“เอส.ซี.เอส.” เปิดกลยุทธ์ลุยศึก “แบ็คทูสคูล” โหมตลาด 360 องศา บุกตลาด “Omni Channel” (ออมนิ ชาแนล) เต็มตัว

“เอส.ซี.เอส.” เปิดกลยุทธ์ลุยศึก “แบ็คทูสคูล” โหมตลาด 360 องศา บุกตลาด “Omni Channel” (ออมนิ ชาแนล) เต็มตัว

“เอส.ซี.เอส.” พร้อมโหมศึกชิงเจ้าตลาด “แบ็คทูสคูล” ก่อนเปิดเทอม งัดกลยุทธ์ตลาด 360 องศา ทั้งออฟไลน์ และออนไลน์ ทุ่มงบกว่า 50 ล้านบาท บุกตลาด Omni Channel” (ออมนิ ชาแนล) เต็มตัว พร้อมโปรโมทสินค้าแบบครบวงจร มุ่งเจาะเพจขายรองเท้าออนไลน์ www.breaker-shoes.com อัดโปรโมชั่นแจกไอโฟนทุกสัปดาห์ แถมดันพรีเซ็นเตอร์คนใหม่ล่าสุด IRONBOY และ Chitswift ผู้ชนะเลิศจากการแข่งขัน The Rapper Thailand เพื่อตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์วัยรุ่นชายเข้าใจวัยโจ๋ของรองเท้า “เบรกเกอร์ เอ็กซ์” พร้อมอัดแคมเปญสุดจี๊ด Breaker แจกใจๆ ซื้อรองเท้าในเว็บไซต์ได้ 3 ต่อ! หวังดันยอดขายปี 62 โต 10%

นายวิษณุ วงศ์วีระนนท์ชัย รองกรรมการผู้จัดการ บริษัท เอส.ซี.เอส. สปอร์ตสแวร์ จำกัด ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายรองเท้าผ้าใบ รองเท้าแฟชั่น รองเท้ากีฬาและรองเท้านักเรียน ภายใต้ชื่อ ป๊อปทีน, แคทช่า และ เบรกเกอร์ เปิดเผยว่า บริษัท รองเท้า เอส.ซี.เอส. จำกัด เริ่มก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2518 เราเริ่มจากการเป็นผู้รับผลิตรองเท้ารายเล็กๆ ในธุรกิจ ปัจจุบันเราเติบโตมีบริษัทในเครือ 8 บริษัท สามารถขยายกำลังการผลิตมีโรงงานผลิตรองเท้าทั้งหมด 5 แห่ง ใน 4 จังหวัด เพื่อรองรับการผลิตรองเท้าทุกประเภท โดยเน้นที่รองเท้านักเรียนและรองเท้ากีฬา ซึ่งแบรนด์ที่เป็นที่รู้จักและเป็นที่นิยมได้แก่ รองเท้าผ้าใบเบรกเกอร์ รองเท้ากีฬาเบรกเกอร์ รองเท้านักเรียนป๊อปทีน และ รองเท้านักเรียนแคทช่า

นอกจากรองเท้านักเรียนแล้ว บริษัทมีแผนจะพัฒนาสินค้า Breaker X รุ่นใหม่ๆ เพื่อจำหน่ายในช่องทางออนไลน์อย่างต่อเนื่อง เพื่อขยายฐานลูกค้าใหม่ๆ และสร้างเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้กับแบรนด์ นอกจากนี้แล้วยังมีแผนพัฒนารองเท้าสำหรับกีฬาฟุตซอล เนื่องจากเป็นกีฬาที่กำลังได้รับความนิยมในปัจจุบัน

และในปี 2562 นี้ บริษัทได้ทุ่มงบกว่า 50 ล้านบาท เพื่อทำตลาดรองเท้าต้อนรับเปิดเทอมนี้ทั้งรองเท้านักเรียนที่มีครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะกลุ่มรองเท้าผ้าใบ (Sneaker) ที่พบว่ายังมีความต้องการอยู่เป็นจำนวนมาก เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการและเป็นการเพิ่มตัวเลือกให้กับผู้บริโภค บริษัทฯ จึงได้ออกแบบและสร้างสรรค์

รองเท้าผ้าใบเบรกเกอร์ (Breaker) ขึ้นมา โดยในปีนี้ บริษัทได้IRONBOY และ Chitswift ผู้ชนะเลิศจากการแข่งขัน The Rapper Thailand มาเป็นพรีเซ็นเตอร์ เพื่อเป็นการตอกย้ำภาพลักษณ์ที่แข็งแกร่งของเบรกเกอร์ ทำให้รองเท้าผ้าใบเบรกเกอร์ เป็นที่รู้จักและได้รับการตอบรับด้วยดีอย่างต่อเนื่อง

“เบรกเกอร์ ผลิตรองเท้าภายใต้แนวคิด สนับสนุนให้ทุกคนกล้าลงมือทำ เพราะเราเชื่อว่าประสบการณ์ไม่ได้มาจากความกล้า แต่มาจากการลงมือทำ ผลงานไม่ได้มาจากแค่การมีความคิดที่ดี แต่คือการลงมือทำในสิ่งที่คิด เบรกเกอร์จึงได้พัฒนารองเท้าที่รองรับทุกรูปแบบของชีวิต เพื่อสนับสนุนให้ทุกคน “ชีวิตสั่งได้” ในแบบของคุณ” นายวิษณุกล่าว

นายวิษณุ กล่าวต่อไปว่า เบรกเกอร์ ได้เล็งเห็นโอกาสทางการตลาดในช่องทางใหม่ๆ ที่โดนใจกลุ่มเป้าหมายในช่วงอายุระหว่าง 15 ถึง 30 ปี ในช่องทางออนไลน์ จึงได้เลือกพรีเซ็นเตอร์คนใหม่ล่าสุดของ Campaign Breaker X คือ IRONBOY และ Chitswift ผู้ชนะเลิศจากการแข่งขัน The Rapper Thailand เพื่อพุ่งจับกลุ่มเด็กวัยรุ่นชายที่ชัดเจน เข้าใจวัยโจ๋ อย่างแท้จริง และพร้อมกันนี้เรายังได้ส่งเสริมการตลาด และโฆษณาในช่องทางออฟไลน์ เพื่อหนุนยอดขายให้กับพันธมิตรที่มีมากกว่า 1,500 ดีลเลอร์ทั่วประเทศอีกด้วย

และเพื่อเป็นการตอบแทน และคืนกำไรให้กับลูกค้า ในปี 2562 นี้ ทางรองเท้าผ้าใบ เบรกเกอร์ จึงได้จัดแคมเปญ “Breaker แจกใจๆ” เมื่อซื้อรองเท้าในเว็บไซต์ www.breaker-shoes.com ได้ถึง 3 ต่อ! โดย ต่อที่ 1 : รับทันทีส่วนลด 10% เมื่อสั่งซื้อรองเท้ารุ่น 4X4, BK4P, BK-X (ขาว, ดำ, น้ำตาล), BK13, BK30 ต่อที่ 2 : จัดส่งฟรี! และต่อที่ 3 : ลุ้น iPhone XS Max มูลค่า 43,900 บาทฟรี ! ทุกสัปดาห์ เมื่อสั่งซื้อรองเท้ารุ่น 4X4, BK4P, BK-X (ขาว, ดำ, น้ำตาล) , BK13, BK30 และสุดท้ายแจกรางวัลใหญ่พิเศษ รถจักรยานยนต์ New Honda MSX 125 AJ TH (ZBS) มูลค่า 78,000 บาท จากรายชื่อผู้ที่ทำการสั่งซื้อสินค้าทั้งหมดที่ยังไม่เคยได้รับรางวัลอีกรอบส่งท้ายอีกด้วย

ทางด้าน นางสาวศิริรัตน์ วงศ์วีระนนท์ชัย ผู้อำนวยการฝ่ายสื่อสารการตลาด บริษัท เอส.ซี.เอส. สปอร์ตสแวร์ จำกัด กล่าวเสริมว่า เพื่อตอบสนองพฤติกรรม และไลฟ์สไตล์คนรุ่นใหม่ บริษัทจึงจะปรับช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเข้าถึงลูกค้าได้อย่างทั่วถึง โดยให้ความสำคัญกับการทำตลาดผ่านช่องทางออนไลน์ในปีนี้ ภายหลังจากที่ได้ทุ่มเทกับการสร้างแพลตฟอร์มออนไลน์ในปีที่ผ่านมา ด้วยเพจ www.breaker-shoes.com ให้ลูกค้าได้เข้าถึงสินค้า และกิจกรรมของบริษัทได้ง่ายขึ้น

สำหรับช่องทางจำหน่ายรองเท้าเบรกเกอร์ปัจจุบัน แบ่งเป็นช่องทางเทรดดิชั่นแนล มีสัดส่วนประมาณ 60 % ผ่านช่องทางโมเดิร์นเทรด และห้างสรรพสินค้า 35 % และเพื่อรองรับกับพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิตอล บริษัทจึงสื่อสารผ่านช่องทางจำหน่ายออนไลน์อีก 5 % พร้อมจัดรายการโปรโมชั่นสำหรับลูกค้าที่ซื้อรองเท้าเบรกเกอร์ผ่าน www.breaker-shoes.com ตั้งแต่วันนี้เป็นต้นไปจนถึงวันที่ 9 พฤษภาคม 2562 มีโอกาสชิงรางวัลเป็นมือถือไอโฟนทุกสัปดาห์อีกด้วย

นายวิษณุ กล่าวต่ออีกว่า การช่วงชิงความเป็นผู้นำในตลาดสินค้านักเรียนก่อนเปิดเทอมซึ่งเป็นช่วงที่ผู้บริโภคจะต้องจับจ่ายใช้สอยเครื่องแบบนักเรียน ซึ่งเรามีจุดเด่นในด้านการเป็นผู้นำการผลิตรองเท้านักเรียนแบบครบวงจรสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ตอบโจทย์ในทุกกลุ่มผู้บริโภคที่ครอบคลุมที่สุด สำหรับเด็กนักเรียนในกลุ่มอนุบาลจนถึงประถมต้น ทางบริษัทได้ซื้อลิขสิทธิ์ของ Walt Disney ในกลุ่มของเจ้าหญิงเพื่อตอบสนองเด็กผู้หญิงและกลุ่ม Avengers ไม่ว่าจะเป็นกัปตันอเมริกาหรือไอรอนแมน เพื่อตอบสนองของเด็กผู้ชาย

จากนั้นกลุ่มเด็กประถมศึกษาถึงระดับมัธยมทั้งชาย และหญิง ก็สร้างผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองพฤติกรรมของวัยรุ่น เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเลือกสินค้าได้ตรงตามพฤติกรรม สำหรับสินค้าเพื่อตอบสนองสาววัยใส น่ารัก ก็จะโดนใจในสินค้า รองเท้าป๊อปทีน ตามสโลแกน “ป๊อปทีน..เห็นแล้วปิ๊ง ใส่แล้วป๊อป” และสำหรับสาวเปรี้ยว แสบซ่า ก็จะโดนใจรองเท้าแคทช่า สโลแกน “แคทช่า ซ่าสุดๆ”

ส่วนกลุ่มนักเรียนผู้ชาย รองเท้าผ้าใบ “เบรกเกอร์” ได้พัฒนาแบบให้เลือกหลากหลาย เบรกเกอร์ 4×4 สำหรับสายลุย เท่ห์ , เบรกเกอร์ BK4P สำหรับสายสมัยใหม่ สไตล์แฟชั่นกีฬา และล่าสุด เบรกเกอร์ เอ็กซ์ สำหรับสายสุดขั้วแบบ”ชีวิตสั่งได้”

“ปัจจุบันตลาดรองเท้าในประเทศไทยมีมูลค่าประมาณ 20,000 ล้านบาท แบ่งเป็นรองเท้าแฟชั่นและกีฬาประมาณ 8,000 ล้านบาท รองเท้านักเรียน 5,000 ล้านบาท รองเท้าแตะ 5,000 ล้านบาท ส่วนที่เหลืออีก 2,000 ล้านบาทเป็นรองเท้าประเภทอื่นๆ ทั้งนี้ บริษัทฯ ตั้งเป้ายอดขายของบริษัทในปีนี้จะเติบโต 10 % จากปีก่อน แม้ว่าเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศยังค่อนข้างซบเซาก็ตาม” นายวิษณุ กล่าวสรุปในตอนท้าย