

**“ดีพร้อม มาร์เก็ตเทียปี 3” คาดสร้างมูลค่าได้กว่า 100 ล้านบาท
พร้อมแนะ 3 สถิติดิจิทัลต้องมี พลิกโฉมสู่ร้านค้ามือทอง**

กรุงเทพฯ xx มีนาคม 2566 - กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม หรือดีพร้อม (DIPROM) เสริมศักยภาพการขายบนช่องทางไฮบริดให้ผู้ประกอบการไทยผ่านโครงการ DIPROM Marketeer เต็ม 5 ทักษะสำคัญให้ผู้ประกอบการสู่ร้านค้ามือทอง โดยตั้งเป้าหมายผู้เข้าอบรมไม่น้อยกว่า 1,000 คน มีกิจการเข้าสู่แพลตฟอร์ม DIPROM Marketplace 1,000 ร้านค้า และสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจไม่น้อยกว่า 100 ล้านบาท นอกจากนี้ ยังแนะ 3 ทักษะดิจิทัลสำหรับผู้ประกอบการ ได้แก่ ทักษะด้านการสต็อกสินค้า หรือการนำเสนอสินค้าด้วยวิดีโอคอนเทนต์ หรือการไลฟ์สด ทักษะการใช้อินฟลูเอนเซอร์ และการทำการสื่อสารที่ต่อเนื่อง เพื่อให้สินค้าหรือบริการเข้าถึงผู้บริโภคได้มากขึ้น

นายไบน้อย สุวรรณชาตรี อธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม หรือดีพร้อม (DIPROM) กล่าวว่า ช่องทางการบริโภคและการเข้าถึงบริการต่าง ๆ ได้ถูกปรับไปสู่รูปแบบออนไลน์เพิ่มมากขึ้น ทำให้ในปัจจุบันการจัดจำหน่ายสินค้าของหลาย ๆ ธุรกิจไม่อาจอยู่ได้แค่เพียงในช่องทางออฟไลน์ ซึ่งผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับตัวไปสู่การดำเนินธุรกิจแบบไฮบริด หรือการใช้ช่องทางออนไลน์ - ออฟไลน์ควบคู่กัน อย่างไรก็ตาม การปรับตัวไปสู่รูปแบบดังกล่าวก็ยังพบว่าผู้ประกอบการบางรายที่ยังขาดทักษะในด้านต่าง ๆ ประกอบกับดีพร้อม ได้ขอรับนโยบายจาก **ดร.ณัฐพล รังสิตพล ปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม** ในการสนับสนุนให้อุตสาหกรรมไทยเติบโตได้ด้วยช่องทางดิจิทัล จึงเร่งเดินหน้าโครงการการพัฒนาช่องทางตลาดออนไลน์ หรือ DIPROM Marketeer ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 เพื่อส่งเสริมการเข้าถึงและพัฒนาศักยภาพการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการแบบออฟไลน์ - ออนไลน์ให้เกิดขึ้น

สำหรับ “ดีพร้อม มาร์เก็ตเทีย” ในปี 2566 ได้ดำเนินการผ่าน 5 กลไก โดยครอบคลุมตั้งแต่การวางแผนการตลาดไปจนถึงการขายสินค้า ได้แก่ **1. DIPROM Training** การจัดฝึกอบรมด้านการตลาดดิจิทัล เพื่อส่งเสริมให้ผู้ประกอบการเข้าถึงช่องทางจำหน่ายออนไลน์ **2. DIPROM Marketing Area** จัดตั้งพื้นที่สนับสนุนการค้าออนไลน์ เพื่อใช้เป็นพื้นที่แลกเปลี่ยนเรียนรู้การทำการตลาด อาทิ การถ่ายภาพสินค้า การสร้างเนื้อหาที่ดึงดูดใจลูกค้า การไลฟ์สดเพื่อขายสินค้า **3. DIPROM Go online** การให้คำปรึกษาแนะนำด้านการตลาดจากทีมดีพร้อม ผ่านบริการ DIPROM Go ซึ่งเป็นเสมือนเพื่อนคู่คิดธุรกิจออนไลน์ **4. DIPROM Marketplace** หรือตลาดดีพร้อม ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มช่องทางจำหน่ายสินค้าออนไลน์ มีระบบการจัดทำบัตรสมาชิกเพื่อให้เป็นมาตรฐานและน่าเชื่อถือสำหรับลูกค้า ซึ่งปัจจุบันมีสมาชิกกว่า 20,000 ราย ทั่วประเทศ และ **5. DIPROM Practice** การจัดงานอุตสาหกรรมแฟร์ จากออนไลน์สู่ออฟไลน์ เพื่อเป็นเวทีการทดสอบตลาดหลังจากผู้ประกอบการได้รับคำแนะนำด้านการตลาดมาแล้ว โดยงานจะจัดขึ้นในวันที่ 8 - 10 มีนาคม 2566 ณ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ภายใต้ชื่องาน อุตสาหกรรมแฟร์ ชิม ช้อป แชร์ DIPROM Marketplace Festival

เป็นการจัดงานในรูปแบบผสมผสานการจำหน่ายสินค้าในพื้นที่ และ live สด เพื่อสร้างช่องทางจำหน่ายแบบออนไลน์ด้วย"

โดยดีพร้อม ตั้งเป้าหมายมีผู้เข้าชมด้านการตลาดออนไลน์ไม่น้อยกว่า 1,000 คน ผู้ที่ได้รับคำปรึกษาเชิงลึก 1,000 คน และมีกิจการเข้าสู่แพลตฟอร์ม DIPROM Marketplace 1,000 ร้านค้า ซึ่งจะสามารถพัฒนาผู้ประกอบการที่มีความรู้ความเข้าใจการทำตลาดดิจิทัลและสามารถขยายเครือข่ายผู้ประกอบการให้เข้มแข็ง เกิดการพัฒนาขึ้นในแต่ละชุมชน ซึ่งคาดว่าจะสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจไม่น้อยกว่า 100 ล้านบาท

นายไบน้อย กล่าวเพิ่มเติมว่า การส่งเสริมระบบนิเวศด้านดิจิทัลและความก้าวหน้าในด้านอินเทอร์เน็ตเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ประเทศไทยเติบโตด้านอีคอมเมิร์ซสูงสุดในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และทำให้ไทยเป็นตลาดสำหรับผู้ที่ต้องการขยายฐานผู้บริโภคผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ ดังนั้น นอกจากการเข้าสู่ช่องทางออนไลน์ยังมีการปรับตัวในการดำเนินธุรกิจอื่น ๆ ที่ผู้ประกอบการจะต้องให้ความสำคัญเพิ่มเติมได้แก่

- **ทักษะด้านการสตรึมมิง** หรือการนำเสนอสินค้าด้วยคอนเทนต์ หรือการไลฟ์สด เนื่องจากปัจจุบันผู้ใช้อินเทอร์เน็ตให้ความนิยมดูวิดีโอต่าง ๆ ผ่านช่องทางออนไลน์เทียบเท่าการรับชมโทรทัศน์ ทั้งการรีวิวสินค้า รายการประเภทให้ความบันเทิง การขายของของแม่ค้าออนไลน์ ฯลฯ ซึ่งรับชมทั้งรูปแบบไลฟ์สดและรับชมย้อนหลัง โดยผู้ประกอบการควรเลือกการนำเสนอในรูปแบบที่มีความจริงใจ พร้อมทั้งให้สาระและความสนุกสนานและนำเสนอการขายโดยที่ผู้ชมไม่รู้สึกรำคาญตึงเครียดรวมถึงต้องหมั่นนำเสนอแบบต่อเนื่อง
- **การใช้อินฟลูเอนเซอร์** หรือกลุ่มผู้นำทางความคิด ซึ่งปัจจุบันมีบทบาทต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค และเป็นอีกเครื่องมือที่สำคัญที่ผู้ประกอบการควรเลือกใช้ในการบอกต่อกับกลุ่มเป้าหมายของสินค้าและบริการ อย่างไรก็ตาม กลยุทธ์ในการเลือกใช้อินฟลูเอนเซอร์ควรเลือกจากผู้ที่มีการเผยแพร่เนื้อหาต่าง ๆ บนหลากหลายช่องทาง มีตัวตน – คาแรคเตอร์ในการนำเสนอที่ชัดเจน รวมทั้งทำให้ผู้บริโภครู้สึกเป็นส่วนหนึ่งและสนุกกับการขายของ
- **การสื่อสารที่ต่อเนื่อง** ซึ่งเป็นการใช้แพลตฟอร์มต่าง ๆ ในการสร้างปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายและผู้บริโภค อาทิ การตอบคอมเมนต์ในวิดีโอของสินค้า การทำคอนเทนต์ภาพ – บทความสั้นในช่วงเทศกาลสำคัญหรือตามกระแสข่าวที่เกิดขึ้นรายวัน เพื่อให้ผู้บริโภครู้สึกว่าสินค้าหรือบริการเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวัน และทำให้ธุรกิจสามารถพบเห็นได้ในระยะเวลาที่ต่อเนื่อง

สำหรับผู้ประกอบการที่สนใจโครงการดังกล่าว สามารถสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมที่ กองพัฒนาดิจิทัลอุตสาหกรรม กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม โทรศัพท์ 0 2430 6871 หรือติดตามความเคลื่อนไหวได้ที่ www.diprom.go.th หรือ <https://www.facebook.com/dipromindustry>

###

กลุ่มประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขานุการกรม กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม โทร. 0 2430 6865-66 ต่อ 1033 / เผยแพร่