

# BEAUTY บุคตลาดอินเดีย จับมือพันธมิตร แต่งตั้ง ตัวแทนจำหน่าย อย่างเป็นทางการ

BEAUTY บุคตลาดอินเดีย จับมือพันธมิตร แต่งตั้งตัวแทนจำหน่าย อย่างเป็นทางการ เดินหน้ารุกตลาดต่างประเทศ ชุกกลยุทธ์ Strategic Partnership เล็งเจาะตลาดเพิ่มในรัสเซีย สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ บรูไน และแคนาดา ดันยอดขายต่างประเทศเติบโตมากกว่า 35%

ดร.พีระพงษ์ กิติเวชโกศาวัฒน์ รองประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท บีวดี คอมมูนิตี้ จำกัด (มหาชน) “BEAUTY” ผู้นำธุรกิจค้าปลีกผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและบำรุงผิว ภายใต้แนวคิด Live a beautiful life เปิดเผยว่า บริษัทฯเซ็นสัญญาแต่งตั้ง บริษัท คิวดีฟาย คอสเมติก เวิลด์ ไพรวเท ลิมิเต็ด ในฐานะตัวแทนจำหน่ายแต่เพียง ผู้เดียวในประเทศอินเดีย จำหน่ายสินค้า ทั้งเมคอัพและสกินแคร์ ผ่านช่องทางตลาดทั้งออนไลน์และออฟไลน์ โดยพันธมิตรรายนี้เป็นตัวแทนจำหน่ายที่ประสบความสำเร็จด้านยอดขายในประเทศสิงคโปร์มาแล้ว

ทั้งนี้ ประเทศอินเดียมีจำนวนประชากรมากกว่า 1,300 ล้านคนหรือมากกว่าไทย 20 เท่า และมีลูกค้ากลุ่มเป้าหมายจำนวนมากที่สนใจสินค้า BEAUTY ซึ่งเชื่อว่าจะมีโอกาสในการขยายตลาด และมีแนวโน้มการเติบโตที่ดีอย่างต่อเนื่อง ในช่วงต่อจากนี้ บริษัทฯจะทำงานร่วมกับตัวแทนจำหน่ายทั้งด้าน กลยุทธ์การตลาด โปรโมชัน เชื่อมโยงทุกเครื่องมือการตลาดเข้าหากัน ชูจุดเด่นคุณภาพและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อกระตุ้นยอดขายและสร้างการรับรู้กับลูกค้าในวงกว้าง

ดร.พีระพงษ์ กล่าวต่อไปว่า บริษัทฯมีแผนที่จะขยายตลาดต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง ด้วยกลยุทธ์การเจรจาการค้ารูปแบบหุ้นส่วน หรือ Strategic Partnership มุ่งเน้นประเทศที่มีประชากรจำนวนมาก มีตลาดรองรับขนาดใหญ่ อาทิ รัสเซีย สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ บรูไน และแคนาดา ซึ่งบริษัทฯมีแผนผลักดันการเติบโตด้านยอดขายต่างประเทศเพิ่มขึ้น โดยปีนี้ตั้งเป้าหมายการเติบโตของยอดขายต่างประเทศ มากกว่า 35 %

ด้าน Mr. Hameet Singh Gouri กรรมการผู้จัดการ บริษัท คิวดีฟาย คอสเมติก เวิลด์ ไพรวเท ลิมิเต็ด กล่าวว่า การตัดสินใจร่วมเป็นพันธมิตรทางธุรกิจแบบ Exclusive Distributor ตัวแทนจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียวในประเทศอินเดียนั้น พิจารณาจากดีมานด์ ความต้องการของกลุ่มลูกค้า โดยเฉพาะในกลุ่มเมคอัพ รวมถึงความต้องการสกินแคร์ แฮร์แคร์เป็นจำนวนมาก อันเนื่องมาจากมลพิษทางอากาศ ซึ่งผู้บริโภคชาวอินเดียส่วนใหญ่รู้จักผลิตภัณฑ์ Beauty Buffet จากการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย และ มีโอกาสได้ใช้ผลิตภัณฑ์จนเกิดความมั่นใจใน Beauty Buffet ที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน มีความหลากหลาย และราคาไม่แพง ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าตั้งแต่วัยรุ่น จนถึงวัยทำงาน

เบื้องต้น บริษัทมีรูปแบบการขายสินค้าผ่านช่องทางการจำหน่ายที่เข้าถึงง่ายทั้ง Offline Retailer โดยเป็น พาร์ตเนอร์กับร้านสุขภาพ-ความงาม ดาร์เบอร์ ที่มีมากถึง 200 สาขา โดยวางแผนจัดจำหน่ายในปีนี้ 120 สาขา และ ผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายบนแพลตฟอร์มของ amazon.co.in และ Flipkart บริษัทอีคอมเมิร์ซที่ใหญ่ที่สุดในอินเดีย เป็นต้น ควบคู่กับการขยายตลาดเชิงรุก โดยสร้าง Engagement ระหว่างตัวแบรนด์กับกลุ่มลูกค้าชาวอินเดีย ด้วยกิจกรรมหลากหลายรูปแบบ อาทิ การเข้าร่วมจัดโปรโมชั่นต่างๆ การมอบ Beauty Card เพื่อให้ลูกค้าได้ทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ตัวใหม่ โดย Beauty Advisor แนะนำผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับ สภาพผิว หรือ คลิปวิดีโอแนะนำ Product Series ส่วนผสม วิธีการใช้ บน Youtube เพื่อสร้างยอดขายให้กับช่องทางออนไลน์และออฟไลน์เติบโตอย่างมีประสิทธิภาพ