

เว็บไซต์ CarParagon ปฏิวัติการซื้อขายรถใหม่ในประเทศไทย



บริษัท สมูทเลน จำกัด โดย 2 นักศึกษาปริญญาโทจากวิทยาลัยธุรกิจแห่งมหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ด เปิดตัวเว็บไซต์ CarParagon (คาร์พาราгон) ในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่ออำนวยความสะดวก ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการค้นหารถยนต์คันใหม่ตามต้องการ โดยทางเว็บไซต์ได้รวบรวมแบรนด์รถยนต์จากค่ายต่างๆ มาไว้ในที่เดียว ทำให้ผู้บริโภคสามารถค้นหารถยนต์ในฝันผ่านทางออนไลน์ได้ตลอด 24 ชั่วโมงใน 365 วัน ซึ่งผู้บริโภคสามารถเปรียบเทียบราคา รายละเอียดและข้อมูลทางเทคนิค โปรโมชันต่างๆ จากตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ อีกทั้งยังสามารถเช็คจำนวนสต็อกรถยนต์แบบเรียลไทม์และขอทดสอบรถยนต์ผ่านทางออนไลน์ หรือติดต่อตัวแทนจำหน่ายรถยนต์โดยตรงผ่านทางเว็บไซต์ CarParagon

จากความสำเร็จของโมเดลธุรกิจ startup ในสหรัฐอเมริกา และยุโรป ทำให้บริษัทฯ นำแนวคิดนี้มาปรับใช้กับเว็บไซต์ CarParagon โดยในเฟสแรกจะให้บริการแก่ลูกค้าที่อาศัยในกรุงเทพฯ ก่อนที่จะขยายบริการไปทั่วประเทศ และในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

“บริษัทฯ ได้เห็นถึงความสำคัญของนโยบายประเทศไทย 4.0 ของภาครัฐที่ให้การสนับสนุนและผลักดัน ด้านความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมผ่านการใช้เทคโนโลยี จึงได้พัฒนาเว็บไซต์ที่เป็นศูนย์รวมรถยนต์ใหม่แบบบริการเบ็ดเสร็จในจุดเดียว หรือ one-stop เพื่อช่วยผู้บริโภคประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย ในการเลือกซื้อหารรถยนต์โดยไม่มีค่าใช้จ่ายใดๆ ในขณะเดียวกัน เราก็ช่วยตัวแทนจำหน่ายรถยนต์อย่างเป็นทางการในประเทศไทยที่ขาดทรัพยากรบุคคลในการทำการตลาดดิจิทัลเพื่อเจาะกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่เป็นคนรุ่นใหม่” นายวรท กมลโชติรส ผู้ร่วมก่อตั้งและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท สมูทเลน จำกัด กล่าว

ปัจจุบัน บริษัทฯ ได้รับความไว้วางใจจากตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ 40 รายที่เป็นตัวแทนของแบรนด์รถยนต์ชั้นนำ อาทิ โตโยต้า ฮอนด้า มาสด้า ฟอร์ด วอลโว่ มิตซูบิชิ นิสสัน เมอร์ซิเดส-เบนซ์ และบีเอ็มดับเบิลยู และคาดว่าจะมีจำนวนตัวแทนจำหน่ายรถยนต์มาร่วมเป็นพันธมิตรทางธุรกิจและใช้เว็บไซต์ CarParagon เป็นแพลตฟอร์มในการทำการตลาดดิจิทัลเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้ รายได้ของทางเว็บไซต์ CarParagon ได้จากการเข้าร่วมเป็นพันธมิตรทางธุรกิจของตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ เพื่อใช้เว็บไซต์ให้เป็นอีกหนึ่งช่องทางการตลาดในการเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

“เว็บไซต์ CarParagon ของเรามีวัตถุประสงค์เพื่อมอบประโยชน์สูงสุดและลดขั้นตอนที่ยุ่งยากให้แก่ผู้ที่ต้องการซื้อรถใหม่ ตลอดจนตัวแทนจำหน่ายรถยนต์และบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ ตัวอย่าง ในสหรัฐอเมริกาพบว่าประมาณร้อยละ 2

5 ของการขายรถใหม่ได้ในแต่ละปีเกิดขึ้นจากขั้นตอนที่สะดวก และไม่ยุ่งยากสำหรับผู้ซื้อ ส่วนพฤติกรรมผู้บริโภคในประเทศไทยก่อนจะตัดสินใจซื้อรถยนต์คันใหม่ มักจะไปเยี่ยมชมรถที่โชว์รูมประมาณ 3 – 5 แห่งก่อนตัดสินใจซื้อ” มร. คุณมิน บัง ผู้ร่วมก่อตั้งและประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายเทคนิค บริษัท สมูทเลน จำกัด กล่าวเสริม

มร.เย็บ ชู ชวน ประธานกรรมการและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท อาปิโก ไฮเทค จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า “อาปิโก ในฐานะผู้ลงทุนหลักรายแรกในการพัฒนาเว็บไซต์ CarParagon ได้สังเกตเห็นว่าอุตสาหกรรมยานยนต์กำลังจะเข้าสู่การเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ในอีกไม่กี่ปีข้างหน้า และเราพร้อมที่จะร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการสนับสนุนนโยบายประเทศไทย 4.0 ของรัฐบาล”

เว็บไซต์ CarParagon นอกจากให้บริการในภาษาไทยแล้วยังให้บริการภาษาอังกฤษ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ชาวต่างชาติที่พำนักอาศัยอยู่ในประเทศไทย และนับจากต้นเดือนพฤศจิกายนที่ผ่านมา มีผู้เข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์แล้วมากถึงวันละ 2,500 คน