

'บีพี'

รุกเจาะตลาดเวทีโลก

ด้วยการสร้างแบรนด์ที่เป็นของตัวเอง มีเอกลักษณ์และคุณภาพที่ได้รับมาตรฐานสากล กระเป๋าสตางค์และผลิตภัณฑ์เครื่องหนังจากบริษัท บีพีเวิลด์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด จึงกำลังเป็นสินค้าเทรนด์ใหม่ที่มาแรง และเป็นที่ยอมรับของตลาด ในฐานะกระเป๋าสตางค์และเครื่องหนังไทยครบวงจร

จากการออกแบบที่พิถีพิถันในทุกขั้นตอนการผลิต คุณภาพ และดีไซน์ใหม่ๆ ที่ก้าวล้ำนำหน้าแบรนด์ต่างๆ จากต่างประเทศ บวกกับกลยุทธ์ทางการตลาดที่โดดเด่นทำให้แบรนด์ของ "บีพี" เริ่มคืบคลานเข้ามาเรื่อยๆ จนถึงวันนี้ "บีพี" กลายเป็นสินค้าคุณภาพที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางในตลาด จนอดไม่ได้ที่จะต้องมาพูดคุยกับ

ตราโรจน์ หักหาญ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท บีพีเวิลด์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ให้สัมภาษณ์ว่า จุดเริ่มต้นของแบรนด์บีพี และบริษัท บีพีเวิลด์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด เริ่มต้นในปี 2549 โปรดักต์เครื่องหนัง กระเป๋าเล็กใหญ่เล็กที่มีทั้งนำเข้าแล้วก็ผลิตเอง ซึ่งจะอยู่สัดส่วนที่การนำเข้าผู้ผลิตที่ผลิตจากต่างประเทศ 70% ในประเทศ 30%

สำหรับการเข้ามาทำตลาดมีจุดเริ่มต้นจากแนวความคิดที่ว่า กระเป๋าทุกชนิดในประเทศนั้น ถ้าเรามองไปรอบๆ ก็จะมีแต่แบรนด์ต่างๆ จากต่างประเทศ ที่มีราคาสูง ตรงนี้คือจุดเริ่มต้นที่ผมเริ่มหันมามองว่า น่าจะสร้างแบรนด์ที่เป็นของคนไทยเองได้ ก็เลยเริ่มต้นจากจุดนั้น

จากนั้นเราก็เริ่มสร้างแบรนด์ด้วยการดีไซน์และนำเข้าจากต่างประเทศ แต่กำหนดเป็นเอกลักษณ์ของเราเอง ซึ่งเป็นจุดเด่นสำคัญจุดหนึ่งคือความเป็นเอกลักษณ์ที่จนถึงทุกวันนี้ ตอนที่ออกมาทำตลาดใหม่ๆ หลายคนๆ มองเราเหมือนกับเป็นแบรนด์ดังจาก



ตราโรจน์ หักหาญ

ต่างประเทศ ทั้งกระเป๋าเดินทางกระเป๋าสตรี กระเป๋าถืองาน ไปจนถึงกระเป๋าสตางค์ กระเป๋าทุกชนิด แต่พอมาดูราคา เขาก็งง ผมก็บอกกับเขาว่า เราเป็นแบรนด์ที่กำลังทำการตลาด

ตอนนั้นลูกค้าล้มล้มสินค้าเรา เขาว่าเรากำลังโกหก เรามองว่าเราไม่ได้โกหก เขาบอกกับผมว่า สินค้าที่มีรูปร่างหน้าตาแบบนี้ จะมาทำการตลาดในราคาที่ได้อย่างไร ผมก็บอกเขาว่า ผมตั้งใจทำให้เป็นเช่นนั้น

จากจุดนั้นเราก็พัฒนาแบรนด์ของเรา โดยยดตลอด โดยเน้นไปในเรื่องของราคาและคุณภาพ จนถึงวันนี้ผลิตภัณฑ์ของบีพีก็ได้รับการยอมรับจากตลาดแล้วว่า เป็นผลิตภัณฑ์คุณภาพที่ทัดเทียมกับแบรนด์ต่างๆ จากยุโรป แต่เป็นราคาแบบเอเชีย หรือจะเรียกว่าแบบไทยๆ

นอกจากนี้ความโดดเด่นของบีพีคือเราเป็นผลิตภัณฑ์กระเป๋าแบบครบวงจรและเป็นเจ้าเดียวที่มีกระเป๋าทุกประเภทให้ลูกค้าได้เลือกเรียกได้ว่าผมวางคอนเซ็ปต์คือความเป็น "FIX YOU LIFE STYLE" เน้นความหลากหลายให้ลูกค้าได้เลือก และสร้างสรรค์ดีไซน์ในแบบของเราเอง

จากจุดเริ่มต้นสู่ความเป็นแบรนด์และกำลังจะก้าวมาสู่ความนิยมจากการมี

กิจกรรมส่งเสริมการขายในห้างสรรพสินค้า และรูปลักษณ์ที่สะดุดตาของกระเป๋าบีพี ที่โดดเด่นจนมีผู้สนใจอย่างล้นหลาม

"พูดไปแล้วก็เหมือนเรื่องที่ไม่น่าเชื่อ ผมว่าลูกค้าหลายคนเข้ามาชมสินค้าตามบูธหรือตามกิจกรรมส่งเสริมการขายของเรา ส่วนใหญ่เขาสะดุดตาที่รูปลักษณ์ เขาไม่เชื่อว่านี่คือสินค้าที่เป็นแบรนด์ของคนไทย แม้เราจะนำเข้าแต่เราก็ดีไซน์และสร้างสรรค์พัฒนาภายใต้แบรนด์ของเราเอง และจะเพิ่มสัดส่วนการผลิตให้มากขึ้นในอนาคต "

ตราโรจน์ ย้ำว่า เมื่อความสนใจมากขึ้นมันก็ส่งผลตรงต่อยอดขาย ช่วงเวลาที่ผ่านมาระดับโต 100% จากจุดเริ่มต้นในปี 2549 จนถึงปัจจุบัน ราคาตัว บีพีเราสร้างยอดขายได้ถึง 300 ล้าน ส่วนตัวแล้วนี่เป็นความภูมิใจ คือคนส่วนใหญ่เมื่อมองจากโปรดักต์เรา เขาก็ถึงแบรนด์ต่างๆ จากต่างประเทศ แต่พอมาดูราคาแล้ว เขาบอกว่าเป็นไปไม่ได้ แล้วก็ไม่เชื่อ ผมยืนยันแล้วว่าเป็นไปได้ นอกจากจะมีคุณภาพของดีไซน์ใกล้เคียงกับแบรนด์ดังในต่างประเทศแล้ว เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจในคุณภาพ ผมรับประกันให้อีก 2 ปี ราคาถูกกว่า รูปแบบทันสมัยในห้าง นี่สินค้าของเราดีกว่า 50% เมื่อเปรียบเทียบในสินค้าเดียวกันในกลุ่มเดียวกันที่วางจำหน่ายอยู่ จนทุกวันนี้ทุกคนรู้จักและยอมรับในแบรนด์ของเรา ที่สะท้อนผ่านยอดขายและแนวโน้มการเจริญเติบโต และเรากำลังมองไปยังข้างหน้าในอนาคตกับตลาดอาเซียน

สำหรับบีพีแบรนด์ไทยคุณภาพมาตรฐานระดับสากลแล้ว นอกจากจะทำตลาดผ่านห้างสรรพสินค้าชั้นนำแล้ว เรายังมีบีพีช็อปเป็นอีกหนึ่งช่องทางซึ่งในปัจจุบันมีมากกว่า 10 สาขาทั่วประเทศ รวมทั้งการขยายช่องทางในโมเดิร์นเทรดชั้นนำ ที่จะช่วยสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าและตอกย้ำถึงความเป็นแบรนด์คุณภาพของเรา...