

# บัฟฟาโลจับมือแวลลูซ และคอปเปอร์ไวร์



บัฟฟาโล อิงค์ ร่วมกับเดอะแวลลูซซิสเต็มส์ และคอปเปอร์ไวร์ เปิดตัว “Buffalo Store” แห่งแรกในประเทศไทย และแห่งแรกในเอเชีย เพื่อสนับสนุนยุทธศาสตร์การปั้นแบรนด์บัฟฟาโลให้ก้าวไปสู่การเป็นแบรนด์ชั้นนำระดับโลก ซึ่งเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มของเทคโนโลยีบัฟฟาโล ตลอดจนต่อยอดการสร้างสรรค์ประสบการณ์ใช้งาน ซึ่งสอดคล้องกับพันธกิจของบริษัท ในการสร้างความสะดวกสบายให้กับชีวิตยุคดิจิทัลเพิ่มขึ้น (making digital life more enjoyable)

นายมาโกะโตะ มากิ ประธานและซีอีโอ บริษัท บัฟฟาโล อิงค์ ประเทศญี่ปุ่น กล่าวว่า บริษัทมีแผนที่จะปั้นแบรนด์บัฟฟาโลให้ก้าวขึ้นไปสู่การเป็นแบรนด์สินค้าชั้นนำระดับโลก ด้วยการตั้งร้านค้ารูปแบบ “คอนเซ็ปต์สโตร์” เพื่อสื่อสารกับลูกค้าในเรื่องคุณภาพ และมุ่งสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์บัฟฟาโล

สาเหตุที่เลือกเปิดตัวร้านดังกล่าวในประเทศไทย เนื่องจากเป็นตลาดหนึ่งที่มีการเติบโตเร็วที่สุดในเอเชีย และคนไทยก็ได้ชื่อว่าเป็นกลุ่มลูกค้าที่ชื่นชอบเทคโนโลยี และผลิตภัณฑ์จากญี่ปุ่น บริษัทจึงเลือกประเทศไทยให้เป็นฐานสำหรับต่อยอดและขยายธุรกิจให้ครอบคลุมภูมิภาคเอเชียต่อไป

ทั้งนี้ “บัฟฟาโล สโตร์” สาขาแรกของประเทศไทยและในเอเชีย ตั้งอยู่ที่ชั้น 4 เซ็นทรัลเวิลด์ หนึ่งในห้างสรรพสินค้าชั้นนำระดับบนที่ใหญ่ที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ถือเป็นทำเลที่ตั้งที่ดีที่สุด ที่จะส่งเสริมแบรนด์ “บัฟฟาโล” และสร้างการรับรู้ในแบรนด์ให้กับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

“ในประเทศญี่ปุ่น ผลิตภัณฑ์ของบัฟฟาโลหลายกลุ่ม ครองส่วนแบ่งตลาดอันดับ 1 ซึ่งผมเชื่อว่าความสำเร็จของเรามีที่มาจากคำแนะนำของโซลูชันและผลิตภัณฑ์ที่มีประโยชน์อย่างยิ่ง ในการช่วยให้ลูกค้าในยุคดิจิทัลได้ใช้ชีวิตอย่างเพลิดเพลินยิ่งขึ้น ไม่ใช่แค่การขายสินค้าธรรมดาๆ” นายมากิมกล่าว

นายมากิ กล่าวต่อว่า การที่อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์พกพาต่างๆ อาทิ สมาร์ทโฟน มีคุณสมบัติที่ใช้งานง่ายยิ่งขึ้น เมื่อเทียบกับคอมพิวเตอร์พีซีเมื่อหลายปีก่อนหน้านี้ ดึงดูดให้ผู้ใช้ที่ไม่เคยใช้พีซีมาก่อนเริ่มเข้ามาลองใช้อุปกรณ์ไอที ดังนั้น บัฟฟาโล สโตร์จึงได้จัดให้มีมุมทดลองใช้งาน ที่เรียกว่า “Experience Table” เพื่อให้ความรู้ลูกค้าอย่างเต็มที่เกี่ยวกับอุปกรณ์ไอทีเหล่านั้น ตลอดจนการนำมาใช้ในการทำงาน โดยลูกค้าไม่เพียงแต่จะมองเห็นดีไซน์ และอ่านคำอธิบายสินค้าเท่านั้น หากแต่ยังสามารถจับต้อง และทดลองใช้งานได้อีกด้วย

“ทุกวันนี้ เราอยู่ในโลกของคอนเทนต์ ที่ไม่ว่าจะมีการใช้งานในเชิงธุรกิจหรือส่วนตัว เช่น รูปภาพ, เพลง และภาพยนตร์ ถูกแปลงให้อยู่ในรูปของดิจิทัลมากขึ้นและเป็นไปอย่างรวดเร็ว ขณะที่ บัฟฟาโล คือหนึ่งเดียวในบรรดาผู้ผลิตอุปกรณ์ต่อพ่วง ที่สามารถนำเสนอโซลูชันแบบครบวงจรสำหรับเทคโนโลยีจัดเก็บข้อมูล (NAS, HDD), เทคโนโลยี

สื่อสัญญาณ (เราเตอร์ไร้สาย), เทคโนโลยีสำหรับการรับชมคอนเทนต์ที่เป็นดิจิทัล (มีเดีย เซลเลอร์) ตัวอย่างเช่น ผมสามารถเชื่อมต่อกับ NAS ของผมที่บ้าน เพื่อดูภาพหลานชายที่จัดเก็บไว้ใน NAS ด้วยการใช้ฟังก์ชันเว็บแอคเซส นอกจากนี้ ผมยังสามารถเชื่อมต่อเครือข่ายไว-ไฟจากที่ใดก็ได้ในบ้านผ่าน เราเตอร์ High Power Wireless” นาย มากกล่าว

เขากล่าวเสริมด้วยว่า “ความสำเร็จของบัพฟาโล คอนเซ็ปต์ สโตร์ จะไม่สามารถเกิดขึ้นได้เลย หากโครงการนี้ ปราศจากความร่วมมือกับเดอะแวลลูซิสเต็มส์ และคอปเปอร์ไวร์ด ที่ร่วมกันนำผลิตภัณฑ์บัพฟาโลเข้ามาแนะนำเสนอให้ กับลูกค้าในประเทศไทย”

คุณณรงค์ อิงค์ธเนศ กรุ๊ปซีอีโอ บริษัทอีซีเอส โฮลดิ้งส์ จำกัด และประธานบริหาร บริษัทเดอะแวลลูซิสเต็มส์ จำกัด กล่าวถึงที่มาของการจับมือเป็นพันธมิตรร่วมกันของ 3 บริษัทว่า “ที่ผ่านมาบัพฟาโลและอีซีเอสมีความสัมพันธ์กัน มายาวนานถึง 5 ปี แล้ว โดยเราได้รับความไว้วางใจให้เป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์บัพฟาโลแต่เพียงผู้เดียว ใน 5 กลุ่มประเทศ คือ ไทย, มาเลเซีย, อินโดนีเซีย, ฟิลิปปินส์และสิงคโปร์ ยกเว้น จีนซึ่งเป็นตลาดที่ใหญ่มาก เมื่อ ครั้งเริ่มทำตลาดบัพฟาโล เราให้ความสำคัญกับการคัดเลือกดีลเลอร์ เพื่อให้ดีลเลอร์มีการโฟกัสและทุ่มเทร่วมกับเรา ในการสร้างตลาด จึงนับได้ว่าอีซีเอสเป็นผู้สร้างตลาดให้แบรนด์บัพฟาโล ในกลุ่มสินค้า NAS และ External Hard Drive ให้เป็นที่จดจำและนึกถึงในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกอย่างแท้จริง จนต่อมาเรายังได้รับความไว้วางใจ ให้เป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าประเภทแอคเซสซอรีของบัพฟาโลแต่เพียงผู้เดียวอีก แต่การตอบรับจากลูกค้ายังไม่เป็นที่น่าพึงพอใจนัก เพราะเราไม่มีสถานที่ที่เป็นโชว์รูมแสดงสินค้าที่ชัดเจน โดดเด่นและดึงดูดลูกค้า จึงได้มีการคุยกับระหว่างผู้บริหาร และเห็นพ้องว่าเราควรมีสถานที่หนึ่ง ที่ลูกค้าสามารถเข้ามาชมและศึกษาสินค้าทั้งหมดทุกประเภทของ บัพฟาโลได้ เรียกว่าเป็นคอนเซ็ปต์สโตร์แห่งแรกในภูมิภาคเอเชียและในโลกเลยก็ว่าได้ โดยเจาะกลุ่มตลาดตั้งแต่ระดับกลางจนถึงระดับบน และต้องอยู่ในศูนย์กลางการค้าที่เป็นฮับปิ้งเชนเตอร์ เป็นไลฟ์สไตล์มอลล์ไม่ใช่ไอทีมอลล์ เพื่อให้สอดคล้องตามเทรนด์ของสินค้า

และด้วยความที่อีซีเอสเป็นผู้ค้าส่ง ไม่มีความเชี่ยวชาญทางด้านตลาดค้าปลีก และในตลาดค้าปลีกผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในตลาดสินค้าประเภทไลฟ์สไตล์นั้น ก็จะเห็นว่าคอปเปอร์ไวร์ดเป็นผู้นำที่โดดเด่นในด้านนี้ คอปเปอร์ไวร์ดเป็นบริษัทที่บริหารร้านไอสตูดิโอ และเป็นบริษัทแรกที่เปิดไลฟ์สไตล์ช็อป อาทิ ดอทไลฟ์ ซึ่งปัจจุบันมีถึง 10 สาขา โดยเราเชื่อมั่นในฝีมือของผู้บริหารคอปเปอร์ไวร์ดเป็นอย่างมาก สัมผัสได้จากคอนเซ็ปต์ที่คอปเปอร์ไวร์ดบริหารร้านไอสตูดิโอและไอบิตนั้น ทั้งรูปแบบและตัวสินค้ามีความใกล้เคียงกับที่บัพฟาโลกำลังมุ่งหน้าไป เพราะบัพฟาโลเองในอนาคตก็จะเข้าไปสู่ตลาดไลฟ์สไตล์โปรดักส์มากยิ่งขึ้น

สำหรับจุดแข็งของการเป็นพันธมิตรร่วมกัน คือต่างฝ่ายต่างเติมเต็มให้ซึ่งกันและกัน เพราะบัพฟาโลเองก็มีแบรนด์เนมสินค้าที่มีคุณภาพและมีชื่อเสียง ขณะที่อีซีเอสเป็นผู้นำเข้า, คัดเลือกสินค้าที่เหมาะสม, ทำบริการหลังการขาย, สตีลสินค้า และทำกิจกรรมการตลาดเพื่อสร้างความต้องการซื้อของลูกค้าให้เกิดขึ้น ในขณะที่คอปเปอร์ไวร์

รต์ทำหน้าที่คัดเลือกสถานที่อย่างเซ็นทรัลเวิลด์ และช่วยบริหารให้ร้านค้านี้ได้รับความนิยมและดึงดูดลูกค้าให้เข้าร้าน นับเป็นการรวมเอาจุดเด่นของทั้ง 3 บริษัทมาไว้ด้วยกันที่ข้อปแห่งนี้

ในฐานะเป็นผู้นำตลาดไอที ผมปรารถนาที่จะเห็นข้อปของบัพฟาโลซึ่งเป็นร้านค้าแห่งแรกในเมืองไทย ในภูมิภาคเอเชีย และในโลกนี้มีการเติบโต ให้ผลผลิตที่ดี ให้พวกเราทั้ง 3 ฝ่ายคือ บัพฟาโล อีซีเอส และคอปเปอร์ไวร์ได้ชื่นชมยินดี ซึ่งบัพฟาโลเองก็ปรารถนาที่จะเห็นความสำเร็จของร้านค้าแห่งนี้ เพราะถ้าสามารถดำเนินไปได้ด้วยดี ร้านค้าในเมืองไทยแห่งนี้ก็จะเป็นร้านค้าต้นแบบเพื่อไปปรับใช้กับการสร้างร้านค้าแห่งใหม่ในประเทศอื่น หรือที่อื่นในเมืองไทยนี้อีกก็ได้”

ขณะที่ นายปรเมศร์ เจริญเจริญสุข ประธานบริษัทและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท คอปเปอร์ไวร์ จำกัด กล่าวว่า “แบรนด์บัพฟาโล ถือเป็นสัญลักษณ์ของผลิตภัณฑ์คุณภาพ ที่ได้รับความนิยมไว้วางใจอย่างสูงทั่วโลก โดยเฉพาะการยอมรับจากลูกค้าในเรื่องความน่าเชื่อถือ และสมรรถนะในการทำงาน รวมทั้งยังเป็นผู้นำตลาดไอทีในญี่ปุ่น ซึ่งลูกค้าชาวไทยรู้จักและเชื่อถือทั้งในตัวผลิตภัณฑ์และแบรนด์อยู่แล้ว ดังนั้น การเข้ามาลงทุนเปิดร้านในประเทศไทยครั้งนี้ จะช่วยให้การบริการและดูแลลูกค้าทำได้ดียิ่งขึ้น

บัพฟาโล มีเทคโนโลยีที่ครบวงจรครอบคลุมหลากหลายสินค้าไอที ดังนั้น การเปิด “บัพฟาโล สโตร์” จึงเปิดโอกาสให้ลูกค้าบัพฟาโลได้เข้าถึงสินค้าได้ง่ายขึ้น และสะดวกในการได้มาสัมผัสและทดลองใช้งาน ส่วนกรณีต้องการความช่วยเหลือ ก็จะมีพนักงานประจำร้าน พร้อมให้คำแนะนำ และสาธิตการใช้งาน เพื่อช่วยให้ลูกค้าเข้าใจคุณสมบัติการทำงาน และมั่นใจว่าพวกเขาจะได้ใช้ประโยชน์จากผลิตภัณฑ์ของบัพฟาโลอย่างเต็มที่ ตลอดจนเลือกซื้อสินค้าที่สอดคล้องกับความต้องการ ในราคาที่เหมาะสม

“สินค้าเด่นๆ จากบัพฟาโลซึ่งลูกค้าจะได้เข้ามาสัมผัสและทดลองใช้ในร้านบัพฟาโล สโตร์ ได้แก่ ฮาร์ดดิสก์ไดรฟ์, NAS (Network Attach Solution) และอุปกรณ์เสริมต่างๆ เป็นต้น นอกจากนี้ เรายังจัดโปรโมชั่นฉลองการเปิดร้านสาขาใหม่นี้ ณ ชั้น 4 โซน ซี เซ็นทรัลเวิลด์สำหรับลูกค้าบัพฟาโลด้วย” นายปรเมศร์กล่าว