

กรุงศรีเฟิร์สช้อยส์ ลุยตลาดสินเชื่อไทยด้วยกลยุทธ์ ‘จริงใจเพื่อลูกค้า’ ประกาศวิสัยทัศน์องค์กรเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตคนไทย เปิดโอกาสให้หลากหลายอาชีพ เข้าถึงสินเชื่อได้มากขึ้น หวังแบรนด์มัดใจต้นลูกค้า loyal ดีต่อใจตัว



กรุงศรีเฟิร์สช้อยส์ แถลงผลการดำเนินงานปี 2561 และเปิดแผนธุรกิจปี 2562 พร้อมลุยตลาดสินเชื่อและบัตรเครดิตไทยด้วยกลยุทธ์การตลาดจริงใจเพื่อลูกค้า (Customer-Centric Marketing) ภายใต้แนวคิด “โลกต้องการคนแรก” #YouAreMyFirst ที่มุ่งครองใจลูกค้าด้วยแผนการสร้าง ‘แบรนด์ เลิฟ (Brand Love)’ ด้วยจุดเด่นของผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินที่สามารถช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตลูกค้าให้ดีขึ้น เพิ่มโอกาสการเข้าถึงการเงินได้มากขึ้นทั้งกลุ่มอาชีพอิสระไม่มีเงินเดือน พนักงานสัญญาจ้าง พนักงานสายการผลิต เป็นต้น พร้อมปรับลดดอกเบี้ยเพื่อช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายการใช้สินเชื่อด้วยอัตราดอกเบี้ยเริ่มต้นเพียง 9.99% หวังเพิ่มฐานลูกค้ากลุ่มภักดีต่อแบรนด์ (Loyalty Customer) เดิมโตอีก 1 เท่าตัว พร้อมตั้งเป้ายอดสินเชื่อและยอดใช้จ่ายบัตรเครดิตแตะ 90,000 ล้านบาท

นางสาวณัฐาณี เผือกขำ กรรมการผู้จัดการ บริษัท อยุรยา แคปปิตอล เซอร์วิสเซส จำกัด ผู้ให้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลและบัตรเครดิตภายใต้แบรนด์กรุงศรีเฟิร์สช้อยส์ กล่าวว่า “ปีที่ผ่านมา ภาพรวมตลาดสินเชื่อไทยยังคงเติบโต แม้จะมีความท้าทายในการดำเนินธุรกิจจากปัจจัยต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกประเทศ อย่างไรก็ตาม ภาพรวมธุรกิจและการดำเนินงานในปี 2561 ของกรุงศรีเฟิร์สช้อยส์ กลับเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างน่าพอใจ เช่น จำนวนลูกค้าใหม่กว่า 310,000 บัญชี รวมจำนวนบัญชีลูกค้ากว่า 2.2 ล้านราย เติบโต 5-10% ต่อปี นอกจากนี้ ถ้าเทียบกับในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา กรุงศรีเฟิร์สช้อยส์ มีผลงานเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด ได้แก่ ยอดสินเชื่อและยอดใช้จ่ายผ่านบัตร 80,800 ล้านบาท เติบโต 26%, ยอดสินเชื่อค้ำประกัน (NEA) 54,000 ล้านบาท เติบโต 18% อันเป็นผลสืบเนื่องจากจุดเด่นในเรื่องนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการที่แตกต่าง ตลอดจนสิทธิประโยชน์ที่โดดเด่นทั้งบัตรสินเชื่อและบัตรเครดิตของกรุงศรีเฟิร์สช้อยส์ อาทิ บัตรกรุงศรีเฟิร์สช้อยส์ ผลิตภัณฑ์บัตรสินเชื่อเงินสดและสินเชื่อผ่อนชำระสินค้า ที่มอบสิทธิประโยชน์ผ่อนชำระสินค้าแบรนด์ชั้นนำ 0% ที่ยืดหยุ่นโดยสามารถเลือกผ่อนได้ทั้งระยะสั้น

และระยะยาวสอดคล้องกับความต้องการใช้งานของลูกค้า โดยลูกค้าสามารถใช้บริการจากเครือข่ายพันธมิตรและร้านค้ากว่า 25,000 แห่งทั่วประเทศ อีกทั้งยังมีบริการสินเชื่อเงินสดพร้อมใช้ที่สามารถสมัคร อนุมัติ และรับบัตรได้ภายใน 30 นาที ที่ศูนย์บริการของกรุงศรีเฟิร์สช้อยส์ทั่วประเทศ ขณะที่บัตรเครดิตกรุงศรีเฟิร์สช้อยส์ วีซ่า แพลทินัม มอบสิทธิประโยชน์บัตรที่ให้เครดิตเงินคืน (Cash Back) ในทุกหมวดการใช้จ่าย ตลอดจนโปรแกรม ‘0% สิ่งได้ทุกอย่าง (0% Plan on Demand)’ เปลี่ยนทุกยอดการใช้จ่ายบัตรเครดิตเป็นยอดแบ่งจ่ายรายเดือน 0% นาน 3 เดือน รวมถึงสิทธิพิเศษสุดคุ้มมากมายแก่ลูกค้ากลุ่มที่ภักดีต่อแบรนด์ (Loyalty Customer) ผ่านโปรแกรม First Choice Privileges บลู พลัส (Blue Plus Member) และบลู (Blue Member) เป็นต้น”

นางสาวณญานี กล่าวต่อไปว่า “ตลอด 20 กว่าปีที่กรุงศรีเฟิร์สช้อยส์ ประกอบธุรกิจในไทย เราได้ส่งมอบประสบการณ์ที่ดีเสมอมาให้กับลูกค้ากว่า 2 ล้านราย และพันธกิจหลักของเรานับจากนี้ คือ การช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตคนไทยด้วยผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินใหม่ๆ เพื่อให้ทุกคนมีชีวิตที่ดี ดังนั้น การดำเนินงานของเราจึงสะท้อนผ่านการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ตอบโจทย์ผู้บริโภคและพัฒนานวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง อยากรู้ดี ด้วยกระแสการทำธุรกิจที่เปลี่ยนไปในปัจจุบันและความต้องการของผู้บริโภคก็ปรับเปลี่ยนตลอดเวลา กรุงศรีเฟิร์สช้อยส์ จึงได้ปรับกลยุทธ์การสร้างแบรนด์และวิสัยทัศน์แบรนด์ใหม่ (Brand Vision) ที่เรียกว่า “กลยุทธ์การตลาดเพื่อลูกค้า (Customer-Centric Marketing) ในทุกมิติ ภายใต้แนวคิด “โลกต้องการคนแรก” #YouAreMyFirst โดยให้ความสำคัญกับการเข้าใจความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าและตอบสนองให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจอย่างสูงสุด, คำนึงถึงประโยชน์สูงสุดที่ลูกค้าจะได้รับ และมอบความตั้งใจในการทำธุรกิจเพื่อสร้างความรักในแบรนด์ให้เกิดแก่กลุ่มลูกค้า (Brand Love) เพื่อที่จะอยู่ในใจและเป็นแบรนด์แรกที่ลูกค้านึกถึงอยู่เสมอ นั่นคือแนวทางการทำธุรกิจที่กรุงศรีเฟิร์สช้อยส์ จะก้าวต่อไป โดยแผนการดำเนินงาน มีดังนี้

- การออกผลิตภัณฑ์และบริการที่โดนใจและเป็นประโยชน์อย่างแท้จริงกับลูกค้า เช่น กรุงศรีเฟิร์สช้อยส์ แคร่ ผลิตภัณฑ์บัตรสินเชื่อเงินสดและสินเชื่อผ่อนชำระสินค้าที่มอบฟรีความคุ้มครองประกันภัยอุบัติเหตุส่วนบุคคลด้วยวงเงินประกันภัยสูงสุด 1 แสนบาท นาน 1 ปี ซึ่งผลิตภัณฑ์นี้ช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของลูกค้าให้ดีขึ้นและเพิ่มโอกาสการเข้าถึงความคุ้มครองขั้นพื้นฐานที่จำเป็นแก่ลูกค้าเป็นจำนวนมากกว่า 80,000 รายตั้งแต่เปิดตัวผลิตภัณฑ์
- การเข้าใจความต้องการของผู้บริโภคเพื่อเพิ่มโอกาสการเข้าถึงบริการทางการเงินด้วยโซลูชันผลิตภัณฑ์และบริการที่เหมาะสม
 - การเปิดโอกาสเข้าถึงบริการทางการเงินในกลุ่มอาชีพที่หลากหลายมากขึ้น ได้แก่ พนักงานสายการผลิต, พนักงานขับรถ, พนักงานรักษาความปลอดภัย, พนักงานรายวัน, พนักงานสัญญาจ้าง เป็นต้น
 - การวิเคราะห์สินเชื่อในรูปแบบข้อมูลใหม่ๆ ที่สร้างโอกาสในการเข้าถึงบริการทางการเงินแก่ผู้ประกอบการอาชีพอิสระ แม้ไม่มีเอกสารแสดงรายได้ (Information-based Lending) เช่น ผู้ขับขีรถจักรยานยนต์ นักเขียนอิสระ ฟรีแลนซ์ เป็นต้น
 - บริการสมัครขอใช้บริการสินเชื่อออนไลน์ผ่านโมบายแอปพลิเคชัน UCHOOSE โดยสามารถรู้ผลอนุมัติอย่าง

รวดเร็วและพร้อมให้บริการผลิตภัณฑ์ทั้งบัตรเครดิตและบัตรสินเชื่อได้อย่างทันใจ (Digital Lending) เป็นต้น

- การแบ่งเบาภาระค่าใช้จ่ายลูกค้าในการใช้บริการสินเชื่อ
 - การมอบอัตราดอกเบี้ยที่สมเหตุสมผลแก่ลูกค้ากว่า 300,000 ราย ที่มีประวัติการชำระเงินดี ด้วยอัตราดอกเบี้ยเริ่มต้นเพียง 9.99% ต่อปี
 - โครงการช่วยเหลือและแบ่งเบาค่ารักษาพยาบาลทุกรายการด้วยแผนผ่อนชำระไม่มีดอกเบี้ยกับโรงพยาบาลรัฐที่ร่วมโครงการในทุกภูมิภาค เพื่อช่วยแบ่งเบาภาระค่าใช้จ่ายของลูกค้า
- การมีส่วนร่วมช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของลูกค้าและสังคมผ่านโครงการและแคมเปญต่างๆ เช่นแคมเปญกระตุ้นจิตสำนึกในการเริ่มต้นสร้างสรรค์สิ่งดีๆ ให้แก่สังคมผ่านภาพยนตร์โฆษณาเรื่อง “คนแรก” ภายใต้แนวคิด “โลกต้องการคนแรก” #YouAreMyFirst โดยหยิบเรื่องราวที่เกิดขึ้นจริงจากเหตุการณ์ทั่วทุกมุมโลกของผู้ที่ได้รับอุบัติเหตุหรือประสบภัยมานำเสนอเพื่อให้เห็นถึงความสำคัญในการเป็นคนแรกที่ได้เริ่มต้นสร้างสรรค์สิ่งดีๆ ให้แก่ผู้อื่นเพื่อสร้างสรรค์สิ่งที่ดีให้แก่สังคม เป็นต้น”

ทั้งนี้ เราคาดว่ากลยุทธ์ใหม่นี้จะช่วยสร้างแบรนด์ เลิฟ (Brand Love) ด้วยจุดเด่นของนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินที่พัฒนาอย่างต่อเนื่องให้สามารถช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตลูกค้าดียิ่งๆขึ้น เพิ่มโอกาสในการทำธุรกิจให้กับแบรนด์กรุงศรีเฟิร์สช้อยส์มากขึ้น และยังช่วยสร้างความยั่งยืนในการประกอบธุรกิจอีกด้วย โดยเราตั้งเป้าในปี 2562 ยอดสินเชื่อและยอดใช้จ่ายบัตรเครดิตรวม 90,000 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 10% และ 15% ตามลำดับ จำนวนลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้นมากกว่า 10%” นางสาวณญาณี กล่าวสรุป