

เปิดตัวน้องใหม่มาแรงแบรนด์เอสเซนส์ (essence) จากประเทศเยอรมัน พร้อมรุกตลาดเครื่องสำอางใน ไทย ชูจุดเด่นนวัตกรรมอินเทรนด์ ในราคาที่คุ้มค่า

บริษัท แฟชั่นควีน เปิดตัวแบรนด์เอสเซนส์ (essence) เครื่องสำอางชั้นนำจากประเทศ



เยอรมันน้องใหม่มาแรง เดินหน้ารุกตลาดเครื่องสำอางในไทย ประเดิมจัดกิจกรรมพิเศษร่วมกับ สห มงคลฟิล์มอินเตอร์เนชั่นแนลเปิดตัวเมคอัพคอลเลคชัน “the exclusive twilight saga make-up collection” พร้อมการเปิดฉายรอบพิเศษภาพยนตร์เรื่องแวมไพร์ ทไวไลท์ 4 เบรกกิ้ง ดอว์น ภาค 2 ย้ำมั่นใจด้วยคุณภาพของสินค้า ราคาที่คุ้มค่า แผนการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่ายที่ครอบคลุมทั่วประเทศจะช่วยผลักดันยอดขายได้ประมาณ 100 ล้านบาทช่วงปีแรก

นางสาวอาทิตย์ยา ดิถีเพ็ญ กรรมการผู้อำนวยการ บริษัท แฟชั่นควีน จำกัด บริษัทนำเข้าเครื่องสำอางแฟชั่นชั้นนำของไทย เปิดเผยว่า “บริษัทประสบความสำเร็จด้านธุรกิจนำเข้าเครื่องสำอางมาตั้งแต่ปี 2552 เริ่มต้นจากการนำเข้าแบรนด์คิสมี (Kiss Me) จากประเทศญี่ปุ่นซึ่งได้รับการตอบรับจากกลุ่มลูกค้าสาวไทยเป็นอย่างดี และล่าสุดบริษัทพร้อมเปิดตัวเอสเซนส์ (essence) แแบรนด์เครื่องสำอางชั้นนำจากประเทศเยอรมัน โดยจุดเด่นของเครื่องสำอางเอสเซนส์คือเป็นสินค้าที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน และได้รับการยกย่องให้เป็นแบรนด์ชั้นนำของสินค้าประเภทเครื่องสำอางในยุโรป มีฐานการผลิตหลักอยู่ในประเทศแถบยุโรป (Europe Quality) โดดเด่นด้วยนวัตกรรมอินเทรนด์ทั้งด้านคุณภาพ รูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัยในราคาที่คุ้มค่า อีกทั้งยังได้รับการยอมรับจากกลุ่มลูกค้าและผู้ใช้ทั่วโลก มีวางจำหน่ายมากกว่า 60 ประเทศทั่วโลก”

สำหรับกลุ่มเป้าหมายของเครื่องสำอางเอสเซนส์ในไทยจะเน้นทำตลาดไปที่กลุ่มลูกค้าผู้หญิงหรือสาว ๆ ที่น่ารัก และรักแฟชั่น อายุระหว่าง 15 – 40 ปี ส่วนแผนกิจกรรมช่วงเปิดตัวนี้จะเน้นประชาสัมพันธ์ แแบรนด์เอสเซนส์ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นโดยผ่านสื่อโฆษณาต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น นิตยสารแฟชั่นชั้นนำของไทย ประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ บริษัท และบนหน้าเฟซบุ๊ก แฟนเพจ www.facebook.com/essencethailand รวมถึงการจัดกิจกรรมร่วมกับภาพยนตร์ใหม่ๆ เพื่อออกสินค้า Trend Edition โดยล่าสุดเครื่องสำอางเอสเซนส์ร่วมกับสหมงคลฟิล์มอินเตอร์เนชั่นแนลจัดกิจกรรมสุดพิเศษกับการเปิดฉายภาพยนตร์เรื่องแวมไพร์ ทไวไลท์ 4 เบรกกิ้ง ดอว์น ภาค 2 ด้วยเมคอัพคอลเลคชัน “the exclusive twilight saga make-up collection” เพียงชวนเพื่อนๆ แอนด์เดอะแก๊งค์ให้ได้

4 สาว ชื่อบัตรชมภาพยนตร์ รับสิทธิ์แต่งงานในสไตล์แวมไพร์สาว พร้อมรับชุดกิ๊ฟเซ็ท "Limited Edition" essence the twilight make up มูลค่า 1,200 บาทฟรีทันที 1 ชุด

นางสาวอาทิตยา กล่าวเพิ่มเติมว่า “บริษัทพร้อมวางจำหน่ายเครื่องสำอางเอสเซนส์ผ่านโมเดิร์นเทรด อาทิ วัตสัน บิวตี้ เทสโก้ โลตัส และห้างสรรพสินค้าชั้นนำ อาทิ สยามพารากอน ดิเอ็มโพเรียม เดอะมอลล์ ดีพาร์ทเมนท์ สโตร์ ร้านซุรุสะ (Tsuruha) ร้านคาร์มาร์ท (Karmart) และร้านขายเครื่องสำอางชั้นนำทั่วไป และในปีหน้าบริษัทมีแผนจะเปิดช่องทางสั่งซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์เพื่อขยายการบริการให้ครอบคลุมและเพิ่มความสะดวกสบายให้กับกลุ่มลูกค้ามากขึ้นด้วย”

“สำหรับพฤติกรรมในการเลือกซื้อเครื่องสำอางของสาวไทยในปัจจุบันนั้นรู้จักเลือกซื้อเครื่องสำอางที่เหมาะสมกับตัวเองมากขึ้น และยังคงให้ความสำคัญความคุ้มค่า คุ้มค่า และสามารถตอบสนองไลฟ์สไตล์ของตัวเองได้ รวมทั้งเกาะกระแสกับแบรนด์ที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับ โดยปัจจัยหลักที่สำคัญในการเลือกซื้อเครื่องสำอางคือ ชื่อเสียงของแบรนด์ คุณภาพของสินค้าและราคาที่คุ้มค่า”

“ทั้งนี้จากการรวบรวมข้อมูลของกรมศุลกากรสรุปเรื่องตัวเลขการนำเข้าสินค้าประเภทเครื่องสำอาง ปี 2554 มีมูลค่ารวมประมาณ 16,674.72 ล้านบาท ขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2553 ประมาณ 12.40 % แม้ว่าตลาดเครื่องสำอางในไทยโดยรวมจะมีการขยายตัวและมีการแข่งขันสูง แต่บริษัทเชื่อมั่นในเรื่องคุณภาพและชื่อเสียงของแบรนด์เอสเซนส์ที่ประสบความสำเร็จและได้รับการยอมรับจากกลุ่มผู้ใช้ทั้งในยุโรปและทั่วโลกมาแล้ว รวมทั้งความเป็นผู้นำทางด้านแพชั่นแห่งสีสกินและเมคอัพเทรนด์ ด้วยความหลากหลายของประเภทสินค้าที่สามารถตอบสนองทุกไลฟ์สไตล์ ในราคาที่คุ้มค่า รวมถึงช่องทางการจัดจำหน่ายที่ครอบคลุมทั่วประเทศช่วยให้กลุ่มลูกค้าหรือผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อได้อย่างสะดวก จากแผนการตลาดที่วางไว้คาดว่าจะช่วยผลักดันยอดขายเครื่องสำอางเอสเซนส์อยู่ที่ประมาณ 100 ล้านบาทสำหรับการเข้ามาทำตลาดในช่วงปีแรกนี้” **นางสาวอาทิตยา กล่าวสรุป**