DAY 1 · PART 1

Build Your TikTok Business

สร้างตัวตนและวางรากฐานร้านค้าบน TikTok



TikTok Business Accelerator

Learning Outcomes

หลังจบช่วงเช้า ผู้เข้าอบรมจะสามารถ

01

เข้าใจเส้นทางการซื้อ

อธิบายเส้นทางการซื้อบน TikTok ได้



02

กำหนดตัวตนร้าน

สื่อสารว่าร้านขายอะไรและเหมาะกับใคร



03

เลือก Hero Product

คัดเลือกสินค้าหลักสำหรับเริ่มขาย



04

ร่างราคาเบื้องต้น

พิจารณาต้นทุนและข้อเสนอให้เหมาะสม



DAY 1 · PART 1

Today's Roadmap

จากความเข้าใจ สู่การลงมือสร้างร้านของคุณ



01
Understand Commerce
เข้าใจการซื้อขายบน TikTok



02
Build Identity
กำหนดตัวตนและความน่าเชื่อถือ



03
Create an Offer
เลือกสินค้า ราคา และข้อเสนอ



04
Build Your Shop
เตรียมช่องและร้านให้พร้อมขาย

A Simple Question

ลูกค้าจะรู้จักร้านเรา เชื่อเรา และซื้อจากเราได้อย่างไร?

รู้จัก — เชื่อมั่น — ซื้อ



1. เข้าใจการซื้อขายบน TIKTOK

Understand Commerce

DAY 1 • PART 1

What Is E-commerce?

E-commerce คือ การ**ซื้อขาย**สินค้าและบริการ ผ่าน**ช่องทางดิจิทัล** โดยเทคโนโลยีเชื่อมผู้ซื้อ ผู้ขาย การสั่งซื้อ การชำระเงิน และการส่งมอบเข้าด้วยกัน



E-commerce ไม่ได้จบที่ปุ่ม “ซื้อเลย”

Source: บทที่ 6 E-Commerce & Digital Marketing Mix, หน้า 4–5

E-commerce Is a Complete Journey

การซื้อหนึ่งครั้งมีหลายขั้นตอน ก่อนและหลังการกดสั่งซื้อ

01 ค้นพบสินค้า



เห็นสินค้าจากคอนเทนต์ โฆษณา หรือคำแนะนำ

02 ค้นหาและเปรียบเทียบ



ดูข้อมูล ราคา รีวิว และตัวเลือกอื่น

03 สั่งซื้อ



เลือกสินค้า จำนวน และช่องทางจัดส่ง

04 ชำระเงิน



ตรวจยอดและเลือกวิธีชำระที่สะดวก

05 รับสินค้า



ติดตามสถานะและตรวจสินค้าที่ได้รับ

06 หลังการขาย



สอบถาม ขอความช่วยเหลือ รีวิว หรือซื้อซ้ำ

ประสบการณ์ที่ดีทุกขั้นตอน ช่วยให้ลูกค้ากลับมาอีก

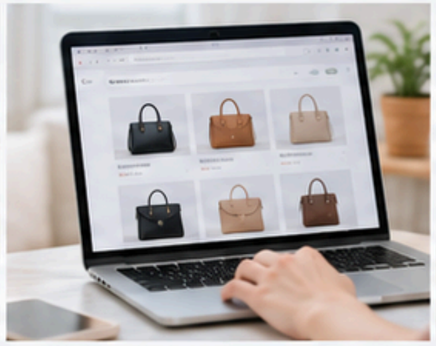
Source: บทที่ 6 E-Commerce & Digital Marketing Mix, หน้า 9

DAY 1 • PART 1

From E-commerce to Social Commerce

Social Commerce เป็นรูปแบบหนึ่งของ E-commerce ที่ผสานการซื้อขายเข้ากับคอนเทนต์และปฏิสัมพันธ์บนโซเชียลมีเดีย

E-commerce: เริ่มจากความต้องการ


ลูกค้าต้องการสินค้า → ค้นหา → เปรียบเทียบ → สั่งซื้อ

ตัวอย่าง: อยากได้กระเป๋า จึงเข้าไปค้นหาและดูราคา

Social Commerce: อาจเริ่มจากคอนเทนต์





เห็นวิดีโอหรือรีวิว → สนใจ → ถามหรือดูความเห็น → ซื้อ

ตัวอย่าง: เห็นคลิปสาธิตกระเป๋า จึงอยากรู้รายละเอียด

จุดเริ่มต้นต่างกัน แต่ทั้งสองแบบต้องช่วยลูกค้าตัดสินใจอย่างมั่นใจ

DAY 1 · PART 1

How Social Commerce Works

คอนเทนต์ทำให้ลูกค้าค้นพบสินค้า ส่วนปฏิสัมพันธ์และหลักฐานช่วยให้ตัดสินใจ

01 Discovery

วิดีโอ รีวิว หรือไลฟ์ ทำให้คนที่ยังไม่ค้นหาสินค้าได้พบร้าน



02 Content

การสาธิตและเรื่องราวช่วยให้เห็นวิธีใช้และคุณค่าของสินค้า



03 Social Influence

ความคิดเห็น รีวิว และประสบการณ์ของผู้อื่นช่วยประกอบการตัดสินใจ



04 Interaction to Purchase

ลูกค้าถามข้อสงสัย รับคำตอบ แล้วดูรายละเอียดสินค้าก่อนสั่งซื้อ



จาก “คนดู” ไปสู่ “ลูกค้า” ต้องมีทั้งความสนใจ ความเชื่อมั่น และทางซื้อที่ชัดเจน

DAY 1 · PART 1

Why Content Matters in Commerce

คอนเทนต์ที่ดีช่วยตอบคำถามของลูกค้าในแต่ละช่วงก่อนซื้อ



01 ค้นพบ

ทำให้คนที่ยังไม่รู้จักร้าน
เห็นสินค้าและเริ่มสนใจ



02 เข้าใจ

อธิบายว่าสินค้าคืออะไร
ใช้อย่างไร และเหมาะกับใคร



03 เชื่อมั่น

แสดงหลักฐานจริง
ตอบข้อสงสัย และลดความกังวล



04 ตัดสินใจ

บอกราคา ข้อเสนอ และ
ขั้นตอนการสั่งซื้อให้ชัดเจน

หนึ่งคลิปไม่จำเป็นต้องทำทุกหน้าที่ แต่ทุกคลิปควรรู้ว่าช่วยลูกค้าขั้นไหน

DAY 1 · PART 1

One Product, Different Content

ตัวอย่าง: กระเป๋าผ้าทำมือหนึ่งใบ สื่อสารต่างกันตามคำถามของลูกค้า

ค้นพบ | ให้คนหยุดดู



คลิปสั้น:
จากเศษผ้าสู่
กระเป๋าหนึ่งใบ



เข้าใจ | ให้เห็นการใช้งาน



คลิปสาธิต:
ใส่อะไรได้บ้าง
ขนาดเท่าไร

เชื่อมั่น | ลดข้อกังวล



คลิปตอบคำถาม:
เนื้อผ้า ตะเข็บ
และวิธีดูแล

ตัดสินใจ | ชวนลงมือซื้อ



คลิปสรุป:
ราคา สีที่มี
และวิธีสั่งซื้อ

สินค้าเดียวกัน ใช้คอนเทนต์หลายชิ้นเพื่อช่วยลูกค้าคนละจังหวะ

TikTok Commerce Ecosystem

ห้าเครื่องมือที่ช่วยให้ลูกค้าค้นพบสินค้า พูดคุย และซื้อได้

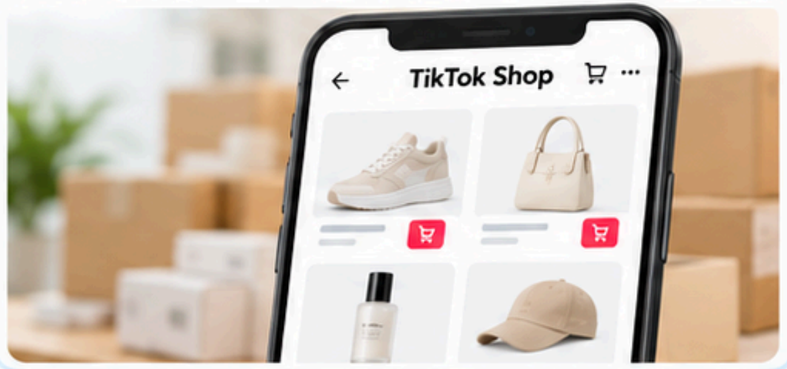
1 Short Video
เล่าเรื่องและสาธิตสินค้า



2 LIVE
ตอบคำถามและขายแบบทันที



3 TikTok Shop
แสดงสินค้าและจัดการคำสั่งซื้อ



ค้นพบสินค้า → พูดคุย → สั่งซื้อ

4 Creator Affiliate
ให้ครีเอเตอร์ช่วยแนะนำสินค้า



5 Shop Ads
ใช้งบโฆษณาขยายการเข้าถึง



เริ่มจากสินค้าและคอนเทนต์ที่พร้อม แล้วค่อยเลือกเครื่องมือให้เหมาะกับเป้าหมาย

TikTok Shop Academy · TikTok for Business

01 · Short Video

คลิปสั้นช่วยให้คนค้นพบ เข้าใจ และสนใจสินค้า

บทบาท

เล่าเรื่อง สาธิตการใช้ และตอบคำถามในเวลาสั้น

สิ่งที่ควรมี

เปิดเรื่องให้น่าสนใจ เห็นสินค้าและคุณคำชัด
และบอกว่าควรทำอะไรต่อ

เชื่อมไปสู่การซื้อ

เมื่อร้านและสินค้าพร้อม ผู้ขายสามารถเชื่อมสินค้า
กับวิดีโอที่รองรับการซื้อได้

เริ่มจากหนึ่งปัญหาของลูกค้า แล้วทำหนึ่งคลิปที่ตอบได้ชัด





02 • LIVE

ไลฟ์ช่วยสาธิตสินค้าและตอบคำถามลูกค้าแบบทันที

บทบาท

พูดคุย สาธิต และแก้ข้อสงสัย
ขณะลูกค้ากำลังสนใจ

สิ่งที่ควรเตรียม

สินค้า ราคา ลำดับการนำเสนอ
คำตอบที่พบบ่อย และคนช่วยดูคำถาม

เชื่อมไปสู่การซื้อ

จัดสินค้าที่จะนำเสนอใน LIVE
ให้ลูกค้าเข้าดูรายละเอียดได้

เริ่มจากไลฟ์สั้น ๆ ที่ตอบคำถามจริง แล้วค่อยปรับจากสิ่งที่ลูกค้าถาม

03 · TikTok Shop

พื้นที่แสดงสินค้า รับคำสั่งซื้อ และจัดการหลังบ้าน

1. **ลงทะเบียนร้าน**
   ยืนยันข้อมูลผู้ขายผ่าน Seller Center
2. **ลงสินค้า**
   ใส่ชื่อ ภาพ รายละเอียด และราคาที่ตรงกับสินค้าจริง
3. **เตรียมการจัดส่ง**
   ตั้งค่าที่อยู่ คลังสินค้า และการดำเนินคำสั่งซื้อ
4. **เชื่อมช่อง TikTok**
   เชื่อมบัญชีทางการของร้านเมื่อผ่านการตรวจสอบ

มีช่อง TikTok แล้ว ยังต้องเตรียมและยืนยัน TikTok Shop ก่อนเริ่มรับออเดอร์ในร้าน



04 · Creator Affiliate

ให้ครีเอเตอร์ช่วยเล่าเรื่องสินค้าและรับค่าคอมมิชชันตามยอดขายที่เข้าเกณฑ์



Seller • เลือกสินค้าและกำหนดข้อเสนอ

Creator • สร้างคอนเทนต์แนะนำสินค้า

Customer • ดูข้อมูลและตัดสินใจซื้อ

ผู้ขายควรเตรียม

ข้อมูลสินค้า ตัวอย่างสินค้า จุดเด่นที่พิสูจน์ได้
และค่าคอมมิชชันที่ยังมีกำไร

เลือกครีเอเตอร์อย่างไร

ดูความเหมาะสมของผู้ติดตาม วิธีเล่าเรื่อง
และความสอดคล้องกับสินค้า

ความน่าเชื่อถือของคำแนะนำ สำคัญกว่าจำนวนผู้ติดตามเพียงอย่างเดียว

05 • Shop Ads

GMV Max: ใช้งบโฆษณาช่วยโปรโมทสินค้าบน TikTok Shop

1 ก่อนเริ่ม



ร้าน สินค้า และคอนเทนต์
ควรพร้อมให้ลูกค้าตัดสินใจ

2 กำหนดแผน



เลือกสินค้าที่จะโปรโมท
ตั้งเป้าหมาย ROI และ
งบประมาณรายวัน

3 เรียนรู้จากผล



ดูยอดขาย ค่าโฆษณา
และกำไร แล้วปรับสินค้า
และคอนเทนต์

โฆษณาช่วยเพิ่มโอกาสให้คนเห็น แต่ไม่รับประกันยอดขายหรือกำไร



The TikTok Customer Journey

จากการพบสินค้า ไปสู่การใช้จริงและการบอกต่อ

01 Discover
เห็นสินค้าเป็นครั้งแรก



02 Explore
ดูข้อมูลและเปรียบเทียบ



03 Trust
มองหาหลักฐานและคำตอบ



04 Buy
ตัดสินใจและสั่งซื้อ



05 Experience
รับสินค้าและทดลองใช้



06 Share
รีวิว แนะนำ หรือบอกต่อ



เส้นทางจริงอาจข้ามขั้น ย้อนกลับ หรือหยุดก่อนซื้อได้



01 • Discover

ลูกค้าเห็นกระเป๋าผ้าของเราเป็นครั้งแรก

ลูกค้าคิดอะไร

“นี่คืออะไร น่าสนใจไหม?”

คอนเทนต์ที่เหมาะ

คลิปสั้นโชว์กระเป๋าในสถานการณ์จริง
เช่น ไปทำงานหรือเดินตลาด

เป้าหมายของคลิป

ทำให้คนหยุดดู จำสินค้าได้ และอยากดูต่อ

ตัวอย่าง Hook: “ของที่พกทุกวัน ใส่ในกระเป๋าใบเดียวได้ไหม?”

02 • Explore

ลูกค้าเริ่มดูรายละเอียดและเปรียบเทียบตัวเลือก



ลูกค้าคิดอะไร

“ขนาดพอไหม ใช้แบบไหนได้บ้าง?”

คอนเทนต์ที่เหมาะ

คลิปสาธิตใส่ของจริง โชว์ทรงกระเป๋า ด้านใน และตัวเลือกสี

เป้าหมายของคลิป

ทำให้ลูกค้าเข้าใจสินค้า และประเมินว่าเหมาะกับตนหรือไม่

ตัวอย่างคำชวนดู: “ลองใส่ของที่พกไปทำงานในกระเป๋าใบนี้”









03 · Trust

ลูกค้าต้องการหลักฐานก่อนเชื่อคำอธิบายของร้าน

ลูกค้าคิดอะไร

“ของจริงตรงกับที่เห็นไหม ใช้ได้นานไหม?”

คอนเทนต์ที่เหมาะ

โชว์วัสดุ ตะเข็บ ขนาดจริง และตอบคำถามที่ลูกค้าถามบ่อย

หลักฐานเพิ่มเติม

ใช้รีวิวจากลูกค้าจริงเมื่อมี และแจ้งข้อจำกัดของสินค้าอย่างตรงไปตรงมา

ความน่าเชื่อถือเกิดจากข้อมูลจริง ไม่ใช่คำกล่าวอ้างเกินจริง

04 · Buy

เมื่อพร้อมซื้อ ลูกค้าต้องเห็นข้อเสนอและวิธีสั่งซื้อชัดเจน



ลูกค้าคิดอะไร

“ราคาเท่าไร มีสีไหน ส่งอย่างไร?”

คอนเทนต์ที่เหมาะ

สรุปแบบกระเป๋า ตัวเลือก ราคา ค่าจัดส่ง และข้อเสนอที่มีจริง

สิ่งที่ร้านต้องทำ

บอกขั้นตอนสั่งซื้อ และเชื่อมไปยังสินค้าที่ลงขายเมื่อร้านพร้อม

CTA ตัวอย่าง: “ดูสีและรายละเอียดสินค้าได้ที่หน้าร้าน”

05 · Experience

หลังซื้อ ลูกค้าตัดสินจากสินค้าที่ได้รับและการดูแลของร้าน

ลูกค้าคิดอะไร

“ของตรงปกไหม ใช้อย่างไร ดูแลแบบไหน?”

คอนเทนต์ที่เหมาะ

คลิปวิธีใช้ วิธีดูแล และคำตอบเมื่อพบปัญหาหลังได้รับสินค้า

สิ่งที่ร้านต้องทำ

ส่งข้อมูลที่จำเป็น ตอบคำถาม และรับฟังข้อเสนอแนะ

ประสบการณ์หลังซื้อมีผลต่อการซื้อซ้ำและความไว้วางใจ



06 · Share

ลูกค้าที่มีประสบการณ์ดีอาจเล่าให้คนอื่นฟัง

ลูกค้าคิดอะไร

“ประสบการณ์นี้มีอะไรที่อยากเล่าต่อ?”

คอนเทนต์ที่เกิดขึ้นได้

รีวิวการใช้จริง ภาพจากลูกค้า
หรือคำแนะนำแบบปากต่อปาก

สิ่งที่ร้านควรทำ

ชวนรีวิวอย่างสุภาพ รับฟังทั้งคำชมและคำติ
และขออนุญาตก่อนนำคอนเทนต์ลูกค้ามาใช้



การบอกต่อที่น่าเชื่อถือ เริ่มจากประสบการณ์จริง



Views Are Only the Beginning

ยอดชมทำให้คนเห็นสินค้า แต่ยังไม่พอให้ตัดสินใจซื้อ

01 สินค้า

ตอบความต้องการของลูกค้าจริง



02 ข้อมูล

อธิบายคุณสมบัติและวิธีใช้ชัด



03 ความน่าเชื่อถือ

แสดงสินค้าจริงและตอบข้อสงสัย



04 ราคา

บอกราคาที่ลูกค้าจ่ายทั้งหมดและข้อเสนอ



05 ประสบการณ์ร้าน

สั่งซื้อง่าย ส่งมอบและดูแลหลังขาย



เปลี่ยนการมองเห็นให้เป็นความเชื่อมั่น แล้วจึงเป็นโอกาสในการซื้อ

2. กำหนดตัวตนและสร้างความน่าเชื่อถือ

Build Identity

Who Are We Selling To?

ก่อนสร้างร้านและคอนเทนต์ ต้องรู้ว่าลูกค้าต้องการอะไร



WHO • ลูกค้าคือใคร?

ตัวอย่าง: คนทำงานที่พกของหลายชิ้นทุกวัน

NEED • เขาต้องการอะไร?

ตัวอย่าง: กระเป๋าที่ใส่ของจำเป็นและหยิบใช้สะดวก

CONCERN • เขากังวลอะไร?

ตัวอย่าง: ขนาดจริง ความแข็งแรง และการดูแลรักษา

ลองตอบทั้ง 3 ข้อสำหรับสินค้าของคุณ โดยนึกถึงลูกค้าหนึ่งกลุ่มก่อน

What Does Our Business Stand For?

สรุปคุณค่าของร้านในหนึ่งประโยคที่ลูกค้าเข้าใจ

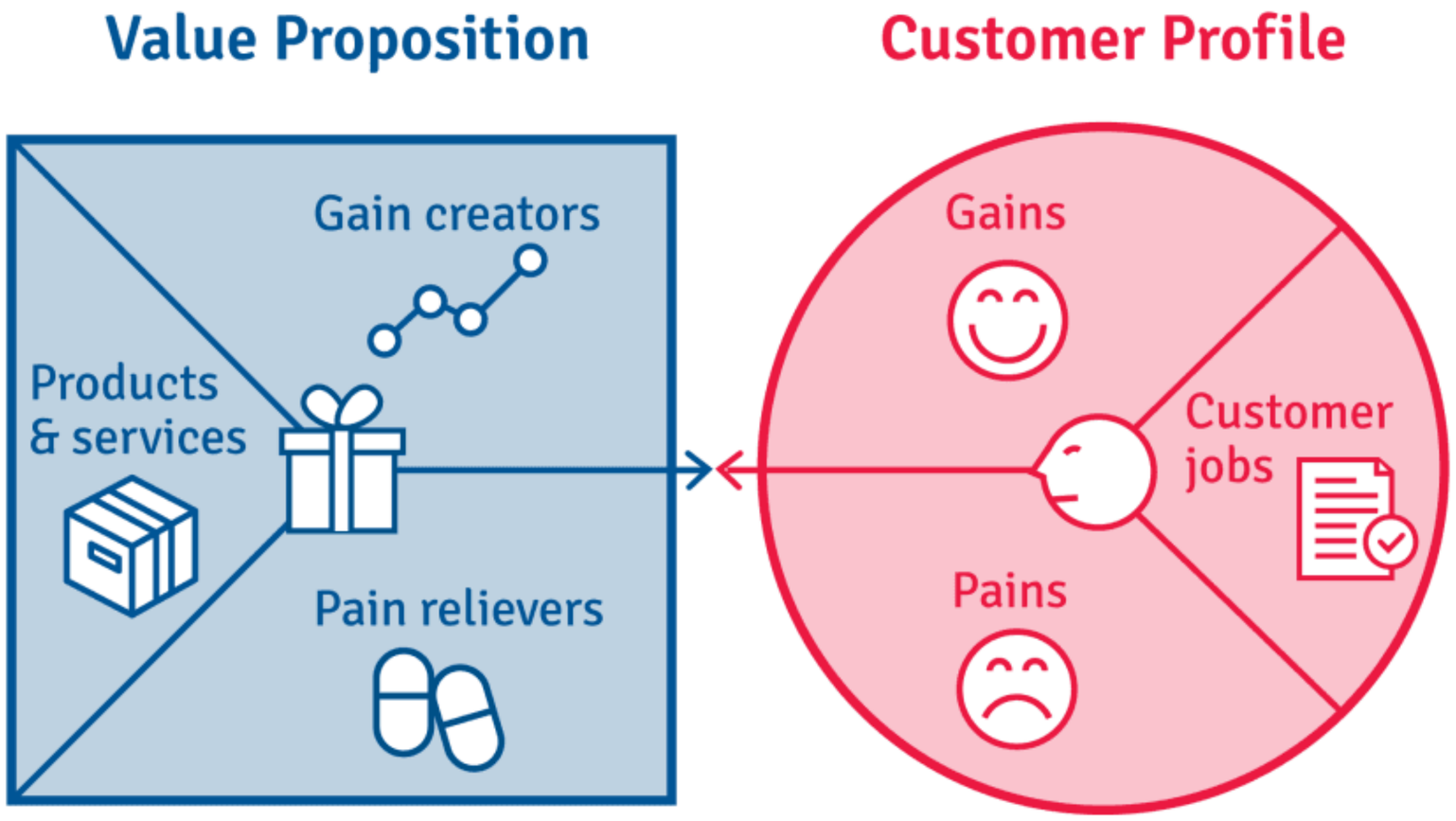
เราช่วย [ลูกค้า] › ให้ได้ [ผลลัพธ์] › ด้วย [สินค้า/จุดต่าง]



เราช่วย **คนทำงานที่พกของหลายชิ้น**
ให้ **จัดของและหยิบใช้สะดวกขึ้น**
ด้วย **กระเป๋าผ้าทำมือที่มีช่องใส่ของด้านหน้า**

ลูกค้า: คนทำงาน	ผลลัพธ์: จัดของและหยิบใช้สะดวก	จุดต่าง: ช่องใส่ของด้านหน้า

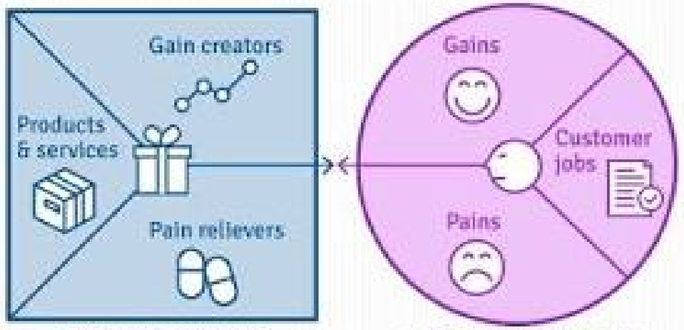
ลองเขียนหนึ่งประโยคสำหรับร้านของคุณ



Value Proposition Canvas

ในธุรกิจแฟรนไชส์

“Value Proposition Canvas คุณค่าของสินค้า ที่ส่งมอบให้แก่ลูกค้า”



สินค้า และบริการแฟรนไชส์ | ลูกค้าเป้าหมาย/ผู้ลงทุน

พัฒนาสินค้า

- **Product & Service** ออกแบบธุรกิจ พัฒนาสินค้า และบริการให้ดึงดูด น่าสนใจ
- **Gain Creator** นำเสนอ เอกลักษณ์ ความโดดเด่น ในการช่วยเหลือลูกค้า
- **Pain Relievers** ธุรกิจ สินค้า และบริการ แก้ปัญหา อะไรให้กับลูกค้าได้บ้าง

ระบุกลุ่มเป้าหมาย

- **Customer Job** ลูกค้าเป็นใคร ทำงานอะไร มีความต้องการอะไร
- **Gains** ลูกค้ามีความต้องการในส่วนไหนบ้าง เพื่อให้หลุดพ้นจากปัญหา
- **Pains** ลูกค้ามีปัญหาอะไร อยากทำอย่างไร เพื่อให้บรรลุผลสำเร็จ

รู้ไว้ใช่ว่า!

Value Proposition Canvas เป็นองค์ประกอบสำคัญของ Business Model Canvas จะช่วยให้ลูกค้าเห็นคุณค่าของสินค้า/บริการ ทำให้มีออฟชั่นสูงขึ้น และยอมจ่ายราคาสูงเพื่อตอบสนองความต้องการ

ซื้อแฟรนไชส์ แอดไลน์เลย!
ThaiFranchise Center.com

Choose Your Shop Identity

เลือกรูปแบบการเล่าเรื่องที่สะท้อนตัวตนและทำได้ต่อเนื่อง



01 | **เจ้าของร้านเล่าเอง**

ตัวอย่าง: “ทำไมฉันจึงเริ่มทำกระเป๋าผ้าใบนี้”



02 | **สินค้าเป็นพระเอก**

ตัวอย่าง: “ลองใส่ของที่พกทุกวันในหนึ่งใบ”



03 | **ผู้เชี่ยวชาญให้คำแนะนำ**

ตัวอย่าง: “ช่างเย็บอธิบายเนื้อผ้าและตะเข็บ”



04 | **เรื่องราวชุมชน**

ตัวอย่างสมมติ: “เบื้องหลังทีมช่างเย็บในชุมชน”

เลือกแนวหลักที่เป็นตัวคุณ แล้วทดลองเล่าหลายมุมโดยไม่ฝืนตัวตน

Make Your Profile Clear

คนที่เพิ่งเข้ามาควรรู้ทันทีว่า ร้านนี้เป็นใคร ขายอะไร และควรทำอะไรต่อ



01

ชื่อร้าน

จำง่ายและสอดคล้อง
กับสินค้าที่ขาย



02

ภาพโปรไฟล์

เห็นแล้วจำร้านหรือ
เจ้าของร้านได้



03

Bio

บอกตัวตนและคุณค่า
ของร้านอย่างกระชับ



04

สินค้าที่ขาย

ระบุประเภทสินค้าหลัก
ให้ชัด



05

เหตุผลที่ควรติดตาม

ผู้ชมจะได้เห็นหรือ
เรียนรู้อะไรต่อ



06

ขั้นตอนถัดไป

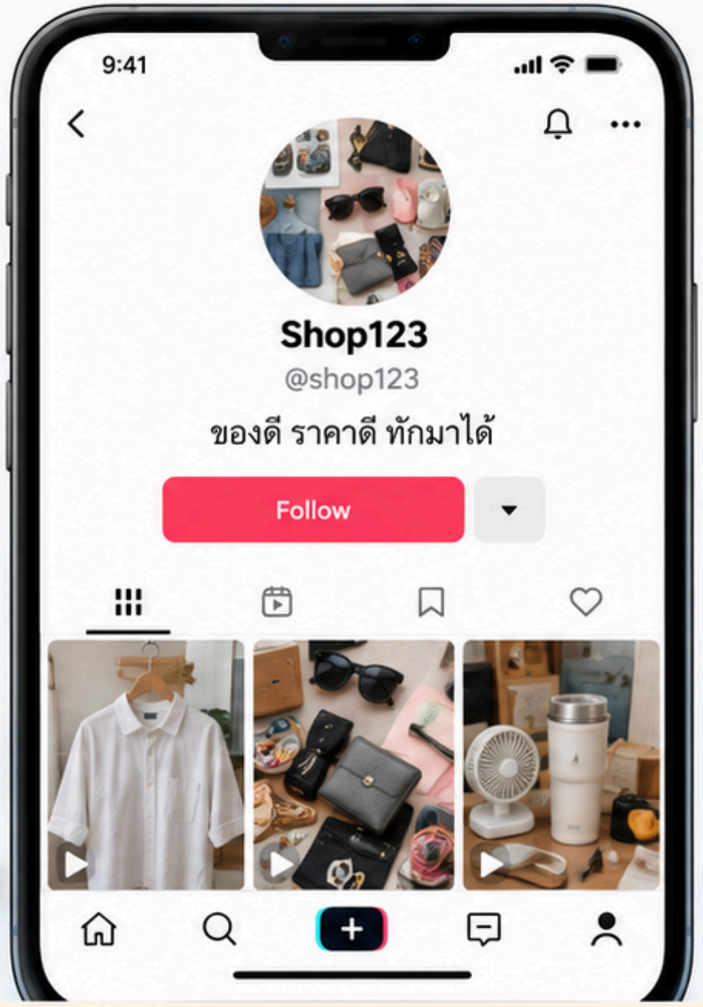
บอกว่าจะดูสินค้า
หรือสอบถามได้ที่ใด

ลองเปิด Profile ของตัวเอง แล้วตรวจทั้ง 6 จุด

Profile: Before & After

ตัวอย่างสมมติของร้านกระเป๋าผ้าทำมือ

BEFORE · ยังไม่ชัด



AFTER · ชัดขึ้น



ชื่อร้านบอกว่าเป็นใคร · Bio บอกคุณค่า · หน้าร้านบอกว่าดูสินค้าได้ที่ไหน

ภาพตัวอย่างเพื่อการสอน

Build Trust Before the First Sale

ก่อนซื้อครั้งแรก ลูกค้าต้องมั่นใจว่า “ร้านนี้ไว้ใจได้”



กระเป๋าผ้าแคนวาสทำมือ
ภาพสินค้าจริง • ระบุขนาดและวัสดุชัดเจน

01 **ข้อมูลร้านชัดเจน**
ชื่อร้านและช่องทางติดต่อหาได้ง่าย

02 **ภาพสินค้าจริง**
เห็นด้านหน้า ด้านใน และขนาดเมื่อถือ

03 **คำอธิบายตรงสินค้า**
บอกวัสดุ ขนาด สี และสิ่งที่ได้รับ

04 **ตอบคำถามได้**
ตอบข้อสงสัยเรื่องการใช้งานและสินค้า

05 **จัดส่งและบริการ**
แจ้งเวลาจัดส่ง วิธีติดตาม และการดูแลหลังซื้อ

ความชัดเจนทุกจุด ช่วยลดความลังเลก่อนกดสั่งซื้อ

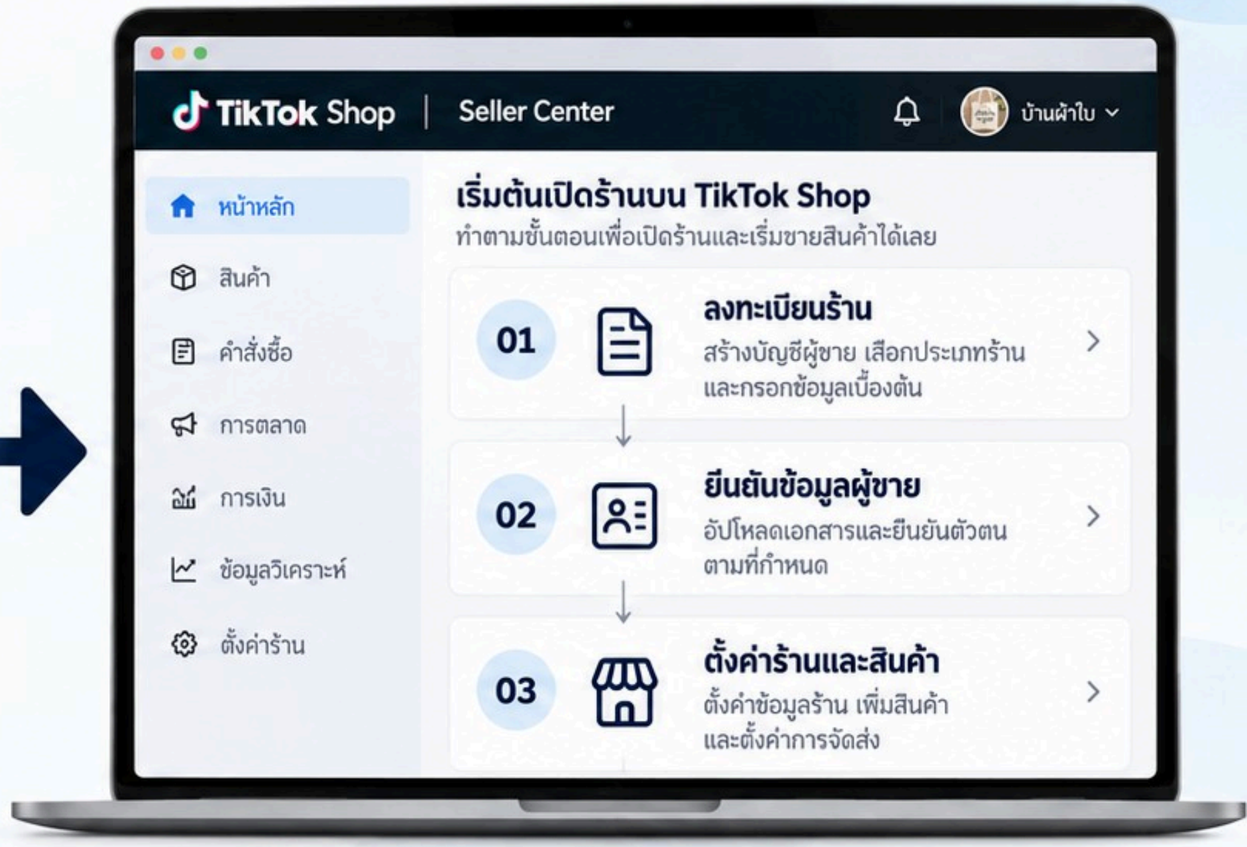
TikTok Account ≠ TikTok Shop



TikTok Account

มีช่องเพื่อสื่อสาร ลงวิดีโอ และ สร้างผู้ติดตาม

- ลงวิดีโอแนะนำสินค้า เล่าเรื่องแบรนด์
- สร้างผู้ติดตาม และมีส่วนร่วมกับชุมชน
- สื่อสารกับลูกค้าผ่าน คอนเทนต์และคอมเมนต์



TikTok Shop

เปิดหน้าร้านเพื่อจัดการสินค้าและคำสั่งซื้อ

มีบัญชี TikTok แล้ว ยังต้องสมัครร้านผ่าน Seller Center

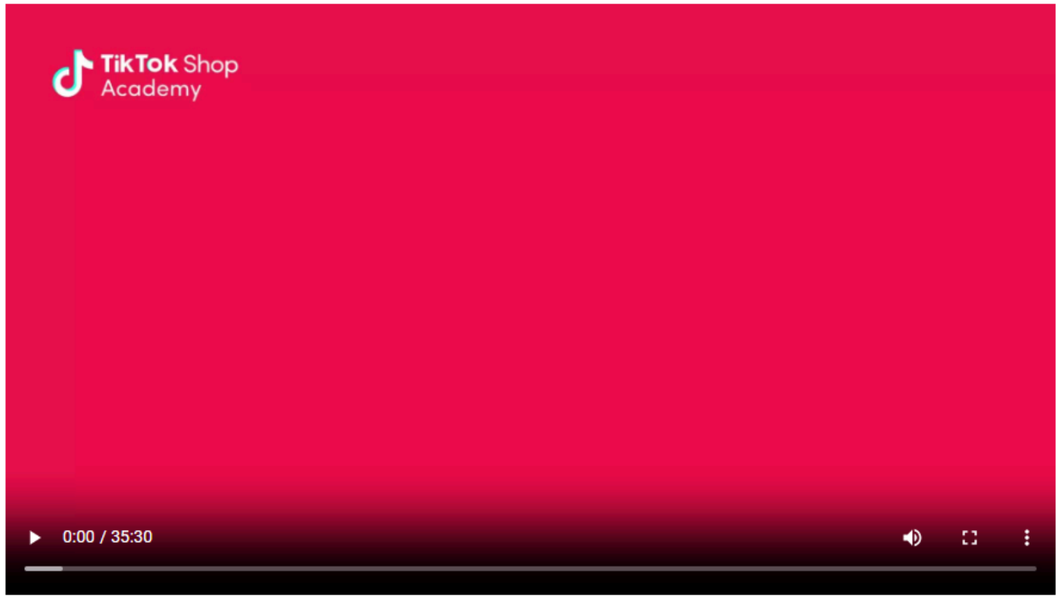
ข้อมูลขั้นตอน: TikTok Shop Academy, การลงทะเบียนผู้ขาย

ฟีเจอร์ใหม่ล่าสุดสำหรับร้านค้า
เริ่มต้นใช้งาน
ลงทะเบียนและตั้งค่าบัญชี
การลงทะเบียนผู้ขาย
ฟังก์ชั่นเมนูบน Seller Center
บัญชี
เตรียมการดำเนินงาน
สินค้า
ขายสินค้าที่ TikTok Shop
คำสั่งซื้อและการจัดส่งสินค้า
การคืนสินค้าและคืนเงิน
ลูกค้า
การเงิน
Affiliate
โปรโมชั่นและแคมเปญ
ศูนย์เครื่องมือสร้างวิดีโอ
โฆษณา
รายงานข้อมูล
การขยายธุรกิจ
บริการลูกค้า
ศูนย์ช่วยเหลือ
ความพร้อมของร้านค้า
เครื่องมือสร้างหน้าร้านค้า

การลงทะเบียนผู้ขาย

02/04/2569

นำไปใช้กับ:ไทย



ขั้นตอนการลงทะเบียนใน TikTok Shop ทำได้ง่ายมาก คุณสามารถลงทะเบียนด้วยบัญชี TikTok ที่มีอยู่แล้ว หรือสร้างบัญชีใหม่โดยเฉพาะสำหรับ TikTok Shop ก็ได้

เหตุผลที่คุณควรเปิดร้านบน TikTok Shop

สารบัญ
การลงทะเบียน
ลงทะเบียนบัญชีได้ 2 วิธี:
วิธีที่ 1 - ลงทะเบียนด้วยบัญชี T...
วิธีที่ 2 - ลงทะเบียนด้วยหมายเ...
การตั้งค่าร้านค้า
ขั้นตอนที่ 1 - ยืนยันตัวตน
ขั้นตอนที่ 2 - ตั้งค่าร้านค้าเบื้องต้น
ขั้นตอนที่ 3 - เชื่อมโยงบัญชี Ti...
คำถามที่พบบ่อย

3. เลือกสินค้า ราคาและข้อเสนอ

Create an Offer

Choose One Hero Product

เปรียบเทียบสินค้า 3 ตัวเลือก ก่อนเลือกชิ้นแรกมาทดลองขาย

เกณฑ์คัดเลือก	สินค้า A	สินค้า B	สินค้า C
1 **อธิบายง่าย** (ลูกค้าเข้าใจทันที)	___ / 5	___ / 5	___ / 5
2 **สาธิตได้** (เห็นการใช้งานจริง)	___ / 5	___ / 5	___ / 5
3 **ตอบโจทย์ลูกค้า** (มีความต้องการชัดเจน)	___ / 5	___ / 5	___ / 5
4 **ข้อมูลพร้อม** (ขนาด วัสดุ สี การจัดส่ง)	___ / 5	___ / 5	___ / 5
5 **คำนวณต้นทุนได้** (รู้ต้นทุนที่เกี่ยวข้อง)	___ / 5	___ / 5	___ / 5
รวมคะแนน	**___ / 25**	**___ / 25**	**___ / 25**

ให้คะแนนแต่ละข้อ 1–5 จากข้อมูลสินค้าของร้านจริง

เลือกตัวที่พร้อมที่สุดไปทดลองขาย แล้วดูผลตอบรับจริง

คะแนนช่วยเลือกจุดเริ่มต้น ไม่ได้การันตียอดขาย

Feature → Benefit → Customer Value

เล่าให้ลูกค้าเห็นว่า สินค้าช่วยชีวิตเขาอย่างไร

FEATURE | คุณสมบัติ

มีช่องแยกด้านใน

สินค้ามีอะไร?

→

BENEFIT | ประโยชน์

แยกมือถือกับกุญแจ หยิบได้ง่าย

ช่วยลูกค้าอย่างไร?

→

CUSTOMER VALUE | คุณค่าต่อลูกค้า

ไม่ต้องรื้อกระเป๋าเมื่อรีบออกจากบ้าน

ทำไมจึงคุ้มค่า?



ตัวอย่าง: กระเป๋าผ้าแคนวาส

อย่าหยุดแค่บอกว่า “มีช่องแยก”

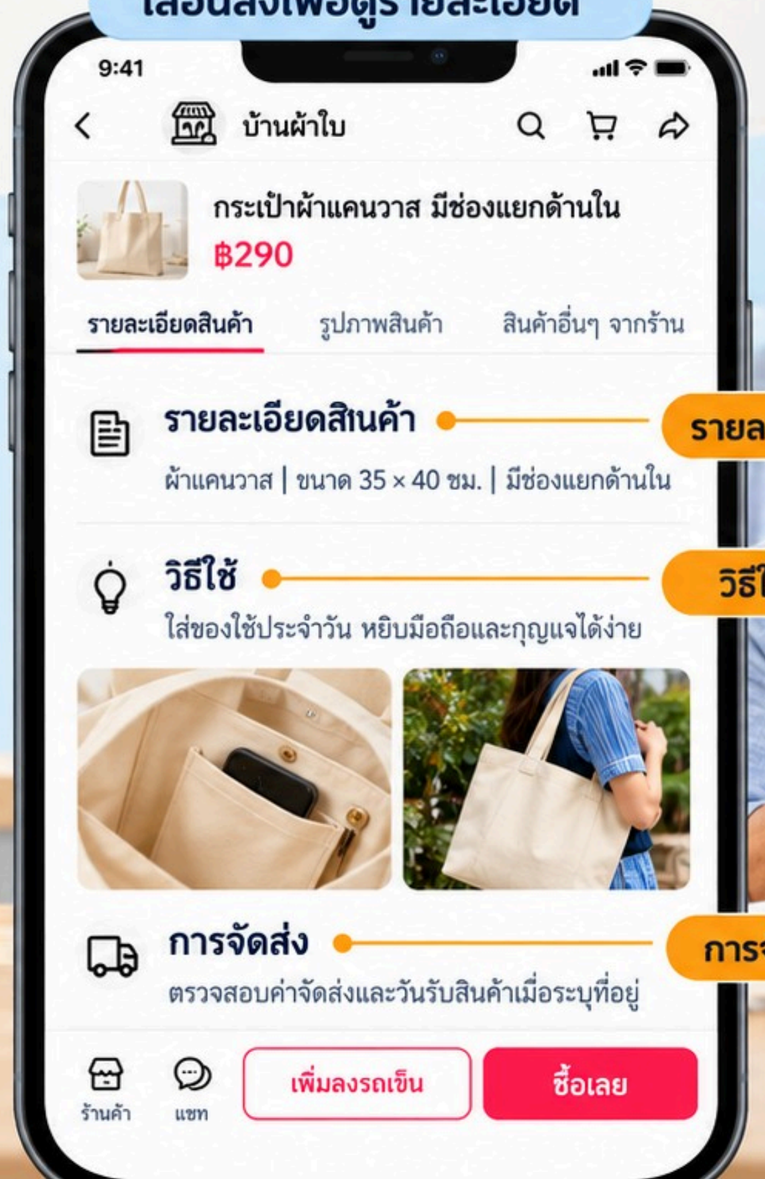
บอกต่อว่าลูกค้าใช้ชีวิตง่ายขึ้นอย่างไร

A Product Page That Answers Questions

ส่วนบนของหน้าสินค้า

เลื่อนลงเพื่อดูรายละเอียด





ตัวอย่างหน้าสินค้าจำลองเพื่อการสอน
แนวทางข้อมูลสินค้า: TikTok Shop Academy



Turn a Product into an Offer

สินค้า

กระเป๋าผ้าทำมือ
มีช่องแยกด้านใน

+

เหตุผลที่ควรซื้อ

แยกของได้ หยิบง่าย

+

ความมั่นใจ

ภาพจริง ขนาด และ
ข้อมูลการจัดส่งชัดเจน

+



ข้อเสนอที่คุ้มค่า

จัดชุดคู่กับกระเป๋าใส่
ของชิ้นเล็ก

+

ตัวอย่างสมมติ: ซื้อเป็นชุดได้กระเป๋าผ้า + กระเป๋าใส่ของชิ้นเล็ก

Offer ไม่ได้มีแค่การลดราคา แต่เพิ่มคุณค่าได้ด้วย Bundle หรือของแถม



Price for Profit

คำนวณกำไรต่อคำสั่งซื้อ

ราคาขายก่อนส่วนลด		ส่วนลดที่ร้านออก		ลูกค้าจ่าย
299 บาท	−	20 บาท	=	279 บาท

ลูกค้าจ่ายจริง	279 บาท
ต้นทุนสินค้า	−130 บาท
ค่าธรรมเนียม	−20 บาท
ค่าแพ็กและค่าส่งที่ร้านออก	−25 บาท
ค่าโปรโมตต่อออเดอร์	−15 บาท
กำไรโดยประมาณ	**89 บาท**

ตัวเลขสมมติเพื่อฝึกคำนวณ • เมื่อตั้งต้นจากยอดที่ลูกค้าจ่ายจริง ไม่หักส่วนลดซ้ำ

Before You Publish

เช็กลิสต์ก่อนเข้า Workshop



- ☐ **สินค้าพร้อมขายหรือยัง?**
  มีสินค้าและข้อมูลตัวเลือกพร้อมรับคำสั่งซื้อ
- ☐ **ข้อมูลตรงกับสินค้าจริงหรือไม่?**
  ภาพ ขนาด คุณสมบัติ และรายละเอียดไม่ทำให้เข้าใจผิด
- ☐ **ราคาขายแล้วยังมีกำไรหรือไม่?**
  หักส่วนลด ต้นทุน ค่าธรรมเนียม และค่าใช้จ่ายที่ร้านรับผิดชอบ
- ☐ **ลูกค้ารู้ไหมว่าต้องทำอะไรต่อ?**
  มีคำชวนให้ดูสินค้า เลือกตัวเลือก หรือสั่งซื้อที่ชัดเจน

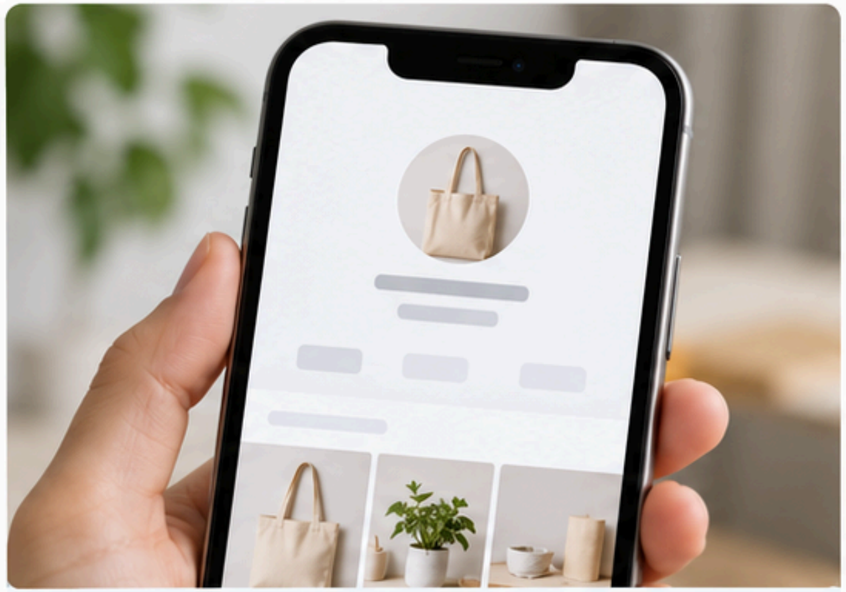
ถ้าข้อใดยังไม่พร้อม → จดสิ่งที่ต้องแก้ แล้วนำไปทำใน Workshop

4. เตรียมช่องและร้านค้าให้พร้อม

Build Your Shop

Workshop 1: TikTok Business & Shop Builder

ลงมือจัดหน้าร้านให้พร้อมสื่อสารและทดลองขาย







01 | ปรับหรือสร้างช่อง

ตั้งชื่อ ภาพโปรไฟล์ และ Bio
ให้ลูกค้าเห็นแล้วรู้ว่าร้านขายอะไร

02 | เขียนตัวตนร้าน

ระบุลูกค้า ผลลัพธ์ที่เขาต้องการ
และจุดต่างที่ร้านทำได้จริง

03 | ร่างราคาและ Offer

คำนวณต้นทุน กำหนดราคา และ
ออกแบบข้อเสนอที่มากกว่าการลดราคา

เมื่อจบกิจกรรม: มีช่องหรือแนวทางปรับช่อง + ประโยคตัวตนร้าน + ร่างราคาและ Offer 1 ชุด



01 Build or Improve Your Channel

ปรับช่องเดิม หรือเริ่มช่องใหม่ให้ลูกค้าเข้าใจร้านทันที

ถ้ามีช่องอยู่แล้ว

- ตรวจชื่อร้าน ภาพโปรไฟล์ Bio และภาพรวมคลิปที่คนเห็น
- เลือกอย่างน้อย 1 จุดที่ต้องแก้ แล้วปรับให้ชัดขึ้น

ถ้ายังไม่มีช่อง

- สร้างช่องด้วยชื่อที่จดจำง่าย และสอดคล้องกับร้าน
- ใส่ภาพโปรไฟล์และ Bio ที่บอกว่าสินค้าคืออะไร

ตรวจ 3 วินาทีแรก: ลูกค้าเห็นแล้วรู้ไหมว่าใครขาย ขายอะไร และควรดูต่อเพราะอะไร

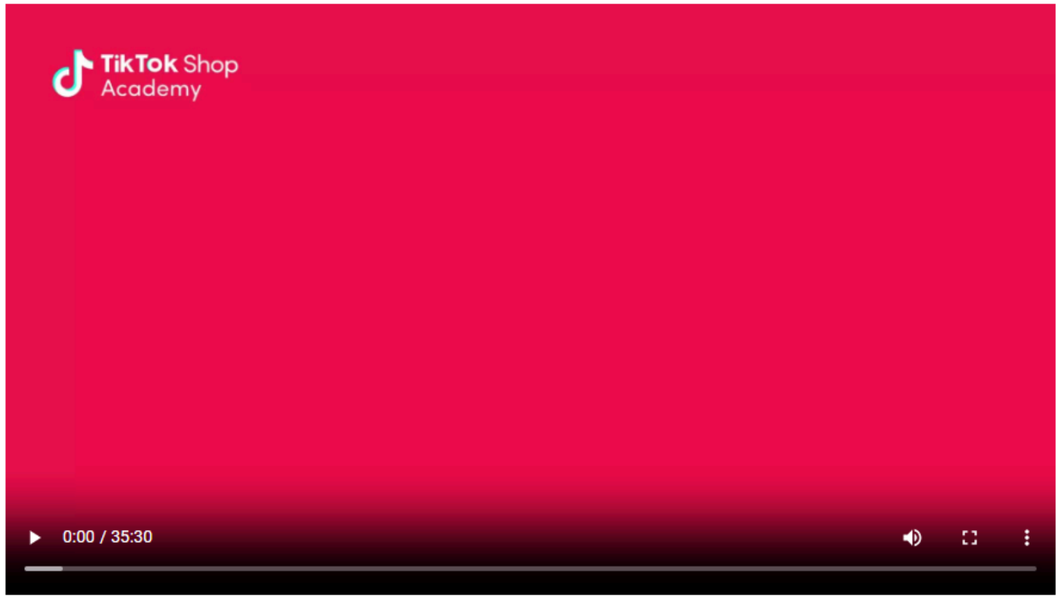
ผลลัพธ์: ช่องที่ปรับแล้ว หรือช่องใหม่พร้อมชื่อ ภาพโปรไฟล์ และ Bio ฉบับร่าง

ฟีเจอร์ใหม่ล่าสุดสำหรับร้านค้า
เริ่มต้นใช้งาน
ลงทะเบียนและตั้งค่าบัญชี
การลงทะเบียนผู้ขาย
ฟังก์ชั่นเมนูบน Seller Center
บัญชี
เตรียมการดำเนินงาน
สินค้า
ขายสินค้าที่ TikTok Shop
คำสั่งซื้อและการจัดส่งสินค้า
การคืนสินค้าและคืนเงิน
ลูกค้า
การเงิน
Affiliate
โปรโมชั่นและแคมเปญ
ศูนย์เครื่องมือสร้างวิดีโอ
โฆษณา
รายงานข้อมูล
การขยายธุรกิจ
บริการลูกค้า
ศูนย์ช่วยเหลือ
ความพร้อมของร้านค้า
เครื่องมือสร้างหน้าร้านค้า

การลงทะเบียนผู้ขาย

02/04/2569

นำไปใช้กับ:ไทย



ขั้นตอนการลงทะเบียนใน TikTok Shop ทำได้ง่ายมาก คุณสามารถลงทะเบียนด้วยบัญชี TikTok ที่มีอยู่แล้ว หรือสร้างบัญชีใหม่โดยเฉพาะสำหรับ TikTok Shop ก็ได้

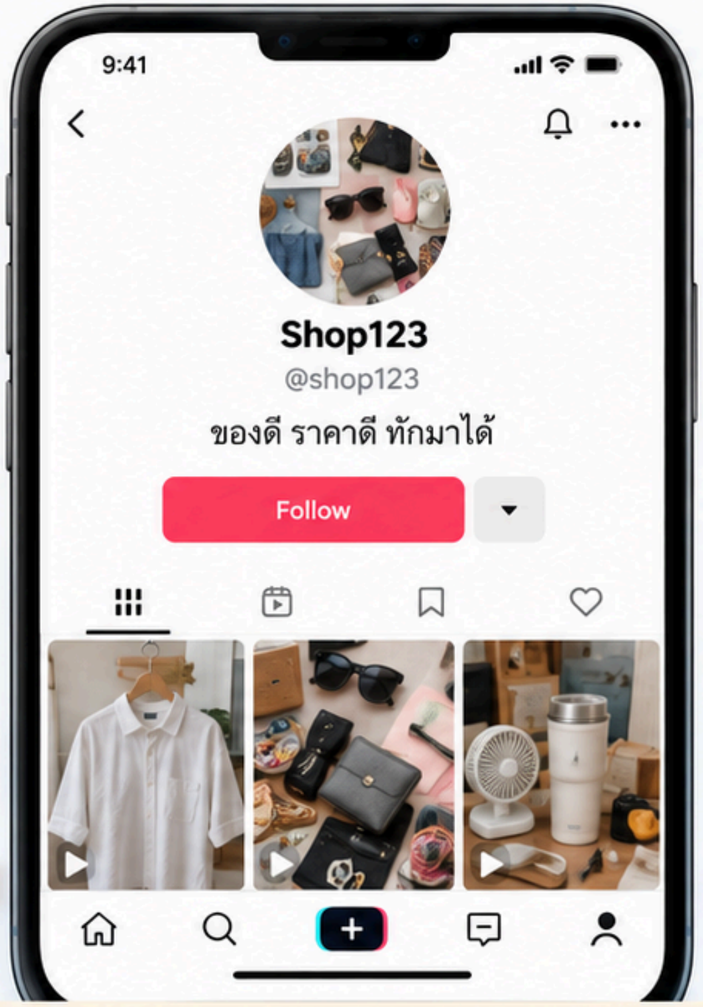
เหตุผลที่คุณควรเปิดร้านบน TikTok Shop

สารบัญ
การลงทะเบียน
ลงทะเบียนบัญชีได้ 2 วิธี:
วิธีที่ 1 - ลงทะเบียนด้วยบัญชี T...
วิธีที่ 2 - ลงทะเบียนด้วยหมายเ...
การตั้งค่าร้านค้า
ขั้นตอนที่ 1 - ยืนยันตัวตน
ขั้นตอนที่ 2 - ตั้งค่าร้านค้าเบื้องต้น
ขั้นตอนที่ 3 - เชื่อมโยงบัญชี Ti...
คำถามที่พบบ่อย

Profile: Before & After

ตัวอย่างสมมติของร้านกระเป๋าผ้าทำมือ

BEFORE · ยังไม่ชัด



AFTER · ชัดขึ้น



ชื่อร้านบอกว่าเป็นใคร · Bio บอกคุณค่า · หน้าร้านบอกว่าดูสินค้าได้ที่ไหน

ภาพตัวอย่างเพื่อการสอน

03 Draft Price & Offer

เลือกสินค้า 1 รายการ แล้วร่างราคาและข้อเสนอที่ร้านทำได้จริง



A ร่างราคา

ราคาขายก่อนส่วนลด	_____	บาท
ส่วนลดที่ร้านออก	_____	บาท
ลูกค้าจ่ายจริง	_____	บาท
ต้นทุนสินค้าและของในชุด	_____	บาท
ค่าธรรมเนียม + ค่าแพ็ก/ส่ง + ค่าโปรโมต	_____	บาท

กำไรประมาณ = ลูกค้าจ่ายจริง – ต้นทุนทั้งหมด

B ออกแบบ Offer

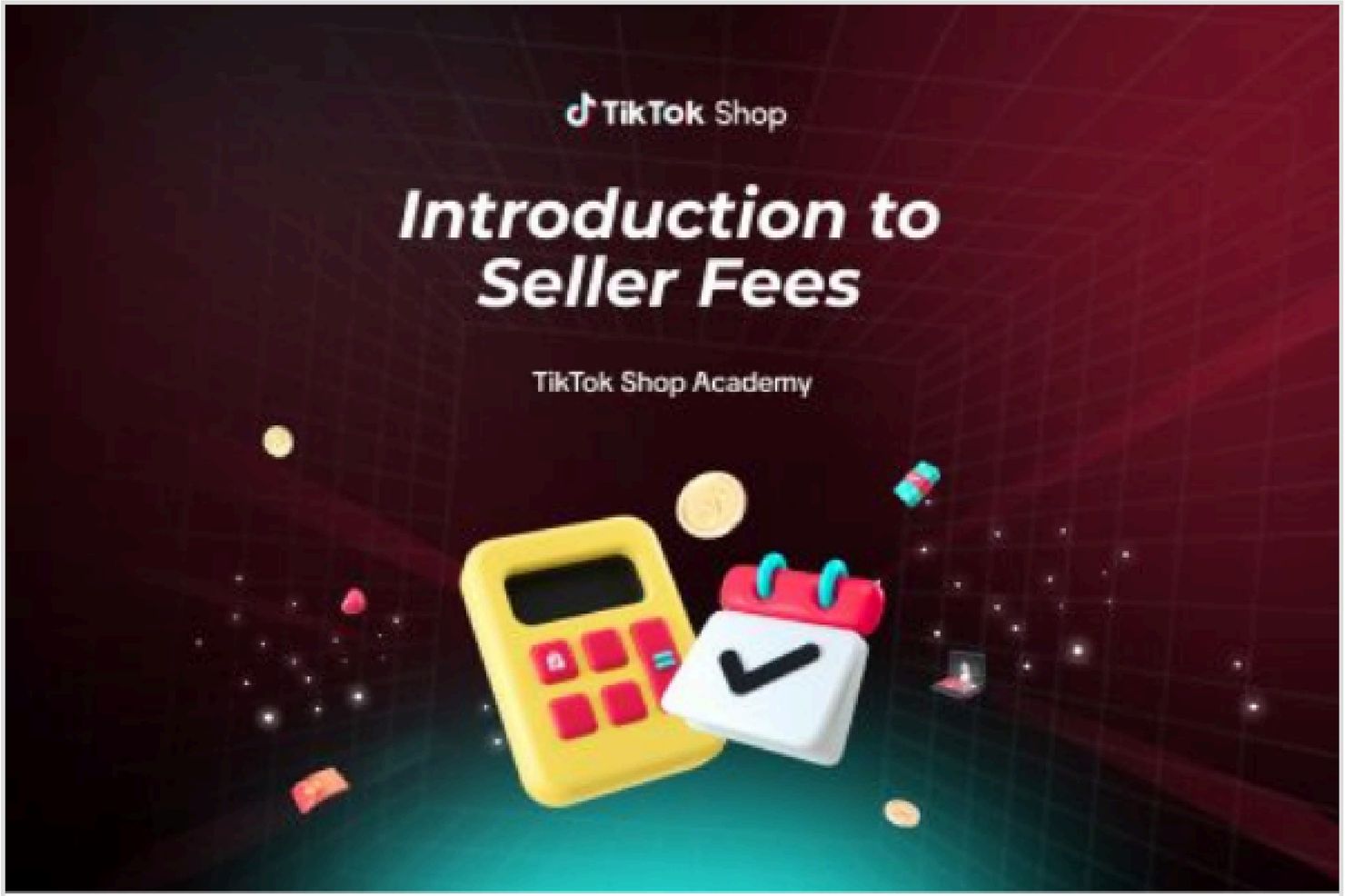
ลูกค้าได้อะไรเพิ่ม นอกจากราคาที่เห็น?

- **Bundle:** กระเป๋าผ้า + กระเป๋าใส่ของชิ้นเล็ก
- **ของแถม:** ของใช้ชิ้นเล็กที่ร้านเตรียมได้
- **ความมั่นใจ:** ขนาดจริง ภาพจริง ข้อมูลจัดส่งชัดเจน

Offer ของร้านเรา: _____

ถ้ามีของแถมหรือจัดชุด ต้องรวมต้นทุนเพิ่มก่อนสรุปกำไร

ผลลัพธ์: ราคาที่คิดต้นทุนแล้ว + Offer 1 แบบสำหรับทดลองนำเสนอ



Introduction to Seller Fees

Starting from 00:00, 6 May, 2026, Thailand time (GMT+7), the platform will make the following adjustments: Adjustments to the Commission Fee for

https://seller-th.tiktok.com/university/essay?knowledge_id=3233897186412289

PART 1 — PRODUCT & BUSINESS TARGET

PRODUCT INFORMATION	YOUR ANSWER
Product / สินค้า	_____
Product Category / หมวดสินค้า	_____
Target Customer	_____
Product Cost / Unit	_____ บาท
Target Profit Margin	_____ %
เหตุผลในการกำหนด Target Profit Margin	_____

PART 2 — COMMERCE COST, PRICING & PROFIT

COST, PRICING & PROFIT	LAZADA	SHOPEE	TIKTOK SHOP	LINE SHOPPING	OWN WEBSITE
Product Cost / Unit	__฿	__฿	__฿	__฿	__฿
Packaging Cost / Unit	__฿	__฿	__฿	__฿	__฿
Commission / Selling Fee	__% = __฿	__% = __฿	__% = __฿	__% = __฿	__% / N/A
Transaction / Payment Fee	__% = __฿	__% = __฿	__% = __฿	__% = __฿	__% = __฿
Platform / Service Fee	__% = __฿	__% = __฿	__% = __฿	__% = __฿	__% = __฿
Other Required Fees	__฿	__฿	__฿	__฿	__฿
VAT on Applicable Fees	__฿	__฿	__฿	__฿	__฿
Shipping Cost	__฿	__฿	__฿	__฿	__฿
Shipping Paid by Customer	__฿	__฿	__฿	__฿	__฿
Shipping Paid by Seller	__฿	__฿	__฿	__฿	__฿
Other Variable Costs	__฿	__฿	__฿	__฿	__฿
PLANNED SELLING PRICE	__฿	__฿	__฿	__฿	__฿
TOTAL COST / UNIT	__฿	__฿	__฿	__฿	__฿
PROFIT / UNIT	__฿	__฿	__฿	__฿	__฿
PROFIT MARGIN	__%	__%	__%	__%	__%
TARGET ACHIEVED?	□ Yes □ No	□ Yes □ No	□ Yes □ No	□ Yes □ No	□ Yes □ No

PART 3 — MARKET CHECK & COMMERCE DECISION

MARKET CHECK & DECISION	LAZADA	SHOPEE	TIKTOK SHOP	LINE SHOPPING	OWN WEBSITE
Our Planned Price	__฿	__฿	__฿	__฿	__฿
Comparable Market Price / Range	__฿	__฿	__฿	__฿	__฿
Our Profit / Unit	__฿	__฿	__฿	__฿	__฿
Our Profit Margin	__%	__%	__%	__%	__%
Price Competitive?	□ Yes □ No	□ Yes □ No	□ Yes □ No	□ Yes □ No	□ Yes □ No
SELL ON THIS CHANNEL?	□ YES □ NO	□ YES □ NO	□ YES □ NO	□ YES □ NO	□ YES □ NO
FINAL SELLING PRICE	__฿	__฿	__฿	__฿	__฿
WHY?	____	____	____	____	____



https://sellercenter.lazada.co.th/helpcenter/s/faq/knowledge?categoryId=1000028085&m_station=faq&questionId=1000147681

Shopee | Shopee Help Center

Policies

นโยบายของ Shopee

แคมเปญ เกม และ/หรือกิจกรรมแจกของรางวัลของ Shopee

โปรแกรมสำหรับสมาชิกบนแพลตฟอร์ม Shopee (Shopee Membership Programs)

นโยบายของ SPX

นโยบายของ Monee

นโยบายของ Unicorn

ข้อกำหนดและเงื่อนไขของ ShopeeVIP

LiveXtra Program

นโยบายค่าธรรมเนียมนี้ แสดงรายละเอียดที่ Shopee เรียกเก็บค่าธรรมเนียมการให้บริการต่างๆตามตารางด้านล่างนี้และเป็นไปตามเงื่อนไขการให้บริการและนโยบายของช้อปปี้

(1) ค่าธรรมเนียมการทำธุรกรรม (Payment Transaction Fee)

• ค่าธรรมเนียมที่เรียกเก็บจากการที่ผู้ซื้อได้ชำระค่าสินค้าสำเร็จโดยวิธีการชำระเงินที่ Shopee จัดให้มีผ่านเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันของ Shopee (ยกเว้นจากการชำระค่าสินค้าโดยการใช้บัตรเครดิตแบบผ่อนชำระ และ Special SPayLater)

• ค่าธรรมเนียมการทำธุรกรรมนี้จะจัดเก็บจากผู้ขายทุกราย

อัตราค่าธรรมเนียม และ การคิดคำนวณปัจจุบัน
• ค่าธรรมเนียมการทำธุรกรรม คิดเป็น 3% (ไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม) ของยอดเงินที่ผู้ซื้อต้องชำระบวกค่าขนส่งสินค้า และบวกด้วยมูลค่าส่วนลดสินค้าที่ช้อปปี้รับผิดชอบ (Shopee Item PRM (Price-related Marketing)) และ Shopee Coin (ไม่รวมส่วนลดสินค้าที่ผู้ขายรับผิดชอบ)
อัตราค่าธรรมเนียม และการคิดคำนวณที่เปลี่ยนแปลง (เริ่มมีผลตั้งแต่วันที่ 4 สิงหาคม 2569)
ไม่มีการเปลี่ยนแปลง

(2) ค่าธรรมเนียมโครงสร้างพื้นฐานแพลตฟอร์ม (Platform Infrastructure Fee)

•ค่าธรรมเนียมโครงสร้างพื้นฐานแพลตฟอร์มที่เรียกเก็บจากทุกค่าสั่งซื้อที่มีสถานะส่าเร็จผ่านเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันของ Shopee

• ค่าธรรมเนียมโครงสร้างพื้นฐานแพลตฟอร์มจะถูกจัดเก็บจากทุกออเดอร์ที่เกิดขึ้นใน Shopee ในทุกช่องทางการชำระเงิน

•ค่าธรรมเนียมโครงสร้างพื้นฐานแพลตฟอร์มนี้จะจัดเก็บจากผู้ขายทุกราย โดยนโยบายการยกเว้นธรรมเนียมดังกล่าว สามารถอ่านเพิ่มเติมได้ที่ https://shopee.co.th/m/PlatformInfrastructureFee

https://help.shopee.co.th/portal/4/article/77254-%E0%B8%99%E0%B9%82%E0%B8%A2%E0%B8%9A%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B8%84%E0%B9%88%E0%B8%B2%E0%B8%98%E0%B8%A3%E0%B8%A3%E0%B8%A1%E0%B9%80%E0%B8%99%E0%B8%B5%E0%B8%A2%E0%B8%A1



https://lineshoppingseller.com/tips-and-tricks/sellerguidebook

Thank You Q&A

จากตัวตนร้าน สู่ราคาและข้อเสนอที่พร้อมทดลองขาย

