

การทำตลาดบนเว็บไซต์ได้รับความนิยมสูงขึ้นต่อ เนื่องในตลาดไทย



ตั้งแต่ กุมภาพันธ์ 2559 เอฟ-โค้ด (ประเทศไทย) นำเสนอเครื่องมือล้ำสมัยในการทำตลาดบนเว็บไซต์เป็นครั้งแรกในประเทศไทย ด้วยเทคนิคล้ำหน้านี้ เอฟ-โค้ด (ประเทศไทย) สามารถคิดค้นและพัฒนา CTA หรือ calls to action เครื่องมือดังกล่าวสร้างความสัมพันธ์และเพิ่มประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสารระหว่างเว็บไซต์และผู้ใช้งานเว็บไซต์ รวมถึงสามารถเพิ่มประสิทธิภาพให้กับการทำงานของเว็บไซต์โดยรวมได้อย่างมากมายอีกด้วย

เอฟ-โค้ด (ประเทศไทย) เป็นสาขาของ บริษัท เอฟ-โค้ด ประเทศญี่ปุ่น ก่อตั้งโดย มร. ซีโตมุ คูด (ปัจจุบันเป็นประธานกรรมการบริหารของบริษัท) ในปี 2549 ในขณะที่เขากำลังศึกษาในระดับมหาวิทยาลัย เขาได้สังเกตเห็นโอกาสที่ดีในการพัฒนาการตลาดดิจิทัลหรือการตลาดบนเว็บไซต์ที่สามารถพัฒนาได้อย่างกว้างขวาง เขาจึงตัดสินใจลาออกจากการเรียนเพื่อออกมาก่อตั้งบริษัทของตัวเอง โดยมุ่งพัฒนาธุรกิจเกี่ยวกับการทำการตลาดออนไลน์ และพัฒนาเว็บไซต์

ในช่วงแรก เอฟ-โค้ด เริ่มจากการเป็นที่ปรึกษาด้านการทำการตลาดออนไลน์ให้กับเว็บไซต์ต่าง ๆ ทำให้เว็บไซต์ของลูกค้ามีจำนวนผู้เข้าชมและเป็นที่รู้จักมากขึ้น ในเวลาต่อมา เอฟ-โค้ด ได้ตระหนักถึงปัญหาต่าง ๆ มากมายที่ลูกค้าส่วนใหญ่พบจากการทำการตลาดบนเว็บไซต์ ทางเอฟ-โค้ดจึงพัฒนาเครื่องมือเพื่อช่วยในการแก้ไขปัญหาเหล่านี้ โดยเครื่องมือแรกที่เอฟ-โค้ด สามารถพัฒนาได้สำเร็จก็คือ “f-tra EFO” (Entry From Optimization) โดยเปิดตัวครั้งแรกเมื่อปี พ.ศ.2555 มีจุดประสงค์เพื่อช่วยลูกค้าในการกรอกข้อมูลบนเว็บไซต์ เครื่องมือนี้สร้างความสำเร็จให้เอฟ-โค้ดเป็นอย่างมาก ทำให้มีส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มสูงขึ้นถึง 25% ภายในระยะเวลาไม่กี่ปี นอกจากนี้ ความต้องการในการใช้เครื่องมือช่วยการทำการตลาดเว็บไซต์ก็เพิ่มมากขึ้น เอฟ-โค้ดจึงพัฒนาเครื่องมือตัวที่สองซึ่งก็คือ “f-tra CTA” (Call to Action) โดยเปิดตัวครั้งแรกเมื่อหนึ่งปีก่อน เรียกได้ว่าเป็นปรากฏการณ์ใหม่ของการทำการตลาดออนไลน์บนเว็บไซต์ด้วยเทคโนโลยีที่ล้ำสมัยและสร้างสรรค์อย่างยิ่ง

เนื่องจากเอฟ-โค้ด ได้เติบโตอย่างรวดเร็วในประเทศญี่ปุ่น และทางบริษัท มั่นใจว่าจะต้องสามารถขยายและเติบโตในต่างประเทศได้อย่างแน่นอน ประเทศไทยถือเป็นเป้าหมายที่น่าสนใจในการขยายตลาดของเอฟ-โค้ด โดยประเทศไทยถือได้ว่าเป็นผู้นำด้านเศรษฐกิจและเทคโนโลยีในประเทศกลุ่มอาเซียน มีผู้ใช้งานเว็บไซต์เป็นจำนวนมากและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ที่สำคัญประเทศญี่ปุ่นและประเทศไทยต่างมีความสัมพันธ์อันดีกันมาอย่างยาวนาน บริษัทสัญชาติญี่ปุ่นจำนวนมากก็ตัดสินใจก่อตั้งธุรกิจในประเทศไทย ดังนั้นถือเป็นการเริ่มต้นที่ดีในการที่เอฟ-โค้ดตัดสินใจเปิดสาขาต่างประเทศในประเทศไทยเป็นที่แรก

เอฟ-โค้ด (ประเทศไทย) ก่อตั้งขึ้นเมื่อต้นปีที่ผ่านมามีลูกค้าที่ใช้บริการและเชื่อมั่นในเครื่องมือของเอฟ-โค้ดขยาย

เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมากอย่างต่อเนื่อง ภายใต้แบรนด์ “f-tra” ลูกค้าสามารถเพิ่มจำนวนผู้ซื้อสินค้าและบริการบนเว็บไซต์ได้มากขึ้นอย่างต่อเนื่อง กลุ่มธุรกิจหลักที่ใช้งานเครื่องมือดังกล่าวจาก “f-tra” ได้แก่ ธุรกิจอีคอมเมิร์ซ ธุรกิจด้านการศึกษา การจัดหางาน ร้านค้าปลีก สื่อต่าง ๆ ตัวแทนท่องเที่ยว และเว็บไซต์ของโรงแรมเป็นต้น “f-tra CTA” ได้รับความนิยมสูงขึ้นในตลาดประเทศไทย เนื่องจาก เครื่องมือดังกล่าวสร้างความสะดวก ง่าย รวดเร็วให้กับผู้ใช้งาน สามารถตรวจสอบผลลัพธ์จากการใช้งานได้ และยังเป็นเครื่องมือสำคัญพื้นฐานในการทำการตลาดออนไลน์อีกด้วย

“ถือเป็นโอกาสที่ดีของเอฟ-โด้ที่ได้ขยายธุรกิจมายังประเทศไทย บริษัทของเราได้รับการตอบรับที่ดีจากลูกค้าในไทย รวมถึงความต้องการทางตลาดมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอีกด้วย จึงเป็นสัญญาณที่ดีที่เอฟ-โด้จะขยายธุรกิจไปยังประเทศอื่น ๆ ใกล้เคียง เช่น ฮองกง อินโดนีเซีย ใต้หวัน สิงคโปร์ มาเลเซีย และเวียดนาม ในเร็ว ๆ นี้” มร. ยูอิชิ ชิมาตะ กรรมการผู้จัดการ บริษัท เอฟ-โด้ (ประเทศไทย) จำกัด

รายละเอียดและรูปภาพเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ: มิทาส คอมมิวนิเคชั่น อินเตอร์เนชั่นแนล

รักษิณา สุภัทท์นันท์กุล อีเมล: ruksina@midas-pr.com

โทร : 080-304-8870 เว็บไซต์: www.midas-pr.com

เกี่ยวกับ เอฟ-โด้ (ประเทศไทย): กว่าสิบปีที่ผ่านมา, บริษัท เอฟ-โด้ ประเทศญี่ปุ่นได้ให้บริการปรึกษาด้านการตลาด รวมถึงเริ่มให้บริการเครื่องมือสำหรับเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารระหว่างผู้ใช้งานและเว็บไซต์ให้กับเว็บไซต์ในประเทศญี่ปุ่นกว่า 2,000 ราย ด้วยเทคโนโลยีล้ำสมัยที่มีความสามารถเฉพาะนี้ เอฟ-โด้ สามารถเพิ่มประสิทธิภาพให้กับเว็บไซต์ของลูกค้าอย่างมากมาด้วยต้นทุนที่ต่ำ ทั้งด้านเวลาและงบประมาณ เอฟ-โด้จึงขยายธุรกิจสู่ต่างประเทศ โดยเลือกประเทศไทยเป็นที่แรกเมื่อเดือนกุมภาพันธ์ 2559 ที่ผ่านมา