

ฉบับที่ 25,068 วันศุกร์ที่ 1 มิถุนายน พ.ศ. 2561 หน้า 24

‘บชชีบีส์’ ใช้บิ๊กดาต้าวิเคราะห์ตลาดดิจิทัล

บชชีบีส์ สตาร์ทอัพแพลตฟอร์ม CRM Privilege เปิดโมเดลการตลาดดิจิทัลรูปแบบใหม่ นำบิ๊กดาต้ามาวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค รู้ลึกถึงขั้นหยุดดูสินค้าตามจุดต่าง ๆ เป็นวินาที

มร.ไมเคิล เชน ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท บชชีบีส์ จำกัด เปิดเผยว่า บชชีบีส์ เป็นผู้นำตลาดด้าน Mobile CRM Privilege Platform ด้วยจำนวนผู้ใช้ในประเทศไทยกว่า 45 ล้านคน ด้วยบริการ 4 ฟังก์ชันหลัก ๆ ได้แก่ 1) ระบบ CRM พร้อมการค้นหา privilege แบบ end-to-end 2) ระบบ Digital Wallet Payment และ 3) ระบบ E-Commerce และ 4) แพลตฟอร์มการตลาดรูปแบบใหม่ Buzzbees Z-Through

โดยมีลูกค้าเป็นแบรนด์องค์กรกว่า 60 ราย และได้ขยายไปยังตลาดต่างประเทศ 7 ประเทศ ได้แก่ ลาว มาเลเซีย อินโดนีเซีย แอฟริกา กานา แคนเมอรูน และไอวอรีโคสต์ โดยเฉลี่ยในแต่ละเดือน มีผู้ใช้งานแลกสิทธิประโยชน์ (Redeem) เฉลี่ยสูงถึง 1,200,000 ครั้ง ปลายปี 60 ที่ผ่านมาได้เปิดบริษัทฯ ในกลุ่มประเทศ AEC คือ มาเลเซีย และอินโดนีเซีย คาดว่าภายในปีนี้ จะสามารถขยายธุรกิจและเติบโตได้ในระดับที่น่าพอใจ

ด้าน น.ส.ณัฐริดา สงวนสิน กรรมการผู้จัดการ บริษัท บชชีบีส์ จำกัด กล่าวว่า ในปี 61 นี้ ได้เปิดโมเดลการตลาดรูปแบบใหม่ที่ใช้

บิ๊กดาต้า (Big Data) ปริมาณมหาศาลมาเป็นแกนขับเคลื่อน ภายใต้คอนเซปต์ “Buzzbees Z-Through” เกิดจากการสร้างและพัฒนาระบบ Eco-System ของบริษัทฯ เอง โดยนำข้อมูลจากผู้ใช้งานกว่า 45 ล้านคน มาต่อยอดพัฒนา โดยระบบจะเก็บสถิติต่าง ๆ ได้ในเชิงลึก รู้ลึกถึงเวลาหยุดดูผลิตภัณฑ์สินค้าต่าง ๆ เป็นวินาทีว่า ถูกคำสนใจอะไร หรือไม่สนใจอะไร การคลิกเข้าไปดูข้อมูลต่าง ๆ ระบบจะสามารถรับรู้ถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคและไลฟ์สไตล์ผู้บริโภคได้ค่อนข้างแม่นยำ เพียงแค่ใส่ แฮชแท็ก (Hashtag) สิ่งที่ยากูรูบนโลกออนไลน์ และนำมาจับคู่กันแล้วเกิดผลลัพธ์ในการทำตลาด



การทำแคมเปญการตลาดในรูปแบบของ “Buzzbees Z-Through” มั่นใจว่าจะกลายเป็นเทรนด์ในการทำตลาดยุคดิจิทัลในปัจจุบัน.