



K SME Analysis

Digital Service Startup

ต่อยอด SME เหนือคู่แข่ง



Digital Service Startup

ต่อยอด SME เหนือคู่แข่ง

.....

ประเด็นสำคัญ

- ภายใต้ความเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วของเทคโนโลยีดิจิทัลและพฤติกรรมผู้บริโภค ส่งผลให้ธุรกิจ Digital Service Startup ในประเทศไทยมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ทั้งในด้านจำนวนธุรกิจ รวมไปถึงรูปแบบการทำธุรกิจที่มีความหลากหลาย เนื่องจากใช้ต้นทุนสำหรับการดำเนินธุรกิจในช่วงเริ่มต้นไม่สูงมากนัก อีกทั้ง การประกอบธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์มีส่วนสำคัญที่ทำให้ธุรกิจมีโอกาสเติบโตได้อย่างรวดเร็ว เนื่องจากมีส่วนเสริมให้การบริหารจัดการมีประสิทธิภาพ เอื้อให้กลุ่มลูกค้ามีการใช้บริการซ้ำ และสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในวงกว้าง
- การมุ่งสู่ธุรกิจ Digital Service Startup ของผู้ประกอบการ SME อาจต้องเผชิญความท้าทายจากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ทำให้กระแสความนิยมในการใช้แพลตฟอร์มออนไลน์หนึ่ง ๆ ของผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว อีกทั้ง การแข่งขันที่รุนแรงจากคู่แข่งภายในประเทศและผู้ประกอบการต่างชาติก็นับว่าเป็นความท้าทายของผู้ประกอบการธุรกิจที่อาจต้องเผชิญในระยะข้างหน้า
- ผู้ประกอบการ SME ที่ต้องการเข้าสู่ธุรกิจแพลตฟอร์มบริการดิจิทัลควรเริ่มจากการพัฒนาไอเดียธุรกิจที่สามารถตอบโจทย์และเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของผู้บริโภคได้ จากนั้นจึงพัฒนาแพลตฟอร์มเพื่อให้ผู้บริโภคทดลองใช้และปรับปรุงบริการ ก่อนการดำเนินการสื่อสารทางการตลาดผ่านเครื่องมือออนไลน์เพื่อให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายรู้จักในวงกว้าง นอกจากนี้ ผู้ประกอบการควรต้องมีการพัฒนาเพิ่มเติมฟังก์ชันใหม่ในแพลตฟอร์มของตนอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมลูกค้าที่เปลี่ยนไป รวมไปถึงการสรรหาพันธมิตรทางธุรกิจที่มีความพร้อมด้านทรัพยากรต่าง ๆ เพื่อทำให้ธุรกิจของตนมีโอกาสประสบความสำเร็จมากขึ้น

สถานการณ์และแนวโน้มธุรกิจ Digital Service Startup ในไทย

ปัจจุบัน เทคโนโลยีดิจิทัลได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนและสร้างธุรกิจใหม่ในภาคบริการ ก่อให้เกิดแพลตฟอร์มดิจิทัลบนโลกออนไลน์ของธุรกิจบริการด้านต่าง ๆ ตอบรับกับแนวโน้มที่ธุรกิจในยุคปัจจุบันล้วนมุ่งสู่การมีตัวตนบนช่องทางออนไลน์ เช่น บริการเรียกรถแท็กซี่ บริการจัดหาแม่บ้านทำความสะอาด และบริการจัดหาช่างซ่อมบ้าน เป็นต้น ก่อให้เกิดธุรกิจดิจิทัลสตาร์ทอัพด้านบริการ (Digital Service Startup) เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในทุกภาคส่วน โดยเฉพาะผู้ประกอบการที่มีไอเดียสร้างสรรค์และแปลกใหม่ เนื่องจากใช้ต้นทุนสำหรับการดำเนินธุรกิจใน

ช่วงเริ่มต้นไม่สูงมากนักเมื่อเทียบกับการดำเนินธุรกิจในรูปแบบเดิม อีกทั้ง การใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีในการประกอบธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์มีส่วนสำคัญที่ทำให้ผลประกอบการทางธุรกิจมีโอกาสเติบโตได้อย่างรวดเร็ว เนื่องจากมีส่วนเสริมให้การบริหารจัดการมีประสิทธิภาพ เอื้อให้กลุ่มลูกค้ามีการใช้บริการซ้ำ และสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ในวงกว้างมากขึ้นทั้งในประเทศและต่างประเทศ

ธุรกิจ Digital Service Startup ในประเทศไทยมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ทั้งในด้านจำนวนธุรกิจ รวมไปถึงรูปแบบการทำธุรกิจที่มีการขยายไปยังธุรกิจที่หลากหลายมากขึ้น จากแต่เดิมที่มีแต่ธุรกิจค้าปลีกออนไลน์ (E-Commerce) เป็นส่วนใหญ่ ทั้งนี้ จากการสำรวจและประมาณการโดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย พบว่า ธุรกิจ Digital Service Startup ไทยที่เป็นที่นิยมมากที่สุดในกลุ่มผู้ประกอบการ 3 อันดับแรก ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนรวมกันราวร้อยละ 90 ของจำนวนธุรกิจดิจิทัลสตาร์ทอัพด้านบริการของไทยทั้งหมด มีดังนี้

3 ธุรกิจ Digital Service Startup ยอดนิยม



เกี่ยวกับการใช้ชีวิตประจำวัน



บริการธุรกรรมการเงิน



ซอฟต์แวร์บริหารจัดการองค์กร

1. **ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการใช้ชีวิตประจำวันของผู้บริโภค (Lifestyle)** คิดเป็นสัดส่วนราวร้อยละ 47 เช่น การท่องเที่ยว การให้บริการจองร้านอาหาร หรือสั่งอาหารออนไลน์ เป็นต้น ซึ่งจะขยายตัวไปพร้อมกับการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภคที่นิยมใช้ชีวิตประจำวันเกี่ยวข้องกับโลกออนไลน์มากขึ้น
2. **ธุรกิจให้บริการทางด้านธุรกรรมทางการเงินออนไลน์ (FinTech)** คิดเป็นสัดส่วนราวร้อยละ 27 เช่น การชำระเงิน การกู้ยืมเงิน การระดมทุน เป็นต้น โดยกลุ่ม FinTech นับว่ามีการขยายตัวอย่างรวดเร็วในช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมา นั่นเป็นเพราะธุรกรรมทางการเงินได้สอดแทรกอยู่ตามกิจวัตรประจำวันของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าและบริการตามโลกออนไลน์
3. **ธุรกิจให้บริการซอฟต์แวร์ด้านการบริหารจัดการองค์กรทางออนไลน์ (Enterprise)** คิดเป็นสัดส่วนราวร้อยละ 16 โดยมีลูกค้าเป็นผู้ประกอบการด้านธุรกิจ เช่น ระบบบัญชีออนไลน์ ระบบเสนอราคาซื้อขายสินค้า และระบบสำหรับการบริหารจัดการคลังสินค้า เป็นต้น ซึ่งกลุ่มธุรกิจดังกล่าวน่าจะมีโอกาสเติบโตได้อีกมากในอนาคต สอดคล้องไปกับการเติบโตของภาคธุรกิจต่าง ๆ โดยเฉพาะภาคธุรกิจที่ดำเนินกิจการอยู่บนแพลตฟอร์มออนไลน์เป็นหลัก

ในปัจจุบัน โมเดลธุรกิจ Digital Service Startup ส่วนใหญ่ในไทย มักเป็นการพัฒนามาจากโมเดลธุรกิจแบบดั้งเดิมบนโลกออฟไลน์แล้วนำมาอยู่บนแพลตฟอร์มออนไลน์ อาทิ การเรียนการสอนออนไลน์ที่เป็นการนำคลิปวิดีโอ

ของผู้สอนหรือตัวเตอรืมาอยู่บนแพลตฟอร์มออนไลน์ โดยผู้เรียนสามารถเลือกเรียนวิชาหรือเนื้อหาใดก็ได้ตามความต้องการ แล้วชำระเงินเป็นรายครั้ง เป็นต้น อย่างไรก็ตาม จากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีดิจิทัลและการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคไทยที่หันมาทำกิจกรรมต่าง ๆ บนออนไลน์มากขึ้น ทำให้เกิดข้อมูลปริมาณมหาศาลในรูปแบบดิจิทัล หรือที่เรียกว่า บิ๊กดาต้า (Big Data) ส่งผลให้ในอนาคตธุรกิจ Digital Service Startup น่าจะเปลี่ยนแปลงไปสู่การสร้างโมเดลธุรกิจใหม่ที่เกิดจากการสังเคราะห์หรือวิเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ เพื่อเชื่อมโยงระหว่างธุรกิจบริการที่แตกต่างกัน อาทิ การวิเคราะห์ฐานข้อมูลทางด้านการรักษาพยาบาลและการดูแลสุขภาพของผู้ป่วยตามโรงพยาบาลต่าง ๆ เพื่อนำเสนอแพ็คเกจประกันชีวิตหรือประกันสุขภาพที่เหมาะสมเป็นรายบุคคลผ่านทางแพลตฟอร์มออนไลน์ เป็นต้น

โอกาส ความท้าทาย และแนวทางการปรับตัวของผู้ประกอบการ SME สู่ธุรกิจ Digital Service Startup

การทำธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์นับว่าเป็นการสร้างโอกาสทางธุรกิจแก่กลุ่มผู้ประกอบการรายใหม่ โดยเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็ก (SME) โดยเฉพาะอย่างยิ่งโอกาสการขยายฐานลูกค้าออกไปอย่างกว้างขวางและรวดเร็ว เนื่องจากปัจจุบันผู้บริโภคส่วนใหญ่ของไทยสามารถเข้าถึงบริการผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลได้ทุกที่ทุกเวลาผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่อย่างสมาร์ทโฟน โดย ณ สิ้นเดือนมิถุนายน 2561 มีผู้บริโภครายร้อยละ 61.2 ของจำนวนประชากรไทยที่สามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ได้ นอกจากการขยายฐานลูกค้าในประเทศแล้ว ผู้ประกอบการก็ยังสามารถต่อยอดธุรกิจโดยการขยายตลาดไปยังต่างประเทศได้อีกด้วย

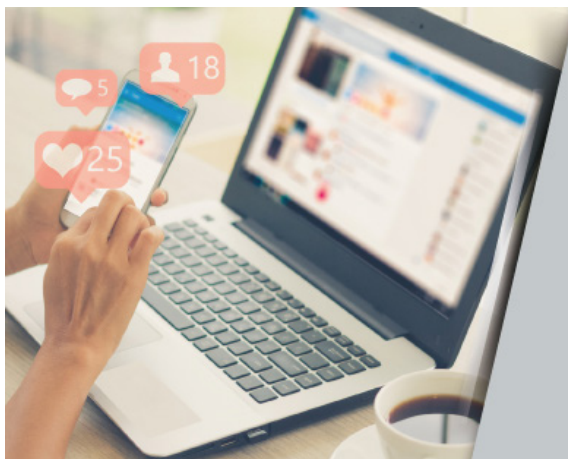


นอกจากนี้ ช่องทางดิจิทัลยังช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถพัฒนาบริการที่สร้างโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ ในรูปแบบที่ทำได้ยากในธุรกิจบริการดั้งเดิมแบบออฟไลน์ เช่น บริการเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโดยนักท่องเที่ยวสามารถร่วมกับชาวบ้านในชุมชนในการออกแบบโปรแกรมทัวร์ร่วมกันผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ หรือบริการตกแต่งบ้านผ่านเทคโนโลยีเสมือนจริงบนสมาร์ทโฟน โดยผู้ใช้บริการสามารถเห็นรูปแบบการตกแต่งบ้านที่มีฉากหลังเป็นพื้นที่ห้องของตนเองจริง ๆ ซึ่งจะช่วยให้ทราบทันทีว่าควรจัดวางเครื่องตกแต่งไว้ที่ใดจึงจะเหมาะสม เป็นต้น

อย่างไรก็ดี การมุ่งสู่ธุรกิจ Digital Service Startup ของผู้ประกอบการ SME ก็อาจต้องเผชิญความท้าทายจากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ สอดคล้องไปกับการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยี ทำให้กระแส

ความนิยมในการใช้แพลตฟอร์มออนไลน์หนึ่ง ๆ ของผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วเช่นเดียวกัน อีกทั้งการแข่งขันที่รุนแรงในกลุ่มธุรกิจ Digital Service Startup จากคู่แข่งมากมายในตลาด ทั้งจากคู่แข่งขนาดใหญ่และขนาดเล็ก รวมไปถึงผู้ประกอบการต่างชาติที่ขยายธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลเข้ามาในไทย ก็นับว่าเป็นความท้าทายของผู้ประกอบการธุรกิจที่อาจต้องเผชิญในระยะข้างหน้า

ทั้งนี้ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ได้ทำการวิเคราะห์ถึงแนวทางการปรับตัวและปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ผู้ประกอบการ SME ที่ต้องการเข้าสู่ธุรกิจ Digital Service Startup ทั้งผู้ประกอบการรายใหม่ และผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจอยู่บนออนไลน์อยู่ก่อนแล้วประสบความสำเร็จ ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภค โดยมีรายละเอียด ดังนี้



4 แนวทางปรับตัวที่ SME ต้องรู้

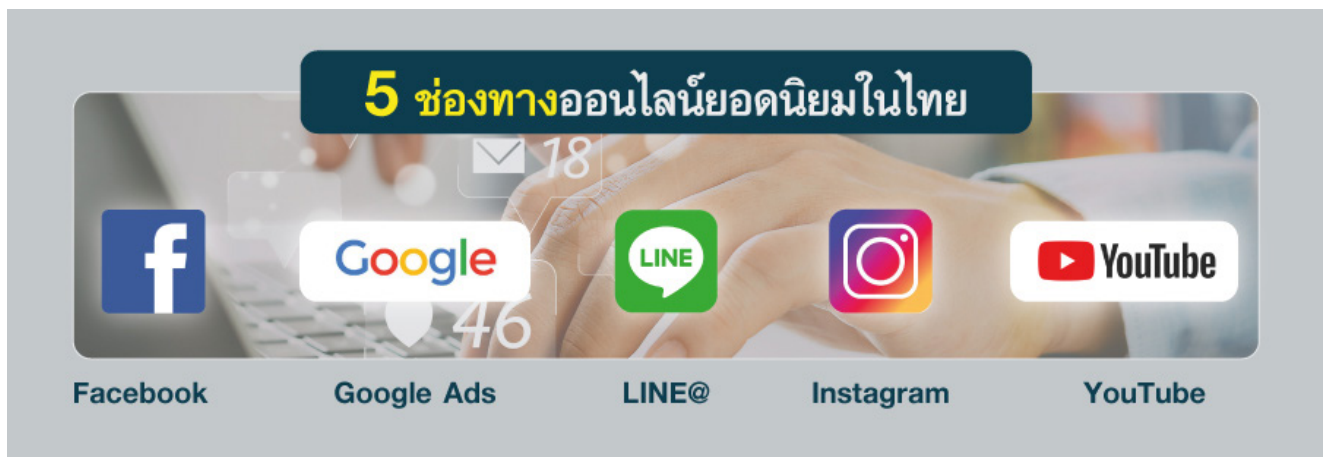
- ✓ หาไอเดียธุรกิจตอบโจทย์คนในปัจจุบัน
- ✓ สร้างแพลตฟอร์มดิจิทัลให้เป็นที่รู้จัก
- ✓ เพิ่มฟังก์ชันใหม่ในแพลตฟอร์มดิจิทัลเสมอ
- ✓ หาพันธมิตรธุรกิจที่ดี

1. พัฒนาไอเดียธุรกิจที่สามารถตอบโจทย์และเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของผู้บริโภคได้

ก้าวแรกของการปรับการดำเนินธุรกิจสู่แพลตฟอร์มดิจิทัลนั้น ผู้ประกอบการควรเริ่มจากการพัฒนาไอเดียทางธุรกิจซึ่งอาจเป็นไอเดียใหม่ หรือต่อยอดจากธุรกิจเดิมของตน โดยไอเดียนั้นควรที่จะสามารถตอบโจทย์และเปลี่ยนแปลงวิถีการใช้ชีวิตของผู้บริโภคได้ และทำให้ผู้บริโภครู้สึกว่าชีวิตมีความสะดวกสบายมากขึ้น จากนั้นจึงสร้างแพลตฟอร์มดิจิทัลจากไอเดียดังกล่าว เพื่อให้ผู้บริโภคกลุ่มหนึ่งได้ทดลองใช้ และเก็บข้อคิดเห็นเพื่อมาปรับปรุงโมเดลธุรกิจของตนก่อนการขยายฐานลูกค้าออกไปในวงกว้าง

2. สื่อสารทางการตลาดให้แพลตฟอร์มดิจิทัลของตนเป็นที่รู้จักในวงกว้าง

จากพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัลที่นิยมทำกิจกรรมต่าง ๆ บนออนไลน์ ส่งผลให้เครื่องมือสื่อสารทางการตลาดออนไลน์ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการเข้าถึงผู้บริโภค เพื่อสร้างการรับรู้และดึงดูดให้ผู้บริโภคเข้ามาใช้งานบริการแพลตฟอร์มออนไลน์ของผู้ประกอบการ โดยแต่ละเครื่องมือทางการตลาดจะมีความแตกต่างกันทั้งทางด้านคุณลักษณะของเครื่องมือและลักษณะการใช้งาน ซึ่งผู้ประกอบการต้องทำการศึกษาและเลือกใช้ให้เหมาะสม โดยขอยกตัวอย่างช่องทางออนไลน์ที่สำคัญและมักถูกใช้งานโดยผู้บริโภคไทย ดังนี้



Facebook

เป็นสื่อโซเชียลมีเดียที่มีจุดแข็งทางด้านการเก็บรวบรวมข้อมูลส่วนตัวของสมาชิกอย่างเป็นระบบ เช่น ชื่อ อายุ ความชอบ และความสัมพันธ์กับสมาชิกอื่น เป็นต้น รวมไปถึงกิจกรรมต่าง ๆ ที่สมาชิกทำและโพสต์บน Facebook ทำให้ผู้ประกอบการสามารถส่งโฆษณาไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้โดยตรง นอกจากนี้ ผู้ประกอบการยังสามารถสร้างแฟนเพจ (Fanpage) เพื่อเป็นศูนย์กลางในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า โดยถ้าลูกค้ากดไลค์หรือกดแชร์ข้อมูลข่าวสารใด ข้อมูลเหล่านั้นก็จะถูกกระจายออกไปอย่างรวดเร็ว อย่างไรก็ตาม เมื่อต้นปี 2561 ทาง Facebook ได้มีการปรับนโยบายการแพร่กระจายของข้อมูลข่าวสารโดยให้ความสำคัญกับข้อมูลข่าวสารที่น่าสนใจและมีคุณค่าก่อน ดังนั้น ผู้ประกอบการควรพิจารณาเลือกโพสต์ข้อมูลที่เพิ่มความสร้างสรรค์และให้คุณค่ากับผู้อ่าน แทนที่จะเป็นการโพสต์ข้อความที่โฆษณาบริการของตนโดยตรง เพื่อให้เกิดประสิทธิผลสูงสุดในการสื่อสารทางการตลาด ทั้งนี้ Facebook นับได้ว่าเป็นเครื่องมือสื่อสารทางการตลาดที่เหมาะสมกับการเปิดตัวบริการใหม่เข้าสู่ตลาด โดยการเปิดเกมรุกเข้าหาลูกค้าที่ถูกกำหนดเป็นกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งกลุ่มผู้ประกอบการที่เหมาะสมสำหรับการใช้ Facebook เป็นช่องทางสื่อสารทางการตลาด จะเป็นกลุ่มผู้ประกอบการทุกประเภท เนื่องจาก Facebook มีความหลากหลายของสมาชิกในทุกเพศทุกวัยและทุกอาชีพ

Google Ads¹

เป็นเครื่องมือโฆษณาออนไลน์ที่ลงโฆษณาในผลการค้นหาบนหน้า Search ของกูเกิล และบนเว็บไซต์ต่าง ๆ ที่เป็นพาร์ทเนอร์กับกูเกิล โดยมีจุดแข็งในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่กำลังมีความต้องการในตัวของบริษัทได้อย่างแม่นยำ เนื่องจากโฆษณาจะถูกแสดงผลเมื่อลูกค้ากำลังค้นหาบริการนั้นๆ บนหน้า Search ของกูเกิล หรือกำลังเข้าชมเว็บไซต์ที่มีเนื้อหาสอดคล้องกับโฆษณาบริการของผู้ประกอบการอยู่ ซึ่งสถานการณ์เหล่านี้จะทำให้เกิดการเลือกใช้บริการของผู้ประกอบการได้ง่าย อย่างไรก็ตาม ข้อเสียของเครื่องมือนี้ คือ ผู้ประกอบการต้องกำหนดคีย์เวิร์ดในการค้นหาให้ครอบคลุมลักษณะของธุรกิจบริการดิจิทัลที่ต้องการโฆษณาไม่เช่นนั้นแล้วโฆษณานั้น ๆ จะมีโอกาสถูกแสดงผลที่ลดลง ดังนั้น Google Ads จึงเหมาะ

¹ เดิมชื่อ Google AdWords

สมกับการโปรโมทบริการที่เป็นที่รู้จักในตลาดในระดับหนึ่ง และเหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าที่อาศัยช่องทาง Search ของกูเกิลในการค้นหาบริการที่ตนเองต้องการเป็นหลัก

LINE@

เป็นเครื่องมือติดต่อสื่อสารทางการตลาดกับผู้บริโภคที่ติดตามเป็นสมาชิกของบัญชี LINE@ ของผู้ประกอบการ ซึ่งมักจะเป็นลูกค้าที่เคยใช้บริการของผู้ประกอบการอยู่แล้ว โดยผู้ประกอบการสามารถส่งข้อความ รูปภาพ หรือเสียงเพื่อสื่อสารเกี่ยวกับบริการใหม่ ๆ หรือโปรโมชั่นของตนไปยังลูกค้าที่ติดตามได้โดยตรง และยังสามารถพูดคุยตอบข้อซักถามของลูกค้าเป็นรายบุคคลได้ ทั้งนี้ จากข้อจำกัดที่ LINE@ สามารถสื่อสารได้เฉพาะกับสมาชิกที่ติดตามอยู่เท่านั้น ส่งผลให้เครื่องมือ LINE@ อาจจะไม่เหมาะสมกับการทำการตลาดเชิงรุกเพื่อโฆษณาขยายฐานลูกค้าใหม่ ๆ

Instagram

เป็นสื่อโฆษณาที่เหมาะสมกับการใช้ภาพถ่ายเพื่อโปรโมทธุรกิจมากกว่าการใช้ข้อความ โดยผู้ประกอบการสามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้ Instagram โพสต์โฆษณาดังกล่าวไปได้ ขณะที่ผู้ชมสามารถกด Follow เพื่อติดตามโพสต์ต่าง ๆ ในอนาคตของผู้ประกอบการได้ นอกจากนี้ Instagram มีการเชื่อมโยงและแชร์ฐานข้อมูลสมาชิกร่วมกันกับ Facebook ทำให้การทำโฆษณาตรงกลุ่มเป้าหมายยิ่งขึ้น ส่งผลให้ Instagram กลายมาเป็นเครื่องมือสื่อสารทางการตลาดเชิงรุกอีกตัวหนึ่งที่เหมาะสมกับการเปิดตัวบริการใหม่เข้าสู่ตลาด และเป็นช่องทางสื่อสารทางการตลาดที่เหมาะสมกับผู้ประกอบการในทุกกลุ่มธุรกิจ

YouTube

เป็นสื่อโฆษณาที่ใช้วิดีโอในการโปรโมทธุรกิจ ซึ่งผู้ประกอบการสามารถใช้ช่องทางนี้ในการแนะนำบริการผ่านการสาธิต เพื่อให้ผู้ชมเข้าใจและเห็นภาพของประโยชน์และการใช้งานบริการดิจิทัลได้ง่าย โดย YouTube ถูกออกแบบมาให้ผู้โฆษณาสามารถเลือกกลุ่มเป้าหมายที่สอดคล้องกับบริการที่ต้องการโปรโมทได้ เช่น อายุ เพศ และความสนใจ เป็นต้น ซึ่งจะทำให้การโฆษณานั้นตอบโจทย์ของคนที่สนใจในบริการนั้นได้เป็นอย่างดี โดยวิดีโอโฆษณาจะปรากฏก่อนหรือหลังวิดีโออื่นที่เกี่ยวข้องและสอดคล้องกับกลุ่มผู้ชมเป้าหมายที่เลือกไว้ นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังสามารถนำลิงค์วิดีโอโฆษณาของตนไปแชร์ในเครือข่ายสังคมออนไลน์อื่น ๆ อย่าง Facebook และ Line เพื่อกระจายต่อไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในวงกว้างได้ ดังนั้น YouTube จึงนับได้ว่าเป็นช่องทางสื่อสารทางการตลาดที่ค่อนข้างยืดหยุ่นและเหมาะสมกับกลุ่มผู้ประกอบการทุกประเภท

เครื่องมือสื่อสารทางการตลาดดังกล่าวข้างต้น จะมีค่าใช้จ่ายแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับลักษณะของเนื้อหาโฆษณา ขนาดของกลุ่มเป้าหมาย จำนวนครั้ง และระยะเวลาการโพสต์โฆษณา เป็นต้น ซึ่งผู้ประกอบการจำเป็นต้องศึกษารายละเอียดค่าใช้จ่ายของแต่ละเครื่องมือ และเลือกรูปแบบการทำโฆษณาที่เหมาะสมกับค่าใช้จ่ายที่ต้องการต่อไป

3. เพิ่มเติมฟังก์ชันใหม่ ๆ ในแพลตฟอร์มดิจิทัลของตนอย่างสม่ำเสมอ

ผู้ประกอบการควรต้องมีการพัฒนาเพิ่มเติมฟังก์ชันต่าง ๆ ในแพลตฟอร์มดิจิทัลของตนเองให้มีความแปลกใหม่และสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคคนไทยที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว โดยพัฒนาฟังก์ชันที่สร้างความสะดวกสบายในการใช้งาน ทำให้ผู้บริโภคได้ประสบการณ์ที่น่าประทับใจ ก่อให้เกิดการกลับมาใช้บริการซ้ำในระยะเวลาอันสั้น รวมไปถึงการสร้าง ความแตกต่างจากคู่แข่งในตลาดอยู่เสมอผ่านการเพิ่มเติมฟังก์ชันการให้บริการใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง

4. สรรหาพันธมิตรทางธุรกิจที่ดี

เนื่องด้วยในปัจจุบัน ผู้ประกอบการที่เริ่มธุรกิจ Digital Service Startup โดยไม่เคยทำธุรกิจบนออนไลน์มาก่อน โดยส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจไม่มากนัก ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจในระยะยาว รวมถึงภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือของแพลตฟอร์มบริการดิจิทัลที่เปิดตัว ดังนั้น หากผู้ประกอบการธุรกิจ Digital Service Startup สามารถสรรหาพันธมิตรทางธุรกิจที่ดี ซึ่งอาจเป็นบริษัทขนาดใหญ่ที่มีความพร้อมด้านทรัพยากรต่าง ๆ อาทิ ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการบริหารจัดการเชิงธุรกิจและการวางแผนกลยุทธ์การตลาด ฐานข้อมูลลูกค้า รวมไปถึงความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน เป็นต้น ก็จะทำให้ธุรกิจของตนมีโอกาสประสบความสำเร็จมากขึ้น และสามารถต่อยอดไอเดียใหม่ ๆ ได้เร็ว รวมไปถึงการมีต้นทุนในการดำเนินธุรกิจที่ลดลงและลดความเสี่ยงจากการดำเนินธุรกิจได้

ภายใต้ความเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วของสภาพแวดล้อมการดำเนินธุรกิจ เทคโนโลยี และพฤติกรรมผู้บริโภค การดำเนินธุรกิจในรูปแบบเดิมอาจไม่เพียงพอต่อการอยู่รอดของธุรกิจในระยะยาว กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจ SME จำเป็นต้องมีการติดตามเทรนด์การพัฒนาและเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีต่าง ๆ โดยเฉพาะเทคโนโลยีดิจิทัลอยู่เสมอ เพื่อที่จะศึกษาและนำเทคโนโลยีเหล่านั้นมาปรับใช้ และต่อยอดช่องทางการดำเนินธุรกิจของตนได้อย่างเหมาะสม ซึ่งจะเป็นส่วนสำคัญในการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของผู้ประกอบการให้เหนือกว่าคู่แข่ง และเพิ่มรายได้ในธุรกิจใหม่ได้อีกทางหนึ่ง

อัปเดตเทรนด์ความรู้ธุรกิจไม่รู้จบ
ทุกที่ทุกเวลา ได้ที่    

