บัตรเครดิตทีเอ็มบี โชว์ฟอร์มยอดใช้จ่ายหมวดออนไลน์โต 42% ขึ้นแท่นบัตรเครดิตขวัญใจนักช้อปออนไลน์ ตอกย้ำให้ลูกค้าได้มากกว่า

บัตรเครดิตทีเอ็มบี โชว์ฟอร์มยอดใช้จ่ายหมวดออนไลน์โต 42% ขึ้นแท่นบัตรเครดิตขวัญใจนักช้อปออนไลน์ ตอกย้ำให้ลูกค้าได้มากกว่า

กรุงเทพฯ 10 มกราคม 2563 – บัตรเครดิตทีเอ็มบี เผยผลงานตลอดปี 2562 มียอดใช้จ่ายผ่านบัตรในกลุ่มออนไลน์เติบโตสูงกว่า 42% เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา ตอกย้ำกลยุทธ์การส่งมอบสิทธิประโยชน์ที่ตอบโจทย์ความต้องการด้านดิจิทัลไลฟ์สไตล์ของลูกค้าอย่างแท้จริง โดยเฉพาะการใช้จ่ายผ่านช่องทางออนไลน์ครอบคลุมหมวดช้อป กิน และเที่ยว ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ส่งผลให้มีจำนวนผู้ถือบัตรเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง โดยตั้งเป้าโตอีกกว่า 50 % ในปี 2563

นางกาญจนา โรจวทัญญู ประธานเจ้าหน้าที่บริหารด้านการตลาด ทีเอ็มบี หรือ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน)

เปิดเผยว่า “ทีเอ็มบีมีความตั้งใจที่ต้องการส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินที่ดีที่สุดสำหรับลูกค้าอยู่เสมอ โดยมุ่งพัฒนาและนำเสนอสิทธิประโยชน์ที่ตอบโจทย์ผู้ใช้งานจริง เพื่อส่งเสริมประสบการณ์การใช้บริการของลูกค้าที่สอดคล้องกับไลฟ์สไตล์ของลูกค้ายุคดิจิทัลในปัจจุบัน และให้ลูกค้าได้รับผลประโยชน์ที่มากกว่า (Get MORE with TMB) โดยในปี 2562 ที่ผ่านมาเราได้นำเสนอโปรโมชั่นโดยเฉพาะอย่างยิ่งในหมวดการใช้จ่ายออนไลน์ โดยร่วมกับ Market Place ชั้นนำ อาทิ Shopee, Lazada และ JD ตลอดจนอีคอมเมิร์ซ แพล็ตฟอร์มต่างๆ มอบสิทธิ์ประโยชน์ที่มากกว่าด้านการช้อปปิ้งทั้งให้เครดิตเงินคืน ส่วนลดพิเศษ หรือเลือกทำรายการแบ่งชำระด้วยตนเอง กับ TMB SoGooOD 0% นานสูงสุด 3เดือน ผ่าน TMB Touch นอกจากนี้ในหมวดท่องเที่ยวและการเดินทางยังร่วมกับเว็บไซต์จองที่พักชั้นนำ อาทิ Booking.Com, Traveloka, Agoda, Expedia ตลอดจนสายการบินชั้นนำต่างๆ เพื่อมอบสิทธิพิเศษเครดิตเงินคืน และสิทธิพิเศษอื่นๆอีกมากมายให้แก่สมาชิกบัตรเครดิตด้วยเช่นกัน รวมไปถึงการออกบัตร TMB ABSOLUTE Visa Signature บัตรเครดิตสำหรับกลุ่มผู้มีรายได้สูง ที่มาพร้อมเอกสิทธิ์เหนือกว่าบัตรอื่นให้ใช้ชีวิตได้สมบูรณ์แบบยิ่งกว่าเดิม อาทิ เป็นบัตรเครดิตใบแรกของไทยที่สามารถใช้รูดต่างประเทศได้ โดยไม่เสียค่าธรรมเนียมเปลี่ยนแปลงสกุลเงิน (FX) 2.5% ได้คะแนนสะสมเร็วขึ้น 10 บาท = 1 คะแนน และเมื่อใช้จ่ายผ่านช่องทางออนไลน์ทุกยอดใช้จ่าย 10 บาทจะเท่ากับ 2 คะแนนทันที”

“ด้วยแนวทางการเข้าใจเจาะลึกถึงความต้องการและพัฒนาสิทธิประโยชน์ที่ตรงใจลูกค้าได้อย่างแท้จริง ส่งผลให้ยอดใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตทีเอ็มบี ในกลุ่มออนไลน์เติบโตสูงกว่า 42% มียอดการใช้จ่าย และปริมาณการทำธุรกรรมในช่องทางอีคอมเมิร์ซ (e-Commerce) ที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยของประเทศไทย (อ้างอิงข้อมูลจาก วีซ่า ผู้ให้บริการด้านการชำระเงินในรูปแบบดิจิทัลชั้นนำระดับโลก)” นางกาญจนา กล่าวสรุป

*ที่มา: VisaNet Electronic Commerce Indicator 2018-Q3 through 2019-Q2