

# ท็อปส์ ซูกลยุทธ์ Customer Interactive

## Marketing รุกตลาดออนไลน์ เปิดตัว “Tops Shop Online & Mobile App” สหองไลฟ์สไตล์นักช้อป

เซ็นทรัล ฟู้ด รีเทล ผู้นำตลาดค้าปลีกซูเปอร์มาร์เก็ตปฏิวัติวงการช้อปปิ้งจับกลุ่มนักช้อปยุคดิจิทัล ซูว์ กลยุทธ์เด็ด “Customer Interactive Marketing” รุกตลาดค้าปลีกรูปแบบใหม่ผ่านช่องทาง Tops Shop Online และ Tops Mobile App พร้อมจัดกิจกรรมการตลาดบนโลกออนไลน์ผ่านโซเชียลมีเดีย facebook Tops Thailand



มร.อลิสเตอร์ เทย์เลอร์ กรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท เซ็นทรัล ฟู้ด รีเทล จำกัด ผู้บริหารร้านค้าปลีก ท็อปส์ ซูเปอร์, ท็อปส์ มาร์เก็ต, ท็อปส์ เดลี่ และ เซ็นทรัล ฟู้ด ฮอลล์ เปิดเผยว่า “จากพฤติกรรมผู้บริโภคปัจจุบันที่หันมาติดต่อสื่อสารบนโลกออนไลน์มากขึ้น โดยผลสำรวจผู้บริโภคปี 2011 พบว่าคนไทยมีปริมาณการใช้งาน อินเทอร์เน็ต 24% จากประชากร ทั่วประเทศ โดยผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์ 32% และมีการใช้งานโทรศัพท์มือถือทั้งพีเจเอชและ สมาร์ทโฟน 66% จากตัวเลขดังกล่าวทำให้ ท็อปส์ และ เซ็นทรัล ฟู้ด ฮอลล์ เล็งเห็นช่องทางการดำเนินธุรกิจผ่านตลาดออนไลน์หรือ อี-คอมเมิร์ซ (E-Commerce) ด้วยการเปิดตัวกลยุทธ์ **Customer Interactive Marketing** ซึ่งจะเป็นการทำการตลาดผ่านระบบออนไลน์ ที่ติดต่อสื่อสารกับลูกค้าโดยตรงและทันที ซึ่งแพลตฟอร์มที่จะออกมาเพื่อทำการตลาดจะประกอบด้วย 3 ระบบปฏิบัติการ คือ 1) Tops Shop Online 2) Tops Mobile Application 3) Tops Thailand: Facebook Fanpage



**Tops Shop Online** การช้อปปิ้งออนไลน์ผ่าน [www.tops.co.th](http://www.tops.co.th) ลูกค้าสามารถเลือกซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคต่างๆ ได้มากกว่า 10,000 รายการ อีกทั้งยังได้รับสิทธิพิเศษโปรโมชั่นต่างๆ อาทิ Red Hot ลดสุดขีด, สินค้าซื้อ1แถม1, การสะสมและแลกใช้ สปอต มั่นใจ แบค, คุปองส่วนลด เสมือนการช้อปปิ้งในร้านสาขาซูเปอร์มาร์เก็ตทั่วไป

“ที่ผ่านมาบริษัทฯ ได้เปิดบริการ Tops Shop Online เพื่อทดลองตลาดออนไลน์ อี-คอมเมิร์ซ จนปัจจุบันบริษัทฯ ได้ปรับโฉมใหม่ให้การช้อปปิ้งออนไลน์สมบูรณ์มากขึ้น มีสินค้าให้เลือกซื้อหลากหลายถึง 10,000 รายการ ครอบคลุมสินค้าอุปโภคบริโภค อาหารสดบางรายการ และอาหารสดแปรรูปบางรายการ พร้อมกับได้ขยายพื้นที่บริการให้ครอบคลุมทุกเขตในกรุงเทพมหานคร และบางพื้นที่ของจังหวัดนนทบุรี ปทุมธานี สมุทรปราการ และเชียงใหม่ ซึ่งจากการเปิดบริการที่ผ่านมาได้รับการตอบรับที่ดีจากผู้บริโภค โดยมีผู้เข้ามาใช้บริการเพิ่มขึ้น 50% และ

มียอดการสั่งซื้อออนไลน์เพิ่มขึ้น 215% ไตรมาสที่ 2 เทียบจากไตรมาสที่ 1”

มร. อลิสเตอร์ กล่าวเพิ่มเติม



**Tops Mobile Application** การย่อโลกซูเปอร์มาร์เก็ตมาไว้ในมือผู้บริโภคเพื่อเพิ่มความสะดวกสบายด้วยแอปพลิเคชันบนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ (Android) และไอโอเอส (iOS) ภายใต้ชื่อ “Tops Supermarket” เพื่อให้ลูกค้าสามารถอัปเดตข่าวสารความเคลื่อนไหว โปรโมชั่นต่างๆ รวมถึงเช็คคะแนนสะสมในบัตรสโตน รีเวิร์ด คาร์ด ลูกค้าสามารถสแกนบาร์โค้ด สินค้าที่สนใจเลือกซื้อ เพื่อสร้าง Shopping List ส่วนตัวไว้เตือนการช้อปปิ้งครั้งต่อไป หรือเลือกค้นหาที่ตั้งของร้านสาขา ผ่านระบบ GPS นอกจากนี้ เพื่อให้ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของลูกค้า ท็อปส์ และ เซ็นทรัล ฟู้ด ฮอลล์ ที่ชื่นชอบการทำอาหาร ในโมบายแอปจึงมี Feature “Recipes & Tips” เพื่อให้ลูกค้าสนุกกับการทำอาหารจากเมนูหลากหลาย โดย Tops Supermarket โมบายแอปพลิเคชันนี้เปิดให้ดาวน์โหลดฟรี

จากข้อมูลล่าสุด ปัจจุบันมียอดผู้ใช้งานสมาร์ตโฟนผ่านระบบไอโอเอส 5.5 ล้านคน ขณะที่แอนดรอยด์ 7 ล้านคน และมีผู้ใช้บริการใหม่เพิ่มขึ้นทุกวัน ผ่านระบบไอโอเอส 1.23 ล้านคน/วัน และผ่านระบบแอนดรอยด์ 700,000 คน/วัน

“การพัฒนาโมบายแอปพลิเคชัน เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองไลฟ์สไตล์ของลูกค้าที่ชื่นชอบเทคโนโลยี โดย feature ต่างๆ ถูกสร้างเพื่อตอบโจทย์ลูกค้ามากที่สุด โดยไฮไลท์ คือการ scan barcode สินค้าเพื่อการช้อปปิ้งครั้งต่อไป หรือจะแบ่งปันให้กับเพื่อนผ่านโซเชียลมีเดียต่างๆ และการหาโซลูชันในการเข้าครัวด้วยเมนู Cooking Recipe ต่างๆ”

พร้อมกันนี้ยังมีกิจกรรมออนไลน์ผ่าน facebook ซึ่งในขณะนี้ เป็น social media ที่มีความนิยมมากที่สุด ผ่าน “Tops Thailand” เพื่อติดต่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกับผู้บริโภคโดยตรงและทันที ถือเป็น real time two way communication ของแบรนด์ ท็อปส์ และ เซ็นทรัล ฟู้ด ฮอลล์ ให้มีความใกล้ชิดกับผู้บริโภคมากขึ้น โดยกิจกรรมของ facebook จะเน้นการให้ข่าวสารข้อมูลดีๆ เทคนิคการดูแลตัวเอง โปรโมชั่นดีๆ การรับฟังข้อเสนอแนะของลูกค้า การเล่นเกมและกิจกรรมต่างๆ รวมถึงการแบ่งปันความรู้สึกดีๆ ให้กับสมาชิกในสังคม facebook ซึ่งปัจจุบันมีจำนวนแฟนเพจ 17,550 ที่มากดไลค์