั้งคู่ซื้อ - ผู้ขาย

การไลฟ์สดทำให้ลูกค้าได้เห็นสินค้าอย่างอื่นที่อาจจะไม่ได้คิดมาก่อนว่าอยากได้ แทนที่ลูกค้าต้องเซิร์ชหาของที่ต้องการซื้อเท่านั้น

“

“Live Shopping เปรียบเสมือน window ช้อปบึ่ง ฉันเดินเข้าไปในร้านและเห็นสินค้าบางอย่างที่อาจจะไม่ได้ตั้งใจจะซื้อ แต่เมื่อเห็นแล้ว ก็อยากซื้อขึ้นมาทันที”

Guo Lu, 36, ผู้จัดการพอร์ตโฟลิโอ, สิงคโปร์ และผู้ซื้อสินค้าในหมวดหมู่เครื่องสำอาง

“ฉันไม่ได้ติดตามแบรนด์หรือช่องทางของร้านใดเป็นพิเศษ ขึ้นอยู่กับว่าเมื่อฉันเปิดแอป Shopee แล้วมีร้านไหนไลฟ์อยู่”

Vinnie Wong, 30, ผู้บริหารการตลาดดิจิทัลอาวุโส, มาเลเซีย และผู้ซื้อสินค้าในหมวดหมู่เครื่องครัว ของชำ และเสื้อผ้า

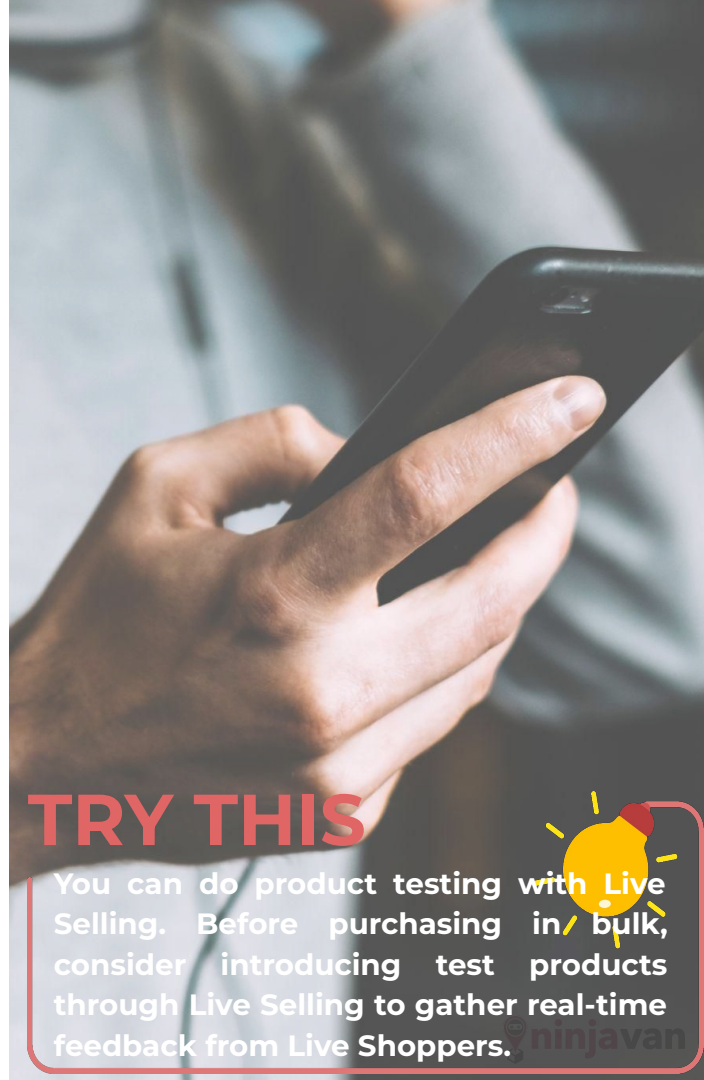
”

TRY THIS

You can do product testing with Live Selling. Before purchasing in bulk, consider introducing test products through Live Selling to gather real-time feedback from Live Shoppers.



ninjava



ความท้าทายของ การไลฟ์สด

ตอนนี้เราเห็นถึงความสำคัญของการไลฟ์สดแล้ว
ไปดูเบื้องหลังกันหน่อยว่ามีความยุ่งยากแบบไหนบ้าง



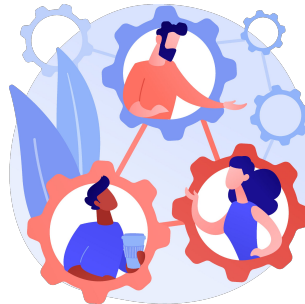
ความท้าทายของการทำไลฟ์สด

การจัดการกับลูกค้า



ไม่ว่าจะเป็นการประมูลทุเรียนในสิงคโปร์หรือการซื้อดอกกล้วยไม้ในเวียดนาม เราได้พูดคุยกับนักช้อปในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้* และพบแรงจูงใจร่วมกัน 2 ประการในการชมไลฟ์สด : **การได้เห็นสินค้าและการโต้ตอบแบบทันที**

- **การตอบโต้ระหว่างผู้ค้าและลูกค้า การโชว์สินค้าแบบเรียลไทม์** ทำให้สินค้าน่าสนใจมากยิ่งขึ้น ลูกค้าเกิดความมั่นใจ และตัดสินใจซื้อในที่สุด
- **การตอบโต้และพูดคุยไม่ได้เกิดแค่ระหว่างผู้ค้าและลูกค้า แต่เกิดขึ้นระหว่างลูกค้าด้วยกันเองได้ด้วย** ทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งของการไลฟ์สดและทำให้ลูกค้ารู้สึกสนุกและเพิ่มความสนใจมากยิ่งขึ้น



*Click [here](#) for our research methodology.



ประสบการณ์ตรงจากผู้ซื้อสินค้าบนไลฟ์สด

“

“ฉันได้เห็นสินค้าจริง ไม่ใช่รูปโปรโมท ฉันสามารถขอให้ผู้ชายโชว์สินค้าหลาย ๆ มุมหรือถามคำถามเพิ่มเติมเกี่ยวกับสินค้าได้”

ศศิธร ยะหัตตะ อายุ 32 ปี พนักงานบริการลูกค้า ประเทศไทย และผู้ซื้อสินค้าในหมวดหมู่เสื้อผ้า

“Live Shopping ทำให้ฉันรู้สึกเหมือนได้เห็นและจับต้องสินค้าจริง”

Phạm Hoàng Oanh, 14, นักเรียน, เวียดนาม และผู้ซื้อสินค้าในหมวดหมู่เสื้อผ้า รองเท้า ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว

“ถ้าร้านค้าขายของอย่างเช่นมันฝรั่งทอด ร้านค้าจะทานให้ดูว่าขนมกรุบกรอบแค่ไหน ทำให้ฉันเชื่อใจร้านค้าได้ง่ายขึ้น”

Ferisa Mega Putri, 26, ผู้ช่วยผู้จัดการโครงการพิเศษ, อินโดนีเซีย และผู้ซื้อสินค้าในหมวดหมู่ขนมและของหายาก

”

การตอบโต้

“

“ความตื่นเต้นจากการประมูลซื้อทุเรียนบนไลฟ์สดมันสนุกมาก ไม่ต่างไปจากการประมูลแบบออฟไลน์เลย ฉันได้เห็นผู้ประมูลคนอื่นประมูลแข่งกับฉัน ร้านค้าจะประกาศชื่อและราคาที่ยื่นประมูล พร้อมพูดคุยน้อย”

Ting Guan Zhao, 34, ผู้จัดการผลิตภัณฑ์, สิงคโปร์ และผู้ซื้อสินค้าในหมวดหม้ออาหารและผลไม้

“แม่ค้าใจดีและขายชุดสวย ๆ หลาย ๆ แบบ แม่ค้าทักทายฉันอย่างกับว่าเรารู้จักกัน!”

Janna De Jesus, 27, ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด, ฟิลิปปินส์ และผู้ซื้อสินค้าในหมวดหม้อเสื้อผ้า

“คุณแสดงความคิดเห็น: “ฉันต้องการซื้อ” จากนั้นผู้ชายจะส่งข้อความถึงทุกคนที่แสดงความคิดเห็นว่า “ฉันต้องการซื้อ” และสองคนแรกที่ชำระเงินจะได้รับสินค้า กลยุทธ์นี้ทำให้ฉันตื่นตัวระหว่างดูไลฟ์สด และตั้งใจเมื่อซื้อสินค้าได้”

Fariz Maswan, 43, ผู้จัดการฝ่ายขายและหุ้นส่วน, มาเลเซีย และผู้ซื้อสินค้าในหมวดหม้อกอล์ฟและเลโก้

”





แรงจูงใจทั่วไปสองประการของการได้มีส่วนร่วมของผู้ซื้อคือ **การได้เห็นการทดลองสินค้าและการโต้ตอบกับผู้ชาย** สองเหตุผลนี้เป็นการยืนยันว่าการขายแบบไลฟ์สดคือ: “การเพิ่มความสัมพันธ์กับลูกค้าให้มากยิ่งขึ้น”

จากผลสำรวจของนินจาแวนผู้ค้าบนอีคอมเมิร์ซในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มากกว่า 1,000 ราย พุดถึงการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าว่า ผู้ค้าต้องใช้เวลาและความพยายามในการสร้าง

1 ใน 4

บอกว่า การไลฟ์สดแต่ละครั้งใช้ความพยายามและกำลังค่อนข้างเยอะ

1 ใน 3

บอกว่า การไลฟ์สดใช้เวลาค่อนข้างเยอะ

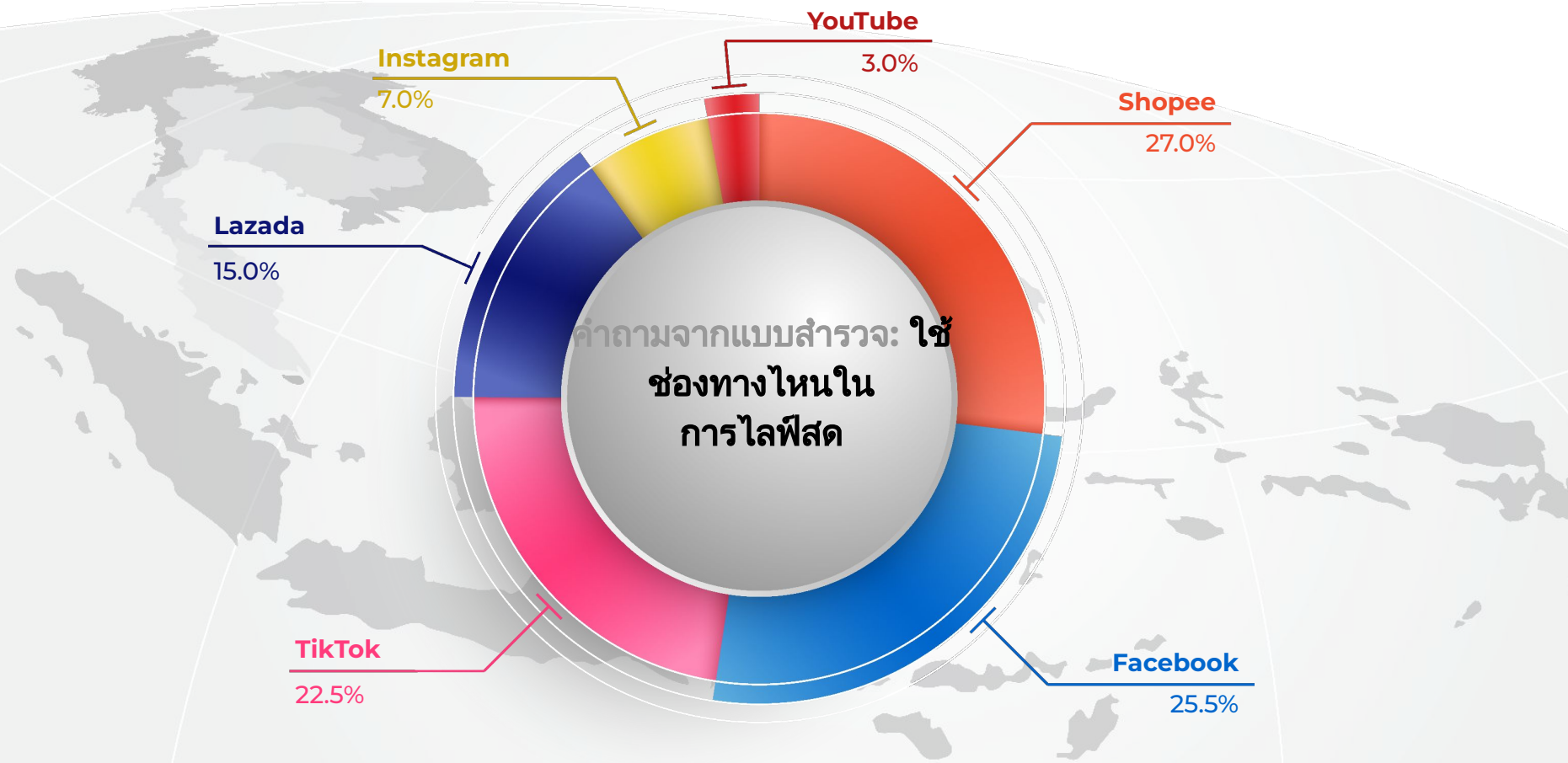
1 ใน 3

พูดว่าการสร้างความบันเทิงและการรักษาการมีส่วนร่วมของผู้ซื้อเป็นสิ่งที่ท้าทาย

ความท้าทายของการทำไลฟ์สด

การเลือกช่องทาง

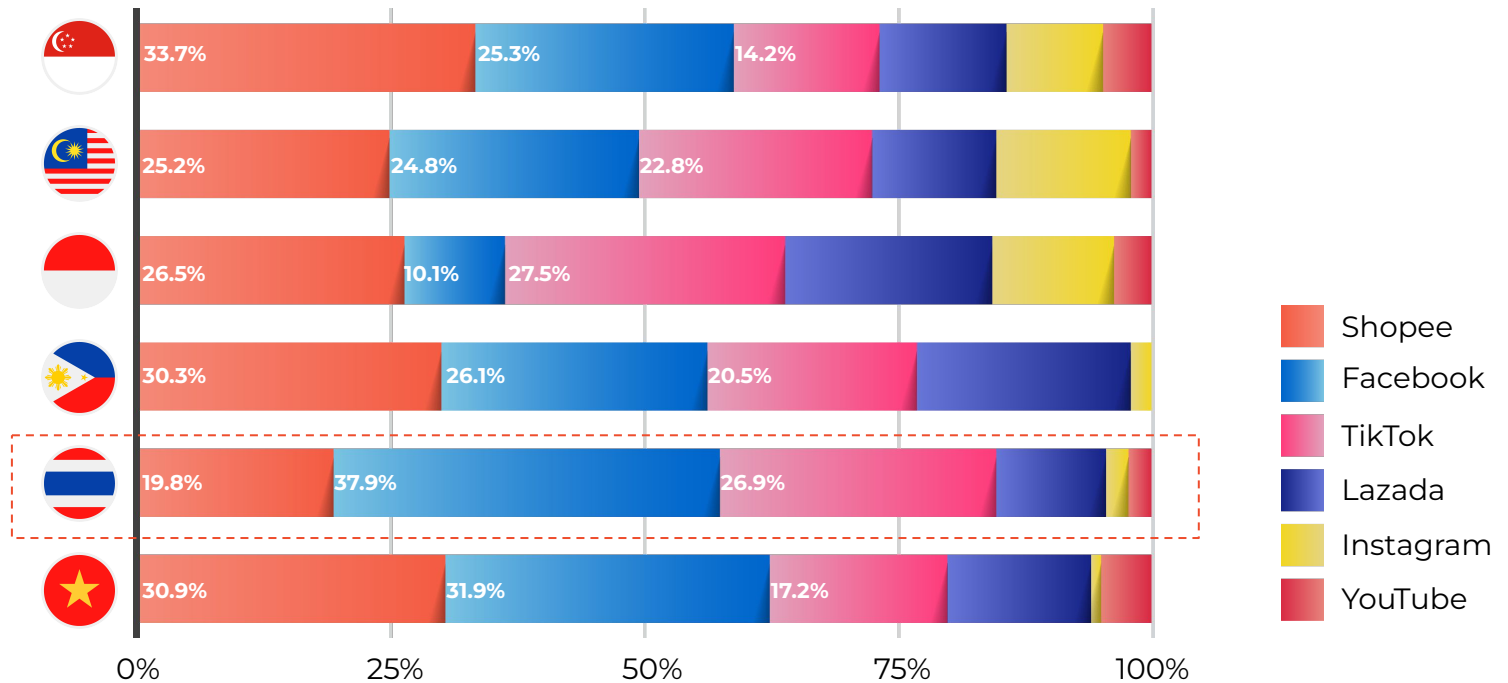




ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ Shopee (27.0%) และ Facebook (25.5%) เป็นช่องทางที่ได้รับความนิยมเยอะที่สุด โดยมี TikTok (22.5%) ตามมาติด ๆ (ข้อมูลอาจเปลี่ยนแปลง เมื่อเจาะลึกลงไปข้อมูลของแต่ละประเทศ)

ยกตัวอย่างในประเทศไทย Facebook ครองอันดับต้น ๆ ตามมาด้วย TikTok และ Shopee ในอัตราที่ต่างกันอย่างเห็นได้ชัด

ความนิยมของช่องทางโซเชียลมีเดียในแต่ละประเทศ



จากการทำแบบสำรวจ โดยเฉลี่ยแล้วผู้ค้าในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ใช้ 2 ช่องทางสำหรับการไลฟ์สด เพื่อเพิ่มการเข้าถึงลูกค้าให้ได้มากที่สุด

1 ถึง 3 ชั่วโมง

รายสัปดาห์

ระยะเวลาโดยเฉลี่ยของการไลฟ์สด

ความถี่โดยเฉลี่ยของการไลฟ์สด

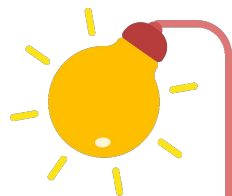
การคำนวณอย่างคร่าว ๆ เผยว่าผู้ชายบนอีคอมเมิร์ซในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้แบ่งเวลาถึงหกชั่วโมงต่อสัปดาห์เพื่อทำการไลฟ์สด

ซึ่งไม่รวมเวลาที่จำเป็นสำหรับการจัดเตรียมการทำไลฟ์สด

คุณรู้หรือไม่

[Shopee](#) มีบทลงโทษผู้ชายที่เปิดวิดีโอที่บันทึกไว้แทนการไลฟ์สด

นี่เป็นความผิดระดับปานกลางภายใต้หมวดหมู่ของ "สแปม"

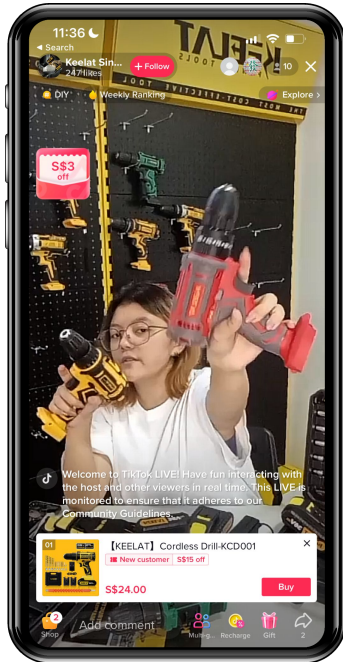


ความท้าทายของการทำไลฟ์สด

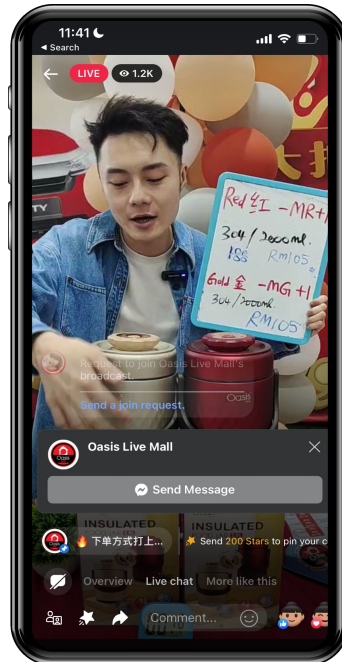
การเซ็ตอัพ ก่อนไลฟ์สด



การทำไลฟ์สดอาจจะดูเหมือนง่าย เพราะว่าสิ่งที่คนซื้อเห็นก็แค่พ่อค้าแม่ค้า-2คนโชว์สินค้าและพูดคุยกับลูกค้าผ่านมือถือ



[@sgkeelat](#) บน TikTok



[Oasis Live Mall](#) บน Facebook



[Lovito](#) บน Shopee

การดูผ่านจอมือถือจากมุมมองลูกค้าอาจรู้สึกว่าการเซตอัพไลฟ์สดดูไม่ยาก และพ่อค้าแม่ค้าก็พูดคุยเหมือนไม่ได้มีการเตรียมบทมา (เพราะว่าบทพูดก็จะเปลี่ยนไปตามคอมเมนต์ที่มีคนพิมพ์เข้ามา) หลาย ๆ คนเห็นแบบนี้แล้วก็คิดว่าการทำไลฟ์ซำงดูง่ายตาย

เราไปดูเบื้องหลังการทำไลฟ์กันเถอะว่ามันเป็นอย่างไรกันแน่

ดูจจมือถืออาจคิดว่ามันง่าย ๆ แบบนี้



ผู้ชายสองคนทำไลฟ์สดด้วยกล้องมือถือ โดยมีประเด็นการพูดจากสคริป โดยผู้ชายก็แค่อ่านคอมเมนต์จากผู้เข้าชม เพื่อตอบโต้กับลูกค้า

แต่ความจริงแล้วเบื้องหลังอาจมีความยุ่งยากมากกว่านั้น



ผู้ชายสองคนทำไลฟ์สดด้วยกล้องระดับมืออาชีพ โดยอ่านสคริปจากจอทีวีในขณะที่ต้องมองกล้อง เพื่อพูดคุยกับลูกค้าที่เข้ามาดู ทีมงานเบื้องหลังอ่านและเลือกคอมเมนต์จากผู้ชม เพื่อให้ผู้ชายบนไลฟ์สดตอบโต้กับลูกค้า



นอกเหนือจากการจัดเตรียมระหว่างไลฟ์แล้ว ผู้ขายยังต้องเตรียมเมื่อขายสินค้าได้บน ไลฟ์และหลังจากไลฟ์จบ เช่นเดียวกับการขายของบนแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซทั่วไป

ต่อไปนี้เป็นคำถามที่พบบ่อยที่สุด:

- จะพูดอะไรระหว่างการไลฟ์สด
- วางแผนขั้นตอนการไลฟ์สดอย่างไร
- เก็บข้อมูลการขายและจัดเตรียมหลังการขายอย่างไร

การรับมือกับความ ท้าทายของการ ไลฟ์สด



การทำไลฟ์สดจะมีความยุ่งยากพอสมควร จึงทำให้ผู้ชายที่ตอบคำถามจากแบบสำรวจ 63% ยังไม่คิดที่จะทำไลฟ์สดในอีก 3 เดือนข้างหน้า

แต่ความคิดนี้จากผู้ชายกลุ่มนี้จะมีการเปลี่ยนแปลงหรือไม่

ถ้าดูจากการเพิ่มขึ้นของโซเชียลชั้นที่มีการทำออกมา เพื่อช่วยผู้ชายทำไลฟ์สดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ จะเห็นได้ชัดว่า การทำขายแบบไลฟ์สดมีแนวโน้มที่จะเติบโตขึ้นอีก

เช่นเดียวกันกับผู้ประกอบการที่มองเห็นโอกาสนี้ (ผู้ร่วมก่อตั้ง Grab ยักษ์ใหญ่ด้านเทคโนโลยี เป็นหนึ่งในผู้มองเห็นโอกาสนี้) จะมีระบบและโซลูชันต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ เพื่อตอบสนองการเติบโตของเทรนด์นี้

พัฒนาการของการทำไลฟ์สดเติบโตไปพร้อม ๆ กับการเติบโตของตลาดอีคอมเมิร์ซ และมันดูเหมือนว่าเทรนด์นี้น่าจะยังอยู่ต่อไป

เพราะฉะนั้น เราไปดูกันเถาะว่าในปัจจุบันมีระบบโซลูชันเพื่อช่วยการทำไลฟ์สดแบบไหนบ้าง



ระบบแบบครบวงจรเพื่อช่วยในการจัดทำไลฟ์สด

มีทั้งหมด2แบบด้วยกันคือ



Marketplaces

Marketplace ยอดนิยม อย่าง Shopee หรือ Lazada* มีเครื่องมือการไลฟ์สดในตัว ซึ่งเป็นวิธีที่ไม่ยุ่งยากในการเริ่มทำไลฟ์สด

จุดเด่นของการไลฟ์ในช่องทางนี้คือผู้ชมที่เข้ามาใน marketplace แบบนี้มีความตั้งใจที่จะซื้อ

แต่อัลกอริทึมของ marketplace แบบนี้อาจจะให้พื้นที่ที่ดีที่สุดกับผู้ขายที่มีงบสูงที่สุด

อย่างไรก็ตาม marketplace แบบนี้ถือว่าเป็นช่องทางที่ดีสำหรับผู้ขายเพื่อลองทำการไลฟ์สด



Social Media

TikTok Shop* ธุรกิจอีคอมเมิร์ซของ TikTok เป็นตัวช่วยร้านค้าในการขายของแบบไลฟ์สดบนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย ภายในเวลาไม่ถึงหนึ่งปีที่เปิดตัวในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ก็ติดอันดับหนึ่งในช่องทางการขายสดชั้นนำในกลุ่มผู้ขายบนอีคอมเมิร์ซ จากผลสำรวจโดย นิโนจาแวน

นอกเหนือจากเครื่องมือการไลฟ์สดแล้ว TikTok Shop มาพร้อมกับคุณสมบัติพิเศษ: ให้พื้นที่กับผู้ขายแบบประชาธิปไตย

TikTok จะช่วยนำผู้ชมเข้ามาชมการไลฟ์สดของผู้ขายให้มากขึ้น แค่วัน จะขึ้นอยู่กับคุณภาพ เนื้อหา และจำนวนผู้เข้าชมของผู้ขายแต่ละรายในแต่ละครั้งที่ทำการไลฟ์สด

*ข้อจำกัดความรับผิดชอบ: นิโนจาแวนเป็นหนึ่งในพันธมิตรด้านการจัดส่งอย่างเป็นทางการสำหรับ Shopee, Lazada และ TikTok Shop ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้



Facebook แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย เป็นอีกหนึ่งช่องทางการทำไลฟ์สดที่ได้รับความนิยมเป็นอันดับสองในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในบรรดาผู้ชายบนอีคอมเมิร์ซจากผลสำรวจโดยนินจาแวน

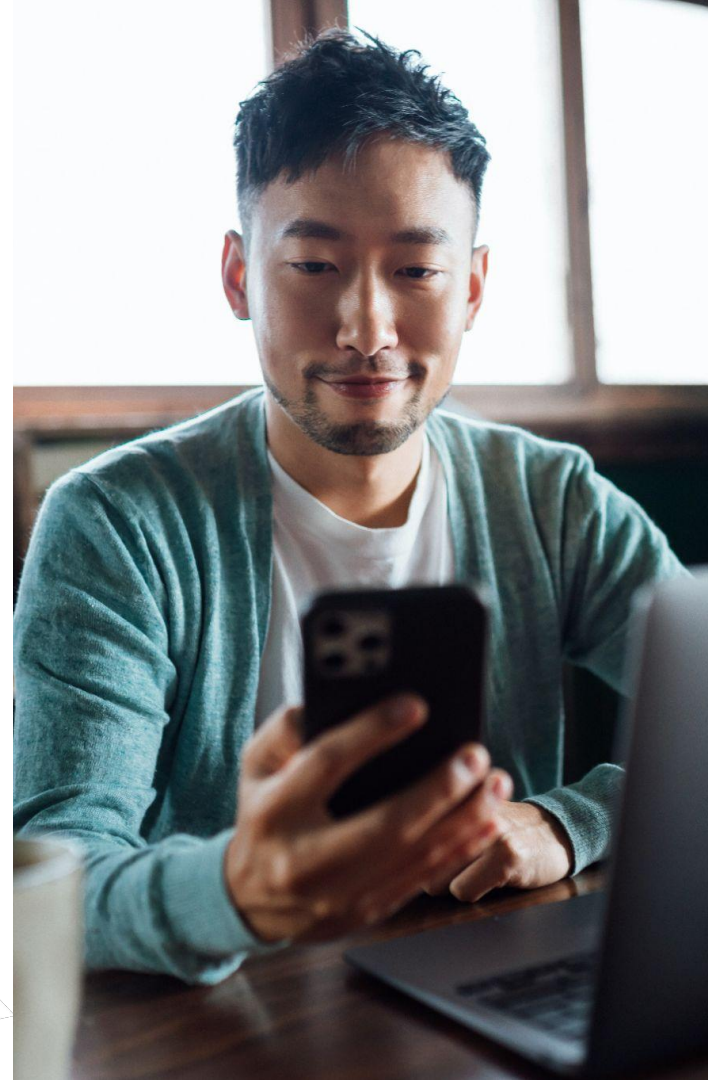
ถึงแม้ว่า Facebook จะไม่มีระบบหรือเครื่องมือสำหรับการไลฟ์สดแบบครบวงจร แต่ยังเป็นแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียที่ได้รับอย่างแพร่หลาย ([Statista](#))



การเลือกระบบเพื่อช่วยจัดการการไลฟ์สด

ปัจจุบันมีเครื่องมือมากมาย เช่น ระบบการจัดการคำสั่งซื้อ การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า และการวิเคราะห์เชิงคาดการณ์แบบเรียลไทม์ ที่ผู้ขายแบบไลฟ์สดใช้เพื่อช่วยให้การขายแบบไลฟ์สดยุ่งยากน้อยลง

เครื่องมือและระบบดังต่อไปนี้สามารถช่วยเรื่องกระบวนการหลังบ้านของการไลฟ์สด เพื่อให้ผู้ขายสามารถโฟกัสกับการตอบโต้กับลูกค้าที่เข้ามาในไลฟ์ได้อย่างเต็มที่



Kaibo

[Kaibo](#) เป็นระบบจัดการการไลฟ์สดที่ช่วยจัดการข้อมูลที่เกิดขึ้นระหว่างการไลฟ์ โดยผู้ขายสามารถนำข้อมูลดังกล่าวช่วยไปปรับปรุงประสิทธิภาพการไลฟ์สด

ในช่วงสองปีที่ผ่านมา แปรนด์ระดับโลกใช้ Kaibo เพื่อช่วยจัดการการไลฟ์สด ส่งผลให้ได้ GMV ถึง 150 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

วางจำหน่ายแล้วใน:

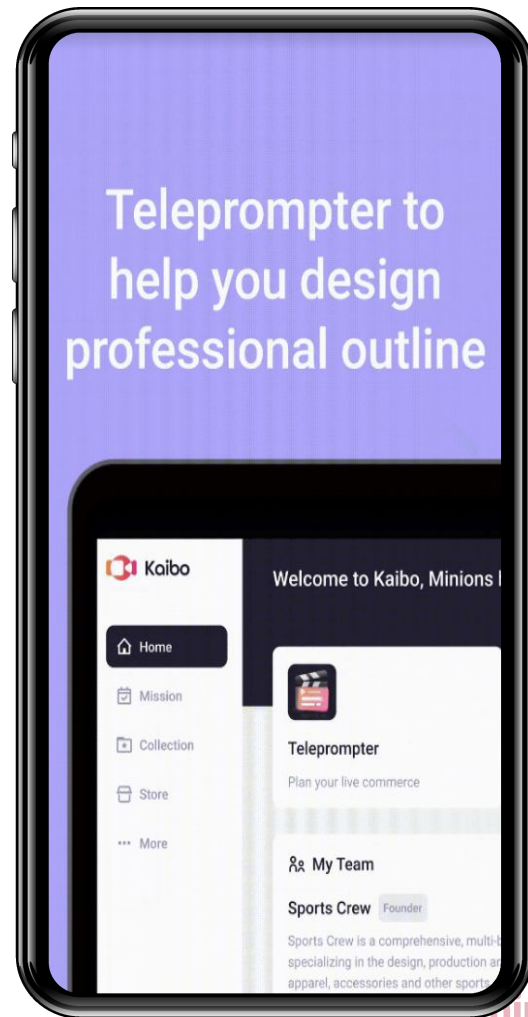
สิงคโปร์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ ไทย และเวียดนาม

ฟีเจอร์เด่น

เครื่องบอกบท (teleprompter) ที่สามารถแสดงสคริปต์การไลฟ์สด เพื่อให้

- 1) ผู้ขายสามารถจัดการไลฟ์สดได้โดยไม่ต้องกังวลสคริปต์
- 2) ผู้ขายจะได้โฟกัสกับการตอบโต้กับลูกค้า

[คลิกที่นี่](#) เพื่อดูข้อมูลเพิ่มเติม



Sellercraft

[Sellerwizard by Sellercraft](#) ช่วยลดระยะเวลาในการจัดการทำงาน

ผู้ขายสามารถจัดการสิ่งเหล่านี้จากช่องทางเดียว

- ดูสถานะการสั่งซื้อ
- เพิ่มประสิทธิภาพระบบการจับเก็บสินค้า
- วิเคราะห์ประสิทธิภาพการไลฟ์สด
- รวบรวมรายงานทางการเงิน

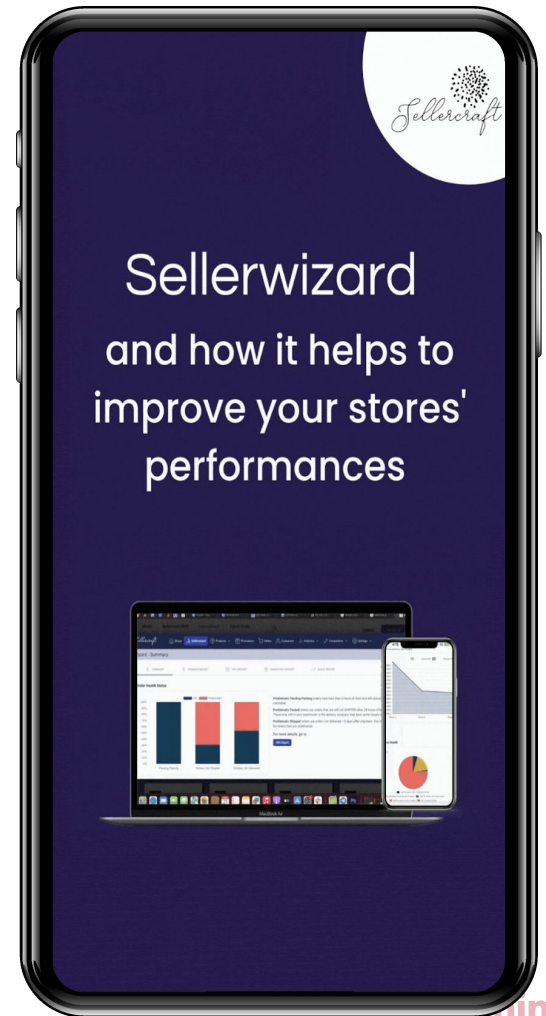
วางจำหน่ายแล้วใน:

สิงคโปร์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ ไทย และเวียดนาม

พีเจอร์เด่น

เครื่องมือช่วยจัดการคำสั่งซื้อไม่ให้ตกหล่น และช่วยระบุคำสั่งซื้อที่เข้ามาล่าสุด กับ
คำสั่งซื้อที่ติดปัญหา

[คลิกที่นี่](#) เพื่อดูข้อมูลเพิ่มเติม



OtterLive

[OtterLive](#) เป็นตัวช่วยในกระบวนการด้านลอจิสติกส์ของผู้ขายแบบไลฟ์สดแบบอัตโนมัติ และ ช่วยขจัดความยุ่งยากในการบันทึกคอมเมนต์ สร้างคำสั่งซื้อ จัดการคำสั่งซื้อ และการยืนยันการชำระเงินจากการไลฟ์สด

ช่วยประหยัดเวลาและเพิ่มความสะดวกรสบาย ให้ผู้ขายโฟกัสกับพูดคุยและตอบโต้กับลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น

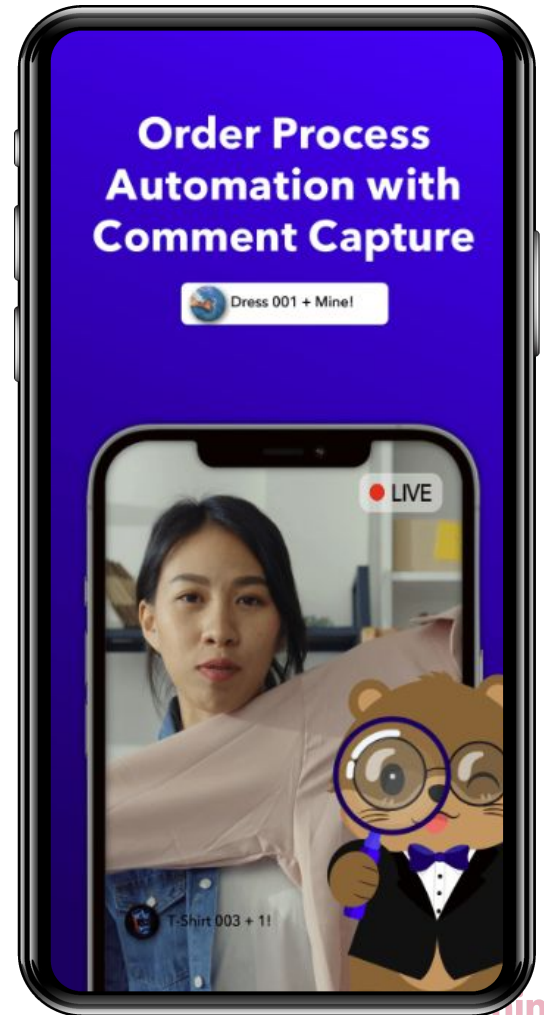
วางจำหน่ายแล้วใน:
สิงคโปร์ ฟิลิปปินส์

ฟีเจอร์เด่น

เครื่องมือช่วยการจัดการการไลฟ์บน Facebook
โดยคำสั่งซื้อจากการคอมเมนต์บนไลฟ์ของลูกค้าจะถูกบันทึกและสร้างเป็นคำสั่งซื้อแบบอัตโนมัติ

สมัครสมาชิกวันนี้ ฟรี 1 ปี หมดเขต 31 มี.ค. 2566 เวลา 23:59 น.

[คลิกที่นี่](#) เพื่อดูข้อมูลเพิ่มเติม





แหล่งข้อมูลฟรีเกี่ยวกับการขายแบบไลฟ์สด

นินจาแวนได้รวบรวมแหล่งข้อมูลฟรีเกี่ยวกับการไลฟ์สดไว้ตามนี้:

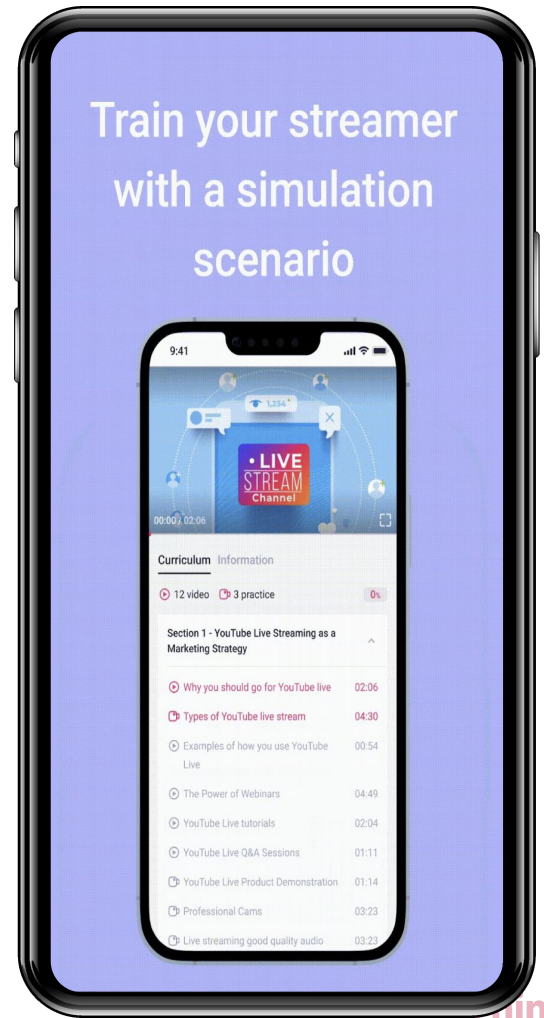
- [Social Selling 101: A Checklist for Success](#)
- [5 Tools for Live Selling Beginners](#)
- [How to win at Live Selling](#)
- คู่มือสำหรับผู้เริ่มต้น
 - Shopee: [Shopee Live Selling: Basics and How-to's \[Ultimate Guide\]](#)
 - Facebook: [How to use Facebook Live Video: A Step-by-Step Guide](#)
 - TikTok: [Everything You Need to Know About Live Shopping on TikTok](#)

แหล่งข้อมูลฟรีเกี่ยวกับการขายแบบไลฟ์สด

Kaibo เปิดตัวหลักสูตรฝึกอบรม [TikTok Live Selling](#) ฟรีผ่านแอปพลิเคชันเพื่อให้คุณเรียนรู้และฝึกฝนในแบบของคุณ

ผู้ขายสามารถฝึกการไลฟ์สด จากสคริปต์ที่ทางKaibo มีให้ โดยผู้ขายสามารถบันทึกการไลฟ์เพื่อรับคะแนนที่ระบบจะนำไปคำนวณด้วย Ai ซึ่งจะประเมินประสิทธิภาพของผู้ขายในแต่ละด้านดังต่อไปนี้

1. ปริมาณ
2. ความเร็ว
3. ใบหน้า
4. การแต่งหน้า
5. สกิล
6. การตอบโต้
7. ท่าทาง
8. โทณเสียง
9. การควบคุมเวลา



บทสรุป

จากผลสำรวจจากข้อมูลกว่า 1,000 รายของผู้ขายบนอีคอมเมิร์ซในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ของ นินจาแวนพบว่าการขายแบบไลฟ์สดจะถูกนำมาใช้มากที่สุดในบรรดาผู้ขายผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีความซับซ้อนมาก เช่น แฟชั่น ความงาม อาหาร เครื่องดื่ม และอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน

ในขณะที่กลยุทธ์ทางการตลาดมีส่วนช่วยในกระบวนการรับรู้จนถึงการสั่งซื้อของนักช้อปออนไลน์ แต่การไลฟ์สดก็ยังไม่ใช่เรื่องง่าย อย่างไรก็ตามการขายของแบบไลฟ์สดยังคงเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่น่าสนใจถึงแม้ว่าผู้ขายอาจจะไม่ได้ขายสินค้าในหมวดหมู่เหล่านี้ก็ตาม เพราะว่าการลองทำไลฟ์สดไม่ต้องการลงทุนมากมาย





และหากผู้ขายกำลังมองหาตัวเชื่อมต่อ เพื่อแปลพิกเซลบนหน้าจอเป็นพัสดุที่ส่งไปยังประตูหน้าบ้านของลูกค้า นินจาแวนพร้อมช่วยผู้ค้าทุกรายเสมอ!

เนื่องจากนินจาแวนมีเครือข่ายโลจิสติกส์ครอบคลุม 100% ในสิงคโปร์ มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย ไทย และเวียดนาม ทำให้เรามีมุมมองและประสบการณ์ที่ไม่เหมือนใครเกี่ยวกับอีคอมเมิร์ซ ซึ่งเรายินดีที่จะแบ่งปันกับผู้ขายแบบไลฟ์สดทั้งรายใหม่และรายเดิมอย่างแน่นอน



วิธีวิทยาการวิจัย

การวิจัยเชิงปริมาณ:

นินจาแวนกรุปสำรวจข้อมูลจากผู้ค้าขายออนไลน์ทั้งหมด 1,186 ราย ในเดือนพฤศจิกายน 2565 สำหรับข้อมูลที่อ้างอิงจาก White Paper มีการวัดข้อมูลของแต่ละประเทศอย่างเท่าเทียมกันเพื่อแสดงผลที่ตรงกันทุกประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้



204



224



316



153



134



155

ผู้ตอบ
แบบสอบถาม

การวิจัยเชิงคุณภาพ:

นินจาแวนกรุปสัมภาษณ์ผู้ที่เคยดูและซื้อของจากการไลฟ์สด ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา ทั้งหมด 40 ราย จากประเทศ สิงคโปร์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ ไทย และเวียดนาม เพื่อหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อของผ่านการไลฟ์สด

คำพูดอ้างอิงทั้งหมดในรายงานนี้รวบรวมในเดือนพฤศจิกายน 2565 และมีการปรับปรุงเพื่อความกระชับและความชัดเจน

เกี่ยวกับนินจาแวน

นินจาแวน คือ ผู้ให้บริการจัดส่งพัสดุสำหรับธุรกิจทุกขนาดในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ครอบคลุมทั่วทั้งหมด 6 ประเทศ ได้แก่ สิงคโปร์ มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย เวียดนาม และไทย

ก่อตั้งตั้งแต่ในปี 2557 นินจาแวน เริ่มดำเนินการในสิงคโปร์เป็นที่แรก และกลายเป็นบริษัทโลจิสติกส์ที่เติบโตเร็วที่สุดในภูมิภาค โดยขับเคลื่อนธุรกิจด้วยโซลูชันโลจิสติกส์ที่เป็นนวัตกรรมใหม่

ดูข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ www.ninjava.co

ninjava
take the hassle out of your parcel

ninja

