

ไทยแลนด์ พรีเมียม การ์ดฯ เผยทิศทางการแผนปี 2017

ชู “บัตรอีลิทการ์ด” 4 รูปแบบใหม่ ดึงเม็ดเงินต่างชาติ

ดี



ไทยแลนด์ พรีเมียม การ์ดฯ เผยทิศทางการแผนปี 2017

ชู “บัตรอีลิทการ์ด” 4 รูปแบบใหม่ ดึงเม็ดเงินต่างชาติ

“ไทยแลนด์ พรีเมียม การ์ด” เผยทิศทางการดำเนินธุรกิจรับปี2017 มุ่งเน้นพัฒนาผลิตภัณฑ์และราคาให้มีความหลากหลาย เพื่อตอบสนองกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มีความต้องการแตกต่างกัน พร้อมเปิดตัวบัตรสมาชิกพิเศษ “ไทยแลนด์ อีลิทการ์ด” 4รูปแบบใหม่ ขยายฐานสู่กลุ่มลูกค้ายุโรป กระตุ้นการท่องเที่ยว ดึงเม็ดเงินนักท่องเที่ยว-นักลงทุนต่างชาติในระยะยาว มั่นใจรายได้เติบโตเพิ่มขึ้น 10%

บริษัท ไทยแลนด์ พรีเมียม การ์ด จำกัด ผู้ดำเนินงาน โครงการบัตรสมาชิกพิเศษ “ไทยแลนด์ พรีเมียม การ์ด” จัดงานเปิดตัว “บัตรอีลิทการ์ด รูปแบบใหม่” อย่างเป็นทางการ โดยมี นางกอบกาญจน์ วัฒนวรางกูร รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เป็นประธานเปิดงาน ร่วมด้วย นายพงษ์ภาณุ เศวตรุนทร์ ปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา นายณทล ภาคพรต กรรมการบริษัทไทยแลนด์ พรีเมียม การ์ด จำกัด และรองผู้ว่าการด้านสินค้าและธุรกิจท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย(ททท.) นายพฤทธิ์ นุปผาคำ ผู้จัดการใหญ่ บริษัท ไทยแลนด์ พรีเมียม การ์ด จำกัด (ทีพีซี) ณ โรงแรมเดอะ เซนต์ รีจิส

นายพฤทธิ์ นุปผาคำ ผู้จัดการใหญ่ บริษัทไทยแลนด์ พรีเมียม การ์ด จำกัด (ทีพีซี) ผู้ดำเนินงาน โครงการบัตรสมาชิกพิเศษ “ไทยแลนด์ พรีเมียม การ์ด” เปิดเผยถึงกลยุทธ์และแผนการดำเนินธุรกิจปี 2017มี 3 ด้าน คือ 1. กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายมากขึ้น ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดและกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด 2. กลยุทธ์ด้านราคา โดยตั้งราคาบัตรสมาชิกให้มีความหลากหลาย เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเลือกผลิตภัณฑ์บัตรสมาชิกในระดับราคาที่พอใจ และ3. กลยุทธ์ด้านช่องทางการจำหน่าย ผ่านตัวแทนจำหน่ายระดับโลก โดยล่าสุดได้แต่งตั้ง บริษัท เฮนลีย์ แอนด์ พาร์ทเนอร์ส โฮลดิ้งส์ จำกัด ซึ่งมีสำนักงานและเครือข่ายกระจายอยู่ทั่วโลกเป็น Concessionaire Global Partnership เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทั่วโลกได้อย่างรวดเร็วมากขึ้น รวมถึงการเพิ่มช่องทางโดยตัวแทนจำหน่ายของบริษัทมีทั้ง ประเภทนิติบุคคล และประเภทบุคคลธรรมดา โดยมีประเภทบุคคลธรรมดา (Individual Sales Representative) อยู่ที่ 38 ราย และ General Sales and Services Agents (GSSA) อยู่ที่ 21 ราย เพื่อให้การขายบัตรสมาชิกทุกประเภทกระจายเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้ครอบคลุม

ประเทศที่เป็นเป้าหมาย พร้อมกันนี้ยังเปิดจำหน่ายบัตรผ่านเจ้าหน้าที่ และเว็บไซต์บริษัทฯ อีกด้วย ซึ่งทางบริษัทฯ ได้สำรวจและเก็บข้อมูลตั้งแต่ปี 2556 พบว่า ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเป็นนักท่องเที่ยว ที่เดินทางมายัง ประเทศไทยและถือบัตรไทยแลนด์ อีลิทคาร์ด มีอายุตั้งแต่ 30-60 ปี ส่วนใหญ่เป็นสมาชิกชาย 80% และเป็นสมาชิกหญิง 20% และเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป้าหมายที่มีความต้องการแตกต่างกัน บริษัทฯ จึงได้เปิดตัว “บัตรไทยแลนด์ อีลิทคาร์ด” ใหม่อีก 4 ประเภท คือ

- 1.) “อีลิทแฟมิลี เอ็กซ์เคอร์ชัน (Elite Family Excursion)” ราคา 8 แสนบาท อายุบัตร 5 ปี
- 2.) “อีลิทแฟมิลี อัลเทอร์เนทีฟ (Elite Family Alternative)” ราคา 8 แสนบาท อายุ 10 ปี
- 3.) “อีลิทพริวิลเกอแอส (Elite Privilege Access)” ราคา 1 ล้านบาท อายุบัตร 10 ปี
- 4.) “อีลิทซูพีเรียริตี้เอ็กซ์เทนชัน (Elite Superiority Extension)” ราคา 1 ล้านบาท อายุบัตร 20 ปี

จากเดิมบัตรสมาชิกไทยแลนด์ อีลิทคาร์ด มี 4 ประเภท คือ บัตรประเภทบุคคล (Individual) บัตรสมาชิกที่ขายร่วมกับอสังหาริมทรัพย์ บัตรสมาชิกประเภท Elite Easy Access และบัตรสมาชิกประเภทครอบครัว รวมทั้งสิ้นขณะนี้เรามีบัตรสมาชิกไทยแลนด์ อีลิทคาร์ด ทั้งหมด 8 ประเภท ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังมีกลยุทธ์เพิ่มมูลค่าและพัฒนาสิทธิประโยชน์สำหรับสมาชิกประเภทบุคคล (Individual Membership) เพื่อให้สอดคล้องกับการใช้ชีวิตของกลุ่มเป้าหมาย โดยขยายสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมจาก กอล์ฟ สปา อาทิสันทนาการในการท่องเที่ยว และการพักผ่อน ด้วย นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้จัดโปรโมชั่นต่างๆ อาทิ ขายบัตรประเภทครอบครัวในราคาเดียว เพื่อให้ผู้ซื้อรู้สึกว่าการซื้อคู่คุ้มค่างว่าการซื้อแบบเดียว การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ผ่านช่องทางออนไลน์ และออฟไลน์ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ร่วมกับตัวแทนจำหน่ายระดับโลก ร่วมงาน Event กับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ทั้งงาน ททท. และร่วมกับตัวแทนจำหน่าย ทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ เพื่อทำการประชาสัมพันธ์และสร้างการรับรู้ เพื่อให้เกิดยอดขาย รวมทั้งการจัดทำ Promotion ระยะสั้นเพื่อกระตุ้นยอดขาย เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในประเทศไทยและต่างประเทศ”

สำหรับตลาดกลุ่มเป้าหมายแบ่งตามกลุ่มอาชีพได้ 5 กลุ่มคือ 1.นักท่องเที่ยว กลุ่มระดับสูง 2. ผู้ประกอบการเจ้าของกิจการ 3. คนในวัยเกษียณ 4. นักลงทุน และ 5. นักเรียนนักศึกษา และจากสถิติ พบว่าเป็นกลุ่มที่มีการเดินทางเข้าออกประเทศไทยบ่อยครั้ง โดยเฉพาะกลุ่มเป้าหมายที่เป็นประเทศ 10 อันดับแรก ได้แก่ ประเทศอังกฤษ จีน อเมริกา ฝรั่งเศส ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย บังกลาเทศ รัสเซีย สแกนดิเนเวีย เยอรมัน และสิงคโปร์ และในปีถัดไปจะขยายกลุ่มเป้าหมายออกไปยังประเทศในประเศแถบยุโรปและแอฟริกา แถบสแกนดิเนเวีย และอินเดีย และขยายออกไปในแถบประเทศเพื่อนบ้าน เช่น ลาว อินโดนีเซีย พม่า กัมพูชา เวียดนาม และมาเลเซีย เป็นต้น

ทั้งนี้ บริษัทฯ มั่นใจว่าจากการเปิดตัว “บัตรไทยแลนด์ อีลิทคาร์ด” เพิ่มเติมจากเดิมรวมทั้งกลยุทธ์และแผนการตลาดที่วางไว้ จะสามารถผลักดันยอดขายได้จากการขายให้เป็นที่ไปตามเป้าหมายที่บริษัทตั้งไว้อย่างแน่นอน โดยบริษัทฯ ได้ตั้งเป้าหมายการเติบโตประมาณ 10 % ในปีนี้ 2560 และมีรายได้จากการขายบัตรเพิ่มขึ้น 400 ล้านบาท และมียอดสมาชิกเพิ่มขึ้น 678 ราย โดยในปีที่ผ่านมา ไทยแลนด์ อีลิทคาร์ด มียอดสมาชิกรวมมากกว่า 4,037 ราย มีสมาชิกใหม่เติบโตสูงกว่าที่ตั้งเป้าไว้กว่า 10% และสามารถสร้างผลกำไรรวมมากกว่า 195.07 ล้านบาท ซึ่งเพิ่ม

ขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อนถึง 82% นอกจากนี้จากสถิติในปีงบประมาณ 2559 พบว่ามีสมาชิกเดินทางเข้ามากว่า 14,768 ครั้ง ซึ่งคาดว่าจะสร้างรายได้โดยตรงให้ประเทศกว่า 17,000 ล้านบาท และเชื่อว่าลูกค้าที่มีกำลังซื้อสูงเหล่านี้ น่าจะมีการใช้จ่ายด้านอื่นๆ อาทิ การลงทุนซื้ออสังหาริมทรัพย์ รถยนต์หรู การเข้ามารี조트ธุรกิจและทำกิจการลงทุนต่างๆ ซึ่งเป็นการช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศไทยทางอ้อมอีกด้วย

สื่อมวลชนต้องการข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ; ฝ่ายประชาสัมพันธ์ บริษัท คอมมูนิเคชั่น แอนด์ มอร์ จำกัด
คุณบุษบา สุขบัติ (บุษ) / คุณชลิยาพันธ์ นุ่นสวัสดิ์ (กีฟฟู)

Tel. 02 718 3800-5 ext. 141 / 144 หรือ มือถือ 085 803 6222 อีเมล boodsaba@noname-imc.com