THAIWINNER.COM

'ขายอะไรดี'

คู่มือนี้มีคำตอบ

คู่มือคู่คิดช่วย
คุณเริ่มธุรกิจ

หากเตรียมตัวพร้อม จะขายอะไรก็ดีหมด

'ขายอะไรดี' คู่มือนี้มีคำตอบ

เตรียมตัวมา ขายอะไรก็ดีหมด

ก่อนที่จะเริ่ม

สินค้าที่คุณสามารถขายได้มีอยู่หลายอย่าง แต่ไม่ใช่ทุกสินค้า ทุกธุรกิจ และ ทุกอุตสาหกรรม ที่จะเหมาะกับทุกคน หมายความคุณต้องเลือกสินค้าหรือธุรกิจที่เหมาะกับตัวคุณ ก่อนที่คุณจะลงทุน เสียเวลาเลือกสินค้ามาขาย ให้ลองใช้เวลา 2-3 นาทีเพื่ออ่านคู่มือนี้และทำความเข้าใจเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆนะครับ

หลายคนคิดว่าสินค้าน่าขาย คือสินค้าที่เราเห็นร้านอื่นทำแล้วดู 'ขายดี' แต่พอเราลอกไอเดีย ลอกสินค้ามาแล้วกลับค้นพบว่าของที่ขายดีสำหรับคนอื่น เป็นสิ่งที่ขายไม่ดีสำหรับเรา และการขายก็คงยากกว่ามาก หากเราไม่ได้ชอบสินค้าชนิดนี้ **เพราะถ้าสินค้าขายไม่ได้ คุณก็จะต้องจำใจฝืนขายไปเรื่อย ๆ** จนกว่าจะหมดสต๊อก

เพื่อที่คุณจะได้ไม่ต้องพบเจอบทเรียน 'ราคาแพง' ให้ลองตอบคำถามเหล่านี้ดูก่อนนะครับ คู่มือในส่วนนี้จะประกอบไปด้วยการวิเคราะห์มุมมองต่างๆของคุณ การแข่งขันในตลาด และโจทย์ธุรกิจ

- ✔ **คู่มือในการวิเคราะห์ความชอบและทักษะของคุณ**
- ✔ **คู่มือในการวิเคราะห์คู่แข่งและเลือกสินค้า**
- ✔ **คู่มือในการตอบโจทย์ธุรกิจ**

<u>คู่มือในการวิเคราะห์ความชอบและทักษะของคุณ</u>

สิ่งที่เราชอบคืออะไร

สิ่งที่เราชอบคืออะไร	
#1	
#2	
#3	

ไม่ได้จำกัดแค่ผลิตภัณฑ์หรือสิ่งของที่คุณชอบนะครับ คุณอาจจะชอบหรือรู้จักกลุ่มลูกค้าไหนเป็นพิเศษ หรืออาจจะชอบอุตสาหกรรมและตลาดไหนเป็นพิเศษก็ได้

สิ่งที่เราเก่งกว่าคนอื่นคืออะไร

สิ่งที่เราเก่งกว่าคนอื่นคืออะไร	
#1	
#2	
#3	

‘เก่งกว่า’ ในที่นี้ไม่ได้หมายความว่าคุณต้องเก่งที่สุดในประเทศ หรือในโลก คุณแค่ต้องรู้มากพอที่จะตอบคำถามลูกค้าได้ หากคุณสามารถอธิบายข้อดีสินค้าให้คนทั่วไปเข้าใจได้ ผมคิดว่าก็เป็นจุดเริ่มต้นที่ดีแล้ว

ความเก่งมีได้หลายอย่าง บางคนอาจจะเก่งเรื่องอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ บางคนอาจจะเก่งเรื่องการขาย บางคนอาจจะเก่งเรื่องการตัดต่อภาพ หรือบางคนอาจจะโตมาในสภาพแวดล้อมบางอย่างที่ทำให้แตกต่างจากคนอื่น

เราเคยทำงานในบริษัทแบบไหน-เคยทำงานอะไรมาบ้าง

เราเคยทำงานในบริษัทแบบไหน-เคยทำงานอะไรมาบ้าง	
#1	
#2	
#3	

ในส่วนนี้หมายถึงประสบการณ์เฉพาะตัวของคุณ คุณอาจจะเป็นคนทำบัญชีในบริษัทน้ำมัน แคชเชียร์ในร้านสะดวกซื้อ นักเรียนสายวิทย์คณิต หรือแม่ค้าขายขนมออนไลน์ หากคุณเข้าใจว่าไม่ใช่ทุกคนที่จะมีเวลาลองทำทุกอย่าง คุณก็จะรู้ว่าประสบการณ์ต่างๆของคุณ ต่อให้เล็กน้อยแค่ไหน ก็คือสิ่งที่ทำให้คุณแตกต่างได้

<u>คู่มือในการวิเคราะห์คู่แข่งและเลือกสินค้า</u>

ในส่วนที่แล้วผมได้อธิบายเรื่องการวิเคราะห์ความชอบความเก่งของตัวเองไปแล้ว ในส่วนนี้จะเป็นการวิเคราะห์เชิงธุรกิจ การแข่งขัน เลือกสินค้าที่น่าจะขายได้ดีแต่ก็มีคู่แข่งน้อย ช่วยให้เราลดปัญหาโดนคนอื่นตัดราคาจนกำไรเราหายหมด

สำหรับทุกไอเดียสินค้าที่คุณคิดได้ ให้พิจารณาปัจจัยเหล่านี้เพิ่มขึ้นไปด้วย

สินค้าแบบไหนที่จะไม่หายไป ภายใน 5 ปีข้างหน้า	
#1	
#2	
#3	

สินค้าติดเทรนด์เป็นเหมือนดาบสองคม ในช่วงไม่กี่เดือนแรก คุณก็จะขายดี แต่หลังจากนั้นภายในไม่กี่เดือนยอดขายก็จะตกเยอะมากจนน่ากลัว หากคุณเลือกสินค้าเหล่านี้ คุณก็ต้องพร้อมที่จะใช้เวลาเพื่อหาสินค้าใหม่เรื่อยๆทุกครึ่งปี ไม่แปลกใจเลยที่หลายคนรู้สึกท้อหรือหมดไปเวลาขายสินค้าพวกนี้

สินค้าแบบไหนที่มีการแข่งขันน้อยตอนนี้	
#1	
#2	
#3	

ในส่วนนี้หากคุณรู้ช่องทางที่คุณอยากจะขายแล้ว (เช่น ขายออนไลน์ใน Facebook หรือเช่าพื้นที่ในตลาด) ก็ให้ลองสังเกตุการแข่งขันในช่องทางการขายเหล่านี้ด้วย ให้ตอบคำถามก็ได้ว่าคุณสามารถที่จะขายของแข่งกับคู่แข่งเรานี้ได้ 'เร็วกว่า ถูกกว่า ดีกว่า หรือ น่าเชื่อถือมากกว่า' ได้แค่ไหน หากทำไม่ได้ ก็เท่ากับว่าผลิตภัณฑ์และช่องทางการขายนี้มีการแข่งขันเยอะ

ปัญหาของลูกค้าหรือคนใกล้ตัวคุณมีอะไรบ้าง	
#1	
#2	
#3	

ให้ลองสังเกตกลุ่มลูกค้า กลุ่มคนใกล้ตัว แล้วก็ตัวเอง ดูว่าปัญหาไหนบ้างที่ไม่ได้รับการแก้ไข อาจจะเป็นการต้องขับรถไปไกลเพื่อกินข้าว หรือการหาร้านบางอย่างที่มีความน่าเชื่อถือไม่ได้ วิธีที่ดีที่สุดก็คือการลองสัมภาษณ์ลูกค้า อยากให้ลูกค้าอธิบายตัวอย่างวิธีการแก้ปัญหาปัจจุบันให้คุณฟัง (ลูกค้าหาสินค้าผ่านช่องทางไหน และใช้เกณฑ์อะไรในการเลือกร้านค้า)

คู่มือในการตอบโจทย์ธุรกิจ

หากคุณได้ใช้เวลาในการตอบโจทย์สองหัวข้อหลัก ด้านการวิเคราะห์ความชอบทักษะ และการวิเคราะห์ตลาดและคู่แข่ง ที่ผ่านมาแล้ว คุณก็จะสามารถนำไอเดียสินค้าในหัวข้อแรกมารวมกับเกณฑ์การเลือกสินค้าในหัวข้อที่ 2 ได้ ซึ่งก็จะทำให้คุณได้ไอเดียสินค้าที่มีความน่าขายอยู่พอสมควร

Check List ไอเดียสินค้าที่ตอบโจทย์ความต้องการลูกค้า

- ☐ สิ่งที่เราชอบคืออะไร
- ☐ สิ่งที่เราเก่งกว่าคนอื่นคืออะไร
- ☐ เราเคยทำงานในบริษัทแบบไหน-เคยทำงานอะไรมาบ้าง
- ☐ สินค้าแบบไหนที่จะไม่หายไป ภายใน 5 ปีข้างหน้า
- ☐ สินค้าแบบไหนที่มีการแข่งขันน้อยตอนนี้
- ☐ สินค้าแบบไหนที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้

หากไอเดียสินค้าของคุณสามารถผ่านเกณฑ์ข้างบน ได้อย่างน้อย 4 ใน 6 หัวข้อ ไอเดียการขายสินค้านี้ก็ถือว่ามีความน่าขายพอสมควร

การตอบคำถามว่า 'ขายอะไรดี' ไม่ได้จบแค่การเลือกสินค้า ถึงแม้ว่าเราจะมีไอเดียขายสินค้าที่ดีแต่ **หากเราไม่สามารถปฏิบัติการได้จริง โอกาสที่เราจะขายได้ก็มีน้อย** ซึ่งก็ไม่น่าแปลกใจเลยที่ร้านขายสินค้าเหมือนกัน 2 ร้าน จะมีผลประกอบการที่แตกต่างกัน บางร้านก็ขายได้ดี บางร้านก็ขายไม่ได้เลย

ในส่วนถัดไป เราต้องมาตอบโจทย์ด้านการค้าขายทำธุรกิจ ว่าเราขายสินค้านี้แล้วจะขายดี มีโอกาสสร้างกำไรให้เรามากแค่ไหน และจะคุ้มค่าการเสียเวลาของเราหรือเปล่า

หลังจากที่เรามีไอเดียสินค้าแล้ว

ในส่วนนี้จะเป็นการตีโจทย์ของกลุ่มลูกค้า ช่องทางการขาย การตั้งราคาคำนวณกำไร และการคำนวณตัวเลขเบื้องต้นว่าสินค้าของคุณน่าจะขายดีจริงหรือเปล่า และทำกำไรได้มากแค่ไหน ให้นำไอเดียสินค้าแต่ละอย่างของคุณมาวิเคราะห์ผ่านเกณฑ์เหล่านี้อีกที

หากคุณไม่ต้องการที่จะล้มเหลว ซื้อของมาแล้วขายไม่ได้ เงินจมเยอะ คุณก็จำเป็นที่จะต้อง **ทุ่มเทเวลาเพื่อหาข้อมูล** ตอบคำถามด้านล่างนี้นะครับ คู่มือในส่วนนี้จะประกอบไปด้วยการตอบโจทย์ธุรกิจอย่างเรื่องกลุ่มลูกค้า กลยุทธ์การขาย และ กลยุทธ์การตลาด

- ✔ **ตอบโจทย์ข้อมูลกลุ่มลูกค้าหลักของคุณ**
- ✔ **ตอบโจทย์การขาย**
- ✔ **การพยากรณ์ยอดขายพื้นฐาน**
- ✔ **ตอบโจทย์การตลาด**
- ✔ **สรุปแผนการเลือกสินค้ามาขาย**

ตอบโจทย์ข้อมูลกลุ่มลูกค้าหลักของคุณ

ข้อมูลกลุ่มลูกค้า	กลุ่มลูกค้า #1	กลุ่มลูกค้า #2	กลุ่มลูกค้า #3
รายละเอียดกลุ่มลูกค้า			
ช่องทางการติดต่อลูกค้า			
ปัญหาของลูกค้า			
จุดขายของคุณ			

รายละเอียดกลุ่มลูกค้า หมายถึงเพศ อายุ ที่อยู่ หรือตำแหน่งงานต่างๆครับ หากคุณเปิดร้านขายของหน้าโรงเรียน คุณก็คงจินตนาการออกว่านักเรียนแถวนั้นมีพฤติกรรมอย่างไรบ้าง สำหรับคนที่ขายของออนไลน์ก็ต้องตีโจทย์นี้ให้แตกเหมือนกัน ใครอยากได้เสื้อผ้าเด็ก? ใครชอบซื้อยาปลูกผม?

หลังจากที่คุณรู้กลุ่มลูกค้าแล้ว ช่องทางการติดต่อลูกค้าก็คือโจทย์ต่อไป คำตอบอาจจะเป็นอะไรที่ตรงไปตรงมาอย่างการทำโฆษณา Facebook หรือจะเป็นการเข้าไปคุยกับ ผอ. โรงเรียนเพื่อขอติดป้ายโฆษณา ในกรณีที่คุณเป็นร้านขายของหน้าโรงเรียน

ลองอ่านเรื่องนี้ดู: การวิเคราะห์ STP Marketing

STP คือเครื่องมือวิเคราะห์การตลาดที่ประกอบด้วย Segmentation Targeting และ Positioning หรือ การแบ่งส่วนตลาด การเลือกกลุ่มเป้าหมาย การจัดตำแหน่งสินค้า

โดยหน้าที่ของ STP คือการกำหนดเป้าหมาย จัดทิศทาง และ วางแผนกลยุทธ์สำหรับการสร้างและสื่อสาร 'จุดขาย' ของสินค้าให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายหลักมากที่สุด อ่านเพิ่มได้ที่นี่

ตอบโจทย์การขาย

ตอบโจทย์การขายสินค้า	
ชื่อสินค้า	
ช่องทางการขายหลัก	
กลุ่มลูกค้าหลัก	
ราคาขาย	
ต้นทุนสินค้า	
กำไรเบื้องต้น (ราคาขาย- ต้นทุน)	

ในส่วนนี้จะเป็นการใส่รายละเอียดของ ‘การขาย’ ที่คุณต้องใส่ใจ อย่างที่เรารู้กันว่า ‘สินค้า’ เป็นแค่ปัจจัยแรกในการขาย ปัจจัยอื่นๆก็สำคัญมากเหมือนกัน ตั้งแต่การตั้งราคา การเลือกช่องทางการขายหลัก (ที่อาจจะไม่เหมือนช่องทางการตลาด)

และสิ่งที่สำคัญที่สุดสำหรับการทำธุรกิจก็คือ ‘กำไร’ ในส่วนนี้ผมอยากให้ทุกคนลองคิดถึงกำไรเบื้องต้นต่อการขายสินค้าหนึ่งชิ้นก่อน ในส่วนถัดไปเราจะมาลองคำนวณยอดขายรวมดูอีกที

หากคุณมีหลายกลุ่มลูกค้า และคุณมีแรงพอที่จะทำ ‘กลยุทธ์การขาย-กลยุทธ์การตลาด’ มากพอสำหรับลูกค้าแต่ละกลุ่ม คุณก็สามารถทำการวิเคราะห์ตารางด้านบนหลายรอบได้ครับ หรือจะเลือกทำสำหรับกลุ่มลูกค้าหลักของคุณก็พอ

ลองอ่านเรื่องนี้ดู: การตั้งราคา

วิธีตั้งราคาสินค้ามีสามรูปแบบ คือ ตั้งราคาเจาะตลาด ตั้งราคาทดสอบลูกค้า และ ตั้งราคาตามคนอื่น

ตั้งราคาเจาะตลาด: คือการตั้งราคาให้ต่ำ เพื่อตัดกำไรกันไม่ให้คู่แข่งเข้ามาได้ ลูกค้าจะได้กำไรเยอะสุด
ตั้งราคาทดสอบลูกค้า: คือการตั้งราคาให้สูง สร้างแบรนด์และทำกำไรเพื่อนำเงินมาหมุนในการขยายธุรกิจ
ตั้งราคาอิงคนอื่น: คือการตั้งราคาอิงคู่แข่ง เพราะคุณขายสินค้าคล้ายกัน อ่านเพิ่มได้ที่นี่

การพยากรณ์ยอดขายพื้นฐาน

พยากรณ์ยอดขาย	ยอดขายต่อเดือน	ยอดขายปีแรก	ยอดขายปีที่สอง
จำนวนคนที่เข้าถึง			
จำนวนคนที่ทักเข้ามา			
จำนวนคนที่ซื้อสินค้า			
ยอดขายเฉลี่ย ต่อลูกค้าหนึ่งคน			
ยอดขายรวม ต่อช่วงเวลา			

หากคุณยังไม่รู้ว่าตัวเลขเหล่านี้เป็นอย่างไร วิธีที่ดีที่สุดก็คือการลองทดสอบดูก่อน ลองขายดูก่อนซัก 2 อาทิตย์หรือ 1 เดือน แน่นอนว่าในระหว่างทดสอบหาข้อมูล คุณไม่ควรลงทุนเยอะเกินไป พยายามทำอะไรเองเพื่อลดค่าต้นทุน หากคุณพิสูจน์ได้แล้วว่ามีโอกาสก็ค่อยลงทุนเพิ่มภายหลัง

ส่วนนี้สำคัญเป็นอย่างยิ่งหากคุณคิดจะใช้ 'การยิงโฆษณา' เป็นวิธีหลักในการดึงดูดลูกค้า เพราะถ้าคุณคำนวณส่วนการตลาดออกมาแล้วขาดทุน (ค่าโฆษณาแพงไป) คุณก็อาจจะต้องพิจารณาช่องทางการขายใหม่

ลองอ่านเรื่องนี้ดู: วิธีการพยากรณ์ยอดขาย (Sales Forecast)

การพยากรณ์ยอดขาย คือการประเมินมูลค่าและจำนวนของสินค้าที่เราจะขายได้ ด้วยการคาดการณ์จากข้อมูลการขายในอดีต ผลสำรวจตลาด หรือประสบการณ์ทางการขาย การพยากรณ์ที่ดีควรนำข้อมูลทั้งภายในและภายนอกองค์กรมาวิเคราะห์คู่กัน อ่านเพิ่มได้ที่นี่

ตอบโจทย์การตลาด

ตอบโจทย์การขายสินค้า	
ช่องทางการตลาด	
จุดที่ทำให้คุณแตกต่างจากคู่แข่ง	
'ข้อความ' ใช้ในการขาย ขยี้ปัญหาลูกค้า	
รายละเอียดการตลาดอื่น ๆ	

ในหลายครั้งช่องทางการขายของคุณอาจจะไม่เหมือนกับช่องทางการตลาด เช่นคุณอาจจะยิงโฆษณาผ่าน Facebook เป็นช่องทางการตลาด แต่ให้ลูกค้าแอด Line เข้ามาเพื่อปิดการขายด้านหลัง ในส่วนนี้เราต้องออกแบบระบบการขายและการตลาดให้ดี เพื่อให้ลูกค้าสามารถซื้อได้ง่าย

การตลาดเป็นหัวข้อสำคัญมาก เป็นปัจจัยที่ทำให้โรงแรมสามารถ 'ขายน้ำเปล่า' ได้ในราคาขวดละร้อยบาท ทั้ง ๆที่ลูกค้าเดินสิบนาทีไปซื้อที่เซเว่นก็ได้ หากคุณรู้ว่าคุณอยากขายอะไร คุณก็ต้องคอบให้ได้ว่าจะขายยังไง ขายเท่าไร และ ขายที่ไหน

ลองอ่านเรื่องนี้ดู: การวิเคราะห์ 4P Marketing Mix

4P Marketing Mix หรือ ส่วนผสมการตลาด คือเครื่องมือวางแผนการตลาดผ่านการวิเคราะห์ 4 ส่วน รวมถึง สินค้า ราคา การส่งเสริมการขาย และ ช่องทางจัดจำหน่าย เป้าหมายของ 4P คือการหาโอกาสและกลยุทธ์การตลาดที่เหมาะกับกลุ่มลูกค้ามากที่สุด อ่านเพิ่มได้ที่นี่

สรุปแผนการเลือกสินค้ามาขาย

สรุปแผนการเลือกสินค้ามาขาย

ลองอ่านเรื่องนี้ดู: การเขียนแผนการตลาด

แผนการตลาด คือแผนปฏิบัติการของกลยุทธ์การตลาดในช่วงเวลาข้างหน้า (1 เดือน 3 เดือน หรือ 1 ปี) แผนการตลาดรวมถึง ภาพรวมเป้าหมายการตลาดและโฆษณา รายละเอียดและระยะเวลาของแผนการตลาด และตัวชี้วัดประสิทธิภาพ (KPI) เป้าหมายของแผนการตลาดคือการสร้างทิศทางที่ชัดเจนให้กับธุรกิจ อ่านเพิ่มได้ที่นี่

แนะนำหนังสือ EBook

สำหรับเจ้าของธุรกิจและคนที่สนใจศึกษาเรื่องธุรกิจ

“อีบุ๊ค คู่มือธุรกิจฉบับพกพาที่ช่วยคุณวางแผนและตัดสินใจ”

‘ความรู้’ เรื่องธุรกิจอาจเข้าใจยาก แต่อีบุ๊คเล่มนี้จะช่วยสอนวิธีพื้นฐานธุรกิจ
ในสไตล์ที่โรงเรียนบริหารธุรกิจชั้นนำทั่วโลกสอนกัน

สนใจเพิ่มเติมสามารถหาข้อมูล ได้ที่นี่ (https://thaiwinner.com/business-handbook/)