

# ที.เอ.ซี.ซี. ส่งเซนย่า (Zenya) เขย่าตลาดกัมพูชา

## ครองใจผู้บริโภคด้วยยอดขายทะลุ 200 ล้านบาท



บริษัท ที.เอ.ซี. คอนซูเมอร์ จำกัด ผู้ผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่มบรรจุขวดเยื่อ เซนย่า เครื่องดื่มประเภทโถกอด (Dispenser) ซึ่งจำหน่ายเฉพาะใน 7-11 ประเทศไทย และกาแฟ พร้อมดื่มเพื่อสุขภาพ แบรินด์ วิสลิม รวมทั้งผลิตภัณฑ์ใหม่ ภายใต้ตรา “สวีสวี” ซึ่งมี 3 สูตร ได้แก่ เครื่องดื่มชาไทยปรุงสำเร็จชนิดผง เครื่องดื่มทุเรียนปรุงสำเร็จชนิดผงผสมเนื้อทุเรียน และเครื่องดื่มมะม่วงปรุงสำเร็จชนิดผงผสมเนื้อมะม่วง ซึ่งเปิดตัวไปเมื่อปลายปี 2557 ที่ผ่านมา โดยนายชัชวี วัฒนสุข ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ได้เปิดเผยว่า “ผลประกอบการช่วงปีที่ผ่านมา มีแนวโน้ม ดีขึ้นโดยมีรายได้รวมเฉพาะกลุ่มชาเขียวพร้อมดื่มอยู่ที่ 187 ล้าน หรือเติบโตขึ้น 8 % จากช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา ซึ่งการเจริญเติบโตของบริษัทฯ ในกลุ่มชาเขียวพร้อมดื่มนั้นมาจากการส่งออกสู่ต่างประเทศเป็นหลัก ”

สาเหตุสำคัญที่ทำให้เครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่ม เซนย่า ประสบความสำเร็จในประเทศกัมพูชานั้น นายชัชวี กล่าวไว้ “มาจากการที่บริษัทฯ มีการทำตลาดเครือข่ายและมีการกระจายสินค้าที่แข็งแกร่งทุกช่องทางอย่างเต็มรูปแบบจริงจังอย่างถูกต้องตามกฎหมาย อีกทั้งตลาดในช่วงหน้าร้อนของกัมพูชามีลักษณะเหมือนตลาดไทย ซึ่งมีการเฉลิมฉลอง ประเพณีสงกรานต์ในช่วงเดียวกัน ทำให้ตลาดมีความคึกคักทั้งในกลุ่มวัยรุ่นและครอบครัว เซนย่า จึงได้ออกโฆษณาแคมเปญใหม่ เพื่อกระตุ้นตลาดโดยการใช้ฟรีเซ็นเตอร์ชาวกัมพูชา ด้วยการใช้งบ ประมาณในการผลิตและซื้อสื่ออย่างเต็มรูปแบบ ซึ่งคาดว่าจะส่งผลให้มีอัตราการเจริญเติบโตทางด้านยอดขายในกัมพูชากว่า 15 %

นอกจากนี้ เซนย่า ยังใช้กลยุทธ์การสื่อสารการตลาด โดยเน้นการทำกิจกรรมกับกลุ่มเป้าหมายในช่วงอายุระหว่าง 20-24 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีพฤติกรรมการซื้อซ้ำมากกว่ากลุ่มอื่นๆ โดยให้ความสำคัญกับตลาดในเขตพนมเปญมากเป็นพิเศษ เพราะบริษัทฯ มองว่าเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูงกว่าเขตอื่นๆ ถึง 2 เท่า ด้วยการใช้งบการตลาด 10-15 % ของยอดจำหน่าย ทำให้เซนย่าสามารถขยายกลุ่มผู้บริโภคในกัมพูชาได้อย่างรวดเร็ว นายชัชวี กล่าวเพิ่มเติมว่า “บริษัทฯ ได้สนับสนุนกิจกรรม K-pop คอนเสิร์ต ทำโปรโมชันเกมชิงโชคเพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมายหลัก เนื่องจากบริษัทฯ มีงบการตลาดไม่สูงมาก จึงเลือกลงทุนในสิ่งที่คิดว่าใช้ที่สุดอย่างในประเทศกัมพูชาที่เราประสบความสำเร็จในการทำตลาดชาเขียวพร้อมดื่มเซนย่าอยู่ในปัจจุบัน

“สำหรับกลุ่มเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่ม แบรินด์ “เซนย่า” เป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ส่งออกที่ประสบความสำเร็จอย่างสูง ด้วยการขึ้นเป็นเจ้าตลาดเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่มในประเทศกัมพูชา อีกทั้งติดอยู่ในกลุ่มผู้นำส่วนแบ่งการตลาดที่

ตลาดสิงคโปร์ ปัจจุบันมีส่งออกไปแล้วมากกว่า 10ประเทศ และมีแผนขยายปีกลูตลาดจีน เกาหลี ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย และยุโรปในระยะเวลา 1-2 ปีนับจากนี้ไป”

จุดเด่นและความแตกต่างของเครื่องดื่มชาเขียว เซนย่า คือ ผลิตจากใบชาเขียวแท้ผสมน้ำผลไม้ ไม่ว่าจะเป็นน้ำทับทิม น้ำเลมอน หรือน้ำองุ่น ให้ความสดชื่นได้รสชาติเต็มๆ ของทั้งชาและน้ำผลไม้ จึงเป็นที่ยอมรับในต่างประเทศ โดยในสิงคโปร์นั้น เซนย่าได้รับเครื่องหมาย Healthier Choice จากรัฐบาลประเทศสิงคโปร์ เพื่อรับรองว่า เซนย่าเป็นเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ และสามารถวางจำหน่ายตามโรงเรียนต่างๆ ทั่วประเทศสิงคโปร์ได้

นายชัชวี กล่าวทิ้งท้ายว่า “ความสำเร็จของบริษัทที่ผ่านมาอย่างต่อเนื่องเกิดขึ้นได้จากปณิธานการดำเนินธุรกิจ 3 ประการ ได้แก่ การให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนาสินค้าอย่างต่อเนื่อง เข้าใจความต้องการของผู้บริโภคอย่างลึกซึ้งและทันท่วงที และมีความจริงใจกับพันธมิตรและเครือข่ายทางธุรกิจ ซึ่งในปี 2558 นี้ บริษัทจะยังคงยึดถือและเดินหน้าตามนโยบายดังกล่าว”