

dotMATTERS has been entrusted with the comprehensive management and development of the Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives (BAAC)'s LINE Official Account. This encompasses overseeing the entire ecosystem, including user data acquisition, communication and media optimisation, and platform enhancement.

Our responsibilities included:

- User Recruitment Strategy & Implementation
- User Retention Strategy & Implementation
- Blocked User Return Strategy & Implementation
- Features Improvements & Developments
- Collaboration Campaigns

To effectively recruit new users, we focused on the following target groups. Traditionally, BAAC appeals to traditional farmers and general banking customers in rural areas. However, in 2024, the targeting has expanded to include, Modern farmers, Savings-focused individuals with an interest in lottery rewards & SME businesses.

Our Retention Communication efforts focus on valuable existing customers, ensuring they enjoy a more personalised and positive experience.

Our Return Communication efforts focus on delivering the right trigger messages to encourage individuals who have blocked our LINE OA to unblock and re-follow our channel.

User Recruitment Strategy & Implementation

- Active Reach increase from 6,268,901 in 2023 to 6,651,912 in 2024 increasing by 6.11 %
- Add Friends increase from 12,995,569 in 2023 to 14,075,738 in 2024 increasing by 8.31 %

User Retention Strategy & Implementation

- CTR increase from 2.69% in 2023 to 5.16% in 2024, almost doubling.

Blocked User Return Strategy & Implementation

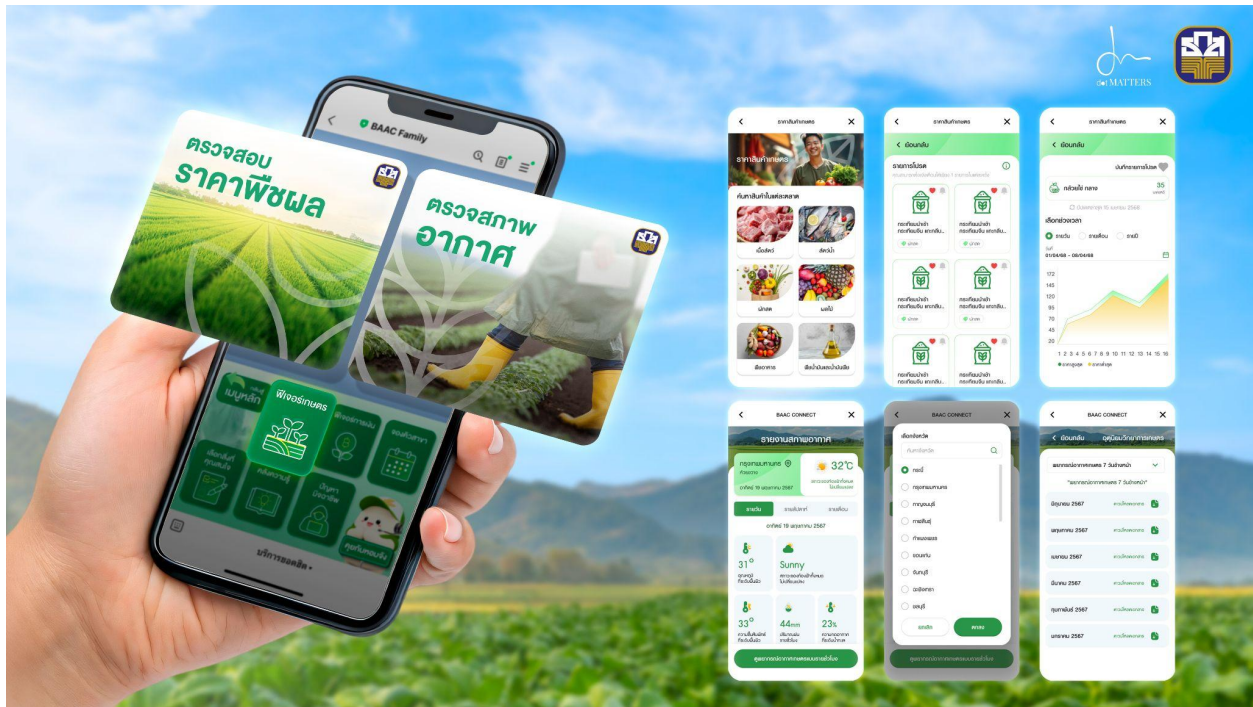
- Maintaining the same block rate of 28.95% - 29.60% even though there is significant increase in communication, broadcast and campaigns.

Features Improvements and Developments

- BAAC Interest Setting attracts around 164,758 users.
- Other Developed Feature attracts around ≈2900 monthly users.

Collaboration Campaigns

- 1.7m User Download / Participants
- 14,838,336 THB in PR Value
- 18,527,770 Potential Reach



dotMATTERS ได้รับความไว้วางใจให้ดูแลบริหารจัดการและพัฒนา LINE Official Account ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ซึ่งรวมถึงการดูแลระบบและแคมเปญทั้งหมด ตั้งแต่การได้มาของผู้ใช้งาน การปรับปรุงประสิทธิภาพการสื่อสาร และการยกระดับแพลตฟอร์มให้เหมาะสมกับการใช้งาน

ความรับผิดชอบของเราประกอบด้วย:

- กลยุทธ์และการดำเนินการในการดึงดูดผู้ใช้ใหม่
- กลยุทธ์และการดำเนินการในการรักษาผู้ใช้เดิม
- กลยุทธ์และการดำเนินการในการดึงผู้ใช้ที่บล็อกลูกกลับมา
- การปรับปรุงและพัฒนาฟีเจอร์
- แคมเปญส่งเสริมการตลาด

ในการดึงดูดผู้ใช้ใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เรามุ่งเน้นไปที่กลุ่มเป้าหมายดังต่อไปนี้ โดยทั่วไป ธ.ก.ส. จะดึงดูดเกษตรกรดั้งเดิมและลูกค้าธนาคารทั่วไปในพื้นที่ชนบท อย่างไรก็ตาม ในปี 2567 การกำหนดเป้าหมายได้ขยายไปสู่กลุ่มเกษตรกรยุคใหม่ กลุ่มนักร้องเสียงโซล และกลุ่มธุรกิจ SME

ความพยายามในการสื่อสารเพื่อรักษาผู้ใช้ของเรา โดยมุ่งเน้นไปที่ลูกค้าเดิมที่ใช้งานประจำ เพื่อให้มั่นใจว่าพวกเขาจะได้รับประสบการณ์ที่เป็นส่วนตัวและเป็นบวกมากขึ้น

สำหรับการสื่อสารเพื่อดึงผู้ใช้งานที่ห่วยหายของเรากลับมา จะมุ่งเน้นไปที่การส่งข้อความกระตุ้นที่เหมาะสมเพื่อกระตุ้นให้บุคคลที่บล็อก LINE OA ของเราลดบล็อกลูกและกลับมาติดตามช่องทางของเราอีกครั้ง

กลยุทธ์และการดำเนินการในการดึงดูดผู้ใช้งานใหม่

- Active Reach เพิ่มขึ้นจาก 6,268,901 ในปี 2566 เป็น 6,651,912 ในปี 2567 เพิ่มขึ้น 6.11%
- Add Friends เพิ่มขึ้นจาก 12,995,569 ในปี 2566 เป็น 14,075,738 ในปี 2567 เพิ่มขึ้น 8.31%

กลยุทธ์และการดำเนินการในการรักษาผู้ใช้งานเดิม

- CTR เพิ่มขึ้นจาก 2.69% ในปี 2566 เป็น 5.16% ในปี 2567 เกือบสองเท่า

กลยุทธ์และการดำเนินการในการดึงผู้ใช้งานที่บล็อกลูกกลับมา

- รักษาอัตราบล็อกไว้ที่ 28.95% - 29.60% แม้จะมีการเพิ่มขึ้นในการสื่อสาร การเผยแพร่ และแคมเปญ

การปรับปรุงและพัฒนาฟีเจอร์

- BAAC Interest Setting ดึงดูดผู้ใช้ได้ประมาณ 164,758 ราย
- ฟีเจอร์อื่นๆ ที่พัฒนาขึ้น ดึงดูดผู้ใช้ได้ประมาณ ~2900 รายต่อเดือน

แคมเปญส่งเสริมการตลาด

- ผู้ดาวนโหลด/ผู้เข้าร่วม 1.7 ล้านคน
- มูลค่าประชาสัมพันธ์ 14,838,336 บาท
- Potential Reach 18,527,770