

“Mall.Global” ธุรกิจมูลค่า 500 ล้านดอลลาร์ พ

ร่วมยกระดับการช้อปปิ้งออนไลน์-พลิกอนาคตการ

ค้าปลีก



การช้อปปิ้งออนไลน์จะนำตื่นตาตื่นใจมากขึ้นอย่างมหาศาลด้วยแพลตฟอร์ม Mall.Global ซึ่งเกิดจากการลงทุนมูลค่า 500 ล้านดอลลาร์สหรัฐของบริษัทเทคโนโลยีในดูไบ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อพลิกโฉมการช้อปปิ้งสินค้าออนไลน์แบบเดิมๆ ด้วยการผสานเทคโนโลยีอันล้ำสมัยเข้ากับการดำเนินงาน

โลโก้ - https://mma.prnewswire.com/media/713500/mall_global_Logo.jpg

แพลตฟอร์มดังกล่าวจะมอบประสบการณ์เฉพาะเจาะจงให้แก่ผู้ใช้แต่ละรายภายในโลกเสมือนจริง รวมทั้งมีการบูรณาการและใช้เทคโนโลยีที่ก้าวล้ำเพื่อยกระดับประสบการณ์ของลูกค้า ทั้งเทคโนโลยี Brand Immersion, Virtual Reality, On-Ground AR Cues, Micro-Influencer Reviews, AI & Machine Learning, Cross-Platform Loyalty และ multi Cryptocurrency acceptance เพื่อมอบประสบการณ์แบบ True Hybrid อย่างแท้จริง

แพลตฟอร์มนี้จะให้บริการในปี 2563 พร้อมร้านค้ากว่า 2,500 แบรินด์ โดยจะเปิดตัวในกลุ่มประเทศคณะมนตรีความร่วมมือรัฐอ่าวอาหรับ (GCC) อินเดีย แอฟริกาเหนือ ยุโรป กลุ่มประเทศเครือรัฐเอกราช (CIS) และจีน โดย Mall.Global จะเปิดให้ลูกค้าทดลองใช้งานก่อนในช่วงต้นปีหน้า

คนกลุ่มมิลเลนเนียลกว่า 90% ของทั้งหมดทั่วโลกอาศัยอยู่ในตลาดเกิดใหม่ ซึ่งคาดว่าจะมีรายได้ต่อปีทะลุ 4 ล้าน ดอลลาร์ภายในปี 2573 และประสบการณ์ True Hybrid ของ Mall.Global ก็ออกแบบมาเพื่อตอบสนองไลฟ์สไตล์ของคนกลุ่มนี้ที่เกิดในยุคดิจิทัลโดยเฉพาะ

Mall.Global ได้รับการออกแบบให้เป็นห้างสรรพสินค้าดิจิทัลอย่างแท้จริง โดยแบรินด์ต่างๆ สามารถทำได้มากกว่า การช้อปปิ้งสินค้า แพลตฟอร์มนี้จะสร้างประสบการณ์ใหม่ในการค้าปลีกซึ่งเชื่อมโยงการช้อปปิ้งแบบออนกราวด์และออนไลน์เข้าด้วยกัน

Mall.Global เปิดโอกาสให้แบรินด์ต่างๆ สามารถสื่อสารและโปรโมทแคมเปญการตลาดบนโลกออนไลน์ได้เช่นเดียวกับการช้อปปิ้งแบบดั้งเดิม ทุกๆ แบรินด์บนแพลตฟอร์มจะมีเครื่องมือออกแบบร้านค้าเสมือนจริงของตนเอง ช่วยให้สามารถออกแบบ สร้าง และปรับปรุงร้านค้าออนไลน์ได้อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้สอดคล้องกับแคมเปญการตลาด คอ

ลเลขชั้น และฤดูกาล

ชอฟยา ซามูโซวา ผู้ประกอบการและซีอีโอของ Mall.Global กล่าวว่า “ในบรรดานวัตกรรมที่ดีที่สุดในยุคของเรา บางส่วนเกิดขึ้นได้ด้วยความต้องการ ในกรณีนี้ เราต้องการเพิ่มคุณค่าและความสะดวกสบายในการช้อปปิ้งออนไลน์ รวมถึงคงทุกแง่มุมที่ผู้บริโภคคุ้นเคยดีอยู่แล้วเอาไว้ และรักษาเอกลักษณ์ของแบรนด์ให้เหมือนกับการค้าปลีกแบบดั้งเดิม แพลตฟอร์มนี้ออกแบบมาเพื่อตอบสนองความต้องการพื้นฐานของลูกค้าด้วยฟีเจอร์ต่างๆ เช่น “Try & Buy” ซึ่งนักช้อปสามารถเลือกรับสินค้าบางอย่าง เช่น เครื่องแต่งกายและรองเท้า ในไซส์ที่เลือก รวมถึงไซส์ใหญ่กว่าและเล็กกว่าที่เลือก เพื่อลองใส่และซื้อสินค้าที่พึงพอใจ 100% จริงๆ ทั้งนี้ เรามักได้ยินว่าอีคอมเมิร์ซคืออนาคตของการค้าปลีก แต่ดิฉันคิดว่ามันคือปัจจุบัน ส่วนในอนาคต ลูกค้าไม่เพียงแค่อูและซื้อสินค้าเท่านั้น แต่ยังสามารถลองก่อนที่จะซื้อด้วย และ Mall.Global ก็พร้อมนำเสนอบริการนี้ให้แก่ลูกค้า”

“Mall.Global จะสนับสนุนสินค้าที่มีความแปลกใหม่ พร้อมรับประกันสินค้าของแท้และสินค้าแบรนด์เนมระดับโลก”
เธอกล่าวทิ้งท้าย

รับชมข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ <http://www.mall.global>

หมายเหตุสำหรับบรรณาธิการ: mall.global/press-media-kit

ติดต่อ: info@nfactor.global - media@mall.global

ที่มา: Mall.Global