

บัตรเครดิตกรุงศรีปรับโฉมบัตรใหม่ พัฒนา

เทคโนโลยีมาเพิ่มสิทธิประโยชน์แก่ลูกค้า พร้อมเปิด

ตัวภาพยนตร์โฆษณาชุดใหม่ “บัตรที่รู้ใจ”



บัตรเครดิตกรุงศรี ในเครือกรุงศรี คอนซูมเมอร์ ปรับโฉมบัตรใหม่ให้ดูทันสมัยขึ้น ตอกย้ำความเป็นผู้นำธุรกิจบัตรเครดิตด้วยการนำเทคโนโลยีมาอำนวยความสะดวกให้ผู้ถือบัตรเข้าถึงสิทธิประโยชน์ได้ง่าย สะดวก และสอดคล้องกับรูปแบบการใช้ชีวิตของคนรุ่นใหม่ พร้อมเปิดตัวภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ชุดใหม่ “บัตรที่รู้ใจ” ความยาว 15 และ 60 วินาที พร้อมกันทั่วประเทศ 30 พฤศจิกายนนี้ หวังสร้างภาพลักษณ์เป็นบัตรเครดิตที่ก้าวล้ำทางด้านเทคโนโลยี



นายธาดา จารุกิจไพศาล กรรมการผู้จัดการ บริษัท บัตรกรุงศรีอยุธยา จำกัด ในเครือกรุงศรี คอนซูมเมอร์ กล่าวว่า “กิจกรรมส่งเสริมการขายเป็นเพียงกลยุทธ์การตลาดระยะสั้นที่ทุกบัตรเครดิตนำมากระตุ้นการใช้จ่ายของผู้ถือบัตร ดังนั้น บัตรเครดิตกรุงศรีจึงได้เดินหน้ารุกตลาดอย่างต่อเนื่องเพื่อตอกย้ำความเป็นผู้นำธุรกิจและสร้างความแตกต่างให้ผู้ถือบัตรสัมผัสได้ บริษัทจึงได้ปรับเปลี่ยนบัตรเครดิตกรุงศรีที่ปัจจุบันมีอยู่ประมาณ 1.6 ล้านบัตรให้มีรูปลักษณะที่ดูเรียบง่ายแต่ทันสมัยมากขึ้น พร้อมนำเทคโนโลยีมาพัฒนาสินค้าและบริการให้ผู้ถือบัตรสามารถเข้าถึงสิทธิประโยชน์ต่างๆได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว และสอดคล้องกับรูปแบบการใช้ชีวิตของคนรุ่นใหม่ดังนี้



iGet รับเครดิตเงินคืนหรือคะแนนสะสมพิเศษได้ทันทีโดยไม่ต้อง SMS ลงทะเบียน

iPoint การใช้คะแนนสะสมเพื่อแทนเงินสด เป็นส่วนลด หรือแลกสินค้า ณ ร้านค้าที่ใช้จ่ายได้ทันที



iShop การสแกน QR Code เพื่อสั่งซื้อสินค้าหรือเข้าร่วมรายการส่งเสริมการขายได้ทันที

iTell ค้นหารายการส่งเสริมการขาย ยอดใช้จ่าย คะแนนสะสม หรือสิทธิพิเศษต่างๆได้ด้วยตนเองผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนทั้งในระบบ iOS และ Android”

ทั้งนี้ บัตรเครดิตกรุงศรีได้ออกภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ชุดใหม่เรื่อง “บัตรที่รู้ใจ” ความยาว 15 และ 60 วินาที รวมทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อกลางแจ้ง และสื่อออนไลน์ สร้างสรรค์ผลงานโดยบริษัท โลว์ จำกัด โดยคุณปิยา จารุรักษ์พงศ์ และคุณสมเดช บริสุทธิ์ ใช้งบประมาณในการโฆษณา 25 ล้านบาท

สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ Call Center 0-2646-3000 หรือที่ www.Krungrsricard.com