

# “แม็กซ์ เอเชีย โฮลดีนส์” เปิดตัว “Petit Como” และ “Banana Story” ผลิตภัณฑ์ชนิดของใหม่ไม่ ทำลายสิ่งแวดล้อม พร้อมปรับกลยุทธ์การขายสู่ วิกฤตโควิด-19

นายจอง ฮุน ซ็อง (Jung Hoon Seong) Head of Corporate บริษัท แม็กซ์ เอเชีย โฮลดีนส์ จำกัด กล่าวถึง 2 แบรินด์ใหม่ว่า บริษัทของเราเข้าและจัดจำหน่ายเครื่องสำอางและสกินแคร์ เป็นที่เน้นความพิเศษแตกต่างกันออกไป ยกตัวอย่างเช่น Natural White Rice Powder Wash จะมีสารสกัดจากข้าวเป็นส่วนผสมหลัก โดยเนื้อผลิตภัณฑ์เป็นแบบผง

โดยล่าสุดได้เปิดตัวแบรินด์ใหม่ 2 แบรินด์ ได้แก่ “เพ็ตติ โคมอ” แบรินด์ที่เป็นไลน์ของเมคอัพ สีสีนต่างๆ ตอนนี้มีผลิตภัณฑ์ 4 SKUs คือ โรลิ่ง ป๊อปเมคอัพเบสสีชมพูประกายไข่มุก และ ทรีทเมนท์เปลี่ยนสีผมชั่วคราว มี 3 สี ได้แก่ สีโรสพิงค์ สีโกลด์บราวน์ และ สีแอชบราวน์ ส่วนอีกแบรินด์ หนึ่งคือ “บานาน่า สตอรี” เป็นผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้า โดยทางเราจะเลือกใช้ส่วนผสมที่มาจากธรรมชาติ ได้แก่ ครีมสำหรับทาก่อนนอน (มอยส์เจอร์ไรเซอร์), ผงทำความสะอาดผิวหน้า, เซรั่มและครีมกันแดดสูตรเย็น

“นอกจากคุณภาพแล้ว จุดเด่นของทั้ง 2 แบรินด์ คือคอนเซ็ปต์ Eco-Friendly Packaging เพื่อตระหนักถึงปัญหาขยะล้นโลก หรือแม้แต่ปัญหามลพิษทางทะเล เช่น สิ่งที่ย่อยสลายยากอย่างพลาสติก ทางแบรินด์จึงมีแนวคิดที่จะลดขยะพลาสติก โดยได้เลือกใช้กระดาษคราฟท์ มาทำเป็นบรรจุภัณฑ์”

นายจอง ฮุน ซ็อง กล่าวเพิ่มเติมว่า สำหรับราคาจำหน่ายของ “เพ็ตติ โคมอ” กับ “บานาน่า สตอรี” ราคาของละ 49 บาท โดยปริมาณจะขึ้นอยู่กับสินค้าแต่ละชิ้น ซึ่งปริมาณแต่ละประเภทสินค้าจะไม่เท่ากัน วางจำหน่ายในประเทศไทย เฉพาะที่ร้านสะดวกซื้อ เซเว่น อีเลฟเว่น เท่านั้น ทั้งหน้าร้าน เซเว่นฯ และเซเว่น ออนไลน์ ในขณะที่เดียวกันทางแบรินด์มีช่องทางสำหรับประชาสัมพันธ์อีกช่องทางคือ โซเชียลมีเดีย เพราะเป็นสื่อที่มีผู้นิยมใช้กันมาก จะมี Facebook Fanpage / Instagram Official เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์สินค้า แนะนำวิธีใช้สินค้า หรือแม้แต่กิจกรรมให้ลูกค้าเข้ามามีส่วนร่วมกับแบรินด์อีกด้วย

“ขณะนี้โปรชันเปิดตัวผลิตภัณฑ์ ในราคาพิเศษ 2 ชั้น 69 บาท โดยสามารถลดสินค้าได้ เริ่มตั้งแต่วันที่ถึงวันที่ 23 เมษายน 2563 ในอนาคตจะมีโปรชันออกมาอย่างสม่ำเสมอ และกิจกรรมพิเศษสำหรับมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ในรูปแบบที่เหมาะสมกับสถานการณ์ เพื่อเป็นการเข้าถึงกลุ่มลูกค้ามากยิ่งขึ้น ทั้งนี้แบรินด์ของเราได้ร่วมกับเซเว่น อีเลฟเว่น จัดกิจกรรมเพื่อสังคม CSR ขึ้น เมื่อลูกค้าซื้อสินค้าแบรินด์เราก็เท่ากับเป็นผู้ที่บริจาครายได้ส่วนหนึ่งให้กับ

เหล่าผู้พิทักษ์ป่าและทะเล เพราะทางเราจะนำรายได้หลังจากหักค่าใช้จ่ายแล้ว มอบให้มูลนิธิผู้พิทักษ์ป่าและรักษาทะเล ซึ่งเรามีแผนการจัดทำกิจกรรมนี้ 6 เดือน ตั้งแต่ระหว่างวันที่ 24 มีนาคม – 23 กันยายน 2563”

ผู้บริหาร บริษัท แม็กซ์ เอเชีย โฮลดิ้งส์ จำกัด ยังได้กล่าวด้วยว่า ทางด้านกลยุทธ์การทำธุรกิจนั้นจะอัปเดตให้ทันต่อเหตุการณ์ปัจจุบัน เนื่องจากยุคนี้เป็นยุคสื่อดิจิทัลที่ทุกคนสามารถเข้าถึงสื่อออนไลน์ได้หลายรูปแบบ ในฐานะที่เราเป็นผู้ประกอบการจึงควรปรับตัวให้ทันต่อโลก และเข้าใจ เข้าถึงผู้บริโภค โดยวิธีการประชาสัมพันธ์จะเลือกใช้สื่อดิจิทัลเป็นสื่อหลัก นอกจากนี้เรายังมีกิจกรรมการบริจาคให้สอดคล้องกับคอนเซ็ปต์บรรจุกฎบัตรที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งแนวคิดของเรา คือต้องการให้ผู้บริโภครู้สึกทราบว่าพวกเขามีส่วนร่วมกับการกิจกรรมนั้นอีกด้วย

“และเนื่องจากสถานการณ์การแพร่กระจายของไวรัสโควิด-19 ในเมืองไทยยังอยู่ในขั้นวิกฤตและรุนแรง ส่งผลให้หลายคนหลีกเลี่ยงที่จะออกจากบ้าน ทำให้ทั้งเศรษฐกิจซบเซามากยิ่งขึ้น การที่จะทำกิจกรรม Offline ทั้งอีเวนต์ต่างๆ จึงไม่สามารถจัดขึ้นตอนนี้ได้ ทางเราเลยหันมาเน้นการโปรโมตการทำกิจกรรมผ่านช่องทางออนไลน์แทน และในช่วงสภาวะการแข่งขันที่สูงในไทย อย่างในเซเว่น-อีเลฟเว่น สินค้าประเภทของก็มีจำนวนมาก แต่ด้วยคอนเซ็ปต์ Eco-Friendly Packaging ของแบรนด์เรา บวกกับกระแสรักษ์โลกกำลังมาแรง จึงทำให้แบรนด์เราต่างจากคนอื่นโดยสิ้นเชิง โดยในอนาคตทางบริษัทมีโครงการช่วยเหลือสังคม และสนับสนุนมูลนิธิต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง”

นายจอง ฮุน ซ็อง กล่าวในท้ายที่สุด