

# “เฮเฟล่ กรุป” ชู “ประเทศไทย” โดดสุดในเอเชีย สวนกระแสเศรษฐกิจโลกซบ เป็นอันดับ 3 ของโลก



“เฮเฟล่ กรุป” ชู “ประเทศไทย” โดดสุดในเอเชีย สวนกระแสเศรษฐกิจโลกซบ เป็นอันดับ 3 ของโลก พร้อมฉลองยิ่งใหญ่ 25 ปี ก้าวสู่ผู้นำตลาดกลุ่มธุรกิจเทคโนโลยีอุปกรณ์ฮาร์ดแวร์ ระบบควบคุมการเข้าออกอาคารตัวจริง

เฮเฟล่ ที่มีจุดเริ่มต้นโดย Adolf Hafele ที่ตัดสินใจตั้งร้านจำหน่ายอุปกรณ์ฮาร์ดแวร์ขึ้นในปี 1923 ที่เมือง Aulendorf ประเทศเยอรมนี ด้วยความเชี่ยวชาญการจัดหาสินค้าให้กับช่างไม้ ช่างต่อตู้และโต๊ะเฟอร์นิเจอร์ จนเป็นที่ยอมรับและสร้างการเติบโตให้กับธุรกิจจากนั้นได้รุกออกไปตั้งสำนักงานขายในต่างประเทศ หนึ่งในนั้นมีประเทศไทยอยู่ในแผนที่ของการลงทุน จนถึงวันนี้ 96 ปี ของการออกเดินในตลาดเยอรมนี และนับเป็น 25 ปี ในประเทศไทยโมเดลและแนวทางการทำงานยังคงสไตล์ไว้อย่างชัดเจนนั่นคือ ก้าวจากเล็กสู่ใหญ่ ค่อยๆ เดิน ค่อยๆ เติบโต โดยมองที่ความยั่งยืนของธุรกิจเป็นหลัก ด้วยสโลแกน “Complete Building Solutions เฮเฟล่ อุปกรณ์ครบ จบทุกเรื่องงานอาคาร” จนปัจจุบัน เฮเฟล่ ทั่วโลกมียอดขายกว่า 1,400 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

นายโพลเคอร์ เฮลสเดิร์น กรรมการผู้จัดการ บริษัท เฮเฟล่ (ประเทศไทย) จำกัด กล่าวว่า การสร้างสินค้านวัตกรรมที่ตอบโจทย์ความต้องการของตลาด เป็นอีกหนึ่งในปัจจัยแห่งความสำเร็จ ด้วยยอดขาย เฮเฟล่ ประเทศไทย สามารถทำได้สามารถรั้งอันดับหนึ่งในเอเชีย ซึ่งจุดเริ่มต้น เฮเฟล่ ประเทศไทย เริ่มตั้งสำนักงานแห่งแรก ที่ถนนพระราม 3 เพื่อสร้างตลาด และรากฐานที่มั่นคงก่อน จากนั้นจึงเริ่มนำเสนอสินค้าและบริการใหม่ๆ ที่ตอบโจทย์ความต้องการ รวมถึงนวัตกรรม และรูปแบบสินค้าที่ทันสมัย ใช้งานง่าย จนถึงปัจจุบัน มีรายการสินค้าที่นำเสนอ

มากกว่า 25,000 รายการ ในปี 2562 ได้มีการลงทุนเพิ่ม ปรับโฉมเฮเฟล่ ดีไซน์ สตูดิโอ สุขุมวิท 64 ใหม่ทั้งหมด และเปิดร้านค้าออนไลน์ ที่ [www.hafelehome.co.th](http://www.hafelehome.co.th)

และในปีนี้ เฮเฟล่ (ประเทศไทย) จำกัด ครบรอบ 25 ปี ถือเป็นย่างก้าวของความเป็นผู้ใหญ่ เป็นปีแห่งการพุ่งทะยานสู่ความสำเร็จ เฮเฟล่เติบโตด้วยประสบการณ์ที่แข็งแกร่ง พร้อมสร้างศักยภาพใหม่ในโลกอนาคต และพร้อมเป็นผู้นำแห่งนวัตกรรมที่ล้ำหน้า เฮเฟล่ขอสัญญาว่าจะดูแล และส่งต่อคุณภาพมาตรฐานเยอรมนี ให้พร้อมตอบโจทย์ความต้องการอย่างใส่ใจ

เพื่อต่อยอดความเป็นผู้นำด้านอุปกรณ์เพื่อบ้าน อาคาร ที่สมบูรณ์แบบ จึงได้จัดจัดโปรโมชันพิเศษ แจกรถยนต์ปอร์เช่ และรางวัลอื่นๆ กว่า 11 ล้านบาท เพื่อเป็นการคืนกำไร และเป็นการขอบคุณความไว้วางใจของคนไทยที่ทำให้ตลอดระยะเวลา 25 ปีที่ผ่านมา เป็น 25 ปี แห่งความผูกพัน

นายโพลเคอร์ กล่าวต่ออีกไปว่า ในปี 62 นี้ เฮเฟล่ (ประเทศไทย) ได้มีการลงทุนครั้งใหญ่ในการขยายคลังสินค้าที่ศูนย์กระจายสินค้า บางนา ตราด ซึ่งเริ่มดำเนินการลงเสาเข็มตั้งแต่ 30 พฤศจิกายน 2561 โดยเพิ่มพื้นที่จาก 10,000 ตรม. เป็น 24,000 ตรม. ทำให้มีความสามารถรองรับสินค้าคงคลังได้มากขึ้น สต็อกสินค้ามากกว่า 25,000 รายการ สำหรับกระจายไปยัง 6 โซนทั่วประเทศได้แก่ กรุงเทพฯ สาขาซอยสุขุมวิท 64 และ สาขาบางโพธิ์, พัทยา, หัวหิน, ภูเก็ต และเชียงใหม่ และตัวแทนจำหน่ายทั่วประเทศ

ปัจจุบัน เฮเฟล่ (ประเทศไทย) มีกลุ่มสินค้าในการทำตลาดอยู่ 4 กลุ่มหลักๆ กลุ่มอุปกรณ์ฮาร์ดแวร์ อาทิ อุปกรณ์ประตู-หน้าต่าง, กลุ่มอุปกรณ์เฟอร์นิเจอร์, กลุ่มสินค้าสุขภัณฑ์และ อุปกรณ์ในห้องน้ำ และกลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัว ในขณะที่เดียวกัน เพื่อที่จะตอบโจทย์งานอาคารที่สมบูรณ์แบบ เฮเฟล่ยังมีหมวดสินค้าย่อย เช่น กลุ่มสินค้าอะลูมิเนียม ประตูบานเลื่อนภายนอกและภายในอาคาร, หิน Caesar stone, อุปกรณ์แสงสว่างไฟ LED, ผ้าม่านเลื่อนแบบจัดเก็บ Moveable wall, เครื่องมือช่าง Hand tools ที่พร้อมจะเป็นตัวเลือกที่ครบครัน ตามสไตล์แกน ของเฮเฟล่ ประเทศไทย คือ “COMPLETE BUILDING SOLUTIONS” หรือ “อุปกรณ์ครบ จบทุกเรื่องงานอาคาร” ทำให้ลูกค้าสามารถจบเรื่องงานบ้าน และอาคารที่เฮเฟล่ได้ทั้งหมด ซึ่งเมื่อเทียบยอดขายทั่วโลกของเฮเฟล่ ประเทศไทยมียอดขายเป็นอันดับที่ 3 ของโลก เมื่อเทียบกับเฮเฟล่ประเทศอื่นๆ และเป็นอันดับที่ 1 ของเอเชีย รองลงมาคือเฮเฟล่ อินเดีย และเฮเฟล่ เวียดนาม

ถึงวันนี้ เฮเฟล่ ยังคงให้น้ำหนักกับตลาด B2B เป็นหลัก สำหรับตลาด B2C ซึ่งผู้บริหารยอมรับว่า แม้จะอยู่ในตลาดไทยเป็นเวลา 25 ปี แต่ตลาด B2C ยังเพิ่งเริ่มต้นในปีนี้ หนึ่งในกลยุทธ์สำคัญคือการรุกเข้าตลาดออนไลน์ เฮเฟล่ได้เล็งเห็นความสำคัญของช่องทาง e-commerce เช่นกัน โดยได้เริ่มพัฒนาทั้งรายการสินค้าและ platform สำหรับ e-commerce โดยผสมผสานแนวคิด O2O, Online to Offline เพื่อนำเสนอสินค้าที่ตอบโจทย์ลูกค้าให้มากที่สุด ซึ่งผลงานในปีของเฮเฟล่ นับว่าเป็นที่น่าพอใจเป็นอย่างยิ่ง โดยมีการเติบโตและตอบรับอย่างดี จากกลุ่มลูกค้า end consumer ดังที่เห็นจากงาน Big Clearance Sale ปีนี้ เฮเฟล่สามารถขายสินค้าในกลุ่ม e-commerce ได้กว่า

4,500 ชิ้น ใน 3 วัน ซึ่งเป็นที่แน่นอนว่า Online เป็นช่องทางที่เฮฟเวอ์ให้ความสำคัญที่ต้องพัฒนาต่อและยังมีโอกาสทางธุรกิจอยู่อีกมาก

นายโพลเคอร์ กล่าวต่อไปอีกว่า ปี 2563 ถือเป็นอีกปีที่เฮฟเวอ์นั้นจะพิสูจน์ความเป็นเลิศในการตอบโจทย์ Complete Building Solutions โดยการนำเสนอนวัตกรรมที่ตอบโจทย์งานอาคาร โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สินค้าภายใต้ Concept Green product (LEED and WELL standard) และ Circular system มากยิ่งขึ้น รักษาช่องทางการขายหลัก ทั้ง ส่วนงานโครงการ, ค้าปลีก และโรงงาน โดยการตอบโจทย์ทั้งด้าน คุณภาพสินค้า ความหลากหลาย และความพร้อมของสินค้ากว่า 25,000 รายการที่พร้อมจัดส่งได้ทันที พร้อมเสริมสร้างความแข็งแกร่งสำหรับช่องทางใหม่ไม่ว่าจะเป็น การ customizing product สำหรับ chain store ทั้งกลุ่ม convenience store และ restaurant หรือ การผสานช่องทาง online กับ offline (O2O) ผ่านทาง plat form ของเราเองและคู่ค้า ใน e-commerce business อีกด้วย