

BEAUTY เปิดแผนปี 2562 ยกระดับสู่การเป็น International Beauty & Health Business

BEAUTY เปิดแผนปี 2562 ยกระดับสู่การเป็น International Beauty & Health Business ชุกกลยุทธ์รุกหนักตลาดต่างประเทศ ขยายช่องทางการจัดจำหน่าย เตรียมงบลงทุน 85 ล้านบาท พัฒนาธุรกิจค้าปลีก เสริมระบบสนับสนุนธุรกิจและเดินหน้าระบบอีคอมเมิร์ซ สร้างผลประกอบการเติบโต ตั้งเป้ารายได้เติบโตมากกว่า 20% พร้อมรักษาอัตรากำไรสุทธิมากกว่า 25%

นายแพทย์สุวิน ไกรภูเบศ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท บิวตี้ คอมมูนิตี้ จำกัด (มหาชน) (BEAUTY) ผู้ดำเนินธุรกิจจำหน่ายปลีกผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและบำรุงผิวภายใต้แนวคิด Live a Beautiful Life เปิดเผยว่า ในปีนี้บริษัทมีวิสัยทัศน์(VISION)ในการดำเนินธุรกิจด้วยนโยบาย International Beauty & Health Business เพื่อยกระดับแบรนด์สินค้าภายใต้การจำหน่ายของบริษัทเข้าสู่การเป็นแบรนด์ด้านความงามและสุขภาพที่ได้รับการยอมรับในระดับนานาชาติ ทั้งนี้แผนการดำเนินงานของบริษัทจะมุ่งเน้นใน 6 ด้านหลัก ประกอบด้วย

1.ขยายตลาดต่างประเทศเชิงรุก จำนวน 15 ประเทศ โดยมี 10 ประเทศที่เป็นตัวแทนจำหน่ายในปี 2561 ซึ่งจะเน้นการทำการตลาดร่วมกันและเพิ่มจำนวน SKUs สินค้า และมีอีก 5 ประเทศเป้าหมายใหม่ในปี2562 ที่มีแผนจะขยายตลาด คือ อินเดีย รัสเซีย สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ บรูไน และแคนาดา ในรูปแบบของตัวแทนจำหน่าย Product Distributor ,Shop Licence , Shop in Shop หรือ Counter sales รวมทั้งยังเน้นรุกตลาดประเทศจีนซึ่งถือว่าเป็นตลาดขนาดใหญ่มีโอกาสทางธุรกิจสูง โดยมีแผนกระจายสินค้าผ่านช่องทาง Cross Border E-commerce (CBEC)อย่างต่อเนื่องซึ่งช่องทางนี้ถือเป็นโอกาสใหม่สำหรับการค้าออนไลน์ในจีนที่รัฐบาลจีนมีมาตรการสนับสนุนอย่างชัดเจน โดยเฉพาะสินค้ากลุ่มเครื่องสำอางโดยผู้ค้าออนไลน์จะได้รับสิทธิส่วนลดทางภาษีในอัตราพิเศษ

โดยในปี 2561 บริษัทมีสินค้าวางจำหน่ายแล้วจำนวน 7 Platforms และในปีนี้มีแผนเจรจาเพิ่มจำนวน Platform อีก 2 รายและยังขยายจำนวน SKUs สินค้าเข้าจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ภายในไตรมาส 1 ปี 62 บริษัทได้เริ่มส่งสินค้าเข้าจำหน่ายช่องทางตลาดหลัก(General Trade)ที่ประกอบด้วยช่องทาง Offline และ Online ในตลาดทั้งสาธารณรัฐประชาชนจีน(Mainland China) สำหรับตลาดการขายสินค้าหลักของจีนมีทั้งที่เป็นช่องทางออฟไลน์ เช่น เทเรตติชั่นนอลเทเรต คอนวีเนียนสโตร์ โมเดิร์นเทเรตต่างๆ และช่องทางออนไลน์ที่เป็นเว็บไซต์ อีคอมเมิร์ซต่างๆที่จัดจำหน่ายสินค้าในประเทศจีน

2.ช่องทางร้านค้าปลีกเข้มแข็ง (Retail Business Models) ด้วยศักยภาพที่บริษัทมีสาขารวมทั้งสิ้น 347 สาขา จะพัฒนาปรับปรุงและสร้างความเข้มแข็งให้ช่องทางร้านค้าปลีก โดยจะมีการพัฒนาการบริหารร้านค้าปลีก ,เปิดสาขาใหม่ 15 สาขา ,เน้นการทำการตลาดได้ด้วยตัวร้านค้าปลีกเอง (Local Store Marketing) ,สร้างโมเดลการขาย

สินค้าที่เป็นสินค้า Multi Brand เข้ามาจำหน่ายในร้าน Beauty Buffet , สร้างร้านต้นแบบใหม่เพื่อจำหน่ายสินค้าที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ครอบคลุม

3. กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภคต่อเนื่อง (Consumer Product)เพิ่มประสิทธิภาพในช่องทางการจำหน่ายเดิมโดยเน้นการเพิ่มจำนวน SKUs สินค้าและทำการตลาดร่วมกับห้างพร้อมกับเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายใหม่ๆที่มีโอกาสเติบโตสูงและเข้าถึงกลุ่มลูกค้า

4. ช่องทางอีคอมเมิร์ซ(E-Commerce) ตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงพัฒนาและบริหารจัดการโครงสร้างระบบอีคอมเมิร์ซให้มีประสิทธิภาพ วางเป้าหมายรุกตลาดออนไลน์ ด้วยกลยุทธ์ O2O และพันธมิตร รวมถึงพัฒนาระบบรองรับพฤติกรรมผู้บริโภคผ่านมือถือของบริษัทเอง ซึ่งคาดว่าจะเป็นอย่างหนึ่งช่องทางที่จะช่วยผลักดันให้บริษัทมีรายได้เติบโตก้าวกระโดด

5. กลยุทธ์การขายโดยใช้สินค้าขับเคลื่อน (Product Driven) ขับเคลื่อนยอดขายให้เติบโตโดยการสร้าง Product Heros ที่มีกระแสดึงดูดลูกค้าทั้งสินค้าเดิมที่มีอยู่แล้วและสินค้าใหม่ เน้นสินค้าที่เป็น อินโนเวชั่นตามเทรนด์แฟชั่นไลฟ์สไตล์ของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

6. กลยุทธ์การตลาดแบบO2O การเชื่อมต่อออนไลน์ทุกแพลตฟอร์ม นำเสนอ Influencers ทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงพนักงานทุกระดับ เพื่อสร้าง Engagement กับลูกค้าวงกว้างและเป็นพลังในการสร้างยอดขายให้แก่ช่องทางออฟไลน์ และออนไลน์ ร่วมกับการพัฒนาการตลาดระดับ Regional สร้างตลาดต่างประเทศไปพร้อมกัน

จากการดำเนินงานในปี 2561 ถือเป็น การปรับธุรกิจตามยุทธศาสตร์ใหม่ บริษัทได้พัฒนาตลาด วางรากฐานช่องทางในตลาดต่างประเทศ ,สินค้ากลุ่มอุปโภค รวมถึงการวางแนวทาง E-Commerce ชัดเจนเพื่อเป็นฐานการขยายตลาดในปี 2562 สำหรับภาพรวมธุรกิจครึ่งปี 2562 คาดว่ายังมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยปัจจัยสนับสนุนหลักมาจากพฤติกรรมของผู้บริโภคทั่วโลกที่ให้ความใส่ใจเกี่ยวกับความงาม สุขภาพและผิวพรรณต่อเนื่อง ส่งผลให้ความต้องการผลิตภัณฑ์ด้านความงามและสุขภาพมีความหลากหลายเพิ่มขึ้นตาม ซึ่งการขยายตัวดังกล่าวเป็นโอกาสในการดำเนินธุรกิจของบริษัทที่จะสามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์ให้เข้าถึงผู้บริโภคทั้งในประเทศและในระดับนานาชาติ ซึ่งในปี นี้ BEAUTY วางเป้าหมายรายได้เติบโตมากกว่า 20% พร้อมรักษาอัตรากำไรสุทธิมากกว่า 25% ขณะที่ลงทุนอยู่ที่ 85 ล้านบาทเพื่อนำมาใช้สำหรับการเปิดสาขา พัฒนาระบบสนับสนุนธุรกิจและระบบอีคอมเมิร์ซ