

# ดาต้า เพาเวอร์ เผย ทิศทางการตลาดครึ่งปีหลัง



ดาต้า เพาเวอร์ เผยทิศทางการตลาดครึ่งปีหลัง ชูเรื่องสินค้าคุณภาพราคาเข้าถึงง่าย ปรับกลยุทธ์เน้นเรื่องการขายออนไลน์และโปรโมชั่นโดนใจ พร้อมจับมือผู้ประกอบการเฟอร์นิเจอร์ ผู้ผลิต และ ดีไซน์เนอร์ ยกระดับปลั๊กไฟ ธรรมดาไปสู่การใช้เป็นอุปกรณ์ระดับบ้าน และสร้างสรรค์สินค้างานดีไซน์ชายแบบ พรีเมียมดีไซน์เนอร์ บนเว็บไซต์ พร้อมออกสินค้าประเภท DIY ราคาถูก ให้รายย่อยสามารถต่อยอดธุรกิจ ลุยวิกฤตโควิด-19 และทำการ CSR อย่างเป็นทางการโดยพยายามกระจายให้ชุมชนที่ดาต้าเข้าถึงให้โตและยั่งยืนไปด้วยกัน

นายอภิสิทธิ์ นฤชทรัพย์รดา กรรมการผู้จัดการ บริษัท ดาต้า เพาเวอร์ จำกัด ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายปลั๊กไฟมากกว่า 35 ปี ภายใต้แบรนด์ ดาต้า ( DATA ) “เชื่อในสิ่งที่ดีที่สุด” ถือเป็นหนึ่งในกลุ่มผู้นำการทำตลาดปลั๊กไฟในประเทศไทยที่มีการลงทุนด้านสินค้า นวัตกรรม การออกแบบ และทำตลาดมาอย่างต่อเนื่องยาวนานที่สุด เปิดเผยถึงทิศทางในการตลาดครึ่งปีหลังนี้ว่า ดาต้าพร้อมจับมือกับผู้ประกอบการ ในวงการเฟอร์นิเจอร์ และดีไซน์เนอร์ สร้างพันธมิตร สร้างงาน สร้างอาชีพ และทำการตลาดออนไลน์ ภายใต้คอนเซ็ปต์ นวัตกรรม สวยงาม ใช้งานได้ โดยจะเน้นให้ผู้ประกอบการเข้ามาพูดคุยแลกเปลี่ยน ทำสินค้าใหม่ และ โปรโมทขายออนไลน์ และออฟไลน์ทางช่องทางที่ดาต้ามี เพื่อเป็นการส่งเสริม และสร้างงาน สร้างอาชีพ ให้กับคนที่ มีไอเดีย มีความคิดสร้างสรรค์ที่ต้องการพันธมิตร ความรู้และช่องทางการขาย ในยุคโควิด-19 นี้ โดยผู้ประกอบการ ที่สนใจสามารถติดต่อมาได้ทั้งที่บริษัทโดยตรง [www.facebook.com/datatrustedpower](http://www.facebook.com/datatrustedpower) หรือ line official @datatrustedpower

“ ที่ผ่านมามา ดาต้า ได้ใช้คอนเซ็ปต์ เชื่อในสิ่งที่ดีที่สุด บนพื้นฐานของความเข้าใจในแบรนด์ ทำงานมาโดยตลอด

เพราะคิดถึงทุกฝ่ายที่มีส่วนได้เสีย ตั้งแต่ลูกค้า คู่ค้า ซัพพลายเออร์ ลูกน้อง ในการทำงานเราจึงต่อยอดแนวความคิดกับดีไซเนอร์ต่างประเทศ สร้างขึ้นมาเป็นแพลตฟอร์ม สำหรับดีไซเนอร์และผู้ผลิต บนเว็บไซต์ Thedomani.com โดยหลักการคือ นำเอาไอเดียมาเปลี่ยนเป็นผลิตภัณฑ์และขายบนช่องทางออนไลน์ในลักษณะ พรีอเดอร์ (Preorder) เพื่อร่วมกันออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีนวัตกรรม สวยงาม สามารถใช้งานได้ทั้งฟังก์ชัน และแก้ปัญหาจุดบกพร่องต่างๆ ผ่านมุมมองของผู้ออกแบบ รวมถึงการช่วยทำตลาดในประเทศไทยให้ โดยมีสินค้าพร้อมจำหน่ายแล้วหลายตัว ที่มาจากแนวคิดการออกแบบสำหรับวันพรุ่งนี้ที่ดีกว่าเดิม ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ยุคดิจิทัล 4.0 ที่มีมือถือ อุปกรณ์ไอที และ IOT เป็นตัวแปรสำคัญ ซึ่งเฟอร์นิเจอร์รุ่นแรกที่ออกแบบมา สามารถประยุกต์เอาปลั๊กไฟไปใช้ได้ทุกที่ในบ้านเรียกได้ว่า สามารถที่จะติดตั้ง หรือ วาง กูเกิ้ล โฮม หรือ อเมซอน อเล็กซ่า บนเฟอร์นิเจอร์ที่ออกแบบมาบน platform thedomani.com โดยจะวางไว้ในตำแหน่งไหนของบ้านก็ได้ เพื่อเป็นการตอบสนองต่อวิถีชีวิตแนวใหม่ที่ทุกคนอยากกำหนดชีวิตเองได้ เช่น การนำปลั๊กไฟไปอยู่กับเฟอร์นิเจอร์ทุกชิ้น ทุกที่ เพื่อเชื่อมต่อและใช้งานกับอุปกรณ์ต่าง ๆ อย่างลงตัว ยกตัวอย่างสินค้า The Cat ที่นำเอาอุปกรณ์สำหรับชาร์จไฟแบบยูเอสบีซี ผสานกับของตกแต่งบ้านอย่างลงตัว เหมาะกับการตกแต่งห้อง และชาร์จอุปกรณ์ต่าง ๆ ได้แบบไม่รก และจะนำแนวคิดแบบนี้ ไปสร้างผลงานในสินค้าน่าสนใจต่อไป เป็นการสร้างอาชีพให้กับงานฝีมือในสาขาอื่นต่อไป ตั้งเป้าการสร้างงานให้ได้ถึง 1,000,000 บาทภายในสิ้นปี ดาต้า ยังเตรียมแผนส่งออกสินค้าดีไซเนอร์ที่ผลิตในไทยไปต่างประเทศ นอกจากนี้ยังได้ร่วมมือกับ บริษัท อาร์ ที บี เทคโนโลยี จำกัด นำนวัตกรรมสายชาร์จไฟมาต่อยอด เรียกว่าครบวงจร เสียบปลั๊กชาร์จไฟ เสริมความแข็งแรงไปด้วยกัน เป็นแบบอย่าง อีโค ซิสเต็ม ที่หาพันธมิตรได้ไปด้วยกันอย่างยั่งยืน ” นายอภิสิทธิ์ กล่าว

สำหรับทุกคนที่กำลังต่อสู้กับวิกฤตโควิด-19 ดาต้า ยังสนับสนุนสินค้าประเภท DIY ให้อย่างเต็มที่ เพื่อตอบรับกระแสการตกแต่งต่อเติมบ้านด้วยการทำงาน หรือแม้แต่การประดิษฐ์เพื่อสร้างงานเชิงพาณิชย์ สอดคล้องกับกระแส work from home ต่อให้ปิดเมืองก็ต้องรอด ต้องมีอาชีพเลี้ยงดูครอบครัว คนอยู่บ้านสามารถทำอาหารขายผ่านทางช่องทางออนไลน์ หรือ หากคิดจะเริ่มต้นทำร้านธุรกิจเล็ก ๆ เช่น ร้านชา หรือ ร้านกาแฟ ดาต้า จะเป็นส่วนช่วยสนับสนุนด้วยชุดสินค้าประเภท DIY เริ่มต้นด้วยการเพิ่มช่องเสียบปลั๊ก เพิ่มจุดเชื่อมต่อปลั๊กไฟสำหรับเครื่องใช้ไฟฟ้า โดยมีสินค้าให้เลือกมากมาย เช่น ชุดเตารีดเดี่ยว ชุดเตารีดคู่ สวิตช์ไฟ สายไฟ และปลั๊กลอย เป็นต้น ในราคาที่ย่อมเยาว์ เริ่มต้นไม่ถึง 50 บาท

นอกจากนี้ ดาต้า ยังไม่เคยลืมสังคม สอนกระแสดูแลการสร้างกระบวนการ CSR แบบยั่งยืน โดยเน้นให้ชุมชน มีรายได้ ช่วยส่งเสริมการทำตลาด ทำผลิตภัณฑ์ ออกแกนิคส์ ภายใต้แบรนด์ Nice Organic นำเอาผลิตภัณฑ์ชุมชนมาต่อยอด โดยมีชุมชนต้นแบบกว่า 14 ชุมชน ร่วมมือกัน เพื่อเป็นอาชีพเสริม พร้อมส่งต่อนวัตกรรม และรองรับอนาคตของชุมชน รวมถึงผลิตภัณฑ์ที่จะเข้าร่วมกับชุมชนในอนาคต Nice Organic คือ สินค้าประเภท food packaging เพราะในช่วงโควิดเราสังเกตเห็นว่า แนวโน้มในบรรจุภัณฑ์อาหารประเภทพลาสติกมีแนวโน้มสูงขึ้น และใช้เวลานาน พร้อมกระบวนการหลายขั้นตอนในการกำจัดหรือย่อยสลาย จึงนำเอาผลิตภัณฑ์จากชุมชนต้นแบบ ซึ่ง

เราเป็นเจ้าของแรกที่ผลิตมาจากวัสดุธรรมชาติ 100% มาต่อยอด เพื่อสร้างระบบนิเวศลดระยะเวลาการย่อยสลาย  
ผลิตภัณฑ์จากบรรจุภัณฑ์อาหาร แทนที่จะทิ้งเป็นขยะสามารถแปลงมาเป็น ปุ๋ยได้ เหมือนไปไม่