

เหนือความคาดหมาย 3 เคน์เตอร์แบรนด์ดัง Juvena, Declare และ Marlies Moller ฝ่าวิกฤติ ช่วง COVID-19 ฉลุย ยอดขายเติบโตกว่า 300%



วันที่ 4 มิถุนายน 2563 – ว่าที่ร้อยตรีหญิงเจนนิเฟอร์ มาบางครุ หัวหน้าผู้อำนวยการบริหารแบรนด์ เผยกลยุทธ์การฝ่าวิกฤติช่วง COVID-19 ของ 3 เคน์เตอร์แบรนด์ดัง คือ แบนด์สกินแคร์ชะลอวัยและลดเลือนริ้วรอย จูวีนา ออฟ สวิสเซอร์แลนด์ (Juvena of Switzerland) สกินแคร์สำหรับผิวบอบบางและแพ้ง่าย ดีคาเร่ ออฟ สวิสเซอร์แลนด์ (Déclaré of Switzerland) และพรีเมียมแฮร์แคร์ แบนด์ มาร์ลี มอลเลอร์ (Marlies Möller) ดังนี้

คุณเจนนิเฟอร์เล่าว่า “เริ่มแรกที่ได้ทราบข่าวว่ามีไวรัส COVID-19 ระบาดจน WHO ต้องประกาศให้ยกระดับจาก Epidemic เป็น Pandemic ซึ่งถือว่าเป็นโรคที่ระบาดไปทั่วโลก ก็ได้รับวางแผนจัดการไว้ล่วงหน้าก่อนเลยว่าหากภายใน 2 ปีจะต้องเจอยอดขายสินค้าที่ตกฮวบลงมากจะต้องทำอย่างไรบ้าง เพราะโรคระบาดไม่สามารถหายไปได้ในเวลาอันรวดเร็ว เรามีคำกล่าวกันว่าประวัติศาสตร์มักจะซ้ำรอย ส่วนตัวชอบอ่านหนังสือประวัติศาสตร์ซึ่งนับว่าเป็นผลดีในการบริหารธุรกิจมากในเวลาเกิดเหตุการณ์ที่ไม่คาดฝันขึ้น จากนั้นได้วางแผน Plan A B C D จัดลำดับสิ่งที่ต้องทำเป็นระยะ ๆ ตลอด 2 ปีนี้จนเสร็จภายในเวลา 3 วันเพื่อกันเหนียวไว้ก่อน เพราะเราไม่เคยได้เรียนในห้องเรียนมาว่า หากเกิดโรคระบาดขึ้นแล้วธุรกิจจะต้องปรับตัวอย่างไรบ้าง แต่ผู้บริหารที่เก๋เกมส์ต้องนำพองค์กรและธุรกิจให้รอดไปได้ทุกสถานการณ์ เราจึงต้องเริ่มจากการวางแผนที่ดีและใจต้องพร้อมสู้ด้วย”

Q : “กลยุทธ์ใดบ้าง ที่ทำให้แบรนด์ JUVENA, DECLARE, MARLIES MOLLER มียอดขายเติบโตได้กว่า 300% ในช่วง COVID-19”

“อย่างแรกคือ เราวางตัวเองเป็น High-End Brands ที่ตอบสนองลูกค้ากลุ่ม Niche Market ค่ะ คำว่า Niche ไม่ใช่ขายน้อย ตลาดเล็ก ๆ แบนด์เล็ก ๆ เหมือนที่บางคนคิดเข้าใจตอนเรียนวิชาการตลาด แต่ Niche Market ในที่นี้คือการบริการที่ดีโดยแบรนด์ดูแลใส่ใจลูกค้าแต่ละท่านเป็นรายบุคคลอย่างเป็นพิเศษ แม้จะซื้อชิ้นเดียว เราก็บริการอย่างดีที่สุด จัดจําลูกค้าได้ ทีมของเรายินดีบริการจากใจ กฎเหล็กของเราเลยคือเราไม่ดูถูกลูกค้า ไม่ว่าลูกค้าจะแต่งตัวไม่ดีพูดเสียงเหน่อน่ารักขนาดไหน ล้วนไม่ใช่ปัจจัยหลักที่ทีมของเราจะใช้ตัดสินกำลังซื้อของผู้อื่นเลยคะ ถ้าลูกค้าติดต่อมาอยากซื้อสินค้ากับเรา เราเต็มใจที่ให้ข้อมูลตรงไปตรงมา พูดจาด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใส แม้ลูกค้าจะโทรมาสั่งของ 5 หุ่ม-เที่ยงคืน หากทีมยังไม่นอน ทุกคนก็จะช่วยกันรีบอร์เดอร์ ช่วยกันเพิ่มยอดขาย

บางที 3-ตี 4 ลูกค้าทักมาใน LINE ส่วนตัวแล้วเรายังไม่ได้นอน เจนก็ช่วยรีบอร์เดอร์ลูกค้า VIP เองเลยคะ (หัวเราะ) เรามีฐานแฟนคลับของแบรนด์ที่รู้จักกัน กลายเป็นเพื่อนกันไปหลายท่าน เนื่องจากแบรนด์ของเรายังถือว่าเป็นน้องใหม่ในประเทศไทย เนื่องจากเพิ่งนำกลับมาวางจำหน่ายอีกครั้งในปี 2562 แม้ในต่างประเทศจะวางจำหน่ายมากว่า 60 ปีแล้ว เรายังคงต้องเรียนรู้จากลูกค้า รับฟังลูกค้าให้มาก บางทีลูกค้าเสนอแนะ ดิชม วางแผนการตลาดให้ด้วย เราชอบมากคะ นอกจากนี้ทีมงานของเราทุกคน ยินดีให้ LINE ส่วนตัว เบอร์โทรศัพท์มือถือส่วนตัว บางครั้งเรารู้จักลูกค้ามากจนกระทั่ง รู้ว่าลูกค้าอยู่บ้านกับใครบ้าง ส่งของขวัญไปส่งลูกค้าประจำซื้ออะไร หัวหน้าไปรษณีย์เขตจะนำจ่ายก็โหม่ง จนเราสามารถสร้างฐานลูกค้าประจำได้ระดับหนึ่งในเวลาอันรวดเร็วคะ”

“อย่างที่สอง คือ ทีมที่ดี ทีมงานต้องมีคุณภาพ ไม่ต้องมีเยอะ แต่ทีมต้องมีใจ และเป็นทีมสมัยใหม่ที่บริหารจัดการได้ด้วยตนเอง พร้อมทั้งทำงานได้อย่างหลากหลาย กล้าคิด กล้าทำ กล้าตัดสินใจแทนเราได้ทั้งหมด

องค์กรของเราเป็นองค์กรล้ำสมัย รูปแบบโครงสร้างองค์กรแบบพิเศษที่เราออกแบบขึ้น คือ ทุกคนสามารถบริหารแบรนด์ร่วมกัน ออกความคิดเห็น ชี้ปัญหา ตําหนดิชมกันได้หมดทุกระดับ เราเป็นทีม “Unite as One” ทุกคนรู้จักใจและรู้จักจริง ทีมหนึ่งคนจะรู้ตั้งแต่การจัดวางสินค้าในคลัง การแพ็คของ การนำเข้าสินค้า กฎหมายเกี่ยวกับอาหารและยา การตอบแชทลูกค้า การบริหารสินค้า การออกไปกํากับภาษี การออกไปเสร็จรับเงิน การส่งภาษีซื้อ-ภาษีขาย การบริหารองค์กร เพราะเวลาเราเห็นภาพรวมของแบรนด์และภาพรวมขององค์กร แต่ละคนจะมีไอเดียไอเดียที่ฟ และเข้าใจการทำงานตั้งแต่ต้นจนจบ ซึ่งเป็นข้อดีอย่างยิ่งในช่วง COVID-19 เพราะหากมีคนที่ Work from Home อีกคนสามารถทำงานแทนได้ทุกอย่างตลอดเวลาได้อย่างเต็มที่ โดยไม่ต้องรอกันและงานไม่สะดุด รวมทั้งทุกคนสามารถเสริมงานซึ่งกันและกัน เช่น คนหนึ่งงานเสร็จแล้ว ก็ไปช่วยงานคนนั้นต่อ ไม่มีช่วงว่างเพราะทำงานเสร็จแล้ว เราต่างช่วยเหลือกันและกันคะ ถ้างานเสร็จคืองานต้องเสร็จทั้งทีม ไม่ทิ้งใครไว้หน้าคนเดียวเบื้องหลังคะ

อีกสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งยวด ในการบริหารทีมคือ เราเคารพในเวลาของทุกคนมาก ๆ หากเป็นช่วงวันหยุด หรือใกล้เวลาเลิกงานแล้ว จะไม่มีการติดตามงานใด ๆ ทั้งสิ้น ทุกคนยอมมีงานอดิเรก มีชีวิตส่วนตัวที่อยากจะใช้ มีครอบครัว

ที่อยากจะทำอยู่ด้วย และการนอนหลับพักผ่อนอย่างเพียงพอเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพงานและทักษะการประมวลผลในสมองของมนุษย์ที่ดีที่สุดค่ะ”

“อย่างที่สอง คือ การควบคุมต้นทุนการโฆษณาที่ดีที่สุด สินค้าที่คุณภาพดีในตัวเอง แบรินด์ที่ลูกค้าใช้แล้วประทับใจอยากจะทำซ้ำ คือการโฆษณาที่ดีและยั่งยืนที่สุด หลายแบรนด์ประสบปัญหาวิกฤติทางการเงินทั้งที่มียอดขายเป็นสิบล้านต่อปี แต่ท้ายที่สุดเมื่อหักค่าใช้จ่ายแล้ว ยอดขายกลายเป็นติดลบค่ะ

การโฆษณาของแบรนด์สกินแคร์และแฮร์แคร์ นับเป็นการปลุกกระแสให้ผู้บริโภคชั้นสุดท้ายอย่างหนึ่ง เนื่องจากผู้ขายต้องใส่ราคาต้นทุนโฆษณาเหล่านั้นไว้ในราคาขายปลีก พวกเราต่างตระหนักดี เนื่องจากเราเป็นนักการตลาด และเป็นผู้บริโภคด้วยในขณะเดียวกัน สิ่งการตลาดต้องการคือ สินค้าคุณภาพดี ในราคาที่เหมาะสม ไม่แพงจนเกินไป ไม่ปลุกกระแสตรงนี้ให้ผู้บริโภคเยอะ เราพยายามควบคุมค่าโฆษณาให้น้อยที่สุด และควบคุมราคาสินค้าให้เท่ากับราคาปลีกที่ฝั่งยุโรป เพื่อลูกค้าไม่ต้องบินไปซื้อ เรานำเข้าล็อตใหญ่และจ่ายภาษีนำเข้า ภาษีมูลค่าเพิ่มให้ประเทศไทยอย่างถูกต้อง มาช่วยอุดหนุนกันดีกว่าค่ะ ในเมื่อราคาเท่ากันแล้ว ลูกค้าก็ไม่ต้องมีความจำเป็นต้องไปหิ้วมาให้เหนื่อยเลยคะ เรายกแบรนด์ดีๆ มา พร้อมจัดส่งถึงบ้านลูกค้าฟรีในช่วง COVID-19 ค่ะ”

“อย่างทีี่สี่ คือ สินค้าขายได้ด้วยตัวเอง ส่วนใหญ่ลูกค้าเข้ามาหาเราทั้งทางช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ด้วยการแนะนำและบอกต่อ ๆ กันว่าสินค้านี้มีคุณภาพดีและสมราคาค่ะ

แบรนด์จูวีน่า ออฟ สวิสเซอร์แลนด์ (Juvena of Switzerland) มีชื่อเสียงมายาวนานกว่า 66 ปี ด้วยเทคโนโลยี SKINNOVA SC ซึ่งเป็นเทคโนโลยีเดียวกับที่คุณหมอใช้รักษาและฟื้นฟูผิวหนังที่ถูกไฟไหม้ให้กลับมาดีอีกครั้งหนึ่ง มีฐานลูกค้ากลุ่ม 50+ และกลุ่มดารา เซเลบริตี้ที่เหนียวแน่นมาก สินค้าที่ขายดีที่สุดคือ JUVENA MIRACLE BOOST ESSENCE SKIN NOVA SC CELLULAR 125ml ราคา 5,490 บาท เป็นน้ำตบที่แปลกใหม่ ไม่ซ้ำใคร มีลักษณะน้ำ ESSENCE ที่เป็นเอกลักษณ์ ฟื้นฟูบำรุงรีร้อยได้ในเวลาอันรวดเร็ว

แบรนด์ดีเคาเร่ ออฟ สวิสเซอร์แลนด์ (Déclaré of Switzerland) เป็นสกินแคร์สำหรับผู้มีผิวบอบบางและแพ้ง่ายโดยเฉพาะ ช่วยประโลมผิวด้วย SRC Complex (Sensitivity Reducing Complex) มีจุดเด่นคือเสริมสร้างการบำรุงเสริมสร้างความแข็งแรงให้แก่ผิวที่แพ้ง่ายให้แข็งแรงขึ้น ผิวหน้าก็เหมือนการสร้างบ้าน หากได้รับการบำรุงที่เหมาะสม เติมน้ำให้แก่ผิวดังการทยอยเรียงก้อนอิฐที่มั่นคงลงไปบนฐานราก ผลลัพธ์คือ บ้านหรือผิวหน้าของเราก็จะแข็งแรงและไม่กลับมาแพ้อีกค่ะ สินค้าที่ขายดีของเราคือ DECLARE SKIN MEDITATION SOOTHING & BALANCING CREAM 50ml ราคา 2,500 บาท เป็น MUST HAVE ITEM ประจำของสาววัยใส และสาวออฟฟิศที่ต้องเจอรังสียูวีจากคอมพิวเตอร์ และเจอความเครียดจากการอ่านหนังสือเป็นประจำ เพราะจะช่วยปลอบประโลมผิว ให้ผ่อนคลายราวกับว่า เราได้สอนให้ผิวของเรานิ่งสมาธิเองเป็นเลยคะ คอนเซ็ปต์น่าสนใจมาก ๆ ใช้น้ำหอมละละแบรนด์มาร์ลี มอลเลอร์ (Marlies Möller) ผลิตภัณฑ์บำรุงผมคุณภาพพรีเมียม ที่ให้คุณรู้สึกเหมือนได้เข้าซาลอน

หฐ แม้จะอยู่ที่บ้าน โดยพระเอกของมาร์ลี มอลเลอร์คือหฐที่ดีที่สุดในโลก ซึ่งเป็นหฐชายดีที่มียอดขายอันดับ 1 ในทุกร้านทุกประเทศตอนนี้ละ หฐทำจากไม้ Birch อายุใช้งานกว่า 10 ปี และนางเอกของแบรนต์คือ แซมพู คอนดิชันเนอร์และสเปรย์โกลเด็นท์คาเวียร์สุดหฐ ที่จะโซโลมผิวหนังศีรษะและผมคุณด้วยทองคำแท้พร้อมๆไปกับสารสกัดจากไขปลาคาเวียร์ตั้งสระผมอยู่ในวังทอง เมื่อก่อนนี้เฉพาะราชินีกุลในวังเท่านั้นที่จะได้มีโอกาสอาบหน้า สระผมด้วยทองคำนะคะ ปัจจุบันเรายุคเสรีนิยมประชาธิปไตย เรามาสระผมด้วยทองคำกันคะ ผ่อนคลายสุดๆ ไปเลย”

“เจนชอบสินค้าที่บริษัทฯ ของเราจำหน่ายมากคะ มีความสุขทุกครั้งที่ได้เห็น ได้จับ ได้ใช้ ได้มอง Juvena Declare วางอยู่หน้าโต๊ะเครื่องแป้ง มอง Marlies Moller วางอยู่ในชั้นอาบหน้ากับชั้นกระจกแต่งตัวเหนืออ่างล้างหน้ากับหฐใจ เราจะรู้สึกที่เราหัวใจเป็นไทยอยู่เมืองไทยอันอุดมสมบูรณ์ แต่ได้ใช้ของดีมีคุณภาพมีมาตรฐานสูงลิบจากประเทศสวิสเซอร์แลนด์ อยากให้ลูกค้าลองจินตนาการถึงธนาคารสวิสและนาฬิกาสวิสที่มีความเที่ยงตรงสูงที่สุดในโลก ผลิตภัณฑ์ทั้ง 3 แบรนต์นี้ก็แจกเช่นเดียวกัน กำเนิดจากแหล่งน้ำบริสุทธิ์บนเทือกเขาสวิสเซอร์แลนด์ บรรจูล้ำแพ็คเกจจึงสวยงามใ้ช้ง่าย โดยสารมาถึงเมืองไทย และจัดส่งถึงหน้าบ้านของลูกค้าช่วง COVID-19

ลูกค้าบอกว่าลิ้มความเครียดไปเลยคะ นำเวลา Work from Home ที่มีเวลาเยอะ ใช้ประโลมผิวให้ครบทุกสูตร ครบทุกได้ทีก็ช่วงนี้แหละคะ

บริษัท มาบางครุ จำกัด ของเราก่อนข้างมั่นใจกับการเติบโตของทั้ง 3 แบรนต์ครั้งนี้มาก ยอดขายที่เติบโตกว่า 300% ท่ามกลางวิกฤติ COVID-19 เป็นผลลัพธ์อันน่าพอใจที่เหนือความคาดหมายของเรามาก แต่ทุกเบื้องหลังความสำเร็จก็มีทีมงานที่ดี มีการเตรียมตัววางแผนที่ถูกต้องอยู่คะ

อยากให้ทุกท่านลองนำกลยุทธ์ 4 ประการที่เจนได้ฝากไว้ ทั้งเรื่องการบริการที่ดี ทีมงานที่ดี การควบคุมต้นทุนค่าโฆษณาให้เหมาะสมและการพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพดีจนลูกค้าพึงพอใจและกลับมาซื้อซ้ำ ๆ อีกโดยอัตโนมัติ ไปใช้ในธุรกิจของท่าน เพื่อข้ามผ่านช่วงเวลาอันวิกฤตินี้ไปด้วยกันนะคะ อย่าลืมว่าทุกวิกฤติยังมีโอกาสเปิดประตูคอยอยู่สู้ๆ ค่ะ ทุกคน”

หากท่านผู้อ่านสนใจสินค้าของแบรนต์ JUVENA, DECLARE, MARLIES MOLLER สามารถไปช้อปกันได้ที่ Central Food Retail สาขาชิดลมและเซ็นทรัล เวิลด์ Gourmet Market สาขาสยามพารากอน เอ็มควอเทียร์ บางแคและหัวหิน หรือช้อปผ่านช่องทางออนไลน์ได้ที่ Central Online Shopping, Robinson Online Shipping, King Power Online Shopping, LazMall, Shopee Mall, JD Central และ FB: Juvena Thailand, Declare Thai-land, Marlies Moller Thailand ท่านผู้อ่านสามารถไปลองพิสูจน์คุณภาพของสินค้าทั้ง 3 แบรนต์ที่ฝ่าวิกฤติ COVID-19 ไปฉลุยซิลๆ กันได้ ณ บัดนาวคะ!