

LINE จับมือ HappyFresh ผันพันธุ์มิตร เปิด บริการใหม่เจาะตลาดซูเปอร์มาร์เก็ตไทย



HappyFresh แอปพลิเคชันซูเปอร์มาร์เก็ตออนไลน์ จากประเทศอินโดนีเซีย และ LINE ประเทศไทย สองผู้นำด้านโมบายแพลตฟอร์ม ประกาศความร่วมมือ พร้อมข่าวดีให้ผู้ใช้ LINE MAN ในประเทศไทยเปิดประสบการณ์ใหม่ในการซื้อของสดของใช้ในรูปแบบออนไลน์

เป็นการพัฒนาก้าวสำคัญของประเทศไทย สำหรับความร่วมมือในรูปแบบนี้ โดยนับเป็นครั้งแรก ที่ LINE ได้เปิดตัวบริการใหม่ ซึ่งมีได้เกิดจากทีมพัฒนาแอปพลิเคชันภายในของ LINE แต่เป็นการรวมแพลตฟอร์มให้บริการจากพาร์ทเนอร์เข้าบน LINE MAN ซูเปอร์แอป

นายเกียม ซาการ์รา ประธานเจ้าหน้าที่บริหารแฮปปี้เฟรช กล่าวว่า “ด้วยกลยุทธ์ความร่วมมือระหว่าง LINE และ HappyFresh ในการรวมบริการเข้าสู่แอปพลิเคชัน LINE MAN จะเพิ่มโอกาสขยายฐานลูกค้าในประเทศไทยให้กับ HappyFresh ในขณะที่ LINE สามารถพัฒนาและขยายฐานบริการรูปแบบใหม่ที่ตอบโจทย์ผู้ใช้งานได้อย่างเต็มที่” HappyFresh มีบทบาทเป็นทั้งผู้จัดเตรียมเชิงเทคโนโลยีด้านแพลตฟอร์มในการซื้อของสดของใช้ พร้อมทั้งจัดเตรียมกำลังผู้ให้บริการเพื่อส่งสินค้าถึงผู้บริโภคให้กับ LINE ซึ่งหมายความว่าแพลตฟอร์ม HappyFresh จะถูกรวมเข้ากับแอปพลิเคชัน LINE MAN เพื่อตอบโจทย์ความต้องการของผู้ใช้งานได้ครบครันยิ่งขึ้น

ในยุคสมัยที่หน้าจอโทรศัพท์มือถือของแต่ละคนเต็มไปด้วยแอปพลิเคชันมากมาย ความร่วมมือที่เกิดขึ้น จะช่วยสร้างความสะดวกสบาย และทำให้ผู้ใช้สามารถซื้อของสดของใช้ผ่านแอปพลิเคชัน LINE MAN ที่ติดตั้งและใช้งาน

อยู่เป็นประจำแล้ว ซึ่งต่อยกย้าความเป็นซูเปอร์แอป ได้ยอดเยี่ยม เมื่อผู้ใช้งานกดสั่งออเดอร์ ทาง HappyFresh จะควบคุมดูแลทั้งด้านการหยิบสินค้า ณ ร้านค้าที่ต้องการ ผ่านพนักงานเลือกสรรสินค้าที่ถูกฝึกอบรมจนได้รับมาตรฐาน จวบจนบริการจัดส่งสินค้าสู่ผู้บริโภค ในระยะเวลาที่กำหนด ในขณะที่ HappyFresh เองก็ยังคงมุ่งมั่นให้บริการคัดสรรและจัดส่งของสดของใช้ที่มีคุณภาพผ่านแอปพลิเคชัน HappyFresh ต่อไป

“การจับมือกันในฐานะพันธมิตรครั้งนี้ HappyFresh มีส่วนช่วยเสริมสร้างประสบการณ์ใหม่ผ่านบริการช้อปปิ้งและจัดส่งของสดของใช้ให้กับลูกค้า LINE เพียงชั่วข้ามคืน ซึ่งหากปราศจากความร่วมมือในครั้งนี้แล้ว จำเป็นต้องใช้เม็ดเงินลงทุนมหาศาลและระยะเวลาในการพัฒนาเพื่อให้ได้บริการที่เป็นเลิศ ในขณะที่ LINE ซึ่งถือเป็นผู้นำตลาดและมีบทบาทในการสร้างฐานลูกค้าที่แข็งแกร่งให้กับตลาดในประเทศไทย จะช่วยผลักดันด้านการตลาด เพื่อขยายบริการไปสู่ฐานผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน LINE MAN ผ่านกลยุทธ์การตลาดแบบ Hyperlocal Marketing ผนวกกับความ ต้องการพัฒนาประสบการณ์การใช้งานของผู้บริโภคในครั้งนี้ จะช่วยต่อยกย้าความเป็นผู้นำบริการช้อปปิ้งและจัดส่งของสดของใช้ออนไลน์ และต่อยอดสู่วิสัยทัศน์ในระยะยาวที่ต้องการให้บริการทุกครัวเรือนในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ได้รวดเร็วยิ่งขึ้น” นายชาการ์รา กล่าวเสริม

บริษัท HappyFresh ได้รับเงินลงทุนสนับสนุนถึง 20 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี พ.ศ. 2562 ซึ่งเพิ่มขึ้นมาจากระดับ Series B เมื่อปี พ.ศ. 2561 ที่สนับสนุนโดย Samena Capital