

LINE เผย 4 ปัจจัยความสำเร็จกับ 8 ปีในประเทศไทย ไทย จากแชตแอปฯ สู่ “แพลตฟอร์มที่ใช้ สำหรับทุก คนในยุค New Normal”



LINE เผย 4 ปัจจัยความสำเร็จกับ 8 ปีในประเทศไทย จากแชตแอปฯ สู่ “แพลตฟอร์มที่ใช้ สำหรับทุกคนในยุค New Normal”

LINE ประเทศไทย ครบรอบ 8 ปี ดำเนินธุรกิจในประเทศไทย จากแชตแอปฯ ขยายสู่แพลตฟอร์มเพื่อการดำเนินชีวิตครบวงจร เผย 4 ปัจจัยความสำเร็จครองใจผู้ใช้ชาวไทยกว่า 46 ล้านคน ย้ำจุดยืน Life Infrastructure เดินหน้าเสนอบริการหลากหลาย ด้วยการเป็นแพลตฟอร์มที่ตอบโจทย์การใช้ชีวิตแบบ New Normal Lifestyle

ดร.พิเชษฐ ฤกษ์ปรีชา ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร LINE ประเทศไทย เปิดเผยว่าปี 2563 นี้ถือเป็นปีครบรอบ 8 ปี ของการให้บริการแอปพลิเคชัน LINE ในประเทศไทย เราเริ่มต้นการให้บริการจากแอปพลิเคชันสำหรับส่งข้อความถึงกัน ภายใต้พันธกิจ “Closing the Distance” และมุ่งมั่นในการเดินหน้าพัฒนาแพลตฟอร์มและบริการของ LINE สู่การเป็นโครงสร้างพื้นฐานชีวิตในยุคดิจิทัล (Life Infrastructure) โดยคำนึงถึงการมอบประโยชน์และความสะดวกสบายของเทคโนโลยีที่สามารถตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์และความต้องการของผู้ใช้งานเป็นสำคัญ ที่สำคัญ ต้องยกระดับไลฟ์สไตล์และความต้องการเหล่านั้นให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้นผ่าน Ecosystem ของ LINE ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสาร การรับข่าวสารและความบันเทิง การต่อยอดธุรกิจ และธุรกรรมการเงิน รวมถึงบริการอื่นๆ ที่สอดคล้อง

รับกับไลฟ์สไตล์ที่เปลี่ยนไปของผู้ใช้งานได้อย่างไม่จำกัด ที่ LINE เรายึดมั่นในการลดช่องว่างระหว่างผู้ใช้งาน เทคโนโลยี และข้อมูล ทำให้ทุกอย่างสามารถเข้าถึงและใกล้ชิดกันได้มากขึ้น

ปัจจุบัน LINE มีผู้ใช้งานในประเทศไทยกว่า 46 ล้านคน เป็นตัวเลขที่พิสูจน์ถึงความสำเร็จของแพลตฟอร์มของเรา โดยปัจจัยที่สนับสนุนความสำเร็จอันยิ่งใหญ่นี้ มาจาก 4 แนวคิดหลักที่เป็นส่วนสำคัญในการหล่อหลอมความเป็น LINE และการทำงานร่วมกันของคน LINE

□ ทักษะคิด (Mindset) ทักษะที่เปิดกว้าง ไม่ปิดกั้นความคิดของตัวเอง ที่ LINE เรามีวัฒนธรรมองค์กรข้อหนึ่ง ในการมองปัญหาให้เป็นโอกาสที่เกิดขึ้นได้เสมอ เหมือนกับการพัฒนาบริการของ LINE ที่พัฒนามาจากปัญหาที่ผู้ใช้บริโภคประสบอยู่ LINE เรียนรู้จากปัญหาเหล่านี้ เพื่อนำเสนอทางแก้ปัญหาที่ช่วยให้ชีวิตของเขาดีขึ้น ง่ายขึ้น สะดวกขึ้น

□ ความรวดเร็ว (Agility) เพราะยุคนี้เป็นยุคแห่งเทคโนโลยี ซึ่งทำให้ทุกอย่างสามารถเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว แบนด์ องค์กร หรือคนในยุคนี้ จึงต้องมีการปรับตัว รับมือกับการเปลี่ยนแปลง พฤติกรรมและความต้องการของผู้ใช้เปลี่ยนไปทุกวัน การพัฒนาบริการของเราต้องสามารถปรับเปลี่ยนได้เร็ว ให้ทันเช่นกัน เพื่อเป็นแพลตฟอร์มที่ตอบสนองทุกความต้องการที่เปลี่ยนไปของลูกค้าทุกระดับ เหมือนกับในช่วงสถานการณ์ COVID-19 ที่ LINE นำเสนอพีเจอาร์และเครื่องมือใหม่ๆ เพื่อช่วยผู้ประกอบการออนไลน์ อาทิ พีเจอาร์ Watch Together สำหรับ LINE Group Call สามารถแชร์หน้าจอหรือดูวิดีโอพร้อมกันระหว่าง LINE Call การปรับปรุง LINE Desktop Version สำหรับผู้ใช้งานผ่านคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล หรือ MyShop เครื่องมือช่วยส่งเสริมการขายบน LINE Official Account ที่เพียบพร้อมด้วยพีเจอาร์สำหรับปิดการขาย จนสามารถเพิ่มยอดผู้ใช้ LINE OA ถึง 4 ล้านแอดเคาท์ในช่วงหลายเดือนที่ผ่านมา

□ เข้าใจและเข้าถึง (Humanization) เป็นแนวคิดในการดำเนินธุรกิจที่สำคัญของ LINE ที่เราคำนึงถึงมาโดยตลอด เราศึกษาและทำความเข้าใจในพฤติกรรมผู้ใช้งาน สังคม และวัฒนธรรม LINE ในฐานะที่เป็นหนึ่งในองค์กรเทคโนโลยีอันดับต้นๆ ของโลก เรามีแนวคิดเป็นสากล ทำงานแบบมืออาชีพ และนำมาปรับใช้กับในแต่ละประเทศที่เราเข้าไปดำเนินธุรกิจ เพื่อให้มั่นใจว่าเราจะสร้างสรรค์ประโยชน์ ออกแบบบริการที่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้งาน และให้บริการอย่างดีที่สุด ซึ่ง LINE MAN ถือเป็นตัวอย่างที่ดี เพราะเป็นบริการที่เกิดขึ้นในประเทศไทยเป็นที่แรก เรามองเห็นความต้องการของตลาด จึงพัฒนาบริการที่มีมาตรฐานระดับโลก เพื่อให้คนไทยได้ใช้บริการที่มีคุณภาพ และตอบโจทย์พวกเขามากที่สุด

□ ยกระดับชีวิตของทุกคน (Elevation) ทุกบริการที่ LINE สร้างสรรค์ออกมา จะต้องช่วยยกระดับชีวิตของทุกคน ให้ดีขึ้นรอบด้านตั้งแต่บริการพื้นฐานของ LINE ที่ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อการสื่อสารอย่าง LINE Chat หรือ LINE STICKERS รวมไปถึงบริการที่ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของผู้ใช้งาน อย่าง LINE TV LINE TODAY LINE MAN และ LINE SHOPPING รวมไปถึง LINE Official Account ที่เข้ามาเป็นเครื่องมือในการดำเนินธุรกิจที่เข้าถึงกลุ่มเป้า

หมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

และเมื่อย้อนดูบริการของ LINE ที่เกิดขึ้นในประเทศไทยในช่วง 8 ปี เราจะเห็นว่าการดำเนินธุรกิจภายใต้ 4 ปัจจัยที่กล่าวมานั้น ช่วยให้ LINE สามารถพัฒนาบริการที่สอดคล้องกับแนวคิด LIFE ON LINE เพื่อเป็นโครงสร้างพื้นฐานชีวิตในยุคดิจิทัล (Life Infrastructure) อย่างแท้จริง ซึ่งบริการใหม่ที่เกิดขึ้นในแต่ละปีนั้น ค่อยๆ เข้ามาเติมเต็มและยกระดับการใช้ชีวิตของผู้บริโภคในทุกแง่มุม

“ ยิ่งในช่วงสองสามเดือนที่ผ่านมา เทคโนโลยีเข้ามามีผลกับการดำเนินชีวิตเกือบ 100% ถือเป็นเครื่องพิสูจน์ชั้นดีว่า LINE = New Normal Lifestyle ใครที่ใช้ LINE อยู่แล้ว คงจะเห็นภาพทั้งหมดได้ดีที่สุด เพราะพวกเขาแทบจะไม่ต้องปรับเปลี่ยนการใช้ชีวิตประจำวัน LINE พิสูจน์ให้เห็นว่า ชีวิตแบบ New Normal ไม่ได้น่ากลัวอย่างที่คิด และ LINE ยังคงพร้อมเป็นแพลตฟอร์มที่จะช่วยให้คนไทยใช้ชีวิตแบบ New Normal Lifestyle ได้อย่างสะดวกสบายและมีความสุขทุกวัน ดร.พิเชษฐ กลางกิ่งท้าย