

ธุรกิจไทยอ้าแขนรับ WeChat Pay พร้อมจัดโปรโมชั่นเอาใจนักท่องเที่ยวจีนในช่วงหยุดยาววันชาติ

ในระหว่างวันที่ 1-7 ตุลาคมของทุกปี ประเทศจีนจะเต็มไปด้วยบรรยากาศแห่งการเฉลิมฉลองเนื่องในวันชาติ หรือที่เรียกว่า สัปดาห์ทอง (Golden Week) ขณะเดียวกันช่วงวันหยุดยาวหนึ่งสัปดาห์ก็เป็นช่วงที่ชาวจีนเดินทางออกนอกประเทศมากที่สุด โดยในปีที่ผ่านมาพบว่า ชาวจีนเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศมากกว่า 6 ล้านคน-ครั้งในช่วงวันหยุดยาวดังกล่าว ซึ่งคิดเป็น 41% ของจำนวนการเดินทางทั้งหมดในช่วงวันหยุดเจ็ดวัน นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางไปต่างประเทศยังมีอำนาจการซื้อสูง โดยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยคนละ 9,000 หยวนในช่วงวันหยุดยาวหนึ่งสัปดาห์ของปี 2560

นายพงษ์ภาณุ เศวตรุนทร์ ปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กล่าวว่า ประเทศไทยถือเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวยอดนิยมสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีนมาโดยตลอด จากข้อมูลสถิติระบุว่า ในช่วงต้นปี 2561 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมายังประเทศไทยแตะที่ 350,000 คน เพิ่มขึ้น 113.8% จากปีที่แล้ว และในปี 2560 นักท่องเที่ยวชาวจีนสร้างรายได้ให้กับประเทศไทยมากกว่า 5.20 แสนล้านบาท ส่งผลให้จีนกลายเป็นตลาดการท่องเที่ยวที่ใหญ่ที่สุดของไทย ทั้งในแง่ของจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ การที่ภาคธุรกิจของไทยอ้าแขนต้อนรับนักท่องเที่ยวจีน ด้วยการรับชำระเงินผ่าน WeChat Pay พร้อมจัดโปรโมชั่นเอาใจอย่างหลากหลาย จึงถือเป็น 'ไม้กายสิทธิ์' ที่ดึงดูดลูกค้าชาวจีนได้เป็นอย่างดี

ปัจจุบัน WeChat Pay ให้บริการในกว่า 40 ประเทศและภูมิภาค พร้อมสนับสนุนการทำธุรกรรมโดยตรงใน 13 สกุลเงิน WeChat Pay ช่วยให้ผู้ใช้ไม่ต้องแลกเงินและพกเงินสดให้ยุ่งยาก ทำให้การจับจ่ายซื้อสินค้าในต่างประเทศเป็นเรื่องง่ายและมีประสิทธิภาพไม่ต่างจากการช้อปปิ้งในประเทศจีน

หนังสือพิมพ์ People's Daily รายงานว่า ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเกือบทุกแห่งในประเทศไทยต่างเพิ่มช่องทางการชำระเงินผ่าน WeChat Pay โดยในช่วงวันหยุดวันชาติจีนปีนี้ ธุรกิจต่าง ๆ ของไทยได้จับมือกับ WeChat Pay เพื่อเปิดตัวโปรโมชั่นมากมาย อาทิ การจับฉลาก WeChat Shake และการสแกนเพื่อรับคูปอง ทั้งหมดนี้ล้วนมีส่วนช่วยเพิ่มยอดการทำธุรกรรม และเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อคนของนักท่องเที่ยวจีน

ขณะนี้ นักท่องเที่ยวชาวจีนสามารถใช้ WeChat Pay ได้อย่างสะดวกสบาย ทั้งยังเพลิดเพลินไปกับหลากหลายโปรโมชั่นเมื่อชำระค่าสินค้าและบริการในร้านค้ากว่า 200 แห่งในย่านช้อปปิ้งใกล้ศาลพระพรหมเอราวัณ ซึ่งรวมถึงร้านจิม ทอมป์สัน, มิสทีน, นารายา, บูทส์ และบิกซี ไปจนถึงตลาดกลางคืนอันโด่งดังอย่าง เอเชียทีค หรือแม้กระทั่งร้านค้าปลีกเล็ก ๆ ทั่วไปในบริเวณใกล้เคียง นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวจีนยังสามารถซื้อตั๋วเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ

โดยใช้ WeChat Pay เช่น สวนน้ำแกรนด์แคนยอน, ไบออร์คิด-บำบัดเมอร์ฟลายฟาร์ม, ฮอลล์วีดูพัตยา, ฯลฯ และในบรรดาความสะดวกสบายทั้งหมดที่กล่าวมานั้น การที่นักท่องเที่ยวสามารถใช้ WeChat Pay ซึ่งรูปที่ศาลพระพรหมเอราวัณ ถือได้ว่าเป็นสิ่งที่น่าสนใจที่สุด

หากมองในระดับโลกแล้ว พบว่า ธุรกิจหลายประเทศต่างหันมาใช้แพลตฟอร์มของ WeChat Pay กันมากขึ้น เพื่อยกระดับกลยุทธ์และเคล็ดลับทางการตลาดในการดึงดูดลูกค้าจากประเทศจีนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีกำลังซื้อสูง นอกจากนี้ แผนการตลาดของบรรดาธุรกิจในต่างประเทศยังเริ่มมีความใกล้เคียงกับธุรกิจในประเทศจีนมากขึ้น ยกตัวอย่างเช่น ผู้ค้าปลีกบางรายใช้ประโยชน์จากการลงโฆษณาใน WeChat Moment เพื่อเจาะกลุ่มนักท่องเที่ยวจากจีนที่ต้องการเดินทางไปยังฮ่องกงและมาเก๊า ขณะที่ร้านค้าบางแห่งเลือกใช้ WeChat Coupon ในการกระตุ้นความสนใจบนโซเชียลมีเดีย และบางแห่งใช้ WeChat Mini Program เพื่อยกระดับการให้บริการ เป็นต้น

WeChat Pay เปิดเผยว่า จะเดินทางคิดค้นโซลูชันสำหรับการชำระเงินที่มีความเป็นอัจฉริยะยิ่งขึ้น ใช้งานง่ายขึ้น และมีประสิทธิภาพมากขึ้นกว่าเดิม เพื่อนำเสนอแก่ผู้ใช้อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ผู้ใช้ได้เพลิดเพลินไปกับบริการที่สะดวกและชาญฉลาดเหมือนอยู่บ้าน ในขณะที่เดินทางไปยังต่างประเทศ ไม่ว่าจะเป็นการรับประทานอาหาร ช้อปปิ้ง ความบันเทิง และกิจกรรมสนุกอื่น ๆ ขณะเดียวกัน WeChat Pay จะยังคงเดินทางสร้างพันธมิตรกับธุรกิจในต่างประเทศให้มากขึ้น และครอบคลุมหลายภาคอุตสาหกรรม เพื่อที่จะมอบประสบการณ์การชำระเงินผ่านระบบดิจิทัลให้แก่ชาวจีนที่เดินทางไปท่องเที่ยวในต่างประเทศ