TMRW ชูกลยุทธ์ขยายฐานลูกค้าจากการชื่นชอบและบอกต่อ ยอดการมีส่วนร่วมของลูกค้าเติบโตขึ้นถึง 4 เท่านับตั้งแต่เปิดตัว

TMRW (ทูมอร์โรว์) โดย ยูโอบี ธนาคารบนโทรศัพท์มือถือเพื่อดิจิทัลเจเนอเรชันแห่งแรกในอาเซียน เผยครบรอบ 1 ปีนับตั้งแต่เปิดตัวไปเมื่อปีที่แล้ว พบยอดการมีส่วนร่วม ของลูกค้า (customer engagement) เติบโตขึ้นถึง 4 เท่า พร้อมแนะนำและบอกต่อ โดยมากกว่า 2 ใน 3 ของลูกค้าใหม่ทั้งหมดมาจากการแนะนำของลูกค้าเดิมที่ชื่นชอบ TMRW

TMRW ดำเนินงานบนรูปแบบธุรกิจใหม่ที่เป็นเอกลักษณ์ ซึ่งขับเคลื่อนด้วยข้อมูลและมีเป้าหมายต้องการสร้างความผูกพันเหนียวแน่นกับลูกค้าทุกคน โดยใช้ประโยชน์จากข้อมูลการทำธุรกรรมมาวิเคราะห์เชิงลึก ทำให้ TMRW สามารถนำเสนอบริการที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้ารายบุคคลได้ ทุกฟีเจอร์ของ TMRW ได้รับการออกแบบมาเพื่อให้ลูกค้าสามารถใช้งานง่าย สะดวกและรวดเร็ว ทำให้ธนาคารสามารถมอบประสบการณ์ที่ดีกว่าสำหรับการใช้งานบนโทรศัพท์มือถือ

TMRW มีเป้าหมายที่จะสร้างกลุ่มลูกค้าที่ชื่นชอบและจงรักภักดีต่อแบรนด์ ซึ่งจะส่งผลให้สามารถขยายฐานลูกค้าใหม่ผ่านการแนะนำจากลูกค้าปัจจุบัน โดยผลจากการวัดความความจงรักภักดีและความพึงพอใจของลูกค้า หรือ Net Promoter Score (NPS) เมื่อไตรมาส 4 ของปีที่แล้ว พบว่าอัตราความพึงพอใจเพิ่มขึ้นถึง 4 เท่า นั่นเป็นเพราะ TMRW ยังคงพัฒนานวัตกรรมเพื่อเพิ่มประสบการณ์ที่ดียิ่งขึ้นให้แก่ลูกค้า

นายนที ศรีรัศมี ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ Retail Digital ธนาคารยูโอบี (ไทย) กล่าวว่า “TMRW มุ่งมั่นที่จะเป็นที่หนึ่งในใจของลูกค้า เราต้องการมอบประสบการณ์แบบเฉพาะบุคคล ซึ่งที่ผ่านมาเราได้ปรับปรุงและพัฒนา TMRW จากการเรียนรู้ความต้องการของลูกค้าพร้อมกับนำข้อเสนอแนะที่ได้รับมาออกแบบให้ TMRW ใช้ง่าย สนุก และปลอดภัยยิ่งขึ้น ดังนั้น กลยุทธ์ที่ใช้จึงเน้นไปที่การพัฒนาให้การใช้งานเป็นไปอย่างราบรื่น เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าปัจจุบัน และผลักดันการเติบโตของลูกค้าใหม่แบบออร์แกนิก”

โดยที่ผ่านมา TMRW ได้ถูกพัฒนาเพื่อมอบประสบการณ์ที่ดีขึ้นให้แก่ลูกค้ามาอย่างต่อเนื่อง อาทิ การเพิ่มเทคโนโลยีจดจำใบหน้า (Facial Recognition) เข้าไปตั้งแต่ขั้นตอนการสมัครใช้แอปพลิเคชัน เพื่อให้การเปิดบัญชีใหม่เป็นไปอย่างสะดวกและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น การติดตามการใช้จ่ายที่จะช่วยให้ลูกค้าสามารถตรวจสอบและเปรียบเทียบการใช้จ่ายของตนเองได้แบบเดือนต่อเดือน รวมถึงการปรับปรุงขั้นตอนการชำระเงินให้สามารถทำได้ง่ายขึ้น และการจัดการบัตรเครดิตแบบเรียลไทม์

“เราออกแบบ TMRW ให้สามารถปรับปรุงประสิทธิภาพได้อย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าที่เพิ่มขึ้นต่อบริการดิจิทัล ซึ่งการปรับปรุงประสิทธิภาพในแต่ละครั้งนั้น เรายังได้เห็นการเติบโตที่สอดคล้องกันทั้งด้านความพึงพอใจและการมีส่วนร่วมของลูกค้า” นายนที กล่าว

นอกจากนี้ TMRW เตรียมจับมือกับพันธมิตรเพื่อมอบสิทธิประโยชน์ในด้านต่างๆ ที่มากขึ้นกว่าเดิม ไม่ว่าจะเป็นร้านอาหาร ช้อปปิ้ง ไลฟ์สไตล์ และบันเทิง เพื่อนำเสนอโซลูชั่นและบริการที่ตรงตามความต้องการของดิจิทัลเจเนอเนชัน

ที่สำคัญ ธนาคารยังเตรียมเปิดตัวโปรแกรมทดสอบระบบ เพื่อรับข้อเสนอแนะจากลูกค้าตั้งแต่ขั้นตอนการออกแบบก่อนการเปิดให้บริการแก่ลูกค้าในวงกว้าง โดยฟีเจอร์ตัวแรกที่จะถูกนำมาทดสอบคือ “Real-Time Expense Tracking” เป็นการติดตามการใช้จ่ายแบบเรียลไทม์ ที่ลูกค้าจะสามารถติดตามการใช้จ่ายของตนเองตามหมวดหมู่ที่ต้องการ และแจ้งเตือนพวกเขาล่วงหน้าเมื่อการใช้จ่ายเกินเป้าหมายที่กำหนด

มากไปกว่านั้นอีก TMRW จะเปิดตัวแพลตฟอร์มที่เชื่อมต่อและเพิ่มทักษะให้แก่คนวัยดิจิทัล กลุ่มที่ต้องการเป็นคอนเทนท์ครีเอเตอร์ ด้วยโครงการ “Creator of TMRW” ซึ่งจะจัดขึ้นตั้งแต่เดือนมีนาคมไปจนถึงเดือนมิถุนายน 2563 โครงการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ความรู้และเทคนิคการทำคอนเทนท์ในรูปแบบต่างๆ ผ่านการเวิร์คชอปที่สอนโดยนักสร้างสรรค์คอนเทนท์ชั้นนำระดับประเทศ เช่น Codie, M Khajorn, Fuanglada, Golf Was Here, และ Gong The Cloud

TMRW ได้รับการยอมรับในวงกว้างว่าเป็นผู้บุกเบิกธนาคารดิจิทัล ทั้งในประเทศไทยและในภูมิภาค เห็นได้จากปีที่ผ่านมา กวาดรางวัลต่าง ๆ มากมายมาแล้วถึง 10 รางวัล สะท้อนถึงความสำเร็จครั้งสำคัญของธนาคารในอุตสาหกรรมธนาคารดิจิทัล ทั้งด้านการยืนยันตัวตนด้วยเทคโนโลยีไบโอเมตริกซ์ใบหน้าและลายนิ้วมือ การมีส่วนร่วมของลูกค้า และการนำปัญญาประดิษฐ์ (AI) ซึ่งถูกพัฒนาขึ้นมาจากข้อมูลพฤติกรรมลูกค้ามาใช้

ข้อมูลเพิ่มเติมติดตามได้ที่ :

TMRW Website at www.tmrwbyuob.com

TMRW Facebook at www.facebook.com/tmrwthailand/

โลโก้ – https://photos.prnasia.com/prnh/20200311/2746765-1LOGO