

Bowers & Wilkins เครื่องเสียงพรีเมียมอังกฤษตั้ง M+C รุกตลาดไทย



Bowers & Wilkins เครื่องเสียงพรีเมียมอังกฤษตั้ง M+C รุกตลาดไทย

ซูปรินิการหลังการขายมาตรฐานสากลตั้งเป้าชิงผู้นำตลาดซูเปอร์ไฮเอนด์

Bowers & Wilkins เครื่องเสียงแบรนด์ดังระดับพรีเมียมจากอังกฤษ แต่งตั้ง M+C เป็นผู้แทนจำหน่ายในไทยตั้งเป็นตลาดยุทธศาสตร์ของอาเซียน ประเดิมนำเข้า “ลำโพง-หุฟ่ง” รุ่นพิเศษรุกตลาดไฮเอนด์ พร้อมแผนขยายสู่ตลาดแมสผ่านร้านเซนส์ไอที/มือถือตั้งเป้าเติบโตเท่าตัวสู่ท็อป 3 ของเอเชีย

นายสมัคร สมัครคามัย ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัทมิวสิคพลัสซีเนมา จำกัด(M+C) ในเครือไอซีทีวีซัน เปิดเผยว่า บริษัทได้รับเลือกเป็นตัวแทนจำหน่าย Bowers & Wilkins (B&W) เครื่องเสียงแบรนด์ดังระดับซูเปอร์ไฮเอนด์จากประเทศอังกฤษอย่างเป็นทางการในประเทศไทยเนื่องจาก Bowers & Wilkins เล็งเห็น ถึงศักยภาพการเติบโตตลาดเครื่องเสียงในประเทศไทยและภูมิภาคอาเซียน จึงยกให้ไทยเป็นตลาดยุทธศาสตร์ ในภูมิภาคอาเซียนสำหรับ M+C ในฐานะบริษัทจัดจำหน่ายเครื่องเสียงคุณภาพสูงระดับพรีเมียมจากทั่วโลก ก็เชื่อมั่นในแบรนด์ Bowers & Wilkins ที่ได้รับความนิยมจากทั่วโลกมากกว่า 50 ปี ด้วยจุดเด่น 3 องค์ประกอบหลัก คือ 1.แบรนด์เครื่องเสียงระดับซูเปอร์ไฮเอนด์ได้รับการยอมรับทั้งในด้านดีไซน์ และคุณภาพเสียงจากหลากหลายวงการในตลาดโลก เช่น กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านดนตรี นักเล่นเครื่องเสียง รวมถึงผู้ชื่นชอบเครื่องเสียงคุณภาพ 2.มีสินค้าเครื่องเสียงที่ตอบสนองไลฟ์สไตล์ผู้บริโภคได้หลากหลายไม่ว่าจะลำโพงประเภทตั้งพื้น(Tower) หรือลำโพงตั้งโต๊ะ(Book shelf) ที่มีรูปทรงและขนาดหลากหลาย รวมทั้งหุฟ่งทั้งแบบมีสายและไร้สาย และ 3.ระดับราคาที่ “สมเหตุสมผล”สามารถแข่งขันกับกลุ่มสินค้าซูเปอร์ไฮเอนด์อื่นๆได้

นายสมัครกล่าวว่า เนื่องจาก Bowers & Wilkins ได้ทำตลาดในประเทศไทยมานานแต่ที่ผ่านมาเป็นการทำตลาดในกลุ่ม Hi-Fi ดังนั้นเป้าหมายของ M+C คือการขยายตลาดให้กว้างขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มพรีเมียมแมส ซึ่งแม้ตลาดนี้ จะมีการแข่งขันสูง แต่เชื่อว่าด้วยจุดเด่นของ Bowers & Wilkins ที่มีรากฐานพัฒนามาจากเทคโนโลยีของเครื่องเสียงระดับซูเปอร์ไฮเอนด์และด้วย 3 องค์ประกอบของแบรนด์ที่กล่าวไป กับกลยุทธ์ที่บริษัทวางไว้จะประสบผลสำเร็จในเวลาอันสั้น

โดยปีแรกของการเป็นตัวแทนจำหน่ายบริษัทตั้งเป้าจะสร้างการเติบโตยอดขายของ Bowers & Wilkins ในประเทศไทยให้ได้มากกว่าเท่าตัว นอกจากนี้บริษัทคาดว่าจะผลักดันยอดขาย Bowers & Wilkins ในประเทศไทยจะก้าวขึ้นสู่อันดับท็อป 3 ของเอเชียภายใน 3 ปี

“กลยุทธ์การตลาดที่วางไว้ในช่วงแรก คือการสื่อถึงภาพลักษณ์ของแบรนด์ ทั้งในช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ พร้อมกับการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายทั้งหูฟัง แบบมีสายและไร้สาย รวมถึงลำโพงแบบต่างๆ ด้วยนโยบายราคา ที่เป็นมาตรฐานโลก และบริษัทในฐานะตัวแทนจำหน่ายอย่างเป็นทางการ ยังมีทีมงานบริการหลังการขายที่ได้ รับการอบรมให้มีมาตรฐานเทียบเท่าระดับสากล พร้อมทั้งการนำเสนอบริการหลังการขายที่เรียกว่า Diamond care warranty ด้วยการขยายเวลารับประกันเป็น 5 ปี ในกลุ่มเครื่องเสียงประเภทลำโพงบ้าน และ 1 ปี กลุ่มลำโพงไร้สาย และหูฟัง”

สำหรับโปรดักส์ไฮไลท์ที่จะเข้ามาทำตลาดในช่วงแรกคือลำโพงรุ่น 800 D3 และหูฟังรุ่น P9 Signature ที่ออกมาในช่วงฉลองครบรอบ 50 ปีของ Bowers & Wilkins

นายสมัครกล่าวเพิ่มเติมว่า ในระยะแรกช่องทางจัดจำหน่ายจะมุ่งเน้นการสร้างพันธมิตรกับคู่ค้า ประเภท ร้านเครื่องเสียง และร้านเซนส์ไดร้ออที/มือถือเพื่อให้ลูกค้ากลุ่มพรีเมียมแมส สามารถเข้าถึงสินค้า Bowers & Wilkins ได้ง่ายขึ้นโดยขณะนี้บริษัทได้เซ็นสัญญาความร่วมมือกับดีลเลอร์ในหัวเมืองต่างๆ อาทิ เชียงใหม่ ขอนแก่น จันทบุรี ภูเก็ต หาดใหญ่ สุราษฎร์ธานี ทั้งมีแผนขยายเพิ่มเติมอีกไม่ต่ำกว่า 10 จังหวัด เพื่อที่จะสามารถ ดูแลลูกค้าได้ครอบคลุมทั่วถึงมากขึ้น และต้นปี 2560 บริษัทมีแผนจะขยายเข้าสู่ตลาดแมสมากขึ้น ด้วยการนำผลิตภัณฑ์หูฟังรุ่นต่างๆ

จำหน่ายช่องทางทางโมเดิร์นเทรดต่างๆ

ทั้งนี้ภาพรวมตลาดเครื่องเสียงในประเทศไทย มีมูลค่าประมาณ 6,500 ล้านบาท โดยเครื่องเสียงระดับไฮเอนด์หรือพรีเมียม มีสัดส่วนอยู่ที่ 12 % ของมูลค่าตลาดรวม เพราะลูกค้านิยมสินค้าที่มีคุณภาพเสียงระดับสูงและมีดีไซน์ทันสมัย สวยงาม ขณะที่ตลาดหูฟัง มีการเติบโต 10 % ในปี 2559 ตามเทรนด์ของเทคโนโลยี และพฤติกรรมผู้บริโภคยุคดิจิทัลที่มีไลฟ์สไตล์การดูหนัง ฟังเพลงผ่านสมาร์ตโฟนเป็นหลัก