ประชาชาติธุรกิจ
Prachachart Turakij
Circulation: 120,000

Section: First Section/พร็อพเพอร์ตี้
วันที่: จันทร์ 7 - พุธ 9 มิถุนายน 2553
ปีที่: - **ฉบับที่:** 4216 **หน้า:** 10 (ล่าง)
Col.Inch: 68 **Ad Value:** 81,600 **PRValue (x3):** 244,800 **คลิป:** สี่สี
หัวข้อข่าว: BOSCH เล็งเป้าผู้นำอาเซียนชูธง "เทคโนโลยีเพื่อสุขภาพ"กรุยทาง

BOSCH เล็งเป้าผู้นำอาเซียน ชูธง 'เทคโนโลยีเพื่อสุขภาพ' กรุยทาง

BOSCH แบรนด์สินค้าเทคโนโลยีชั้นนำจากประเทศเยอรมนี ที่มีอายุยาวนานถึง 124 ปี มีบริษัทในเครือทั่วโลกรวมกว่า 300 บริษัท กำลังไล่ล่าเป้าหมายยอดขายในปีนี้เติบโตไม่ต่ำกว่า 10% หรือมียอดขายรวมทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์ไม่ต่ำกว่า 42,000 ล้านยูโร

สำหรับประเทศไทย แบรนด์ "BOSCH" เริ่มเป็นที่รู้จักจากการเข้ามารุกตลาดครั้งแรกเมื่อปี 2534 มีผลิตภัณฑ์ 4 กลุ่มหลัก คือ 1) เครื่องมือไฟฟ้า 2) อะไหล่ยานยนต์ 3) ระบบรักษาความปลอดภัย และ 4) บรรจุภัณฑ์ โดยก่อนหน้านี้ในงานแสดงสินค้าวัสดุก่อสร้างและตกแต่ง "สถาปนิก'53" บ๊อชได้นำผลิตภัณฑ์ใหม่คือเครื่องวัดระยะด้วยเลเซอร์มาเปิดตัวเป็นครั้งแรก

ล่าสุด BOSCH ได้จัดทริปสื่อมวลชนจากประเทศแถบอาเซียนและเอเชียบินลัดฟ้าเยือนเมืองเซี่ยงไฮ้ ประเทศจีน ร่วมงานแถลงข่าวที่ถือเป็นบิ๊กอีเวนต์ของบริษัท โดยข้อมูลส่วนใหญ่บ๊อชให้น้ำหนักกับการเปิดเกมรุกตลาด **"เครื่องมือไฟฟ้า"** (power tool) และแนวทางขยายตลาดในภูมิภาคอาเซียน ภายใต้ความรับผิดชอบของ **"ดร.เคลาส์ ธูนิก"** ผู้อำนวยการฝ่ายเครื่องมือไฟฟ้าบ๊อชประจำภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก

ปัจจุบันอาจกล่าวได้ว่า "บ๊อช" เป็นผู้นำตลาดเครื่องมือไฟฟ้าในภูมิภาคอาเซียน เนื่องจากมีส่วนแบ่งตลาดติด 1 ใน 3 อันดับแรกทุกประเทศ โดยประเทศไทยบ๊อชก็มีส่วนแบ่งตลาดเป็นอันดับ 2 รองจากแบรนด์ MAKTEC และ MAKITA จากญี่ปุ่น

บ๊อชเวิลด์ไวด์ *- ผลิตภัณฑ์แบรนด์ดังระดับโลก BOSCH จัดอีเวนต์ยิ่งใหญ่ที่เมืองเซี่ยงไฮ้ เพื่อคิกออฟเป้าหมายสร้างรายได้ทั่วโลกกว่า 4.2 หมื่นล้านยูโรภายในสิ้นปีนี้*

มอตโต้ "เทคโนโลยีเพื่อชีวิต"

บ๊อชระบุว่าในแต่ละปีบริษัทใช้งบฯ วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ 8% ของรายได้รวม โดยในภูมิภาคอาเซียนมีศูนย์กลางการอาร์แอนด์ดีตั้งอยู่ใน 3 ประเทศ คือ จีน อินเดีย และมาเลเซีย ทำงานร่วมกันเพื่อพัฒนาสินค้าใหม่ ๆ ที่เป็น **"นวัตกรรม"** ออกสู่ตลาดเฉลี่ยปีละกว่า 100 รายการ

จากนโยบายบริษัทที่ต้องพัฒนาสินค้าใหม่ ๆ ออกสู่ตลาดอย่างต่อเนื่องเพื่อรับมือกับการลอกเลียนแบบสินค้า ส่งผลให้ปี 2552 ที่ผ่านมา บ๊อชมีสัดส่วนยอดขายที่มาจากสินค้าใหม่ 37% เพิ่มขึ้นจากปี 2543 ที่มีสัดส่วน 14% อย่างไรก็ตาม ภายใต้สโลแกน Invented For Life (เทคโนโลยีเพื่อชีวิต) บ๊อชได้ใส่เรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมและสุขภาพเข้าไปด้วย

นโยบายดังกล่าวสะท้อนจากการพัฒนาเทคโนโลยี **"แบตเตอรี่"** มาเป็นแบบ **"ลิเทียมอิออน"** ซึ่งเป็นแบบเดียวกับที่ใช้ในโทรศัพท์มือถือรุ่นใหม่ ๆ ข้อดีคือสามารถช่วยลดปริมาณการปล่อยสารโซเดียมไดออกไซด์ซึ่งเป็นอันตรายต่อสุขภาพได้ 40% เมื่อเทียบกับแบตเตอรี่รุ่นเก่าประเภทนิกเกิลแคดเมียม และยังสามารถใช้งานแบตเตอรี่ได้นานขึ้นเฉลี่ย 40% ต่อการชาร์จไฟแต่ละครั้ง

ชี้อผลิตภัณฑ์แถม "ประกันภัย"

การชูเทคโนโลยีเพื่อสิ่งแวดล้อมและสุขภาพยังรวมถึงการพัฒนาระบบ **"ลดแรงสั่นสะเทือน"** มาใช้กับผลิตภัณฑ์สว่านไฟฟ้า เนื่องจากแรงสั่นสะเทือนที่เกิดขึ้นจะมีผลต่อระยะเวลาการทำงาน ประกอบกับในยุโรปมีการออกหลักเกณฑ์เพื่อควบคุมมาตรฐานแรงสั่นสะเทือนในอุปกรณ์ต่าง ๆ

ส่วนการขยายตลาดในประเทศไทยในช่วงเดือนกรกฎาคม-กันยายน 2553

iQNewsClip www.iqnewsclip.com
บริษัท อินโฟเควสท์ จำกัด 888/178 อาคารมหาทุนพลาซ่า ชั้น 17 ถนนเพลินจิต แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330
โทร 0-2253-5000, 0-2651-4700 แฟกซ์ 0-2253-5001, 0-2651-4701 อีเมล์: help@iqnewsclip.com

ประชาชาติธุรกิจ
Prachachart Turakij
Circulation: 120,000

Section: First Section/พร็อพเพอร์ตี้
วันที่: จันทร์ 7 - พุธ 9 มิถุนายน 2553
ปีที่: - **ฉบับที่:** 4216 **หน้า:** 10 (ล่าง)
Col.Inch: 68 **Ad Value:** 81,600 **PRValue (x3):** 244,800 **คลิป:** สี่สี
หัวข้อข่าว: BOSCH เล็งเป้าผู้นำอาเซียนชูธง "เทคโนโลยีเพื่อสุขภาพ"กรุยทาง

บ๊อชจะเปิดตัวแคมเปญ **"Health & Safety"** โดยแถม **"ประกันอุบัติเหตุ"** ให้กับลูกค้าฟรีเป็นระยะเวลา 1 ปี (นับจากวันลงทะเบียนรับสิทธิ์) เมื่อซื้อผลิตภัณฑ์ในกลุ่มเครื่องมือไฟฟ้าที่ร่วมแคมเปญจำนวนประมาณ 17-18 รายการ จากทั้งหมดกว่า 70 รายการ อาทิ เครื่องเจียนขนาดใหญ่ สว่านโรตารี่ สำหรับเจาะคอนกรีต ฯลฯ ล่าสุดบ๊อชอยู่ระหว่างการหารือกับบริษัทที่จะเข้ามารับทำประกันภัย

ยอดขายไทย "โตเหนือเป้าหมาย"

ข้อมูลจากบ๊อชระบุด้วยว่า สถานการณ์ยอดขายสินค้ากลุ่มเครื่องมือไฟฟ้าในภูมิภาคอาเซียนช่วง 4-5 เดือนแรกที่ผ่านมา ยังคงเป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ เนื่องจากภูมิภาคนี้มีการฟื้นตัวจากปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจได้รวดเร็วกว่าส่วนตลาดในประเทศไทยสามารถทำยอดขายได้เติบโตสูงกว่าเป้าหมาย

อย่างไรก็ตาม เริ่มมีสัญญาณว่ายอดขายตามร้านดีลเลอร์ต่าง ๆ ในช่วงเดือนพฤษภาคมเริ่มชะลอตัวลงบ้าง หลังจากเหตุการณ์จลาจล จึงมีความเป็นไปได้ว่าอาจจะต้องมีการจัดกิจกรรมการตลาดเพื่อส่งเสริมการขายในรูปแบบการออกบูท "โรดโชว์" ตามร้านดีลเลอร์ต่าง ๆ เพื่อกระตุ้นยอดขาย

iQNewsClip www.iqnewsclip.com
บริษัท อินโฟเควสท์ จำกัด 888/178 อาคารมหาทุนพลาซ่า ชั้น 17 ถนนเพลินจิต แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330
โทร 0-2253-5000, 0-2651-4700 แฟกซ์ 0-2253-5001, 0-2651-4701 อีเมล์: help@iqnewsclip.com