กรุงศรี คอนซูมเมอร์ ผนึก Facebook ยกระดับ Social Banking รายแรกในไทย ก้าวสู่ Facebook Business “Success Story” ประสบความสำเร็จออฟไลน์คอนเวอร์ชั่น

กรุงเทพฯ, 24 มิถุนายน 2562 – “กรุงศรี คอนซูมเมอร์ ผนึก Facebook” : ฐากร ปิยะพันธ์ (ซ้าย) ประธานกรรมการ กรุงศรี คอนซูมเมอร์ ร่วมกับ จอห์น แวกเนอร์ (ขวา) ผู้อำนวยการบริหาร facebook ประเทศไทย ประกาศความสำเร็จในการยกระดับการตลาดดิจิทัลและแพลตฟอร์ม เชื่อมโลกออฟไลน์เข้าหาออนไลน์ผ่านการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติรวมถึงพฤติกรรมการจับจ่ายเชิงลึก ผสานนวัตกรรมเครื่องมือจาก Facebook โดยเมื่อเร็วๆนี้ ผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตกรุงศรีเฟิร์สช้อยส์ภายใต้กลุ่มกรุงศรี คอนซูมเมอร์ ได้ประสบความสำเร็จเป็น “Success Story” รายแรกกลุ่มบริการการเงินของประเทศไทย จาก Facebook Business https://www.facebook.com/business/success/krungsri-first-choice ด้วยการใช้เครื่องมือ Facebook “offline conversion” เพื่อวัดประสิทธิผลการสื่อสารสู่กลุ่มเป้าหมาย Custom Audiences บนออนไลน์แพลตฟอร์มเชื่อมต่อกับข้อมูลการใช้จ่ายบัตรบนออฟไลน์แพลตฟอร์ม ส่งผลให้เกิดอัตราการตอบรับของกลุ่มเป้าหมาย (ออฟไลน์คอนเวอร์ชั่น) มากขึ้นกว่า 8% ด้วยค่าใช้จ่ายที่ลดลง และด้วยผลิตภัณฑ์ สิทธิประโยชน์ รวมถึงการตลาดดิจิทัลที่สอดคล้องกับไลฟ์สไตล์ผู้บริโภคยุค 4.0 เข้าถึงความสนใจเฉพาะด้านของแต่ละกลุ่ม จะช่วยสร้างประสบการณ์ที่ดียิ่ง ๆ ขึ้นให้กับสมาชิกบัตรในเครือกรุงศรี คอนซูมเมอร์ ทั้งบัตรเครดิตกรุงศรี, บัตรกรุงศรีเฟิร์สช้อยส์, บัตรเครดิตเซ็นทรัล เดอะวัน และบัตรเครดิตเทสโก้ โลตัส วีซ่า