

# ทีเส็บจับมือ 2 พันธมิตรจัดแคมเปญ “Fly, Meet, Shop” กระตุ้นตลาดนักท่องเที่ยวธุรกิจกลุ่มประเทศ CLMV



ทีเส็บร่วมกับบางกอกแอร์เวย์ส และห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล เปิดตัวแคมเปญ “Fly, Meet, Shop” ครั้งแรกในกรุงเทพฯ เจาะตลาด CLMV ดึงกลุ่มนักท่องเที่ยวธุรกิจจากประเทศ CLMV เข้ามาจัดประชุมองค์กรและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลในประเทศไทย

นางสาวนุช หอมรสสุคนธ์ ผู้อำนวยการฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัล สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ ทีเส็บ ได้ร่วมกับผู้บริหารจากสายการบินบางกอกแอร์เวย์ส นำโดย นายวงศ์ อิศรเสนา ณ อยุธยา รองกรรมการผู้อำนวยการใหญ่ฝ่ายการตลาด และบริษัท เซ็นทรัล ดีพาร์ตเมนต์ สโตร์ จำกัด โดย นางสาวทิพมาศ เกษี ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ ฝ่ายบริหารลูกค้าต่างประเทศ ผนึกกำลังบุกตลาดไมซีในกลุ่มประเทศ CLMV จัดงานเปิดตัวแคมเปญ “Fly, Meet, Shop” เป็นครั้งแรกในกรุงเทพมหานคร หวังกระตุ้นตลาดการจัดประชุมสัมมนาและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลของบริษัทและองค์กรธุรกิจ (Meetings and Incentives - MI) จากประเทศกัมพูชา ลาว เมียนมาร์ และเวียดนาม ให้เลือกไทยเป็นสถานที่จัดงาน

ต่อเนื่องจากผลสำเร็จของความร่วมมือระหว่างทีเส็บและบางกอกแอร์เวย์ส ในแคมเปญ “Fly and Meet Double Bonus” และ “Fly and Meet Double Bonus Redefined” เจาะตลาด CLMV ในปีพ.ศ. 2561 และ 2562 ตาม

ลำดับ ซึ่งครั้งนี้ได้ขยายความร่วมมือโดยดึงเซ็นทรัล ดีพาร์ทเมนท์ สโตร์ เข้าร่วมเป็นพันธมิตร เดิมเดิมความพร้อมในการให้บริการและส่งมอบสิทธิประโยชน์พิเศษที่มากกว่าเดิมให้กับลูกค้าองค์กรจากทั้ง 4 ประเทศภายใต้แคมเปญ “Fly, Meet, Shop”

นางสาวนุช เปิดเผยว่า ความสำเร็จจากแคมเปญที่จัดขึ้นในช่วงสองปีที่ผ่านมา พบว่า มีนักเดินทางไมซ์ตลาดประชุม และการเดินทางเพื่อเป็นรางวัล หรือ ตลาด MI จากประเทศในกลุ่ม CLMV เดินทางเข้ามา 63 กลุ่ม จำนวนผู้เข้าร่วมงานรวมทั้งสิ้น 20,608 คน คิดเป็นรายได้รวม 1,450.85 ล้านบาท

“ด้วยอัตราการเติบโตของตลาด MI จากกลุ่มประเทศ CLMV นี้ ทำให้ที่เสียบและบางกอกแอร์เวย์ส มุ่งหวังที่จะเพิ่มความคุ้มค่าของแคมเปญให้กับลูกค้า การดึงเซ็นทรัล ดีพาร์ทเมนท์ สโตร์ เข้าร่วมมอบสิทธิประโยชน์พิเศษในการจับจ่ายใช้สอยสินค้าจากสาขาที่มีอยู่มากมายหลายแห่งของเซ็นทรัลฯ จะช่วยให้แคมเปญใหม่เกิดประโยชน์กับทั้งกับผู้ให้บริการในประเทศไทยและลูกค้าจากกลุ่มประเทศ CLMV”

คาดการณ์ว่าเศรษฐกิจของประเทศในกลุ่ม CLMV จะยังเติบโตในอัตราสูงถึง 6-7% ซึ่งที่เสียบได้นำเสนอจุดขายใหม่ของประเทศไทย 115 แห่งที่เข้าร่วมพัฒนากับ 5 เมืองไมซ์ทั่วไทยและเมืองใกล้เคียงผ่านโครงการ Thailand 7 MICE Magnificent Themes ที่มีศักยภาพรองรับนักเดินทางไมซ์ในปี 2563 และเชื่อมั่นว่าจุดขายใหม่เหล่านี้จะช่วยสร้างแรงบันดาลใจและประสบการณ์ที่ทรงคุณค่าให้กับกลุ่มลูกค้าองค์กรในตลาดเป้าหมาย

นายวรงค์ อิศรเสนา ณ อยุธยา รองกรรมการผู้อำนวยการใหญ่ฝ่ายการตลาดสายการบินบางกอกแอร์เวย์ส กล่าวว่า “ในนามของสายการบินบางกอกแอร์เวย์ส ขอขอบคุณที่เสียบที่ให้สายการบินได้เข้าร่วมเป็นพันธมิตรทางการตลาดอีกครั้งหนึ่งในการจัดทำแคมเปญ “Fly, Meet, Shop” เพื่อส่งเสริมตลาดไมซ์ในกลุ่มประเทศ CLMV ซึ่งจากสถิติจำนวนผู้โดยสารนั้น กลุ่มประเทศ CLMV เป็นหนึ่งในตลาดหลักของสายการบิน เนื่องจากบางกอกแอร์เวย์ส ให้บริการเที่ยวบินจาก 4 ประเทศในกลุ่ม CLMV มายังประเทศไทย ให้บริการเต็มรูปแบบที่อำนวยความสะดวกสบาย และมีความยืดหยุ่นที่ทางสายการบินเชื่อว่าสามารถตอบโจทย์ความต้องการของกลุ่มนักเดินทางธุรกิจได้เป็นอย่างดีภายใต้แนวคิด “บางกอกแอร์เวย์ส...ความประทับใจแห่งเอเชีย”

นางสาวทิพมาศ เกษี ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ ฝ่ายบริหารลูกค้าต่างประเทศ บริษัท เซ็นทรัล ดีพาร์ทเมนท์ สโตร์ จำกัด กล่าวว่า เซ็นทรัล ดีพาร์ทเมนท์ สโตร์ (CDS) รู้สึกเป็นเกียรติอย่างยิ่งที่ได้เป็นส่วนหนึ่งของแคมเปญการตลาดร่วมกับที่เสียบและสายการบินบางกอกแอร์เวย์สในการเจาะกลุ่มลูกค้าองค์กรธุรกิจจากกลุ่มประเทศ CLMV โดยปีนี้เป็นปีแรก ซึ่งในปี 2562 ที่ผ่านมา ตลาดกลุ่มนี้ของเซ็นทรัลฯ มีการเติบโตมากขึ้นทั้งด้านจำนวนคนและการใช้จ่าย โดยมีกัมพูชามาเป็นอันดับหนึ่ง ด้วยยอดการใช้จ่ายที่เพิ่มมากขึ้นเกือบ 10% เมื่อเทียบกับปี 2561

“ปัจจุบัน เซ็นทรัลฯ มีสาขาเปิดให้บริการ 24 แห่งทั่วประเทศ ครอบคลุมจุดหมายปลายทางหลักๆ เช่น กรุงเทพฯ ภูเก็ต และเชียงใหม่ จัดจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่มีหลากหลายแบรนด์ให้เลือก โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าแบรนด์เนมที่เป็นที่นิยมในตลาด CLMV ซึ่งพวกเขาจะได้รับสิทธิประโยชน์สูงสุดจากคูปองเงินสดที่ได้รับสำหรับการใช้ซื้อ

สินค้าต่างๆจากทุกสาขาของเซ็นทรัลฯ”

แคมเปญ “Fly, Meet, Shop” มุ่งเสนอความคุ้มค่าและอำนวยความสะดวกสบายในการเดินทางให้กับลูกค้าองค์กร ด้วยสิทธิประโยชน์มากมาย อาทิ เงินสนับสนุนหรือการแสดงทางวัฒนธรรม, บริการช่องทางพิเศษตรวจคนเข้าเมือง ที่สนามบินสุวรรณภูมิ, ส่วนลด 10% เมื่อซื้อสินค้าที่กำหนดบนเที่ยวบินของบางกอกแอร์เวย์ส, รับบัตรโดยสารฟรี 1 ที่นั่งเมื่อซื้อบัตรโดยสารครบ 30 ที่นั่ง, การจองที่นั่งบนเที่ยวบินสำหรับหมู่คณะ, สิทธิพิเศษในการขึ้นเครื่องเป็นอันดับแรก, ได้รับน้ำหนักสัมภาระเพิ่มเติมท่านละ 10 กิโลกรัมและได้รับสิทธิพิเศษในการบริการเรื่องสัมภาระ (Priority Baggage Tagging) นอกจากนี้ยังได้รับสิทธิประโยชน์ในการเลือกซื้อสินค้าด้วยบัตรคูปองเงินสด อิเล็กทรอนิกส์จากเซ็นทรัลฯ พร้อมของกำนัล

เงื่อนไขการรับสิทธิประโยชน์ของแคมเปญ ลูกค้าจะต้องมีกลุ่มขนาด 30 คนขึ้นไป บินสู่ประเทศไทยด้วยสายการบิน บางกอกแอร์เวย์ส มีวันพำนักอย่างน้อย 2 คืน หรือมีการจัดงานในสถานที่จัดงานที่ได้รับการรับรองมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย (Thailand MICE Venue Standards - TMVS) หรือพำนักในโรงแรมที่จดทะเบียนภายใต้พระราชบัญญัติโรงแรม โดยสามารถติดต่อเพื่อขอรับการสนับสนุนได้ตั้งแต่บัดนี้ถึงวันที่ 15 กันยายน 2563 และมีกำหนดเดินทางภายในวันที่ 30 กันยายน 2563 สำหรับข้อมูลเพิ่มเติม ติดตามได้ที่ <https://www.businesseventsthailand.com/en/support-solution/meetings-incentives/campaign/flymeets-hop>

###

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม โปรดติดต่อ

นายจักรพงษ์ พงศ์เวชรักษ์

ผู้จัดการ ฝ่ายภาพลักษณ์และสื่อสารองค์กร

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ

chakrapong\_p@tceb.or.th

โทรศัพท์ 02-694-6000 ต่อ 6097

แผนกสื่อสารองค์กรต่างประเทศ

บริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

inter\_media@bangkokair.com

โทรศัพท์ 02-265-5664, 5686 Fax. 0-2265-5665

แผนกบริหารลูกค้าต่างประเทศ

บริษัท สรรพสินค้าเซ็นทรัล จำกัด

cdsmkttourist@central.co.th

โทรศัพท์ 02-793-7465, 7466