



Leading D2C consumer goods brand · สินค้าอุปโภคบริโภค D2C / อีคอมเมิร์ซ · ทั่วโลก (APAC + อเมริกา: ฟิลิปปีนส์, ญี่ปุ่น, สหรัฐอเมริกา, แคนาดา, เกาหลีใต้, สิงคโปร์, อินเดีย) · ดำเนินการต่อเนื่อง

แบรนด์ D2C: 7 ร้านค้า Shopify Plus ทั่ว APAC และอเมริกา รายได้เติบโต 121% ลดเวลาไหลดจาก 14 วินาที เหลือไม่ถึง 1 วินาที

121.32%

การเติบโตของรายได้จากเครือข่ายร้านค้าออนไลน์ระหว่างประเทศ

121.32%

การเติบโตของรายได้จากร้านค้าออนไลน์ระหว่างประเทศ

30%

อัตราการเปลี่ยนเป็นลูกค้าที่เพิ่มขึ้นจากการปรับปรุงประสิทธิภาพ...

16%

การเพิ่มขึ้นของการทำการขายการชำระเงินสำเร็จหลังการปรับปรุงระบบ...

บริบทของลูกค้า

ลูกค้าที่เป็นความลับรายนี้คือแบรนด์สินค้าตรงถึงผู้บริโภค (direct-to-consumer) ที่เติบโตอย่างรวดเร็ว โดยมีฐานลูกค้าที่แข็งแกร่งในยุโรป และมีเป้าหมายชัดเจนที่จะขยายธุรกิจเข้าสู่ตลาดที่มีศักยภาพสูงทั่วภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกและอเมริกา ผลิตภัณฑ์ของพวกเขาจำหน่ายผ่านช่องทางดิจิทัลของตนเองเท่านั้น ทำให้ประสิทธิภาพของหน้าร้านค้าออนไลน์ ประสบการณ์ที่ปรับให้เข้ากับท้องถิ่น และโครงสร้างพื้นฐานสำหรับการเปลี่ยนผู้เยี่ยมชมเป็นลูกค้า (conversion) มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อผลลัพธ์ทางธุรกิจ ด้วยรายได้ต่อปีมากกว่า \$40M ที่กระจายอยู่ทั่วร้านค้าออนไลน์ระหว่างประเทศ การดำเนินการอีคอมเมิร์ซสำหรับหลายตลาดให้ถูกต้องจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง

แบรนด์นี้ได้สร้างโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลดั้งเดิมสำหรับตลาดในยุโรปเพียงไม่กี่แห่ง ซึ่งรากฐานนั้นไม่ได้ถูกออกแบบมาเพื่อรองรับความเร็ว ความซับซ้อน หรือขนาดของการขยายธุรกิจไปทั่วโลก เมื่อบริษัทเริ่มเข้าสู่ 7 ตลาดระหว่างประเทศพร้อมกัน ข้อจำกัดของระบบที่มีอยู่จึงกลายเป็นสิ่งที่มองข้ามไม่ได้

ความท้าทาย

แพลตฟอร์มภายในของลูกค้านำมาสร้างขึ้นเพื่อความคาดหวังได้ ไม่ใช่เพื่อการขยายธุรกิจ สามารถรองรับตลาดไม่ที่แห่งที่มีภาษา รูปแบบราคา และกระบวนการโลจิสติกส์ที่สอดคล้องกัน แต่ไม่สามารถรองรับการเข้าสู่ 7 ตลาดที่แตกต่างกันพร้อมกันในสองทวีป ซึ่งแต่ละแห่งมีสกุลเงิน โครงสร้างภาษี ข้อจำกัดในการจัดส่ง และความคาดหวังของลูกค้าที่แตกต่างกัน

การตัดสินใจย้ายไปใช้ Shopify Plus ช่วยแก้ปัญหาแพลตฟอร์มได้ แต่ก็สร้างปัญหาใหม่ขึ้นมา: เมื่อปริมาณการเข้าชมเพิ่มขึ้นทั่ว APAC และอเมริกา ชุดคุณสมบัติมาตรฐานของ Shopify กลับไม่เพียงพอ ประสิทธิภาพเป็นปัญหาเร่งด่วนที่สุด เวลาในการโหลด 14 วินาทีบนเดสก์ท็อปกำลังทำลายอัตราการเปลี่ยนเป็นลูกค้าก่อนที่ลูกค้าจะเข้าถึงหน้าผลิตภัณฑ์ด้วยซ้ำ การปรับให้เข้ากับท้องถิ่นยังคงกระจุกกระจาย กระบวนการชำระเงินไม่ได้ถูกปรับให้เหมาะสมกับพฤติกรรมของแต่ละภูมิภาค และการขาดเครื่องมือที่ปรับแต่งได้ระดับองค์กรหมายความว่าทีมงานมีการควบคุมตรรกะทางธุรกิจที่สำคัญอย่างจ

แบรนด์นี้ต้องการพันธมิตรที่สามารถออกแบบและส่งมอบโครงสร้างพื้นฐาน Shopify Plus ที่สร้างขึ้นเพื่อรองรับขนาดธุรกิจระหว่างประเทศอย่างแท้จริง ไม่ใช่แค่การติดตั้งตามเกมเพลต แต่เป็นระบบสำหรับหลายตลาดที่ออกแบบมาเพื่อประสิทธิภาพ การปรับให้เข้ากับท้องถิ่น และการเติบโตในระยะยาว

แนวทาง

Gradion ได้ออกแบบและส่งมอบสถาปัตยกรรม Shopify Plus สำหรับหลายตลาด ครอบคลุม 7 ตลาดเป้าหมาย ได้แก่ ฟิลิปปินส์ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา แคนาดา เกาหลีใต้ สิงคโปร์ และอินเดีย ร้านค้าแต่ละแห่งได้รับการปรับให้เข้ากับภาษา สกุลเงิน ราคา และความคาดหวังของลูกค้าในแต่ละภูมิภาคอย่างสมบูรณ์ โดยยังคงทำงานภายใต้กรอบทางเทคนิคที่เป็นหนึ่งเดียว ซึ่งช่วยให้การบำรุงรักษามีประสิทธิภาพ

การพัฒนาเริ่มถูกสร้างขึ้นแบบกำหนดเอง เพื่อรองรับความต้องการเฉพาะของแต่ละตลาด โดยไม่ลดทอนความสอดคล้องกันของร้านค้าทั้งหมด มีการเลือกและนำระบบภายนอกมาผสมรวม เพื่อเติมเต็มช่องว่างด้านฟังก์ชันการทำงานที่แพลตฟอร์มของ Shopify ไม่สามารถรองรับได้ในระดับนี้ เช่น FreshChat สำหรับการสื่อสารกับลูกค้า, Aftership สำหรับการติดตามหลังการขาย, Yotpo สำหรับรีวิวและความภักดีของลูกค้า และ Ometria สำหรับระบบการตลาดอัตโนมัติ

การปรับแต่งระดับองค์กรเป็นหัวใจสำคัญของการส่งมอบงาน Gradion ได้นำ Checkout Extensions มาใช้เพื่อควบคุมขั้นตอนการชำระเงินในระดับโค้ด, Shopify Functions สำหรับการสร้างส่วนาดและโปรมิชั่นแบบกำหนดเอง, Cart Validation เพื่อบังคับใช้กฎทางธุรกิจก่อนการชำระเงินเสร็จสมบูรณ์, Storefront API สำหรับการโต้ตอบแบบ Headless และ Custom Frontend และ Delivery Customization เพื่อจัดการความซับซ้อนของตัวเลือกการจัดส่งในแต่ละภูมิภาค

การเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานถือเป็นข้อกำหนดอันดับแรก ไม่ใช่ภารกิจหลังการเปิดตัว ด้วยการลดทรัพยากรที่บล็อกการเรนเดอร์อย่างเป็นระบบ, การปรับแต่งรูปภาพ และวิศวกรรมเส้นทางวิกฤต ทำให้เวลาในการโหลดลดลงจาก 14 วินาที เหลือไม่ถึง 1 วินาทีบนเดสก์ท็อป และประมาณ 4 วินาทีบนมือถือ ซึ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลกระทบต่อโดยตรงและวัดผลได้ต่อทุกตัวชี้วัดการแปลงผลลัพธ์

ผลลัพธ์

121.32%

การเติบโตของรายได้ทั่วทั้งเครือข่ายร้านค้าออนไลน์ระหว่างประเทศ

30%

อัตราการแปลงเพิ่มขึ้นจากการปรับปรุงประสิทธิภาพและประสบการณ์ผู้ใช้ที่ปรับให้เข้ากับ

16%

การชำระเงินสำเร็จเพิ่มขึ้นหลังจากการนำ Checkout Extensions และ Cart Validation

5

เข้าสู่ตลาดใหม่ภายใน 1 ปี แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการขยายขนาดของสถาปัตยกรรม

การเติบโตของรายได้ 121.32% ทั่วทั้งเครือข่ายร้านค้าออนไลน์ระหว่างประเทศ

อัตราการแปลงเพิ่มขึ้น 30% จากการปรับปรุงประสิทธิภาพและประสบการณ์ผู้ใช้ที่ปรับให้เข้ากับ

เวลาในการโหลด: จาก 14 วินาที เหลือไม่ถึง 1 วินาที (เดสก์ท็อป) ช่วยลดสาเหตุหลักของการละทิ้งก่อนการแปลง

การชำระเงินสำเร็จเพิ่มขึ้น 16% หลังจากการนำ Checkout Extensions และ Cart Validation มาใช้

ยอดเข้าชมสินค้าเพิ่มขึ้น 23% แสดงถึงการมีส่วนร่วมของลูกค้าที่มากขึ้นและความลึกในการเรียกดู

อัตราตีกลับลดลง 29% สะท้อนถึงคุณภาพการแสดงผลครั้งแรกและความเร็วของเว็บไซต์ที่ดีขึ้น

เข้าสู่ตลาดใหม่ 5 แห่งภายใน 1 ปี แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการขยายขนาดของสถาปัตยกรรมหลายตลาด

ร้านค้าออนไลน์ 7 แห่งเปิดใช้งานในฟิลิปปินส์ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา แคนาดา เกาหลีใต้ สิงคโปร์ และอินเดีย

บริการที่ให้

- สถาปัตยกรรม Shopify Plus สำหรับหลายตลาด
- การพัฒนาธีมแบบกำหนดเอง
- การผสานรวมระบบภายนอก (FreshChat, Aftership, Yotpo, Ometria)
- Checkout Extensions และ Shopify Functions
- Cart Validation และ Delivery Customization
- การนำ Storefront API มาใช้
- การเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน
- การปรับให้เข้ากับท้องถิ่น (ภาษา, สกุลเงิน, ประสบการณ์ผู้ใช้ในภูมิภาค)

เทคโนโลยีที่ใช้

- Platform: Shopify Plus
- APIs: Storefront API, Shopify Functions, Checkout Extensions
- Integrations: FreshChat, Aftership, Yotpo, Ometria
- Custom: Cart Validation, Delivery Customization

พร้อมที่จะหารือเกี่ยวกับความท้าทายที่คล้ายกันหรือไม่?

Gradion ทำงานร่วมกับบริษัทซอฟต์แวร์ ฟินเทค และผู้ประกอบการอุตสาหกรรมใน DACH เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และแอฟริกา ได้รับการรับรอง ISO 27001 ประสบการณ์ 23 ปีในสภาพแวดล้อมที่มีกฎระเบียบและเติบโตสูง

sales@gradion.com