

“ไบโอคอส กรุ๊ป” เผย ครึ่งปี 56 ทำรายได้กว่า 400 ล้านบาท ดันแบรนด์ล่าสุด “บิวตี้สตอรี”

ตอกย้ำความเป็นผู้นำธุรกิจสุขภาพและความงามแบบครบวงจร รองรับบริการทุกเซกเมนต์”

“ไบโอคอส กรุ๊ป” ผู้นำธุรกิจสุขภาพและความงามแบบครบวงจร เจ้าของ 3 แบรินด์ธุรกิจ ความงามชั้นนำที่ได้ผลการตอบรับดีเกินคาด ด้วยอัตราการเติบโตอย่างรวดเร็ว เผยรายได้ ครึ่งปี 56 คว่ารายได้กว่า 400 ล้านบาท โดยมีอัตราเติบโตกว่าร้อยละ 15 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา ทั้งการขยายสาขา ขยายไลน์ของบริการและผลิตภัณฑ์ พร้อมดันแบรนด์ล่าสุด “Beauty Story”(บิวตี้ สตอรี) ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ความงามแบบ Express Beauty รองรับเทรนด์ความงามที่ต้องการความรวดเร็วโดยมีอาชีพ ด้วยการเป็นผู้นำตลาดสุขภาพและความงามแบบครบวงจร โดยทุกแบรนด์เน้นการบริการแบบ one stop service พร้อมตั้งเป้าขยายสาขาสู่หัวเมืองใหญ่ครอบคลุมทุกภาคทั่วประเทศ เพื่อรองรับทุกไลฟ์สไตล์ความงาม และร่วมทุนพันธมิตรธุรกิจความงามในต่างประเทศ มั่นใจปีนี้ลูกค้าเพิ่มกว่าร้อยละ 50 หวังยอดขายรวมทะลุ 1,000 ล้านบาทแน่นอน



นางสาวสิริเรียม ภักดีดำรงฤทธิ์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหารฝ่ายการตลาด บริษัท ไบโอคอส กรุ๊ป ผู้ดำเนินธุรกิจด้านสุขภาพและความงาม ซึ่งประกอบด้วย “สลิมมิ่งพลัส” สถาบันดูแลรูปร่างและผิวพรรณครบวงจรเป็นธุรกิจหลักของบริษัท “ไบโอคอสโปรเฟสชันแนล” ธุรกิจนำเข้าและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ความงามคุณภาพระดับพรีเมียมจากแบรนด์ชั้นนำของยุโรป และ “อาเมทิส” คลับสุขภาพและความงามครบวงจร กล่าวว่า “ธุรกิจความงามและสุขภาพยังครองแชมป์การเติบโต ถือได้ว่าเป็นธุรกิจดาวรุ่ง หลังกระแสความต้องการขยายตัวสูงขึ้นทั้งระดับประเทศและภูมิภาค คาดมูลค่าตลาดรวมจะมีอัตราเติบโตสูงขึ้น กว่า 1 เท่าตัวในปีนี้ ด้วยนโยบายของภาครัฐที่พร้อมผลักดันให้ไทยก้าวสู่ การเป็น “ศูนย์กลางธุรกิจด้านสุขภาพและความงามของอาเซียน” นั้นส่งผลให้ธุรกิจเกิดการขยายตัวอย่างรวดเร็ว ในทุกกลุ่มกำลังซื้อ ทำให้เกิดความสะดวก ซึ่งปัจจุบันผู้บริโภคทั้งชายและหญิงหันมาดูแลสุขภาพและความงามเพิ่มขึ้นเช่นกัน”

ในช่วงครึ่งปีแรก 2556 ที่ผ่านมา ตลาดด้านสุขภาพ และความงามมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดย ไบโอคอส กรุ๊ป มีอัตราการเติบโตตามตลาดเช่นเดียวกัน เฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ15 สัดส่วนรายได้ในแต่ละแบรนด์ใน ไบโอคอส กรุ๊ป ได้แก่ สลิมมิ่งพลัส ร้อยละ 55 ,ไบโอคอสโปรเฟสชันแนล ร้อยละ 20 , อาเมทิส ร้อยละ 15 และ บิวตี้สตอรี ร้อยละ10 ซึ่งอัตราการเติบโตดังกล่าวสืบเนื่องมาจากการตอบรับกระแสเทรนด์ความงามด้านรูปร่างและผิวพรรณที่นิยมความขาวใสแบบธรรมชาติและสุขภาพดี และต้องการผลลัพธ์รวดเร็วเนื่องจากมีเวลาที่จำกัด ขณะ

เดียวกันก็ต้องการความปลอดภัยและยังคงให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ที่มาจากธรรมชาติ และสนใจการดูแลความงามเฉพาะจุดมากยิ่งขึ้น ซึ่งแบรนด์ในเครือของบริษัทล้วนเป็นแบรนด์ที่ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภค

อีกทั้งยังมีความโดดเด่นในการนำนวัตกรรมทางด้านเครื่องมือและผลิตภัณฑ์ใหม่ๆอย่างต่อเนื่อง อาทิ “**สลิมมิ่ง พลัส**” มุ่งเน้นให้บริการด้านการดูแลรูปร่างและผิวพรรณครบวงจรตั้งแต่ศีรษะจรดเท้า มีโปรแกรมทรีตเมนต์ต่างๆ ที่ค่อนข้างตอบโจทย์ลูกค้าได้หลากหลาย และมีสาขาให้บริการครอบคลุมทุกพื้นที่ จำนวน 25 สาขา เพื่อให้ลูกค้าสามารถเลือกใช้บริการสาขาที่สะดวกมากที่สุด สำหรับ “**อาเมทิส**” เป็นคลับสุขภาพและความงามระดับพรีเมียมสำหรับผู้หญิงโดยเฉพาะ โดยมีที่ปรึกษาความงามเฉพาะรายบุคคล ทั้งทางด้านรูปร่าง ผิวพรรณ โภชนาการ และการออกกำลังกาย โดยผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านและเทคโนโลยีระดับโลก เช่น **ไมเนอว่า** เทคโนโลยีที่ได้การรับรองมาตรฐานจาก USA ช่วยดูแลรูปร่างกระชับทุกสัดส่วนอย่างสมบูรณ์แบบ สามารถเห็นผลลัพธ์ตั้งแต่ครั้งแรกที่ใช้ **Ultrashape** เทคโนโลยีสลายเซลล์ไขมันอย่างถาวร หรือ **Davinci** เทคโนโลยีสำหรับผิวหนังที่ช่วยกระตุ้นคอลลาเจน อิลาสติน ทำให้ริ้วรอยตื้นขึ้น หน้ากระชับใส ดูอ่อนวัย นอกจากนี้เรายังมีการกิจกรรมเวิร์คช็อปด้านสุขภาพและความงามให้กับกลุ่มลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

ส่วนทางด้านผลิตภัณฑ์เรายังคงมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกับ **Algotharm** แบรนด์ความงามระดับโลกจากฝรั่งเศส โดยนำเข้ามาในนาม **ไบโอคอสโปรเฟสชันแนล** ซึ่งเป็นแบรนด์ในเครือที่นำเข้าผลิตภัณฑ์ความงามคุณภาพระดับพรีเมียมมากกว่า 160 SKU จำหน่ายในรูปแบบชาลอน และริเทิลให้กับโรงแรม สปาและสถาบันความงามชั้นนำทั่วประเทศ โดยล่าสุดมีการนำเข้าผลิตภัณฑ์ใหม่ ชื่อว่า **Algo Blanc** ที่ช่วยลดรอยจุดด่างดำมาตอบรับเทรนด์ด้านความขาวใสและผ่านการพิสูจน์แล้วว่าเหมาะกับผิวคนไทย

พร้อมกันนี้ “**ไบโอคอส กรุ๊ป**” ได้เปิดตัวแบรนด์ใหม่ล่าสุด “**บิวตี้ สตอรี**” (**Beauty Story**) เพื่อตอบโจทย์ความงามแบบ Express Beauty ตอบรับเทรนด์ความงามที่ต้องการความสะดวกรวดเร็ว โดยให้บริการความงามที่มุ่งเน้นการสร้างความนุ่มนวล และเรียบเนียนของสุขภาพผิวพรรณเฉพาะจุด เช่น มือ และเท้า เพื่อสร้างความมั่นใจแบบ 360 องศา ในผลลัพธ์ตั้งแต่ครั้งแรก ด้วยบริการด้านผิวพรรณที่หลากหลาย อาทิ Wax ,Paraffin, Hand & Nail , Special Treatment โดยผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน กลุ่มเป้าหมายหลัก ได้แก่ กลุ่มวัยทำงานจนถึงแม่บ้านกลุ่มเป้าหมายรอง ได้แก่ นักศึกษา โดยมีจุดเด่น คือ ความหลากหลายของทรีตเมนต์ที่ดูแลปัญหาผิวพรรณเฉพาะจุดสำหรับผู้ที่มีเวลาจำกัด ต้องการความสวยอย่างมั่นใจ รวมถึงผลลัพธ์ที่ได้หลังรับบริการเป็นที่น่าพอใจทำให้สามารถตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้ตรงจุดมากขึ้น ปัจจุบันเริ่มเปิดให้บริการ “**บิวตี้ สตอรี**” แล้วจำนวน 3 สาขา ได้แก่ เดอะมอลล์บางกะปิ แฟชั่นไอส์แลนด์ เซ็นทรัลพลาซ่า แกรนด์ พระราม 9 บริษัทฯ ใช้งบลงทุนอยู่ที่ 5-8 ล้านบาทต่อสาขา และตั้งเป้าขยายสาขาอย่างน้อย 5 แห่ง ภายในปีนี้

“**ไบโอคอส กรุ๊ป**” ให้ความสำคัญกับการพัฒนาระบบคุณภาพมาตรฐานระดับสากล ทั้งภายในและภายนอกองค์กรอย่างต่อเนื่อง เพื่อรองรับการให้บริการของทุกแบรนด์ ตั้งแต่การพัฒนาบุคลากรเฉพาะด้านอย่างเช่น นักกายภาพ

และโภชนาการ ที่ถือว่าเป็นอีกหนึ่งขององค์ความรู้ที่ให้ความสำคัญมาก เพราะต้องทำหน้าที่ตรวจวิเคราะห์สุขภาพ และออกแบบโปรแกรมที่เหมาะสมตามปัญหาของลูกค้าแต่ละราย สามารถทำให้ลูกค้าที่มาใช้บริการพึงพอใจกับผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น โดยทุกหน่วยงานต้องผ่านการเทรนนิ่งตามหลักสูตร อย่างน้อย 3 เดือน และผ่านการทดสอบตามมาตรฐานของไบโอคอส กรุ๊ปก่อนออกไปประจำสาขานอกจากนี้ ยังได้นำเข้าอุปกรณ์และนวัตกรรมใหม่ๆ จากยุโรป ที่ช่วยเพิ่มทางเลือกให้กับลูกค้าในการดูแลรูปร่างและผิวพรรณได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ในส่วนของเป้าหมายทางธุรกิจและแผนการตลาด ไบโอคอส กรุ๊ป ตั้งเป้าหมายยอดขายรวมในปี 2556 ไว้ที่ 1,000 ล้านบาท เน้นกลยุทธ์การตลาดแบบครบวงจรทั้งในส่วนของ Above the line และ Below the line ที่ตอบรับไลฟ์สไตล์ ทุกกลุ่มเป้าหมาย โดยจัดแคมเปญเพื่อกระตุ้นลูกค้าใหม่และเก่าด้วยกลยุทธ์CRM และ CEM เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและให้ลูกค้าเกิดประสบการณ์ที่ดีร่วมกับแบรนด์รวมถึงการขยายสาขาองรับบริการให้บริการที่ครอบคลุมทั่วประเทศ และฐานลูกค้าใหม่ โดย สลิ้มมิ่งพลัสจะขยายตั้งเป้าสาขาครบ 30 สาขา ทั้งกรุงเทพฯและต่างจังหวัด Beauty Story ขยายครบ 5 สาขา ภายในปีนี้คาดว่าจะสร้างรายได้พร้อมแผนร่วมทุนกับพันธมิตรธุรกิจ ความงามทั้งในและต่างประเทศ ซึ่ง ไบโอคอส กรุ๊ป ได้ศึกษาและวางโมเดลรับการขยายธุรกิจสู่ประชาคม เศรษฐกิจอาเซียน (AEC) อาทิ ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย ลาว เวียดนาม และพม่า โดยมองความต้องการของตลาดในแต่ละประเทศเป็นหลัก ดังนั้นการขยายสาขาเพื่อรองรับกลุ่มลูกค้าต่างประเทศ จึงมีทั้งการเลือกใช้กลยุทธ์ตั้งรับภายในประเทศ และรุกไปต่างประเทศไปด้วยพร้อมๆ กัน” นางสาวสิริเรียม กล่าวปิดท้าย

###

นำเสนอข่าวประชาสัมพันธ์โดย บริษัท ไบโอคอส กรุ๊ป จำกัด โทร. 02-196-2033 ต่อ 607