

“เซเว่นแคตตาล็อก” ประกาศมุ่งส่งเสริมธุรกิจ SMEs ตั้งเป้าปี 56 ยอดขายเติบโต 30%

นายอำพา ยงพิศาลภพ รองกรรมการผู้จัดการ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ผู้บริหารเซเว่นแคตตาล็อกเปิดเผยว่า กิจการของเซเว่นแคตตาล็อกได้ก้าวขึ้นสู่ปีที่ 14 แล้วและมียอดขายเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยปีที่ผ่านมามีอัตราการเติบโตมากกว่า 40% เนื่องจากตลาดอยู่ในช่วงของการขยายตัว ผู้บริโภคมีความมั่นใจกับสถานการณ์เศรษฐกิจของประเทศประกอบกับการใช้กลยุทธ์สร้างช่องทางการตลาดที่หลากหลาย และการส่งเสริมการขาย ปัจจุบันมีการทำการตลาดผ่านทาง Mail Order, ผ่านช่องทางร้านสาขา รวมไปถึงการขายผ่านเว็บไซต์ www.7catalog.com พร้อมด้วยบริการลูกค้าผ่าน Call Center 0-2711-7755 ตลอด 24 ชั่วโมง



“เซเว่นแคตตาล็อกยังคงมุ่งเน้นสนับสนุนสินค้าของคนไทย โดยเฉพาะสินค้าจากผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมหรือ SMEs ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญของเศรษฐกิจไทย และเมื่อนำสินค้าของธุรกิจ SMEs มาจำหน่ายร่วมกับสินค้าต่างๆ จากแหล่งที่มาที่หลากหลาย ทำให้เซเว่นแคตตาล็อกมีส่วนผสมของสินค้าที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี ซึ่งสินค้ากลุ่มหลักๆ ที่ เซเว่นแคตตาล็อกนำเสนอให้ลูกค้าเป็นสินค้าที่เกี่ยวข้องกับความสวย ความงาม และสินค้าที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน”

ปัจจุบันมีคู่ค้าที่เป็น SMEs กว่า 40% และคาดว่าจะเพิ่มเป็น 60% ภายในปี 2556 นอกจากนี้ในการพัฒนาคู่ค้าหรือซัพพลายเออร์ เซเว่นแคตตาล็อกได้ร่วมกับสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (PIM) มอบทุนการศึกษาให้แก่คู่ค้าของเซเว่นแคตตาล็อกเรียนหลักสูตร MBA in Retail Business Management (วิชาเอกการจัดการธุรกิจค้าปลีก) และ MBA in Logistics Management (วิชาเอกการจัดการโลจิสติกส์) เพื่อช่วยพัฒนาบุคลากรให้ซัพพลายเออร์อีกด้วย

สำหรับทิศทางการทำธุรกิจของเซเว่นแคตตาล็อกในปี 2556 นายอำพากล่าวว่า จะมุ่งเน้นไปที่การเข้าถึงลูกค้าด้วยช่องทางการจำหน่ายที่หลากหลาย และการทำตลาดที่มุ่งเน้นลูกค้าเฉพาะรายมากขึ้น เน้นทั้งกรุงเทพและต่างจังหวัด ซึ่งยังคงมีกำลังซื้ออย่างต่อเนื่อง สินค้าที่เน้นประโยชน์การใช้สอยภายในบ้าน เครื่องใช้ไฟฟ้า ของตกแต่งบ้าน

สินค้าแฟชั่นสตรี และการสร้างความผูกพันกับลูกค้าผ่านสื่อต่างๆ ที่มีอยู่ ด้วยกลยุทธ์การสื่อสารสองทาง เน้นให้ลูกค้ามีปฏิสัมพันธ์กับเจ้าหน้าที่ผ่านช่องทางต่างๆ เช่น Call Center, Web Site รวมไปถึง Social Networking เพื่อให้การสั่งซื้อและการให้บริการมีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งได้รับการตอบรับจากลูกค้ากลุ่มนี้ค่อนข้างดี ทำให้ฐานลูกค้าของเรามีความหลากหลายมากขึ้นกว่าเดิม รวมถึงการจัดโปรโมชั่นให้กับลูกค้าอย่างต่อเนื่องตลอดปี ในปีนี้จะมีการร่วมกับพันธมิตรที่เป็นบัตรเครดิตมากขึ้น และขยายฐานสินค้าใหม่เข้ามาเพิ่มอีกกว่า 4,000 รายการ โดยในปี 2556 ได้ตั้งเป้าการเติบโตยอดขายที่ 30%

“สำหรับในปี 2558 จะเกิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ **AEC** ผมมองว่า **SMEs** ต้องปรับตัว เพราะฐานการตลาดจะใหญ่ เป็นโอกาสในการขยายตลาดข้ามแดนทั้งในรูปแบบการขยายฐานการผลิตและช่องทางการค้าออนไลน์เมื่อยุคการค้าไร้พรมแดน การเคลื่อนย้ายทุน โนว์ฮาวน์การจัดการต่าง ๆ ผู้คนที่เข้าออกได้อย่างอิสระ อำนาจการซื้อก็จะเพิ่มมากขึ้นด้วย เพราะฉะนั้น **SMEs** ต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเอง เพื่อรองรับกลุ่มเป้าหมาย **AEC** ด้วยการขายสินค้าที่เหมาะสม มีความแตกต่างและตรงตามความต้องการของลูกค้าแต่ละตลาดของ **AEC**” นายอำพากล่าว