

บุญถาวรชูออมนิชาแนล ตอบโจทย์ผู้บริโภคดิจิทัล

บุญถาวรเสริมทัพ ดัน บุญถาวร.com ตอกย้ำความเป็นผู้นำด้าน
วัสดุตกแต่งบ้าน ด้วยแนวคิด ออมนิชาแนล (Omni-Channel) ผสาน
ออนไลน์-ออฟไลน์ให้เป็นหนึ่งเดียว เพิ่มความสะดวกจนถึงขีดสุดให้กับ
ลูกค้า สร้างประสบการณ์ใหม่ตรงใจผู้บริโภคยุคดิจิทัล

นายชนัส ชูชาติ รองกรรมการผู้จัดการ E-Commerce บริษัท
บุญถาวรกรุ๊ป จำกัด เปิดเผยว่า บริษัทได้สั่งสมประสบการณ์ กว่า 40 ปี
ของบุญถาวร ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเปิดให้บริการการสั่งซื้อสินค้าบน
ออนไลน์ ผ่าน บุญถาวร.com ทำหน้าที่มาช่วยเติมเต็มและต่อยอดธุรกิจ
ให้สอดคล้อง ตอบรับไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล บริษัทได้รับเสียง
ตอบรับจากลูกค้าเป็นอย่างดี ซึ่งช่วยเพิ่มพูนความมั่นใจ ทั้งนี้ บุญถาวร
.com ได้เปิดตัวออนไลน์มาได้ 1 ปีเต็มแล้ว และด้วยแนวคิด Omni
Channel ซึ่งช่วยต่อยอดจากธุรกิจค้าปลีกของ บุญถาวร 13 สาขา
ทั่วประเทศ ขณะนี้บุญถาวร.com ยังทำหน้าที่ เป็นแคตตาล็อกสินค้า
ที่สมบูรณ์แบบมีสินค้ากว่า 100,000 รายการ เพื่อให้ลูกค้าได้ศึกษาสินค้า
ก่อนการตัดสินใจซื้อ แล้วยังทำหน้าที่เป็นหน้าร้านเพื่อปิดการขายเช่น

เดียวกับหน้าโชว์รูม

ปัจจุบัน ยอดสั่งซื้อสินค้าผ่านออนไลน์อย่างต่ำเฉลี่ย 10,000 บาท/
ใบเสร็จ ขณะที่ยอดเฉลี่ยซื้อสินค้าหน้าโชว์รูมอยู่ที่ 30,000 บาท /ใบเสร็จ
แต่ทั้งนี้เมื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์เชิงลึก พบว่า 50% ของลูกค้าออนไลน์
เป็นลูกค้าใหม่ ที่เข้ามาศึกษาข้อมูลสินค้าบนหน้าเว็บ แล้วค่อยไปซื้อหน้า
โชว์รูม ซึ่งทำให้เห็นชัดเจนว่าแนวโน้มของการขายแบบ ออมนิชาแนล
มีโอกาสสูงขึ้นไปเรื่อยๆ จุดเด่นหลักของการให้บริการนี้ บริษัทมีจุดให้บริการ

เปลี่ยน-รับคืนสินค้าออนไลน์ที่อยู่ในโชว์รูมด้วย เพื่อสร้างความเชื่อมั่น
และเชื่อใจในบริการหลังการขายให้กับลูกค้าออนไลน์ ส่วนเป้าหมายในอีก
3 ปีข้างหน้าคือ ต้องการเพิ่มยอดขายใน บุญถาวร.com ให้เป็น 10% ของ
ยอดขายหน้าโชว์รูม ●