

บาจา จัดงาน ‘บาจา แฟชั่น วีคเอ็น 2019’ ณ กรุง ปราก ชู 3 กลยุทธ์ลุยตลาดต่อเนื่อง



กลุ่มบริษัทบาจา ผู้ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายรองเท้าระดับโลกแบรนด์ “บาจา” ฉลองความสำเร็จจัดงาน ‘บาจา แฟชั่น วีคเอ็น 2019’ ณ กรุงปราก สาธารณรัฐเช็ก ซึ่งจัดขึ้นเป็นปีที่ 3 โดยงานถูกจัดขึ้นในธีม ‘ดี เอฟ โวลูชั่น ออฟ สไตล์’ (‘The Evolution of Style’) สะท้อนถึงการก้าวไปข้างหน้าอย่างไม่หยุดยั้งของแบรนด์มาตลอด 125 ปี

มร. โรเบอร์โต้ ลองโก้ ประธานภูมิภาค เอเชีย แปซิฟิก ของบาจา ได้กล่าวว่า “หากพูดถึงตลาดในเอเชีย ถือว่าบาจา ทำยอดขายได้ดีและเติบโตในระดับเลขสองหลัก ทั้งนี้เพราะเรามีการวางแผน มีการปรับรูปแบบการทำงาน เพื่อสร้างรากฐานที่แข็งแกร่งให้กับองค์กรในช่วงสองสามปีหลังนี้

สำหรับการจัดงาน BATA fashion weekend 2019 ในครั้งนี้ ถือเป็นงานที่เราจะได้แสดงออกให้ทั่วโลกได้เห็นว่า บาจา ซึ่งถือเป็นหนึ่งในผู้นำในการผลิตรองเท้าในปริมาณที่มากที่สุดในโลก สามารถนำเสนอนวัตกรรม และสินค้าที่มีความสวยงาม ทันสมัย คุณภาพสูง สวมใส่สบาย มาให้กับผู้บริโภคที่อยู่ในทุกหนแห่งบนโลกใบนี้ และความพิเศษของปีนี้ที่เราฉลองครบรอบ 125 ปีคือ เราได้มีโอกาสมาจัดงานในสาธารณรัฐเช็ก ซึ่งเป็นประเทศบ้านเกิดของบาจา เมื่อ 125 ปีก่อน

บาจาได้ยึดหลัก 3 ประการในการขับเคลื่อนธุรกิจ ประกอบด้วย 1. ความทันสมัย 2. สวมใส่สบาย 3. สินค้ามีคุณภาพ ซึ่งความคุ่มค่านั้นไม่ใช่ว่าต้องเป็นสินค้าราคาถูกที่สุดในตลาด แต่ต้องการเป็นสินค้าที่คุ่มค่า คุ่มราคาที่ลูกค้าจ่ายไป ในส่วนของการขาย บาจามุ่งเน้นการสร้างประสบการณ์การช้อปปิ้งที่ดีให้กับลูกค้า โดยมีเป้าหมายที่จะพัฒนาจุดแข็งของการขายรองเท้าทั้งผ่านหน้าร้านและออนไลน์ รวมทั้งสร้างบูรณาการระหว่างแพลตฟอร์มเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริการ

ผมสามารถพูดได้เลยว่า กลุ่มประเทศเอเชีย มีความสำคัญมากสำหรับองค์กรของเรา ทั้งในไทย สิงคโปร์ ฟิลิปปินส์ จีน เวียดนาม และลาว แต่ละประเทศมีแนวโน้มการเติบโตของ GDP ระหว่าง 3-6% ในทุกๆ ปี ซึ่งส่งผลดีต่อธุรกิจของเรา ถึงแม้ปัจจุบันผู้บริโภคจะนิยมสั่งซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์เพิ่มมากขึ้น แต่ผมยังมองว่าช่องทางหลักในการขายสินค้าของบาจา คือ การขายผ่านทางร้านค้าซึ่งมีอยู่กว่า 5,000 ร้านค้าทั่วโลก

ในส่วนช่องทางออนไลน์ที่เติบโตขึ้นทุกปีนั้น บาจามองว่าการขายผ่านอีคอมเมิร์ซถือเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่อำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า และบาจาก็มีการขยายช่องทางการขายออนไลน์อย่างต่อเนื่องไม่ว่าจะเป็นความร่วมมือ

มือกับ Lazada Shopee และ JD Central

อย่างไรก็ตามช่องทางขายสินค้าผ่านทางร้านค้าก็ยังคงมีความสำคัญอยู่ ด้วยเหตุผลที่ว่า ธรรมชาติของมนุษย์เรานั้นต้องการที่จะติดต่อสื่อสารกับมนุษย์ด้วยกัน ลูกค้าของเราจำนวนมากชอบที่ได้เดินเข้าไปในร้าน เห็นบรรยากาศในร้าน ประทับใจกับการให้บริการ และการที่พวกเขาสามารถพูดคุยโต้ตอบกับคนขายได้ และยังสามารถได้รับคำแนะนำในการเลือกรองเท้าจากคนอื่นอีกด้วย ซึ่งบาจ่าได้มีการลงทุนเป็นจำนวนมากในเรื่องระบบไอที เพื่อเก็บข้อมูลพฤติกรรมการซื้อขายของลูกค้า รวมทั้งช่องทางการจำหน่ายสินค้า เพื่อพัฒนาสินค้า โปรโมชัน และการบริการให้ตรงใจลูกค้ามากยิ่งขึ้น สะดวกสบายมากยิ่งขึ้น สำหรับประเทศไทยเรามีร้านค้ามากกว่า 250 ร้าน ที่เปิดให้บริการ 12 ชั่วโมงต่อวัน พร้อมต้อนรับลูกค้าทุกเพศทุกวัย ด้วยสินค้าที่หลากหลายสำหรับทุกคนในครอบครัว

บาจ่า องค์กรของเราเป็นนักนวัตกรรม ตลอดระยะเวลา 125 ปี ถือว่าประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก การที่บาจ่ามีร้านค้ากว่า 5,000 ร้านค้าทั่วโลกในวันนี้ ก็เพราะว่าตลอดเวลา 125 ปีเราได้สร้างนวัตกรรมตลอดมา เรามีความเข้าใจลูกค้า เราให้คำแนะนำลูกค้า เราส่งมอบสินค้าที่มีคุณภาพให้กับลูกค้า ทุกวันนี้เราก็ยังคงพัฒนาอย่างไม่หยุดยั้ง ปัจจุบันนี้ เราสามารถที่จะออกแบบและส่งรองเท้าแบบใหม่ๆ เข้าสู่ร้านค้าของเราได้ในทุกๆ วันศุกร์ ฉะนั้นทุกวันศุกร์ หากคุณเข้าไปในร้านของเรา คุณจะเห็นรองเท้าแบบใหม่ๆ อยู่เสมอ ความสำเร็จขององค์กรของเรายังคงอยู่ที่นวัตกรรม และความมุ่งมั่นในการเป็นผู้นำด้านการบริการลูกค้าครับ” มร. โรเบิร์ตโต้ กล่าวทิ้งท้าย