

เทสโก้ โลตัส เปิดตัวโมบายแอปเจเนอเรชั่นใหม่

นำผู้บริโภคไทยสู่ยุคใหม่แห่งการช้อปปิ้ง

เทสโก้ โลตัส เปิดตัวแอปพลิเคชันเวอร์ชันใหม่สำหรับสมาร์ทโฟน รองรับไลฟ์สไตล์ผู้บริโภคยุคดิจิทัล ให้สามารถพกเวอร์ชัวร์ คลับการ์ด (Virtual Clubcard) และคาว์ชโฮลดิคูปอง (e-Coupon) ใ้ได้ง่ายดายด้วยสมาร์ทโฟน



คุณวรรณ สวัสดิกุล ประธานกรรมการบริหารฝ่ายการตลาด เทสโก้ โลตัส กล่าวว่า “เป็นที่ทราบกันดีว่า เทสโก้ โลตัส เป็นผู้นำในด้านการสร้างสรรค์นวัตกรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนา รูปแบบของร้านค้าใหม่ๆ เช่น เทสโก้ โลตัส เอ็กซ์ตรา ไปจนถึงออนไลน์ช้อปปิ้งที่ให้บริการสั่งซื้อทั้งอาหารสดและสินค้าอุปโภคบริโภค ในปีนี้ เราจะมุ่งเน้นไปที่นวัตกรรมรูปแบบดิจิทัล เพื่อยกระดับประสบการณ์การจับจ่าย และเพิ่มความสะดวกให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงสินค้าคุณภาพเยี่ยมในราคาถูกพร้อมความคุ้มค่าได้ง่ายดายยิ่งขึ้น”

ข้อมูลจากรายงาน Smart Phone Insights ไตรมาส 2 ปี 2556 ของ Nielson (Thailand) ระบุว่า เกือบครึ่งหนึ่งของจำนวนโทรศัพท์มือถือทั้งหมดของผู้ใช้ในเมืองและเมืองใหญ่ในประเทศไทยเป็นสมาร์ทโฟน นอกจากนี้ อัตราการใช้สมาร์ทโฟนได้เพิ่มขึ้นจาก 27% เป็น 49% ในปีนี้ ตามการขยายตัวอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีหน้าจอแบบสัมผัส (Touchscreen)

“เทรนด์ดิจิทัลที่เติบโตขึ้นนี้กำลังเปลี่ยนแปลงชีวิตความเป็นอยู่ของคนไทย เราต้องการใช้ประโยชน์จากเทรนด์เทคโนโลยีดิจิทัลให้มากที่สุด เพื่อเพิ่มความสะดวกสบายอย่างสูงสุดและสร้างประสบการณ์การจับจ่ายที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้า” คุณวรรณ กล่าว

แอปพลิเคชันล่าสุดของเทสโก้ โลตัส มีรูปแบบการใช้งานใหม่ๆ มากมาย โดยลูกค้าสามารถดาวน์โหลดคูปอง (e-Coupon) เพื่อเป็นส่วนลดสำหรับการซื้อสินค้าในเทสโก้ โลตัส และร้านค้าต่างๆ ในศูนย์การค้า นอกจากนี้ ลูกค้าจะได้รับข้อความแจ้งเตือนเมื่อมีคูปองส่วนลดใหม่ๆ และสามารถโหลดไปใช้ได้ทันที

คลับการ์ด เป็นสิ่งที่ลูกค้าเทสโก้ โลตัส ชื่นชอบ เนื่องจากได้รับแต้มสะสมในทุกครั้งที่ใช้จ่าย* โดยแต้มจะเปลี่ยนเป็น

คู่มือเพื่อใช้แทนเงินสดในการซื้อสินค้าต่างๆในร้าน นับเป็นครั้งแรกที่บัตรคลับการ์ดจะรวมอยู่ในแอปพลิเคชันมือถือ หรือที่เรียกว่า “เวอร์ชวล คลับการ์ด” (Virtual Clubcard) ทำให้ลูกค้าไม่ต้องพกบัตรติดตัวอีกต่อไป ลูกค้าเพียงสแกนบาร์โค้ดของบัตรคลับการ์ดไว้ในโทรศัพท์ เพื่อใช้ระบุหมายเลขสมาชิกเมื่อซื้อปิ้งครั้งต่อไป

“คู่มือและคลับการ์ดเป็นสิ่งที่ลูกค้าชื่นชอบอย่างมาก และตอนนี้เราสามารถส่งมอบสิทธิประโยชน์ทั้งสองอย่างนี้ให้กับลูกค้าได้ด้วยรูปแบบดิจิทัล เชื่อว่าลูกค้าจะพึงพอใจกับความสะดวกสบายเช่นนี้” คุณวรรณากล่าว

นอกจากนี้ ลูกค้ายังสามารถตรวจสอบรายการส่งเสริมการขายของเทสโก้ โลตัส ได้จากแอปพลิเคชันในสมาร์ทโฟน และลูกค้าจะได้รับข้อความแจ้งเตือนที่เมื่อมีรายการส่งเสริมการขายใหม่

แอปพลิเคชันใหม่ของเทสโก้ โลตัส ยังมีลิงค์เข้าสู่ “เทสโก้ โลตัส ช็อปปออนไลน์” ซึ่งลูกค้าสามารถเลือกซื้อสินค้าที่ต้องการได้โดยไม่ต้องเดินทางไปร้าน คุณวรรณากล่าวว่า “ช็อปปออนไลน์ มีสินค้าอาหารสดและของใช้มากมายให้ลูกค้าได้เลือกซื้อได้ตลอดเวลา ขณะที่อยู่ที่ทำงานหรืออยู่บ้าน”

สำหรับลูกค้าที่ยังชอบการเลือกซื้อสินค้าที่ร้าน แอปพลิเคชันใหม่นี้ ยังมีบริการค้นหาที่ตั้งสาขา (Store Locator) ซึ่งลูกค้าสามารถค้นหาสาขาที่อยู่ใกล้ที่สุด พร้อมเส้นทางไปที่สาขา และข้อมูลติดต่อของสาขา นอกจากนี้ แอป ดังกล่าวยังมีข่าวใหม่ๆ จากเทสโก้ โลตัส และมีลิงค์ไปยังเฟซบุ๊กแฟนเพจ ของเทสโก้ โลตัสอีกด้วย

เทสโก้ โลตัส แอปพลิเคชัน เป็นส่วนหนึ่งของแผนงานด้านดิจิทัลทั้งหมดของบริษัท และเพื่อมอบประสบการณ์แบบดิจิทัลแบบครบวงจรแก่ลูกค้า เทสโก้ โลตัส ยังได้เปิดให้บริการ Wifi ในร้านรูปแบบเอ็กซ์ตรีว ไฮเปอร์มาร์เก็ต และดีพาร์ทเมนต์สโตร์ ทุกสาขาในกรุงเทพมหานครแล้ว และกำลังติดตั้ง Wifi ในร้านรูปแบบดังกล่าวทั่วประเทศให้เสร็จสิ้นทั้งหมดภายในสิ้นปีนี้

“เราเปิดตัวเทสโก้ โลตัส แอปพลิเคชัน และได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี โดยแอปของเราได้ขึ้นไปถึงอันดับ 1 สำหรับประเภท Lifestyle ใน iOS App Store และอันดับ 2 สำหรับประเภท Lifestyle ในระบบ Android (Google Play) ภายในเวลาเพียง 3 วัน หลังจากเปิดตัว แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคชาวไทยมีความพร้อมสำหรับประสบการณ์การจับจ่ายในรูปแบบดิจิทัล”

“แอปพลิเคชันของเทสโก้ โลตัส เป็นรูปแบบการตลาดแบบดิจิทัลสำหรับธุรกิจค้าปลีกที่เข้าถึงกลุ่มคนได้กว้างที่สุดในประเทศไทย ด้วยความสำเร็จของการเปิดตัวแอปในช่วงแรกนี้ ทำให้เราเชื่อว่าเทสโก้ โลตัส ได้นำผู้บริโภคชาวไทยสู่ยุคใหม่ของการช้อปปิ้งแล้ว” คุณวรรณากล่าวสรุป