

ฮันกุก ทุ่ม 50 ล้านบาท ส่งยางรถยนต์ 3 รุ่นใหม่ สู่ ศึกษาง ดึงจุดเด่น คุณภาพเป็นหัวใจ หวังตอบโจทย์ กลุ่มเป้าหมาย ดันยอดขายปีโตอีก 50%

บริษัท ซิลเวอร์ไทร์ อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล จำกัด ผู้จัดจำหน่ายยางรถยนต์ฮันกุก ยางรถยนต์คุณภาพที่ได้รับความนิยมทั่วโลกมากกว่า 70 ปี เปิดตัวยางรถยนต์ 3 รุ่นใหม่ล่าสุดภายใต้ธีมส่งเสริมการตลาดที่ว่า ‘ไทร์ฟ พู เดอะ พิวเจอร์’ หรือ พลังขับเคลื่อนสู่ออนาคต ดีตลาด ขยายลูกค้า มั่นใจกระตุ้นยอดขาย-ส่วนแบ่งการตลาดเพิ่ม 50% วาดแผนขึ้นแท่น 1 ในผู้นำตลาดยางรถยนต์เมืองไทยภายใน 3-5ปี



นายกศักดิ์ เกษมสุภาพันท์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท ซิลเวอร์ไทร์ อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล จำกัดได้เปิดเผยว่า ตลาดยางรถยนต์บ้านเราตั้งแต่ต้นปีเป็นต้นมาถือว่าค่อนข้างเงียบลงไปไม่ค่อยคึกคักเหมือนที่ผ่านมา แต่อย่างไรก็ตามศักยภาพของตลาดประเทศไทยถือว่าใหญ่มากๆ เนื่องจากจำนวนรถที่มีอยู่ในประเทศ รวมไปถึงอัตราการเจริญเติบโตของยอดขายรถยนต์ที่มีการเจริญเติบโตมาตลอด โรงงานผู้ผลิตรถยนต์ค่ายชั้นนำต่างๆก็มีความการผลิตที่ประเทศไทย ทำให้ตลาดยางรถยนต์ ซึ่งเป็นชิ้นส่วนสำคัญของรถยนต์มีศักยภาพเติบโตพร้อมกับตลาดรถยนต์ไปด้วยในส่วนของคุณค่าตลาดยางรถยนต์ในประเทศไทย จะถูกแบ่งออกเป็นสองส่วนคือหนึ่ง ยางรถยนต์ดีตรรกจากโรงงานหรือยาง OE ซึ่งขนาดประมาณ 2-3 ล้านเส้นต่อปี และ สองคือตลาดยางล้อทดแทน หรือยาง RE ซึ่งเป็นตลาดที่ทางเราทำตลาดอยู่ มีขนาดประมาณ 8-9 ล้านเส้นต่อปีจึงทำให้ ในปีนี้ บริษัทฯ ยังเชื่อมั่นในการเติบโตพร้อมที่จะรุกตลาดด้วยการ นำเสนอสิ่งใหม่ๆ ให้ตอบโจทย์กลุ่มลูกค้าได้ครบทุกเช็กเมนต์มากขึ้น จากเดิมที่ครองใจลูกค้าและตลาดคนรักรถอยู่แล้ว ด้วยบทพิสูจน์ความสำเร็จของฮันกุกที่ทำมาแล้วทั่วโลก จนทุกวันนี้ มียอดจำหน่ายทั่วโลกมากกว่า 100 ล้านเส้นต่อปี และรั้งอันดับ 7 ของผู้ผลิตที่มียอดจัดจำหน่ายสูงสุดทั่วโลก ซึ่งบริษัทได้ทุ่มงบประมาณมหาศาล ในการพัฒนาคุณภาพสินค้าตลอดเวลา จึงทำให้ฮันกุกเติบโตแบบก้าวกระโดดจนได้ชื่อว่า **‘เป็นผู้ผลิตรถยนต์ที่มีอัตราการเจริญเติบโตเร็วที่สุดในโลก’**

โดยปัจจุบันฮันกุกครองส่วนแบ่งเป็นอันดับหนึ่งในประเทศเกาหลีใต้ ประเทศจีน และในอีกหลายๆประเทศ ส่วนในยุโรปซึ่งถือเป็นทวีปที่เน้นเรื่องคุณภาพของยางรถยนต์เป็นอย่างมาก ทางฮันกุกเองก็ได้การยอมรับเพิ่มขึ้นจนได้รับความไว้วางใจจากผู้ผลิตรถยนต์ชั้นนำเช่น บีเอ็มดับเบิลยู, มินิคูเปอร์, ออดี้, โพลล์สวาเก้นให้ใช้ยางฮันกุกเป็นยางที่ดีตรรกจากโรงงาน นอกจากนี้ **‘ฮันกุกก็ได้รับการรับเลือกให้เป็นยางรถยนต์ยี่ห้อเดียวที่ใช้ในการแข่งขันรถยนต์ที่ยิ่งใหญ่ที่สุดในทวีปยุโรปอย่าง DTM อีกด้วย’**ซึ่งถือเป็นความภูมิใจของทางแบรนด์เป็นอย่างมาก

เพราะถือว่าได้รับการยอมรับจากการแข่งขันระดับโลก

ทั้งนี้ต้องยอมรับว่าตลาดในประเทศไทยนั้นมีการแข่งขันที่สูงมาก เพราะประเทศไทยถือเป็นไม่กี่ประเทศในโลก ที่มีโรงงานผลิตรถยนต์มากมายหลากหลายแบรนด์และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นอีก ยกเว้นตัวของฮันกุกเอง ส่วนหนึ่งของโรงงานเหล่านี้ ก็จะถูกผลิตเพื่อให้การสนับสนุนโรงงานผู้ผลิตรถยนต์ชั้นนำต่างๆ แต่ในขณะเดียวกัน แนนอนโรงงานเหล่านี้ก็ต้องการส่วนแบ่งการตลาดในประเทศที่ตนเองมีฐานการผลิตอยู่แต่ถึงอย่างนั้นก็ตาม ผมมองว่าตลาดรถยนต์ไทยยังมีอนาคตที่สดใสเนื่องจากยอดขายของรถยนต์ในแต่ละปี โดยเฉพาะปีที่แล้วซึ่งน่าจะส่งผลให้ผู้คนตัดสินใจเปลี่ยนยางในปี 2-3 ปีข้างหน้า แนนอนแบรนด์มากมายจะเข้ามาเป็นตัวเลือกให้กับผู้บริโภค ซึ่งแน่นอนราคา อาจจะทำให้ผู้บริโภคลังเลใจในการเลือกซื้อขอยางรถยนต์ หลายๆแบรนด์พยายามนำ ราคา เข้ามาเป็นอาวุธสำคัญในการทำตลาดโดยให้เรื่องของคุณภาพของสินค้าเป็นเรื่องรอง ซึ่งจริงๆแล้วทางเราเชื่อว่าเป็นสิ่งที่ผิดเนื่องจากคุณภาพของสินค้า โดยเฉพาะยางรถยนต์ถือว่าสำคัญมากๆเพราะสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐานนั้นอาจจะส่งผลถึงอุบัติเหตุบนท้องถนนที่สามารถเกิดขึ้นได้แต่ทำยที่สุดแล้ว คุณภาพจะเป็นตัวตัดสินว่าแบรนด์นั้นๆ จะสามารถอยู่รอดในประเทศไทยในระยะยาวได้หรือไม่

บริษัท จึงไม่หยุดนิ่ง รุกตลาด นำเข้าและทำการเปิดตัวยางรถยนต์ฮันกุกอีก3 รุ่น ภายใต้ชื่อที่ว่า **‘ไดร์ฟ ทุ เดอะฟิวเจอร์’** หรือ **‘พลังขับเคลื่อนสู่อุณหภูมิ’** โดยยางรถยนต์แต่ละรุ่นมีคุณสมบัติพิเศษและโดดเด่นเฉพาะตัวดังนี้
(1) Ventus S1evo2 (เวนตุส เอสวันอีโว สอง) เป็นยางสมรรถนะสูงพิเศษ ระดับไฮเอนด์ ถือว่าเป็นตัวท็อปของฮันกุก เน้นการขับขี่ที่เร็วเป็นพิเศษ ตอบสนองการเข้าโค้งและการขับขี่ทั้งถนนเปียกและถนนแห้งได้อย่างดีเยี่ยม
(2) Ventus S1 Noble 2 (เวนตุสเอสหนึ่งโนเบิลสอง) เป็นยางรุ่นท็อปด้านความเงียบนุ่มขณะการขับขี่ ในขณะเดียวกันยังให้ความสมดุลสูงสุดแม้การขับขี่ด้วยความเร็วสูง
(3) Vantra LT (แวนทรา แอลที) ยางรถยนต์สำหรับรถกระบะและรถตู้เชิงพาณิชย์รุ่นใหม่ล่าสุดที่ให้ความแข็งแรงและทนทานสูงสุดในการขับขี่

โดยการนำเข้ายางรถยนต์ เวนตุส เอสวันอีโว สอง และ เวนตุสเอสหนึ่งโนเบิลสอง ภายใต้วัตถุประสงค์เพื่อตอบสนองนโยบายของบริษัทเรื่องการรักษฐานลูกค้าเดิม ส่วนการนำเข้ายางรถยนต์แวนทรา แอลทีเพื่อขยายตลาดในสัดส่วนของยางรถกระบะ ซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญเป็นอย่างมากในตลาดประเทศไทย เนื่องจากมากกว่า 50% ของตลาดรถยนต์ในประเทศเป็นรถกระบะ ที่ทดสอบมาแล้วว่าสามารถบรรทุกสินค้าที่มีน้ำหนักมากในประเทศไทยได้อย่างไม่มีปัญหา ซึ่งนี่คือหนึ่งในกลยุทธ์สำคัญที่จะทำให้เราสามารถขยายตลาดได้ในวงกว้างมากขึ้นโดยเฉพาะตลาดในต่างจังหวัดและนอกจากนี้ในกลุ่มลูกค้าที่สาม คือกลุ่มรถบ้าน ทางบริษัท ก็จะมีการเปิดตัวและจัดจำหน่ายยางรถยนต์ สินค้าคุณภาพดี ราคาเยี่ยมเยาว์ ให้กับกลุ่มรถบ้านทั่วไป ที่เน้นความคุ้มค่า และคุณภาพ เร็วๆนี้

พร้อมเตรียมงบประมาณสำหรับการทำการตลาดรองรับการเติบโตของฮันกุกและกระตุ้นยอดขายในประเทศไทย เพื่อให้เราก้าวไปถึงเป้าปลายปีที่หวังโตขึ้น 50% ที่ตั้งไว้อยู่ที่มากกว่า 50 ล้านบาท ภายใต้กลยุทธ์การตลาดสำคัญ คือ การให้ความสำคัญอย่างสูงสุด กับคุณภาพของสินค้า โดยมีความเชื่อว่าผลิตภัณฑ์ที่ดีจะสามารถสร้างความประทับใจให้กับผู้บริโภค และประสบความสำเร็จในตลาดได้ นอกจากผู้บริโภคเอง ร้านค้าหรือตัวแทนจัดจำหน่ายก็ จะมีความเชื่อมั่นและมั่นใจที่จะนำเสนอสินค้าให้กับลูกค้า โดยไม่ต้องกังวลถึงปัญหาที่จะเกิดในภายหลังด้วยราคา และความคุ้มค่าของสินค้าที่ทางเราสามารถพูดได้ว่า ฮันกุก ไม่ใช่สินค้าที่ถูกที่สุดในตลาด แต่เมื่อเทียบกับคุณภาพที่ได้รับกับการจับจ่าย ที่ผู้บริโภคได้ใช้ออกไป ฮันกุกเป็นยางรถยนต์ที่มีความคุ้มค่าที่สุดในตลาด

อีกประการคือการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดอย่างต่อเนื่อง ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา ฮันกุกประสบความสำเร็จอย่างมากกับการส่งเสริม และนำเสนอกิจกรรมการตลาดไปยังกลุ่มเป้าหมาย ทั้งกิจกรรม มอเตอร์สปอร์ตในระดับโลกและระดับประเทศไทย และล่าสุดสปอร์ตมาเกิตติ้ง ที่ทางบริษัทแม่ได้จับมือเป็นพันธมิตรกับทีมฟุตบอลชื่อดังจากประเทศเยอรมัน อย่าง โบรุสเซีย ดอร์ทมุนด์ ซึ่งเป็นทีมที่คนทั่วโลกรวมถึงคนไทยรู้จักกันเป็นอย่างดี รวมถึงการแข่งขันถ้วยยุโรปอย่าง ยูโรปาลีก ที่มีทีมอย่าง ลิเวอร์พูล เชลซี และสเปอร์ เข้าร่วมแข่งขัน ทำให้แบรนด์ฮันกุกเป็นที่รู้จักมากขึ้นแต่ทั้งนี้สื่อออนไลน์ต่างๆ ก็จะทำให้การประชาสัมพันธ์ตามแผนที่วางไว้อย่างต่อเนื่อง ทั้ง สื่อวิทยุ, ป้ายบิลบอร์ด, นิตยสาร, สื่อออนไลน์ เรียกว่าครบการสื่อสารแบบ 360 องศา

และด้วยศักยภาพของบริษัทฯ และแบรนด์ที่เรามี บริษัทฯ มองว่าเป้าหมายในอนาคตอีก 3 -5 ปี บริษัทฯ มั่นใจว่าเราจะสามารถก้าวเป็นหนึ่งในผู้นำของตลาดยางรถยนต์ในประเทศไทย ที่ผู้บริโภคให้การยอมรับถึงคุณภาพและแบรนด์ฮันกุกให้ได้ในส่วนของต่างประเทศนั้น ภายใน 3-5 ปี เราจะก้าวมาเป็น 1 ใน 5 อันดับของผู้ผลิตรายใหญ่ของโลก โดยมีการเตรียมแผนเพิ่มจำนวนการผลิตอย่างต่อเนื่อง ทั้งการขยายโรงงาน **นายคงศักดิ์ เกษมสุภาพันธุ์** กล่าวทิ้งท้าย

เกี่ยวกับบริษัท:

บริษัทซิลเวอร์ไทร์ได้จัดจำหน่ายรถยนต์ฮันกุก ยางรถยนต์คุณภาพที่ได้รับความนิยมทั่วโลกมากกว่า 70 ปี ตั้งแต่ปี 2009 โดยตลอดสี่ปีที่ผ่านมาทางบริษัทซิลเวอร์ไทร์เองมีการเจริญเติบโตด้านยอดขายโดยเฉลี่ยมากถึง 30 เปอร์เซ็นต์ต่อปี ยางรถยนต์ฮันกุกถึงเป็นแบรนด์ผู้ผลิตรายางรถยนต์ที่เจริญเติบโตเร็วที่สุดในโลก ปัจจุบันมียอดขายจำหน่ายมากกว่า 100 ล้านเส้นทั่วโลกต่อปี รั้งอันดับ 7 ของผู้ผลิตที่มียอดขายจำหน่ายสูงสุดทั่วโลก ถือเป็นหนึ่งในบริษัทที่เชิงวิจัยพัฒนาสินค้าเยอะที่สุดในตลาด ทำให้สินค้าได้รับคุณภาพที่สูงสุดและมีการพัฒนาที่ไม่หยุดนิ่งอยู่

ตลอดเวลา ยางรถยนต์ฮันกุกได้รับการยอมรับจากผู้ผลิตรถยนต์ชั้นนำมากมายในการใช้ยางรถยนต์ฮันกุกเป็นยางรถยนต์ที่ถูกติดออกมาจากโรงงาน หรือ OEM เช่น บีเอ็มดับเบิลยู มินิคูเปอร์ ออดี ฟอร์ด โพลล์สวาเก้น เซฟโลเริต ฮุนได และอื่นๆอีกมากมาย

จัดจำหน่าย:

ช่องทางการจัดจำหน่าย – ยางรถยนต์ฮันกุกนั้นมีจัดจำหน่ายในร้านยางชั้นนำทั่วประเทศ กว่า 250 สาขา รวมไปถึงช่องทางจำหน่ายอย่าง ออโต้แบค และมีคิกซึ่งมีช่องทางจำหน่ายรวมกันมากกว่า 100 สาขาทั่วประเทศ