



CRC

บริษัท เซ็นทรัล รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

ผู้นำธุรกิจค้าปลีก-ค้าส่งและบริการ ครอบคลุมการสร้างการเติบโตทั้งไทยและเวียดนาม ยกระดับห่วงโซ่อุปทานที่ยั่งยืนด้วยสินค้ารักษ์โลก

Highlights

ขับเคลื่อนการเติบโตภายใต้กลยุทธ์ “New Heights, Next Growth” เดินหน้ายกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน พร้อมขยายตลาดในประเทศไทยและเวียดนาม ควบคู่กับการบูรณาการ “AI-Driven Omni Intelligence” ที่ใช้เทคโนโลยีและปัญญาประดิษฐ์ (AI) วิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้าแบบเรียลไทม์ เพื่อนำเสนอสินค้าและบริการที่ตรงกับความต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนนำ AI มาใช้ในการบริหารจัดการ Supplier และการจัดการสิ่งแวดล้อมในองค์กร

รุกหน้าขยายตลาดค้าปลีก-ค้าส่ง ทั้งไทยและเวียดนาม

- เดินหน้ากลยุทธ์ “New Heights, Next Growth” สำหรับช่วง 3 ปี 2568-2570 โดยเน้นการสร้างประสิทธิภาพตลอดห่วงโซ่อุปทานเพื่อลดต้นทุนและรักษาความสามารถในการแข่งขัน พร้อมทั้งยังมุ่งรุกหน้าขยายตลาดค้าปลีก-ค้าส่ง ในประเทศเวียดนาม โดยปัจจุบันครอบคลุม 26 จังหวัด จาก 34 จังหวัด และมีแผนขยายสาขากลาง-ใหญ่ทั้งในประเทศไทยและเวียดนาม รวมกันเพิ่มอีก 55-69 สาขาภายใน 3 ปี เพื่อสร้างการเติบโตที่แข็งแกร่งอย่างต่อเนื่อง

พัฒนาจาก Hug The Earth ยกระดับสินค้ารักษ์โลกให้แพร่หลาย

- ตั้งเป้าหมายลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero) ภายในปี 2593 บริษัทริเริ่มตราสัญลักษณ์ “โครงการฮักโลก (Hug The Earth)” โดยมีกระบอกเสียงและบรรจุกินที่ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในรูปแบบที่เข้าใจง่าย ซึ่งมีแบรนด์ที่เข้าร่วมกว่า 109 แบรนด์และสินค้ารวมกว่า 6,973 รายการ เพื่อเป็นกลไกให้ผู้บริโภคตัดสินใจได้รวดเร็วและส่งเสริมผู้ผลิตปรับตัวสู่การผลิตที่ยั่งยืน รวมถึงขับเคลื่อนแคมเปญจัดการขยะเป็นศูนย์ (Zero Waste) ที่สามารถลดอาหารสูญเสียได้ 1,570 ตัน บริจาคอาหารได้กว่า 3,000 ตัน และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกลงกว่า 3,983 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า ในปี 2567

วิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้า เพิ่มยอดขายอย่างมีประสิทธิภาพด้วย AI

- ดำเนินกลยุทธ์ “AI-Driven Omni Intelligence” ที่ผสานการใช้เทคโนโลยีและปัญญาประดิษฐ์ (AI) เข้าไปมีบทบาทในทุกส่วนของห่วงโซ่อุปทาน การจัดการข้อมูล และการพัฒนาความสัมพันธ์กับลูกค้า เช่น ระบบ Strainer ที่ช่วยให้ AI วิเคราะห์พฤติกรรมและการคลิกและดูสินค้าของลูกค้าออนไลน์ เพื่อแนะนำสินค้าที่เกี่ยวข้องแบบเรียลไทม์ ที่ช่วยสร้างอัตราการคลิกต่อยอดขาย (Conversion Rate) เพิ่มขึ้น 25.49% ในปี 2567 เทียบปีฐาน 2566 รวมถึง FAST Supplier Chatbot ที่ช่วยตอบคำถามเกี่ยวกับการเงินและการวางบิลกับลูกค้า ช่วยลดเวลาการทำงานของลูกค้าและพนักงานอย่างมีนัยสำคัญ

ตอบสนองความต้องการลูกค้าอย่างครอบคลุมด้วยฐานสมาชิกลูกค้ามากกว่า 26 ล้านคน

- มุ่งทำความเข้าใจและเข้าถึงลูกค้าด้วยข้อมูลพฤติกรรมเชิงลึก เพื่อนำไปออกแบบข้อเสนอและโปรโมชั่นที่ตรงกับความสนใจในช่วงเวลาที่เหมาะสม ครอบคลุมตั้งแต่กลุ่มครอบครัว ผู้สูงวัย ไปจนถึงลูกค้ากำลังซื้อสูงและตลาดลักซ์ชัวรี โดยอาศัยแพลตฟอร์ม The 1 Loyalty ที่มีสมาชิกในประเทศไทยกว่า 26 ล้านคน หรือคิดเป็น 33% ของประชากรทั้งประเทศ และ Go! Big Xu Card ในประเทศเวียดนามที่ครอบคลุม 4.3% ของประชากร การมีฐานข้อมูลขนาดใหญ่นี้ช่วยให้บริษัทนำเสนอสินค้า บริการ และโปรโมชั่นได้ตรงจุด ส่งผลให้ระดับความพึงพอใจลูกค้าสูงถึง 90% เพิ่มขึ้น 1% จากปี 2566

Sustainability Awards

กลุ่มบริการ
หมวดพาณิชย์

SET : Market Cap. สูงกว่า 100,000 ล้านบาท

Highly Commended Sustainability Awards 2025