**เติมความสุขให้ทุกชีวิต**

**RS Mall ชู Entertainmerce ดันยอด 3,200 ล้านในปี 2563**

จากการทดลองใช้พื้นที่มีเดียที่เหลือจากการขายเป็นพื้นที่โฆษณามาทดลองขายสินค้ากับผู้ชมของตนเองเริ่มต้นจากรายได้ต่อปีไม่ถึง 300 ล้านเมื่อ 4 ปีที่แล้ว ปัจจุบันธุรกิจพาณิชย์หลายช่องทาง (Multi Platform Commerce) ของอาร์เอสเดินหน้ามาถึงวันนี้ที่พร้อมรีแบรนด์เข้าสู่การเป็น Virtual Mall ที่เข้าถึงผู้บริโภคหลากหลายช่องทาง ผ่านทั้งช่องทางโทรทัศน์ของตัวเองคือ ช่อง 8 และช่องพันธมิตร ทั้งไทยรัฐ เวิร์คพอยท์ และล่าสุด อมรินทร์ทีวี รวมถึงช่องทางออนไลน์ ทั้งเว็บไซต์ แอปพลิเคชั่น และสื่อโซเชียลทั้งหมด ด้วยการนำเสนอสินค้าและบริการที่หลากหลายเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค ภายใต้แบรนด์ อาร์เอส มอลล์ (RS Mall) ด้วยสโลแกน เติมความสุขให้ชีวิตคุณ พร้อมตั้งเป้าหมายรายได้ในปี 2563 3,200 ล้านบาท

ปัจจุบันด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย ทำให้พฤติกรรมการช้อปปิ้งของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว จากการซื้อของตามห้างในรูปแบบเก่าที่ประสบปัญหาทั้งเรื่องของการจราจร ทำให้ไม่อยากออกจากบ้าน ไม่อยากเสียเวลา รวมถึงสินค้าอาจจะมีให้เลือกจำกัดในแต่ละสาขาที่ตัวเองสะดวก ส่วนการช้อปปิ้งออนไลน์ ก็เต็มไปด้วยการแข่งขันด้านราคา ด้วยโปรโมชั่น แต่กลับได้สินค้าที่ไม่ได้มาตรฐาน รวมถึงมีปัญหาเรื่องไม่ความมั่นใจในคุณภาพของสินค้า จึงเกิดเป็นช่องว่างในตลาด ทำให้เกิดการขายในรูปแบบใหม่ที่มาปิดช่องว่างที่เกิดขึ้น ที่อาร์เอส เรียกมันว่า Storytelling Commerce

แบรนด์ **RS Mall** ถือกำเนิดขึ้นมาด้วยเป้าหมายเพื่อจะสร้างประสบการณ์ใหม่ ในการซื้อสินค้าและบริการ ที่รวดเร็ว สะดวกสบาย เชื่อถือได้ ผ่านการเล่าเรื่องราวที่สร้างแรงบันดาลใจ เพื่อช่วยเติมเต็มชีวิตให้กับทุกคน โดยมีกลุ่มเป้าหมายหลักที่เป็นผู้หญิงอายุตั้งแต่ 30 ปีขึ้นไป ทั้งในกรุงเทพฯและต่างจังหวัดทั่วประเทศ

โดย **RS Mall** เป็นแพลตฟอร์มที่จำหน่ายสินค้าและบริการในหลากหลายกลุ่มโดยแบ่งเป็นผลิตภัณฑ์กลุ่มแฟชั่น เครื่องประดับ, กลุ่มความสวย ความงาม, กลุ่มอาหาร อาหารเสริม, กลุ่มของใช้ในบ้าน และกลุ่มสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อตอบโจทย์ทุกมิติของการช้อปปิ้ง ที่สะดวกสบาย ครบครัน ปลอดภัย รองรับไลฟ์สไตล์คนยุคดิจิทัลได้เป็นอย่างดี

สินค้าทั้งหมดที่นำมาจำหน่ายได้ผ่านการรับรองมาตรฐาน เป็นสินค้านวัตกรรมคุณภาพ  ผลิตด้วยวิทยาการและเทคโนโลยีอันทันสมัย และนวัตกรรมรางวัลระดับโลก และนำเสนอด้วยการเล่าเรื่องราวคุณสมบัติของสินค้า ผ่านพรีเซนเตอร์ชื่อดัง ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง และผู้ใช้จริง ในราคาสุดพิเศษและยังสะดวกสบายด้วยบริการจัดส่งถึงบ้าน และมีคอลเซ็นเตอร์ให้บริการตลอด 24 ชม.

ปัจจุบัน **RS Mall** เดินหน้าผลักดัน **Entertainmerce** เป็นกลยุทธ์สำคัญที่ต่อยอดจาก Biz Model ที่โดดเด่นเป็นพิเศษของ RS ด้วยการเชื่อมโยง ผสานจุดแข็งของ RS ให้เต็มที่แบบบูรณาการ เป็นพลังขับเคลื่อนการเติบโตของธุรกิจ Commerce นับจากปี 2020 เป็นต้นไปโดยมีช่องทางการขายผ่านช่องทางต่างๆ ได้แก่ 1.สื่อทีวี ช่อง 8, ช่องไทยรัฐทีวี, ช่องเวิร์คพอยท์ทีวี และช่องอมรินทร์ทีวี, 2. Line Official account @rsmall 3. E commerce website ทั้งแพลตฟอร์มบนเว็บไซต์ ([www.rsmall.co.th](file:///C:/Users/pornpan/AppData/Local/Temp/notesD06208/www.rsmall.co.th)) และแอปพลิเคชั่นบนมือถือ (RS Mall) รวมถึงโซเชียลมีเดียทุกประเภท

ล่าสุดในงาน **RS Entertainmerce Decoded-ถอดรหัสRS Entertainmerce Model นางพรพรรณ เตชรุ่งชัยกุล ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายพาณิชย์ (Chief Commercial Officer)** ได้เปิดเผยว่า การตั้งเป้าหมายที่ยิ่งใหญ่คือการเติบโตมากกว่า 50% จากปี 2019 จำเป็นต้องเดินหน้าด้วยยุทธศาสตร์หลัก 4 ด้าน คือ 1.กลยุทธ์ทางด้านสินค้า 2.กลยุทธ์ทางด้านการนำเสนอ 3.กลยุทธ์ทางด้านการตลาด 4.กลยุทธ์ทางด้านเทคโนโลยี

**กลยุทธ์ทางด้านสินค้า**จะประกอบไปด้วย การเพิ่มความหลากหลายของประเภทผลิตภัณฑ์ (category) รวมถึงการนำเอาสินค้าสำหรับเทศกาลต่างๆ เข้ามาสร้างสีสัน การทำสินค้าเฉพาะสำหรับอาร์เอสมอลล์เท่านั้น การเปิดตัวที่ **RS Mall** เป็นที่แรก หรือแม้แต่การทำ Brand Collaboration

ในด้านของ**กลยุทธ์ทางด้านการนำเสนอ** จะมีการสร้างรูปแบบการนำเสนอประเภทไลฟ์สด การสาธิตการใช้จริง รวมถึงการนำผู้มีประสบการณ์ในการใช้งานจริงมาร่วมให้ความคิดเห็นและแบ่งปันประสบการณ์

สำหรับ**กลยุทธ์การตลาด** นอกเหนือจากแคมเปญขนาดต่างๆ ทั้งเล็กใหญ่ที่จะมีตลอดทั้งปี ก็จะมีเรื่องของการทำ loyalty program และ privileges ต่างๆ มาเพิ่มสิทธิประโยชน์ให้กับลูกค้ากว่าล้านคนของ **RS Mall**

ทางด้าน**เทคโนโลยี** จะมีการนำเครื่องมือ ในการเชื่อมโยงฐานข้อมูลลูกค้าให้อยู่บนศูนย์กลางเดียวกัน (Customer Data Platform) เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้าเมื่อเข้ามาติดต่อกับเราไม่ว่าจะผ่านช่องทางใด ก็จะมีข้อมูลลูกค้าที่ครบถ้วนเพียงพอในการให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด เทคโนโลยีที่ 2 ที่จะเริ่มนำมาใช้เพื่อปรับปรุงการให้บริการกับลูกค้าผ่านทุกช่องทางของเราก็คือ Customer Engagement Analytics เพื่อที่เราจะได้นำเสนอทางเลือกให้กับลูกค้าได้ตรงใจที่สุดไม่ว่าจะเป็นวิธีการให้บริการ ช่องทางการให้บริการ วิธีการชำระเงิน ประเภทของสินค้าและโปรโมชั่น เทคโนโลยีที่ 3 ที่เราจะให้ความสำคัญในปีนี้คือ การฟังความคิดเห็นของลูกค้าผ่านทุกช่องทางที่เป็น Earned Media ผ่านเครื่องมือ Social Listening Tool เพื่อนำมาปรับปรุงการให้บริการ รวมถึงเป็นเครื่องมือในการวัดสุขภาพของแบรนด์ในช่วงปีแรกของการดำเนินการด้วย เทคโนโลยีสุดท้ายที่สำคัญไม่แพ้ 3 ส่วนก่อนหน้านี้คือ เรื่องของการนำข้อมูลจากหลายๆ ส่วนมาประมวลผลด้วยคณิตศาสตร์หรือสถิติ (Data Analytics) เพื่อให้ได้ Insight เพื่อการตัดสินใจในเชิงธุรกิจบางอย่างเพื่อปรับปรุงกระบวนการทำงานการตลาด การปรับปรุงการให้บริการลูกค้า รวมถึงการนำเสนอสินค้าใหม่ หรือแม้แต่การวิเคราะห์ผลของแต่ละแคมเปญที่ทำออกไปว่าได้ผลลัพธ์ตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้หรือไม่ และควรปรับปรุงแก้ไขอย่างไร

ทั้ง 4 ส่วนของเทคโนโลยีที่กล่าวมาแล้วก็จะเป็นเรื่องที่เราจะให้ความสำคัญมากในปีนี้เพื่อปรับปรุงการให้บริการของ **RS Mall** เพื่อให้สามารถบรรลุเป้าหมายการเป็นแบรนด์ที่สามารถสร้างประสบการณ์ใหม่ให้กับการช้อปปิ้งที่รวดเร็ว สะดวกสบาย เชื่อถือได้ ในการซื้อสินค้าและบริการ ผ่านการเล่าเรื่องราวที่สร้างแรงบันดาลใจ เพื่อช่วยเติมเต็มชีวิตให้กับทุกคน

##########

สายงานสื่อสารองค์กร บมจ.อาร์เอส ขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

สอบถามเพิ่มเติมได้ที่ : นุสรา (ก้อย) 087-085-5511, ภัทรปภา (เหมียว) 095-945-4266