

“เบิร์ดส์ปีส” คิกจัดลุยตลาดไทย

นางสาวพรวิมล วัฒนศิริ กรรมการผู้จัดการ บริษัท เบิร์ดส์ ปีส จำกัด แจ้ง เบื้องต้นว่า ขณะนี้ได้เปิดมาแล้ว 20 สาขาตามเมืองทั่ว “เบิร์ดส์ ปีส” ขณะนี้ยังคงเตรียมงานที่ดูแลตั้งแต่สำรวจจุดเปิดขอเช่า สถานที่ สนับสนุนสื่อ สปอนเซอร์ และประชาสัมพันธ์ เป็นต้น จากประเทศสหรัฐอเมริกา เข้ามาทดลองตลาดในประเทศไทย โดยเน้นกลุ่มลูกค้ากลุ่มนี้ Social Media เป็นพิเศษ นำถึงกลุ่มลูกค้าที่เป็นแม่บ้านที่ดูแลบ้าน โดยตรงเป็นหลัก ไม่ใช่โดยสายห้างสรรพสินค้า เพราะผู้บริโภคคนไทยใส่ใจในเรื่องของสุขภาพมากกว่าไปของกินที่คนอื่น และขึ้นชื่อยอดนิยมถึงขั้นที่เมื่อคนทราบข่าว

“บริษัทถือเป็นบุญคุณอย่างมากที่ได้เป็นทางการผู้จัดในประเทศไทย และประเทศไทยถือเป็นประเทศที่เริ่มมีชื่อเสียง โดยที่เมืองเบิร์ดส์ ปีส มาลงเมืองล่าสุดได้ไปตั้งชื่อเป็นร้านแรกที่ผู้ดำเนินการสำรวจมาตรวจก่อนบุกตลาดไทยไปทั่วและมองถึงน้ำพระ และตั้งชื่อไทยขึ้น มีชื่อร้านมาตั้งตามชื่อของลูกสาว

ที่มีเพิ่มขึ้น โดยลูกค้าของเราคือคนที่ใส่ใจในสุขภาพและต้องการดูแลสุขภาพให้มีสุขภาพดี ซึ่งขอแบ่งกลุ่มนี้ขึ้นมาตามธรรมชาติ กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก คือ กลุ่มผู้หญิงอายุตั้งแต่ 22-45 ปี ขณะที่กลุ่มรองคือกลุ่มผู้ชายในวัยใกล้เคียงกัน”

ทั้งนี้กลยุทธ์หลักของเบิร์ดส์ ปีสในประเทศไทย คือการสร้างความสัมพันธ์อย่างแนบแน่นกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นแม่บ้านที่ดูแลและสร้างแบรนด์ให้เป็นที่ยอมรับที่คนถึงขั้นจะเปิดร้านขายจริง และเมื่อเวลาถึงกลุ่มเป้าหมายของมาร์เก็ตติ้งเป็นกลุ่มคนที่ใช้ชีวิตอยู่แล้ว ดังนั้นจึงมี Social Media มาประยุกต์ใช้เป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ที่เราใช้คือแบบแผนมาตรฐานที่ Facebook, Twitter, Flickr และ Foursquare เบิร์ดส์ ปีส เริ่มมีแผนการตลาดต่างๆ ในประเทศไทย ที่เริ่มมี Foursquare มาใช้ในทางตลาด ซึ่งจะเป็นก้าวต่อไปของเบิร์ดส์ ปีส ในอนาคตที่ไทยถึงกับรวมกันโดยคนไทยเข้าจับรับคำสั่ง เจริญที่ทำถึงจะขยายสาขาต่อไปในอนาคต.