

# ‘กรุงศรี คอนซูมเมอร์’ ผันกำลัง ‘โฮมโปร’ รุกตลาด ครั้งใหญ่ ชูบีก ดาต้า ปรับโมเดลธุรกิจ พลิกโฉมผลิต ภัณฑ์ บริการ เจาะตลาดครบทุกเซกเมนต์ ตั้งเป้า ยอดขาย 14,000 ล้านบาท



กรุงศรี คอนซูมเมอร์ ผู้นำในธุรกิจบัตรเครดิตและสินเชื่อส่วนบุคคล จับมือโฮมโปร ผู้นำในธุรกิจวัสดุก่อสร้างและอุปกรณ์ตกแต่งบ้านครบวงจร ประกาศขยายความร่วมมือทางธุรกิจครั้งสำคัญ ดึงบีก ดาต้า เจาะความต้องการลูกค้า นำมาปรับโมเดลธุรกิจ พร้อมพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ปรับโฉมบัตรเครดิต โฮมโปร วิซ่า แพลทินัม พร้อมเปิดตัวบัตรเครดิตและบัตรสินเชื่อใหม่รุกตลาดครบทุกเซกเมนต์ – บัตรเครดิตกรุงศรี โฮมโปร คอร์ปอเรท การ์ด บัตรโฮมโปร เฟิร์สช้อยส์ และบัตรเมกาโฮม เฟิร์สช้อยส์ ตอบโจทย์ทั้งลูกค้าบุคคล และลูกค้าองค์กร ชูสิทธิประโยชน์ใหม่ที่แตกต่างทั้งระบบรายงานสรุปค่าใช้จ่ายอัตโนมัติสำหรับองค์กร ความคุ้มค่าในรูปแบบส่วนลด เครดิตเงินคืน และสิทธิแบ่งจ่าย 0% ทุกรายการทั้งห้างโฮมโปรและเมกาโฮม นานสูงสุดถึง 12 เดือน ตั้งเป้าขยายฐานลูกค้าครอบคลุมทุกเซกเมนต์ทั่วไทย คาดจำนวนผู้ถือบัตรใหม่ และยอดใช้จ่ายเติบโต 10-20% ต่อปี ดันยอดใช้จ่ายบัตรเครดิตและยอดสินเชื่อทะลุ 14,000 ล้านบาท ภายในสิ้นปี พร้อมสร้างความเติบโตทางธุรกิจของสองพันธมิตรต่อเนื่อง

นายฐากร ปิยะพันธ์ ประธานกรรมการ กรุงศรี คอนซูมเมอร์ เปิดเผยถึงความร่วมมือทางธุรกิจระหว่าง กรุงศรี คอนซูมเมอร์ และ บริษัท โฮม โปรดัคส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) ในงานเปิดตัวบัตรเครดิต และบัตรสินเชื่อใหม่ล่าสุดของกรุงศรี คอนซูมเมอร์ ซึ่งจัดขึ้นที่โรงแรมดับเบิลยูว่า “กรุงศรี คอนซูมเมอร์ เชื่อมมั่นในการสร้างธุรกิจให้เติบโตเคียงคู่กับพันธมิตร และมุ่งเน้นความเป็นผู้นำในการใช้เทคโนโลยีเพื่อสร้างสรรค์นวัตกรรมการเงินใหม่ๆ เพื่อผู้บริโภคอย่างแท้จริง ในโอกาสที่โฮมโปรไว้วางใจให้กรุงศรี คอนซูมเมอร์ เป็นผู้ให้บริการทางการเงินมายาวนานกว่า 17 ปี กรุงศรี คอนซูมเมอร์ และโฮมโปร จึงร่วมกันปรับโมเดลการให้บริการทางการเงินให้สอดคล้องกับสภาวะการดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป โดยนำเทคโนโลยีการวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้าเชิงลึกมาใช้พัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ บริการ และสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ตรงใจลูกค้าบุคคลและลูกค้าองค์กรยิ่งขึ้น ทั้งนี้ จากข้อมูลพฤติกรรมค่าใช้จ่ายของลูกค้าทั้งจากออฟไลน์และออนไลน์ ชี้ให้เห็นถึงโอกาสในการขยายฐานลูกค้าให้หลากหลายขึ้น กรุงศรี คอนซูมเมอร์ จึงขยายความร่วมมือกับโฮมโปร โดยนอกจากจะปรับโฉมและสิทธิประโยชน์หลักของบัตรเครดิต โฮมโปร วิซ่า แพลทินัม ที่มีอยู่เดิมให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าวัยทำงานที่มีครอบครัว อยากรับบริหาร

รายจ่ายการตกแต่งบ้านให้คุ้มค่ายิ่งขึ้นแล้ว ยังได้สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์บัตร Co-brand ใหม่ล่าสุดเพิ่มอีก 3 บัตร ได้แก่ บัตรเครดิตกรุงศรี โฮมโปร คอร์ปอเรท การ์ด สำหรับกลุ่มลูกค้าองค์กรที่ต้องการระบบรายงานค่าใช้จ่ายเพื่อการบริหารการเงิน งบประมาณอย่างมีประสิทธิภาพ และ บัตรโฮมโปร เฟิร์สช้อยส์ และบัตรเมกาโฮม เฟิร์สช้อยส์ ที่ตอบโจทย์ความต้องการของกลุ่มลูกค้าของห้างโฮมโปรที่ผลิตภัณฑ์การเงินในปัจจุบันยังไม่รองรับ โดยเป็นบัตรสินเชื่อที่มอบสิทธิแบ่งจ่ายรายเดือนได้สูงสุดถึง 12 เดือน โดยไม่มีดอกเบี้ย เหมาะกับกลุ่มคนรุ่นใหม่วัยเริ่มทำงานที่สนใจเรื่องการตกแต่งดูแลบ้านหรือคอนโดและต้องการบริหารเงินอย่างชาญฉลาด โดยได้ทุ่มงบประมาณสำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์บัตรใหม่และรายการส่งเสริมการตลาดถึงกว่า 100 ล้านบาท”

นายคุณวุฒิ ธรรมพรหมกุล กรรมการผู้จัดการ บริษัท โฮม โปรดัคส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) หรือ “โฮมโปร” กล่าวเพิ่มเติมถึงความร่วมมือทางธุรกิจระหว่างกรุงศรี คอนซูมเมอร์ และโฮมโปร ว่า “บริษัท โฮม โปรดัคส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) ผู้นำในธุรกิจค้าปลีก และอุปกรณ์ตกแต่งบ้านครบวงจร มุ่งเน้นจุดยืนการเป็นผู้นำด้าน Home Solution and Living Experience ในประเทศไทย สำหรับในปี 2562 นี้ บริษัทฯ มุ่งปรับกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับสภาพการดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป โดยการมุ่งเน้นเรื่อง Customer Centric พัฒนาพันธมิตรทางธุรกิจในการพัฒนารูปแบบนวัตกรรมของสินค้าบริการ พร้อมพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายให้หลากหลาย ผ่าน แปรนด์โฮมโปรและเมกาโฮม สร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้าในการตัดสินใจซื้อสินค้าได้ทุกช่องทาง (Omni-Channel) ตอกย้ำผู้นำธุรกิจเกี่ยวกับเรื่องบ้านครบวงจรตัวจริง

ปัจจุบัน โฮมโปร มีสมาชิกโฮมการ์ดประมาณ 3.8 ล้านคน มียอดขายจากสมาชิกสูงถึง 92% โดยมีสัดส่วนสมาชิกบัตรในกทม. 43% และต่างจังหวัด 57% และมีจำนวนสมาชิกที่มาซื้อสินค้าเมื่อเทียบกับปีประมาณ 63% ต่อปี หรือประมาณ 2.4 ล้านราย โดยเฉลี่ยยอดซื้อประมาณ 22,000 บาท ต่อคนต่อปี และมียอดการชำระโดยใช้บัตรเครดิตกว่า 65%โดยมีสัดส่วนการผ่อนชำระกว่า 20% จากข้อมูลดังกล่าว ทำให้โฮมโปร เห็นแนวทางที่จะขยายฐานลูกค้าทั้งกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าตามไลฟ์สไตล์มากขึ้น ซึ่งทางกรุงศรี คอนซูมเมอร์ ใช้เทคโนโลยีเพื่อสร้างสรรค์นวัตกรรมการเงินใหม่ๆ เพื่อตอบโจทย์ผู้บริโภคในสังคมไร้เงินสดอย่างแท้จริง จึงได้เกิดความร่วมมือในครั้งนี้ขึ้น และรู้สึกยินดีเป็นอย่างยิ่งที่ได้ขยายความร่วมมือกับพันธมิตรที่เป็นผู้ให้บริการทางการเงินชั้นนำอย่างกรุงศรี คอนซูมเมอร์ ตลอดระยะเวลากว่า 17 ปี และเชื่อมั่นว่าผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตและบัตรสินเชื่อใหม่ จะช่วยตอบโจทย์ความต้องการที่แตกต่างกันของทั้งลูกค้าเฉพาะกลุ่ม (Commercial) และลูกค้าบุคคลของทั้งโฮมโปร และเมกาโฮมที่มีเครือข่ายกว่า 100 สาขาได้เป็นอย่างดีและช่วยสร้างประสบการณ์ที่ดียิ่งขึ้น ให้กับลูกค้าของทั้งสองบริษัท”

บัตรเครดิตและบัตรสินเชื่อ Co-brand ภายใต้ความร่วมมือระหว่างกรุงศรี คอนซูมเมอร์ และ บมจ. โฮม โปรดัคส์ เซ็นเตอร์ ประกอบด้วย 1. บัตรเครดิต โฮมโปร วิซ่า แพลทินัม บัตรที่มอบส่วนลดที่ดีที่สุดที่โฮมโปร พร้อมสิทธิประโยชน์สุดคุ้มเพื่อตอบสนองไลฟ์สไตล์ในเรื่องบ้านและการใช้ชีวิตสำหรับคนรักบ้าน เช่น รับส่วนลด 3% ทุกรายการสินค้า, รับส่วนลดเพิ่มสูงสุด 13% เมื่อใช้จ่ายผ่านบัตรและแลกคะแนนสะสมเท่ายอดใช้จ่าย และรับสิทธิผ่อน

0% นาน 4 เดือน ที่โฮมโปรทุกสาขา 2. บัตรเครดิต กรุงศรี โฮมโปร คอร์ปอเรท การ์ด บัตรเครดิตระดับองค์กรที่ช่วยบริหารการเงินอย่างมืออาชีพ ด้วยระบบรายงานสรุปค่าใช้จ่ายอัตโนมัติ พร้อมสิทธิประโยชน์ครบครัน เช่น รับส่วนลด 3% ทุกรายการสินค้า, รับสิทธิผ่อน 0% นาน 4 เดือน, รับส่วนลด 5% เมื่อใช้บริการโฮมเซอร์วิส ที่ร่วมรายการ 3. บัตรโฮมโปร เฟิร์สช้อยส์ บัตรสินเชื่อที่มอบสิทธิผ่อน 0% ทุกรายการสินค้า นานสูงสุด 12 เดือน ที่โฮมโปรทุกสาขา และ 4. บัตรเมกาโฮม เฟิร์สช้อยส์ บัตรสินเชื่อที่มอบสิทธิผ่อน 0% ทุกรายการสินค้า นานสูงสุด 12 เดือน ที่ห้างเมกาโฮมทุกสาขา

“ด้วยนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่หลากหลาย ตอบโจทย์ลูกค้าทุกเซกเมนต์ได้อย่างตรงใจมากยิ่งขึ้น ความสนับสนุนจากพันธมิตรที่แข็งแกร่งอย่างโฮมโปรที่มีเครือข่ายกว่า 100 สาขา รวมถึงการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยและการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกมาใช้ เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ บริการและสิทธิประโยชน์ใหม่ ๆ ที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่มอย่างแท้จริง กรุงศรี คอนซูมเมอร์ จึงคาดว่า บัตรเครดิตและบัตรสินเชื่อใหม่นี้จะได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี โดยตั้งเป้าจำนวนบัตรใหม่ 120,000 ใบ สำหรับบัตรเครดิตโฮมโปร วีซ่า แพลทินัม บัตรเครดิตกรุงศรี โฮมโปร คอร์ปอเรท การ์ด และจำนวนบัตรใหม่ 50,000 ใบสำหรับบัตรโฮมโปร เฟิร์สช้อยส์ และบัตรเมกาโฮม เฟิร์สช้อยส์ และคาดหวังยอดขายผ่านบัตรและยอดสินเชื่อ 14,000 ล้านบาท อัตราเติบโตทั้งในเรื่องจำนวนผู้ถือบัตร และยอดใช้จ่าย อย่างน้อย 10-20% ต่อปี โดยในอนาคต กรุงศรี คอนซูมเมอร์ และโฮมโปร ยังมีแผนจะร่วมกันนำเสนอบริการใหม่ ๆ เช่น การให้สินเชื่อแบบ Information-based Lending ที่จะนำข้อมูลพฤติกรรมการใช้จ่ายของลูกค้า มาเป็นข้อมูลในการพิจารณาสินเชื่อ เพื่อเปิดกว้างให้กลุ่มลูกค้าที่ไม่มีเอกสารแสดงรายได้ที่ชัดเจน เข้าถึงผลิตภัณฑ์ทางการเงินได้ง่ายขึ้น หรือนำข้อมูลมาใช้ในการพิจารณาปรับเพิ่มวงเงินอัตโนมัติ หรือนำเสนอรายการส่งเสริมการตลาดที่เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละคนยิ่งขึ้น เพื่อร่วมกันสร้างประสบการณ์ใหม่ที่ดียิ่งขึ้น ให้กับลูกค้าของทั้ง กรุงศรี คอนซูมเมอร์ และโฮมโปร และสร้างธุรกิจของทั้งสองบริษัทให้เติบโตอย่างยั่งยืน” นายฐากร กล่าวสรุป