

เจ.ดี.พูลส์ บุกตลาดสระว่ายน้ำกลาง-ล่าง เปิดตัว

คอนเทนเนอร์พูล – คริสตัลพูล เจาะโรงแรม-รีสอร์ต-คอนโด

เจ.ดี.พูลส์ เดินหน้าบุกตลาดสระว่ายน้ำกลาง-ล่าง ราคา 2-5 แสนบาท ด้วยคาร์ดิโอ พูล เจาะกลุ่มคนเมืองพื้นที่ใช้สอยในที่อยู่อาศัยจำกัด และกำลังซื้อไม่สูงมาก ล่าสุดเปิดตัว 2 โปรดัคส์ใหม่ คอนเทนเนอร์ พูล และ คริสตัล พูล จับลูกค้า คอนโดในเมือง โรงแรม รีสอร์ท ขนาดกลาง-เล็ก ในงานสถาปนิก'61 หลังผลตอบรับ “คาร์ดิโอ พูล” ดีเยี่ยม ลูกค้าผู้บริโภคกลุ่มรักสุขภาพ ชื่นชอบออกกำลังซื้อ ให้ความสนในสั่งจองเพียบ คาดยอดขายโปรดัคส์ใหม่ 3 ตัวทั้งปี 200 ลูก คิดเป็นมูลค่ากว่า 100 ล้านบาท มั่นใจช่วยผลักดันยอดขายตลาดปี 2561 โตตามเป้า 900 ล้านบาท

นายธนศักดิ์ ฝั่งเดช ประธานกรรมการบริหารกลุ่มบริษัท เจ.ดี.พูลส์ กรุ๊ป หรือ J.D.Pools ผู้นำด้านอุตสาหกรรมสระว่ายน้ำในรูปแบบแฟรนไชส์แห่งแรกและแห่งเดียวในประเทศไทย เปิดเผยว่า ตลาดสระว่ายน้ำมีความหลากหลายและเปิดกว้างมากในปัจจุบัน ทำให้ผู้บริโภคสามารถซื้อสระว่ายน้ำได้ง่ายขึ้น ขณะเดียวกันก็ทำให้ในตลาดเกิดเช็กเมนต์ใหม่ๆ ดังนั้นเพื่อตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคที่มีหลากหลาย ทั้งกลุ่มลูกค้าคอนโดในเมือง โรงแรม รีสอร์ทขนาดกลางและขนาดเล็ก รวมทั้งผู้บริโภคที่ต้องการติดตั้งสระว่ายน้ำในที่อยู่อาศัย แต่ติดปัญหาเรื่องพื้นที่อยู่อาศัยและงบประมาณในการซื้อสระว่ายน้ำที่มีจำกัด ไปจนถึงกลุ่มผู้บริโภคที่มีไลฟ์สไตล์ที่ชื่นชอบการออกกำลังกายและชอบกีฬาทางน้ำ บริษัทฯ จึงได้คิดค้นและพัฒนานวัตกรรมสระว่ายน้ำใหม่ๆ เข้ามาทำตลาดในเช็กเมนต์ใหม่ๆ ให้ความหลากหลายขึ้น

โดยในปีที่ทางบริษัทฯ มีแผนจะเปิดตัวสระว่ายน้ำนวัตกรรมใหม่ 3 ตัว เพื่อรองรับการขยายตัวของตลาดสระว่ายน้ำระดับกลาง-ล่าง ราคา 2-5 แสนบาท ซึ่งก่อนหน้านี้ได้เปิดตัว สระว่ายน้ำคาร์ดิโอ พูล สระว่ายน้ำสำหรับผู้บริโภคที่ต้องการออกกำลังกายและผ่อนคลายพร้อมคู่มือการออกกำลังกายในน้ำ และส่วนลดพิเศษซื้อสระว่ายน้ำแถมนาฬิกาอัจฉริยะการ์มิน รวมไปถึงคอร์สเทรนนิ่งส่วนตัวสำหรับการออกกำลังกายในน้ำ โดยผู้เชี่ยวชาญด้านธาราบำบัด ผลปรากฏว่าได้รับการตอบรับจากลูกค้าดีเยี่ยมมียอดสั่งจองเข้ามาจำนวนมาก และเพื่อรองรับความต้องการที่หลากหลายในตลาดดังกล่าว ล่าสุดได้เปิดตัวผลิตภัณฑ์สระว่ายน้ำสระว่ายน้ำคอนเทนเนอร์ พูล สระไฟเบอร์กลาสในตู้คอนเทนเนอร์ และ คริสตัล พูล สระว่ายน้ำไฟเบอร์กลาสติดพื้นผิวด้วยกลาสโมเสกตอบโจทย์ความหรูหรา ในงานสถาปนิก'61 ที่ผ่านมา

“ข้อดีของกลุ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ทั้ง 3 ตัวคือ เป็นสระว่ายน้ำสำเร็จรูปที่สามารถยกไปติดตั้ง และเคลื่อนย้ายไปใช้งาน

ในสถานที่ต่างๆ ได้ แม้ว่าสถานที่นั้นจะมีพื้นที่จำกัด เช่น คอนโดมิเนียม โรงแรม รีสอร์ท ขนาดกลางและขนาดเล็ก ซึ่งช่วยประหยัดทั้งงบประมาณและพื้นที่ในการติดตั้ง นอกจากนี้ยังสามารถลดขั้นตอนความยุ่งยากในการขออนุญาตก่อสร้างจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทำให้สะดวกต่อการติดตั้งและใช้งานของลูกค้า” นายธนุศักดิ์กล่าว

ทั้งนี้การพัฒนาและเปิดตัวผลิตภัณฑ์สระว่ายน้ำทั้ง 3 ตัวในปีนี้เป็นของเจ.ดี.พูลส์ มีเป้าหมายเพื่อเป็นผู้นำในการสร้างตลาดใหม่ของผลิตภัณฑ์สระว่ายน้ำขึ้นมา จากเดิมที่ตลาดดังกล่าวจำกัดอยู่เพียงตลาดพรีเมียม ทำให้บริษัทสามารถเพิ่มโอกาสต่อการทำตลาดในระดับกลาง-ล่าง ที่มีข้อจำกัดในเรื่องพื้นที่ใช้สอยและมีกำลังซื้อที่ไม่สูงมากนัก โดยในงานสถาปนิก'61 ที่ผ่านมา เจ.ดี.พูลส์ มียอดจองรวมทั้งหมดอยู่ที่กว่า 45 ล้านบาท แบ่งเป็น คาร์ดีโอพูล ร้อยละ 25 และผลิตภัณฑ์ที่เปิดตัวในงานทั้งคอนเทนเนอร์ พูล และ คริสตัล พูล อีกร้อยละ 5 ส่วนที่เหลือเป็นอุปกรณ์และเครื่องมือการดูแลรักษาสระว่ายน้ำที่ร้อยละ 10 โดยสัดส่วนที่เหลือเป็นสระคอนกรีตผนังสำเร็จ หรือ ไลเนอร์ พูลส์ ผลิตภัณฑ์หลักของบริษัทฯ ที่มีการเพิ่มนวัตกรรมพื้นผิวที่ให้สัมผัสเสมือนธรรมชาติเข้ามา ทั้งนี้ เจ.ดี.พูลส์ คาดว่าตลาดใหม่ที่บริษัทพัฒนาขึ้นจะมีอัตราการขยายตัวที่เติบโตเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2561 นี้ ตั้งเป้าว่าจะมียอดขายจากผลิตภัณฑ์สระว่ายน้ำทั้ง 3 ตัว ที่เปิดใหม่ 200 ลูกคิดเป็นมูลค่า 100 ล้านบาท และจะเป็นตัวช่วยให้บริษัทฯ มียอดขายรวมทั้งปีเป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ที่ 900 ล้านบาท ซึ่งเติบโตขึ้น 12% จากปีที่ผ่านมา