

# “โฮมโปร” ปรับสินค้าเน้นทันสมัย-แรงบันดาลใจ ก้าวสู่ผู้นำธุรกิจศูนย์รวมตกแต่งบ้านเต็มรูปแบบ



“โฮมโปร” ยกระดับสู่ความเป็นผู้นำสมบูรณ์แบบ ปรับนโยบายด้านสินค้าเน้นความทันสมัย และสร้างแรงบันดาลใจมากขึ้น ประเดิมกับกลุ่มห้องน้ำและกระเบื้อง เปิดตัวสินค้าใหม่ล่าสุด 9 คอลเลกชันลงตลาด พร้อมเพิ่มความสะดวกด้วยทีมช่างคุณภาพ Home Service ชูสาขาเมกาบางนาเป็น Flagship Store จัดโชว์โมเดลรูมสินค้าอย่างต่อเนื่อง พร้อมเปิดให้สั่งซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ [www.directtoshop.com](http://www.directtoshop.com) และ Call Center 02-831-6000 ปีหน้าเตรียมขยายสาขาเพิ่มอีก 8 แห่ง ด้วยงบลงทุนกว่า 5,000 ล้านบาท



นายณัฐ จริตชนะ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ กลุ่มการตลาด บริษัท โฮม โปรดัคส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) หรือ “โฮมโปร” ผู้นำธุรกิจศูนย์รวมวัสดุและอุปกรณ์ตกแต่งบ้านครบวงจร เปิดเผยว่า ตลอดระยะเวลา 16 ปีที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้พัฒนาสู่ความเป็นผู้นำในธุรกิจศูนย์รวมวัสดุและอุปกรณ์ตกแต่งบ้านสมัยใหม่อย่างครบวงจรในประเทศไทย ทั้งในด้านของยอดขาย และจำนวนสาขาที่มีมากที่สุด ซึ่งในโอกาสที่เข้าสู่ปีที่ 17 บริษัทฯ ต้องการจะพัฒนาความแข็งแกร่งให้มากขึ้น โดยการปรับนโยบายในเรื่องสินค้า ซึ่งที่ผ่านมาได้รับการยอมรับในเรื่องของฟังก์ชันการใช้งาน คุณภาพ และความคุ้มค่า มาเน้นเพิ่มเติมในส่วนของความทันสมัย และการสร้างแรงบันดาลใจให้แก่ลูกค้าเพิ่มมากขึ้น



“การปรับนโยบายในครั้งนี้ จะผลักดันให้โฮมโปร เป็นผู้นำในธุรกิจนี้อย่างสมบูรณ์แบบ จากที่เรามีสาขาครอบคลุมมากที่สุด มีการบริการครบวงจรที่สุด เราจะเพิ่มความหลากหลายของสินค้าให้มากขึ้น ทั้งการแนะนำสินค้าคอลเลกชันใหม่ในทุกกลุ่มสินค้า รวมถึงการนำสินค้ามาทำ Show Case เพื่อสร้างแรงบันดาลใจให้แก่ลูกค้า” นายณัฐกล่าวและว่า

การปรับนโยบายด้านสินค้าดังกล่าว บริษัทฯ ได้เริ่มดำเนินการกับกลุ่มสินค้าห้องน้ำ และกระเบื้อง (Bath and Tile) เป็นอันดับแรก โดยทำการเปิดตัวคอลเลกชันวัสดุและอุปกรณ์ห้องน้ำ ไม่ว่าจะเป็นกระเบื้องพื้น-ผนัง สุขภัณฑ์ ก๊อก ฝักบัว แผ่นกันลื่น และส่วนประกอบต่าง ๆ ลงสู่ตลาดพร้อมกัน 9 คอลเลกชัน พร้อมจัดทำแคตตาล็อก

เพื่อให้ลูกค้าได้เกิดไอเดีย ในการสร้าง และปรับปรุงห้องน้ำ โดยสามารถสัมผัสกับสินค้าตัวจริงได้ตั้งแต่วันที่โฮมโปร และโฮมโปรพลัส ทุกสาขา

สินค้าคอลเลคชั่นใหม่ทั้ง 9 แบบ จะครอบคลุมทุกความต้องการทุกรูปแบบ ประกอบด้วย **Minimal Bath** ความเรียบง่ายในโทนสีขาวสะอาดตา **Feminine Bath** บรรยากาศอบอุ่นด้วยดอกไม้แสนหวาน **Retro Bath** โทนสีเขียวสดใส **Country Bath** โทนสีน้ำตาลเข้มแรงและหนักแน่น **Colorful Bath** หลากสีสันเพิ่มความสดใส **Chic Bath** ความลงตัวระหว่างสีขาวดำ **Mix Bath** การผสมผสานที่หลากหลายแต่ลงตัว **Sport Bath** เพื่อผู้ลงเผลในโลกกีฬา **Girl Bath** สีสันสดใสในวัยแรกรุ่ง

“คอนเซปต์คอลเลคชั่นนี้ คือ ห้องน้ำขนาดเล็ก ที่การปรับเปลี่ยนไม่ต้องใช้งบประมาณมาก และก็สอดคล้องกับปัจจุบัน ซึ่งที่พิกอาศัยเป็นประเภทคอนโดมิเนียมนั้นมาแรง ประการสำคัญก็คือ เราใช้สินค้า **House Brand** เป็นหัวหอกหลัก อาทิ สุขภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ Moya กระเบื้อง TARA Tile หรืออุปกรณ์ภายในห้องน้ำ Venesa ซึ่งเป็นสินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐาน แต่ราคาย่อมเยาว์ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เป็นดีไซน์เฉพาะโฮมโปรเท่านั้น ซึ่งเมื่อรวมกับสินค้าของพันธมิตรทางธุรกิจ ทำให้เราสามารถออกคอลเลคชั่นที่มีเฉพาะโฮมโปรเท่านั้น” นายณัฐกรกล่าวและว่า

นอกจากความพร้อมในส่วนของสินค้าแล้ว โฮมโปร ยังได้เพิ่มความสะดวกให้แก่ลูกค้าด้วยการบริการจาก **Home Service** ตั้งแต่เริ่มต้นการออกแบบให้แก่ลูกค้าด้วยระบบคอมพิวเตอร์ 3D พร้อมประเมินราคาวัสดุให้ทั้งหมด บริการจัดหาช่างทั้งการปรับโฉมห้องน้ำทั้งหมด หรือ แค่การปรับเปลี่ยนบางจุด อาทิ การเปลี่ยนสุขภัณฑ์ ที่มีราคาเริ่มต้นเพียง 500 บาทต่อจุด ซึ่งลูกค้าสามารถมั่นใจจากการรับประกันคุณภาพงาน และความรับผิดชอบไม่ทิ้งงาน ซึ่งทำให้โฮมโปรสามารถสนองความต้องการของลูกค้าได้ครบวงจรทั้งสินค้าคุณภาพในราคาที่คุ้มค่า การสร้างแรงบันดาลใจ และทีมช่างที่ทำงานให้เกิดขึ้นจริง

พร้อมกันนี้ บริษัทฯ ยังได้กำหนดให้โฮมโปร สาขาเมกาบางนา เป็น Flagship Store ในการนำเสนอสินค้าคอลเลคชั่นใหม่ โดยบริษัทฯ ได้ลงทุนในการจัดทำห้องน้ำโมเดลต้นแบบด้วยกันทั้งหมด 8 ห้อง 8 แบบ เพื่อสร้างแรงบันดาลใจให้แก่ลูกค้า และจะมีการปรับเปลี่ยนทุกครั้งที่มีการเปิดตัวคอลเลคชั่นใหม่ในทุกกลุ่มสินค้า โดยลูกค้าสามารถสัมผัสของจริงได้ ณ โฮมโปร สาขาบางนา **พร้อมกันนั้น** ลูกค้ายังสามารถขอรับแคตตาล็อก **Bath & Tile** ได้ที่โฮมโปร และโฮมโปร พลัสทุกสาขา หรือเข้าไปดูรายละเอียด หรือดาวน์โหลดแคตตาล็อก หรือลงทะเบียนรับเล่มแคตตาล็อกได้ที่ [www.homepro.co.th](http://www.homepro.co.th)

**ตั้งแต่วันที่ และเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า บริษัทฯ ยังให้ลูกค้าสามารถช้อปออนไลน์ผ่านทางเว็บไซต์ [www.directtoshop.com](http://www.directtoshop.com) และCall Center 02-831-6000**

การเปิดดำเนินการสาขาเมกาบางนา ถือว่าประสบความสำเร็จอย่างมาก โดยสามารถทำยอดขายได้เกินกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้อย่างต่อเนื่อง ประกอบกับโพซิชั่นของสาขานี้ เราวางไว้ให้เป็นโมเดลที่ทันสมัยในรูปแบบ Your Home Store อยู่แล้ว เราจึงเลือกให้เป็น Flagship Store ในเรื่องนี้

“ตอนแรกตั้งเป้ายอดขายของปีนี้น่าจะโตอีก 15% แต่ยอดขายของเราดีกว่าที่คาดไว้ คิดว่าสิ้นปีน่าจะอยู่ที่ 18% โดยส่วนของ Home Service ตัวเลขแต่ละปี สามารถทำยอดได้ถึง 100 ล้านบาท ซึ่งก็เป็นตัวเลขที่ดีขึ้นเรื่อยๆ อีกทั้งแผนในปี 2556 เล็งเปิดอีก 8 สาขา อาทิ จันทบุรี , กาญจนบุรี และชุมพร ใช้งบประมาณ 4 – 4.5 พันล้านบาท และจะมีการปรับโฉมสาขาที่เช่าใหญ่ประมาณ 40% เพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มากขึ้น ซึ่งรวมการลงทุน และปรับโฉมสาขาต่าง ๆ จะใช้งบประมาณไม่ต่ำกว่า 5,000 ล้านบาท ซึ่งต้องดูว่าแต่ละสาขามีการปรับปรุงมากน้อยเพียงใด แต่คงไม่ต่ำกว่าสาขาละ 50 ล้านบาท ทั้งนี้ปัจจุบัน สาขารังสิตเป็นสาขาที่ต้องปรับโฉมมากที่สุด และยังเป็นสาขาที่ทำยอดขายได้มากที่สุด ประมาณ 130-150 ล้านบาทต่อเดือน เพราะเป็นจุดที่รองรับลูกค้าทั้งในกรุงเทพมหานครและจังหวัดใกล้เคียง” นายณัฐกรกล่าวทิ้งท้าย