



เครื่องมือส่งเสริมการขายและวิธีการใช้งาน บทที่ 1

เมื่อผู้ซื้อพบว่าผลิตภัณฑ์ที่ซื้อมีสิทธิ์ได้รับโปรโมชั่นส่งเสริมการขาย อาจจะช่วยเพิ่มโอกาสในการตัดสินใจซื้อสูงให้ขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงที่มียอดขายสูงสุด เช่น Prime Day และ Black Friday จึงได้กำหนดโปรโมชั่นให้เป็นคุณสมบัติทั่วไปของเว็บไซต์ นอกจากนี้ผู้ขายในแต่ละเว็บไซต์ยังสามารถใช้เครื่องมือส่งเสริมการขายที่หลากหลายเพื่อรวมโอกาสและเทศกาลให้กับผู้บริโภคในประเทศต่าง ๆ ตามการจัดการร้านค้าและการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ เนื้อหานี้จะให้คำแนะนำโดยละเอียดเกี่ยวกับวิธีการใช้เครื่องมือส่งเสริมการขายกิจกรรมช่วงพีคซันในเว็บไซต์ Amazon เพื่อเป็นการกระตุ้นยอดขายให้เพิ่มขึ้น เสริมสร้างการจัดการร้านค้า การสร้างแบรนด์ และเพิ่มอัตราการเปลี่ยนแปลง

1. ภาพรวมของเครื่องมือ ส่งเสริมการขาย

Amazon มอบเครื่องมือส่งเสริมการขายต่าง ๆ ให้กับผู้ขาย ซึ่งเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพอย่างยิ่งสำหรับการเพิ่มยอดขาย การสร้างสินค้าขายดี และการเปิดตลาด สำหรับผู้ขาย การเรียนรู้การใช้งานอย่างเชี่ยวชาญเป็นวิธีหนึ่งในการเพิ่มยอดขาย เพิ่มประสิทธิภาพการจัดการร้านค้า และเสริมสร้างการสร้างแบรนด์ บทนี้จะให้คำแนะนำโดยละเอียดเกี่ยวกับคำจำกัดความและข้อดีของเครื่องมือส่งเสริมการขาย

1.1 <u>เครื่องมือส่งเสริมการขายคืออะไร</u>	3
1.2 <u>ทำไมต้องใช้โปรโมชัน</u>	4

สื่ออิเล็กทรอนิกส์นี้มีเนื้อหาอยู่ทั้งหมด 8 บท หากคุณต้องการเรียนรู้เพิ่มเติมในบทอื่นๆ กรุณาดูที่ หน้าเนื้อหาที่เกี่ยวข้อง ประกอบ เพื่อค้นหาบทเรียนที่คุณต้องการเรียนรู้

1.1 เครื่องมือส่งเสริมการขายคืออะไร

เครื่องมือส่งเสริมการขายหมายถึงฟังก์ชันส่งเสริมการขายต่าง ๆ ของแพลตฟอร์มผู้ขายของ Amazon เพื่อให้ผู้ขายได้มอบส่วนลดและรางวัลการช้อปปิ้งที่ครอบคลุมแก่ผู้ซื้อ การใช้เครื่องมือส่งเสริมการขายเหล่านี้ร่วมกับกิจกรรมส่งเสริมการขายต่าง ๆ เช่น ช่วงพีคซันและการเปิดตัวร้านค้าสามารถผลักดันให้ผู้ซื้อสั่งซื้อและส่งเสริมการขาย ในขณะเดียวกัน ยังช่วยให้ผู้ขายโดดเด่นจากผลิตภัณฑ์คู่แข่งส่วนมากและคว้าส่วนแบ่งการตลาดได้อย่างรวดเร็ว ดังนั้นเมื่อคุณเชี่ยวชาญในการเข้าร่วมและจัดการกิจกรรมส่งเสริมการขาย ก็จะส่งเสริมให้คุณได้รับประสิทธิภาพที่ดีขึ้นบนเว็บไซต์ช้อปปิ้งของ Amazon

แล้ววิธีการส่งเสริมการขายในเว็บไซต์ช้อปปิ้งของ Amazon มีอะไรบ้าง? ตารางต่อไปนี้แสดงรายการเครื่องมือส่งเสริมการขายของ Amazon ที่มีอยู่หลายรายการสำหรับคุณ นอกจากนี้คุณยังสามารถเรียนรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับกฎและวิธีการจัดการที่เฉพาะเจาะจงได้จากบทต่อไปนี้

จำแนกประเภท	1. เครื่องมือส่งเสริมการขาย	ชื่อเต็มภาษาอังกฤษ
คูปอง	คูปอง	คูปอง
ส่วนลดพิเศษเฉพาะ Prime	ส่วนลดพิเศษเฉพาะ Prime	ส่วนลดพิเศษเฉพาะ Prime
กิจกรรม Deal	Flash Sale	Lightning Deal (LD)
	โปรโมชั่น 7 วัน	ดีล 7 วัน / ดีลที่ดีที่สุด / 7DD
	ดีลประจำวัน	ดีลประจำวัน / DOTD / เว็บไซต์ยุโรปเรียกอีกอย่างว่า "ดีลยอดนิยม"
ล้างสต็อก	โปรโมชั่นลดล้างสต็อก & ลดล้างสต็อก	Outlet Deal & Outlet Sale
คะแนนสะสม	Amazon Points (ปัจจุบันเฉพาะเว็บไซต์ญี่ปุ่น)	Amazon Points
รหัสโปรโมชั่นโซเซียลมีเดีย	รหัสโปรโมชั่นโซเซียลมีเดีย	รหัสโปรโมชั่นโซเซียลมีเดีย

1.2 ทำไมต้องใช้เครื่องมือโปรโมชัน

กิจกรรมส่งเสริมการขายซึ่งเป็นรูปแบบการส่งเสริมการขายที่เป็นที่นิยมของผู้บริโภค ด้วยข้อได้เปรียบด้านราคาหรือบริการ จึงมักจะได้ผลลัพธ์เป็นสองเท่าโดยใช้ความพยายามเพียงครั้งเดียว ดังนั้นการใช้เครื่องมือส่งเสริมการขายของ Amazon เพื่อสร้างกิจกรรมส่งเสริมการขายไม่เพียงแต่นำการลดราคาบางอย่างมาสู่ผู้บริโภคเท่านั้น แต่ยังช่วยปรับปรุงการสร้างแบรนด์ของคุณ เพิ่มประสิทธิภาพการจัดการร้านค้าอีกด้วย นี่คือเหตุผลที่ Amazon มุ่งมั่นที่จะสร้างสถานการณ์ที่เป็นประโยชน์สำหรับผู้ขายและผู้ซื้อ

กล่าวได้ว่าข้อดีของการใช้เครื่องมือส่งเสริมการขายสามารถสรุปได้ดังนี้:

01 ส่งเสริมยอดขายให้เพิ่มขึ้น

เครื่องมือส่งเสริมการขายต่าง ๆ จะนำผลลัพธ์ที่แตกต่างกันมาสู่แบรนด์และผลิตภัณฑ์ของคุณ แต่พุดง่าย ๆ ก็คือ การใช้เครื่องมือส่งเสริมการขายที่เหมาะสมในเวลาที่เหมาะสมจะมีโอกาสที่ดีในการเพิ่มยอดขายให้กับร้านของคุณ

02 ได้ลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพและเพิ่มความเหนียวแน่นของผู้บริโภค

เครื่องมือส่งเสริมการขายเกือบทั้งหมดจะนำการลดราคาบางอย่างมาสู่ผู้ซื้อ และผู้ซื้อมักจะต้องการหาผลิตภัณฑ์ราคาถูกและใช้งานได้ดี ดังนั้นการใช้เครื่องมือส่งเสริมการขายที่เหมาะสมจะช่วยให้ผู้บริโภคค้นหาผลิตภัณฑ์ ซื้อสินค้า และจะมีอัตราการกลับมาซื้อซ้ำที่แน่นอน

03 เพิ่มชื่อเสียงให้กับแบรนด์

การสร้างการส่งเสริมการขายจะทำให้แบรนด์เป็นที่รู้จักในจำนวนหนึ่งเช่นกัน เมื่อผู้บริโภคซื้อสินค้าพวกเขาจะให้ความสนใจกับแบรนด์ของสินค้าที่ซื้อ และจะทำให้เกิดความเชื่อมั่นต่อแบรนด์ในระดับหนึ่ง

04 เอฟเฟกต์รัศมี

ผลกระทบของกิจกรรมส่งเสริมการขายไม่เพียงแต่สะท้อนให้เห็นในช่วงระยะเวลาโปรโมชันแต่ยังรวมถึงในช่วงระยะเวลาหนึ่งหลังจากสิ้นสุดโปรโมชันก็仍将นำประโยชน์บางประการมาสู่การดำเนินงานของแบรนด์ สินค้า และร้านค้า เราเรียกสิ่งนี้ว่าเอฟเฟกต์รัศมี

05 สร้างสถานการณ์ win-win แบบสองทาง

การใช้เครื่องมือส่งเสริมการขายไม่เพียงแต่นำส่วนลดมาสู่ผู้ซื้อแต่ยังช่วยให้ผู้ขายได้รับรายได้จากการขายที่ดีขึ้นอีกด้วย Amazon มุ่งมั่นที่จะสร้างสถานการณ์ที่เป็นประโยชน์สำหรับผู้ขายและผู้บริโภค

06

เค้าโครงกลยุทธ์ที่กำหนดเอง

การผสมผสานที่ยืดหยุ่นของเครื่องมือส่งเสริมการขายจำนวนมากและฤดูกาลที่มียอดขายสูงสุดช่วยให้ผู้ขายปรับแต่งแผนการตลาดแบบรวมที่สมบูรณ์และเพิ่มยอดขาย



ประเภทสินค้าที่ไม่ตรงตามเงื่อนไข

สินค้าต้องจำกัดและสินค้าที่ไม่พึงประสงค์ น่าอับอาย หรือสินค้าที่ไม่เหมาะสมอื่น ๆ ไม่มีสิทธิ์เข้าร่วมโปรโมชั่น ประเภทสินค้าที่ไม่ตรงตามเงื่อนไขรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียง:

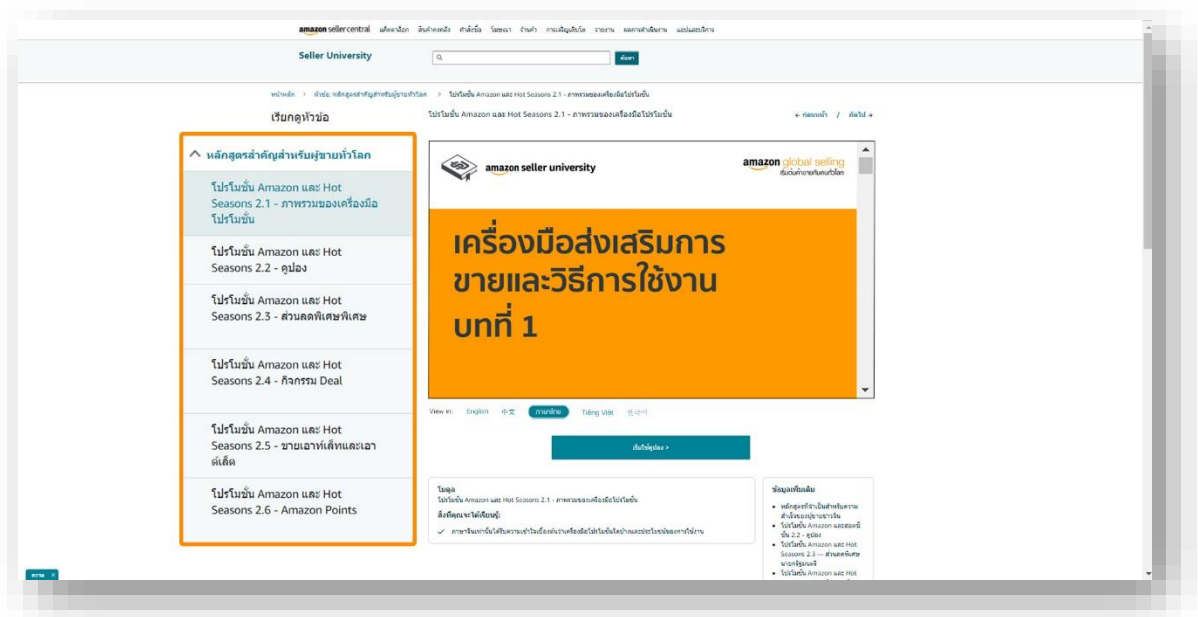
- หนังสือ;
- เพลง;
- วีดีโอ;
- DVD (BMVD)
- สุรา

เนื้อหาที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือส่งเสริมการขายและวิธีการใช้งาน

- ภาพรวมของเครื่องมือส่งเสริมการขาย
- ส่วนลดพิเศษเฉพาะ Prime
- คู่มือ
- กิจกรรม Deal
- โปรโมชั่นลดล้างสต็อก & ลดล้างสต็อก
- Amazon Points
- รหัสโปรโมชั่นโซเชียลมีเดีย
- วิธีใช้โปรโมชั่นให้ดียิ่งขึ้น

ช่องทางการค้นหา: ศูนย์ผู้ขาย Amazon > ผลการดำเนินงาน > Seller University > ค้นหาชื่อข้อมูลที่เกี่ยวข้อง
ลิงก์ด่วน: Amazon Seller University [เว็บไซต์ในอเมริกาเหนือ](#) [เว็บไซต์ในยุโรป](#) [เว็บไซต์ในญี่ปุ่น](#)



เรียนรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับโปรโมชั่น:

- ต้องการทำความเข้าใจว่าโปรโมชั่นคืออะไรและจะสร้างโปรโมชั่นได้อย่างไร? ค้นหา "โปรโมชั่น"
- จะได้รับรีวิวสินค้ามากขึ้นได้อย่างไร? ค้นหา "โปรแกรมแสดงความความคิดเห็น"
- วิธีการเพิ่มประสิทธิภาพการดึงดูดผู้เข้าชมนอกเว็บไซต์? ค้นหา "โครงการดึงดูดผู้เข้าชมนอกเว็บไซต์"
- เตรียมตัวอย่างไรสำหรับการขายช่วงพีคซัซัน? ค้นหา "การขายช่วงพีคซัซัน"

ข้อเสนอแนะในการเรียนรู้

ถ้าท่านคิดว่าเนื้อหาที่เกี่ยวข้องเป็นประโยชน์สำหรับ✓ กรณาคลิก “ ” ที่มุมขวาของเพจเพื่อแสดงความคิดเห็น ขอขอบคุณค่ะ

amazon seller central เปิดตัวเลือก สินค้าคงคลัง คำสั่งซื้อ โฆษณา ร้านค้า การเงินและบัญชี รายงาน ผลการดำเนินงาน แอปและบริการ

Seller University

ค้นหา

เพิ่งเคยใช้การขายบน Amazon ใช่หรือไม่ เริ่มต้นที่นี่

หน้าหลัก > ส่วนนี้: หลักสูตรสำคัญสำหรับผู้ขายทั่วโลก > ไม้โรเซิน Amazon and Hot Seasons 2.1 - ภาพรวมของเครื่องมือไม้โรเซิน

เรียกดูหัวข้อ

ไม้โรเซิน Amazon and Hot Seasons 2.1 - ภาพรวมของเครื่องมือไม้โรเซิน

← ก่อนหน้า / หน้าถัดไป >

Quick Start Guide

✓ **หลักสูตรสำคัญสำหรับผู้ขายทั่วโลก**

Product Detail Page

Listing Products

Pricing

Introduction to FBA, Policies and services

FBA ส่งไปอเมริกาเพื่อ Amazon

FBA ส่ง/เริ่มเมื่อเรากำลังจัดส่งสินค้า

โปรแกรม FBA และคุณสมบัติ

Merchant Fulfilled Shipping (MFN)

Advertise with Sponsored Products

Coupons, Deals, Promotions

สร้างแบรนด์ของคุณ

Advertise your Brand

การวิเคราะห์และการรายงานแบรนด์

Regulatory Compliance

ผลการดำเนินงานของผู้ขาย

Global Selling

Amazon Accelerate 2020

Amazon Explore

Prime Day and Holiday Readiness

Case Studies

Amazon Business Seller Program

Amazon Handmade and Custom

Marketplace Web Services (MWS)

amazon seller university

amazon global selling

สนับสนุนการขายทั่วโลก

เครื่องมือส่งเสริมการขายและวิธีการใช้งานบทที่ 1

View in: English 中文 ภาษาไทย Tiếng Việt 日本語

เข้าไปดูเลย >

มีประโยชน์หรือไม่

มีประโยชน์หรือไม่

มีประโยชน์หรือไม่