Capillary Technologies นำ Bata สู่เส้นทางการจัดการด้านลูกค้า (CRM) ด้วยการตลาดแบบผสานช่องทาง สู่ตลาดใหม่ ๆ ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

แบรนด์รองเท้าชั้นนำของโลกขยายฐานตลาดด้านการจัดการด้านลูกค้า (CRM) สู่ฟิลิปปินส์และเวียดนามด้วยการสนับสนุนจาก Capillary Technologies ในฐานะหุ้นส่วนด้านกลยุทธ์

Capillary Technologies บริษัทซึ่งตั้งอยู่ในสิงคโปร์และให้บริการข้อมูลเชิงลึกสำหรับผู้บริโภค การมีส่วนร่วมแบบส่วนบุคคล ธุรกิจการค้าการตลาดแบบผสานช่องทางธุรกิจ และโซลูชั่นความภักดีที่กำหนดเป็นหุ้นส่วนกลยุทธ์ของ Bata แบรนด์รองเท้าชั้นนำ ทั้งนี้ความเป็นหุ้นส่วนจะช่วยให้ Bata เสริมสร้างกลยุทธ์ด้านการจัดการด้านลูกค้าการตลาดแบบผสานช่องทางธุรกิจในฟิลิปปินส์และเวียดนามให้แข็งแกร่งยิ่งขึ้นได้ นอกเหนือจากตลาดทั้งสองนี้แล้ว เป็นเวลามากกว่าสามปีที่ Capillary ได้ดำเนินการในฐานะหุ้นส่วนของ Bata ในประเทศต่างๆในเอเชีย 6 ประเทศ ซึ่งรวมถึง สิงคโปร์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย บังกลาเทศ รวมทั้งสามประเทศทางแอฟริกา – เคนยา แซมเบีย และซิมบับเว

Capillary ขับเคลื่อนโปรแกรมความภักดีของ Bata พัฒนาแคมเปญการตลาดแบบผสานช่องทางธุรกิจที่เป็นส่วนตัว & มีการกำหนดเป้าหมายไว้ รวมทั้งดำเนินการเพื่อวิเคราะห์ลูกค้าและธุรกิจในเชิงลึกสำหรับร้านค้ามากกว่า 2,000 แห่งทั่วทั้งตลาดเหล่านี้ ด้วยเป้าหมายเพื่อมอบการบริการแพลตฟอร์มการจัดการด้านลูกค้าแบบครบวงจรสำหรับตลาดของตนทั้งหมด Bata จะเริ่มดำเนินการตามแผนการดำเนินงานของตนสำหรับฟิลิปปินส์และเวียดนามในช่วงครึ่งที่สองของปี 2018

“เราต้องการนำผลิตภัณฑ์ยอดเยี่ยมและเทคโนโลยีด้านการค้าปลีกที่เหนือชั้นมารวมกันเพื่อให้เข้าใจถึงความปรารถนาอย่างแรงกล้าของเราเพื่อความพึงพอใจของลูกค้าและมอบประสบการณ์สำหรับลูกค้าที่ยอดเยี่ยม เพื่อพัฒนาความสัมพันธ์ลูกค้าของแบรนด์ของเราอย่างแท้จริงนั้น เรารู้สึกถึงความจำเป็นที่จะต้องค้นหาวิธีการในการเข้าถึงผู้บริโภคของเราทั่วทั้งหลาย ๆ ช่องทางและเข้าถึงจุดที่ผู้บริโภคใช้ในแนวทางการซื้อของพวกเขา การมีส่วนร่วมจะต้องสอดคล้อง เชื่อมโยงและไร้ที่ติ” โรเบอร์โต ลองโก ประธานของภูมิภาคเอเชีย แฟซิฟิก ที่ Bata กล่าว “Capillary ได้ช่วยให้เราบรรลุถึงสิ่งนี้โดยการเป็นหุ้นส่วนที่น่าเชื่อถือทั่วทั้งหกประเทศในเอเชีย จึงไม่มีความวิตกใดเกี่ยวกับการลงทุนในความเชี่ยวชาญของ Capillary และเทคโนโลยีเลย

ด้วยการสนับสนุนจาก Capillary แล้ว Bata จึงสามารถบรรลุผลตอบแทนที่สูงกว่า 2.2 เท่าจากแคมเปญเป้าหมาย

ในสิงคโปร์และสูงเท่ากับผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) 57 เท่าจากแคมเปญ Facebook ในมาเลเซีย รวมทั้งในตลาดอื่น ๆ เช่นเดียวกัน ทั้งนี้แบรนด์ได้รับผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) เพิ่มขึ้นถึง 10 เท่า จากการลงทุนด้านการจัดการด้านลูกค้า (CRM) โดยรวมของตน ด้วยความช่วยเหลือของ Capillary แบรนด์จึงได้รับรางวัลจำนวนมาก โดยล่าสุดนี้คือรางวัลการใช้การวิเคราะห์ที่ดีที่สุดและสำหรับโปรแกรมความภักดีและการจัดการด้านลูกค้า (CRM) ของพวกเขาในสิงคโปร์ และมาเลเซียตามลำดับในปี 2018 อีกด้วย

ลองโกกล่าวเพิ่มเติมว่า“เราไม่ได้ต้องการเป็นเพียงแบรนด์รองเท้าอีกแบรนด์หนึ่งสำหรับลูกค้าของเราเท่านั้น แบรนด์ที่พวกเขาอาจซื้อเป็นครั้งคราว กลับกันแล้ว เราต้องการสร้างความสัมพันธ์ที่แนบแน่นกับพวกเขาและกลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตพวกเขา ต้องขอบคุณ Capillary ผ่านแคมเปญเป้าหมาย ข้อมูลเชิงลึกที่สนับสนุนโดยการตัดสินใจจากการจัดการด้านลูกค้า (CRM) และการมีส่วนร่วมการตลาดแบบผสานช่องทางธุรกิจ ซึ่งเราเชื่ออย่างมั่นเหมาะว่าเราได้สร้างลูกค้าที่จะคงอยู่อย่างถาวรในจำนวนหนึ่ง”

Abhijeet Vijayvergiya ประธาน & กรรมการผู้จัดการฝ่ายบัญชีระดับสากลและเอเชียแปซิฟิก ที่ Capillary Technologies ยังแสดงความคิดเห็นในด้านความพึงพอใจของ Capillary เกี่ยวกับการขยายตลาดเพื่อขับเคลื่อนของ Bata ในตลาดใหม่ ๆ ว่า: “สำหรับปีนี้นั้น เราได้เล็งเห็นว่า Capillary จะยังคงขยายตัวในอัตราเพิ่มแบบชี้กำลังทั่วทั้งโลกต่อไป ความสัมพันธ์ของเรากับแบรนด์ชั้นนำเช่น Bata ที่เป็นหุ้นส่วนกับเราในตลาดจำนวนมากเป็นการเสริมข้อเท็จจริงที่ว่าแนวทางที่เราได้เลือกสรรสำหรับบริษัทคือแนวทางที่ถูกต้อง เราตื่นเต้นเป็นอย่างยิ่งในการช่วยให้ Bata ขยายฐานตลาดของตนในภูมิภาคเอเชีย”

ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ Capillary มีการดำเนินการโดยมีลูกค้า 14 ล้านรายและมีร้านค้ามากกว่า 14,000 ร้านค้าที่ให้บริการในแพลตฟอร์มของตน รวมถึง Mitra10, Bata, Caring Pharmacy, TungLok Group และ McDonald’s เริ่มต้นจากรอบระดมทุน $20 ล้านดอลลาร์สหรัฐนำโดย Warburg Pincus และ Sequoia Capital ซึ่งเป็นนักลงทุนระดับบลูชิพที่มีอยู่ ด้วยประการนี้ Capillary ยังสามารถวางแผนที่จะใช้เงินทุนใหม่บางส่วนเพื่อเสริมสร้างการปรากฏตัวของตนในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้รวมทั้งอินโดนีเซียให้แข็งแกร่งขึ้นหลังจากบรรลุความสำเร็จด้วยการขยายตัวได้ถึงสามเท่าในภูมิภาค

เกี่ยวกับ Capillary Technologies
โซลูชันเทคโนโลยีของ Capillary ช่วยให้ธุรกิจสามารถเข้าถึงวิวัฒนาการด้านดิจิทัลและ “พร้อมเสมอสำหรับลูกค้า” ด้วยมากกว่า 300 แบรนด์ทั่วทั้งมากกว่า 30 ประเทศ ซึ่งรวมถึง Pizza Hut, VF Brands, Walmart, Al-Futtaim, KFC, Starbucks, Madura Garments, Courts และ Samsung ที่วางใจใน Capillary เพื่อมอบประสบการณ์ด้านผู้บริโภคที่ง่ายและไร้ที่ติ ด้วยผู้บริโภคมากกว่า 300 ล้านรายและร้านค้ามากกว่า 25,000 แห่งในแพลตฟอร์มแล้ว Capillary จึงเป็นบริษัทผลิตภัณฑ์ SaaS ชั้นนำของเอเชีย ด้วยบริษัทในเครือของ Capillary มากกว่า 700 แห่งทั่วทั้งสำนักงาน 11 แห่งทั่วโลกที่สร้างนวัตกรรมอย่างต่อเนื่องเพื่อค้นหาวิธีการใหม่ ๆ สำหรับแบรนด์เพื่อทำให้ชีวิต

ของผู้บริโภคของตนนั้นง่ายยิ่งขึ้นและมีประสบการณ์ที่ควรค่าน่าจดจำ
สำรวจเพิ่มเติมได้ที่ https://www.capillarytech.com/

เกี่ยวกับ Bata
Bata เปิดดำเนินการในปี 1894 โดยบริการด้านรองเท้าและอุปกรณ์เสริมที่มีคุณภาพหลากหลายซึ่งทุกคนสามารถสรรหาได้ โดยเป็นธุรกิจครอบครัวที่ล้ำหน้าด้านนวัตกรรมในด้านการออกแบบและการผลิตสไตล์ใหม่ ๆ สำหรับสวมใส่เท้าของคุณที่มีความงดงามและมีระดับมาตลอดระยะเวลาหลายปี แบรนด์ของเช็กที่ปัจจุบันนี้มีร้านค้ามากกว่า 5,200 แห่งทั่วโลกในมากกว่า 70 ประเทศ โดยในเดือนเมษายน 2017 นั้น Bata ได้ประกาศทิศทางของแบรนด์ระดับโลกที่ทันสมัยพร้อมกับแนวคิดใหม่ “ฉัน & สะดวกสบายไปพร้อมกัน” (“Me & Comfortable With It”) ซึ่งมุ่งเน้นในการเพิ่มขีดความสามารถของผู้คนเพื่อความสวยงามและความสะดวกสบาย ไม่สำคัญว่าพวกเขาคือใครและสไตล์ของพวกเขาเป็นอย่างไร ด้วยกลยุทธ์ใหม่นี้ บริษัทจึงสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบันที่ซับซ้อนและสนใจในกระแสนิยมแฟชั่นล่าสุดที่เพิ่มมากยิ่งขึ้นได้
สำรวจเพิ่มเติมได้ที่ https://www.bata.com.sg/