“YOKOHAMA” มั่นใจการเมืองนิ่งตลาดครึ่งปีหลังสดใส ชี้กลุ่มยางรถอีโคคาร์แข่งเดือดเร่งอัดกลยุทธ์ตลาดเข้าสู่

BluEarth-A (บลูเอิร์ธ เอส) โชว์ฟอร์มพระเอกกอบกู้ภาพรวมตลาด YOKOHAMA ท่ามกลางเศรษฐกิจซบ-ปัญหาการเมืองซ้ำให้เดินสู่เป้าหมาย หลังเปิดตัว 3 เดือนกวาดยอดขายแล้วกว่า 38,000 เส้น จากที่ตั้งไว้ 65,000 เส้นในปีนี้ ส่งผลให้ยอดขายสะสม 5 เดือนที่ผ่านมาทำได้แล้วกว่า 120,000 เส้น ลดลงจากปีที่ผ่านมาแค่ 6% บิ๊กบอสเผยหากไร้วิกฤติยอดขายฉลุยกว่านี้แน่ มั่นใจครึ่งปีที่เหลือตลาดแข่งขันรุนแรง วิเคราะห์รถอีโคคาร์มาแรง ถึงเวลาเปลี่ยนยางใหม่ใส่แทนของเดิม ชี้ยาง BluEarth AE01 (บลูเอิร์ธ เออี 01) และ BluEarth-A (บูลเอิร์ธ เอส) จะเป็นโปรดักท์ธงรองรับความต้องการลูกค้า พร้อมเร่งเติมกลยุทธ์การตลาดเข้าสู้ ทั้ง Push, Pull และ Motor Sport Marketing ควบคู่กับการขยายเครือข่าย “YCN” เพิ่มอีก 12 แห่ง เป็น 35 แห่งทั่วไทยภายในสิ้นปีนี้ เชื่อจบปีบรรลุเป้า 350,000 เส้นที่ตั้งไว้

มร.ซาโตชิ ฟูจิตสึ (Mr.Satoshi Fujitsu) กรรมการผู้จัดการ บริษัท โยโกฮามา ไทร์ เซลส์ (ประเทศไทย) จำกัด กล่าวถึงผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว และปัญหาทางการเมืองที่ยืดเยื้อมานานตั้งแต่ปลายปีที่ผ่านมา ส่งผลกระทบต่อภาพรวมตลาดของ YOKOHAMA ในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมาของปีไม่มากนัก เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2556 ซึ่งได้รับผลกระทบมาจากภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว ภาคอุตสาหกรรมยานยนต์หดตัว และปัญหาทางการเมืองที่รุมเร้ามาตั้งแต่ปลายปีที่ผ่านมา

“ไตรมาสแรกปี 2557 ยอดจำหน่าย YOKOHAMA อยู่ในเกณฑ์ที่ดี โดยได้รับอานิสงส์จากการเปิดตัวยางรุ่นใหม่ “BluEarth-A (บลูเอิร์ธ เอส)” ที่นำเข้าจากญี่ปุ่นช่วงเดือนมีนาคม 2557 ปัจจุบันมียอดขายแล้วกว่า 38,000 เส้น จากที่ตั้งเป้าทั้งปีไว้ที่ 65,000 เส้นภายในปีนี้ หากไม่ได้รับผลกระทบทางการเมืองจะมีปริมาณขายสูงกว่านี้ และเมื่อเทียบยอดขายของบริษัทในช่วงเวลาเดียว ทั้งปีที่แล้วบริษัทเปิดตัวยางรุ่นใหม่ “BluEarth AE01 (บลูเอิร์ธ เออี 01)” เดือนเมษายน 2556 ทำให้ยอดจำหน่ายสะสม 5 เดือนที่ผ่านมา (มกราคม-พฤษภาคม 2557) มีปริมาณสะสมกว่า 120,000 เส้น ลดลงจากปีที่ผ่านมาเล็กน้อย 6% มั่นใจว่าครึ่งหลังจากนี้จะทำยอดจำหน่ายได้ตามที่ตั้งไว้ที่ 350,000 เส้น แน่นอน”

มร.ซาโตชิ ฟูจิตสึ กล่าวเพิ่มเติมว่า เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า พื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑลของ YOKOHAMA มียอดจำหน่ายลดลง 10% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2556 เพราะได้รับผลกระทบโดยตรงจากเหตุชุมนุมทางการเมือง เช่น ตั้งอยู่ในพื้นที่ชุมนุม การปิดเส้นทางจราจร ทำให้ผู้แทนจำหน่ายบางแห่งปิดการให้บริการ หลายแห่งต้องปิดบริการเร็วกว่าปกติ ขณะที่ต่างจังหวัดกลับมียอดจำหน่ายลดลงที่น้อยกว่า -2%

“พิจารณาจากภาพรวมตลาดช่วง 5 เดือนที่ผ่านมา YOKOHAMA มียอดจำหน่ายลดลง 6% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันในปีที่ผ่านมา จากนี้ต่อไปตั้งเป้าไม่ให้ลดไปกว่านี้ ส่วนที่คณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) ได้เยียวยาและแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจ เช่น ทยอยชำระเงินค่าจำนำข้าวให้ชาวนาจำนวน 92,000 ล้านบาท ส่งผลให้มีเม็ดเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจ แต่จะเห็นผลช่วงครึ่งปีหลัง มั่นใจว่าเมื่อบรรยากาศต่างๆ ดีขึ้น ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจ มีอารมณ์ในการจับจ่าย จะให้ทุกภาคส่วนของเศรษฐกิจมีแนวโน้มดีขึ้น อีกทั้งรถยนต์เปรียบเสมือนเป็นปัจจัยที่ 5 ดังนั้นยางรถยนต์จึงเป็นส่วนสำคัญในการต่อยอดธุรกิจ ตราบใดที่ต้องนำรถยนต์ออกใช้งานและทำธุรกิจการค้า เมื่อถึงเวลาอันควรก็ต้องเปลี่ยนยางใหม่ใส่แทนยางเดิม เพื่อประสิทธิภาพในการขับขี่และความปลอดภัยในการเดินทาง ”

แม้ช่วงที่ผ่านมาจะยากลำบากในการทำตลาด แต่ YOKOHAMA ไม่เคยหยุดนิ่ง โดยยึดมั่นในพันธกิจบริษัท “Make Everything High Quality” หรือเน้นคุณภาพผลิตภัณฑ์และเน้นการบริการมากกว่าปริมาณการขายและเพิ่มจำนวนผู้แทนจำหน่าย พร้อมทั้งดำเนินกลยุทธ์การตลาดต่างๆ แบบ 360 องศา ที่มีทั้งในรูปแบบ Push, Pull และ Motor Sport Marketing ที่ทุ่มงบร่วม 10 ล้านบาท สนับสนุนยางรถยนต์โยโกฮามา ให้นักแข่งลงทำการแข่งขันรถยนต์ระดับประเทศในรายการต่างๆ เช่น Thailand Super Series (ไทยแลนด์ ซูเปอร์ ซีรี่ส์ 2014), Pro Racing Series 2014 (โปรเรซซิ่ง ซีรี่ส์ 2014), Off road trophy 2014 (ออฟโรด ทรอฟี่ 2014), True Visions Bobby Hunter Super1 Race 2014 (ทรูวิชั่น บ๊อบบี้ ฮันเตอร์ ซุปเปอร์วัน เรซ2014), D1 Grandprix (ดีวัน กรังปรีด์) และสนับสนุนยาง Geolandar (จีโอแลนด้า) ให้กับนักแข่งในรายการ Asian Cross Country (เอเชียน ครอสคันทรี 2014)

โดยเฉพาะรายการแข่งขันรถยนต์ทางเรียบ “โปร.เรซซิ่ง ซีรี่ส์ ไทยแลนด์ แชมเปี้ยนชิพ 2014” นัดเปิดฤดูกาล ณ สนามพีระฯ พัทยา ในวันที่ 14-15 มิถุนายนนี้ ให้การสนับสนุนนักขับ-ทีมแข่งชั้นนำเมืองไทย อาทิ บอย-ขจรศักดิ์ ณ สงขลา, MR.THOMAS RALDORF (มร.โทมัส ราล์วดอฟ), กันตธีร์ กุศิริ และ รุ่งรวี ธีระกุล เป็นต้น ซึ่งทั้งหมดจะใช้ยางสมรรถนะสูง YOKOHAMA รุ่น AD08R ใส่ลงแข่งขันรุ่นโปรคาร์ (PRO CAR) ของรายการ เพื่อสะท้อน

คุณสมบัติพิเศษยางสมรรถนะสูงของ YOKOHAMA จากสนามแข่งสู่ท้องถนน

สำหรับยอดจำหน่ายสะสม 5 เดือนที่ผ่านมา ยังพบว่า ศูนย์บริการยางรถยนต์มาตรฐาน YOKOHAMA Club Network หรือ “YCN” มียอดจำหน่ายที่น่าสนใจ โดยมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้น 2% หรือมียอดจำหน่ายราว 33,000 เส้น จากภาพรวมตลาดของบริษัทที่ลดลง % ซึ่งจำนวนนี้ “YCN” ในพื้นที่กรุงเทพฯ-ปริมณฑล จำนวน 11 แห่ง มียอดจำหน่ายลดลง 4% ขณะที่สาขาต่างจังหวัดจำนวน 12 แห่ง มีอัตราการเติบโตสวนกระแสเพิ่มขึ้น 19% ตั้งเป้าขยาย “YCN” เพิ่มขึ้นอีก 12 แห่ง รวมเป็น 35 แห่งทั่วประเทศภายในสิ้นปีนี้ โดยจะคัดเลือกร้านค้าผู้แทนจำหน่ายเดิม ที่พร้อมจะยกระดับเป็น “YCN” และมีความตั้งใจที่จะร่วมเติบโตไปกับ YOKOHAMA อย่างยั่งยืน

“ที่ผ่านมามีตัวแทนร้านค้าฯ แสดงความสนใจหลายราย เนื่องจาก “YCN” ที่เปิดดำเนินธุรกิจไปก่อนหน้าต่างประสบความสำเร็จ และเห็นถึงการสนับสนุนอย่างเต็มที่ของบริษัทในด้านต่างๆ เช่น ตกแต่งร้าน จัดหาเครื่องมือ-อุปกรณ์ การอบรมโปรแกรมการขายและงบประมาณในการทำกลยุทธ์ทางการตลาด และเร็วๆ นี้ บริษัทเตรียมจัดแคมเปญผ่อนยาง 0% ผ่านบัตรเครดิตชั้นนำให้แก่ “YCN” ทุกแห่ง เพื่อต่อยอดการขาย และอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าด้วย ล่าสุดบริษัทเจรจาธุรกิจกับผู้ประกอบการอุปกรณ์รายใหญ่ที่เกี่ยวข้องกับรถยนต์ เช่น ระบบเบรก ระบบรองรับช่วงล่างรถยนต์ ที่จะเข้ามาเป็นพันธมิตรสำคัญและช่วยเติมเต็มให้ “YCN” มีความสามารถในการให้การบริการที่ครบวงจรมากยิ่งขึ้น”

มร.ซาโตชิ ฟูจิตสึ คาดการณ์แนวโน้มตลาดยางรถยนต์เมืองไทยช่วงครึ่งปีหลังว่า จะมีการแข่งขันรุนแรง เนื่องจากสถานการณ์ต่างๆ เริ่มคลี่คลายและมีแนวโน้มสดใส ส่งผลให้ค่ายผู้ผลิตเร่งผลักดันกลยุทธ์ส่งเสริมการขายต่างๆ มาใช้เป็นเครื่องมือมากกว่าช่วงวิกฤติที่ผ่านมา

“สิ่งที่น่าสนใจช่วงครึ่งปีหลังจากนี้ นอกจากจะเป็นไฮซีซั่นแล้ว กลุ่มอีโคคาร์หลายแสนคันที่เปิดตัวหลายแบรนด์เมื่อ 2 ปีที่ผ่านมา รถเหล่านี้ถึงเวลาต้องเปลี่ยนยางใหม่ใส่ทดแทนของเดิมที่ติดมากับรถแล้ว โดย YOKOHAMA มียางรุ่น BluEarth AE-01 (บลูเอิร์ธ เออี 01) และ BluEarth-A (บูลเอิร์ธเอส) เป็นโปรดักท์ธงที่จะรองรับและตอบโจทย์ผู้ใช้รถกลุ่มนี้ได้ตรงใจที่สุด คาดว่ายอดขาย YOKOHAMA จะกลับมาดีช่วงครึ่งปีหลังนี้แน่นอน” **มร.ซาโตชิ กล่าว**