

# “โคเวย์” เกาหลีใต้รุกหนักตลาดขายตรงเครื่องกรองน้ำ-เครื่องฟอกอากาศ เปิดแผนตลาด 2020 เพิ่มยอดขายโตเกิน 100%



“โคเวย์” แปรนตร์อันดับ 1 จากเกาหลีใต้ ตั้งเป้าปี 2020 ดันยอดขายโตเกิน 100% มั่นใจพฤติกรรมผู้บริโภคชาวไทยเปลี่ยนระบบการขายใหม่ “COWAY CARE” นวัตกรรมบริการหนึ่งเดียวที่ทำให้ทุกคนสามารถเป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์เครื่องกรองน้ำ-เครื่องฟอกอากาศระดับพรีเมียมได้โดยเพียงแค่จ่ายเงินแบบรายเดือน

มิสเตอร์ ปาร์ค ซุนยง กรรมการผู้จัดการ บริษัท โคเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด เปิดเผยถึงแผนการตลาด Coway 2020 ในประเทศไทยว่า ปีนี้โคเวย์พร้อมบุกตลาดผลิตภัณฑ์เครื่องกรองน้ำและเครื่องฟอกอากาศอย่างเต็มที่ด้วยกลยุทธ์ตลาดด้านผลิตภัณฑ์นวัตกรรมคุณภาพสูงและการบริการลูกค้าที่ยอดเยี่ยม โดยมีเครื่องมือสำคัญคือ บริการ “COWAY CARE” ซึ่งเป็นนวัตกรรมพลิกโฉมการให้บริการและการดูแลลูกค้าที่สามารถผลักดันให้โคเวย์ก้าวไปถึงเป้าหมายทางการตลาดในปีที่ตั้งเป้ายอดขายรวมไว้ประมาณ 40,000 เครื่อง หรือคิดเป็นอัตราการเติบโตของยอดขายสินค้ามากกว่า 100% เมื่อเทียบกับปี 2019 ซึ่งอยู่ที่ 16,640 เครื่อง

มิสเตอร์ ปาร์ค ซุนยง กล่าวว่ โคเวย์เป็นบริษัทแรกที่ริเริ่มพัฒนาระบบการขายใหม่ด้วยบริการ “COWAY CARE” ซึ่งเป็นเครื่องมือสนับสนุนการตลาดในระบบขายตรงได้อย่างมีประสิทธิภาพ “COWAY CARE” เป็นระบบที่เกิดขึ้นมาจากความคิดที่ว่าทุกคนควรได้รับน้ำดื่มสะอาดและอากาศบริสุทธิ์จากผลิตภัณฑ์นวัตกรรมของโคเวย์ โดยไม่จำเป็นต้องจ่ายเงินก้อน แต่เป็นการจ่ายเงินแบบรายเดือนอย่างต่อเนื่อง โดยโคเวย์จะทำหน้าที่เป็นผู้ดูแลผลิตภัณฑ์

ให้ลูกค้าถึงที่บ้านตลอดระยะเวลาตามสัญญาเพื่อให้ลูกค้าได้ใช้สินค้าคุณภาพดีที่สุดตลอดเวลา

“โคเวย์ ประสบความสำเร็จด้านการตลาดในเกาหลีใต้และในมาเลเซียกลายเป็นแบรนด์อันดับ 1 ในทั้งสองประเทศ ด้วยเครื่องมือการให้บริการ “COWAY CARE” ผมเชื่อมั่นว่า พฤติกรรมผู้บริโภคชาวไทยที่เปลี่ยนไปสามารถให้การยอมรับระบบการขายแบบใหม่ที่มีมอบความสะดวกและง่ายในการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพทั้งเครื่องกรองน้ำและเครื่องฟอกอากาศ แบรนด์โคเวย์ จะกลายเป็นแบรนด์อันดับหนึ่งในใจผู้บริโภคชาวไทยได้เช่นกัน การันตีด้วยคุณภาพสินค้าระดับพรีเมียม ที่ทุกคนสามารถเป็นเจ้าของได้” มิสเตอร์ ปาร์ค ชุนยง กล่าว

“COWAY CARE” คือการดูแลลูกค้าของโคเวย์ตลอดระยะเวลาสัญญา เป็นการ “บริการก่อนการร้องขอจากลูกค้า” (Before Service) โดยมี “โคดี้” (Coway Lady) ซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่ของโคเวย์ที่ได้รับการฝึกฝนอบรมทั้งในด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ เป็นผู้ดูแลลูกค้าของโคเวย์ด้วยการติดต่อลูกค้าตามระยะเวลาที่ผลิตภัณฑ์เครื่องกรองน้ำและเครื่องกรองอากาศ สมควรจะต้องได้รับการดูแล โคดี้ จะติดต่อนัดหมายเข้าหน้างานเพื่อทำความสะอาดด้วยเครื่อง “CARE KIT” ซึ่งเป็นนวัตกรรมขั้นสูงในการทำความสะอาดเครื่องกรองน้ำ และอุปกรณ์ที่ผ่านการฆ่าเชื้อที่ถูกออกแบบมาเพื่อทำความสะอาดเครื่องฟอกอากาศโดยเฉพาะ โคดี้ ยังให้บริการเปลี่ยนชิ้นส่วนที่ถึงเวลาต้องเปลี่ยน โดยลูกค้าไม่ต้องโทรศัพท์นัดหมายติดตาม รวมทั้งเป็นผู้ให้คำแนะนำหรือตอบข้อซักถามของลูกค้า ทั้งหมดนี้เพื่อให้ผลิตภัณฑ์โคเวย์ สามารถทำงานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ สร้างความเชื่อมั่น สร้างประสบการณ์ที่ดีและความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้า โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อสุขภาพที่ดีและมีคุณภาพชีวิตจากการผสมผสานระหว่างเทคโนโลยีล้ำสมัยกับการบริการที่เอาใจใส่จากโคเวย์ นับเป็นรูปแบบของการให้บริการที่ไม่มีแบรนด์ใดเคยทำมาก่อน มิสเตอร์ ปาร์ค ชุนยง ให้ข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับมุมมองด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์ทั้งสองกลุ่ม ว่า ในประเทศไทย ตลาดเครื่องกรองน้ำจะจำหน่ายผ่านระบบขายตรงและระบบขายโมเดิร์นเทรด โดยมีอัตราส่วนการตลาดอยู่ที่ 6 ต่อ 4 มูลค่าตลาดโดยรวมของผลิตภัณฑ์เครื่องกรองน้ำในปี 2019 อยู่ที่ประมาณ 20,000 ล้านบาท มีอัตราเติบโตเฉลี่ยอยู่ที่ 10% (ข้อมูลจากบริษัทวิจัยการตลาดประเทศเกาหลีใต้ : Baytel 2015) ในส่วนของผลิตภัณฑ์เครื่องฟอกอากาศ ในประเทศไทยจะใช้ระบบการจำหน่ายผ่านโมเดิร์นเทรดมากกว่าการขายตรง มูลค่าตลาดโดยรวมในปี 2018 อยู่ที่ประมาณ 1,300 ล้านบาท (ข้อมูลจากบริษัทวิจัยการตลาดประเทศเกาหลีใต้ : Kotra 2019'6) ซึ่งถือเป็น ตลาดที่เพิ่งเริ่มมีการเคลื่อนไหวมากขึ้นหลังจากที่ประเทศไทยประสบปัญหาหมอกควันทางอากาศจากฝุ่น PM 2.5 ในช่วงสองปีที่ผ่านมา ทำให้เกิดความต้องการสินค้าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

วิกฤตด้านคุณภาพอากาศของไทย เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ “โคเวย์” ประเทศไทย มีการเติบโตของผลิตภัณฑ์เครื่องฟอกอากาศในปี 2019 ขยายตัวสูง 3-4 เท่า มิสเตอร์ ปาร์ค ชุนยง บอกว่า จากการสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคชาวไทยในช่วงที่ผ่านมา พบว่า มีศักยภาพตลาดที่สามารถเติบโตและเพิ่มปริมาณยอดขายได้ เนื่องจากการดำเนินชีวิตของผู้คนมีความใส่ใจสุขภาพมากขึ้น มีไลฟ์สไตล์ที่ทันสมัย ในการเลือกซื้อสินค้า จะคำนึงถึงความคุ้มค่า รูปลักษณ์ดีไซน์ และคุณภาพของสินค้าเป็นสิ่งสำคัญ ผลิตภัณฑ์ “โคเวย์” จึงตอบโจทย์กลุ่มผู้บริโภคในยุคนี้เป็นอย่างมาก สำหรับ “โคเวย์ ” มุ่งเน้นการทำตลาดทางตรงเป็นสำคัญ จำหน่ายสินค้าผ่านตัวแทนขายและศูนย์บริการครอบคลุมทั่วประเทศ โดยในระหว่างปี 2017-2019 โคเวย์ได้ให้เจ้าหน้าที่พัฒนาตลาดในประเทศไทยสูงมาก มีการลงทุนไป

แล้วมากกว่า 300 ล้านบาทเพื่อสร้างฐานโครงสร้างธุรกิจและระบบการให้บริการที่มั่นคง เพื่อให้ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นและวางใจในแบรนด์ “โคเวย์” และในปี 2020 โคเวย์มีแผนลงทุนอีกกว่า 50 ล้านบาท สำหรับการพัฒนาด้านการตลาดและขยายตัวเลขยอดขาย

ทั้งนี้ มีการเสริมทัพสินค้าใหม่เข้ามาจากเกาหลีใต้ถึง 3 รุ่น เพื่อให้ตลาดมีความเคลื่อนไหวอย่างคึกคัก ได้แก่ 1. เครื่องกรองน้ำรุ่น CHP-18AR Villaem (วิลลาเอียม) ดีไซน์ทันสมัยด้วยคอนเซ็ปต์ User-Friendly Design ตอบโจทย์การใช้งานของทุกวัย เครื่องกรองน้ำทุกรุ่นของโคเวย์มีระบบการกรองแบบ Reverse Osmosis (RO) ความละเอียด 0.0001 ไมครอน ซึ่งเป็นนวัตกรรมระดับเดียวกับที่องค์กรนาซ่าเลือกใช้ และไม่ว่าน้ำดิบจะมีสภาพใด ระบบ RO สามารถกรองน้ำให้สะอาดบริสุทธิ์ได้ถึง 99.9% เครื่องกรองน้ำรุ่นนี้มาพร้อมไส้กรอง 5 ชั้นสามารถผลิตน้ำสะอาดพร้อมดื่ม ด้วยฟังก์ชันปรับอุณหภูมิ ร้อน เย็น อุ่น และอุณหภูมิปกติ ทั้งยังมีระบบป้องกันน้ำร้อนลวกด้วย Security mode

2. เครื่องฟอกอากาศรุ่น AP-1018F Classic (คลาสสิก) ดีไซน์สวยเจียบ มีระบบการกรอง Coway HEPA Filter 4 ชั้นตอนอย่างมีประสิทธิภาพช่วยขจัดมลพิษได้ถึง 99.9% ความละเอียดการกรอง 0.02 ไมครอน มาพร้อมฟังก์ชัน Smart mode, Slim design, Dust sensor และ Children Security mode ครอบคลุมพื้นที่ 33.9 ตารางเมตร และ

3. เครื่องฟอกอากาศรุ่น AP-3018B Giant (ใจแฉ้น) สำหรับพื้นที่ 97.1 ตารางเมตร มีระบบ Quattro power system ใช้พัดลมมอเตอร์แบบคู่ และระบบการกรอง 16 ชั้นตอน พร้อมจอ LED แสดงผลฝุ่น PM2.5 และ PM10 ช่วยบอกปริมาณค่าฝุ่นแบบเรียลไทม์ เคลื่อนย้ายง่ายด้วย Easy Moving

เกี่ยวกับ โคเวย์ : “โคเวย์” คือแบรนด์สินค้าที่ได้รับความไว้วางใจและเชื่อมั่นในกลุ่มสินค้าเพื่อสุขภาพ ด้วยส่วนแบ่งการตลาดสูงสุดเป็นอันดับ 1 ในประเทศเกาหลีใต้และมาเลเซีย ผลิตและจัดจำหน่ายสินค้ามากกว่า 60 ประเทศทั่วโลก โคเวย์มีความเชี่ยวชาญในการศึกษาวิจัยเรื่องน้ำและอากาศ โดยได้รับการรับรองจากสถาบันระดับโลกมากมาย อาทิ WQA(Water Quality Association), HALAL(Muslim Halal Certification), NSF(America), Energy Star, AHAM, ECARF(European Center for Allergy Research Foundation) โคเวย์วางเป้าหมายบริษัทเป็นกลุ่มสินค้าสีเขียว ทุกผลิตภัณฑ์จะเกี่ยวข้องและใส่ใจสุขภาพและสิ่งแวดล้อมด้านน้ำและอากาศ โดยมีศูนย์วิจัยและพัฒนาใหญ่ที่สุดในเกาหลีใต้ รวมนักวิจัยมากกว่า 200 คนร่วมคิดค้นและพัฒนานวัตกรรมใหม่ที่ช่วยอำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวันตอบสนองไลฟ์สไตล์คนรุ่นใหม่