

วันที่: 25 พ.ย.
59 เวลา:
00:01 น.

- ref: 252
- FACEBOOK
- TWITTER
- LINKEDIN
- GOOGLE+

"มาสิ" (masii) เว็บไซต์เปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ทางการเงินสัญชาติไทย ภายใต้การสนับสนุนของ "นิกรีน กรุ๊ป" บริษัทกำลังพัฒนาธนาคารและประกันภัยซึ่งนำเสนอความสะดวกสบายของลูกค้ายุคออนไลน์ ชูจุดแข็งให้บริการข้อมูลครบถ้วนเป็นกลาง สะดวกรวดเร็ว ค้นหา ข้อมูลด้วยเทคโนโลยี และใช้งานง่าย คือเป้าหมายเว็บไซต์เปรียบเทียบในอนาคต

บริษัท นิกรีน กรุ๊ป หรือ B.Ginn ผู้นำธุรกิจยักษ์ใหญ่ในด้านพลังงานและคมนาคมกว่า 138 ปี ร่วมลงทุนและให้การสนับสนุนการสร้างเว็บไซต์แพลตฟอร์มเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ทางการเงิน ภายใต้ชื่อ "มาสิ" หรือ "masii" (www.masii.com) นำเสนอผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายครอบคลุมทั้งผลิตภัณฑ์ทางการเงินและไลฟ์สไตล์ ได้แก่ บัตรเครดิต, สินเชื่อส่วนบุคคล, ประกันภัยรถยนต์, ประกันภัยสุขภาพ, ประกันชีวิต และบริการโรงแรมต่างๆ โดยรวบรวมข้อมูลจากสถาบันการเงินชั้นนำ อาทิ ธนาคารไทยพาณิชย์, ธนาคารกรุงไทย, ซีไอเอ็มบี และ ซีทีบีแอนด์ รวมถึงบริษัทประกันภัยชั้นนำของประเทศไทย กว่า 30 ราย ได้แก่ วิริยะประกันภัย, พิษณุประกันภัย, เมืองไทยประกันภัย, กรุงเทพประกันภัย, สิงห์ประกันภัย และ ประกันคุ้มครอง เป็นต้น ไว้ให้บริการ เพื่อให้ผู้ใช้สามารถเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ทางการเงินได้อย่างสะดวกรวดเร็ว ได้รับข้อมูลที่ครบถ้วนและเป็นกลาง

นายเมฆเทียร เสงี่ยมศักดิ์ ผู้ร่วมก่อตั้ง และ CEO ของ "มาสิ" (masii) โดย บริษัท เซฟวีจัส เอเชีย (ประเทศไทย) จำกัด ภายใต้การสนับสนุนของ นิกรีน กรุ๊ป เปิดเผยว่า "เราต้องการสร้างเว็บไซต์เปรียบเทียบ ที่ช่วยให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการเงินได้อย่างสะดวก ถูกต้องแม่นยำ ไร้กังวล เช่นรายละเอียดเกี่ยวกับบัตรเครดิต ประกันรถยนต์ สินเชื่อส่วนบุคคล ซึ่งเป็นข้อมูลที่มีความละเอียด ซับซ้อน และดูแล้วเหมือนเป็นเรื่องยุ่งยาก มาสิได้รวบรวมข้อมูลเหล่านี้จากหลายสถาบันการเงิน และบริษัทประกันภัยชั้นนำหลากหลายแห่งไว้ในเว็บไซต์เดียว ผู้ใช้สามารถเข้าถึงข้อมูลต่างๆได้อย่างครบถ้วน ง่ายสบาย ได้รับข้อมูลที่อัปเดต ช่วยในการตัดสินใจ และเลือกผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการที่แท้จริงของผู้ใช้บริการ ซึ่งไม่ใช่เรื่องง่ายเลยที่จะรวบรวมพันธมิตรอย่างธนาคารและบริษัทประกันภัยชั้นนำของประเทศจำนวนมากมาร่วมงานด้วย แต่เพราะความไว้วางใจ "มาสิ" (masii) ในฐานะเว็บไซต์ที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริง ทำให้เราได้รับการตอบรับจากเหล่าพันธมิตรเป็นอย่างดี



ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต “มาลี” (masli) กล่าวต่อว่า “เราสามารถขยายแพลตฟอร์มของ “มาลี” (masli) ให้ส่งผลกระทบต่อส่วนที่คิดไม่ถึงได้ เนื่องจากความสามารถในการตัดสินใจในการลงทุนที่แม่นยำโดยผ่านการวิเคราะห์ข้อมูลเชิง เรามีความตั้งใจที่จะควบคุมถึงจุดของการดำเนินการเพื่อที่จะได้สามารถให้ข้อเสนอพิเศษที่ตรงใจลูกค้า รวมถึงเสนอสิทธิพิเศษต่างๆ เพื่อตอบสนองกลุ่มเป้าหมายของเราให้ได้ดีมากที่สุด ในรูปแบบรับบริการ (on-stop service) ซึ่งผู้ใช้สามารถหาข้อมูลทั้งหมดเกี่ยวกับบริการที่เสนอแนะมาตามวิถีที่ตนเอง โดยไม่จำเป็นต้องหาข้อมูลจากเว็บไซต์อื่นๆ มาหา และช่วยให้ผู้ใช้งานไม่ยุ่งยากด้วยไม่ได้กับตัวผลิตภัณฑ์ที่มาหา รวมถึงช่วยขยายผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่ตรงกับความต้องการ และเฉพาะกับไลฟ์สไตล์ ซึ่งจะช่วยประหยัดเวลาและเงินในระยะเวลาอีกด้วย”

มาลี (masli) ให้บริการออนไลน์อย่างครบวงจร และมีแพลตฟอร์ม IT ที่ทันสมัยและครอบคลุมทั่วภูมิภาคเอเชีย โดยเว็บไซต์มีความพร้อมที่จะใช้ระบบ stop-and-play เพื่อเชื่อมต่อกับระบบอื่นๆ ได้เป็นอย่างดี เนื่องจากเว็บ “มาลี” (masli) ได้ถูกสร้างเพื่อให้เกิดความสามารถในการขยายบริการเปรียบเสมือนผลิตภัณฑ์การเงินทั่วไป เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ นอกเหนือจากผลิตภัณฑ์บัตรเครดิต และประกันรถยนต์ โดยปัจจุบันได้ให้บริการบริการการเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์และประกันเกี่ยวกับการเดินทางบนเว็บไซต์ และแน่นอนว่า “มาลี” (masli) จะยังคงมีเป้าหมายมาโดยตลอดด้านผลิตภัณฑ์อื่นๆ ซึ่งสอดคล้องตามแนวทางการเปรียบเทียบ เพื่อใช้เปรียบเทียบหาข้อเด่นที่ดีที่สุด



ทั้งนี้ทีมงานผู้พัฒนาเว็บไซต์ “มาลี” (masli) เกิดจากการรวมตัวของผู้เชี่ยวชาญจากบริษัทชั้นนำอย่าง โกล อภิเชษฐ์ แคมป์เบลล์ แอนด์ คอมพานี (McKinsey & Company) , ดีเอชที เทลคอม (Deutsche Telekom) รวมถึงที่ปรึกษาจากมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด และทีมงานมืออาชีพจากธนาคารชาติ ทั้งด้านทีมพัฒนาเว็บไซต์ ทีมพัฒนาธุรกิจ ทีมการตลาด และทีมบริการลูกค้า ที่พร้อมช่วยผลักดันความสำเร็จในด้านข้อมูลสินค้าและการใช้งานเว็บไซต์ ซึ่งสร้างความเชื่อมั่นในประสิทธิภาพการใช้งานและระบบการจัดการที่ทันสมัยเหมือนๆ โลกที่มีศูนย์กลางกับผู้ใช้ โดยมุ่งเน้นการบริการที่รวดเร็วและดีที่สุดในการเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ต่างๆ โดยไม่จำกัดค่าใช้จ่าย รวมทั้งสามารถใช้งานได้ฟรีและเป็นแหล่งข้อมูลที่เป็นประโยชน์กับผู้ใช้ทั่วโลกอีกด้วย



ด้านนายถิรศักดิ์พงษ์ เกียรติศิริระนันท์ CTO ของ "มาสิ" (masii) โดย บริษัท เซฟวิ่งส์แอนด์เซียว (ประเทศไทย) จำกัด ภายใต้อิทธิพลสนับสนุนของ นิตินันท์ กรุ๊ป กล่าวเสริมถึงความโดดเด่นของเว็บไซต์เปรียบเทียบกับตารางวันที่มาแรงในขณะนี้ว่า ในฐานะที่เป็นบริษัทของไทย และเริ่มเห็นถึงความต้องการของผู้ใช้ชาวไทยอย่างแท้จริง จึงได้สร้างแพลตฟอร์มเปรียบเทียบกับคู่แข่งที่มีความโปร่งใส เป็นกลาง ง่ายต่อการใช้งานและเปรียบเทียบ โดยไม่จำเป็นต้องให้ผู้ใช้งานกรอกข้อมูลส่วนตัวเพื่อเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ แต่สามารถใช้เว็บไซต์ในการเปรียบเทียบได้ฟรี โดยไม่มีค่าใช้จ่าย เพื่อสร้างความมั่นใจและความไว้วางใจแก่ผู้ใช้เว็บไซต์ซึ่งได้สัมผัสข้อมูลผลิตภัณฑ์และข้อมูลประกันภัยของผู้ค้าอย่างครบถ้วน พร้อมมอบข้อเสนอแนะไปรษณีย์และข้อเสนอแนะอื่น ๆ ให้กับผู้ใช้งานอย่างต่อเนื่อง

"หลังการเปิดตัวและให้บริการเว็บ "มาสิ" (masii) อย่างเป็นทางการในเดือนกุมภาพันธ์ มีผู้เข้าใช้งานแล้วกว่า 1.1 ล้านคน โดยเรามีผลิตภัณฑ์ทางการเงินจากธนาคารและบริษัทประกันที่ครอบคลุมกว่า 7,000 รายการ และกลายเป็นผู้นำในตลาดเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์การเงินออนไลน์สำหรับบัตรเครดิตและประกันรถยนต์ พร้อมกันนี้เรายังได้เปิดใช้งานมากกว่า 10% ของจำนวนคนไทยที่ใช้บริการออนไลน์ทั้งหมด หรือราว 3.8 ล้านคน ตลาดในเมืองไทยกำลังพัฒนาและกำลังเติบโตอย่างเห็นได้ชัด ซึ่งเชื่อว่า ในปี 2017 เราจะสามารถเติบโตเร็วขึ้นกว่าตลาด และพัฒนาสู่การนำตลาดในเอเชีย"

ส่วนทิศทางด้านการตลาดในอนาคตนั้น นายถิรศักดิ์พงษ์ กล่าวว่า "เว็บไซต์ มาสิ (masii) ดำรงอยู่บนระบบ คอนเทนเนอร์ คลัสเตอร์ (Container Clusters) บนคลาวด์คอมพิวติ้ง (Cloud Computing) ที่มีประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ ความยืดหยุ่นของบริการของซัพพลายเชนที่คล่องตัว ซึ่งแพลตฟอร์มไม่มีให้เพิ่มในผู้ให้บริการที่เมืองไทยมากนัก ดังนั้นหลังจากการเปิดให้บริการเพื่อไม่นาน "มาสิ" (masii) จะได้รับความสนใจจากผู้ใช้บริการจำนวนมาก ซึ่งในช่วงแรกจะเน้นการสร้างการรับรู้ของแบรนด์และสร้างความเข้าใจในจุดเด่นของรูปแบบบริการให้กับผู้บริโภคชาวไทย โดยก้าวต่อไปของ "มาสิ" (masii) จะขยายการให้บริการสู่ผลิตภัณฑ์การประกันภัยเพิ่มเติมเพื่อให้ครอบคลุมและครบวงจรยิ่งขึ้น และเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการให้ติดตามเป้าหมายที่กำหนดผ่านช่องทางบริการสื่อสารทางโซเชียลมีเดียและอื่นๆ พร้อมจัดไปรษณีย์และข้อเสนอแนะที่นำสนใจ รวมถึงการเข้าถึงกับพันธมิตรในเครือข่ายที่มีขยายไปยังต่างประเทศอื่นๆ ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในอนาคต"

สำหรับผู้ที่ให้การสนับสนุนหลักของ "มาสิ" (masii) คือ บริษัท B.Grimm กรุ๊ป ซึ่งมีความสัมพันธ์อันดี ฮาวนานกว่า 100 ปี กับธนาคารและบริษัทประกันภัยชั้นนำของประเทศไทย B.Grimm กรุ๊ป เป็นผู้ริเริ่มโครงการมาเป็นเวลาช้านาน เริ่มจากการทำธุรกิจประกันภัยใน ปี พ.ศ. 2421 จนบริษัทได้ขยายตัวกว้างขึ้นไปสู่อุตสาหกรรมการผลิตและระบบโครงสร้างพื้นฐาน โดยได้ร่วมทุนกับหลายบริษัทซึ่งมีถิ่นกำเนิดที่ผู้จัดจำหน่าย เช่น Carrier, Siemens, Merck, Carl Zeiss, KSB, Urgo, และ MBM รวมถึงก้าวสู่ผู้นำในธุรกิจผู้ผลิตพลังงาน ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ธุรกิจคมนาคม อาทิ รถไฟฟ้า BTS และอื่นๆอีกมากมายในประเทศไทย ปัจจุบัน B.Grimm ยังได้ร่วมลงทุนในบริษัทสตาร์ทอัพจากประเทศอเมริกาที่มีอัตราการเติบโตสูง และได้ขยายตลาดเข้าสู่ตลาดเอเชียตะวันออกเฉียงใต้แล้ว

ทั้งนี้ และสำรวจจาก We Are Social ดัชนีของเว็บไซต์โซเชียลมีเดียในประเทศไทยในช่วงปี 2559 พบว่า มีจำนวนผู้ใช้กว่า 38 ล้านคน คิดเป็น 56% ของประชากรทั้งหมดที่มีอยู่ 68 ล้านคน และมีผู้ใช้โซเชียลมีเดียกว่า 38 ล้านคน คิดเป็น 60% ซึ่งโซเชียลมีเดียที่ได้รับความนิยมมากที่สุดของไทยได้แก่ เฟซบุ๊ก 92.1% ไลน์ 85.1% และ ยูทูป 67% นอกจากนี้ยังพบอีกว่าคนไทยมีการซื้อสินค้า หรือบริการออนไลน์ 44% ,ค้นหาสินค้า หรือบริการผ่านออนไลน์ 48% ,เข้าเว็บไซต์ของร้านค้าออนไลน์ 40% ,สั่งซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันมือถือ 39% และสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านมาร์เก็ตเพลส 31%

ผู้สนใจสามารถเข้าไปดูเว็บไซต์ได้ที่ www.masii.com เพื่อเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ทางการเงินได้ฟรีวันนี้



