

ไบโอคอส กรุ๊ป มืออาชีพด้านความงาม จับกระแส ใส่ใจสุขภาพและความงาม ดันธุรกิจโต แตะไลน์ บริการไลฟ์สไตล์พร้อมผลิตภัณฑ์



ไบโอคอส กรุ๊ป ปรับแผนรุกตลาดสู่ผู้นำธุรกิจด้านความงามครบวงจร มุ่งสร้างแบรนด์อิมเมจให้แข็งแกร่งรับ
ประชาคมอาเซียน หรือ เออีซี เตรียมงบส่งเสริมตลาดไม่น้อยกว่า 100 ล้านบาท พร้อมขยายสาขาสลิ้มมิงพลัส, อา
เมทิส, บิวตี้สตอรี เน้นการให้บริการจำแนกตามไลฟ์สไตล์และออกผลิตภัณฑ์ความงามใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง ตั้งเป้าปี
หน้า เติบโตเพิ่ม 20%



สิริเรียม ภัคดีดำรงฤทธิ์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหารฝ่ายการตลาด บริษัท ไบโอคอส กรุ๊ป จำกัด เปิดเผยว่าล่าสุดหลังจาก
ที่ประชุมคณะกรรมการบริหารบริษัทฯ ได้ปรับโครงสร้างการบริหารจัดการทางธุรกิจใหม่ในรอบปีที่ผ่านมา เพื่อ
รองรับแผนการขยายธุรกิจสุขภาพความงามครบวงจรและก่อให้เกิดประสิทธิภาพ ในการขยายธุรกิจอย่างเต็มรูป
แบบ

ไบโอคอส กรุ๊ป จำกัด เจ้าของ 3 แแบรนด์ธุรกิจความงามชั้นนำที่ได้ผลการตอบรับดีเกินคาด ด้วยอัตราการเติบโต
อย่างรวดเร็ว โดยมีอัตราเติบโตกว่าร้อยละ 10 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา ทั้งการขยายสาขา ขยายไลน์ของบริการและ
ผลิตภัณฑ์ พร้อมกับเพิ่มเติมในส่วนแบรนด์น้องใหม่ “Beauty Story” (บิวตี้สตอรี) ที่ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ความงาม
แบบ Express Beauty รองรับเทรนด์ความงามที่ต้องการความรวดเร็วโดยมืออาชีพ ด้วยการเป็นผู้นำตลาดสุขภาพ
และความงามแบบครบวงจร โดยทุกแบรนด์เน้นการบริการแบบ one stop service พร้อมตั้งเป้าขยายสาขาสู่หัว
เมืองใหญ่ครอบคลุมทุกภาคทั่วประเทศ ตอกย้ำการเป็นมืออาชีพด้านความงาม เพื่อรองรับทุกไลฟ์สไตล์ความงาม
และร่วมทุนพันธมิตรธุรกิจความงามในต่างประเทศ มั่นใจปีนี้ลูกค้าเพิ่มกว่าร้อยละ 50

นางสาวสิริเรียม กล่าวเพิ่มเติมว่า ในปัจจุบัน ความสวยงามไม่ใช่สิ่งที่เป็นสำหรับสุภาพสตรีเท่านั้น สุภาพบุรุษก็เริ่ม
ให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพ หน้าตา ผิวพรรณมากพอสมควร โดยจากการสำรวจพฤติกรรมของผู้ชายที่ไม่ต้อง
การขั้นตอนที่ยุ่งยากในการดูแลผิวพรรณ โดยเฉพาะกลุ่มผู้ชายที่ไลฟ์สไตล์การทำงานหนัก รวมทั้งผู้ชายกลุ่มที่ชอบ
ใช้ชีวิตช่วงกลางคืน ทำให้เรามองเห็นว่า ผู้ชายมีความสนใจในเรื่องสุขภาพและผิวพรรณเป็นอย่างมาก โดยปีหน้า
วางแผนขยายไลน์ในส่วนของการบริการเข้าสู่กลุ่มผู้ชายเพิ่มขึ้น กว่า 20% ที่เข้ามาใช้บริการในสถาบัน

สำหรับภาพรวมของตลาดธุรกิจดูแลรูปร่างและความงาม อยู่ในสภาวะการแข่งขันที่ดุเดือดและเข้มข้น ในขณะที่ผู้

บริโภคและมีอัตราการใช้จ่ายเม็ดเงินมากขึ้น ต้องเลือกจากผู้ที่เกี่ยวข้องและมีความปลอดภัย เนื่องจากสภาวะเศรษฐกิจและการเมืองไทยที่ไม่นิ่ง อย่างไรก็ตาม ตลาดธุรกิจความงาม มีแนวโน้มที่จะขยายตัวเพิ่มสูงขึ้นมากกว่าปีละ 15-20%แน่นอน ประกอบกับเทรนด์ความงามปีหน้า กลุ่มเป้าหมายมุ่งหาความสวยจากธรรมชาติเพิ่มมากขึ้น และเลือกหาสิ่งที่ดีที่สุดให้กับตัวเอง เพราะกลัวผลเสียจากความสวยที่เสี่ยงอันตราย

โดยหลังจากไทยก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ในปี 2558 จากการที่ประเทศไทยมีชื่อเสียงในด้านสุขภาพและความงาม โดยแต่ละปี มีนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จำนวนกว่า 1.5 แสนคน และมีจำนวนมากกว่า 50% เดินทางเข้ามา เพื่อใช้บริการธุรกิจเพื่อสุขภาพในประเทศไทย คาดว่าแนวโน้มประเทศไทยจะเป็นศูนย์กลางความงามในภูมิภาคนี้

สิริเรียม กล่าวถึงในส่วนของภาพรวมตลาดกลุ่มผลิตภัณฑ์ผู้ชายในประเทศไทยนั้น การเติบโตของสภาวะเมืองที่เพิ่มขึ้นอย่างมากในกลุ่มประชากรไทยและจากการผสมผสานทาง วัฒนธรรมจากต่างประเทศ อาทิ เกาหลี ญี่ปุ่น และสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นผลพวงจากกระแสการดูแลสุขภาพได้เติบโตในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ทำให้ผู้ชายไทยจำนวนมากหันมาให้ความสำคัญกับการดูแลตนเองเพื่อปรับบุคลิกภาพ และความแข็งแรง เพราะพวกเขารู้ว่าความมั่นใจมีส่วนช่วยพัฒนาสถานะทางสังคมและหน้าที่การงานได้

การเติบโตของ ไปโอคอสกรุป ในปีที่ผ่านมา ด้วยปัจจัยบวกการทำประชาสัมพันธ์สื่อสารกับกลุ่มลูกค้าอย่างกว้างขวาง ทุกกลุ่มกำลังซื้อการออกแคมเปญผลิตภัณฑ์การส่งเสริมการตลาดทุกรูปแบบและทุก ช่องทางขายเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในแต่ละไลฟ์สไตล์ประกอบกับตอบใจทุกกลยุทธ์สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าทุกกลุ่มเพิ่มขึ้น (CRM) ควบคู่ไปกับการมุ่งเน้นกิจกรรมเพื่อสังคม (CSR) และกิจกรรมการตลาด เช่น กิจกรรม workshop สร้างการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายตามไลฟ์สไตล์ที่แตกต่างกันอย่างต่อเนื่องและ พัฒนาการเรียนรู้ความเข้าใจที่เพิ่มมากขึ้นเกี่ยวกับการพัฒนาบุคลากรและ ผลิตภัณฑ์ต่างๆ โดยมี partner ที่ดีจากยุโรป และเมื่อเทียบกับช่วงปีที่ผ่านมา ทำให้อัตราการเข้าถึงของกลุ่มลูกค้าเพิ่ม เป็น 25% จากเดิม 10% นางสาวสิริเรียม กล่าวสรุปในที่สุด