

ภาคผนวก

ภาคผนวก

แบบบันทึกข้อมูลการสัมภาษณ์

แบบบันทึกข้อมูลการสัมภาษณ์ประกอบการศึกษาเรื่อง “การบริหารจัดการเว็บไซต์ของเว็บไซต์โฮสต์เสิร์ช”

.....

สัมภาษณ์ ชาญชนม์ ลวิตรังสิมา

สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 18 กุมภาพันธ์ 2552

ผู้สัมภาษณ์

ชาญชนม์ ลวิตรังสิมา

จุดเริ่มต้น

จุดเริ่มต้นเรามองเห็นโอกาสทางธุรกิจตรงนี้ เพราะว่าตอนที่พี่เริ่มที่แรกเมืองไทยเศรษฐกิจฟองสบู่แตก เรามีความรู้ทางด้านอินเทอร์เน็ตที่มองเห็นว่ามันจะมีโอกาสในอนาคต โดยเริ่มแรกพี่ทำเว็บไซต์ trip-tric.com ตอนนั้นเว็บนี้ขายไปแล้วเป็นเว็บที่สอนให้คนทำเว็บพี่ก็เขียนสอนว่า html ทำอย่างไร กราฟฟิกทำอย่างไร สมัยนั้นจะมีเรื่อง 256สีเป็นยุคแรกๆ ทำ animate gif ทำอย่างไร แล้วพอดีเว็บนี้จะมีบริษัท Web Hosting มาลงโฆษณากันเยอะพี่ก็เลยมองเห็นโอกาสว่าบริษัท Web Hosting เป็นกลุ่มใหญ่ที่ใช้เงินในท้องตลาดเราน่าจะทำอะไรสักอย่างที่มาขายให้พวกนี้ ทำ trip-tric.com คงไม่รุ่งแน่เลยทำโฮสต์เสิร์ชออกมาคือไอเดียของโฮสต์เสิร์ชไม่ได้ทำมาจากที่เราชอบอะไร แต่เราทำมาจากว่าตลาดมีโอกาสอะไรอยู่เราเห็นว่ามีคนจ่ายเงินตรงนี้เราก็ทำบริการเข้าไปรองรับ จุดเริ่มต้นมาจากตรงนี้

ผู้สัมภาษณ์

ชาญชนม์ ลวิตรังสิมา

จุดเริ่มต้นทำธุรกิจตอนไหนคะ

ตอนที่เรียนอยู่ที่อเมริกา

ผู้สัมภาษณ์

ตอนนั้นลูกค้าส่วนใหญ่เป็นอเมริกัน แล้วย้ายกลับมาเมืองไทยมี ปัญหาหรือไม่

ชาญชนม์ ลวิตรังสีมา

ตอนนั้นลูกค้าทั้งหมดเป็นอเมริกัน คือหลักจากเปิดโฮสต์เสิร์ชได้ ประมาณ 1 เดือนก็ก็กลับมาเมืองไทย มันก็ไม่ยากอะไรเลย เพราะทุกอย่างก็ใช้ e-mail ทั้งหมดทุกอย่างเป็น virtual ลูกค้าบางคนก็ไม่วู้ด้วยซ้ำว่าเราอยู่เมืองไทยตั้งแต่แรกมาจนถึงทุกวันนี้จะเป็นอย่างนั้น

ผู้สัมภาษณ์

อายุของโฮสต์เสิร์ช

ชาญชนม์ ลวิตรังสีมา

อยู่มาตั้งแต่ธันวาคมปี 97 ก็ 12 ปีแล้ว

ผู้สัมภาษณ์

ธุรกิจที่ดูแลตอนนี้มีส่วนไหนบ้าง

ชาญชนม์ ลวิตรังสีมา

ส่วนหลักใหญ่ๆ ก็เป็น Online Advertising โฮสต์เสิร์ชคือตัวหลัก อันนี้คือส่วนแรก ส่วนที่สองคือส่วนของ Web service คือให้บริการออกแบบพัฒนาเว็บไซต์ ส่วนที่สามคือ Web Hosting ในนาม VHostweb

ผู้สัมภาษณ์

อย่างนี้คือมีทั้งธุรกิจที่เป็นทั้ง Online และ Offline

ชาญชนม์ ลวิตรังสีมา

สำหรับพีพีไม่คิดอย่างนั้นพีพีคิดว่าทุกอย่างคือธุรกิจ Online ทั้งหมดเพียงแต่ว่ากระบวนการของ Clicksee design นี่มัน เกี่ยวพันกับการขายแบบเดิมคือต้องมีการนำเสนอลูกค้าเดินทาง ไปพบ แต่ส่วนของ Web Hosting กับ VHostweb คือการใช้ กระบวนการทาง Online คือลูกค้าออเดอร์ผ่านทางพนักงาน ทั้งหมดผ่านอินเทอร์เน็ต

ผู้สัมภาษณ์

โครงสร้างการบริหาร

ชาญชนม์ ลวิตรังสีมา

มันผสมเนื่องจากเป็นองค์กรที่มันเล็กคือองค์กรเล็กจะเติบโตมาจาก การที่เจ้าของคนเดียวคุมทั้งหมดก็จัดการบริหารระดับกลาง ออกไป แต่ในบางครั้งก็ต้องมีการบริหารระดับกลางอยู่ เช่น เมื่อก่อนจะมี IT Manager หรืออย่างตอนนี้ ซึ่งเป็น Head of Technical Support หรือฝ่ายบัญชีก็ต้องมีผู้ที่คอยควบคุมที่ดูแล ลูกน้องอีกต่อหนึ่ง จริงๆ แล้วทุกส่วนมันต้องมีผู้บริหาร ระดับกลาง แต่ในสำหรับองค์กรของเราจะมีระดับกลางแล้วก็

เป็นระดับปฏิบัติการ แต่หลักๆ ในการวางนโยบายก็มาจากข้างบนว่าเราจะทำอะไรกันอย่างไร ระดับกลางก็คือว่าไปทำเป้าหมายให้มันเป็นจริงให้ได้

ผู้สัมภาษณ์

ชาญชนม์ ลวิตรังสีมา

ขอบเขตของการทำงาน

แต่ละคนก็จะมี Job description อยู่แล้วว่าจะแต่ละคนมีหน้าที่อะไรอย่างไร ซึ่งทุกคนก็ควรยึดตามนั้นแต่ละคนก็จะมีเป้าหมายในการทำงานที่แตกต่างกัน ซึ่งต้องขึ้นกันว่าบริษัทต้องการอะไรอย่างสมมติเป็น Online Editor เนื้อหาของเว็บไซต์จะต้องถูกต้องซึ่งมันก็มีตัววัดอยู่แล้วอย่างคนเข้ามาบอกว่าเนื้อหาของเราผิดพลาดจะต้องไม่เกินเท่านั้นเท่านี้ ซึ่งพี่ก็จะเป็นคนกำหนดเองทั้งหมด

ผู้สัมภาษณ์

ชาญชนม์ ลวิตรังสีมา

การรักษาฐานลูกค้า และเพิ่มลูกค้าใหม่

คือลูกค้าแต่ละกลุ่มก็จะแตกต่างกันแต่ที่เน้นๆ คือ การสร้างความประทับใจถ้าเขาใช้ของเจ้านี้ดีแล้วมันก็มีโอกาสที่จะใช้บริการเราซ้ำ หรืออีกอย่างในเรื่องของการโฆษณาในภาวะเศรษฐกิจอย่างนี้ก็เป็นเรื่องกลยุทธ์ด้านราคา คือการลดราคา มีการแบ่งพื้นที่ในโฮสต์เสิร์ชอย่างไร

ผู้สัมภาษณ์

ชาญชนม์ ลวิตรังสีมา

โฆษณาจะไม่เยอะเท่าเนื้อหาที่มีประมาณ 35-40 เปอร์เซ็นต์

ผู้สัมภาษณ์

ชาญชนม์ ลวิตรังสีมา

การบริหารความเสี่ยง

ในส่วนนี้คือเรามีการกระจายความเสี่ยงออกไปอย่าง โฮสต์เสิร์ชเป็นตลาดที่เป็นต่างประเทศล้วนๆ ซึ่งมันก็เป็นรายได้ที่ดีในยามที่เศรษฐกิจเป็นแบบหนึ่งเราก็มีการกระจายความเสี่ยงออกไปเรามี Clicksee design มันเป็นธุรกิจคนละแบบเลยแต่มันเป็นตลาดในประเทศเป็นอีกรูปแบบหนึ่งที่ไม่ใช่การขายโฆษณา และนอกจากนั้นเรามี Web Hosting อีกหนึ่งอย่างที่มีลักษณะที่มีลักษณะเป็น Subscription คือราคาของ Clicksee design ไปรเจ็คหนึ่งมัน 2-3 แสน แต่ Web Hosting อันหนึ่งมัน 300 บาท อย่างนี้แต่ว่าลูกค้าเป็นพันคนคือฐานลูกค้าใหญ่คือแต่ละส่วนก็มีตลาดที่แตกต่างกันออกไป เพราะฉะนั้นเวลาที่พูดถึงผลกระทบ

ทางเศรษฐกิจมันก็กระทบอยู่แล้วแต่มันก็ยังมียอะไรให้สามารถ
ถ่ายเทได้ ถ้าเรามีแค่โฮสต์เสิร์ชอย่างเดียวตอนนี้เราอาจจะแยก
ได้

ผู้สัมภาษณ์

โฮสต์เสิร์ชเป็นธุรกิจรูปแบบไหน

ชาญชนม์ ลวิตรังสิมา

เป็น Web directory ที่ใช้ค้นหาผู้ให้บริการ Web Hosting เป็น
แบบเฉพาะ ที่มีการขายโฆษณามีรายได้จากการขายโฆษณา

ผู้สัมภาษณ์

การที่เราจับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นตลาดเฉพาะมีผลต่อธุรกิจ
หรือไม่

ชาญชนม์ ลวิตรังสิมา

คือจริงๆ มันไม่ใช่เพราะเป็น Niche Market แต่เป็นเพราะว่า
ตลาดที่เราจับเป็นกลุ่มที่ใช้เงินในธุรกิจนี้ หากเราไปจับกลุ่ม
Niche Market แบบเกี่ยวกับสุขภาพมันอาจจะไม่ได้เงินก็ได้ มัน
ไม่ได้ได้เงินเพราะเป็น Niche Market แต่ได้เงินเพราะเป็นกลุ่ม
ของคนที่ยอมใช้เงินในตลาด เพราะถ้าคุณให้ธุรกิจ Web Hosting
เป็นธุรกิจที่ไม่มีหน้าร้านการที่คุณจะขายของได้คุณต้องโฆษณา
ถ้าคุณไม่โฆษณาคุณขายของไม่ได้ นอกจากว่าคุณอยู่มานานมี
คนที่รู้จักคุณอยู่มาก

ผู้สัมภาษณ์

รูปแบบการธุรกิจแบบโฮสต์เสิร์ชในเมืองไทยเป็นอย่างไร

ชาญชนม์ ลวิตรังสิมา

คือเราไม่ได้ทำสเกลเฉพาะประเทศที่เจาะจงเว็บโฮสต์เสิร์ชจะมี
บริษัท Web Hosting ทั่วโลกอยู่แต่เนื่องจากว่าเว็บเราเป็น
ภาษาอังกฤษแล้วตลาดอเมริกาเป็นตลาดที่ใหญ่ที่สุดบริษัท
Web Hosting ที่ดีที่สุดที่ใหญ่ที่สุดอยู่ที่อเมริกาผู้ชมส่วนใหญ่อยู่
ในอเมริกา ถ้าถามว่าคู่แข่งในเมืองไทยมีมั้ยไม่มีหรอกเพราะว่า
คนส่วนใหญ่ในเมืองไทยจะคิดว่าถ้าทำเว็บไซต์ต้องเป็นเว็บไซต์
ในเมืองไทย ซึ่งมันไม่ใช่ต้นตอของอินเทอร์เน็ตมันเกิดมาเพื่อให้
คนทั่วโลกใช้คือถ้าจะทำอะไรบนอินเทอร์เน็ตควรจะเป็นอะไรที่
มันเป็นสากลคู่แข่งบนอินเทอร์เน็ตควรจะเป็นคู่แข่งที่เป็นสากล
นอกจากว่ามันเป็นเนื้อหาที่เกี่ยวกับประเทศไทยโดยเฉพาะ

ผู้สัมภาษณ์

ชาญชนม์ ลวิตรังสีมา

ปัจจัยการบริหารภายใน

คนสำคัญที่สุดยากที่สุดไปถามผู้บริหารอีกร้อยคนทุกคนจะบอกเหมือนกันหมดว่าเป็นเรื่องคน ต้องมีวิธีการวัดผลงานที่ชัดเจนแต่เราก็ยังค่อนข้างอ่อนเรื่องการจัดการคนอยู่ ในส่วนการบริหารคนคือหลักเราก็ต้องเลือกคนให้เหมาะสมกับงานให้มากที่สุด เราต้องดึงศักยภาพที่เขาถือออกมาให้ได้มากที่สุด แล้วก็ต้องมีการพัฒนาบุคลากรของเราอยู่เสมออย่างพนักงานเราอยากไปเรียนอะไรเพิ่มเราก็ส่งเสริมออกค่าใช้จ่ายให้ แต่มันก็ต้องอยู่ในเงื่อนไขข้อกำหนดของบริษัทด้วย คือเรามีทีมพัฒนา ทีมโปรแกรมเมอร์ที่ค่อนข้างแข็ง

ส่วนในเรื่องของเทคโนโลยีมีการพัฒนาตลอดเราทำ โฮสท์เสิร์ชเป็นข้อได้เปรียบอย่างหนึ่งเพราะว่าเราจะเห็นตลอดว่าในตลาดที่เป็นผู้นำเขามีอะไรที่ใหม่ๆ เข้ามาบ้างเราสามารถใส่อะไรใหม่ๆ เข้ามาได้ตลอด เทคโนโลยีใหม่ๆ เราก็ติดตามอยู่ตลอดเวลา รวมถึงพวกโฆษณา การยิงโฆษณาด้วยเทคนิคต่างๆ เราทำมาตั้งแต่ doubleclick ยังเป็นบริษัทเล็กๆ จนตอนนี้เป็นบริษัทขนาดใหญ่คือไม่ว่าโฆษณา จะส่งมาให้เราในรูปแบบไหน พิสตารขนาดไหนเราทำมาตั้งแต่ CPM ในเมืองไทยที่พูดไปยังไม่มีใครรู้จักจนตอนนี้เป็นที่นิยมใครๆ ก็รู้จักหมดแล้วเหมือนเราทำธุรกิจกับต่างประเทศในเรื่องของเทคโนโลยีมันก็ได้เปรียบด้วย

ผู้สัมภาษณ์

ชาญชนม์ ลวิตรังสีมา

มีการให้ความสำคัญกับบุคลากรฝ่ายไหนแตกต่างกันอย่างไร เน้นทุกส่วนถ้าทุกอย่างมันแข็งได้มันก็ดีคือสุดท้ายต้องไปอยู่ที่ความพอใจของลูกค้าทั้งหมด ไม่ว่าจะคุณจะเก่งเทคโนโลยีแค่ไหนแต่ถ้าลูกค้าไม่พอใจมันก็ได้ หรืออย่างเราเก่งแค่ไหนแต่เราตอบสนองความพอใจของลูกค้าไม่ได้มันก็ไม่มีประโยชน์คือทุกอย่างไม่ว่า Sale, Programmer หรือแม้กระทั่งบัญชีต้องสร้างความพอใจให้กับลูกค้าทั้งสิ้น

ผู้สัมภาษณ์

ชาญชนม์ ลิวิตรังสีมา

ปัจจัยภายนอกที่มีความสำคัญ

ปัจจัยภายนอกเรื่องคู่แข่งเราไม่ค่อยกลัวเพราะว่าเราไม่ได้เป็นรองใครสักเท่าไร แต่ในเรื่องภาวะทางเศรษฐกิจนี่มีส่วนเยอะถ้ามาถามตอนนี้ด้วยสภาวะเศรษฐกิจของโลกโดยเฉพาะบริษัทเราที่พึ่งรายได้จากต่างประเทศค่อนข้างเยอะ

ด้านกฎหมายทำให้უნวายนุงยากขึ้นเล็กน้อยแต่ก็ไม่ได้มีผลมากจะว่าไปกฎหมายอินเทอร์เน็ตของเมืองไทยยังช้ากว่าต่างประเทศเยอะยังไม่มีกฎหมายที่เราก็กไม่ได้อิงกฎหมายสักเท่าไรเหมือนเป็นแค่กรอบว่าเราต้องทำตามนี้ให้คนของรัฐสามารถตรวจสอบข้อมูลได้แค่นั้นเอง

ผู้สัมภาษณ์

ชาญชนม์ ลิวิตรังสีมา

การควบคุมเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม

เนื่องจากบางครั้งมีคนเข้ามาโพสต์ข้อมูลที่ไม่เหมาะสมเรามีคนที่คอยดูแลเนื้อหาอยู่ตลอดเวลาอยู่แล้วภายใน 24 ชั่วโมงก็สามารถเอาออกไปได้

ผู้สัมภาษณ์

ชาญชนม์ ลิวิตรังสีมา

สภาพการณ์ตอนนี้ของธุรกิจ

มันเป็นช่วงที่อยู่ตัวคือช่วงแรกมันเป็นช่วงบูมคือมันบูมซะจนกระทั่งว่าคนที่มีความรู้และไม่มีศักยภาพเข้ามาในตลาดเต็มไปหมด มันก็ผ่านช่วงคัดกรองไปแล้วคือมันเป็นไปไม่ได้ที่ทุกคนจะเหมาะในการทำธุรกิจออนไลน์คนที่ไม่เหมาะก็ออกไปคนที่เหมาะก็สามารถอยู่ได้ อยู่ในช่วงที่อยู่ตัวเป็นเป็นธุรกิจแขนงหนึ่งเหมือนประเภทอื่น

ผู้สัมภาษณ์

ชาญชนม์ ลิวิตรังสีมา

แนวโน้มในอนาคตของประเทศไทยสำหรับธุรกิจออนไลน์

มันตามเร็วขึ้นอย่างเมื่อก่อนหาคนทำกราฟฟิคดีไซน์ที่ทำเว็บบ้างหาไม่ค่อยมี ไปเอาคนที่ทำปรี้นมาทำเว็บก็ได้ไฟล์ใหญ่ๆ เว็บโหลดช้าๆ ใช้ไฟล์ผิดประเภท เมื่อก่อนทางเลือกมันน้อยแต่เดี๋ยวนี้คนที่มีความสามารถแล้วสามารถเกาะกระแสได้ช่วงเวลายังมันสั้นลงเรื่อยๆ ระยะเวลาการเรียนรู้เมื่อก่อนมันกว้างเราห่างจากต่างประเทศหลายปี แต่ตอนนี้ระยะมันสั้นขึ้นเราตามทันขึ้นที่คิดว่าแนวโน้มของเมืองไทยก็จะมีอะไรที่เป็นของเราเองด้วยกับ

อะไรที่มันตามของอเมริกาด้วย เรายังรักษาอะไรที่มันเป็นของเมืองไทยเช่นเวลาเราจ่ายเงินยังก็ไม่ใช่บัตรเครดิต 100 เปอร์เซ็นต์เหมือนอเมริกาจะจ่ายเงินที่ก็ยังคงส่งแมสเซนเจอร์ไปรับเช็คตรงนี้ก็ปล่อยมันไปเพราะมันเป็นเรื่องของวัฒนธรรม แต่ในส่วนในเรื่องที่การใช้งานบล็อกใช้งานเว็บไซต์ใช้งานอินเทอร์เน็ต อะไรต่างๆ มันตามกันทัน อย่างเว็บ 2.0 ของอเมริกามันมีหลากหลาย Social Networking เว็บไซต์ก็มีการทำตามบ้างคือทุกอย่างค่อนข้างทันกันแล้วทั้งทางด้านโปรแกรมและด้านกราฟฟิค ด้านเทคโนโลยีรวมทั้งตลาดลูกค้าคนไทยก็ค่อนข้างตามทันแล้ว คือรับรู้หมดเมื่อก่อนให้คนทำเว็บก็ต้องไปอธิบายว่าดีกับธุรกิจอย่างไรแต่ตอนนี้ลูกค้ามากก็บอกเราแล้วว่าต้องการอย่างนั้น อย่างนี้ ไม่ต้องไปพูดประเด็นนั้นอีกแล้ว

ผู้สัมภาษณ์

ชาญชนม์ ลวิตรังสิมา

แนวโน้มในอนาคตของโลกสำหรับธุรกิจออนไลน์

พี่ว่าคนกำลังมองหา The next best things คือเหมือนเมื่อก่อนมันเป็นเว็บเวอร์ชันแรกแล้วก็มีคนมาบอกว่ามันควรจะเป็นเว็บ 2.0 ทุกคนก็ดูว่ามันจะเป็นอย่างไรแล้วปรกฏว่ามันก็ประสบความสำเร็จอย่าง Hi5, Facebook เป็น Social Networking ทุกคนก็ทำเว็บ 2.0 ออกมาจนมันล้นไปหมดตอนนี้ทุกคนก็รอดูว่าอะไรจะเป็น The next best things ที่เป็นอันดับต่อไปแต่ก็ไม่มีอะไรที่เด่นชัดก็มีคนพูดถึงเว็บ 3.0 เว็บ 4.0 อะไรเป็นคอนเซ็ปอยู่แต่ก็ไม่มีอะไรที่มันเด่นชัดแล้วพออะไรออกมานั้นแหละที่เราต้องตามให้ทัน

ผู้สัมภาษณ์

ชาญชนม์ ลวิตรังสิมา

อินเทอร์เน็ตกับมาร์เก็ตติ้ง

มันคงไม่ได้เข้ามาแทนที่ทั้งหมดแต่อาจจะมาแทนที่ในส่วนที่มันล้ำสมัยคือไม่ว่าจะเป็นเรื่องมาร์เก็ตติ้งคนจะมองภาพอินเทอร์เน็ตผิดจะเอาไปแทนอะไรก็ตามที่มันดีอยู่แล้วใช้ดีอยู่แล้วจะเอามาแทนทุกอย่าง สำหรับพี่คือมันเป็นการเอามาแทนที่บางอย่างที่มันล้ำสมัยกับการนำมาสร้างโอกาสใหม่ๆ อย่างการขายรถยนต์ทางอินเทอร์เน็ตก็เป็นแค่ช่องทางให้คนขายคนซื้อ

รู้จักกันแต่ถึงเวลาจริงๆ ก็ต้องไปดูรถ หรือจะขายบ้านทางอินเทอร์เน็ตก็ต้องไปดูบ้าง ไม่มีทางที่จะมาซื้อบ้านทางอินเทอร์เน็ตร้อยเปอร์เซ็นต์ อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางหนึ่งอย่างเรื่องของการโฆษณาในอินเทอร์เน็ตก็มีเครื่องมือใหม่ๆ มาให้กันคนที่ จะใช้มาเพิ่มทางเลือกใหม่อย่างที่บอกเป็นช่องทางที่พวกนักการตลาดใช้เพื่อให้ถึงกลุ่มคนมีช่องทางใหม่ๆ เช่นดูวิดีโอ Youtube แล้วมีโฆษณาขึ้นมาก็มีช่องทางการตลาดใหม่ๆ ขึ้นมาแน่นอน ต้องมีทั้งรูปแบบเดิมของการทำโฆษณาไม่ว่าจะเป็นนิตยสาร หนังสือพิมพ์ ทีวี แต่จะเห็นว่าสื่อเดิมนั้นให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีหนังสือพิมพ์มีเว็บไซต์คือการมองหาช่องทางในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น

ผู้สัมภาษณ์

ชาญชนม์ ลวิตรังสิมา

ค่าใช้จ่ายของการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต

มันเป็นการเพิ่มโอกาสในการทำธุรกิจคนสามารถเข้ามาใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในต้นทุนต่ำที่แทนจะไม่มีค่าใช้จ่ายอะไรเลยสำหรับธุรกิจบางอย่าง แต่บางครั้งถ้าทำธุรกิจไม่เป็นอาจจะเสียเงินบนอินเทอร์เน็ตมากกว่าการใช้สื่อแบบเดิมด้วยซ้ำถ้าต้องไปจ้างคนโปรโมทเว็บต้องไปจ้างคนทำนู่นทำนี่ แต่ว่ามันจะทำให้คนที่เข้ามาใหม่ๆ เด็กใหม่ๆ ใช้เงินน้อยๆ ต้นทุนน้อยๆ สามารถเข้ามาในธุรกิจได้ง่าย

ผู้สัมภาษณ์

ชาญชนม์ ลวิตรังสิมา

แนวทางในการหาลูกค้า

มันเป็นธุรกิจบนอินเทอร์เน็ตทั้งหมดติดต่อลูกค้าผ่านทางอีเมล ลูกค้าติดต่อเข้ามา ก็ติดต่อทางเว็บไซต์ เก็บเงินก็เก็บเงินออนไลน์ เป็นการตัดบัตรเครดิตเป็นส่วนใหญ่ส่วนน้อยก็ส่งมาเป็นเช็คหรือเป็นเงินโอนมาจากต่างประเทศ คือลูกค้าของโฮสต์เสิร์ช แทบจะเรียกว่าเราไม่เคยเห็นหน้ากันเลย

ผู้สัมภาษณ์

ชาญชนม์ ลวิตรังสิมา

ความแตกต่างของการบริหารธุรกิจที่เป็น Online กับ Offline

ต่างกันนะที่ชัดเจนที่สุดคือไม่จำเป็นที่เราจะต้องมาเจอหน้าลูกค้า เราติดต่อทางอีเมลได้แต่ถ้าเป็น Offline เราก็ต้องไปเจอลูกค้าไปผูกสัมพันธ์ ออนไลน์ทุกอย่างเป็น Virtual หมดถ้าเรา

สามารถนำเสนอในสิ่งที่เขามองหาก็จบแล้วแล้วลูกค้าที่ทำธุรกิจออนไลน์ทุกคนที่เป็นมนุษย์ออนไลน์เหมือนกันจะเรียกร้องอีเมลมากกว่าการโทรศัพท์ คือตั้งแต่เริ่มทำธุรกิจมาไม่ว่าเสาร์อาทิตย์ของเราของเขา ห้าทุ่ม ตีสยามของเราหรือของเขาทุกคนยังโต้ตอบอีเมลของเราได้ ลูกค้าเรามีทั้งขนาดเล็กไปจนถึงขนาดใหญ่การที่คนจะส่งอีเมลมาหาแล้วเราสามารถตอบกลับไปทันทีไม่ใช่เรื่องแปลกจะไม่มีคำถามว่านี่วันหยุดคุณหรือเปล่าคือทุกคนรู้แล้วว่าเป็นมนุษย์ออนไลน์ที่สามารถทำธุรกิจด้วยกันได้คนที่โตมาจากออนไลน์แล้วอยู่บนออนไลน์ล้วนๆ มันจะชินกับกระบวนการวิธีแบบนี้ แต่ถ้าเป็นแบบออฟไลน์อย่างจะจ่ายเงินแค่ 500บาทก็ต้องส่งคนไปรับ แต่ในขณะที่ออนไลน์บางคนส่งเช็คมา 20,000 เหรียญไปรษณีย์ธรรมดาไม่ลงทะเลียนด้วยซ้ำ

ผู้สัมภาษณ์

ชาญชนม์ ลวิตรังสิมา

การรักษาข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า

คือของเราถือว่าไม่ได้มีความลับอะไรมากเป็นในเรื่องของการโต้ตอบอีเมลธรรมดา แต่เราจะให้ความสำคัญในส่วนที่เป็นข้อมูลบัตรเครดิตซึ่งเราก็มีระบบการรักษาความปลอดภัยที่เชื่อถือได้ในระดับสากล

ผู้สัมภาษณ์

ชาญชนม์ ลวิตรังสิมา

การวางแผนในการปรับปรุงเว็บไซต์

ก็ไม่ถึงกับวางแผนที่แน่นอน แต่เราจะรู้ได้ด้วยตัวเราเองว่าถึงเวลาที่เราจะปรับได้แล้วอย่างคนทำนิตยสารจะวาง Heading ใหม่หรือการปรับโฉมแน่นอนว่าการเปลี่ยนแปลงที่ใหญ่ๆ ต้องขึ้นอยู่กับสภาพตลาดสภาพคู่แข่งว่าเปลี่ยนไปขนาดไหน แต่ส่วนที่เปลี่ยนเล็กๆ น้อยๆ เราก็ทำเป็นประจำอยู่แล้ว แต่จริงๆ ต้องมีการวางแผนการว่าควรเปลี่ยนทุกปีเป็นแผนระยะยาว ซึ่งในการเปลี่ยนแปลงแต่ละครั้งเราต้องรักษาเอกลักษณ์รักษาความเป็นเราในทุกอย่างคือคนกลับมาดูต้องจำได้ว่านี่เป็นเว็บที่เข้ามาเมื่อสองวันก่อน

ผู้สัมภาษณ์

ชาญชนม์ ลวิตรังสีมา

แนวโน้มในอนาคตของธุรกิจ

แนวทางคือมีชั้นของบริษัทคือการทำออนไลน์ล้วนๆ อยู่แล้วเราเกิดมาจากออนไลน์ เราโตมาจากออนไลน์ คืออะไรที่อยู่บนอินเทอร์เน็ตเราก็จะทำ เราจะไม่ไปทำอะไรที่ไม่ใช่อินเทอร์เน็ต ลักษณะโครงสร้างหลักๆ ของบริษัทยังเป็นทางนี้อยู่แต่เราจะมองหาโอกาสและโครงการใหม่ๆ อย่างเว็บ 2.0 เมื่อกี้ที่บอกไป แล้วก็พยายามเข้าไปทำให้ได้ให้ประสบความสำเร็จ จุดแข็งของเราคือเราไม่ได้ทำเฉพาะในเมืองไทยแล้วเราไม่ได้กลัวใครในตลาดต่างประเทศเพียงแต่ต้องหาโปรดักต์และอะไรที่มันใช่ต่อไป

ผู้สัมภาษณ์

ชาญชนม์ ลวิตรังสีมา

การขยายธุรกิจเว็บทำ

สำหรับธุรกิจที่แบบโฮสต์เสิร์ชเอนจินไม่แต่อาจจะทำในตลาดของ Web hosting ในรูปแบบอื่นแล้วก็อาจจะทำในรูปแบบลักษณะเว็บที่เราเห็นในปัจจุบันที่เป็น Social networking ในความคิดที่เป็นเว็บที่ไม่ได้ทำยากเราน่าจะมีโอกาสที่ได้ทำเว็บแบบนี้บ้างคือเราน่าจะได้ทำเว็บในลักษณะที่มีคนใช้งานเป็นล้านคนทั่วโลก ใครๆ ก็มาใช้เว็บของเราคนทั่วโลกมาใช้เว็บของเรา แต่เราต้องทำให้เจอว่ากระแสมันควรจะเป็นอะไร เพราะว่าหลังๆ ธุรกิจอินเทอร์เน็ตมูลค่าของมันอยู่ที่จำนวนผู้ใช้ถ้าสังเกตอย่าง Google ที่ซื้อ Youtube หรือหารที่ Myspace ถูกขายไปถ้าเทียบแล้วไม่ได้มีการวัดที่รายได้ แต่วัดมูลค่าจากจำนวนผู้เข้าชมถ้าเราทำเว็บก็น่าจะหาโครงการที่มีผู้ใช้งานหลายล้านคนทั่วโลก

สัมภาษณ์ จิรานูช บดีพงค์

สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 19 กุมภาพันธ์ 2552

ผู้สัมภาษณ์

จิรานูช บดีพงค์

ลักษณะการดำเนินธุรกิจของเว็บไซต์เสิร์ช

เว็บไซต์เสิร์ชเป็น Web Portal คือแบบไม่ถือว่าเป็น E-commerce เป็นลักษณะที่เป็น Web Portal อย่างสมบูรณ์ต่างจาก E-commerce ที่จะมีการเซ็ทขึ้นมาเพื่อการขายของเป็นการขาย Service เท่านั้นเลยไม่มีการขายสินค้าเป็นการขายบริการขายโฆษณา เพราะฉะนั้นคนส่วนใหญ่เมื่อพูดถึง E-commerce จะคิดว่ามีเว็บขึ้นมาเป็นที่โชว์สินค้าแล้วส่งสินค้ากันจริงๆ ดังนั้นจึงใช้คำว่าเป็น Web Portal เป็นการนำเสนอขายบริการให้ ความรู้ ให้เนื้อหา โดยไม่มีสินค้ามาเกี่ยวเลย

ผู้สัมภาษณ์

จิรานูช บดีพงค์

Web Portal ที่เป็นที่รู้จักของคนทั่วไปคือ

ถ้าพูดถึงเว็บไซต์เสิร์ชจะเรียกว่า Web Hosting Directory ถ้าจะพูดถึงเว็บที่เหมือนกันเลยต้องอ้างถึงคู่แข่งของเรา คือคนที่ เป็นผู้นำในตลาดมีการเปลี่ยนไปมาตลอดเวลา ก่อนหน้านี้คือ tophost.com ก่อนหน้านี้เคยดังจริงแล้วเป็นเว็บที่มีคนเข้าเยอะ แต่หลังๆ มาเทรนด์ของ Web Hosting Directory ก็เปลี่ยนไปเรื่อยๆ ในช่วงหลัง tophost.com เขาไปมุ่งที่ธุรกิจในเรื่องของการ แต่งรถตามความชอบของเจ้าของความที่ใจเขาใจใส่ Web Hosting Directory ก็น้อยลงทำให้ความนิยมตกลงเป็นอันดับ รองลงมา แล้วก็มี webhostdir.com มีความเข้มแข็งในเรื่องของ Traffic ในช่วงแรกเว็บนี้ไม่ใช่อันดับหนึ่งแต่ด้วยพัฒนาการก็เริ่ม ขยับมาเป็นอันดับต้นๆ ในแวดวง

ผู้สัมภาษณ์

จิรานูช บดีพงค์

คำว่า Traffic หมายความว่าอะไร

คือจำนวนคนในการเข้าชมเว็บ

ผู้สัมภาษณ์

จิรานูช บดีพงค์

ลักษณะของ Web Directory มีประเภทไหนอีกบ้าง

มีอยู่เป็นจำนวนมากเช่นเว็บดอกไม้เว็บท่องเที่ยว Web Directory ในที่นี้เหมือนสมุดหน้าเหลืองหากต้องการไปเที่ยวกับ เพื่อนหากต้องการหาโรงแรมก็เข้ามาในเว็บ อาจจะไปที่

ผู้สัมภาษณ์

จิรานุช บดีพงศ์

agoda.com เป็น Web Directory สำหรับโรงแรม hostsearch.com ก็เป็น Web Directory ของ Web Hosting

Web Hosting Directory ในไทยมีรูปแบบนี้หรือไม่

ถ้า Web Hosting Directory เลยไม่มี แต่บริษัท Web Hosting ของไทยจะมีการไปลงโฆษณาที่ sanook.com คือเว็บ Web Hosting Directory ที่เหมือนเราเลยไม่มีแต่เป็นเว็บอื่นที่มีลักษณะ Web Directory ทั่วไปที่มี Traffic จำนวนมาก เพราะต้องยอมรับว่า Web Directory ที่มีลักษณะเป็น Niche Market ไม่มีมีแต่ในแบบที่เน้นบันเทิงและข่าว คือต้องเข้าใจว่าเมืองไทย E-commerce ไม่ได้ได้รับความนิยมขนาดต้องมาโฆษณา Web Hosting อย่างเป็นทางการเป็นราวตลาดเมืองไทยบูมคือท่องเที่ยว Web Hosting ต้องอิงกับตลาด E-commerce ที่มันบูมก่อนอื่น Web Hosting คือการเข้าพื้นที่เพื่อจะนำเสนอเว็บของเราถ้า E-commerce ไม่บูมความต้องการในเรื่องนี้ก็ไม่

ผู้สัมภาษณ์

จิรานุช บดีพงศ์

ส่วนประกอบของเว็บโฮสต์เสิร์ช

เว็บโฮสต์เสิร์ชหน้าแรกจะเป็นตัวที่รวม Navigator ของเว็บไว้จะมี Showcase จะแบ่งออกเป็นหลายอย่างตามประเภทของ Web Hosting คนที่ต้องการซื้อ Web Hosting ต้องรู้ความต้องการในการซื้อว่าต้องการเนื้อที่มากหรือน้อยคือเข้ามาดูลักษณะของพื้นที่แต่ละแบบ ในส่วนนี้ถือว่ามี Traffic เข้ามาเยอะถือเป็นส่วนที่มีความสำคัญเพราะ Traffic ที่เข้ามาส่วนนี้มีเปอร์เซ็นต์ที่จะซื้อที่จะเปลี่ยนแปลงไปเป็นคนซื้อให้ลูกค้าของเราเยอะ เพราะเราไม่ได้ขายสินค้าเราขายบริการขายพื้นที่ให้เขามาลงโฆษณากับเว็บเรา คือการที่ลูกค้าเข้ามาซื้อโฆษณาเราจะวัดความสำเร็จจากการที่ลูกค้ามาลงโฆษณากับเว็บเราแล้วได้คนซื้อกลับไปเยอะขนาดไหน

ส่วนต่อมาพาร์ทใหญ่ๆ คือพาร์ทโฆษณาจะประกอบด้วย Showcase, Hot Deal Text Links, Banner ส่วนใหญ่จะเป็นโฆษณาส่วนประกอบหลักของเว็บโฮสต์เสิร์ช จะเป็นโฆษณาส่วน

ต่อมาคือ Content เป็นบทสัมภาษณ์ซึ่งผู้ดูแล Content จะเป็นคนส่ง e-mail ไปขอสัมภาษณ์บริษัท Web Hosting เพื่อนำเนื้อหามาลงแล้วก็มีการส่ง Newsletter ออกไปด้วยนอกจากนั้นในส่วนของ Content ก็จะมี Articles เป็นการนำเสนอบทความในการให้ความรู้เป็นแนวทางในการเช่า Web Hosting เป็น Information และอีกส่วนคือ Reviews คือคนที่เช่า Web Hosting บริษัทไหนไปลองใช้บริการแล้วชอบหรือไม่ชอบอย่างไรสามารถมาเขียนลงในส่วนนี้ได้ หากจะให้เปรียบก็เหมือนกับ tripadvisor.com เป็นเว็บที่ว่าจะไปเที่ยวกับเพื่อนแล้วไปลองหาโรงแรมในเว็บต่างๆ เช่น agoda.com แต่อยากรู้ว่าโรงแรมนั้นดีหรือไม่อย่างไร agoda.com เป็นเว็บโฆษณาที่ต้องโชว์เนื้อหาดี ๆ โชว์รูปสวยๆ ถ้าอยากรู้ว่าคนที่ไปพักจริงเขามีประสบการณ์อย่างไรอาจจะสวยจริงแต่ตั้งอยู่ไกลมาก อยากดูรายละเอียดพวกนี้ก็ไปเสิร์ชใน tripadvisor.com เพื่ออ่าน Reviews เหมือนในเว็บโฮสต์เสิร์ช การที่เราจะเอาเว็บไปไว้ที่ Web Hosting ของบริษัทไหนมันเป็นเรื่องใหญ่เพราะไม่ใช่ย้ายกันง่ายๆ ผู้ชมก็สามารถมาหาดูในนี้ได้ว่าแต่ละบริษัทเป็นอย่างไรในส่วน Reviews ก็เป็นส่วนที่มีคนเข้ามาดูเยอะมากถือเป็นจุดขายจุดหนึ่ง เพราะ Reviews ของเราได้รับความน่าเชื่อถือในเรื่องว่าไม่มีอคติคือเราจะไม่มีการแก้ไขเนื้อหา ไม่ใช่พอลูกค้าบอกว่าได้รับการพูดถึงที่ไม่ดีมาบอกให้เราเอาลงให้เราก็ดำเนินการนั้นก็มีบ้างแต่ต้องเป็นกรณีพิเศษจริงๆ หรือเป็นการใส่ร้ายที่ไม่มีมูล

ผู้สัมภาษณ์

จิราวุธ บดีพงศ์

ลักษณะของส่วนโฆษณาในเว็บโฮสต์เสิร์ช

ส่วนของโฆษณาจะแบ่งออกเป็น Text links, Banner, Bid ส่วน Content ก็จะแบ่งเป็นที่ผู้ชมเข้ามาใส่เนื้อหาเอง และ Content ที่เราดำเนินการ

ผู้สัมภาษณ์

จิราวุธ บดีพงศ์

อยากให้แบ่งประเภทของโฆษณา

ใหญ่ๆ คือ Banner ส่วนนี้จะไม่มีการ text เลยซึ่งลูกค้าจะทำส่งมาให้เราส่วนนี้จะมีการสลับอยู่หลายอันคือเมื่อมีการเปลี่ยนหน้าก็จะ

เปลี่ยน Banner ไปด้วย คือการซื้อเป็น CPM (Cost per mille) คือจะซื้อจำนวน 1,000 ครั้งที่ AD ปรากฏ คือจะซื้อเป็น Slot จะเห็นว่า Banner ส่วนนี้ราคา 20 ดอลลาร์ คือราคา 20 ดอลลาร์ต่อการปรากฏ 1,000 ครั้ง เพียงแต่อยู่ด้านบนซึ่ง Banner ในส่วนนี้จะมีการกำหนดตามจำนวนการซื้อของลูกค้าหากลูกค้าซื้อในลักษณะสัญญาระยะเวลาว่าจะต้องโชว์จำนวน 150,000 ครั้ง ในเวลา 3 เดือน หากเราขายได้เพียง 2 รายก็ถือว่าเต็มไม่สามารถขายเจ้าอื่นได้อีกลูกค้าแต่ละคนซื้อในจำนวนไม่เท่ากัน ถือว่าเป็นการขายจำนวนการแสดงผล แล้วก็แบนเนอร์ครั้งจำนวน 3-4 ชิ้นจะอยู่ตำแหน่งเดิมไม่เปลี่ยนจะเรียงลำดับตามนี้จะเป็นการซื้อ Static Ad คือจะไม่มีการเปลี่ยนตำแหน่งและจะคงอยู่ในทุกหน้า

อีกส่วนคือการ Bid คือลูกค้าจะต้องเข้ามาสมัครในระบบเราแล้วซื้อจำนวน Bid หลังจากนั้นเขาต้องกำหนดว่าในการคลิกหนึ่งคลิกเขาจะต้องโดยคิดเงินเป็นจำนวนเท่าใดแล้วเราตัดเงินเขาที่อยู่ในบัญชีไปเรื่อยๆ คือระบบนี้จะเป็นการแข่งขันกับบริษัทอื่นหากมีคู่แข่งอยู่ 40 เจ้าเวลาที่ลูกค้า Search โดยการใส่ความต้องการเข้าไปซึ่งอาจจะมีบริษัทที่มีลักษณะตามความต้องการ 15 บริษัทจาก 40 บริษัทแล้วเราจะเอาบริษัทไหนขึ้นก่อนระบบก็จะเลือกบริษัทที่ Bid มากกว่าให้อยู่ในอันดับแรกแล้วเรียงลำดับลงไปตามจำนวน Bid จากมากไปหาน้อย อธิบายง่ายๆ บริษัท A กับ B ที่มีบริการเหมือนกันแต่บริษัท A ยอมจ่ายต่อหนึ่งคลิก 1 ดอลลาร์ แต่บริษัท B จ่าย 0.75 ดอลลาร์ ดังนั้นบริษัท A ก็จะมาอยู่ข้างหน้าซึ่งจะมีอัตราในการซื้อสูงกว่า เป็นการทำการตลาดจากการ Search เพราะเหมือนว่าเป็นการนำเสนอแบบทั่วไปผู้ชมก็จะคิดว่าบริษัทที่อยู่อันดับต้นๆ น่าสนใจว่าดีกว่า แล้วมี Hot Deal Text Links ก็เหมือน Banner แหละเพียงแต่เป็น text เท่านั้นเองข้อดีของมันคือการดูเป็นโฆษณาบ่อยลงดูเป็นการนำเสนอ Content มากขึ้น

ผู้สัมภาษณ์

จิรานุช บดีพงศ์

ผู้สัมภาษณ์

จิรานุช บดีพงศ์

กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ของโฮสต์เสิร์ช

กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นอเมริกัน รองลงมาคืออังกฤษ แคนาดา

การทำตลาดออนไลน์ในปัจจุบัน

ตอนนี้อะไรใหม่ๆ ก็ออกมาเรื่อยๆ บางอย่างที่เราคิดว่าทำได้ก็มีข้อจำกัดที่ไม่สามารถทำได้ อย่างเช่นทำเป็น topten hosting หรือ ส่วนของ Reviews ที่เป็นจุดแข็งของเราเอาโฆษณาไปเชื่อมกับ Reviews มั้ยแต่มันก็ขึ้นกับข้อจำกัดว่าถ้าเอาโฆษณาไปเชื่อมแล้วจุดเด่นของเราในเรื่องการไม่มีอคติทั้งหมดไป มันก็ดูเป็นการค้าที่ความน่าเชื่อถือก็หมดไป หรือการนำโฆษณาไปใส่ในส่วน Content คือพูดตรงๆ เราก็ไม่มีคนทำ Content ที่ลึกให้สามารถใส่โฆษณาแฝงไปได้ เทรนด์ที่น่าจะมาในตอนนี้ปัจจุบันคนผ่านยุคตื่นอินเทอร์เน็ตไปแล้ว อินเทอร์เน็ตเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันเพราะฉะนั้นการขายที่ดูจุ่มมันก็ยาก คนสมัยนี้น่าจะดูอะไรที่ดิบมากขึ้นเช่นการขายที่ดูเหมือนไม่ขายแต่เป็นการแนะนำว่าอันนี้ดีนะ คนปัจจุบันมักจะ Base on experience เช่นหากเราจะไปเที่ยวที่ไหนสักที่เราก็จะไปดูก่อนว่าคนอื่นเขาพูดถึงสินค้าหรือบริการตัวนี้ว่าอย่างไร การโฆษณาในยุคใหม่ น่าจะเป็นแบบเหมือนการพยายามขายโดยเชื่อมกับการแนะนำหรือเชื่อมกับ Content

ผู้สัมภาษณ์

จิรานุช บดีพงศ์

ขั้นตอนของการทำงาน

ลูกค้ามี 2 แบบคือเราออกไปหา และเข้ามาหาเราเองแบบเราออกไปหาคือการที่เซลไปที่เว็บคู่แข่ง แล้วดูว่ามีลูกค้าคนไหนที่เรายังไม่เคยรู้จัก หรือลูกค้าที่รู้จักกันแล้วก็ไม่เคยลงโฆษณากับเรา ลูกค้าที่เคยลงโฆษณาแล้วหายไป พวกนี้เราก็ติดต่อเราไปว่าช่วงนี้มีโปรโมชันใหม่สนใจรีบด่วน หรือเริ่มไตรมาสแรกของปีสนใจมาลงโฆษณามั้ยเป็นการ E-mail ไปเหมือน E-mail หวานๆ ไปหากเขาไม่ตอบก็อาจจะตามสักครั้งสองครั้ง แต่ถ้าเกิดเขาตอบเรามากกว่าเรามีการให้บริการอะไรมีอะไรจะนำเสนอเขาก็เข้าไปดูที่เว็บเขาว่าเป็นแบบไหนไปดูลักษณะธุรกิจของเขา แล้วเราก็

กลับมาดูออฟชั่นของเราว่าตรงกับส่วนไหนพร้อมทั้งดูงบประมาณแล้วจึงเสนอการขายซึ่งต้องพยายามให้ลูกค้าซื้อให้มากที่สุด

ผู้สัมภาษณ์

จิรา努ช บดีพงค์

เปอร์เซ็นต์ผลตอบแทนของการส่งเมล

เปอร์เซ็นต์น้อยแทบจะหนึ่งเปอร์เซ็นต์หรือน้อยกว่าอย่างที่บอก เวลาเรา E-mail ไปเราไม่ได้ส่งไปที่ผู้ดูแลโดยตรงเราส่งไปทางหน้าเว็บซึ่งอาจตกหายระหว่างทาง หรือไม่ได้รับความสนใจก็เป็นได้ ก็อาจจะไปตกอยู่ที่ฝ่าย Support, Web Master เขาก็ไม่ส่งไปทาง Marketing เขาก็มองเราเป็น E-mail ขยะหรือ E-mail ขายของไป

ลูกค้าที่มีอยู่จะว่าไปก็มีทั้ง 2 แบบ คือบริษัท Web Hosting ไม่ได้มีจำนวนเยอะมากส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดเล็ก สัดส่วนระหว่างที่ออกไปหาและเข้ามาหาหลักๆ ก็เราออกไปหาแล้วก็อยู่กับเรามาเรื่อยๆ รวมทั้งเป็นลูกค้าเดิมที่มีมาตั้งแต่เปิดบริษัท

ผู้สัมภาษณ์

จิรา努ช บดีพงค์

ส่วนแบ่งตลาด

หากเทียบกับโฮสต์เสิร์ชน่าจะอยู่ที่ 20 เปอร์เซ็นต์ เพราะ webhostdir.com กับtheworld.com มาแรงมากโฮสต์เสิร์ชมีปัญหาตรงที่ในช่วงหลัง Traffic ตกลงไปลูกค้าก็เริ่มถอนไปแต่ก็ยังมีลูกค้าใหม่เข้ามาเรื่อยๆ อย่างลูกค้าที่เคยอยู่กับเราถอนไปแต่ไปโฆษณากับเว็บคู่แข่ง แต่ก็มีทั้งที่โฆษณากับเราและคู่แข่ง หรือโฆษณากับเราแต่ไม่มีกับคู่แข่งก็มาหลายแบบ

ผู้สัมภาษณ์

จิรา努ช บดีพงค์

ลูกค้าวัดประสิทธิภาพของโฮสต์เสิร์ชจากอะไร

หลักๆ ลูกค้าจะวัดจาก Conversion Rate คือการที่คนที่คลิกจากเว็บโฮสต์เสิร์ช แล้วซื้อ Web Hosting ของเขา คือการที่คนดู Converse เป็นผู้ซื้อของเขาดูจากว่าได้เงินหรือไม่ดูการคุ้มทุนของการลงทุน

ผู้สัมภาษณ์

จิรา努ช บดีพงค์

การรักษาฐานลูกค้า เพิ่มลูกค้า

ทุกอย่างขึ้นอยู่กับ Performance ของเว็บล้วนๆ เราต้อง Promote เว็บเราให้ Traffic เข้ามาเยอะๆ ให้คนเข้ามาดูลูกค้าเรา

เยอะๆ ให้คนมาซื้อของของลูกค้าเราซึ่งเป็นเรื่องยากแต่ก็เป็นวิธีเดียวที่ทำได้ เพราะลูกค้าไม่ได้มีความสัมพันธ์กับเราอยู่แล้วเขาก็ดูแค่ว่าลงเงินกับเราเท่าไร แล้วคຸ້ມกับการลงทุนหรือไม่ ลูกค้าเราก็จะมีหลายแบบคือส่วนใหญ่ลูกค้าขนาดเล็กถึงกลางก็จะดูความคຸ້ມทุน แต่เว็บขนาดใหญ่เช่น IBM, Google เวลาลงโฆษณาที่ไม่ได้มานั่งวัดรายได้ว่ามาจากที่ไหนเท่าไรแต่จะวัดโดยการว่าซื้อเป็นที่รู้จักในภาพรวมของตลาดหรือไม่ เพราะฉะนั้นบางทีสิ่งที่เขาต้องการคือการนำเสนอตัวเขาว่าไม่ว่าจะไปเปิดไปเว็บไหนก็เจอ ทำให้เกิดความเคยชินว่าเมื่อใดก็ตามเมื่อคิดถึงบริการนี้ก็นึกถึงบริษัทนี้ การลงโฆษณาก็จะดูหลายอย่างหรืออย่างบางอันโปรโมชั่นไม่น่าสนใจแต่ก็ลงเพราะเป็นเว็บใหญ่ที่มีเงินมา แต่ช่วงนี้เป็นช่วงที่เศรษฐกิจไม่ได้ก็จะเริ่มคำนึงถึงการใช้งบประมาณมากขึ้นก็จะโยนเงินทิ้งขว้างน้อยลง เริ่มมองผลตอบแทนที่จะได้กลับมา

ผู้สัมภาษณ์

จิราวุธ บดีพงศ์

สภาพการณ์ในอนาคต

ยังสามารถโตได้อีกเรื่อยๆ เพียงแต่เราต้องจับกระแสให้ถูกให้ทัน การเปลี่ยนแปลง คืออาจจะมึรูปแบบใหม่ๆ ขึ้นมาเราต้องตามให้ทัน ถึงตอนนั้นเราต้องมาดูอีกที่ว่ากระแสมันไปทางไหน

	กว้างประมาณ 10 กว่าจนถึง 40 เลยมีการแบ่งกลุ่มเป้าหมายตามเนื้อหา
ผู้สัมภาษณ์	การตั้งเว็บสนุกขึ้นมาเพื่อใคร
จรรยาภรณ์ ณ เชียงตุง	ถ้าเริ่มจริงๆ คงเป็นเรื่องของการให้ข้อมูลเป็น Portal ที่เปิดให้ผู้ชมทั่วไปมาบริโภค Content
ผู้สัมภาษณ์	การกำหนดเป้าหมายที่สามารถวัดผลได้
จรรยาภรณ์ ณ เชียงตุง	จำนวน User มีการวางแผนล่วงหน้าแต่ละปีว่า Roadmap คืออะไร จำนวนกลุ่มเป้าหมายมีเท่าไรในส่วนของกลุ่มเป้าหมาย เราจะวัดที่ความพึงพอใจของ User บาง Department จะมีเรื่องของรายได้เข้ามาด้วย
ผู้สัมภาษณ์	คู่แข่ง
จรรยาภรณ์ ณ เชียงตุง	ถ้าดูจาก truehit ก็จะเป็นเว็บอันดับสองเป็นต้นไปโดยปกติถ้าเราจะ Monitor ก็คือสิบอันดับแรกนี่คือเว็บในประเทศเราจะยึด truehit เป็นหลักเพราะเป็นตัวกลางที่เชื่อถือได้คือถ้าจะเคลมอะไรกันก็จะใช้ truehit เป็นตัวเคลม ถ้าเป็นเว็บต่างประเทศก็จะมีกระทบบ้างที่ User ไทยไปเล่นเว็บต่างประเทศเช่น Hi5.com ของเรานี้ถึงไม่ใช่ Social network เปรี้ยวๆ แต่ก็ส่งผลกระทบต่อ User เราไปเยอะเหมือนกัน
ผู้สัมภาษณ์	จุดแข็งของสนุก
จรรยาภรณ์ ณ เชียงตุง	ในแง่การทำงานก่อนการทำงานของตัวเองกับการบริหารทำให้เราจะติดต่อกับพันธมิตรข้างนอกค่อนข้างแข็งแรงด้วยความที่เราเป็นอันดับหนึ่งอยู่แล้วทำให้เงื่อนไขในการทำงานร่วมกับบริษัทอื่นค่อนข้างจะสะดวกหน่อย ในแง่ของผู้ชมที่คิดอะไรไม่ออกก็คิดถึงสนุกก่อนเข้ามาหาข้อมูล จะมาอ่าน Content จะมา update ดังนั้น Content จะต้องเร็วทันกับเหตุการณ์ต่างๆ เพื่อที่จะให้ User นี้ถึงเราเป็นที่แรก
ผู้สัมภาษณ์	การจัดการเนื้อหาแต่ละส่วน
จรรยาภรณ์ ณ เชียงตุง	เรามีทีมที่แบ่งเป็น web master ของแต่ละ Chanel เหมือนเป็นคนคัดกรองเนื้อหาอย่างในส่วนของข่าวคือเราไม่ใช่สำนักข่าวแต่

เราเป็นพันธมิตรกับทุกสำนักข่าวทาง web master ก็จะเลือกว่า จะหยิบข่าวที่เขียนในเชิงไหนขึ้นมาเพื่อนที่จะโดนใจ User มากที่สุด คือแต่ละหนังสือพิมพ์ก็จะเขียนข่าวในมุมที่ไม่เหมือนกัน web master ก็จะเลือกขึ้นมาเช่นข่าวการเมืองเขาอาจจะหยิบมาจากเล่มนี้ซึ่งจะมีการลงว่าเราเอาข่าวมาจากที่ไหน ขึ้นอยู่กับ ประสิทธิภาพกับวิจารณ์ของเขาด้วย ว่าจะเอาเนื้อหา ประเภทไหนเพราะเราจะไม่แก้ไขเนื้อหาเลยคือข่าวมาอย่างไรเราก็แปะอย่างนั้นเลยเพียงแต่เราต้องเร็วต้องจับกระแสข่าวให้ทัน

ผู้สัมภาษณ์

จรรยาภรณ์ ณ เชียงตุง

ส่วนที่สนุกทำเนื้อหาเอง

ก็จะเป็นกลุ่มผู้หญิง กลุ่มท่องเที่ยวที่เราทำเองในกลุ่มไฮเทคที่เราทำ เรามีทีมงานที่เป็นเหมือนนักข่าวที่ออกไปทำข่าวบ้าง ออกไป ร่วมงานแล้วกลับมาเขียน หรือบางที่ท่องเที่ยวนี้ก็ถูกเชิญไปเที่ยว เราก็จะกลับมาเขียนเช่นไปกับ ททท ยกเว้นข่าวอย่างเดียวที่เรา ไม่ทำเนื้อหาเอง

ผู้สัมภาษณ์

จรรยาภรณ์ ณ เชียงตุง

เอกลักษณ์ความเป็นสนุก

เท่าที่เคยได้ยินมาคือคิดอะไรไม่ออกก็มาสนุกก่อนเดี๋ยวก็ไปต่อ ได้เอง บางกลุ่มถ้าเป็นผู้ใหญ่หน่อยก็จะเข้ามาเพื่ออัปเดตข่าวคือ มาที่เราที่เดียวก็รู้ข่าวหมด ข่าวบันเทิง ข่าวกีฬา ข่าวการเมือง หรือถ้าวัยรุ่นก็อาจเข้ามา campus หาข้อมูลการศึกษาความต้องการค่อนข้างหลากหลาย ตามความต้องการ

ผู้สัมภาษณ์

จรรยาภรณ์ ณ เชียงตุง

การแบ่งกลุ่มเนื้อหา

ก็จะแบ่งตามเรามี Chanel 40กว่าซึ่งจะถูกจัดเป็นกลุ่มที่ผู้ชาย สนใจคือประเภทนี้ กลุ่มที่ผู้หญิงสนใจ กลุ่มที่เด็กสนใจตาม กลุ่มเป้าหมาย มันก็จะสัมพันธ์กันคือถ้ากลุ่มที่ผู้หญิงสนใจก็จะ เป็นเรื่องความสวยความงาม ถ้าเป็นผู้ชายก็เป็นกีฬาไป

ผู้สัมภาษณ์

จรรยาภรณ์ ณ เชียงตุง

การวางโฆษณา

การวาง Content ก็ต้องสอดคล้องกับโฆษณาที่ทีมเซลออกไป ขายอย่างสินค้าที่เป็นวัยรุ่นก็จะมาลงในหมวด campus ก็จะมี

- จำนวนที่ลดลงกันไปถ้าดูกว้างๆ ก็มีกลุ่มที่เป็นวัยรุ่นไปเลยกับกลุ่มผู้ใหญ่ที่เป็นคนทำงาน หน้าแรกนี่รวมทุกอย่าง
- ผู้สัมภาษณ์**
จิราลักษณ์ ณ เชียงตุง พันธมิตรทางธุรกิจ
- ก็มีพันธมิตรที่สนับสนุนเนื้อหาให้เราอย่างเดียวไม่ได้มีโฆษณาเข้ามาเกี่ยวข้องก็เป็นการแลก Links กันไปเราก็จะลงเครดิตให้และกลุ่มที่ User เข้ามาแชร์ Content ในส่วนของมือถือ
- ผู้สัมภาษณ์**
จิราลักษณ์ ณ เชียงตุง การแลก Banner
- จะมีบ้างเป็นบางกรณีจะไม่มี การตั้งเงื่อนไขว่าเราเอา Content มาแล้วต้องแลก Banner ตลอดนอกจากมี Campaign ร่วมกัน ซึ่งส่วนใหญ่ Banner จะเป็นในเรื่องของการซื้อโฆษณามากกว่า หรือบางอย่างก็จะเป็นการซื้อโฆษณาและทำกิจกรรมร่วมกันบ้าง ตัวนี้ก็จะมีการติดตั้งที่เป็นตัวกลาง Portal ก็จะต้องสนับสนุนในส่วนกิจกรรมให้กับ User
- ผู้สัมภาษณ์**
จิราลักษณ์ ณ เชียงตุง เทคโนโลยีเพื่อการพัฒนา
- ทยอยเอาเข้ามาคือคนไทยเริ่มใช้อินเทอร์เน็ตมากขึ้นเริ่มหันมาปรับปรุงเว็บตามความสนใจ เราก็ต้องตามให้ทัน
- ผู้สัมภาษณ์**
จิราลักษณ์ ณ เชียงตุง การออกแบบหน้าจอ
- เป็นการทำร่วมกันกับฝ่ายออกแบบคือเรามีทีมดีไซน์เนอร์ คนที่เป็น web master ของ Chanel นั้นได้ทำงานร่วมกับทีมออกแบบเช่นเราต้องการเน้นตรงไหนเพราะเรารู้ว่าถ้า User เข้ามาต้องการมองที่จุดไหนก่อน หลัแล้วทีม Portal ก็ส่งความต้องการให้แล้วทีมออกแบบก็ทำให้ออกมาเป็นภาพ บอกตำแหน่งไป ทีมออกแบบจะเป็นผู้วางโครงสร้างให้ทีม Portal
- ผู้สัมภาษณ์**
จิราลักษณ์ ณ เชียงตุง การเปลี่ยนแปลงรูปลักษณ์
- กว่าจะเปลี่ยนหน้าตาแต่ละครั้งก็ทิ้งระยะเวลาานานมาก เพราะเวลาที่ User ค้นหาคือเข้ามาถึงแล้วชินว่าต้องคลิกที่ไหน ทำให้การเปลี่ยนแปลงในแต่ละครั้งต้องระวังว่า User จะชินหรือไม่ จะชอบหรือไม่ เพราะฉะนั้นการปรับหน้าแรกก็คงไม่ทำบ่อยคือถ้าจะปรับก็ปรับเป็นส่วนๆ คือเราจะปรับจากด้านในมากกว่า คือเรา

ผู้สัมภาษณ์

จรรยาภรณ์ ณ เชียงตุง

จะปรับลักษณะ 1024 จากด้านในค่อยๆ ทอยออกไปเพราะ
สนุกด้านเอกลักษณ์สีแดงมาตั้งแต่เริ่มต้นประมาณสิบปี User ก็
จะชินตา คือเราจะมีกรอบแบบให้ Chanel แต่ละส่วนมี
รูปลักษณะที่แตกต่างกันเป็นเอกลักษณ์สื่อถึงเนื้อหาจริงๆ

ปัจจัยภายใน

บุคลากรถือเป็นส่วนสำคัญเพราะสนุกคือการนำคนเข้ามา
คัดเลือก Content เพราะฉะนั้นคนสำคัญมากการคัดคนมา
นำเสนอเนื้อหาต้องเลือกจากทัศนคติหรือแนวทางที่เขาจะ
นำเสนอกันภาพรวมว่าจะไปด้วยกันได้หรือไม่ เพราะนโยบาย
ของสนุกเน้นเนื้อหาที่ไม่ไปเปลือย เป็นคลื่นเว็บจริงๆ
เพราะฉะนั้นค่อนข้างจะให้ความสำคัญกับการคัดลอกคนที่
เข้ามาดูแล

ในด้านงบประมาณมีการตั้งงบประมาณมาแล้วว่าส่วนไหนจะ
ได้เท่าไร แต่รายรับจะมาจากฝั่งขาย ซึ่งเราจะวางไว้เพื่ออะไร
กลับมา เราจะวางการทำงานที่เน้นคุณภาพปริมาณไม่ใช่ตัวหลัก
ถ้าเราจับกระแสได้ก็โอเค เราจะมีการทำเวิร์คกิ้งกรู๊ปเพื่อดูว่าอีก
สามเดือนข้างหน้าจะมีงานอะไรที่น่าสนใจ เราก็ต้องมีการ
วิเคราะห์ลองผิดถูกต้องจับกระแสให้ได้

ผู้สัมภาษณ์

จรรยาภรณ์ ณ เชียงตุง

ปัจจัยภายนอก

เศรษฐกิจก็มีผลที่ผ่านมาก็มีผลกับตลาดภาพรวมมีการตัดงบ
โฆษณาที่มีผลกระทบกันในแง่ของรายได้ ช่วงเทศกาลยาวๆ ที่
User มีวันหยุดก็ไม่ค่อยเข้าเว็บก็มีผล

ส่วนกฎหมายเรามีทีม SC ที่สนับสนุนอยู่ คือเรามีเนื้อหาที่ User
เข้ามาพิมพ์ลงไปเพราะฉะนั้นมันก็มีเรื่องการใส่ร้าย เราต้องอิง
ตามกฎหมายแต่ต้องมีหลักฐานที่ชัดเจนตามกฎหมายถ้าส่งมา
ครบเราก็ดำเนินการได้

ผู้สัมภาษณ์

จรรยาภรณ์ ณ เชียงตุง

ในเรื่องของ web directory

ก็จะมีทีมที่ดูด้านนี้โดยเฉพาะรวมไปถึง Marketplace ที่จะดูเรื่อง
shopping, e-commerce และ search ที่พิมพ์ข้อความเข้าไปก็

<p>ผู้สัมภาษณ์ จรัลลักษณ์ ณ เชียงตุง</p>	<p>ไปเจอ directory ของเว็บต่างๆ ทีมมาร์เก็ตติ้งก็จะมีการแข่งขันว่าใครดูส่วน Banner ส่วน search การรักษากลุ่มเป้าหมาย และเพิ่มฐานลูกค้า</p> <p>ถ้ากลุ่มเป้าหมายเดิมแต่ละ Chanel จะมีรายละเอียดของตัวเองอยู่แล้วว่าทุกวันนี้มีผู้ชมเท่าไรจะคอยดูตลอดว่าผู้ชมเป็นอย่างไร มีการอัปเดตข้อมูลข่าวสารกับผู้ชมตลอดถ้าเป็นสมาชิกโดยตรง แต่ถ้าไม่ได้เป็นสมาชิกก็จะดูจากเรื่องของเนื้อหาที่เราทำในแต่ละวันถ้าวันไหนคนเข้ามาดูน้อยก็จะมาดูอะไรทำไมเนื้อหาวันนี้เราทำผิดวิธีหรืออย่างไรจำนวนจึงน้อยลง</p> <p>ส่วนเพิ่มกลุ่มเป้าหมายก็ทำได้หลายทางคือต้องสนับสนุนกันทุกฝ่าย ทั้งมาร์เก็ตติ้งการนำเสนอข่าวประชาสัมพันธ์ แต่การลงโฆษณากับสื่ออื่นที่เป็นออนไลน์นี้แทบจะไม่มีเลยถ้ามีจะเป็นเรื่องของการแลก Banner มากกว่า ส่วนสื่อออฟไลน์ถ้าซื้อเป็นโฆษณาเลยก็ไม่มีแต่จะเป็นเรื่องถ้าเราไปทำกิจกรรมก็จะเป็นการเสนอข่าวประชาสัมพันธ์มากกว่า</p>
<p>ผู้สัมภาษณ์ จรัลลักษณ์ ณ เชียงตุง</p>	<p>สภาพการณ์ของธุรกิจ</p> <p>ถ้าสนุกในปัจจุบันก็ยังเป็นอันดับหนึ่งของไทยอยู่ซึ่งเราต้องรักษาต่อไป เราต้องรักษาสองภาพคือตัวเลขที่ค้ากันอยู่ถ้าเราตกไป ความเสียหายจะมีมาก ความยากอีกอย่างคือ User มีพฤติกรรมที่เปลี่ยนไปเราต้องตามเขาให้ได้ คือต้องแข่งกับทั้งคู่แข่งและกลุ่มเป้าหมาย</p>
<p>ผู้สัมภาษณ์ จรัลลักษณ์ ณ เชียงตุง</p>	<p>ภาพรวมของธุรกิจออนไลน์</p> <p>ในแง่ของผู้ชมโตค่อนข้างเยอะก็อิงตามจำนวนอินเทอร์เน็ตที่โตขึ้นสอดคล้องกัน มีการแข่งขันทั้งในแง่ของการเพิ่ม traffic เพื่อเพิ่มส่วนการขายแล้วการโฟกัสไปที่ User ที่มีการเก็บค่าบริการมากขึ้น</p>
<p>ผู้สัมภาษณ์</p>	<p>แผนรองรับสถานการณ์</p>

จรรยาบรรณ ฅ เชียงตุง	ถ้าในเรื่องของ Content ถ้าเศรษฐกิจมีผลกับภาพรวมทั้งหมดก็ ต้องมีการเพิ่มมูลค่าของ Content เพื่อให้สามารถอยู่ได้เพราะทุก อย่างมีค่าใช้จ่ายหมด
ผู้สัมภาษณ์	การเจริญเติบโตของสนุก
จรรยาบรรณ ฅ เชียงตุง	หากพูดถึง Portal ก็ยังเป็น starting point ของ User ในอนาคต คงต้องเป็นเรื่องของการตามเทคโนโลยีไม่ใช่แค่การใส่ Content ตามปกติอาจเป็นการใส่ Content จาก User เองคือเป็นการเล่น ที่กระแสที่เทคโนโลยีซึ่งมีการเปลี่ยนไปทุกที แต่เราต้องโตขึ้น เพื่อให้หนีคู่แข่งเพราะคู่แข่งก็มีการปรับตัวเช่นกัน