

กรุงเทพฯ ออโต้ โชว์ผลงานยอดขายสินค้าใหม่โต 41%

เน้นแนวคิด “สร้างประสบการณ์ใหม่” เปิดแผนสร้างความประทับใจในทุกจุดบริการสำหรับลูกค้า

กรุงเทพฯ ออโต้ ผู้นำสินค้ายานยนต์ครบวงจร พอใจผลงานปี 2555 ยอดสินค้าใหม่เติบโตจากช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา 41% หลังประสบความสำเร็จจากการขับเคลื่อนธุรกิจ ในฐานะ Market Shaper หรือผู้กำหนดทิศทางการตลาด พร้อมเดินหน้าสานต่อบทบาทผู้นำในการ “สร้างประสบการณ์ใหม่” หรือ The New Experience ให้กับลูกค้า ขับเคลื่อนทีมให้บริการด้วยนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการผ่านกลยุทธ์ กลยุทธ์สร้างความประทับใจในทุกจุดบริการสำหรับลูกค้า

“Customer Touch-Point Journey” มั่นใจยอดขายรวมปี 2556 โตตามเป้า ครองอันดับ 1 ในใจลูกค้า



(กรุงเทพฯ, 12 มีนาคม 2556) นายไพโรจน์ ชื่นครุฑ กรรมการผู้จัดการใหญ่ กรุงเทพฯ ออโต้ หรือ บริษัท อยุธา แคปปิตอล ออโต้ ลีส จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า กรุงเทพฯ ออโต้ ยังคงรักษาตำแหน่งผู้กำหนดทิศทางการตลาดสินค้ายานยนต์ ด้วยการสานต่อแนวคิดสร้างประสบการณ์ใหม่ให้กับลูกค้า มุ่งนำเสนอนวัตกรรมทั้งเรื่องรถและเรื่องเงิน จากการทำกรุงเทพฯ ออโต้ได้ก้าวข้ามการแข่งขันแบบเดิมในเรื่องอัตราดอกเบี้ย แคมเปญและโปรโมชั่น หั่นหน้าราคา มาสู่การแข่งขันที่เน้นพัฒนาบริการและนวัตกรรมสินค้ายานยนต์ครบวงจร รวมถึงสื่อสารแบรนด์ด้วยความเข้าใจลูกค้าอย่างแท้จริงและตอบโจทย์ความต้องการของทุกกลุ่มเป้าหมาย

กลยุทธ์สำคัญในปีนี้เป็น จะเน้นในรายละเอียดมากยิ่งขึ้นในทุกจุดบริการที่ลูกค้าติดต่อกับบริษัทผ่านช่องทางที่หลากหลายและครอบคลุม ทั้งนี้มั่นใจว่าจะช่วยสร้างประสบการณ์ใหม่ นำเสนอคุณค่าและความประทับใจสูงสุดแก่ลูกค้า กรุงเทพฯ ออโต้ ตลอดเส้นทางให้บริการ คือ 1.ก่อนใช้บริการ คือ ในช่วงของการหาข้อมูลสินค้า การติดตามข่าวสารและโฆษณา งานอีเว้นท์ด้านยานยนต์และการเงิน 2.ช่วงสมัครขอสินเชื่อ คือ ช่วงของการส่งเอกสาร การทราบดีเงิน การให้ข้อมูลเพื่อการขอสินเชื่อ 3.ช่วงใช้บริการ ซึ่งสามารถติดต่อสอบถาม ขอทราบผลการอนุมัติสินเชื่อ ชำระคืนผ่านช่องทางต่างๆ และ 4.ช่วงหลังใช้บริการ ซึ่งลูกค้าสามารถติดต่อ ทำการปิดสัญญาและโอนเล่มทะเบียน รวมถึงพิจารณาใช้ผลิตภัณฑ์และบริการอื่นต่อได้ ขณะเดียวกัน ในแง่ของธุรกิจ ก็จะส่งผลดีต่อบริษัทในการขยายฐานลูกค้า เพิ่มความได้เปรียบในการแข่งขัน ตลอดจนสร้างความแตกต่างให้กับแบรนด์ เพื่อก้าวไปสู่การครองความเป็นที่หนึ่งในใจลูกค้าได้แน่นอน

ความสำเร็จของกรุงศรี ออโต้ ในปี 2555 ครอบคลุมใน 3 ด้านหลัก ได้แก่

1) **การเป็นผู้กำหนดทิศทางการตลาด (Market Shaper)** ผ่านนวัตกรรมต่างๆ อาทิ “iPartner” ที่บริการให้ ดีลเลอร์ติดตามสถานะการขออนุมัติสินเชื่อแบบเรียลไทม์ ผ่านระบบออนไลน์ได้จากทุกสถานที่ทุกเวลาที่ต้องการ, แอปพลิเคชันและเวบเพจบนมือถือ แท็บเล็ต และอุปกรณ์สื่อสารติดตามตัว เช่น “กรุงศรี ออโต้ ออนโมบาย”, “Krungsri Auto Marketplace”, ระบบปฏิบัติการเพื่อการขออนุมัติสินเชื่อผ่านแท็บเล็ต “iBuddy” ร่วมกับ “Card Reader” ซึ่งทำให้ลูกค้าสะดวกสบายขึ้นในขั้นตอนการกรอกเอกสาร การยื่นขอสินเชื่อ ไปจนถึงการรู้ผลอนุมัติที่รวดเร็ว, การรับชำระเงินโดยไม่ต้องใช้ใบแจ้ง “No Bill” ทั้งที่เคาน์เตอร์เซอร์วิสใน 7-11 และสาขาของธนาคารกรุงศรี

2) **การเพิ่มช่องทางให้บริการ** โดยเจาะเข้าถึงลูกค้าทุกกลุ่ม ครอบคลุมทุกพื้นที่ เช่น สมาชิกกองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ (กบข.), ที่ทำการไปรษณีย์ไทย, สาขาใหม่ใจกลางย่านธุรกิจเยาวราช รวมถึงบนโลกออนไลน์ที่ www.krungsriauto.com

3) **การสร้างแบรนด์สู่ความเป็นที่หนึ่งในใจลูกค้า** โดยในปีที่ผ่านมา แแบรนด์กรุงศรี ออโต้ล้วนได้รับการยอมรับจากลูกค้าระดับบุคคลและองค์กรหลายรายการด้วยกัน อาทิ การได้เครดิตองค์กรระดับ A+ จากทริสเรตติ้งต่อเนื่อง เป็นปีที่สี่ ตั้งแต่ปี 2552-2555, รางวัล Thailand’s Most Admired Brand 2013 ที่มอบให้กับทั้งแบรนด์ “กรุงศรี ออโต้” และ “คาร์ ฟอร์ แคช” จากนิตยสารแบรนด์เจจ และรางวัล Superbrands Thailand ที่ได้รับต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2554-2555 และปี 2556 จากความโดดเด่นของแบรนด์ในทุกด้าน ซึ่งเป็นการตอกย้ำความเป็นผู้นำสินเชื่อยานยนต์ครบวงจรที่เคียงข้างให้คำปรึกษา และเป็น “ผู้กำหนดทิศทางการตลาด” ที่ได้รับการยอมรับในวงกว้างและมีลูกค้าเลือกใช้บริการสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ในส่วนของความสำเร็จด้านผลประกอบการของปีที่แล้ว กรุงศรี ออโต้ ทำยอดขายสินเชื่อใหม่กว่า 140,000 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 41% จากช่วงเดียวกันของปี 2554 และดันยอดขายสินเชื่อรวมขึ้นไปแตะ 199,000 ล้านบาท เติบโตต่อเนื่องกว่า 200% ภายในเวลา 5 ปีที่ผ่านมา โดยปัจจุบันกรุงศรี ออโต้ มีฐานลูกค้ารวมกว่า 910,000 ราย แบ่งเป็นสินเชื่อรถยนต์ใหม่ 51% สินเชื่อรถยนต์ใช้แล้วและรีไฟแนนซ์ 45% และสินเชื่อรถจักรยานยนต์ 4% ขณะที่สัดส่วนของสินเชื่อส่วนใหญ่มาจากช่องทางดีลเลอร์กว่า 6,000 ราย ทั่วประเทศ

สำหรับเป้าหมายปี 2556 กรุงศรี ออโต้ ผลักให้ยอดขายสินเชื่อรวมไปอยู่ที่ 239,000 ล้านบาท เพิ่มฐานลูกค้าเป็น 1,000,000 ราย โดยคาดหวังการเติบโตในทุกตลาดและรักษาอันดับหนึ่งในตลาดสินเชื่อรถใช้แล้วและรีไฟแนนซ์ บนพื้นฐานการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมตามนโยบาย “การให้สินเชื่ออย่างรับผิดชอบ” (Responsible

Lending) โดยเฉพาะโครงการกรุงศรี ออโต้ สมาร์ทไฟแนนซ์ ที่มุ่งให้ความรู้ด้านการบริหารธุรกิจและการจัดการทางการเงินเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชนและผู้ประกอบการรายย่อย ภายใต้แนวคิด “การสร้างประสบการณ์ใหม่” เพื่อสร้างความประทับใจในทุกจุดบริการสำหรับลูกค้าของกรุงศรี ออโต้