

LINE ประเทศไทย ตอกย้ำแพลตฟอร์มที่ใช้สำหรับ New Normal Lifestyle ของคนไทย



LINE ประเทศไทย ตอกย้ำแพลตฟอร์มที่ใช้สำหรับ New Normal Lifestyle ของคนไทย

เผยสถิติการใช้โตกระฉูดต่อเนื่อง ครองแชมป์แพลตฟอร์มดิจิทัลที่ได้รับความนิยมสูงสุด รายงานความสำเร็จ 1 ปี ภายใต้วิสัยทัศน์ “Life on LINE” พร้อมเดินทางต่อการเป็น Life Infrastructure ทรงพลัง เสริมทัพให้กับผู้ใช้ทุกภาคส่วน

LINE ประเทศไทย ประกาศความสำเร็จการดำเนินงาน 1 ปีที่ผ่านมา ภายใต้วิสัยทัศน์ Life on LINE เปิดเผยตัวเลขการใช้งานในไทยเติบโตกว่า 2 ล้านคนใน 1 ปี ทั้งยังเป็นแพลตฟอร์มอันดับหนึ่งที่ผู้ใช้งานใช้เวลาบนแพลตฟอร์ม โดยเฉลี่ยถึง 1/3 ของเวลาที่ผู้ใช้ออนไลน์ มุ่งเดินทางเสริมความสะดวกผู้ใช้งานและศักยภาพธุรกิจไทยในยุคดิจิทัล พร้อมเป็นแพลตฟอร์มที่ใช้สำหรับ New Normal Lifestyle

ดร.พิเชษฐ ฤกษ์ปรีชา ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร LINE ประเทศไทย กล่าวว่า ในปี 2562 LINE ประเทศไทย ได้ประกาศวิสัยทัศน์ Life on LINE ด้วยการเป็นโครงสร้างพื้นฐานในการดำเนินชีวิตของคนไทย (Life Infrastructure) โดยได้ดำเนินการพัฒนาต่อยอดบริการใหม่ๆ ตามวิสัยทัศน์ดังกล่าว เพื่อสร้างความสะดวกสบายในการใช้ชีวิต ส่งผลให้เกิดผู้ใช้งานใหม่จำนวนเพิ่มมากขึ้นถึงกว่า 2 ล้านคนในเวลาเพียง 1 ปี

ความสำเร็จของ LINE ในฐานะโครงสร้างพื้นฐานในการดำเนินชีวิตสำหรับ New Normal Lifestyle นั้น เห็นได้

ชัดเจนจากการใช้บริการต่างๆ บนแพลตฟอร์ม LINE ในช่วงสถานการณ์การแพร่กระจายของเชื้อไวรัสโควิด-19 เมื่อเทคโนโลยีเข้ามามีผลกับการดำเนินชีวิตเกือบ 100% ทั้งการดำเนินชีวิตประจำวันที่ต้องมีการรักษาระยะห่าง การทำงานแบบ Work From Home การใช้ชีวิตที่ต้องพึ่งพาแพลตฟอร์มออนไลน์มากขึ้น ซึ่งภายใน Ecosystem ของ LINE นั้น มีบริการครบถ้วนให้ทุกคนได้ใช้ชีวิตประจำวันและทำงานได้ง่ายและมีประสิทธิภาพ ไม่ว่าจะเป็น

□ LINE Call มียอดการใช้งานผ่านคอมพิวเตอร์เพิ่มมากขึ้นเกิน 200% เมื่อเทียบเดือนม.ค. และ มี.ค. 2563 ทั้งการใช้งาน Voice call และ VDO call ด้วยเหตุนี้ LINE จึงพัฒนาฟีเจอร์ ฟังก์ชันเพิ่มเติมทั้งในส่วน LINE Call และ LINE on Desktop อย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบโจทย์พฤติกรรมคนไทยบนแพลตฟอร์ม LINE ไม่ว่าจะเป็นฟีเจอร์ Watch Together ให้แชร์หน้าจอหรือดูวิดีโอ Youtube พร้อมกันใน LINE Group Call ได้ และเพิ่มจำนวนคนรองรับ LINE Call ได้มากที่สุดถึง 500 คน

□ LINE Official Account ธุรกิจการค้าขายสามารถดำเนินต่อไปได้โดยไม่ติดขัด จำนวน LINE OA เพิ่มจาก 3 ล้าน เป็น 4 ล้านบัญชี ณ เดือนพฤษภาคม 2563 ไม่เพียงแต่พัฒนาในส่วนโซลูชัน เครื่องมือในการทำธุรกิจออนไลน์ แต่ LINE ยังนำเสนอแนวคิด (Growth Mindset) กลยุทธ์ (Growth Strategy) ในการทำธุรกิจออนไลน์ เพื่อขับเคลื่อนให้แบรนด์ไทยเติบโตบนโลกดิจิทัลได้อย่างยั่งยืน

□ ยอดการเติบโตของจำนวนร้านค้าที่ใช้ MyShop (No. of Shops Growth Rate) สูงถึง 180% (ณ เดือนเม.ย. เติบโตจากต้นปีคือเดือน ม.ค. 2563) โดยปัจจุบันมีจำนวนร้านค้าบน LINE Official Account ที่ใช้เครื่องมือ MyShop นี้อยู่เป็นหลักหมื่น จากช่วงแรกๆ ที่มีเพียงหลักร้อย หลักพันเท่านั้น

□ LINE MAN ผู้ช่วยเบอร์หนึ่งที่ทำให้ได้รับประทานของอร่อยโดยไม่ต้องออกจากบ้าน มีการใช้งานเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในช่วง 3 เดือนแรกของปี เพิ่มขึ้นถึง 300 % เทียบกับการใช้งานในสถานการณ์ปกติ

นอกจากนั้น ความสำเร็จที่น่าภาคภูมิใจอย่างยิ่ง คือ LINE ได้ทำหน้าที่ของแพลตฟอร์มเพื่อช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย เมื่อกลไกทางเศรษฐกิจหลายอย่างต้องหยุดชะงักเนื่องจากสถานการณ์ของโควิด-19 LINE ได้กลายเป็นเครื่องมือที่ทำให้กลไกเหล่านั้นเดินหน้าต่อ อาทิ โครงการ Find Food ที่ทำหน้าที่เป็นแพลตฟอร์มตัวกลางระหว่างเกษตรกรและผู้ซื้อ โครงการ “ห้าง ททท. ซุปเปอร์มาร์เก็ตทั่วไทย” ที่นางานแพร่ขึ้นมาอยู่บนแพลตฟอร์ม LINE ให้ลูกค้าได้ช้อปปิ้งง่ายขึ้น กระจายรายได้ไปยังโรงแรม และธุรกิจบริการทั่วประเทศได้อย่างง่ายดาย หรือแม้แต่ธุรกิจยานยนต์ที่นำแพลตฟอร์ม LINE ไปใช้ประโยชน์ในการสื่อสารข้อมูลรถยนต์กับลูกค้า รวมถึงการทำนัด Test Drive ได้ถึงบ้าน รวมถึงแบรนด์เครื่องสำอางใหญ่ๆ ก็ยังหันมาทำธุรกิจอีคอมเมิร์ซกันมากขึ้นในช่วงที่หน้าร้านในห้างสรรพสินค้าไม่สามารถเปิดให้บริการได้

จากความสำเร็จที่เกิดขึ้นทั้งหมดนั้น ดร.พิเชษฐ ได้เน้นย้ำถึงปัจจัยสำคัญการผลักดัน LINE ประเทศไทยให้เติบโต

□ ทักษะ (Mindset) ทักษะที่เปิดกว้าง ไม่ปิดกั้นความคิดของตัวเอง ที่ LINE เรามีวัฒนธรรมองค์กรข้อหนึ่ง ในการมองปัญหาให้เป็นโอกาสที่เกิดขึ้นได้เสมอ เหมือนกับการพัฒนาบริการของ LINE ที่พัฒนามาจากปัญหาที่ผู้บริโภคประสบอยู่ LINE เรียนรู้จากปัญหาเหล่านี้ เพื่อนำเสนอทางแก้ปัญหาที่ช่วยให้ชีวิตของเขาดีขึ้นง่ายขึ้น

สะดวกขึ้น

□ ความรวดเร็ว (Agility) เพราะยุคนี้เป็นยุคแห่งเทคโนโลยี ซึ่งทำให้ทุกอย่างสามารถเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว แปรนตร์องค์กร หรือคนในยุคนี้ จึงต้องมีการปรับตัว รับมือกับการเปลี่ยนแปลง พฤติกรรมและความต้องการของผู้ใช้เปลี่ยนไปทุกวัน การพัฒนาบริการของเราต้องสามารถปรับเปลี่ยนได้เร็ว ให้ทันเช่นกัน เพื่อเป็นแพลตฟอร์มที่ตอบสนองทุกความต้องการที่เปลี่ยนไปของลูกค้าทุกระดับ ปิดการขาย จนสามารถเพิ่มยอดผู้ใช้ LINE OA ถึง 4 ล้านแอดเคาท์ในช่วงหลายเดือนที่ผ่านมา

□ เข้าใจและเข้าถึง (Humanization) เป็นแนวคิดในการดำเนินธุรกิจที่สำคัญของ LINE ที่เราคำนึงถึงมาโดยตลอด เราศึกษาและทำความเข้าใจในพฤติกรรมผู้ใช้งาน สังคม และวัฒนธรรม และนำมาปรับใช้กับในแต่ละประเทศที่เราเข้าไปดำเนินธุรกิจ เพื่อให้มั่นใจว่าเราจะสร้างสรรค์ประโยชน์ ออกแบบบริการที่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้งาน และให้บริการอย่างดีที่สุด

□ ยกระดับชีวิตของทุกคน (Elevation) ทุกบริการที่ LINE สร้างสรรค์ออกมา จะต้องช่วยยกระดับชีวิตของทุกคน ให้ดีขึ้นรอบด้านตั้งแต่บริการพื้นฐานของ LINE ที่ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อการสื่อสาร ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ และเป็นเครื่องมือในการดำเนินธุรกิจที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สุดท้ายที่ขาดไม่ได้สำหรับ แพลตฟอร์มดิจิทัลอย่าง LINE คือ Innovation (นวัตกรรม) ทุกบริการและฟีเจอร์ที่เราคิดค้นและพัฒนาต่อยอดขึ้นมาด้วยเป้าหมายการเป็นแพลตฟอร์มที่ใช้สำหรับ New Normal Lifestyle ของผู้ใช้ นั้นหมายถึง ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมทางเทคโนโลยีต่างๆ ที่จะสามารถยกระดับและตอบโจทย์ทุกวิถีชีวิตและความต้องการทั้งของผู้ใช้งานและธุรกิจได้อย่างเป็นประโยชน์และมีประสิทธิภาพที่แท้จริง

“ถึงแม้ที่ผ่านมา LINE จะประสบความสำเร็จเป็นที่น่าพอใจมาก เป็นที่นิยมจนเรียกได้ว่ากลายเป็นปัจจัย 5 ในการใช้ชีวิตของคนไทย แต่ LINE ยังเห็นถึงความท้าทายอยู่มากในโลกที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว พฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ซึ่งการเปลี่ยนแปลงเป็นสิ่งที่ทุกคนคาดเดาไม่ได้ เช่นเมื่อเกิดวิกฤต โควิด-19 ขึ้น ทุกอย่างเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ทุกคนต้องเรียนรู้ที่จะรับมือกับมัน ใครที่ปรับตัวได้เร็วก็จะได้เปรียบ LINE สามารถตอบโจทย์ความต้องการพื้นฐานได้ทั้งหมดของการใช้ชีวิต วิกฤตนี้ถึงแม้จะกระทบในหลายภาคส่วน แต่ LINE ก็ยังสามารถสร้างการเติบโตได้ด้วย ecosystem ที่ครบวงจรและพร้อมรองรับทุกการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

ในฐานะผู้นำองค์กร เราจะต้องมี leadership mindset ที่จะพร้อมจะเรียนรู้ตลอดเวลา ผู้นำไม่ใช่คนเดียวที่จะนำพาองค์กรไปถึงปลายทาง แต่พนักงานต่างหากที่คือฟันเฟืองสำคัญในการผลักดันองค์กรให้ก้าวหน้า เราต้องเป็นผู้นำที่พร้อมจะเรียนรู้ไปพร้อมๆ กับทุกคน เพื่อให้ LINE เป็นแพลตฟอร์มที่เข้าใจคนไทยมากที่สุด และพร้อมเป็นโครงสร้างพื้นฐานในการดำเนินชีวิตของคนไทย (Life Infrastructure) จริงๆ เป็นแพลตฟอร์มที่ใช่ ทั้งสำหรับลูกค้าทั่วไป และลูกค้าภาคธุรกิจ พร้อมเป็นแพลตฟอร์มทรงพลังที่จะช่วยให้คนไทยใช้ชีวิตแบบ New Normal เป็น Lifestyle ได้อย่างสะดวกสบาย และมีความสุขทุกวัน” ดร.พิเชษฐ กล่าวทิ้งท้าย