

KLM ใช้กลยุทธ์ Social Media ให้ข้อมูลเที่ยวบินผ่าน Twitter และ Wechat



กรุงเทพ 30 มิถุนายน 2560-สายการบิน KLM Royal Dutch เปิดกลยุทธ์เกาะกระแสโซเชียลเพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ง่ายยิ่งขึ้นโดยให้ข้อมูลด้านการยืนยันการจอง, การแจ้งเตือน, การเช็คอิน, ตัวโดยสาร, อัปเดตข้อมูลเที่ยวบินรองรับกว่า 10 ภาษาผ่านโปรแกรม Twitter และ Wechat ที่กลุ่มลูกค้าสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายขึ้น โดยใช้ช่องทางที่สะดวกที่สุด ไม่ว่าจะเป็นที่สนามบิน ระหว่างการเดินทาง หรือที่บ้าน อีกทั้งยังสามารถติดต่อฝ่ายบริการโซเชียลมีเดียได้ตลอด 24 ชั่วโมงผ่านทาง Twitter และ Wechat

การให้บริการผ่านโซเชียลมีเดียนี้สามารถใช้ได้กับกลุ่มลูกค้าที่จองตั๋วเครื่องบินผ่านทาง KLM.com และเลือกรับข้อมูลผ่านทาง Twitter และ Wechat สามารถใช้บริการนี้ได้แล้วในปัจจุบัน และจะได้ขยายขอบเขตการให้บริการให้ครอบคลุมมากขึ้นในอนาคตอันใกล้นี้ KLM เป็นสายการบินแรกของโลกที่ให้ข้อมูลเอกสารการบินและข้อมูลต่างๆ ผ่าน Facebook Messenger นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2559 และยังเป็นสายการบินแรกที่ใช้ Twitter และเป็นสายการบินที่อยู่นอกประเทศจีนรายแรกที่ให้ข้อมูลการบินผ่าน WeChat

พีทเทอร์ เอลเบอร์ส (Pieter Elbers) ประธานและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร สายการบิน KLM กล่าวว่า “หลังจากที่ได้มีการสื่อสารผ่าน Messenger มาแล้ว การให้ข้อมูลเที่ยวบินของ KLM บน Twitter และ WeChat จึงเป็นกลยุทธ์ด้านสื่อสังคมออนไลน์ของ KLM อย่างสมบูรณ์แบบ และลูกค้าเข้าถึงได้โดยตรง ให้ทางเลือกที่ดีที่สุด สะดวกที่สุดกับลูกค้า ทำให้ KLM เป็นผู้นำด้านอุตสาหกรรมการบิน”

KLM บน Twitter และ Wechat

KLM มีผู้ติดตามมากกว่า 2.2 ล้านคนบน Twitter และได้รับการกล่าวถึงมากกว่า 25,000 ครั้งเป็นประจำทุกสัปดาห์ KLM ได้เริ่มใช้ WeChat ในเดือนกันยายนปีพ.ศ. 2557 ให้บริการผู้โดยสารตลอด 24 ชั่วโมง สื่อสารข้อมูล และโปรโมชั่นต่างๆ ทั้งนี้ WeChat เป็นแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียอันดับหนึ่งในจีนแผ่นดินใหญ่ที่มีผู้ใช้งาน 938 ล้านรายต่อเดือน KLM มีผู้ติดตามกว่า 120,000 รายและได้รับคำถามมากกว่า 6,000 คำถามต่อสัปดาห์ซึ่งแสดงให้เห็นว่าลูกค้าชาวจีนชื่นชอบแพลตฟอร์มนี้เพื่อสื่อสารกับ KLM

KLM บน Facebook Messenger

เมื่อปีที่ผ่านมามี KLM เปิดตัวบริการข้อมูลการบินผ่านทาง Messenger ซึ่งประสบความสำเร็จอย่างมาก ด้วยลูกค้ากว่า 1.4 ล้านคนที่รับเอกสารการบินและอัปเดตข้อมูลต่างๆ 10% ของการจองออนไลน์ได้รับการยืนยันผ่านช่องทางนี้ และ 15% ของการจองผ่านออนไลน์ได้รับตั๋วโดยสารผ่านทาง Messenger ด้วยเช่นกัน

KLM และ Social Media

ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2552 KLM ได้รับชื่อเสียงในฐานะผู้ริเริ่มการให้บริการและแคมเปญต่างๆ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ในเดือนเมษายนปีพ.ศ. 2560 KLM มีผู้ติดตามมากกว่า 25 ล้านคนบนโซเชียลมีเดียบนแพลตฟอร์มต่างๆ KLM ได้รับการกล่าวถึงมากกว่า 100,000 ครั้งในแต่ละสัปดาห์ซึ่งมีคำถามหรือข้อคิดเห็น 15,000 ครั้งและได้รับการตอบกลับเป็นการส่วนตัวจากตัวแทนทีมโซเชียลมีเดียที่ใหญ่ที่สุด 250 แห่งทั่วโลกผ่าน Facebook, Messenger, Twitter, LinkedIn, WeChat และ KakaoTalk สายการบิน KLM บริการลูกค้า 24 ชั่วโมงใน 9 ภาษา ได้แก่ เนเธอร์แลนด์ อังกฤษ เยอรมัน สเปน โปรตุเกส ฝรั่งเศส จีนญี่ปุ่นและเกาหลี ในช่วงเวลาทำงาน KLM ยังให้บริการเป็นภาษาอิตาลี อีกด้วย

#