

ບົດທີ 1

1.1 ຄວາມສໍາຄັນຂອງການມີເນື້ອຫາຂອງການຄ້າທາງອິເລັກໂຕຣນິກທີ່ມີຄຸນນະພາບ

ສູນການຄ້າສາກົນ
ສະຖາບັນການຄ້າວິສາຫະກິດຂະໜາດກາງ ແລະ ນ້ອຍ (SME)

Lecture 1 | **The Importance of Having Quality E-commerce Content**

ITC Slide 1 of 26

ຄວາມສໍາຄັນຂອງການມີເນື້ອຫາຂອງການຄ້າທາງອິເລັກໂຕຣນິກທີ່ມີຄຸນນະພາບ

1.2 ການປະຖົມນິເທດ

Orientation

Please take a moment to learn more about the features offered by our lectures.

This will allow you to make full use of the content prepared.

Answer the question

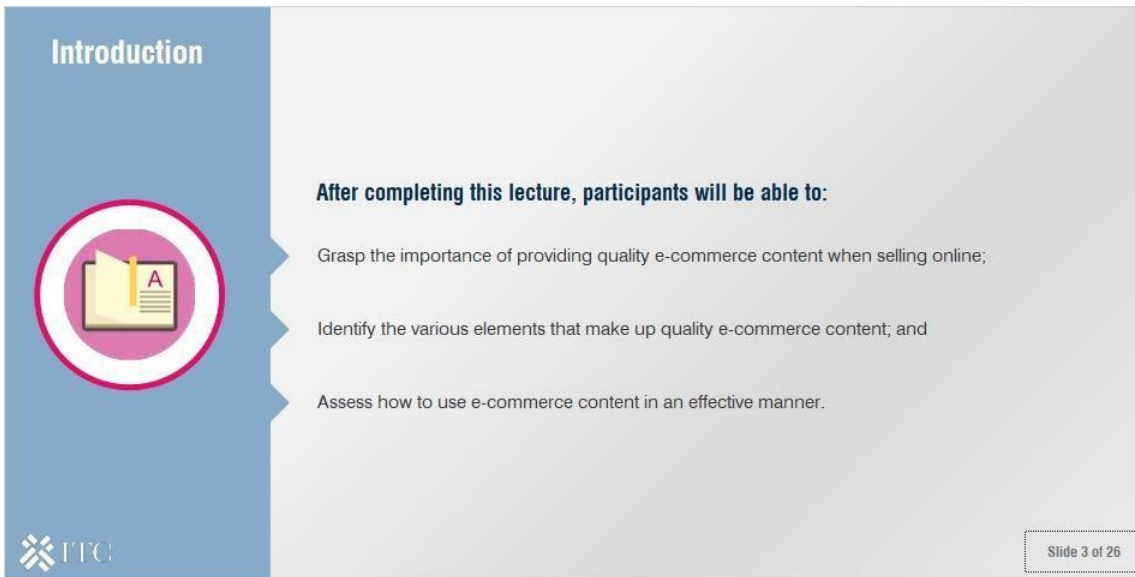
TRUE FALSE

ITC Slide 2 of 26

ກະລຸນາສະຫຼະເວລາຈັກໜ້ອຍເພື່ອຮຽນຮູ້ເພີ່ມເຕີມກ່ຽວກັບຄຸນລັກສະນະຕ່າງໆ ທີ່ໄດ້ນໍາສະເໜີຢູ່ໃນການບັນຍາຍຂອງພວກເຮົາ

ສິ່ງນີ້ຈະຊ່ວຍໃຫ້ທ່ານນໍາໃຊ້ເນື້ອຫາທີ່ກະກຽມໄວ້ໄດ້ຢ່າງເຕັມທີ່

1.3 ພາກສະເໜີ



Introduction

After completing this lecture, participants will be able to:

- Grasp the importance of providing quality e-commerce content when selling online;
- Identify the various elements that make up quality e-commerce content; and
- Assess how to use e-commerce content in an effective manner.

ITC

Slide 3 of 26

ຫຼັງຈາກສໍາເລັດບົດນີ້, ຜູ້ເຂົ້າຮ່ວມຈະສາມາດ:

- ເຂົ້າໃຈຄວາມສໍາຄັນຂອງການນໍາສະເໜີເນື້ອຫາການຄ້າທາງອິເລັກໂຕຣນິກທີ່ມີຄຸນນະພາບເມື່ອຂາຍອອນລາຍ
- ລະບຸອົງປະກອບຕ່າງໆທີ່ສ້າງເນື້ອຫາການຄ້າທາງອິເລັກໂຕຣນິກທີ່ມີຄຸນນະພາບ
- ປະເມີນວິທີການນໍາໃຊ້ເນື້ອຫາການຄ້າທາງອິເລັກໂຕຣນິກຢ່າງມີປະສິດທິພາບ

1.4 ເປັນຫຍັງການມີເນື້ອຫາການຄ້າທາງອິເລັກໂຕຣນິກທີ່ມີຄຸນນະພາບຈຶ່ງສໍາຄັນ?



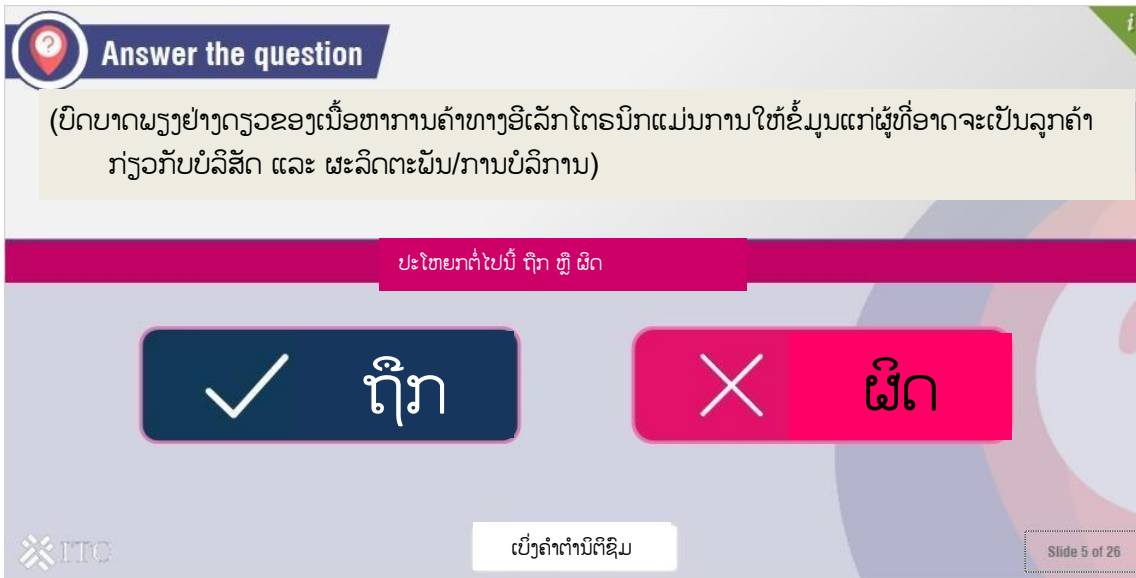
Why is Having Quality E-commerce Content Important?

ITC

Slide 4 of 26

ເປັນຫຍັງການມີເນື້ອຫາການຄ້າທາງອິເລັກໂຕຣນິກທີ່ມີຄຸນນະພາບຈຶ່ງສໍາຄັນ?

1.5 ຕອບຄໍາຖາມ



Answer the question

(ບົດບາດພຽງຢ່າງດຽວຂອງເນື້ອຫາການຄ້າທາງອິເລັກໂຕຣນິກແມ່ນການໃຫ້ຂໍ້ມູນແກ່ຜູ້ທີ່ອາດຈະເປັນລູກຄ້າກ່ຽວກັບບໍລິສັດ ແລະ ຜະລິດຕະພັນ/ການບໍລິການ)

ປະໂຫຍກຕໍ່ໄປນີ້ ຖືກ ຫຼື ຜິດ

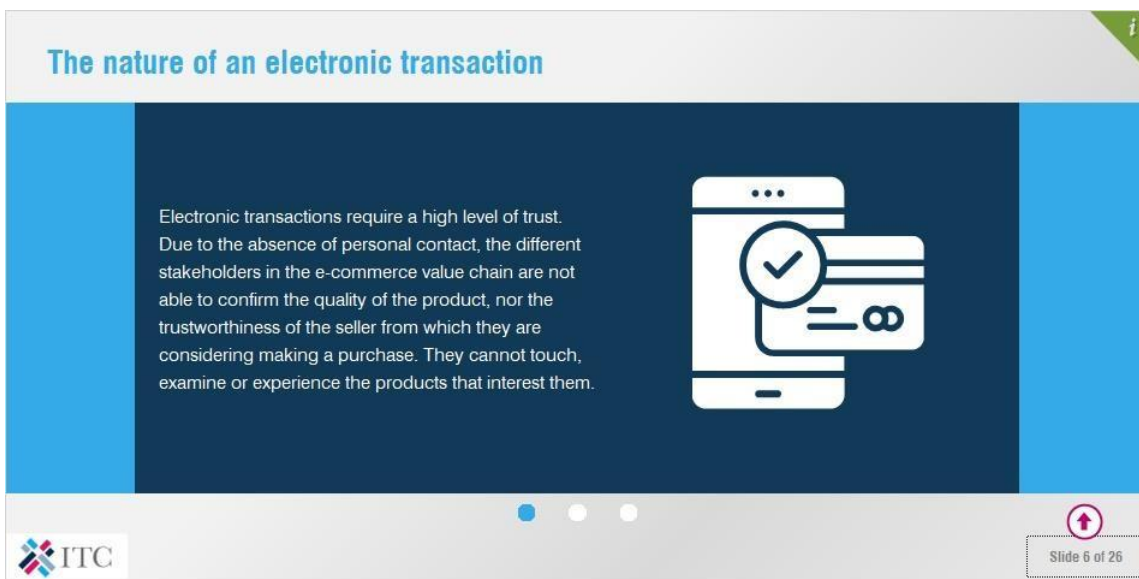
✓ ຖືກ ✗ ຜິດ

ITC ເບິ່ງຄໍາຕໍານິຕິຊົມ Slide 5 of 26

ນີ້ເປັນສິ່ງທີ່ຜິດ:


ບົດບາດຂອງເນື້ອຫາການຄ້າທາງອິເລັກໂຕຣນິກບໍ່ພຽງແຕ່ແຈ້ງຂໍ້ມູນໃຫ້ກັບຜູ້ທີ່ອາດຈະເປັນລູກຄ້າເທົ່ານັ້ນ. ນອກຈາກນີ້ ຍັງຈໍາເປັນຕ້ອງປະຕິບັດຕາມກົດລະບຽບ, ການເຂົ້າເຖິງລະບົບຂົນສົ່ງ ແລະ ການແກ້ໄຂບັນຫາການຊໍາລະເງິນ ແລະ ຮັບປະກັນວ່າບໍລິສັດສາມາດອ້າງສິດຄວາມເປັນເຈົ້າຂອງໃນຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງຕົນໄດ້. ດັ່ງນັ້ນ, ການມີເນື້ອຫາການຄ້າທາງອິເລັກໂຕຣນິກທີ່ມີຄຸນນະພາບຈິງເປັນບາດກ້າວທີ່ຈໍາເປັນສໍາລັບບໍລິສັດທີ່ຕ້ອງການມີສ່ວນຮ່ວມໃນກິດຈະກຳການຄ້າທາງອິເລັກໂຕຣນິກ.

1.6 ລັກສະນະຂອງການເຮັດທຸລະກຳທາງອິເລັກໂຕຣນິກ



The nature of an electronic transaction

Electronic transactions require a high level of trust. Due to the absence of personal contact, the different stakeholders in the e-commerce value chain are not able to confirm the quality of the product, nor the trustworthiness of the seller from which they are considering making a purchase. They cannot touch, examine or experience the products that interest them.



ITC Slide 6 of 26

ການເຮັດທຸລະກຳທາງອິເລັກໂຕຣນິກຕ້ອງມີຄວາມໜ້າເຊື່ອຖືໃນລະດັບສູງ. ເນື່ອງຈາກບໍ່ໄດ້ມີການຕິດຕໍ່ກັບບຸກຄົນແບບສ່ວນຕົວ, ຜູ້ທີ່ມີສ່ວນໄດ້ສ່ວນເສຍຕ່າງໆໃນຕ່ອງໂສ້ຄຸນຄ່າການຄ້າທາງອິເລັກໂຕຣນິກຈຶ່ງບໍ່ສາມາດຢັ້ງຢືນຄຸນນະພາບຂອງຜະລິດຕະພັນ ຫຼື ຄວາມໜ້າເຊື່ອຖືຂອງຜູ້ຂາຍ ທີ່ພວກເຂົາກຳລັງພິຈາລະນາຊື້ໄດ້. ພວກເຂົາບໍ່ສາມາດສຳຜັດ ຫຼື ກວດກາ ຫຼື ມີປະສົບການກັບຜະລິດຕະພັນທີ່ສົນໃຈໄດ້.

ເຊິ່ງໝາຍຄວາມວ່າເປັນສິ່ງທີ່ສຳຄັນທີ່ຈະຕ້ອງສະໜອງຂໍ້ມູນຫຼາຍທີ່ສຸດເທົ່າທີ່ຈະເປັນໄປໄດ້ ເພື່ອເຮັດໃຫ້ມີຄວາມໄວ້ວາງໃຈ ແລະ ບໍ່ມີຄວາມເຂົ້າໃຈຜິດຕ່າງໆ. ເນື້ອຫາການຄ້າທາງອິເລັກໂຕຣນິກຈຳເປັນຕ້ອງໄດ້ນຳສະເໜີຂໍ້ມູນທີ່ເປັນແບບບໍ່ຮູ້ໂຕທັງໝົດ ທີ່ຜູ້ທີ່ອາດຈະເປັນລູກຄ້າ ແລະ ຜູ້ທີ່ມີສ່ວນໄດ້ສ່ວນເສຍອື່ນໆຈະໄດ້ຮັບຈາກການໂຕ້ຕອບທາງກາຍຍະພາບກັບບໍລິສັດ ຫຼື ຜະລິດຕະພັນ.

ສິ່ງນີ້ເປັນຄວາມຈິງທີ່ວ່າການເຮັດທຸລະກຳທາງອອນລາຍມັກຈະກຳນົດໃຫ້ຜູ້ຊື້ຊຳລະເງິນກ່ອນໄດ້ຮັບສິນຄ້າ. ເມື່ອພິຈາລະນາເຖິງບົດບາດທີ່ສຳຄັນຂອງເນື້ອຫາໃນການສ້າງຄວາມໄວ້ວາງໃຈ, ບັນດາຜູ້ຊື້, ເຈົ້າໜ້າທີ່, ພັນທະມິດທາງການຕະຫຼາດ ແລະ ຜູ້ໃຫ້ບໍລິການຊຳລະເງິນ ແລະ ລະບົບຂົນສົ່ງຕ່າງກໍຈຳເປັນຕ້ອງມີຂໍ້ມູນທີ່ສົມບູນພ້ອມສຳລັບພວກເຂົາກ່ອນທີ່ຈະມີການຊື້ ຫຼື ສະເໜີການບໍລິການຂອງພວກເຂົາ.

1.7 ຍ້ອນຫຍັງເນື້ອຫາການຄ້າທາງອິເລັກໂຕຣນິກຈຶ່ງມີຄວາມຈຳເປັນໃນການຂາຍອອນລາຍ

Why e-commerce content is necessary to sell online

Selling online is a process that involves a number of stages in order to ship products from the “first mile” to the “last mile” - the final buyer.

Each of these stages requires the creation of specific e-commerce content aimed at different stakeholders.

By creating quality e-commerce content, you will be able to build trust with all of the stakeholders with whom you interact. This is crucial if you are to be successful in your e-commerce activities.

BUILDING TRUST

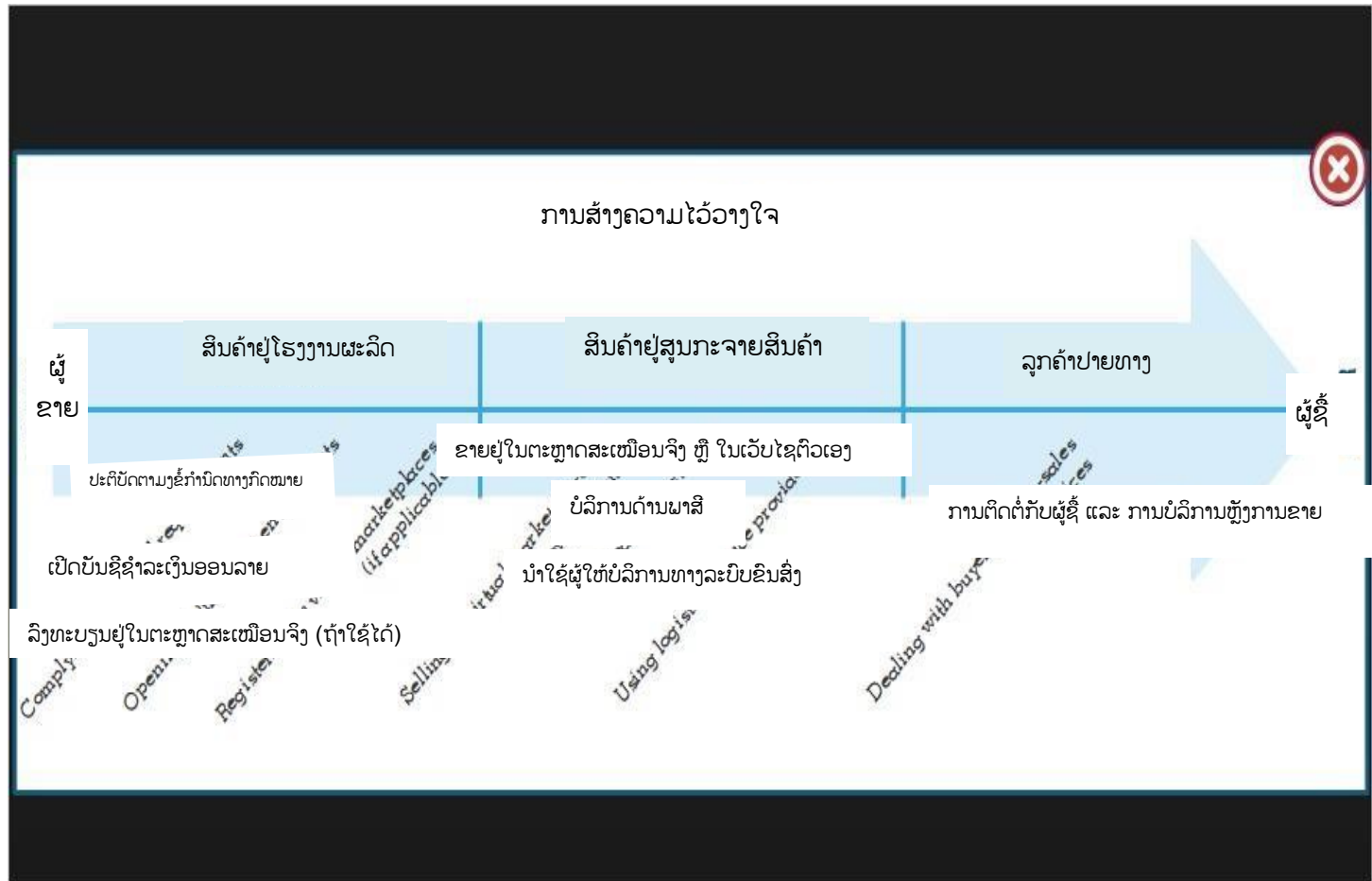
<p>SELLER</p> <p>FIRST MILE</p> <p>Complete product detail requirements Create and optimize product content Develop and optimize product descriptions (if applicable)</p>	<p>MIDDLE MILE</p> <p>Deliver on brand promise Create business Understand and solve customer problems</p>	<p>LAST MILE</p> <p>Deliver on brand promise and service</p>
BUYER		

Slide 7 of 26

ການຂາຍອອນລາຍເປັນຂະບວນການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບຫຼາຍຂັ້ນຕອນໃນການຈັດສົ່ງສິນຄ້າຈາກ “ໂຮງງານຜະລິດ” ໄປຍັງ “ລູກຄ້າປາຍທາງ” ເຊິ່ງເປັນຜູ້ຊື້ຄົນສຸດທ້າຍ.

ແຕ່ລະຂັ້ນຕອນເຫຼົ່ານີ້ຈຳຕ້ອງສ້າງເນື້ອຫາການຄ້າທາງອິເລັກໂຕຣນິກທີ່ສະເພາະເຈາະຈົງເພື່ອແນ່ໃສ່ຜູ້ທີ່ມີສ່ວນໄດ້ສ່ວນເສຍທີ່ແຕກຕ່າງກັນ.

ການສ້າງເນື້ອຫາການຄ້າທາງອິເລັກໂຕຣນິກທີ່ມີຄຸນນະພາບ, ທ່ານຈະສາມາດສ້າງຄວາມໄວ້ວາງໃຈກັບຜູ້ທີ່ມີສ່ວນໄດ້ສ່ວນເສຍທັງໝົດທີ່ທ່ານຕິດຕໍ່ນຳ. ນີ້ເປັນສິ່ງສຳຄັນ ຖ້າທ່ານຕ້ອງການປະສົບຄວາມສຳເລັດໃນກິດຈະກຳການຄ້າທາງອິເລັກໂຕຣນິກຂອງທ່ານ.



1.8 ມູນຄ່າທາງເສດທະກິດຂອງການມີເນື້ອຫາການຄ້າທາງອິເລັກໂຕຣນິກທີ່ມີຄຸນນະພາບ

The economic value of having quality e-commerce content

You may think that developing quality e-commerce content is an expensive process, both in terms of time and money. What you may not have considered, however, is that having quality e-commerce content actually carries a number of economic benefits.

- INFLUENCING PRICE PERCEPTION
- ASSISTING WITH ONLINE SEARCHES
- BUILDING BRAND RECOGNITION
- REDUCING HUMAN RESOURCES COST

Quality e-commerce content influences buyers' perception of a product. A customer might be willing to pay more if they see that the product they are looking at online is supported by high quality content, and understand that their purchasing experience will be smooth and hassle-free.

ITC Slide 8 of 26

ທ່ານອາດຈະຄິດວ່າການພັດທະນາເນື້ອຫາການຄ້າທາງອິເລັກໂຕຣນິກທີ່ມີຄຸນນະພາບເປັນຂະບວນການທີ່ມີຄ່າໃຊ້ຈ່າຍສູງ, ທັງໃນດ້ານຂອງເວລາ ແລະ ເງິນ. ເຖິງຢ່າງໃດກໍຕາມ, ສິ່ງທີ່ທ່ານອາດຈະບໍ່ໄດ້ພິຈາລະນາກໍຄືການມີເນື້ອຫາການຄ້າທາງອິເລັກໂຕຣນິກທີ່ມີຄຸນນະພາບນັ້ນມີປະໂຫຍດທາງເສດທະກິດຢ່າງຫຼວງຫຼາຍ.

ອິດທິພົນຕໍ່ກັບຄວາມຄິດກ່ຽວກັບລາຄາ

ເນື້ອຫາການຄ້າທາງອິເລັກໂຕຣນິກທີ່ມີຄຸນນະພາບມີອິດທິພົນຕໍ່ການຮັບຮູ້ຂອງຜູ້ຊື້ກ່ຽວກັບຜະລິດຕະພັນ. ລູກຄ້າອາດຈະຍິນດີຈ່າຍໃນລາຄາທີ່ສູງຂຶ້ນຖ້າຫາກວ່າຜະລິດຕະພັນທີ່ພວກເຂົາກຳລັງເບິ່ງທາງອອນລາຍນັ້ນໄດ້ຮັບການສະໜັບສະໜູນຈາກເນື້ອຫາທີ່ມີຄຸນນະພາບສູງ ແລະ ເຂົ້າໃຈວ່າປະສົບການການຊື້ຂອງພວກເຂົາຈະເປັນໄປດ້ວຍດີ ແລະ ບໍ່ມີຄວາມຫຍຸ້ງຍາກ.

ການໃຫ້ຄວາມຊ່ວຍເຫຼືອໃນການຄົ້ນຫາທາງອອນລາຍ

ເນື້ອຫາການຄ້າທາງອິເລັກໂຕຣນິກທີ່ມີຄຸນນະພາບນັ້ນຄຸ້ມຄ່າກັບການເຮັດການຕະຫຼາດ ເພາະຈະເຮັດໃຫ້ໝັ້ນໃຈໄດ້ວ່າສິນຄ້າຂອງທ່ານຈະຢູ່ໃນອັບດັບຕົ້ນໆຂອງການຄົ້ນຫາທາງອອນລາຍ. ສິ່ງນີ້ເປັນເພາະການປັບແຕ່ງເວັບໄຊໃຫ້ຢູ່ໜ້າທຳອິດຂອງການຄົ້ນຫາ (SEO) ໄດ້ຈັດລຳດັບຄວາມສຳຄັນຂອງເນື້ອຫາທີ່ມະນຸດຂຽນຂຶ້ນມາ. ເຊິ່ງໝາຍຄວາມວ່າແທນທີ່ຈະໃຊ້ຄຳທີ່ຄ້າຍຄືກັນ ແລະ ຄຳທີ່ງ່າຍດາຍ, ຂະບວນການທີ່ Google ໃຊ້ໃນການຈັດເນື້ອຫາໃນປະຈຸບັນ ແລະ ເຄື່ອງມືຄົ້ນຫາອື່ນໆຈະຄົ້ນຫາເນື້ອຫາທີ່ເປັນເອກະລັກ ແລະ ບໍ່ຊ້ຳໃຜ ທີ່ເຕັມໄປດ້ວຍໂຄງສ້າງທາງດ້ານຄວາມໝາຍ ແລະ ຄວາມໝາຍເພື່ອຈັດລຳດັບຄວາມສຳຄັນ.

ຍົກຕົວຢ່າງ:

ສົມມຸດວ່າທ່ານຕ້ອງການສ້າງເນື້ອຫາໃຫ້ກັບບໍລິສັດທີ່ຜະລິດນ້ຳມັນໝາກກອກ. ທ່ານອາດຈະໃຊ້ປະໂຫຍດທີ່ມີຄວາມໝາຍຢ່າງຈະແຈ້ງເຊັ່ນວ່າ “ຄອບຄົວຂອງພວກເຮົາປູກຕົ້ນໝາກກອກເມື່ອ 100 ປີກ່ອນ”, “ດິນສີແດງຂອງບັນພະບູລຸດຂອງພວກເຮົາອຸດົມໄປດ້ວຍແຮ່ທາດ”, “ພວກເຮົາຂາຍຜະລິດຕະພັນຈາກການເກັບກ່ຽວລ່າສຸດເທົ່ານັ້ນ”, “ລະດູຮ້ອນແມ່ນລະດູເກັບກ່ຽວຂອງພວກເຮົາ”, “ພວກເຮົານຳໃຊ້ເຄື່ອງຫັດຖະກຳທີ່ເຮັດດ້ວຍມື”, “ພວກເຮົາຍັງນຳໃຊ້ໃບ ແລະ ກິ່ງງາຂອງຕົ້ນໝາກກອກເພື່ອເຮັດນ້ຳຊ່ອດຢູ່ເຮືອນ” ແລະ ອື່ນໆ.

ເວົ້າໄດ້ອີກຢ່າງກໍຄື, ທ່ານເວົ້າເຖິງຜະລິດຕະພັນຂອງທ່ານຢ່າງເປັນທຳມະຊາດຫຼາຍເທົ່າໃດ, ທ່ານກໍຈະຍິ່ງສາມາດສ້າງຂອບເຂດຂໍ້ມູນຂອງຄວາມໝາຍທີ່ໄດ້ຫຼາຍຂຶ້ນເທົ່ານັ້ນ, ໂດຍບໍ່ຈຳເປັນຕ້ອງໃຊ້ຄຳທີ່ຈຳເປັນຄຳເກົ່າສອງສາມຄຳຊ້ຳກັນຕະຫຼອດເວລາ. ວິທີນີ້ຈະເຮັດໃຫ້ໜ້າທີ່ມີຜະລິດຕະພັນຂອງທ່ານປາກົດເປັນອັນດັບທຳອິດໃນເຄື່ອງມືຄົ້ນຫາ ແລະ ຜົນຂອງການຄົ້ນຫາຢູ່ໃນຕະຫຼາດ.

ສ້າງການຈື່ຈຳໃຫ້ກັບຍີ່ຫໍ້

ການນຳສະເໜີເນື້ອຫາການຄ້າທາງອິເລັກໂຕຣນິກທີ່ໜ້າສົນໃຈໃຫ້ກັບລູກຄ້າເປັນວິທີ ທີ່ມີປະສິດທິພາບໃນການສ້າງການຈື່ຈຳໃຫ້ກັບຍີ່ຫໍ້. ເນື້ອຫາທີ່ດີຊ່ວຍເຮັດໃຫ້ຍີ່ຫໍ້ຂອງທ່ານແຕກຕ່າງຈາກຄູ່ແຂ່ງ ແລະ ອຳນວຍຄວາມສະດວກໃນການມີສ່ວນຮ່ວມກັບລູກຄ້າເປົ້າໝາຍຂອງທ່ານ. ນອກນັ້ນ ທ່ານຍັງສາມາດນຳໃຊ້ເນື້ອຫາການຄ້າທາງອິເລັກໂຕຣນິກເພື່ອສະແດງໃຫ້ເຫັນເຖິງຄວາມສຳຄັນທີ່ທ່ານໃຫ້ຄວາມໂປ່ງໃສ ແລະ ການກວດສອບໄດ້.

ຫຼຸດຄ່າໃຊ້ຈ່າຍທາງດ້ານຊັບພະຍາກອນມະນຸດ

ສິ່ງທີ່ຄວນຈື່: ເປັນໄປໄດ້ໜ້ອຍຫຼາຍທີ່ຜູ້ຊື້ຈະຕັດສິນໃຈຊື້ຈາກທ່ານທາງອອນລາຍໂດຍທີ່ບໍ່ມີຂໍ້ມູນທັງໝົດທີ່ຕ້ອງການ. ດັ່ງນັ້ນ, ສິ່ງທີ່ສຳຄັນແມ່ນ ທ່ານຕ້ອງໃຫ້ລາຍລະອຽດຫຼາຍທີ່ສຸດເທົ່າທີ່ຈະເປັນໄປໄດ້ເພື່ອສ້າງຄວາມໜ້າເຊື່ອຖື ແລະ ຫຼີກລ້ຽງການສອບຖາມເພີ່ມເຕີມ. ເນື້ອຫາການຄ້າທາງອິເລັກໂຕຣນິກຂອງທ່ານສົມບູນຫຼາຍເທົ່າໃດ, ທ່ານກໍຍິ່ງຕ້ອງຕອບຄຳຖາມໜ້ອຍລົງເທົ່ານັ້ນ ແລະ ໃນທາງກັບກັນຊັບພະຍາກອນທີ່ທ່ານຕ້ອງໃຊ້ໃນການສະໜັບສະໜູນລູກຄ້າກໍຍິ່ງໜ້ອຍລົງເທົ່ານັ້ນ.

ຍິ່ງໄປກວ່ານັ້ນ, ຍິ່ງທ່ານໃຫ້ຂໍ້ມູນຫຼາຍເທົ່າໃດ, ໂອກາດທີ່ລູກຄ້າຈະຄົນສິນຄ້າກໍຈະໜ້ອຍລົງ ຈາກການທີ່ສິນຄ້າບໍ່ກົງກັບຄວາມຄາດຫວັງຂອງພວກເຂົາ. ການຊອກຫາຄຳຖາມທີ່ພົບຫຼາຍທີ່ສຸດທາງອອນລາຍກ່ຽວກັບຜະລິດຕະພັນຂອງທ່ານສາມາດຊ່ວຍຫຼຸດຕົ້ນທຶນດ້ານຊັບພະຍາກອນບຸກຄົນໄດ້ເປັນຢ່າງດີ.

1.9 ທ່ານຄວນພັດທະນາເນື້ອຫາການຄ້າທາງອິເລັກໂຕຣນິກດ້ວຍຕົວເອງບໍ່?

Should you develop your own e-commerce content?

In short, yes. Nobody knows your product better than you. As such, outsourcing the creation of e-commerce content to a third party risks causing you to publish incorrect or incomplete information which will, eventually, result in additional costs for your company when you need to correct them.

What's more, the time and money that you spend on giving instructions to and paying a third-party content creator may not be proportionate to the output you receive.

Finally, by developing the content yourself, you dramatically lower the risk of copyright infringement. This applies not only to written content, but also to photos and other visual media.

ITC

Slide 9 of 26


ກ່າວສັ້ນໆ, ແມ່ນແລ້ວ. ບໍ່ມີໃຜຮູ້ຈັກຜະລິດຕະພັນຂອງເຈົ້າຫຼາຍກວ່າເຈົ້າ. ດັ່ງນັ້ນ, ການຈ້າງບຸກຄົນພາຍນອກໃຫ້ສ້າງເນື້ອຫາການຄ້າທາງອິເລັກໂຕຣນິກຈຶ່ງມີຄວາມສ່ຽງທີ່ຈະເຮັດໃຫ້ທ່ານເຜີຍແຜ່ຂໍ້ມູນທີ່ບໍ່ຖືກຕ້ອງ ຫຼື ບໍ່ສົມບູນ, ເຊິ່ງຈະສົ່ງຜົນໃຫ້ເກີດຄ່າໃຊ້ຈ່າຍເພີ່ມເຕີມສຳລັບບໍລິສັດຂອງທ່ານເມື່ອຕ້ອງການແກ້ໄຂ.

ຍິ່ງໄປກວ່ານັ້ນ, ເວລາ ແລະ ເງິນທີ່ທ່ານໃຊ້ໃນການໃຫ້ຄຳແນະນຳ ແລະ ຈ່າຍເງິນໃຫ້ກັບຜູ້ສ້າງເນື້ອຫາບຸກຄົນທີ່ສາມາດຈະບໍ່ສົມສ່ວນກັບຜົນງານທີ່ທ່ານໄດ້ຮັບ.

ສຸດທ້າຍລ້ວ, ການພັດທະນາເນື້ອຫາດ້ວຍຕົວເອງຈະຊ່ວຍຫຼຸດຄວາມສ່ຽງໃນການລະເມີດລິຂະສິດລົງຢ່າງຫຼວງຫຼາຍ. ສິ່ງນີ້ບໍ່ພຽງແຕ່ໃຊ້ກັບເນື້ອຫາທີ່ເປັນລາຍລັກອັກສອນເທົ່ານັ້ນ, ແຕ່ຍິ່ງໃຊ້ກັບພາບຖ່າຍ ແລະ ສື່ພາບອື່ນໆອີກດ້ວຍ.

1.10 ຄວາມສຽງຂອງເນື້ອຫາການຄ້າທາງອິເລັກໂຕຣນິກທີ່ບໍ່ມີຄຸນນະພາບ


The risk of not having quality e-commerce content




Simply put, if you do not have quality e-commerce content, you will not be able to sell online. You will not be able to create an online payment solution, register on online marketplaces, clear customs, use logistics and e-fulfillment services, direct traffic to your website, or ensure an efficient customer service.

This is because, as we mentioned previously, the different stakeholders in the e-commerce value chain will require content from you at different stages of the online sales process. If, at any point, you do not have quality content to provide to them, your sales will be negatively impacted.

That said, though, 80% of the e-commerce content that you will produce will be relevant for all stakeholders. This is why we recommend creating all of your e-commerce content before you begin your online sales activities in order to ensure smooth transactions without any dissatisfaction, delays or extra charges.



 Slide 10 of 26

ເວົ້າງ່າຍໆກໍຄື, ຖ້າຫາກທ່ານບໍ່ມີເນື້ອຫາການຄ້າທາງອິເລັກໂຕຣນິກທີ່ມີຄຸນນະພາບ, ທ່ານຈະບໍ່ສາມາດຂາຍສິນຄ້າອອນລາຍໄດ້.


ທ່ານຈະບໍ່ສາມາດສ້າງແນວທາງແກ້ໄຂບັນຫາການຊຳລະເງິນອອນລາຍ, ລົງທະບຽນໃນຕະຫຼາດອອນລາຍ, ການຈັດການພາສີ, ການໃຊ້ບໍລິການລະບົບຂົນສົ່ງ ແລະ ຄັງສິນຄ້າອອນລາຍ, ເຂົ້າຊົມເວັບໄຊໂດຍກົງ ຫຼື ການຮັບປະກັນການບໍລິການລູກຄ້າທີ່ມີປະສິດທິພາບ.

ເນື່ອງຈາກທີ່ພວກເຮົາໄດ້ກ່າວໄວ້ກ່ອນໜ້ານີ້ແລ້ວວ່າ ຜູ້ທີ່ມີສ່ວນໄດ້ສ່ວນເສຍທີ່ແຕກຕ່າງກັນໃນຕ່ອງໂສ້ມູນຄ່າການຄ້າອິເລັກໂຕຣນິກຈະຕ້ອງການເນື້ອຫາຈາກທ່ານໃນຂັ້ນຕອນຕ່າງໆ ຂອງຂະບວນການຂາຍອອນລາຍ. ຖ້າວ່າຢູ່ໃນຈຸດໃດກໍຕາມ, ທ່ານບໍ່ມີເນື້ອຫາທີ່ມີຄຸນນະພາບທີ່ຈະມອບໃຫ້ພວກເຂົາ, ຍອດຂາຍຂອງທ່ານຈະໄດ້ຮັບຜົນກະທົບໃນທາງລົບ.


ເຖິງຢ່າງໃດກໍຕາມ, 80% ຂອງເນື້ອຫາການຄ້າທາງອິເລັກໂຕຣນິກທີ່ທ່ານຈະຜະລິດຈະກ່ຽວຂ້ອງກັບຜູ້ທີ່ມີສ່ວນໄດ້ສ່ວນເສຍທັງໝົດ. ນີ້ເປັນເຫດຜົນທີ່ພວກເຮົາແນະນຳໃຫ້ສ້າງເນື້ອຫາການຄ້າທາງອິເລັກໂຕຣນິກທັງໝົດຂອງທ່ານກ່ອນທີ່ທ່ານຈະເລີ່ມກິດຈະກຳການຂາຍອອນລາຍ ເພື່ອໃຫ້ແນ່ໃຈວ່າການເຮັດທຸລະກິດຈະເປັນໄປດ້ວຍດີໂດຍບໍ່ມີຄຳວ່າບໍ່ພໍໃຈ, ຄວາມລ່າຊ້າ ຫຼື ຄ່າໃຊ້ຈ່າຍເພີ່ມເຕີມ.

1.11 ສອບຖາມຜູ້ຊ່ຽວຊານ

Ask the expert



ຜູ້ຊ່ຽວຊານສະເພາະທາງຂອງສູນການຄ້າສາກົນ
ຕອບຄໍາຖາມທີ່ພົບຫຼາຍໃນປະເດີນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ
ກັບເນື້ອຫາການຄ້າທາງອິເລັກໂຕຣນິກ



Judith Ueberschaer
E-solutions Advisor, ITC

ITC

Slide 11 of 26

http://www.youtube.com/embed/nNrBOwtp_4w?rel=0&cc_load_policy=1

1.12 ຕອບຄໍາຖາມ

Answer the question

ເມື່ອຊື້ເຄື່ອງອອນລາຍ, ລູກຄ້າສາມາດຂໍຄໍາອະທິບາຍເພີ່ມເຕີມໄດ້ສະເໝີ ຖ້າວ່າພວກເຂົາບໍ່ເຂົ້າໃຈ ບາງຢ່າງກ່ຽວກັບຜະລິດຕະພັນ ຫຼື ບໍລິສັດທີ່ພວກເຂົາກຳລັງເບິ່ງຢູ່

ປະໂຫຍກນີ້ຖືກ ຫຼື ຜິດ

✓ ຖືກ ✗ ຜິດ

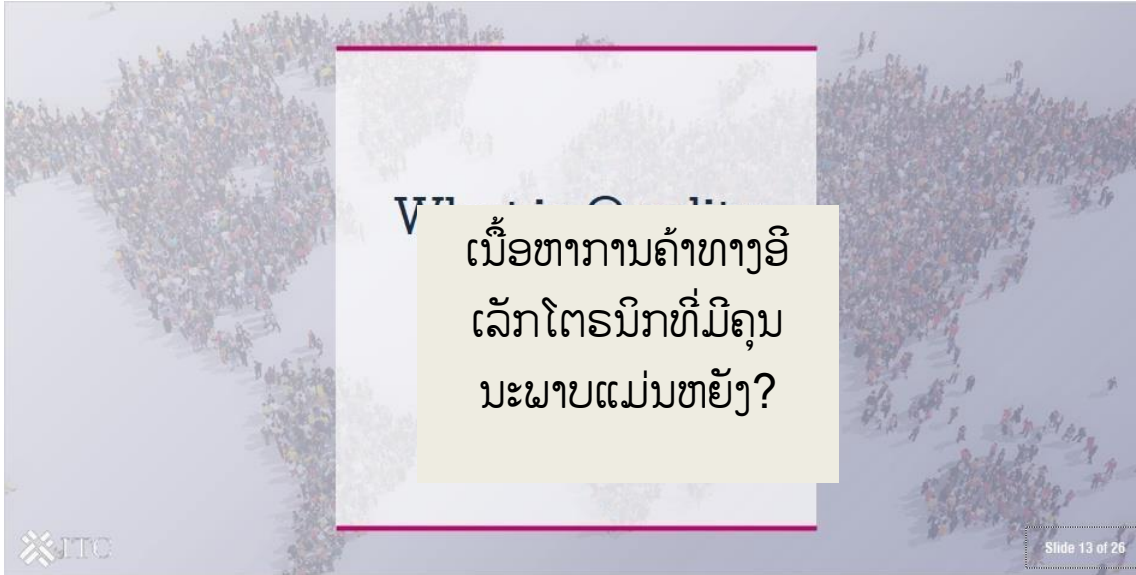
ITC View feedback Slide 12 of 26

ຄໍາຕໍານິຕິຊົມ:

ນີ້ເປັນສິ່ງບໍ່ຖືກຕ້ອງ.

ເຖິງວ່າຕາມທິດສະດີແລ້ວ, ມັນເປັນໄປໄດ້ສະເໝີທີ່ຜູ້ຊື້ຂອງທ່ານ ຫຼື ຜູ້ທີ່ມີສ່ວນໄດ້ສ່ວນເສຍຄົນອື່ນໆ ຈະຕິດຕໍ່ທ່ານ ແລະ ຂໍເນື້ອຫາເພີ່ມເຕີມ, ແຕ່ໃນທາງ ປະຕິບັດສິ່ງນີ້ບໍ່ຄ່ອຍຈະເກີດຂຶ້ນ. ຖ້າທ່ານບໍ່ໄດ້ໃຫ້ຂໍ້ມູນທີ່ຈຳເປັນທັງໝົດແກ່ພວກເຂົາລ່ວງໜ້າ, ຜູ້ທີ່ມີໂອກາດເປັນລູກຄ້າຂອງທ່ານກໍ່ອາດຈະຍອມສະຫຼະ ເວລາທີ່ມີຄ່າເພື່ອສອບຖາມຂໍ້ມູນເພີ່ມເຕີມ. ແຕ່ພວກເຂົາອາດຈະຊື້ຜະລິດຕະພັນທີ່ຄ້າຍຄືກັນຈາກຄູ່ແຂ່ງຂອງທ່ານແທນ. ເຊັ່ນດຽວກັນນັ້ນ, ຜູ້ທີ່ມີສ່ວນໄດ້ ສ່ວນເສຍເຊັ່ນວ່າຜູ້ໃຫ້ບໍລິການລະບົບຂົນສົ່ງອາດຈະປະຕິເສດທີ່ຈະໃຫ້ບໍລິການແກ່ທ່ານ ຫຼື ອາດຈະເກັບເງິນ ຈາກທ່ານເພີ່ມເຕີມສໍາລັບຄວາມລ່າຊ້າທີ່ເກີດຂຶ້ນ ໂດຍຂໍໃຫ້ທ່ານຈັດຫາເນື້ອຫາເພີ່ມເຕີມ.

1.13 ເນື້ອຫາການຄ້າທາງອິເລັກໂຕຣນິກທີ່ມີຄຸນນະພາບແມ່ນຫຍັງ?



ເນື້ອຫາການຄ້າທາງອິເລັກໂຕຣນິກທີ່ມີຄຸນນະພາບແມ່ນຫຍັງ?

1.14 ຕອບຄໍາຖາມ

ຕອບຄໍາຖາມ

ບອກສິ່ງທີ່ທ່ານຮູ້ກ່ຽວກັບຂະບວນການຂາຍອອນລາຍ. ທ່ານຈະອະທິບາຍເນື້ອຫາການຄ້າທາງອິເລັກໂຕຣນິກທີ່ມີຄຸນນະພາບໃນ 100 ຄໍາ ຫຼື ໜ້ອຍກວ່າແນວໃດ?

ຄໍາຕອບຂອງທ່ານ

ພິມຄໍາຕອບຂອງທ່ານທີ່ນີ້

Feedback

Slide 14 of 26

ແບບເຜີກຫັດນີ້ບໍ່ມີຢູ່ໃນ PDF ຂອງການບັນຍາຍນີ້.

1.15 ປະເພດຕ່າງໆຂອງເນື້ອຫາການຄ້າທາງອິເລັກໂຕຣນິກທີ່ມີຄຸນນະພາບ

The different types of quality e-commerce content

E-commerce content can be broadly divided into 2 types depending on its purpose. These are:

- "PRODUCT" E-COMMERCE CONTENT**
 - “Product” e-commerce content is designed to provide information about products. It can be further subdivided based on the stakeholder for which it is intended:
 - For customers: photos/videos, name, description, price, stock-keeping unit (SKU)
 - For online payment providers: name, description, price
 - For logistics-providers: photos, name, description, price, SKU, Barcode, HS Code
 - For customs authorities: name, description, HS Code
 - For marketplaces: photos/videos, name, description, price, SKU, Barcode, HS Code
 - For marketing partners: photos/videos, name, description, price
- "COMPANY" E-COMMERCE CONTENT**

ITC NOTE Slide 15 of 26

ເນື້ອຫາການຄ້າທາງອິເລັກໂຕຣນິກສາມາດແບ່ງອອກເປັນ 2 ປະເພດໃຫຍ່ຂຶ້ນກັບວັດຖຸປະສົງ. ປະກອບມີດັ່ງນີ້:

ເນື້ອຫາການຄ້າທາງອິເລັກໂຕຣນິກຂອງ “ຜະລິດຕະພັນ”

ເນື້ອຫາການຄ້າທາງອິເລັກໂຕຣນິກຂອງ “ຜະລິດຕະພັນ” ໄດ້ອອກແບບມາເພື່ອໃຫ້ຂໍ້ມູນກ່ຽວກັບຜະລິດຕະພັນ. ເຊິ່ງມັນສາມາດແບ່ງອອກເປັນກຸ່ມຍ່ອຍໄດ້ອີກໂດຍອີງຕາມຈຸດປະສົງຂອງຜູ້ທີ່ມີສ່ວນໄດ້ສ່ວນເສຍ:

- ສໍາລັບບັນດາລູກຄ້າ: ຮູບພາບ, ວິດີໂອ, ຊື່, ລາຍລະອຽດ, ລາຄາ, ຫົວໜ່ວຍເກັບຢູ່ໃນສາງ
- ສໍາລັບຜູ້ໃຫ້ບໍລິການຊໍາລະເງິນອອນລາຍ: ຊື່, ລາຍລະອຽດ, ລາຄາ
- ສໍາລັບຜູ້ໃຫ້ບໍລິການລະບົບຂົນສົ່ງ: ຮູບພາບ, ຊື່, ລາຍລະອຽດ, ລາຄາ, ຫົວໜ່ວຍເກັບຢູ່ໃນສາງ, ບາໂຄດກຳນົດອັດຕາພາສີ
- ສໍາລັບເຈົ້າໜ້າທີ່ພາສີ: ຊື່, ລາຍລະອຽດ, ບາໂຄດກຳນົດອັດຕາພາສີ
- ສໍາລັບຕະຫຼາດຊື້-ຂາຍ: ຮູບພາບ/ວິດີໂອ, ຊື່, ລາຍລະອຽດ, ລາຄາ, ຫົວໜ່ວຍເກັບຢູ່ໃນສາງ, ບາໂຄດ, ບາໂຄດກຳນົດອັດຕາພາສີ
- ສໍາລັບພັນທະມິດທາງການຕະຫຼາດ: ພາບຖ່າຍ/ວິດີໂອ, ຊື່, ລາຍລະອຽດ, ລາຄາ

ເນື້ອຫາການຄ້າທາງອິເລັກໂຕຣນິກຂອງ “ບໍລິສັດ”

ເນື້ອຫາການຄ້າທາງອິເລັກໂຕຣນິກຂອງ “ບໍລິສັດ” ອອກແບບມາເພື່ອໃຫ້ຂໍ້ມູນກ່ຽວກັບບໍລິສັດທີ່ຂາຍຜະລິດຕະພັນຂອງຕົນທາງອອນລາຍ, ລວມເຖິງຂໍ້ກຳນົດ ແລະ ເງື່ອນໄຂທາງກົດໝາຍຂອງການເຮັດທຸລະກຳ. ເຊິ່ງມັນສາມາດແບ່ງອອກເປັນກຸ່ມຍ່ອຍໄດ້ອີກໂດຍອີງຕາມຈຸດປະສົງຂອງຜູ້ທີ່ມີສ່ວນໄດ້ສ່ວນເສຍ:

- ສໍາລັບລູກຄ້າ: ລາຍລະອຽດຂອງບໍລິສັດລວມເຖິງຮູບພາບ/ວິດີໂອ, ຂໍ້ກຳນົດ ແລະ ເງື່ອນໄຂ, ນະໂຍບາຍຄວາມເປັນສ່ວນຕົວ, ນະໂຍບາຍການຄົນສິນຄ້າ ແລະ ການຄົນເງິນ
- ສໍາລັບຜູ້ໃຫ້ບໍລິການຊໍາລະເງິນອອນລາຍ: ລາຍລະອຽດຂອງບໍລິສັດ, ຂໍ້ກຳນົດ ແລະ ເງື່ອນໄຂ, ນະໂຍບາຍຄວາມເປັນສ່ວນຕົວ, ນະໂຍບາຍການຄົນສິນຄ້າ ແລະ ການຄົນເງິນ

- ສໍາລັບຜູ້ໃຫ້ບໍລິການລະບົບຂົນສົ່ງ: , ນະໂຍບາຍການຄົນສິນຄ້າ ແລະ ການຄົນເງິນ
- ຕະຫຼາດສະເໝືອນຈິງ: ລາຍລະອຽດຂອງບໍລິສັດ, ຂໍ້ກຳນົດ ແລະ ເງື່ອນໄຂ, ນະໂຍບາຍການຄົນສິນຄ້າ ແລະ ການຄົນເງິນ (ຖ້າວ່າບໍ່ໄດ້ມີການຄວບຄຸ້ມຜ່ານຕະຫຼາດສະເໝືອນຈິງເອງ)

ໝາຍເຫດ: ດັ່ງທີ່ທ່ານຮູ້ແລ້ວວ່າ, ມີການທັບຊ້ອນກັນຢ່າງຫຼວງຫຼາຍລະຫວ່າງເນື້ອຫາປະເພດຕ່າງໆ ທີ່ບັນດາຜູ້ທີ່ມີສ່ວນໄດ້ສ່ວນເສຍຕ້ອງການຢູ່ໃນຕ້ອງໂສ້ຄຸນຄ່າຂອງການຄ້າທາງອິເລັກໂຕຣນິກ. ສິ່ງນີ້ເປັນເຫດຜົນທີ່ພວກເຮົາແນະນຳໃຫ້ສ້າງເນື້ອຫາການຄ້າທາງອິເລັກໂຕຣນິກທັງໝົດຂອງທ່ານລ່ວງໜ້າເພື່ອເຮັດໃຫ້ຂະບວນການຂາຍອອນລາຍເປັນໄປໄດ້ດີ.

1.16 ບັນດາຜູ້ທີ່ມີສ່ວນໄດ້ສ່ວນເສຍຕ່າງໆຂອງຕ່ອງໂສ້ຄຸນຄ່າການຄ້າທາງອິເລັກໂຕຣນິກ



ລອງກັບໄປເບິ່ງຜູ້ທີ່ມີສ່ວນໄດ້ສ່ວນເສຍຕ່າງໆ ທີ່ກ່ຽວຂ້ອງໃນຕ່ອງໂສ້ຄຸນຄ່າການຄ້າອິເລັກໂຕຣນິກຢ່າງລະອຽດ.

ຜູ້ຊື້/ລູກຄ້າ: ຜູ້ທີ່ມີສ່ວນໄດ້ສ່ວນເສຍເຫຼົ່ານີ້ຈຳເປັນຕ້ອງໄດ້ຮັບຂໍ້ມູນກ່ຽວກັບຜະລິດຕະພັນທີ່ພວກເຂົາກຳລັງພິຈາລະນາຊື້. ໃນສະພາບການຂອງການຄ້າອິເລັກໂຕຣນິກ, ມັນເປັນເລື່ອງທີ່ປອດໄພທີ່ຈະສັນນິຖານວ່າຜູ້ຊື້ສ່ວນໃຫຍ່ບໍ່ຮູ້ຫຍັງກ່ຽວກັບຜະລິດຕະພັນ ຫຼື ບໍລິສັດທີ່ພວກເຂົາກຳລັງເບິ່ງຢູ່. ດັ່ງນັ້ນ, ພວກເຂົາຈຶ່ງຕ້ອງການການໂນ້ມນໍາວຈິດໃຈບໍ່ວ່າຈະດ້ວຍວິທີການໂຕ້ແຍ້ງກັບເຫດຜົນ ຫຼື ອາລົມ (ຫຼືທັງສອງຢ່າງ)

ສິ່ງທີ່ສຳຄັນທີ່ສຸດແມ່ນພວກເຂົາຕ້ອງເຊື່ອໃຈທ່ານ ຖ້າວ່າພວກເຂົາຕ້ອງການຊື້ສິນຄ້າ. ເປັນສິ່ງທີ່ສຳຄັນທີ່ຕ້ອງເຂົ້າໃຈວ່າການໄດ້ຮັບການຄຸ້ມຄອງຕາມຂໍ້ກຳນົດຂອງການໃຊ້ງານຂອງຕະຫຼາດສະເໝືອນຈິງ ຫຼື ໂດຍການຮັບປະກັນຄືນເງິນຂອງຜູ້ທີ່ຊຳລະເງິນ ອາດຈະເຮັດໃຫ້ຜູ້ຊື້ບໍ່ໄວ້ວາງໃຈທ່ານ. ເຖິງແມ່ນວ່າ, ພວກເຂົາຈະສາມາດຄາດຫວັງວ່າຈະໄດ້ຮັບເງິນຄືນ ຖ້າຫາກມີສິ່ງຜິດປົກກະຕິເກີດຂຶ້ນ, ຜູ້ຊື້ສ່ວນໃຫຍ່ຈະບໍ່ຕ້ອງການທຶນກັບຄວາມຫຍຸ້ງຍາກຕັ້ງແຕ່ທຳອິດ. ພວກເຂົາຕ້ອງການໃຫ້ແນ່ໃຈວ່າພວກເຂົາເຂົ້າໃຈສິ່ງທີ່ກຳລັງຊື້ ແລະ ຜະລິດຕະພັນທີ່ໄດ້ຮັບນັ້ນສອດຄ່ອງກັບສິ່ງທີ່ໂຄສະນາທາງອອນລາຍ.

ຜູ້ໃຫ້ບໍລິການຊຳລະເງິນ: ການເຮັດທຸລະກຳທາງອອນລາຍຈຳເປັນຕ້ອງໄດ້ຮັບອະນຸຍາດ ແລະ ຂະບວນການນີ້ກຳນົດໃຫ້ຜູ້ຂາຍອອນລາຍຕ້ອງໃຫ້ຂໍ້ມູນບາງຢ່າງກ່ຽວກັບຕົນເອງ ແລະ ຜະລິດຕະພັນຂອງຕົນໃຫ້ກັບຜູ້ໃຫ້ບໍລິການຊຳລະເງິນ. ຈຶ່ງຈື່ໄວ້ວ່າມັນເປັນຄວາມຮັບຜິດຊອບຂອງຜູ້ໃຫ້ບໍລິການຊຳລະເງິນເພື່ອປ້ອງກັນການຝອກເງິນ ແລະ ການສະໜອງທຶນອາຊະຍາກຳ. ດັ່ງນັ້ນ, ພວກເຂົາຈຳເປັນຕ້ອງມີຂໍ້ມູນພຽງພໍທີ່ຈະເຮັດໃຫ້ພວກເຂົາໝັ້ນໃຈໄດ້ວ່າທຸລະກິດຂອງທ່ານມີຢູ່ຈິງ.


ຜູ້ໃຫ້ບໍລິການລະບົບຂົນສົ່ງ: ຜູ້ໃຫ້ບໍລິການລະບົບຂົນສົ່ງຈະຈັດການກັບສິນຄ້າຈຳນວນຫຼາຍເປັນປະຈຳ. ດັ່ງນັ້ນ, ພວກເຂົາຈຳເປັນຕ້ອງມີຂໍ້ມູນທີ່ພຽງພໍເພື່ອໃຫ້ສາມາດລະບຸ ແລະ ປັບປຸງຜະລິດຕະພັນຂອງທ່ານໄດ້ຢ່າງວ່ອງໄວ. ຖ້າວ່າຄຳສັ່ງຊື້ຂອງທ່ານບໍ່ສົມບູນ ຫຼື ບໍ່ຖືກຕ້ອງ ແລະ ເຮັດໃຫ້ການດຳເນີນງານຊຳລົງ, ພວກເຂົາຈະເກັບເງິນຈາກທ່ານເພີ່ມເຕີມ ຫຼື ຢຸດໃຫ້ບໍລິການໄປເລີຍ.

ເຈົ້າໜ້າທີ່ພາສີ: ເຈົ້າໜ້າທີ່ພາສີຈະຈັດການກັບສິນຄ້າທີ່ຫຼາກຫຼາຍ ແລະ ມີປະລິມານຫຼາຍ. ໃນການບັງຄັບໃຊ້ກົດລະບຽບທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ, ພວກເຂົາຈຳເປັນຕ້ອງສາມາດລະບຸແຫຼ່ງທີ່ມາ ແລະ ອົງປະກອບຂອງຜະລິດຕະພັນແຕ່ລະຊະນິດທີ່ຂ້າມຊາຍແດນໄດ້ຢ່າງວ່ອງໄວ. ດ້ວຍການໃຫ້ຂໍ້ມູນທີ່ຄົບຖ້ວນ ແລະ ຖືກຕ້ອງໃຫ້ກັບເຈົ້າໜ້າທີ່ພາສີ, ສິນຄ້າຂອງທ່ານຈະສາມາດຂ້າມຊາຍແດນໄດ້ຢ່າງວ່ອງໄວ ແລະ ງ່າຍດາຍ, ຈຶ່ງເຮັດໃຫ້ໝັ້ນໃຈວ່າການຈັດສົ່ງນັ້ນວ່ອງໄວ ແລະ ບໍ່ມີຄວາມຫຍຸ້ງຍາກໄປຍັງລູກຄ້າປາຍທາງຂອງທ່ານ.

ເຊິ່ງໝາຍຄວາມວ່າພວກເຂົາຕ້ອງການຂໍ້ມູນຢ່າງຫຼວງຫຼາຍຈາກຜູ້ທີ່ມີໂອກາດຈະເປັນຜູ້ຂາຍຢູ່ໃນແຜລັດຟອມຂອງພວກເຂົາ. ອັນທີ່ຈິງແລ້ວ, ລະດັບການປະຕິບັດທີ່ກຳນົດໂດຍຕະຫຼາດສະເໝືອນຈິງນັ້ນຄ້າຍຄືກັນກັບອຸດສາຫະກຳທະນາຄານ. ນອກຈາກນີ້, ປະຈຸບັນຕະຫຼາດສະເໝືອນຈິງຈຳນວນຫຼາຍໄດ້ເລີ່ມນຳສະເໜີການບໍລິການຄັງສິນຄ້າພ້ອມຈັດສົ່ງ ຫຼື ລະບົບຂົນສົ່ງແບບປະສົມປະສານ, ເຊິ່ງຈຳເປັນຕ້ອງມີຂໍ້ມູນເພີ່ມເຕີມໃນສ່ວນຂອງຜູ້ຂາຍ.


ຜົນທະບົດທາງການຕະຫຼາດຂອງທ່ານຈະມີປະສິດທິພາບກໍຕໍ່ເມື່ອພວກເຂົາໄດ້ຮັບເນື້ອຫາທີ່ມີຄຸນນະພາບ ເຊິ່ງສາມາດນຳໃຊ້ເພື່ອສ້າງແຄມເປນທີ່ມີປະສິດທິພາບໄດ້. ຍິ່ງໄປກວ່ານັ້ນ, ຜົນທະບົດຂອງທ່ານຕ້ອງເຊື່ອໃຈທ່ານ ແລະ ເຊື່ອໝັ້ນວ່າຜະລິດຕະພັນຂອງທ່ານສາມາດສ້າງຍອດຂາຍໄດ້. ຍິ່ງເນື້ອຫາຂອງທ່ານດີເທົ່າໃດ, ຜົນທະບົດທາງການຕະຫຼາດຂອງທ່ານກໍຈະຍິ່ງຍືນດີສິ່ງເສີມຂໍ້ສະເໜີຂອງທ່ານຕໍ່ຜູ້ຊົມໃນວົງກວ້າງຫຼາຍຂຶ້ນ.

1.17 ຕອບຄໍາຖາມ

 **Answer the question**

ຕົວຢ່າງຕໍ່ໄປນີ້ເປັນເນື້ອຫາການຄ້າອີເລັກໂຕຣນິກຂອງຜະລິດຕະພັນ ຫຼື ເນື້ອຫາຂອງການຄ້າອີເລັກໂຕຣນິກຂອງບໍລິສັດ ?
ເລືອກຄໍາຕອບທີ່ຖືກ

	ເນື້ອຫາການຄ້າອີເລັກໂຕຣນິກຂອງຜະລິດຕະພັນ	ເນື້ອຫາຂອງການຄ້າອີເລັກໂຕຣນິກຂອງບໍລິສັດ
ຫົວໜ່ວຍຮັກສາຢູ່ສາງ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ນະໂຍບາຍການຄົນສິນຄ້າ ແລະ ເງິນ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ລາຄາ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

 [View feedback](#) Slide 17 of 26

ແບບເລິກຫັດນີ້ບໍ່ມີຢູ່ໃນ PDF ຂອງການບັນຍາຍນີ້.


ຫາການຄ້າທາງອີເລັກໂຕຣນິກຂອງ “ຜະລິດຕະພັນ”

1.18 ການນຳໃຊ້ເນື້ອຫາການຄ້າທາງອິເລັກໂຕຣນິກທີ່ມີຄຸນນະພາບຢ່າງມີປະສິດທິພາບ



ການນຳໃຊ້ເນື້ອຫາການຄ້າທາງອິເລັກໂຕຣນິກທີ່ມີຄຸນນະພາບຢ່າງມີປະສິດທິພາບ


1.19 ຕອບຄຳຖາມ

 **Answer the question**

ເມື່ອທ່ານສ້າງເນື້ອຫາການຄ້າທາງອິເລັກໂຕຣນິກຂອງທ່ານແລ້ວ, ມີວິທີໃດແດ່ທີ່ທ່ານໝັ້ນໃຈໄດ້ວ່າເນື້ອຫານັ້ນຈະຖືກນຳໄປໃຊ້ຢ່າງມີປະສິດທິພາບ? ທ່ານຄິດວ່າທ່ານມີສິດ ແລະ ຄວາມຮັບຜິດຊອບປະເພດໃດຕໍ່ກັບເນື້ອຫາການຄ້າອິເລັກໂຕຣນິກຂອງທ່ານ?

Your answer

ພິມຄຳຕອບຂອງທ່ານທີ່ນີ້

 Feedback

ITC

Slide 19 of 26

ແບບເຜີກຫັດນີ້ບໍ່ມີໃນຮູບແບບຂອງ PDF ຂອງການບັນຍາຍນີ້

1.20 ຈັດລະບຽບເນື້ອສ້າງເນື້ອຫາຂອງທ່ານ

Be organized when creating your content

Creating e-commerce content is not something that you should improvise. While we will talk in more detail about creating both product and company e-commerce content in the following modules, keep the following steps in mind as you begin to consider how you could create content for your e-commerce activities.

CAPTURING **EDITING** **ORGANIZING**

ITC Slide 20 of 26

ການສ້າງເນື້ອຫາການຄ້າທາງອິເລັກໂຕຣນິກບໍ່ແມ່ນສິ່ງທີ່ທ່ານຄວນດໍາເນີນການ. ເຖິງແມ່ນວ່າ,ພວກເຮົາຈະເວົ້າເຖິງລາຍລະອຽດເພີ່ມເຕີມກ່ຽວກັບການສ້າງທັງຜະລິດຕະພັນ ແລະ ເນື້ອຫາການຄ້າອິເລັກໂຕຣນິກຂອງບໍລິສັດໃນຫຼັກສູດຕໍ່ໄປນີ້, ຈົ່ງຄໍານຶງເຖິງຂັ້ນຕອນຕໍ່ໄປນີ້ເມື່ອທ່ານເລີ່ມພິຈາລະນາວ່າທ່ານຈະສາມາດສ້າງເນື້ອຫາສໍາລັບກິດຈະກຳການຄ້າທາງອິເລັກໂຕຣນິກຂອງທ່ານໄດ້ແນວໃດ.

1. ການລວບລວມ

ການສ້າງເນື້ອຫາເລີ່ມຕົ້ນດ້ວຍການລວບລວມຂໍ້ມູນທີ່ຈໍາເປັນທັງໝົດເພື່ອນໍາສະເໜີທັງບໍລິສັດ ແລະ ຜະລິດຕະພັນຂອງທ່ານຢ່າງມີປະສິດທິພາບ. ໃນການເຮັດແບບນີ້, ຈື່ໄວ້ວ່າແຫຼ່ງຂໍ້ມູນທີ່ດີທີ່ສຸດກ່ຽວກັບຜະລິດຕະພັນແມ່ນຜູ້ຜະລິດ. ຖ້າເຈົ້າເຮັດແບບນັ້ນ, ດີຫຼາຍ! ຖ້າວ່າບໍ່ໄດ້ເປັນແບບນັ້ນພວກເຮົາຂໍແນະນໍາໃຫ້ຕິດຕໍ່ກັບຜູ້ສະໜອງຂອງທ່ານເພື່ອຮຽນຮູ້ເພີ່ມເຕີມກ່ຽວກັບຂັ້ນຕອນການຜະລິດຂອງພວກເຂົາ.

2. ການແກ້ໄຂ

ການແກ້ໄຂກ່ຽວຂ້ອງກັບການເລືອກ ແລະ ການກະກຽມສິ່ງທີ່ເປັນລາຍລັກອັກສອນ, ພາບ ຫຼື ສຽງເພື່ອຖ່າຍທອດຂໍ້ມູນທີ່ທ່ານບັນທຶກໄວ້ໃນລັກສະນະທີ່ໜ້າສົນໃຈ. ຈື່ໄວ້ວ່າ, ຜູ້ທີ່ມີສ່ວນໄດ້ສ່ວນເສຍແຕກຕ່າງກັນຕ້ອງການສິ່ງທີ່ແຕກຕ່າງກັນເຊັ່ນດຽວກັນກັບໂທນສຽງທີ່ແຕກຕ່າງກັນສໍາລັບເນື້ອຫາຂອງທ່ານ.

3. ການຈັດລະບຽບ

ສິ່ງທີ່ສໍາຄັນແມ່ນທ່ານຕ້ອງຈັດລະບຽບເນື້ອຫາການຄ້າທາງອິເລັກໂຕຣນິກຂອງທ່ານຫຼັງຈາກທີ່ທ່ານແກ້ໄຂແລ້ວ. ຖ້າວ່າທ່ານບໍ່ຈັດລະບຽບເນື້ອຫາຂອງທ່ານ, ທ່ານຈະຕິດຕາມເນື້ອຫານັ້ນບໍ່ທັນ, ໂດຍສະເພາະຢ່າງຍິ່ງຫຼັງຈາກເວລາຜ່ານໄປໄລຍະໜຶ່ງ. ບໍ່ວ່າທ່ານຈະເກັບໄຟລ໌ ແລະ ເອກະສານການຄ້າອິເລັກໂຕຣນິກອື່ນໆໄວ້ບ່ອນໃດກໍຕາມ, ໃຫ້ນໍາໃຊ້ມາດຕະຖານໃນການຕັ້ງຊື່ທີ່ຈະຊ່ວຍໃຫ້ທ່ານຄົ້ນຫາ ແລະ ຕິດຕາມຮູບແບບຕ່າງໆໄດ້ຢ່າງວ່ອງໄວ (ເຊັ່ນ: “ຂໍ້ມູນດິບ” ກັບ “ຂໍ້ມູນທີ່ແກ້ໄຂແລ້ວ”)

1.20 ໄດ້ຮັບການຈັດລະບຽບໃນເວລາສ້າງເນື້ອຫາຂອງທ່ານ

ໄດ້ຮັບການຈັດລະບຽບໃນເວລາສ້າງເນື້ອຫາຂອງທ່ານ.

ການສ້າງເນື້ອຫາການຄ້າເອເລັກໂຕຣນິກບໍ່ແມ່ນສິ່ງທີ່ທ່ານຄວນເຮັດ. ເຖິງແມ່ນວ່າພວກເຮົາຈະເຂົ້າໄປໃນລາຍລະອຽດເພີ່ມເຕີມກ່ຽວກັບການສ້າງທັງຜະລິດຕະພັນຂອງບໍລິສັດຂອງທ່ານ ແລະ ເນື້ອຫາການຄ້າເອເລັກໂຕຣນິກໃນໂມດູນຕໍ່ໄປນີ້, ຮັກສາຂັ້ນຕອນຕໍ່ໄປນີ້ຢູ່ໃຈເມື່ອທ່ານເລີ່ມພິຈາລະນາວິທີການສ້າງເນື້ອຫາສໍາລັບເນື້ອຫາການຄ້າເອເລັກໂຕຣນິກຂອງທ່ານ.

ການຈັບພາບ ການແກ້ໄຂ ການຈັບລະບຽບ

ITC ສະໄລດ໌ 20 ຈາກ 26

ການສ້າງເນື້ອຫາການຄ້າເອເລັກໂຕຣນິກບໍ່ແມ່ນສິ່ງທີ່ທ່ານຄວນເຮັດ.

ເຖິງແມ່ນວ່າພວກເຮົາຈະເຂົ້າໄປໃນລາຍລະອຽດເພີ່ມເຕີມກ່ຽວກັບການສ້າງທັງຜະລິດຕະພັນຂອງບໍລິສັດຂອງທ່ານ ແລະ ເນື້ອຫາການຄ້າເອເລັກໂຕຣນິກໃນໂມດູນຕໍ່ໄປນີ້, ຮັກສາຂັ້ນຕອນຕໍ່ໄປນີ້ຢູ່ໃຈເມື່ອທ່ານເລີ່ມພິຈາລະນາວິທີການສ້າງເນື້ອຫາສໍາລັບເນື້ອຫາການຄ້າເອເລັກໂຕຣນິກຂອງທ່ານ.

1. ການຈັບພາບ

ການສ້າງເນື້ອຫາເລີ່ມຕົ້ນດ້ວຍການລວບລວມຂໍ້ມູນທັງຫມົດທີ່ຈໍາເປັນເພື່ອສະແດງໃຫ້ເຫັນຢ່າງມີປະສິດທິພາບສໍາລັບທັງບໍລິສັດ ແລະ ຜະລິດຕະພັນຂອງທ່ານ. ເພື່ອເຮັດສິ່ງນີ້, ຈົ່ງຈື່ໄວ້ວ່າແຫຼ່ງຂໍ້ມູນທີ່ດີທີ່ສຸດກ່ຽວກັບຜະລິດຕະພັນແມ່ນຜູ້ຜະລິດ, ຖ້ານັ້ນແມ່ນທ່ານ, ດີຫຼາຍ! ຖ້າບໍ່ແມ່ນ, ພວກເຮົາແນະນໍາໃຫ້ຕິດຕໍ່ຜູ້ສະຫນອງຂອງທ່ານເພື່ອຮຽນຮູ້ເພີ່ມເຕີມກ່ຽວກັບຂະບວນການຜະລິດຂອງພວກເຂົາ.

2. ການແກ້ໄຂ

ການແກ້ໄຂປະກອບດ້ວຍການເລືອກ ແລະ ການກະກຽມເອກະສານລາຍລັກອັກສອນ, ຮູບພາບ, ຫຼືສຽງເພື່ອຖ່າຍທອດຂໍ້ມູນທີ່ທ່ານໄດ້ບັນທຶກໄວ້ໃນລັກສະນະທີ່ຫນ້າສົນໃຈ. ກະລຸນາສັງເກດວ່າພາກສ່ວນກ່ຽວຂ້ອງຕ່າງໆ ຕ້ອງການສົມວນຊົນທີ່ແຕກຕ່າງກັນ, ເຊັ່ນດຽວກັນກັບສຽງທີ່ແຕກຕ່າງກັນສໍາລັບເນື້ອຫາຂອງທ່ານ.

3. ການຈັດລະບຽບ

ສິ່ງທີ່ສໍາຄັນທີ່ສຸດ ທ່ານຈໍາເປັນຕ້ອງຈັດລະບຽບເນື້ອຫາການຄ້າເອເລັກໂຕຣນິກຂອງທ່ານເມື່ອທ່ານໄດ້ແກ້ໄຂມັນ. ຖ້າທ່ານບໍ່ຈັດລະບຽບເນື້ອຫາຂອງທ່ານ, ທ່ານຈະສູນເສຍການຕິດຕາມຢ່າງໄວວາ, ໂດຍສະເພາະຫຼັງຈາກບາງເວລາ ບ່ອນໃດກໍຕາມທີ່ທ່ານເກັບຮັກສາໄຟລ໌ຂອງທ່ານ ແລະ ເອກະສານເອເລັກໂຕຣນິກອື່ນໆ, ໃຊ້ສິນທິສັນຍາການຕັ້ງຊື່ທີ່ຈະຊ່ວຍໃຫ້ທ່ານຊອກຫາ ແລະ ຕິດຕາມສະບັບຢ່າງວ່ອງໄວ (ເຊັ່ນ: "ດິບ" ທຽບກັບ "ແກ້ໄຂແລ້ວ")

1.21 ການນຳໃຊ້ປະສິດທິພາບຂອງເນື້ອຫາການຄ້າເອເລັກໂຕຣນິກ

ການນຳໃຊ້ປະສິດທິພາບຂອງເນື້ອຫາການຄ້າເອເລັກໂຕຣນິກ

ຮັກສາຈຸດຕໍ່ໄປນີ້ຢູ່ໃນໃຈຖ້າທ່ານຕ້ອງການໃຊ້ເນື້ອຫາການຄ້າເອເລັກໂຕຣນິກຂອງທ່ານຢ່າງມີປະສິດທິພາບ.

ກະກຽມເນື້ອຫາອີອອມເມີຊູທັງໝົດຂອງເຈົ້າໃຫ້ ພ້ອມກ່ອນເລີ່ມກິດຈະກຳການຄ້າເອເລັກໂຕຣນິກຂອງເຈົ້າ.

ສ້າງເນື້ອຫາການຄ້າເອເລັກໂຕຣນິກຂອງທ່ານເອງ

ສະໄລດ໌ 21 ຈາກ 26

ຮັກສາຈຸດຕໍ່ໄປນີ້ຢູ່ໃນໃຈຖ້າທ່ານຕ້ອງການໃຊ້ເນື້ອຫາການຄ້າເອເລັກໂຕຣນິກຂອງທ່ານຢ່າງມີປະສິດທິພາບ.

ກຽມເນື້ອຫາການຄ້າເອເລັກໂຕຣນິກທັງໝົດຂອງທ່ານໃຫ້ພ້ອມກ່ອນເລີ່ມກິດຈະກຳການຄ້າເອເລັກໂຕຣນິກຂອງທ່ານ.

ເນື່ອງຈາກວ່າ 80% ຂອງເນື້ອຫາການຄ້າເອເລັກໂຕຣນິກທີ່ທ່ານສ້າງຈະກ່ຽວຂ້ອງກັບຜູ້ມີສ່ວນຮ່ວມທັງຫມົດໃນລະບົບຕ່ອງໂສ້ມູນຄ່າການຄ້າເອເລັກໂຕຣນິກ, ໃຫ້ແນ່ໃຈວ່າທຸກສິ່ງທຸກຢ່າງແມ່ນຂຶ້ນ ແລະ ແລ່ນກ່ອນທີ່ທ່ານຈະເລີ່ມຕົ້ນມັນຈະຊ່ວຍໃຫ້ທ່ານປະຫຍັດເວລາຫຼາຍ ແລະ ວຽກເສີມ.

ຖ້າທ່ານບໍ່ມີເນື້ອຫາການຄ້າເອເລັກໂຕຣນິກຂອງທ່ານກຽມພ້ອມກ່ອນທີ່ທ່ານຈະເລີ່ມຕົ້ນ. ທ່ານອາດຈະພົບວ່າຕົວທ່ານເອງບໍ່ສາມາດໃຊ້ບໍລິການຄ້າເອເລັກໂຕຣນິກທີ່ສຳຄັນເຊັ່ນການຈ່າຍເງິນ ຫຼືຜູ້ໃຫ້ບໍລິການຂົນສົ່ງ, ພາສີ ຫຼື VMP. ສິ່ງທີ່ເພີ່ມຕື່ມ, ຖ້າຜູ້ຊື້ໃນອະນາຄົດຂອງທ່ານພົບວ່າຂໍ້ມູນຂອງທ່ານຂາດຫາຍໄປ, ພວກເຂົາເຈົ້າມີແນວໂນ້ມທີ່ຈະຊື້ຈາກຄູ່ແຂ່ງຂອງທ່ານ, ແທນທີ່ຈະລົງທຶນເວລາ ແລະ ເງິນເພີ່ມເຕີມເພື່ອໃຫ້ໄດ້ເນື້ອຫາທີ່ຕ້ອງການຈາກທ່ານ.

ນີ້ຫມາຍຄວາມວ່າການສ້າງເນື້ອຫາການຄ້າເອເລັກໂຕຣນິກທີ່ມີຄຸນນະພາບແມ່ນຂໍ້ສະເຫນີທີ່ມີປະໂຫຍດທາງດ້ານເສດຖະກິດ, ເມື່ອທ່ານສ້າງມັນ, ການອັບໂຫລດ ແລະ ເຜີຍແຜ່ໄປຍັງຫຼາຍຮ້ອຍຊ່ອງທ່າງອອນໄລນ໌ໃຊ້ເວລາພຽງສອງສາມຄລິກ. ການນຳໃຊ້ການຈັດການອາຫານ, ທ່ານສາມາດປັບປຸງຫຼາຍຮ້ອຍຂໍ້ມູນຂ່າວສານຕະຫຼາດ ແລະ ເຄື່ອງມືການປຽບທຽບລາຄາໄດ້ໄວ ແລະ ງ່າຍດາຍ.

ສ້າງເນື້ອຫາການຄ້າເອເລັກໂຕຣນິກຂອງທ່ານເອງ.

ພະຍາຍາມສ້າງເນື້ອຫາການຄ້າເອເລັກໂຕຣນິກຂອງທ່ານເອງ. ເຖິງແມ່ນວ່ານີ້ອາດຈະໃຊ້ເວລາພຽງເລັກນ້ອຍ, ແຕ່ໂດຍທົ່ວໄປແລ້ວພວກມັນມີລາຄາຖືກຫຼາຍ ແລະ ຈະຊ່ວຍໃຫ້ທ່ານປະຫຍັດເວລາຫຼາຍ. ໂດຍການສ້າງເນື້ອຫາການຄ້າເອເລັກໂຕຣນິກຂອງທ່ານເອງ, ບໍ່ມີໃຜຈະຍຸດທຳທ່ານຈາກການນຳໃຊ້ມັນ ຫຼືກ່າວຫາທ່ານວ່າລັກລອບຮຽນແບບ. ນອກຈາກນັ້ນ, ທ່ານຈະຫຼີກເວັ້ນການສື່ສານຜິດ ຫຼືການນຳໃຊ້ທີ່ບໍ່ຖືກຕ້ອງຂອງເນື້ອຫາຂອງທ່ານໂດຍພາກສ່ວນທີສາມ.

ພວກເຮົາແນະນຳໃຫ້ຮວມເອົາແຈ້ງການລິຂະສິດຢູ່ໃນເວັບໄຊຂອງເຈົ້າເມື່ອເຮັດໃຫ້ມັນເປັນສາທາລະນະ. ການເຮັດແບບນີ້ຈະບໍ່ເສຍຄ່າໃຊ້ຈ່າຍໃດໆ, ມັນອາດຈະຊ່ວຍຍັບຍັ້ງການລັກລອບ ຫຼືໃຫ້ຫຼັກຖານ, ຖ້າທ່ານເຄີຍຕັດສິນໃຈຜ່ອງຜູ້ໃດຜູ້ໜຶ່ງ ສຳລັບການລັບລອບເນື້ອຫາທີ່ທ່ານສ້າງ.

1.22 ການເປັນເຈົ້າຂອງ ແລະ ການລັບລອບຮຽນແບບ

ການເປັນເຈົ້າຂອງ

ການເປັນເຈົ້າຂອງໃນລະບົບຕ່ອງໂສ້ມູນຄ່າການຄ້າເອເລັກໂຕຣນິກ ເລີ່ມຕົ້ນດ້ວຍການສ້າງ ແລະ ເປັນເຈົ້າຂອງເນື້ອຫາຂອງທ່ານ. ຖ້າທ່ານເປັນຜູ້ສ້າງເນື້ອຫາ, ບໍ່ມີໃຜສາມາດຂັດຂວາງທ່ານຈາກການນຳໃຊ້ ຫຼືກ່າວຫາທ່ານວ່າລັບລອບຮຽນແບບ. ຢ່າງໃດກໍຕາມ, ພຽງແຕ່ຖ້າທ່ານສ້າງ ແລະ ເຜີຍແຜ່ເນື້ອຫາກ່ອນ.

ໃນຄວາມເປັນຈິງ, ຖ້າຜູ້ຂາຍອອນໄລນ໌ໃຊ້ບາງເນື້ອຫາຂອງທ່ານ ແລະ ຕັດສິນໃຈໃຊ້ມັນເພື່ອຈຸດປະສົງການໂຄສະນາ. ແນ່ນອນທ່ານຈະບໍ່ສາມາດຢຸດພວກມັນໄດ້. ການມີສ່ວນຮ່ວມໃນການຕໍ່ສູ້ທາງດ້ານກົດໝາຍສາມາດມີຄ່າໃຊ້ຈ່າຍຫຼາຍສຳລັບ SMEs, ແລະ ລັກສະນະສາກົນຂອງອິນເຕີເນັດອາດຈະເຮັດໃຫ້ການດຳເນີນຄະດີບໍ່ສາມາດປະຕິບັດໄດ້.

ສະໄລດ໌ 22 ຈາກ 26

ການເປັນເຈົ້າຂອງ

ການເປັນເຈົ້າຂອງໃນລະບົບຕ່ອງໂສ້ມູນຄ່າການຄ້າເອເລັກໂຕຣນິກ ເລີ່ມຕົ້ນດ້ວຍການສ້າງ ແລະ ເປັນເຈົ້າຂອງເນື້ອຫາຂອງທ່ານ. ຖ້າທ່ານເປັນຜູ້ສ້າງເນື້ອຫາ, ບໍ່ມີໃຜສາມາດຂັດຂວາງທ່ານຈາກການນຳໃຊ້ ຫຼືກ່າວຫາທ່ານວ່າລັບລອບຮຽນແບບ. ຢ່າງໃດກໍຕາມ, ພຽງແຕ່ຖ້າທ່ານສ້າງ ແລະ ເຜີຍແຜ່ເນື້ອຫາກ່ອນ.

ຖ້າຜູ້ຂາຍອອນໄລນ໌ອື່ນຖ່າຍຮູບຜະລິດຕະພັນ ຫຼືການອອກແບບຂອງທ່ານ ແລະ ເຜີຍແຜ່ມັນໄປທາງອອນໄລນ໌ໂດຍອ້າງວ່າເປັນຂອງຕົນເອງ, ທ່ານຈະບໍ່ສາມາດໄດ້ແຍ້ງການຮຽກຮ້ອງຂອງພວກເຂົາໄດ້ ເວັ້ນເສຍແຕ່ວ່າທ່ານສາມາດພິສູດວ່າທ່ານເປັນຜູ້ທຳອິດທີ່ສ້າງ ແລະ ເຜີຍແຜ່ມັນ (ຕົວຢ່າງ: ຜ່ານຫຼັກຖານສະແດງ, ການລົງທະບຽນຊື່ໂດເມນ ຫຼືພາບຫນ້າຈໍຈາກບ່ອນເກັບມ້ຽນບິນອິນເຕີເນັດ), ຫຼືຜ່ານມາດຕະການປ້ອງກັນ IP ອື່ນໆເຊັ່ນການລົງທະບຽນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ, ແລະ ອື່ນໆ. ລວມທັງການແຈ້ງການລິຂະສິດຢູ່ໃນເວັບໄຊທ໌ຂອງທ່ານກໍສາມາດຊ່ວຍໄດ້.

ໃນຄວາມເປັນຈິງ, ຖ້າຜູ້ຂາຍອອນໄລນ໌ໃຊ້ບາງເນື້ອຫາຂອງທ່ານ ແລະ ຕັດສິນໃຈໃຊ້ມັນເພື່ອຈຸດປະສົງການໂຄສະນາ. ແນ່ນອນທ່ານຈະບໍ່ສາມາດຢຸດພວກມັນໄດ້. ການມີສ່ວນຮ່ວມໃນການຕໍ່ສູ້ທາງດ້ານກົດໝາຍສາມາດມີຄ່າໃຊ້ຈ່າຍຫຼາຍສຳລັບ SMEs, ແລະ ລັກສະນະສາກົນຂອງອິນເຕີເນັດອາດຈະເຮັດໃຫ້ການດຳເນີນຄະດີບໍ່ສາມາດປະຕິບັດໄດ້.


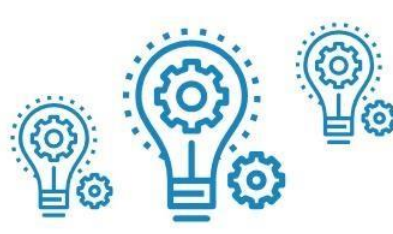
ນັ້ນແມ່ນເຫດຜົນທີ່ວ່າການເຜີຍແຜ່ເນື້ອຫາກ່ອນໄວອັນຄວນ ແລະ ເລື້ອຍໆແມ່ນສຳຄັນ. ມີລະບົບການຮັບຮູ້ການລ່ວງລະເມີດອີງຕາມວັນທີຂອງການພິມເຜີຍແຜ່ເນື້ອ. ຫມາຍຄວາມວ່າ, ຖ້າທ່ານເປັນຄົນທຳອິດທີ່ເຜີຍແຜ່ປະໂຫຍກ, ຮູບພາບ ຫຼືວິດີໂອ, ເຄື່ອງຈັກຊອກຫາຈະຮັບຮູ້ມັນເປັນຕົ້ນສະບັບ. ແລະປ່ຽນເສັ້ນທາງການຈະລາຈອນຫຼາຍໄປຫາປະໂຫຍກນັ້ນ, ດັ່ງນັ້ນ, ຄູ່ແຂ່ງໃດໆທີ່ພະຍາຍາມລັກລອບທ່ານຈະມີຄວາມຫຍຸ້ງຍາກໃນການໃຊ້ເຄື່ອງຈັກຊອກຫາຖືກອອກແບບເພື່ອນຳຜູ້ເຂົ້າຊົມໄປຫາແຫຼ່ງທີ່ແທ້ຈິງ ແລະ ໄວທີ່ສຸດຂອງເນື້ອຫາທີ່ໄດ້ຮັບ.

1.23 ຮັບຜິດຊອບຕໍ່ສິ່ງທີ່ທ່ານເຜີຍແຜ່

ຮັບຜິດຊອບຕໍ່ສິ່ງທີ່ທ່ານເຜີຍແຜ່

ການເຜີຍແຜ່ເນື້ອຫາການຄ້າເອເລັກໂຕຣນິກ ບໍ່ພຽງແຕ່ມາດ້ວຍການອະນຸຍາດເທົ່ານັ້ນ. ແຕ່ຍັງຄວາມຮັບຜິດຊອບ. ໃນຖານະເປັນຜູ້ສ້າງເນື້ອຫາ ແລະ ການເປັນເຈົ້າຂອງ, ລູກຄ້າ ຫຼືຜູ້ໃຫ້ບໍລິການສາມາດຮັບຜິດຊອບຖ້າຂໍ້ມູນຂາດຫາຍໄປ ຫຼືບໍ່ຖືກຕ້ອງ.

ຈື່ໄວ້ວ່າຜູ້ຂາຍອອນໄລນ໌ຕ້ອງການໃຫ້ເນື້ອຫາຄົບຖ້ວນສົມບູນ ແລະ ຖືກຕ້ອງສໍາລັບຜູ້ທີ່ກ່ຽວຂ້ອງຂອງພວກເຂົາ ຖ້າພວກເຂົາຕ້ອງການຫຼີກເວັ້ນການສື່ສານຜິດໃນທົ່ວລະບົບຕ່ອ



ສະໄລດ໌ 23 ຈາກ 26

ການເຜີຍແຜ່ເນື້ອຫາການຄ້າເອເລັກໂຕຣນິກບໍ່ພຽງແຕ່ມາດ້ວຍການອະນຸຍາດເທົ່ານັ້ນ. ແຕ່ຍັງຄວາມຮັບຜິດຊອບ. ໃນຖານະເປັນຜູ້ສ້າງເນື້ອຫາ ແລະ ການເປັນເຈົ້າຂອງ, ລູກຄ້າ ຫຼືຜູ້ໃຫ້ບໍລິການສາມາດຮັບຜິດຊອບຖ້າຂໍ້ມູນຂາດຫາຍໄປ ຫຼືບໍ່ຖືກຕ້ອງ.

ຈື່ໄວ້ວ່າຜູ້ຂາຍອອນໄລນ໌ຕ້ອງການໃຫ້ເນື້ອຫາຄົບຖ້ວນສົມບູນ ແລະ ຖືກຕ້ອງສໍາລັບຜູ້ທີ່ກ່ຽວຂ້ອງຂອງພວກເຂົາ ຖ້າພວກເຂົາຕ້ອງການຫຼີກເວັ້ນການສື່ສານຜິດໃນທົ່ວລະບົບຕ່ອງໂສ້ການສະໜອງການຄ້າເອເລັກໂຕຣນິກ.

1.24 ກິດຈະກຳ - ສ້າງເນື້ອຫາການຄ້າເອເລັກໂຕຣນິກຂອງທ່ານເອງ

ກິດຈະກຳ - ສ້າງເນື້ອຫາການຄ້າເອເລັກໂຕຣນິກຂອງທ່ານເອງ

ຝຶມຄຳຕອບຂອງທ່ານສໍາລັບແຕ່ລະອົງປະກອບຂ້າງລຸ່ມນີ້. ຄຳຕອບຂອງທ່ານຈະຖືກບັນທຶກ ແລະ ສົ່ງອອກເປັນເອກະສານ PDF ໃຫ້ທ່ານທົບທວນພາຍຫຼັງ.

ບົດຖອດຄວາມ


ເນື້ອຫາຜະລິດຕະຜັນ ເນື້ອຫາບໍລິສັດ

ສະໄລດ໌ 24 ຈາກ 26

ບົດຝຶກຫັດນີ້ບໍ່ມີຢູ່ໃນສະບັບ PDF ຂອງຫຼັກສູດນີ້.

1.25 ຈຸດສໍາຄັນ

ສະຫຼຸບ




ຈື່ໄວ້ວ່າ:

ການສ້າງເນື້ອຫາການຄ້າເອເລັກໂຕຣນິກທີ່ມີຄຸນນະພາບສາມາດເບິ່ງຄືວ່າມີຄວາມຫຍຸ້ງຍາກ ແລະ ໃຊ້ເວລາຫຼາຍ. ຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ມັນເປັນສິ່ງສໍາຄັນຖ້າທ່ານຕ້ອງການປະສົບຜົນສໍາເລັດໃນການຂາຍອອນໄລນ໌.

ເນື້ອຫາການຄ້າເອເລັກໂຕຣນິກແບ່ງອອກເປັນ 2 ປະເພດ: ເນື້ອຫາຜະລິດຕະພັນ ແລະ ບໍລິສັດ. ສິ່ງເຫຼົ່ານີ້ຖືກແຍກອອກຕື່ມອີກ ຂຶ້ນກັບພາກສ່ວນກ່ຽວຂ້ອງທີ່ເຂົາເຈົ້າແກ້ໄຂ.

ເນື້ອຫາການຄ້າເອເລັກໂຕຣນິກມີທັງສິດ ແລະ ຄວາມຮັບຜິດຊອບ. ການເປັນເຈົ້າຂອງເນື້ອຫາ ແລະ ຜູ້ສ້າງ ທ່ານຄວາມຮັບຜິດຊອບໃນການຮັບປະກັນວ່າເນື້ອໃນຄົບຖ້ວນສົມບູນ ແລະ ຖືກຕ້ອງ. ໃນອີກດ້ານໜຶ່ງ, ທ່ານ

ສະໄລດ໌ 25 ຈາກ 26



ຈື່ໄວ້ວ່າ:

- ການສ້າງເນື້ອຫາການຄ້າເອເລັກໂຕຣນິກທີ່ມີຄຸນນະພາບສາມາດເບິ່ງຄືວ່າມີຄວາມຫຍຸ້ງຍາກ ແລະ ໃຊ້ເວລາຫຼາຍ. ຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ມັນເປັນສິ່ງສໍາຄັນຖ້າທ່ານຕ້ອງການປະສົບຜົນສໍາເລັດໃນການຂາຍອອນໄລນ໌.
- ເນື້ອຫາການຄ້າເອເລັກໂຕຣນິກແບ່ງອອກເປັນ 2 ປະເພດ: ເນື້ອຫາຜະລິດຕະພັນ ແລະ ບໍລິສັດ. ສິ່ງເຫຼົ່ານີ້ຖືກແຍກອອກຕື່ມອີກ ຂຶ້ນກັບພາກສ່ວນກ່ຽວຂ້ອງທີ່ເຂົາເຈົ້າແກ້ໄຂ.
- ເນື້ອຫາການຄ້າເອເລັກໂຕຣນິກມີທັງສິດ ແລະ ຄວາມຮັບຜິດຊອບ. ການເປັນເຈົ້າຂອງເນື້ອຫາ ແລະ ຜູ້ສ້າງ ທ່ານຄວາມຮັບຜິດຊອບໃນການຮັບປະກັນວ່າເນື້ອໃນຄົບຖ້ວນສົມບູນ ແລະ ຖືກຕ້ອງ. ໃນອີກດ້ານໜຶ່ງ, ທ່ານຍັງມີສິດ ໄດ້ຮັບການປຶກາປ້ອງຈາກການລັກລອບຮຽນແບບ.


1.26 ຂອບໃຈທີ່ສໍາເລັດຫຼັກສູດການຝຶກອົບຮົມ



ສະຖາບັນການຄ້າ SME

ຂອບໃຈທີ່ສໍາເລັດຫຼັກສູດການຝຶກອົບຮົມ.

ທ່ານຈະຖືກນໍາກັບຄືນສູ່ໜ້າຂອງບົດຮຽນໂດຍອັດຕະໂນມັດ.



Slide 26 of 26