

Esri และธุรกิจไทยใช้ GIS Technology เหมือนมี

แผนที่อัจฉริยะรับมือ Disruptive Trends

ไฮไลท์โซลูชันหลักปี 2017 ตอบโจทย์วงการค้าปลีก-แฟรนไชส์



Esri และธุรกิจไทยใช้ GIS Technology เหมือนมีแผนที่อัจฉริยะรับมือ Disruptive Trends ไฮไลท์โซลูชันหลักปี 2017 ตอบโจทย์วงการค้าปลีก-แฟรนไชส์

- Esri คาดปี 2017 เติบโต 15% วางเป้าหมายเปลี่ยนจากสัดส่วนลูกค้าภาครัฐและเอกชน 90/10 มาเป็น 70/30 ปรับกลยุทธ์วางแผนรุกหนักภาคค้าปลีกและแฟรนไชส์ ผลักดัน Solutions เพิ่มประสิทธิภาพการทำงานให้ธุรกิจค้าปลีกและแฟรนไชส์ตอบโจทย์การแข่งขันธุรกิจยุคดิจิทัล

- ปีนี้ 2016 รุกหนักตลาดเอกชนโดยเฉพาะกลุ่มธนาคารพาณิชย์ นำโดยโซลูชันที่ร้อนแรง asset valuation หรือ การประเมินที่ดิน ส่งให้ธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่กว่า 50% พร้อมกระตุ้นให้ภาคเอกชนหันมาลงทุนโซลูชัน GIS สร้างยอดการเติบโตให้ธุรกิจของ Esri สูงถึง 13%

อีเอสอาร์ไอ (ประเทศไทย) ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีภูมิสารสนเทศอันดับหนึ่งในประเทศไทยและภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ประกาศต่อยอดในปี 2017 นำเสนอโซลูชันใหม่ เน้น Location Analytics เจาะกลุ่ม Retails & Franchising โดยเฉพาะ ผลักดันการดำเนินธุรกิจของบริษัทค้าปลีกและแฟรนไชส์ ตอกย้ำวิสัยทัศน์ความเชื่อมั่นในข้อมูลโลเคชันและข้อมูลพื้นที่ เผยเป็นสุดยอดข้อมูลประกอบการรับมือ Disruptive Trends เพิ่มศักยภาพในการตัดสินใจของผู้ประกอบการ ปฏิวัติรูปแบบการซื้อขายสินค้าและบริการ ตอบคำถามธุรกิจยุคดิจิทัลได้ตรงจุด

ธนพร วุฒิสวัสดิ์ ผู้จัดการทั่วไป บริษัท อีเอสอาร์ไอ (ประเทศไทย) จำกัด กล่าวถึงการเกิดขึ้นของ Disruptive Trends ในประเทศไทยว่าไม่ต่างจากประเทศอื่นในเอเชียและทั่วโลก วันนี้ Disruptive Trends ทำให้ธุรกิจไทยมีตลาดใหม่หรือเครือข่ายใหม่ที่แข็งแกร่งแข่งตลาดเดิมหรือร้านค้าเดิมซึ่งกำลังเสื่อมความนิยมไป ภาวะนี้ส่งผลกระทบต่อบริษัท สินค้าและบริการดั้งเดิมที่เคยครองตลาดอยู่ก่อน หลายบริษัทต้องปรับตัวด้วยการใช้เทคโนโลยีใหม่เพื่อเพิ่มโอกาสทางการแข่งขัน

“เทคโนโลยีใหม่เหล่านี้ครอบคลุมเรื่องเทรนด์ Big DATA การวิเคราะห์ข้อมูลให้เกิดประโยชน์ที่สุด สำหรับเราคือ

การทำ location analytics เราเชื่อว่า GIS technology เป็น key technology ข้อมูลโลเคชันและข้อมูลพื้นที่ คือสุดยอดข้อมูลประกอบการวิเคราะห์ที่สามารถตอบคำถามในธุรกิจได้ ด้วยการนำเสนอมุมมองใหม่ๆ เพื่อการเพิ่มศักยภาพการดำเนินธุรกิจ และการแก้ปัญหาที่ตรงจุดยิ่งขึ้น”

อีเอสอาร์ไอ (ประเทศไทย) เป็นบริษัทเอกชนไทยที่ดำเนินธุรกิจจัดจำหน่ายและให้บริการโซลูชันระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ หรือที่เรียกว่า GIS อย่างครบวงจร เพื่อสนับสนุนงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคการศึกษา บริษัทยังเป็นผู้บุกเบิกบริการจีไอเอสในประเทศไทยเป็นรายแรกและได้รับการแต่งตั้งจากบริษัท อีเอสอาร์ไอ สหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นบริษัทผู้ผลิตซอฟต์แวร์ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ชั้นนำของโลกภายใต้แบรนด์สินค้า ArcGIS ให้เป็นตัวแทนจำหน่ายรายเดียวของประเทศอย่างเป็นทางการ

ในช่วง 2-3 ปี ที่ผ่านมามีบริษัทปรับนโยบายหันมารุกตลาดเอกชนหรือ Private Sector มากขึ้น โดยปัจจุบันเน้นวางเป้าหมายเปลี่ยนจากสัดส่วนลูกค้าภาครัฐและเอกชน 90/10 มาเป็น 70/30 แนวโน้มการตอบรับจากลูกค้าดีขึ้น คาดหมาย ในปี 2016 เดบิต 13% เป็นผลจากการวางแผนและกลยุทธ์ในการรุกตลาดกลุ่ม private sector โดยเฉพาะกลุ่มธนาคารพาณิชย์ โดยได้นำเสนอโซลูชัน asset valuation หรือการประเมินที่ดิน คาดว่าปีหน้า 2017 จะเดบิต 15% ด้วยการวางกลยุทธ์เพื่อรุกหนักภาคค้าปลีกและแฟรนไชส์ (Retail and franchising) เพราะเล็งเห็นโอกาสทางการตลาดที่สำคัญ ซึ่ง GIS Technology สามารถตอบโจทย์ได้ดี

โซลูชันใหม่ในปีนี้เป็น 3 ส่วนหลัก ได้แก่ 1. Healthcare 2. SLG (Smart Local Government) และ 3. Private Sector โดย 2 โซลูชันแรกเป็นการตอบสนองภาครัฐ ในขณะที่โซลูชันที่ 3 ออกแบบมาสำหรับภาคเอกชน เน้นภาคธุรกิจค้าปลีกและแฟรนไชส์เป็นหลัก

“มีภาคธุรกิจสนใจนำโซลูชันด้านแผนที่มาใช้วิเคราะห์ข้อมูลบริการงานธุรกิจเพื่อเพิ่มศักยภาพให้แก่ธุรกิจของตนเองอย่างต่อเนื่อง โซลูชันด้าน GIS สามารถใช้ตอบโจทย์ธุรกิจในการกำหนดจุดตั้งสาขา การวางแผนการขาย การวางแผนตรวจเยี่ยมลูกค้า ทำให้ลูกค้าให้กลุ่มรีเทลให้ความสนใจกันมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง”

โดยโซลูชันที่ภาคธุรกิจค้าปลีกและแฟรนไชส์ ให้ความสำคัญคือการวิเคราะห์ทำเลที่ตั้ง (Location Analytic) แบ่งการทำงานออกได้เป็น 3 กลุ่มคือ (1) การวิเคราะห์สาขาที่ตั้ง (Branch Analysis) เพื่อมองหาทำเลที่ตั้งที่ดีที่สุดในการเปิดสาขาซึ่งถือว่าเป็นยุทธศาสตร์สำคัญของธุรกิจ โดยวิเคราะห์จากข้อมูลของผู้บริโภคและคู่แข่ง เช่น ที่ตั้งสาขา หรือ พื้นที่การขาย รวมทั้งประเมินตำแหน่งที่ตั้งของสาขาที่ควรปิดเพื่อลดต้นทุน (2) ระบบการจัดการการกระจายสินค้า (Distribution Management) เพื่อเลือกตำแหน่งที่ตั้งจุดกระจายสินค้า เส้นทางขนส่ง พร้อมทั้งระบบติดตามรถขนส่งสินค้า ช่วยในการจัดการด้านเวลาและเส้นทางกระจายสินค้าให้มีประสิทธิภาพสูงสุด (3) ระบบการจัดการและติดตามพนักงานขาย (Manage & Monitor Sales) เพื่อแบ่งพื้นที่การขายของพนักงานขาย ดูข้อมูลการขาย และรายงานผลการขายแบบ Real-time จากสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ต ทำให้แก้ปัญหาในพื้นที่มีความรวดเร็วยิ่งขึ้น สามารถประเมินผลพนักงานขายและปรับแผนกลยุทธ์จากการวิเคราะห์บน Dashboard โดยทั้งหมด

นี่เป็นกลยุทธ์สำคัญทางธุรกิจในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานและความสามารถในการแข่งขันให้ธุรกิจค้าปลีก และแฟรนไชส์เติบโตเหนือคู่แข่งได้

“เรามั่นใจว่า ลูกค้าน่าจะได้ประโยชน์อย่างมากสำหรับการปรับกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับยุคสมัยและสร้าง ความสามารถทางการแข่งขันเหนือคู่แข่งด้วยข้อมูลโลเคชันและข้อมูลพื้นที่ โซลูชันกลุ่ม Commercials โดยเฉพาะ Solutions Location Analytics คือคำตอบของการจัดการธุรกิจค้าปลีกและแฟรนไชส์อย่างครบวงจร โดยบริษัทวาง เป้าไว้ที่การขยาย partner 3-5 รายเพื่อเจาะตลาดเอกชน และสามารถบรรลุเป้าที่วางไว้คือโตขึ้น 15% ภายในปี 2017 อย่างแน่นอน”