

ไพรซ์ซ่า เว็บไซต์เปรียบเทียบราคาอันดับ 1

ทำแคมเปญ “อย่าใจร้อน” พร้อมเปิดตัวแอปพลิเคชัน



ไพรซ์ซ่าต่อยอดตำแหน่งเว็บไซต์เปรียบเทียบราคาอันดับ 1 ทำแคมเปญ “อย่าใจร้อน” พร้อมเปิดตัวแอปพลิเคชันตอบโจทย์พฤติกรรมช้อปปิ้งยุคใหม่

Priceza.com ผู้ให้บริการเครื่องมือค้นหาสินค้าและเปรียบเทียบราคา (Price Comparison Shopping) อันดับ 1 ของประเทศไทย เผยภาพรวมผลการดำเนินงานประจำปี 2557 ที่ยังคงมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องจากกลุ่มสินค้าที่หลากหลายพร้อมเสริมความแข็งแกร่งของแบรนด์ด้วยกลยุทธ์การตลาดออนไลน์ “อย่าใจร้อน... ราคาดี เช็คได้ Priceza.com” และเปิดตัวแอปพลิเคชันเพื่อตอบสนองต่อกระแสมนิยมในการช้อปปิ้งผ่านมือถือ

นายธนาวัฒน์ มาลาบุผา ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร และหนึ่งในผู้ก่อตั้ง บริษัท ไพรซ์ซ่า จำกัด กล่าวว่า “ในปีนี้อะไรเรา มีการเติบโตของผู้ใช้บริการมากกว่า 100% จากปีก่อนหน้ารวมถึงจำนวนร้านค้าออนไลน์ใหม่ที่เพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็ว จึงเป็นส่วนสำคัญที่กระตุ้นให้นักช้อปปิ้งออนไลน์ของไทยต้องการที่จะค้นหาและเปรียบเทียบราคาก่อนตัดสินใจซื้อมากยิ่งขึ้น”

“ปัจจุบันมีผู้เข้ามาใช้บริการไพรซ์ซ่าจากทุกประเทศที่เราให้บริการ เดือนละมากกว่า 7 ล้านคน ถ้านับเฉพาะตลาดประเทศไทย ไพรซ์ซ่าช่วยสนับสนุนให้เกิดการซื้อขายออนไลน์ ดีเป็นมูลค่าโดยประมาณมากกว่า 500 ล้านบาทต่อเดือน โดยสัดส่วนของผู้ที่เข้ามาใช้บริการของไพรซ์ซ่านั้นคิดเป็นผู้ชายร้อยละ 48 ผู้หญิงร้อยละ 52 กลุ่มอายุระหว่าง 18-34 ปี โดยสินค้าที่ผู้บริโภคชายมักจะค้นหาและเปรียบเทียบราคา ได้แก่สินค้า ไอที/อิเล็กทรอนิกส์ ในขณะที่ผู้หญิงมักจะสนใจสินค้าประเภทแฟชั่นและความงาม นอกจากนี้ จากการศึกษาวิจัยการตลาดของกูเกิ้ลกับนักช้อปปิ้งออนไลน์ชาวไทย พบว่า คนไทยใช้อินเทอร์เน็ตช่วยในการตัดสินใจซื้อสินค้าสำหรับการเปรียบเทียบราคา/สินค้า/สเปคมากที่สุด และจากการศึกษาของไพรซ์ซ่าพบว่า คนไทยเลือกซื้อสินค้าที่ราคาสมเหตุสมผล และความน่าเชื่อถือของร้านค้าเป็นปัจจัยที่สำคัญอันดับต้นๆ

สำหรับในปี 2558 ไพรซ์ซ่ามุ่งสร้างการรับรู้ในหมู่ผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมายด้วยกลยุทธ์การใช้สื่อออนไลน์ที่จะเปิดตัวในช่วงเดือนพฤศจิกายนนี้ไม่ว่าจะเป็น การสร้างการรับรู้ผ่านทางโฆษณาวิดีโอและแบนเนอร์ ในเว็บไซต์ รวมถึงการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องในช่องทางออนไลน์ต่างๆ เนื่องจากเป็นช่องทางที่มีประสิทธิภาพสามารถเข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย สามารถวัดผลได้ และคุ้มค่ากับการลงทุน เพิ่มเติมจากช่องทางเฟซบุ๊กแฟนเพจของไพรซ์ซ่าประเทศไทยซึ่งปัจจุบันมีผู้ติดตามมากกว่า 260,000 คนและฐานสมาชิกมากกว่า 500,000 รายโดยกลยุทธ์การ

สื่อสารการตลาดผ่านทางสื่อออนไลน์ใหม่นี้จะใช้ข้อความที่สร้างกระแส และดึงดูดความสนใจในหมู่ผู้บริโภคให้จดจำไพร์ชซ่าในฐานะเว็บไซต์เปรียบเทียบราคาที่จะนำเสนอดีลสินค้าที่ดีที่สุด และเข้ามาใช้บริการไพร์ชซ่ามากขึ้นตามสโลแกนที่ว่า “ราคาดีใช้ได้”

นายธนาวัฒน์ กล่าวถึงกลยุทธ์การสื่อสารใหม่นี้ว่า “แม้จะมีนักช้อปสินค้าออนไลน์เข้าใช้บริการไพร์ชซ่าเป็นจำนวนกว่า 7 ล้านคนต่อเดือนแต่ยังมีผู้บริโภคจำนวนไม่น้อยที่ยังมีความเข้าใจที่ไม่ถูกต้องเกี่ยวกับบริการของไพร์ชซ่า เช่นเข้าใจว่าไพร์ชซ่าเป็นเว็บขายสินค้าออนไลน์ เราจึงทำแคมเปญสื่อสารออกมาเพื่อตอกย้ำภาพของไพร์ชซ่าให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น โดยมุ่งหวังว่าจากแคมเปญนี้จะทำให้มีจำนวนผู้เข้าใช้งานไพร์ชซ่ามากขึ้นกว่า 100% ในปีหน้า และคาดว่าจะช่วยสนับสนุนให้เกิดการซื้อขายออนไลน์ในไทย ดีเป็นมูลค่าโดยประมาณมากกว่า 1,000 ล้านบาท/เดือนในปีหน้า”

นอกจากนี้ เพื่อตอบสนองต่อไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคในปัจจุบันที่นิยมใช้สมาร์ทโฟนเป็นเครื่องมือในการสื่อสาร การค้นหาข้อมูล และการซื้อสินค้าออนไลน์มากขึ้น ไพร์ชซ่ายังต่อยอดสร้างประสบการณ์การช้อปปิ้งที่เป็นเลิศด้วยการเปิดตัวแอปพลิเคชันไพร์ชซ่า ที่ช่วยให้ผู้บริโภคสามารถเปรียบเทียบราคาสินค้าที่หลากหลายได้ทุกที่ทุกเวลาที่ต้องการ ทั้งนี้ ในปัจจุบันมียอดดาวน์โหลดแอปพลิเคชันไพร์ชซ่ามากกว่า 150,000 ดาวน์โหลดแล้วและคาดว่าจะถึง 1 ล้านดาวน์โหลดในเวลาสิ้นปี

“จากความมุ่งมั่นของเราในการสร้างให้ไพร์ชซ่ามีความหลากหลายของสินค้า รวมถึงความปลอดภัยและสะดวกสบายไม่ซับซ้อนในการใช้งาน จะทำให้ไพร์ชซ่ายังคงรักษาตำแหน่งเว็บไซต์ค้นหาสินค้าและเปรียบเทียบราคาอันดับ 1 ของไทยได้อย่างแน่นอน ยิ่งไปกว่านั้น ผมเชื่อว่าไพร์ชซ่าจะเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ร้านค้าทำการตั้งราคาและนำเสนอโปรโมชั่นที่ดีที่สุดให้กับผู้บริโภค เรากำลังสร้างระบบนิเวศน์ที่ผู้ซื้อไม่มีพลังของข้อมูลอยู่ในมือ ไม่สามารถถูกผู้ขายเอาเปรียบได้ โดยไพร์ชซ่าจะทำหน้าที่ “การันตี” ว่าจริงๆแล้วโปรโมชั่นที่ผู้ขายแต่ละเจ้านำเสนอนั้นคุ้มค้ำคุ้มราคาจริงไหม และเราจะยังคงมุ่งมั่นสร้างระบบนิเวศน์นี้ต่อไปให้แข็งแกร่ง” นายธนาวัฒน์ มาลาบุปผา ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร และหนึ่งในผู้ก่อตั้ง บริษัท ไพร์ชซ่า จำกัด กล่าวสรุป