จอห์นสันฯ ผู้นำคอนแทคเลนส์รายวัน พร้อมรุกตลาดสายตาเอียงในประเทศไทย

กรุงเทพฯ, 15 กรกฎาคม 2556 – จอห์นสัน แอนด์ จอห์นสัน (ไทย) ฝ่ายวิชั่นแคร์ เผยตลาดคอนแทคเลนส์ชนิดเปลี่ยนรายวันยังมีอนาคตสดใสด้วยอัตราการเติบโตกว่า 35% พบยังมีโอกาสการเติบโตอีกมากเมื่อเทียบกับตลาดอื่นๆ ในเอเชีย เดินหน้าชูกลยุทธ์ให้ความรู้สุขภาพตา หวังดึงผู้บริโภคเข้าสู่ตลาดพรีเมี่ยมของเลนส์รายวัน พร้อมอัดเม็ดเงินโฆษณาประชาสัมพันธ์รุกตลาดเลนส์รายวันสำหรับสายตาเอียง

บีบี เตียว ผู้จัดการทั่วไป กลุ่มอาเซียน บริษัท จอห์นสัน แอนด์ จอห์นสัน วิชั่นแคร์ ให้ข้อมูลว่า ปัจจุบัน ตลาดคอนแทคเลนส์ในไทย (เฉพาะบริษัทต่างชาติ) มีมูลค่ารวมมากกว่า 700 ล้านบาท เติบโตขึ้น 19% จากปีที่ผ่านมา โดยตลาดคอนแทคเลนส์รายวันมีการเติบโตสูงที่สุด 35% และกลุ่มรายใช้ซ้ำเติบโต 10% จากปีที่แล้ว

“แม้จะมีการเติบโตสูงแต่สัดส่วนคอนแทคเลนส์รายวันยังเป็นสัดส่วนตัวเลขที่น้อยหากเทียบกับตลาดอื่นในเอเชีย อย่างเช่น ญี่ปุ่น เกาหลี ไต้หวัน ฮ่องกง และสิงคโปร์ ซึ่งมีค่าสูงถึง 70% จะเห็นได้ว่าตลาดคอนแทคเลนส์รายวันในไทยยังมีศักยภาพที่จะเติบโตได้อีกมาก” บีบี กล่าว

ด้วยเหตุนี้ จอห์นสันฯ จะมุ่งผลักดันให้คอนแทคเลนส์ชนิดดังกล่าวขยายตัวมากขึ้นตามเทรนด์ของตลาดทั่วโลก ที่พบว่าเลนส์ชนิดรายวันกำลังมาแทนที่แบบรายเดือนกับ และเซกเมนต์นี้ก็เป็นจุดแข็งที่สุดของ “แอคคิววิว”

ดังนั้น การบุกตลาดในปีนี้ จอห์นสันฯ จึงโฟกัสไปที่ตลาดคอนแทคเลนส์ชนิดรายวัน และเตรียมงบสำหรับจัดกิจกรรมอย่างเต็มที่ตลอดทั้งปี โดยเน้นไปที่การให้ความรู้ ปรับเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมผู้บริโภค ชูแบรนด์ 1-Day ACUVUE Moist อันประกอบด้วย **1-Day ACUVUE Moist** สำหรับผู้มีค่าสายตาสั้นและยาว และ **1-Day ACUVUE Moist for Astigmatism** สำหรับผู้มีค่าสายตาเอียง เน้นจุดแข็งที่สามารถใส่ได้ต่อเนื่องยาวนานตลอด 10-12 ชั่วโมง สวมใส่สบายตา ดีต่อสุขภาพดวงตา และสะดวกในการใช้งาน ซึ่งเป็นปัจจัยต้นๆ ในการตัดสินใจของลูกค้า นอกจากนี้จากผลการวิจัยพบว่าคอนแทคเลนส์รายวันช่วยให้มีสุขภาพตาดีที่สุด พบว่าคอนแทคเลนส์รายวันช่วยลดความเสี่ยงต่อการอักเสบของดวงตาได้ 12.5 เท่าเทียบกับคอนแทคเลนส์รายเดือน

จากสถิติในไทยกลุ่มผู้มีปัญหาสายตามักพบอาการสายตาเอียงร่วมด้วยกว่า 30% ในจำนวนนี้ผู้ที่เลือกแก้ไขด้วยการใช้คอนแทคเลนส์สายตาเอียงมีเพียง 6% เท่านั้น ในปีนี้จอห์นสันฯ จึงเดินหน้าเผยแพร่ความรู้เรื่องสายตาเอียง และการแก้ไขสายตาเอียงด้วยคอนแทคเลนส์ โดยเฉพาะเทคโนโลยีการผลิตเลนส์ที่ดีเยี่ยมของจอห์นสัน

คอนแทคเลนส์สำหรับสายตาเอียง หรือ Astigmatism contact lens เป็นเลนส์ชนิดพิเศษที่มีความหนา-บาง ในแต่ละส่วนไม่เท่ากัน เพราะฉะนั้นจึงต้องมีการออกแบบโดยเฉพาะเพื่อป้องกันการหมุนของเลนส์เมื่อมีการเคลื่อนไหวของดวงตา จอห์นสันฯ ได้คิดค้นเทคโนโลยีการออกแบบที่เรียกว่า ASD (Accelerated Stabilization Design) ซึ่งได้รับรางวัล Top Design Award 2012 จากเวที Good Design Award

ทั้งนี้คอนแทคเลนส์สายตาเอียงของจอห์นสันฯ มีเฉพาะแบบรายวันเท่านั้น เพื่อเจาะกลุ่มลูกค้ามีกำลังซื้อ และมีความใส่ใจกังวลต่อสุขภาพตาสูง รวมไปถึงกลุ่มลูกค้าที่มุ่งการใช้งานเพื่อตอบสนองไลฟ์สไตล์

“กลยุทธ์หลักของเราคือการให้ความรู้กับผู้บริโภคอย่างถูกต้อง ทั้งเรื่องการดูแลสายตา หรือการเลือกใช้คอนแทคเลนส์ การนำเรื่องความปลอดภัยและสุขภาพของดวงตาที่สามารถรองรับไลฟ์สไตล์เข้ามาเป็นแรงจูงใจ ทำให้ฐานลูกค้ากว้างขึ้น เป็นการนำอีโมชันนัลและฟังก์ชันนัลเข้ามาช่วยสร้างตลาด” บีบี กล่าวเพิ่มเติม

เครื่องมือหลักที่ใช้ในการสร้างความรู้แก่ผู้บริโภค คือ สถาบันวิชั่นแคร์ สำหรับสาขาในไทยเปิดดำเนินการมาแล้วเป็นปีที่ 7 แต่ละปีได้ให้การอบรมแก่บุคลากรทางการดูแลสายตามาแล้วมากมาย โดยบุคลากรเหล่านี้จะเป็นผู้ให้ความรู้เกี่ยวกับสุขภาพดวงตาและการแนะนำการใช้เลนส์อย่างเหมาะสมให้กับผู้บริโภคต่อไป

สถาบันวิชั่นแคร์ ถูกจัดตั้งขึ้นที่แรกในสหรัฐอเมริกา และได้รับความสำเร็จอย่างมาก ดังนั้น จอห์นสัน แอนด์ จอห์นสัน จึงเปิดสถาบันวิชั่นแคร์ในประเทศต่างๆ กว่า 12 ประเทศทั่วโลก เพื่อตอกย้ำจุดแข็งของจอห์นสันคือการให้ความรู้ และการผลิตบุคลากรผู้เชี่ยวชาญป้อนวงการจักษุวิทยา