Assumption University
Public Relations Department
Press Clipping

Date : November 25, 2011
Media Title : Strategy + Marketing Magazine
Page : No. 216-217

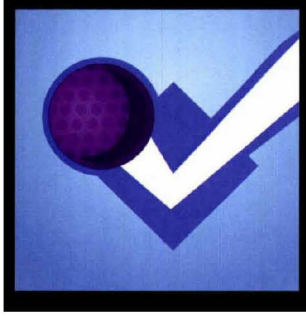
Nouveau Society

ดร.ปัญญลักษณ์ อุดมเลิศประเสริฐ
อาจารย์พิเศษ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ

ผสมผสาน Foursquare กับการสร้าง Customer Loyalty Program ผ่านแอพพลิเคชั่น

ในฐานะที่เป็นลูกค้าผู้จงรักภักดีต่อแบรนด์อันเป็นที่รักคนหนึ่ง อีกทั้งเป็นคนหนึ่งเช่นกันที่รักการสะสมบัตรส่วนลด สะสมแต้ม และอื่นๆ อีกมากมาย หากวันไหนลืมเอาการ์ดไปละก็ถึงขั้นเสียดายไปหลายนาทีเลยทีเดียว แต่ปัญหาเพียงอย่างเดียวก็คือ บัตรมากมายหลายใบจนจำไม่ได้ว่าเอาไปไว้ที่ไหนบ้าง และหมดอายุไปหรือยัง ดังนั้น สิ่งที่ทำได้อย่างเดียวคือเอาไปหมดทุกใบ ติดกระเป๋าไปด้วยทุกหนทุกแห่งค่ะ แต่เมื่อถึงเวลาจะแลกของรางวัลที่ได้สะสมแต้มเอาไว้แล้ว บัตรก็กลับหมดอายุไปเสียก่อน

แต่หากหันมามองในมุมของร้านค้าบ้าง สิ่งสำคัญ 2 ประการที่ดิฉันพอจะเห็นได้ทันทีจากการให้การ์ดแก่ลูกค้าก็คือ ข้อแรกได้รู้จักลูกค้าที่ใช้บริการของร้านจากการสมัครบัตรนี้ อีกข้อคือเมื่อลูกค้าสมัครบัตรโดยอาจจะจ่ายค่าสินค้าหรือบริการไปก่อนในราคาพิเศษสำหรับสมาชิก และลูกค้าจะกลับมาใช้บริการที่ร้านซ้ำอีกหลายๆ ครั้ง ซึ่งก็ถือว่าทั้งลูกค้าและร้านค้าก็ได้รับประโยชน์ทั้งสิ้น จากการสร้างความจงรักภักดีแก่ลูกค้าในรูปแบบนี้



และเช่นเดียวกัน บริการอื่นๆ ที่ทยอยให้บริการในรูปแบบดิจิตอลที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ไม่ว่าจะเป็นลูกค้าหรือร้านค้า รวมทั้งสามารถแก้ปัญหาต่างๆ ที่เคยประสบมา ตอนใช้บัตรพลาสติกหลายสิบใบ และบวกกับความสามารถของ Foursquare ที่สามารถประกาศให้ Friends ใน Social Network ได้รู้ว่าเราทำอะไรอยู่ที่ไหนแล้ว ทำให้การผนวกการเพิ่ม Features ของ Customer Loyalty Program เข้าไปด้วยแล้ว ทำให้สามารถตอบโจทย์ Loyalty Program ในรูปแบบแอพพลิเคชั่น ได้อย่างน่าชื่นชมทีเดียว

ปัจจุบันในต่างประเทศเริ่มมีการใช้แอพพลิเคชั่นนี้แล้ว และมีผู้สร้างแอพพลิเคชั่นจากหลายค่าย ต่างเสนอแอพพลิเคชั่นแนวนี้ออกมา ยกตัวอย่างเช่น CardStar ที่นำเสนอทางเลือกใหม่ในการเก็บรักษาการ์ดต่างๆ ของท่านเอาไว้ในรูปแบบดิจิตอล บริการ CardStar ยังรวมถึงการใช้ Foursqure check in อีกด้วย ซึ่งสาวกไอโฟน สามารถดาวน์โหลดมาใช้ได้แล้ว แนวคิดการผนวก Foursqure เข้ามารวมกันด้วย ทำให้ลูกค้าสามารถลดขั้นตอนการเช็กอิน Foursquare แถมยังช่วยให้ร้านค้ารับรู้ว่าลูกค้ามาอยู่ที่ร้านแล้ว โดย CardStar ได้เริ่มใช้แอพพลิเคชั่นนี้แล้วตาม

Assumption University

Public Relations Department

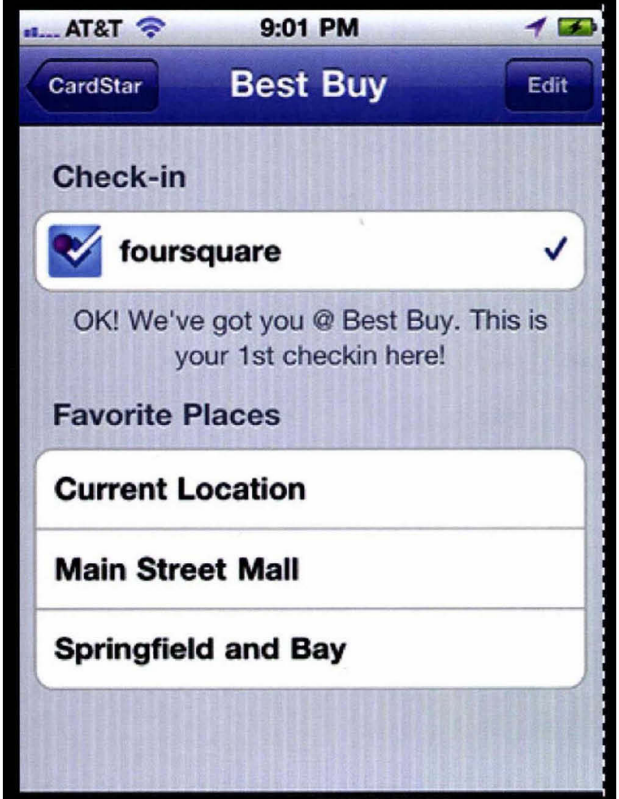
Press Clipping

Date : November 25, 2011

Media Title : Strategy + Marketing Magazine

Page : No. 216-217

จุดขายต่างๆ (Point-of-Sales) เช่น ในสนามบิน ยิมออก กำลังกาย ห้องสมุด และที่อื่นๆ อีกมากมาย และ CEO ของ CardStar ยังกล่าวอีกว่า จะเพิ่มรูปแบบการให้บริการที่ดีเยี่ยม มากขึ้นไปอีกแน่นอน เช่น การเก็บการ์ดทั้งหมดของแต่ละ บุคคล หรือ การสแกนแต้มสะสมคะแนนที่สะดวกขึ้น



Tasti D-Lite เป็นอีกรายที่ให้บริการ Rewards Program เชื่อมต่อกับ Social Media ที่สามารถสร้าง Community ให้แก่ร้านค้าเมื่อกลุ่มได้ Tweet หรือ Check-ins ในร้านค้าต่างๆ ที่ทำให้ร้านค้าได้เป็นที่รู้จักโดยไม่ต้องโฆษณาผ่านสื่อในรูปแบบเดิมๆ

ได้เห็นแบบนี้แล้ว คงจะอีกไม่นานหรอกค่ะ ที่คนไทยจะได้ใช้แอพพลิเคชั่นแสนสะดวกได้ประโยชน์แบบนี้ และเมื่อมาถึงไทยแล้ว เราคงจะได้อัพเดทกันอีกครั้งค่ะ

Thank you: http://mashable.com/2010/07/27/cardstar-foursquare-integration