

แมงป่อง จับตลาดเครื่องสำอางรางวัลจาก นิตยสารชั้นนำระดับโลก พร้อมรุกตลาดตัวแทน



แม้เพิ่งเข้ารับตำแหน่งประธาน นักธุรกิจรุ่นใหม่ แต่ฉายแววลูกไม้หล่นไม่ไกลต้น สำหรับ ณัฏฐรัตน์ นันท์นนท์ ทายาท “ร้านแมงป่อง” สุดยิ่งใหญ่ขวัญใจคนไทยทั่วประเทศ ดำเนินธุรกิจมานานกว่า 30 ปี วันนี้ เมื่อธุรกิจแผ่น DVD CD เปลี่ยนไป จึงได้ปรับกลยุทธ์ ปรับ Product Mix และมองอนาคตของ MPG ใหม่ ล่าสุดปั้นแบรนด์เครื่องสำอาง CLOUDA (คลาวต้า) คิวอาร์รางวัล Best Perfecting Powder และ Best Palette Eyeshadow มาครอง นางสาวณัฏฐรัตน์ นันท์นนท์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท เอ็มพีจี คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (MPG) เปิดเผยว่า ภาพรวมของ MPG ได้แยกออกเป็น 2 กลุ่มธุรกิจ คือ 1. ธุรกิจ Retail และ 2. ธุรกิจ Cosmetics โดยธุรกิจ Retail เป็นจุดแข็งที่บริษัทมีประสบการณ์ดำเนินธุรกิจมายาวนาน คือ การบริหารพื้นที่ในศูนย์การค้า ซึ่งถือเป็นทำเลทอง ที่เราจะใช้ทำเลเหล่านี้เพื่อก่อเกิดรายได้ โดยปัจจุบันเรามีทั้งหมด 3 Retail Brands ได้แก่ ร้านแมงป่อง ชายหญิงและเพลง จำนวน 13 สาขา ร้าน GIZMAN ชายแก็ดเจ็ต จำนวน 13 สาขา และร้าน STARDUST ชายเครื่องสำอาง จำนวน 8 สาขา และในส่วนของ Retail ยังมุ่งเน้นในเรื่องการพัฒนาระบบบริหารจัดการการค้าปลีก และสรรหาพาร์ทเนอร์ในการ Sourcing สินค้าใหม่ๆให้ตรงใจกลุ่มลูกค้าอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการอัปเดตเทรนด์ต่างๆ เพื่อให้ลูกค้าได้สินค้าก่อนใคร

นอกจากนี้ในส่วนของ Retail ทั้ง 3 แรนด์ บริษัทฯได้รุกการทำตลาดออนไลน์ โดยได้พัฒนาศักยภาพของเว็บไซต์เพื่อรองรับ E-commerce และการขายสินค้าผ่านช่องทาง Social Media ให้ตอบสนองพฤติกรรมของผู้บริโภคให้ดียิ่งขึ้น เน้นการทำตลาดแบบ Online to Offline (O2O) เพื่อให้ลูกค้าสามารถซื้อสินค้าและรับบริการผ่านทางเว็บไซต์และสาขา อีกทั้งเป็นการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้รวดเร็วมากยิ่งขึ้น

ส่วนธุรกิจกลุ่มใหม่ที่เราเริ่มขึ้นมา คือธุรกิจ Cosmetics ภายใต้แบรนด์ CLOUDA (Everyday Make Up) วางจำหน่ายในร้าน STARDUST 8 สาขาทั่วประเทศ และในช่องทาง Online Marketplace อาทิ LAZADA, 11 Street, Shopee, Beauticool, ShopAt24 และขายผ่านทางช่องทาง Social Media ของตัวเอง เน้นลูกค้ากลุ่ม B ถึง C ทั้งในกรุงเทพและต่างจังหวัด รวมถึงการมองตลาดใน CLMV ปัจจุบัน CLOUDA มีสินค้าครบ ให้แต่งสวยจบในทุกสไตล์ อาทิ Pressed Powder, Lipstick, EyeShadow, Mascara, Silky Blush, Pearl Gloss, EyeBrow Pencil และสิ่งที่เราภูมิใจที่สุด คือ เราได้รับรางวัลแปงที่ดีที่สุดประจำปี 2017 และรางวัลอายแชโดว์พาเลทที่คุ้มค่าที่สุดประจำปี 2017 ในงาน OK Beauty Choice จากนิตยสาร OK Magazine ทำให้ทีมงานเรามีกำลังใจ รู้สึกเป็นเกียรติอย่างมากที่ได้เสียงตอบรับจากคณะกรรมการที่เป็นกูรูในวงการเครื่องสำอาง รวมถึงผลตอบรับจากกลุ่มผู้บริโภคที่

กลับมาซื้อซ้ำและช่วยเรารีวิวสินค้า

ยอดขายจากสินค้าแบรนด์ CLOUDA ในปี 2017 เติบโตจากปี 2016 กว่า 150% คาดว่าจะปิดที่ 10 ล้านบาท ภาพรวมในครึ่งหลังของปี 2017 MPG มั่นใจว่าทิศทางและการดำเนินการตามแผนงานที่วางไว้ เพื่อขยายตลาดเครื่องสำอาง จะเติบโตขึ้นได้ตามเป้าหมายที่วางไว้ โดยจะเน้นการส่งเสริมการขายและขยายจุดขาย รวมถึงการทำการตลาดและบริหารสินค้าให้ตัวแทนขาย

สำหรับทิศทางการดำเนินธุรกิจในปี 2018 จะเป็น MPG New Era เนื่องจากธุรกิจ Retail ของเราจะไม่ได้รับผลกระทบจากการหดตัวของธุรกิจหนึ่งและเพลงแล้ว และเชื่อว่าพาร์ทเนอร์ใหม่ๆ ที่เข้ามาจะต่อยอดให้ยอดขาย Same Store Sales ในปี 2018 กลับมาเติบโตได้ สำหรับธุรกิจ Cosmetics จะเริ่มมีบทบาทมากขึ้น โดยยังคงเน้นการทำการตลาดกับพันธมิตรในช่องทางต่างๆ ปัจจุบันอยู่ระหว่างขยายช่องทางจัดจำหน่าย และพิจารณาโปรไฟล์ของตัวแทนจำหน่ายในประเทศต่างๆ ที่ติดต่อเข้ามา คาดว่าในปี 2018 จะมีตัวแทนจำหน่ายในกัมพูชา ลาว พม่า และเวียดนาม โดยตั้งเป้าหมายว่าจะมียอดขาย 30% จากยอดขายรวมของบริษัทภายในระยะเวลา 3 ปี ณัฏรัตน์ กล่าว