

เทียนส์ กรุ๊ป รุกขยายบริการสุขภาพทั่วโลกสู่ตลาดค้าปลีกยุคใหม่



เทียนส์ กรุ๊ป (TIENS Group) บริษัทชั้นนำในอุตสาหกรรมบริการสุขภาพ ประกาศขยายธุรกิจทั่วโลกเข้าสู่ตลาดค้าปลีกยุคใหม่ ด้วยการเปิด TIENS Experience Store แห่งใหม่ในประเทศจีน โดยร้านแฟลคชิปแห่งใหม่ซึ่งตั้งอยู่ใน TIENS International Health Industrial Park จะเป็นแหล่งรวมประสบการณ์สำหรับผู้บริโภคทั้งออนไลน์และออฟไลน์ ผ่านแนวทางในการรุกเข้าสู่ธุรกิจค้าปลีกยุคใหม่และการตลาดโดยอาศัยเทคโนโลยีเป็นตัวขับเคลื่อน

PointsWin ซึ่งเป็นแอป e-wallet ใหม่ล่าสุดของเทียนส์ จะมีบทบาทสำคัญในการเชื่อมต่อเครือข่ายลูกค้าในระบบบล็อกเชน โดยลูกค้าสามารถใช้แอปนี้เพื่อทำการซื้อและแลกรางวัลได้จากธุรกิจทุกแห่งที่ใช้แบนเนอร์ TIENS โดยนวัตกรรมเหล่านี้ทำให้กลุ่มบริษัทสามารถรวมการค้าปลีกออนไลน์และออฟไลน์เข้าด้วยกัน พร้อมทั้งอาศัยความได้เปรียบจากการดำเนินงานที่กำลังขยายตัวในต่างประเทศ

เทียนส์ กำลังจัดตั้งสาขา 110 แห่งทั่วโลก และร้านใหม่แห่งนี้จะเป็นไอคอนภายใต้กลยุทธ์ “One Body, Multiple Wings” ระดับโลกของเทียนส์ กรุ๊ป ซึ่งรวมถึงการพัฒนาระบบนิเวศด้านบริการสุขภาพที่นำเสนอประสบการณ์หลากหลายและครอบคลุมตั้งแต่การค้าปลีก อีคอมเมิร์ซ การแพทย์แผนจีน (TCM) และสถานบริการทางการแพทย์ ไปจนถึงการศึกษา การท่องเที่ยว โรงแรมและไลฟ์สไตล์

“เราดำเนินการพัฒนาเชิงรุกอยู่เสมอ ด้วยการมองโลกจากมุมมองที่เป็นสากล” หลี่ จินหยวน ประธานเทียนส์ กรุ๊ป กล่าว “โดยเฉพาะภูมิภาคที่เกี่ยวข้องในนโยบาย One Belt One Road ของจีน” เขากล่าวเสริม พร้อมระบุว่า สาขาส่วนใหญ่ของเทียนส์อยู่ในภูมิภาคเหล่านี้

ร้านแฟลคชิปแห่งนี้จะใช้แนวทางการตลาดในรูปแบบของการสร้างประสบการณ์ให้กับลูกค้า ผ่านการนำเสนอสภาพแวดล้อมที่จะนำพาลูกค้าจมดิ่งไปกับการสำรวจเพื่อค้นพบผลิตภัณฑ์สุขภาพและความงามที่เป็นแบบฉบับของเทียนส์

“การตลาดที่มุ่งสร้างประสบการณ์แปลกใหม่ให้กับลูกค้า (Experience Marketing) เป็นแนวโน้มการพัฒนาธุรกิจในยุคสมัยใหม่ เรามุ่งมั่นมอบการดูแลที่พิถีพิถัน ความเอาใจใส่ และความงาม ด้วยการนำเสนอประสบการณ์ที่เรียบง่ายและเป็นมิตรกับลูกค้า” เซลซี หลี่ (หลี่ เยวี่ยี่ ซี) สมาชิกคณะกรรมการและผู้จัดการทั่วไปฝ่ายอีคอมเมิร์ซ กล่าว “TIENS Experience Store ได้รับการออกแบบตามความงามแห่งท้องทะเลที่ให้บรรยากาศเรียบง่าย” เธอกล่าวต่อ

ไปด้วยว่า “ประสบการณ์ของผู้มาเยือนแต่ละท่านเปรียบได้กับการออกเดินทางเพื่อค้นหาผลิตภัณฑ์ตามความต้องการของพวกเขา โดยเราได้จัดวางผลิตภัณฑ์ที่ร้านโดยคำนึงถึงผลประโยชน์ของลูกค้าเป็นสำคัญ”

การพัฒนาล่าสุดนี้ โดยผ่านแนวทางการนำเสนอประสบการณ์แปลกใหม่ในเชิงลึกแก่ลูกค้า จะช่วยให้ เทียนส์ กรุ๊ป เปลี่ยนแปลงแนวคิดของการบริโภคแบรนด์ไปเป็นประสบการณ์ที่มีความเฉพาะตัวมากขึ้นสำหรับลูกค้า “การจัดวางที่หลากหลายของ TIENS Experience Store ถือเป็นกรนำเสนอกลยุทธ์ ‘One Body, Multiple Wings’ ระดับโลกให้เห็นอย่างเป็นรูปธรรม” เป็กกี้ หลิว (หลิว หยู) ผู้อำนวยการแผนก Experience Operations ของเทียนส์ กรุ๊ป กล่าว

ดูข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ <http://www.tiens.com/index.php?m=content&c=index&a=show&catid=32&id=85>

รูปภาพ - <https://photos.prnasia.com/prnh/20181109/2295327-1>

-pp-

สามารถคลิกดูภาพประกอบได้ที่ www.thaipr.net