

สรุปประเด็น Amaze จับมือ NTT DOCOMO ขยายธุรกิจ Loyalty Commerce สู่ Data-Driven Ecosystem

หลังจาก Amaze เปิดให้บริการมา 1 ปี และมียอดดาวน์โหลดไปแล้วมากกว่า 9 ล้านครั้ง ล่าสุดเครือเจริญโภคภัณฑ์ (CP) โดย บริษัท แอสเซนส์ คอมเมอร์ซ จำกัด ซึ่งเป็นผู้ให้บริการแอปพลิเคชัน Amaze ก็ขยายบริการต่อเนื่องด้วยการดึง NTT DOCOMO GLOBAL ยักษ์ใหญ่ด้านโทรคมนาคมและเทคโนโลยีจากประเทศญี่ปุ่น เข้ามาร่วมลงทุนในสัดส่วน 20% เพื่อยกระดับกลยุทธ์ Loyalty Commerce ในประเทศไทย ต้องบอกว่าดีลนี้ไม่ใช่แค่การเป็นพันธมิตรกันธรรมดา แต่เป็นการที่ Amaze จะนำ “โมเดลความสำเร็จ” ระดับโลกมาผสมเข้ากับ “ฐานข้อมูลมหาศาล” ในไทยด้วย ดีลจะสร้างความเปลี่ยนแปลงอะไรขึ้นบ้างกับ Amaze? แล้ว Ecosystem ของการทำ Loyalty Program ในไทยจะเปลี่ยนไปในทิศทางไหน? เราสรุป 4 ประเด็นสำคัญมาให้แล้ว

1 ปีของ Amaze กับฐานผู้ใช้งานระดับประเทศ ก่อนจะไปดูอนาคต เราต้องมองภาพปัจจุบันของแอปพลิเคชัน Amaze กันก่อน โดย คุณธนินทร์ ธนียวัน ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท แอสเซนส์ คอมเมอร์ซ และผู้อำนวยการบริหารกลุ่ม ด้านอีคอมเมิร์ซ เครือเจริญโภคภัณฑ์ ได้สรุปภาพความสำเร็จพร้อมเป้าหมายทางธุรกิจเอาไว้ว่า “ตลอด 1 ปีที่ผ่านมา Amaze เติบโตอย่างรวดเร็ว มียอดดาวน์โหลดไปแล้วกว่า 9.1 ล้านครั้ง มีการทำธุรกรรมเกี่ยวกับแต้มสูงถึงเกือบ 3 ล้านครั้ง โดยในความร่วมมือครั้งนี้ Amaze Super App จะทำหน้าที่เป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญในการพัฒนาอีโคซิสเต็มด้าน loyalty ของประเทศไทย การบูรณาการเครือข่ายค้าปลีกและพันธมิตรของเครือซีพี จะช่วยปลดล็อกโอกาสทางธุรกิจให้พาร์ทเนอร์สามารถเข้าถึงผู้ใช้งานกว่า 40 ล้านรายทั่วทั้งอีโคซิสเต็ม”

สำหรับใครไม่เคยใช้ Amaze ก็ต้องบอกว่า Amaze คือแอปที่จะทำตัวเป็น “ศูนย์กลาง” ที่รวมเอาแต้มจากธุรกิจโนเครือซีพี (เช่น 7-Eleven, Lotus's, Makro) และแต้มจากพาร์ทเนอร์บัตรเครดิตธนาคารต่างๆ (เช่น กรุงศรี First Choice, KTC, กสิกรไทย ฯลฯ) มารวมไว้ด้วยกันเป็น Amaze Point ซึ่งสามารถนำไปใช้แทน “เงินสด” เพื่อซื้อบั้งออนไลน์บน Amaze Mall หรือใช้ตามร้านค้าและบริการต่างๆ ได้ทันที

ทำไมต้องเป็น NTT DOCOMO? หลายคนอาจสงสัยว่าทำไมเครือซีพีถึงเลือกพาร์ทเนอร์รายนี้ คำตอบคือ NTT DOCOMO ที่เป็นผู้ให้บริการโทรคมนาคมในญี่ปุ่น ไม่ได้เก่งแค่เรื่องเครือข่ายมือถือ แต่พวกเขาคือเจ้าของระบบ “d Point” ซึ่งเป็นระบบ Loyalty สะสมแต้มที่ใหญ่และประสบความสำเร็จที่สุดในประเทศญี่ปุ่น และตอนนี้ก็มีสมาชิกร่วม 100 ล้านรายแล้ว ถ้าพูดถึง Loyalty Commerce หรือระบบสะสม รวมแต้ม แลกแต้มแล้ว DOCOMO มีความเชี่ยวชาญระดับแบบสุดๆจนสร้างวัฒนธรรมการสะสมแต้มที่เข้าขั้น “Crazy” เพราะแต้มในญี่ปุ่นไม่ได้มีไว้แค่แลกของแต่มีค่าแทบจะเท่ากับ “เงินสด” คนญี่ปุ่นสามารถใช้แต้มแทนเงินซื้อข้าวจ่ายค่ารถไฟ เติมน้ำมัน ไปจนถึงจ่ายบิลค่าไฟได้แบบครบวงจร หรือที่เรียกว่าวิถีชีวิตแบบ “Poi-Katsu” (การใช้ชีวิตด้วยแต้ม)

(ที่มา : MarketingOops!)



แบบ พ.๒

หนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียน
ตามพระราชบัญญัติจดทะเบียนพิมพ์ พุทธศักราช ๒๕๕๐

เลขทะเบียน ๙๙๙ ๕๕๕ ๒๘๖๐

หนังสือสำคัญนี้ออกให้ไว้เพื่อแสดงว่า บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด โดย นางสาวพรพรรณ เตชานุวัตร์
เลขประจำตัวประชาชน ๓ ๑๐๐๘ ๐๐๖๖๔ ๙๓ ๖ เชื้อชาติ ไทย สัญชาติ ไทย อายุ ๓๕ ปี อาชีพ นักธุรกิจ
ถิ่นที่อยู่บ้านเลขที่ ๔๖๗/๔ หมู่ที่ - ซอย - ถนน บางแวก
แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานคร
เป็น เจ้าของ หนังสือพิมพ์ชื่อ Prakard365 ประกาศ365

มีวัตถุประสงค์ เพื่อเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับ ด้านเศรษฐกิจ ธุรกิจ บัญชี สังคม และลงประกาศ

ภาษาที่หนังสือพิมพ์จะออก ภาษาไทยชนิดของหนังสือพิมพ์ที่ออก เป็นแผ่นระยะเวลาที่ออกหนังสือพิมพ์ รายวันชื่อสำนักงานของหนังสือพิมพ์ บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัดตั้งอยู่ ณ ที่ - เลขที่ ๔๖๗/๑ หมู่ที่ - ซอย -
ถนน บางแวก แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานครชื่อสำนักงานของผู้โฆษณา บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัดตั้งอยู่ ณ ที่ - เลขที่ ๔๖๗/๑ หมู่ที่ - ซอย -
ถนน บางแวก แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานครชื่อโรงพิมพ์ที่พิมพ์ บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัดตั้งอยู่ ณ ที่ - เลขที่ ๔๖๗/๑ หมู่ที่ - ซอย -
ถนน บางแวก แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานคร

หนังสือพิมพ์ฉบับนี้ นางสาวพรพรรณ เตชานุวัตร์ เป็นผู้พิมพ์
นางสาวพรพรรณ เตชานุวัตร์ เป็นผู้โฆษณา
นางสาวพรพรรณ เตชานุวัตร์ เป็นบรรณาธิการ
บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด เป็นเจ้าของกิจการหนังสือพิมพ์

ออกให้ตั้งแต่วันที่ ๑๗ เดือน พฤษภาคม พุทธศักราช ๒๕๖๐
(ลงชื่อ)นางสาวกนกอร ศักดาเดช

ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดแห่งชาติ

พนักงานเจ้าหน้าที่จดทะเบียนพิมพ์สำหรับจังหวัด กรุงเทพมหานคร