

บัตรเครดิต TMB เหยยออดใช้จ่ายผ่านบัตรโต35% เห็นใช้ “ดิจิทัล” เสริมเชี่ยวชาญเล็บ กระตุ้นยอดเติบโต เร็ว ฟุ้งเป้าสู่แบงก์ที่ลูกค้าชื่นชอบและแนะนำมาก ที่สุดในไทย



บัตรเครดิต TMB เหยยออดใช้จ่ายผ่านบัตรโต35% เห็นใช้ “ดิจิทัล” เสริมเชี่ยวชาญเล็บ กระตุ้นยอดเติบโตเร็ว ฟุ้งเป้าสู่แบงก์ที่ลูกค้าชื่นชอบและแนะนำมากที่สุดในไทย

บัตรเครดิต ทีเอ็มบี ตอกย้ำแนวคิด Make THE Difference ชูบริการเอื้อประโยชน์ที่หลากหลายเหมาะสมกับพฤติกรรมสมาร์ทไลฟ์ อยากรู้คนไทยใช้บัตรเครดิตอย่างมีวินัยและบริหารเงินเป็น ประกาศกลยุทธ์ขยายฐานลูกค้าใหม่ผ่านช่องทางดิจิทัลของแบงก์ หลังพบยอดผู้สมัครบัตรเครดิตจากดิจิทัลเพิ่มขึ้นสูงกว่า 33% ยอดใช้จ่ายผ่านบัตรหมวดออนไลน์โต 35% พร้อมยกระดับประสบการณ์ Digital Banking ตอบสนองการเติบโตของตลาดดิจิทัล ชูนวัตกรรมจัดการบัตรครบวงจรผ่าน TMB TOUCH โมบายล์แอป ให้ลูกค้าได้มากกว่าจากทีเอ็มบี (Get MORE with TMB) ใช้แล้วชื่นชอบจนต้องบอกต่อ

นางสาวมิ่งขวัญ พัฒนวงศ์ หัวหน้าเจ้าหน้าที่บริหารส่งเสริมการตลาดลูกค้าบุคคล ทีเอ็มบี หรือ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) เปิดเผยว่า บัตรเครดิต ทีเอ็มบี มุ่งหวังที่จะเพิ่มเป้ายอดใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเพิ่มขึ้นอีก 17% ในปีนี้ ผ่านผลิตภัณฑ์และบริการที่ให้ประโยชน์สูงสุดแก่ลูกค้า สามารถตอบโจทย์ความต้องการที่แท้จริงไปพร้อมกัน ทั้งยังมุ่งสร้างทัศนคติใหม่ ส่งเสริมให้ใช้บัตรเครดิตให้เหมาะสมกับพฤติกรรมและไลฟ์สไตล์ เปลี่ยนภาพลักษณ์บัตรเครดิตใช้เมื่อจำเป็น มีวินัยในการใช้จ่าย รู้กำลังของตัวเอง และรู้จักวางแผนการใช้จ่าย โดยได้พยายามนำเสนออย่างต่อเนื่องมาตลอดเพื่อเพิ่มมูลค่าบัตรเครดิตในตลาด ซึ่งปัจจุบันยอดการให้สินเชื่อบัตรเครดิตรวมของธนาคารอยู่ที่ระดับ 1.8 หมื่นล้านบาท

“บัตรเครดิต TMB เป็นอีกส่วนบริการที่ธนาคารให้ความสำคัญเพื่อให้บริการแก่ลูกค้ารายย่อย โดยได้สร้างจุดเด่นที่แตกต่างจากบัตรเครดิตรายอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นสิทธิประโยชน์การรับเงินคืน (cash back) การงดเว้นค่าธรรมเนียมกดเงินสด การรับคะแนนสะสมเพิ่มขึ้นและเร็วกว่าบัตรอื่นๆ ในตลาด และที่โดดเด่นและได้รับเสียงตอบรับมากที่สุดก็คือ บริการ ทีเอ็มบี โซ กู๊ด (TMB So GooOD) หรือโปรแกรมแบ่งจ่าย 0% 3 เดือน สำหรับทุกยอดการใช้จ่ายตั้งแต่

1,000 บาทขึ้นไป ซึ่งสามารถทำรายการได้ตลอดเวลาโดยไม่ต้องรอโปรโมชัน จัดเป็นบริการที่อยู่ในบัตรเครดิตทุกประเภทของทีเอ็มบี สร้างความต่างทางการตลาดและได้รับความสนใจใช้บริการจากลูกค้าผู้ถือบัตรเป็นจำนวนมาก เพราะสามารถทำรายการได้ด้วยตนเองผ่าน TMB TOUCH โมบายล์แอป เพิ่มความสะดวกสบายสามารถวางแผนการเงิน บริหารค่าใช้จ่าย และช่วยแบ่งเบาภาระรายจ่ายในแต่ละเดือน จึงเป็นสิ่งที่ถูกใจนักช้อปทุกรุ่นจนถึงตอนนี้ และยังคงส่งผลให้ลูกค้าหันมาใช้บริการบัตรเครดิตทีเอ็มบีอย่างสม่ำเสมอ (Active) กว่า 55%

นางสาวมิ่งขวัญ กล่าวต่อว่า ด้วยสิทธิประโยชน์ต่างๆที่เข้าถึงความต้องการที่แท้จริงและความพยายามนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการตรงกับไลฟ์สไตล์คนรุ่นใหม่ รวมทั้งมุ่งสื่อสารบนแพลตฟอร์มที่หลากหลายเพื่อสนองพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตที่เปลี่ยนไปตามกระแสโลก ซึ่งในปีที่ผ่านมาเทรนด์การใช้จ่ายผ่านบัตรมีการเติบโตสูง โดยเฉพาะการใช้จ่ายผ่านบัตรในหมวดออนไลน์เติบโตสูงถึง 35% จึงคาดการณ์ว่าในปีนี้จะสร้างการเติบโตของฐานลูกค้าใหม่ผ่านช่องทางดิจิทัลเพิ่มขึ้น 29% จากปีที่ผ่านมา ซึ่ง อัตราการเติบโตของจำนวนผู้ที่ได้สมัครบัตรเครดิตผ่านช่องทางเว็บไซต์ www.tmbbank.com ได้เพิ่มสูงถึง 33% ถือเป็นโอกาสที่ยากแก่การขยายฐานลูกค้าใหม่ผ่านช่องทางดิจิทัลได้เป็นอย่างดี

สำหรับแผนการในอนาคตนั้น ทีเอ็มบี ยังคงใช้แนวทางยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลางในการดำเนินกลยุทธ์ธุรกิจเพื่อตอบสนองความต้องการลูกค้ารายย่อยอย่างตรงใจ เพื่อก้าวไปสู่การเป็นธนาคารชั้นนำด้านธุรกรรมทางการเงินของประเทศ โดยมุ่งยกระดับประสบการณ์ด้าน Digital Banking ตอกย้ำแนวคิดดิจิทัล แบงก์ก็งต้องเป็นมากกว่าแอปพลิเคชัน โดยมุ่งเน้นใช้ดิจิทัลเป็นตัวเข้าถึงไลฟ์สไตล์ของลูกค้าภายใต้แนวคิดตรงใจ ง่ายและสะดวกสำหรับลูกค้า (Need-Based and Simple & Easy) ผ่านบริการจัดการบัตรแบบครบวงจรที่ลูกค้าสามารถ การขอเปิดใช้งานบัตร รวมทั้งการขอหักเงินเดือนหรือเปลี่ยนแปลงรหัสดึงเงินเดือน आयัติบัตรพร้อมออกบัตรใหม่ และบริการล่าสุดที่เพิ่งเปิดให้บริการไปคือ การบริการเบิกเงินสดจากวงเงินบัตรเครดิตเข้าบัญชี ผ่าน TMB TOUCH

“ในปีนี้ ทีเอ็มบีจะมีนวัตกรรมใหม่ๆ เกี่ยวกับบัตรเครดิตมาอย่างแน่นอน เราได้มีการเพิ่มเติมบริการต่างๆ ผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งทางโมบายล์แอป เพื่อเพิ่มความสะดวกรวดเร็วให้กับลูกค้า รองรับแผนยุทธศาสตร์พัฒนาโครงสร้างระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติ (National e-Payment) และสอดคล้องกับนโยบาย Thailand 4.0 ของประเทศ ให้ลูกค้าได้มากกว่า ใช้แล้วชื่นชอบจนต้องบอกต่อมากที่สุดของไทย” หัวหน้าเจ้าหน้าที่บริหารส่งเสริมการตลาดลูกค้าบุคคล ทีเอ็มบี กล่าวทิ้งท้าย