

EASY CUT ปรับโฉมใหม่ในรอบ 10 ปี เดินหน้า

ธุรกิจร้านตัดผมสไตส์ญี่ปุ่น ตอบโจทย์ความต้องการ ของหนุ่มสาวยุคดิจิทัล



เพราะ LIFESTYLE การใช้ชีวิตของคนเมืองในสังคมปัจจุบันเต็มไปด้วยความเร่งรีบ สินค้าและการให้บริการหลายประเภท จึงสร้างสรรค์ขึ้นเพื่อตอบโจทย์ความสะดวกรวดเร็วให้กับผู้บริโภค ทั้งเครื่องสำอาง, อาหาร, การคมนาคม ฯลฯ รวมถึงร้านตัดผม ซึ่งความต้องการการตอบสนองที่รวดเร็วของคนรุ่นใหม่ี่เองคือช่องว่างทางธุรกิจที่ทำให้ EASY CUT ร้านตัดผมที่ให้บริการด้วยความรวดเร็ว สะอาด ทันสมัย และประหยัด เติบโตขึ้นอย่างแข็งแกร่งในรอบ 10 ปี พร้อมก้าวสู่ปีที่ 11 ด้วยการปรับเปลี่ยนโฉมจุดให้บริการ และการบริการที่เข้าถึงหัวใจของผู้บริโภคยุคดิจิทัลมากขึ้น หวังเพิ่มจำนวนกลุ่มลูกค้าที่มารับบริการอีก 15% ภายในปีนี้

มานพ ภูทอง ผู้จัดการส่วนธุรกิจ 3 บมจ.โอซีซี เปิดเผยว่า “ธุรกิจบริการตัดผมที่เกิดขึ้นในประเทศไทย ไม่ว่าจะเป็นแบบบาร์เบอร์หรือแบบชาลอนก็ตาม ถือเป็นวัฒนธรรมการตัดผมที่นิยมโดยทั่วไปของคนไทยติดต่อกันมาหลายทศวรรษ การเข้ามาดำเนินธุรกิจบริการตัดผมในประเทศไทยของ EASY CUT ในรอบ 10 ปีที่ผ่านมา ได้ปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมการบริการตัดผมแบบเดิม ๆ โดยสร้างความแตกต่างทั้งด้านภาพลักษณ์ของร้าน การบริการ ราคา และความรวดเร็วในการตัดผมเพียงแค่ 10 นาที ฉีกกฎการตัดผมรูปแบบเดิม ๆ เพื่อให้ EASY CUT เป็นทางเลือกใหม่ของคนเมือง ที่ต้องการใช้เวลาอย่างคุ้มค่า ในราคาที่จ่ายได้อย่างสบายกระเป๋า ปัจจุบันมูลค่าตลาดรวมของธุรกิจที่ให้บริการตัดผมทุกประเภทในประเทศไทย จะอยู่ประมาณ 1,000 ล้านบาทต่อเดือน โดย EASY CUT มีส่วนแบ่งทางการตลาดโดยประมาณเพียง 0.25 เท่านั้น ซึ่งนับว่ายังน้อยมากเมื่อเปรียบเทียบกับตลาดที่มีอยู่ในปัจจุบัน ซึ่งกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักของ EASY CUT คือกลุ่มผู้ชายวัยทำงานในทุกอาชีพ ที่มีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 23 – 50 ปี กลุ่มเป้าหมายรองคือกลุ่มผู้ชายในวัยเรียนตั้งแต่ชั้นประถมศึกษา-มหาวิทยาลัย ที่มีอายุระหว่าง 10 – 22 ปี ทั้งสองกลุ่มนี้คิดเป็นร้อยละ 85 ของจำนวนลูกค้าทั้งหมด นอกเหนือจากนั้นจะเป็นผู้หญิงวัยเรียนและวัยทำงาน ที่มีอายุระหว่าง 15 – 35 ปี ประมาณร้อยละ 15 เท่านั้น”

“สำหรับผลประกอบการของ EASY CUT ในปี 2560 นั้น อยู่ที่ประมาณ 20 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 2 ของรายได้ทั้งหมดขององค์กร แต่ 2 ไตรมาสที่ผ่านมาของปี 2561 EASY CUT เติบโตขึ้นคิดเป็นร้อยละ 25 โดยในปีนี้ EASY CUT ตั้งเป้าตัวเลขรวมผลประกอบการไว้ที่ 26 ล้านบาท หวังแซร์สัดส่วนทางการตลาดที่ 0.35 ในปีนี้ และเชื่อมั่นว่าธุรกิจของ EASY CUT สามารถเติบโตได้ แม้ว่าเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศในปีนี้จะยังคงอยู่ในสถานะชะลอตัวก็

ตาม ซึ่งแผนการดำเนินธุรกิจเพื่อให้ EASY CUT เดินหน้าไปถึงเป้าหมายที่วางไว้ คือการทยอยปรับโฉมจุดให้บริการ ให้มีความทันสมัยยิ่งขึ้น ขยายร้านรองรับลูกค้าจากเดิม 18 สาขา เป็น 22 สาขาภายในปีนี้ (กรุงเทพฯ 12 จุด ต่างจังหวัด 10 จุด) การบริการยังคงยึดมั่นในความสะอาด รวดเร็ว และเก็บทรงให้สวยถูกต้องตามที่ลูกค้าต้องการในราคา 120 บาททุกทรงภายในเวลา 10 นาที อีกทั้งจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดอย่างต่อเนื่อง อาทิ โปรโมชั่น ณ จุดบริการ กิจกรรมทาง ONLINE เพิ่มสื่อโฆษณา – ประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายตลอดไตรมาสที่ 3 และ 4 โดยใช้งบประมาณในส่วนของการ RENOVATE ร้านตัดผม กว่า 3 ล้านบาท และงบประมาณในส่วนของการส่งเสริมด้านการตลาดไว้ที่ 1 ล้านบาท

หมายเหตุ : สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ คุณสุชาดา ฝ่ายสิงห์ โทร. 0-2295-4545 ต่อ 315 หรือ 088-229-6228