

เคทีซีจัดทัพรับมือธุรกิจบัตรเครดิตปี 2557 วางกลยุทธ์ยึดหลักเช็กแม่นยำ แบ่งพอร์ตตามอายุและรายได้ เปิดตัวแคมเปญ “ใช้ 10,000 บาท รับ 1,000 คะแนน” เซอร์ไพรส์วงการรับไตรมาส 4



เคทีซีปรับทัพรับมือธุรกิจบัตรเครดิตแข่งขันดุเดือด วางเป้าทวงบัลลังก์ที่ 1 ในใจสมาชิก ดึงกลยุทธ์เช็กแม่นยำ แยกพอร์ตสมาชิกตามรายได้และอายุ วางแผนออกบัตรใหม่ไม่ต่ำกว่า 3 ใบ พร้อมอัปเดตโปรโมชั่นที่ยาวตลอดปี 2557 เบนเข็มจับพันธมิตรระดับอ็อปเปอร์ ขยายฐานสมาชิกกลุ่มไฮเอนด์ รวมถึงหัวเมืองใหญ่ทั่วประเทศ ล่าสุดทุ่มงบการตลาดกว่า 50 ล้านบาท ออกแคมเปญ “ใช้ 10,000 บาท รับ 1,000 คะแนน” มอบของขวัญสมาชิกด้วยคะแนนสะสมไม่จำกัดจำนวน และไม่มีวันหมดอายุ ตอบโจทย์ความต้องการของสมาชิกยกพอร์ต ระหว่างวันที่ 1 พฤศจิกายน 2556 – 31 มกราคม 2557 มั่นใจส่งผลยอดใช้จ่ายโดยรวมพุ่งไม่ต่ำกว่า 30%



นางพิทยา วรปัญญาสกุล รองประธานเจ้าหน้าที่บริหาร – ธุรกิจบัตรเครดิต “เคทีซี” หรือ บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า “สำหรับในปี 2557 เคทีซีได้วางกลยุทธ์ด้านการตลาดเน้นหนักเรื่อง “เช็กแม่นยำ” โดยให้ความสำคัญกับการศึกษาและวิเคราะห์พฤติกรรมของสมาชิกแบ่งตามอายุ และรายได้ เนื่องจาก “อายุ” สะท้อนถึงความต้องการของสมาชิก และ “รายได้” สะท้อนถึงอำนาจการ ใช้จ่ายและไลฟ์สไตล์ การวิเคราะห์เจาะลึกกลุ่มสมาชิกส่งผลให้เคทีซีสามารถออกแบบผลิตภัณฑ์และโปรโมชั่นให้สอดคล้องกับความต้องการของสมาชิกมากที่สุด โดยเคทีซีได้โฟกัส 3 กลุ่ม คือ กลุ่ม **First Jobber** (อายุ 20 – 29 ปี) กลุ่มคนที่เริ่มทำงาน มีรายได้และค่าใช้จ่ายยังไม่สูงมาก กลุ่มนี้โตมาพร้อมคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยี ชอบแสดงออก เชื่อมั่นในศักยภาพของตนเอง กลุ่ม **Exploring & Maturing** (อายุ 30 – 39 ปี และ 40 – 49 ปี) เป็นกลุ่มคนที่มีความก้าวหน้าและค่อนข้างมั่นคงทางด้านการงาน สามารถดูแลตัวเองและครอบครัวได้ คนกลุ่มนี้ใช้ชีวิตแบบทันสมัย ไม่ต้องเป็นทางการ และให้ความสำคัญกับความสมดุลระหว่างงานและครอบครัว และ กลุ่ม **Settled & Retired** (อายุ 50 – 59 ปี และ 60 ปีขึ้นไป) เป็นกลุ่มที่มีความมั่นคงในด้านการงานและชีวิต มีกำลังซื้อสูง มีทัศนคติที่ดีต่อการใช้จ่ายใช้สอยสินค้าเพื่อตัวเองและบุคคลใกล้ชิด”

“เมื่อเคทีซีทำการแบ่งเช็คเงินสดขั้นของสมาชิกแล้ว การวางแผนผลิตภัณฑ์และโปรโมชั่นใหม่ๆ ก็ทำได้ชัดเจนและลงรายละเอียดได้มากขึ้น ในปี 2557 เคทีซีมีแผนออกบัตรเครดิตใหม่เพื่อขยายฐานสมาชิกไปยังกลุ่มเป้าหมายใหม่ๆ รวมถึงเพิ่มสีสันโปรโมชั่นให้กับบัตรเครดิตเดิมที่มีอยู่แล้วด้วย ในส่วนของ**คะแนนสะสม Forever Rewards** เราจะเพิ่มความแข็งแกร่งด้วยการเพิ่มช่องทางการแลกคะแนนให้สะดวกและเข้ากับชีวิตประจำวันของสมาชิกมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ เคทีซียังคงให้ความสำคัญกับพันธมิตร โดยจะขยายฐานร้านค้าให้หลากหลายครอบคลุมกับความต้องการของสมาชิกทุกเช็คนัดขั้นอีกด้วย”

นายศพงษ์ รั้งควร ผู้อำนวยการ – ธุรกิจบัตรเครดิต “เคทีซี” หรือ บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า “จากการศึกษาพฤติกรรมการใช้จ่ายของสมาชิกเคทีซีในช่วงไตรมาส 4 เป็นช่วงที่ยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตสูงกว่าในช่วงปกติประมาณ 20% ในทุกหมวดการใช้จ่าย โดยเฉพาะในหมวดช้อปปิ้ง ทั้งการใช้จ่ายในห้างสรรพสินค้าและซูเปอร์มาร์เก็ต หมวดร้านอาหาร และหมวดท่องเที่ยว สำหรับแคมเปญการตลาดไตรมาส 4 ในปีนี้ เคทีซีได้ทุ่มงบประมาณการตลาดกว่า **50 ล้านบาท** ออกแคมเปญ “**ใช้ 10,000 บาท รับ 1,000 คะแนน**” เพื่อเป็นของขวัญให้สมาชิกเคทีซีทั้งพอร์ต ตอบโจทย์ความต้องการของสมาชิกทุกกลุ่ม ดึงจุดแข็ง**คะแนนสะสม Forever Rewards** เป็นแม่เหล็กสำคัญ จุดเด่นเรื่องความสะดวก ไม่ยุ่งยาก และไม่จำกัดยอดคะแนนสะสมสูงสุด โดยหวังว่าแคมเปญดังกล่าวจะกระตุ้นให้ยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยรวมหลังจบแคมเปญเพิ่มขึ้น **30 %**”

“สมาชิกสามารถเข้าร่วมแคมเปญดังกล่าวได้ง่ายๆ เพียงส่ง SMS พิมพ์ YE เว้นวรรคตามด้วยหมายเลขบัตรเครดิตเคทีซี 16 หลัก ส่งมาที่ 0913795000 โดยท่านจะได้รับข้อความตอบกลับยืนยันการลงทะเบียนสำเร็จ หรือ ลงทะเบียนออนไลน์ที่ www.ktc.co.th/get1000points และ**ใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต เคทีซีครบทุก 10,000 บาท รับ 1,000 คะแนนสะสม Forever Rewards หรือ คะแนนสะสม KTC ROP** โดยไม่จำกัดยอดคะแนนสะสมสูงสุด และคะแนนสะสมไม่มีวันหมดอายุ **ระหว่างวันที่ 1 พฤศจิกายน 2556 – 31 มกราคม 2557**”

ปัจจุบัน เคทีซีมีจำนวนบัตรเครดิตประมาณ **1.6 ล้านบัตร** ยอดรวมการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต (มกราคม – กันยายน 2556) ประมาณ **88,000 ล้านบาท** จำนวน**คะแนนสะสม Forever Rewards** ในพอร์ตของสมาชิกมีทั้งสิ้น **14,000 ล้านคะแนน**