

“เจฟเฟอร์สตีค” ยอดขายดีเกินคาด ลุ้นเพิ่มช่องทาง ทางการตลาด เปิดอีก 20 สาขา ใน ปี 56

“เจฟเฟอร์สตีค” เปิดมาแล้วกว่า 70 สาขา ลุ้นเปิดเพิ่มอีก 20 สาขาใน ปี 56 เน้นกลุ่มนักเรียน นักศึกษา วางแผนการตลาดหลายช่องทางทั้งวิทยุ นิตยสารและเว็บไซต์ รุกกลุ่มคนวัยทำงานและสูงวัยขึ้น และพัฒนาระบบเปิดขายแบบออนไลน์ ส่งแบบเดลิเวอรี่ พร้อมเพิ่มอีก 2 แปรนด์ “SALAD PARTY” เอาใจคนรักสุขภาพ และ “Wine Diner”



นาย สหรัถ กฤษภูษชาติ กรรมการผู้จัดการ บริษัท กฤษภูษชาติ จำกัด ผู้บริหารร้าน **Jeffer Steak** เปิดเผยว่าร้าน “เจฟเฟอร์สตีค” เริ่มต้นจากธุรกิจขนาดเล็ก ที่เปิดในรั้วมหาวิทยาลัย มีกลุ่มเป้าหมาย เป็นนักเรียน นักศึกษา และปัจจุบัน มีการเพิ่มกลุ่มลูกค้า มาที่กลุ่มคนวัยทำงาน อีกทั้งกำลังเริ่มจับกลุ่มลูกค้าสูงวัยขึ้นตามลำดับ



ทั้งนี้เจฟเฟอร์สตีค มีจุดเด่นอยู่ที่ราคาและคุณภาพของสินค้าที่แตกต่าง บวกกับเมนูอาหารที่หลากหลาย สามารถเลือกรับประทานได้ตามที่ลูกค้าต้องการ ตามแนวคิดเริ่มต้นที่ว่า “**Jeffer Steak Steak Your Way**” ซึ่งมีเมนูเด่นที่ลูกค้ามักจะสั่งอยู่เสมอ ได้แก่ ไก่สไปซี่เจฟเฟอร์ , สเต็กหมูพริกไทยดำ , สปาเก็ตตี้ชี้เมาทะเล , ปลาซุสเกล็ดขนมปังทอด และเนื้อปลาอย่าง เป็นต้น

ปัจจุบันร้านเจฟเฟอร์สตีคมีกว่า 70 สาขา กระจายอยู่ทั่วประเทศ มีการใช้เงินลงทุนต่อสาขา ประมาณ 4 – 7 ล้านบาท โดยในปี 2555 ได้เปิดไปแล้ว 30 สาขา ทำให้มียอดขายสูงขึ้นเกือบเท่าตัว อีกทั้งยังมีรายได้ที่เข้ามาจากการเปิดสาขาใหม่ ทั้งนี้ตั้งเป้าปี 2556 จะเปิดอีก 20 สาขา เน้นสถานที่ ในห้างสรรพสินค้า และอาคารพาณิชย์เป็นหลัก โดยเน้นสถานที่ ที่เข้าถึงกลุ่มนักเรียน นักศึกษา และกลุ่มคนวัยทำงานรุ่นใหม่เป็นหลัก

อย่างไรก็ตาม ในปี 2555 ที่มีการเน้นขยายสาขาให้มากขึ้น ก็เพื่อเป็นการเพิ่มพื้นที่สำหรับรองรับปริมาณยอดขายที่เพิ่มขึ้น และในปี 2556 จะเน้นไปที่การปรับปรุงสาขาเดิม รวมทั้งเพิ่มประสิทธิภาพทรัพยากรบุคคล อีกทั้งยังมีการลงทุนสร้างแบรนด์ใหม่ เพิ่มขึ้นอีกสองแบรนด์ ได้แก่ “**SALAD PARTY**” ที่มุ่งเน้นไปที่กลุ่มลูกค้ารักสุขภาพ และแบรนด์ “**Wine Diner**”

ด้านการแข่งขัน ธุรกิจร้านสเต็กในปัจจุบันมีการแข่งขันที่สูงมาก ไม่ว่าจะเป็นร้านที่เปิดริมถนนที่เน้นการแข่งขันกันทางด้านราคาเป็นหลัก หรือบนห้างสรรพสินค้า ที่มีการแข่งขันทั้งด้านราคาและคุณภาพของอาหาร อีกทั้งชื่อเสียงของแต่ละร้าน บวกกับระเบียบข้อบังคับที่เข้มงวดบนห้างสรรพสินค้า ทำให้มีผู้ที่ลงทุนธุรกิจนี้ บนห้างสรรพสินค้า ยังมีเป็นกลุ่มน้อย

“สำหรับทางด้านการตลาด เจฟเฟอร์สเต็กมีการโฆษณาทั้งทางสื่อวิทยุ นิตยสาร และเว็บไซต์ ที่เกี่ยวกับอาหารและสุขภาพ และการส่งเสริมการขายภายในร้าน ได้จัดทำแผ่นพับและใบปลิวสำหรับแจก รวมทั้งวางกลยุทธ์ด้าน CRM เพื่อตอบสนอง WOM ตามความต้องการของผู้บริโภคไว้ด้วย“ นาย สหรัฐ กล่าว

ขณะนี้เจฟเฟอร์สเต็ก กำลังทำการเปิดโฮมเพจอย่างเต็มรูปแบบ ที่มีความทันสมัย ใช้เทคโนโลยีในการสื่อสารแบบสองทาง (Two - way communications) เน้นกราฟฟิคสีสันสดใส ทั้งภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว สามารถเลือกรับข้อมูล ประวัติความเป็นมา รายการส่งเสริมการขาย ความรู้เกี่ยวกับด้านโภชนาการ สาระนั้นๆ ได้ทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ และเพิ่มเกมส์คอมพิวเตอร์ เพื่อการพัฒนาสมองสำหรับเด็ก รวมทั้งชุดเมนูอาหาร ที่จะเปิดให้บริการสั่งอาหารออนไลน์ได้ ดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ <http://www.jeffersteak.com>