

บีบีครีม แบนด์เกาหลี ขึ้นแท่นเวลดคลาส

ก่อนหน้านี้ราว 3 ปี แทบไม่มีใครในโลกที่รู้จักกาเกาหลีหรือชื่อเสียงบอบบอผลิตภัณฑ์ความงามบอบเกาหลีได้ว่าสามารถทำให้สาว ๆ สวยขึ้นกว่าเดิม และมีใบหน้าทีดูอ่อนใไลด์ตลอดทั้งวัน

แต่เมื่อถึงวันที่จะรุ่ง ธุรกิจหลายประเภทของเกาหลีได้กลับมีการเติบโตแบบก้าวกระโดดตั้งแต่ธุรกิจด้านการท่องเที่ยว ไปจนถึงความคลั่งไคล้ในภาพยนตร์และซีรีส์ละคร ที่ล้วนฉายภาพใบหน้าที่สวยงามออกมาจากพิมพ์เดียวกันของหนุ่มสาวเกาหลีใต้ ที่ทำให้ทั่วโลกตะลึงไปตามๆ กัน และอยากจะก๊อบบี้ให้เหมือนต้นแบบใบหน้าเหล่านั้น จะด้วยวิธีการใดก็ได้

ความเชื่อและการพูดกันไปแบบปากต่อปากในตลาดระหว่างประเทศ ก็คือ เบื้องหลังของใบหน้าทีอ่อนวัย ไร้รอยด่างดำของหนุ่มสาวเกาหลีมาจากการใช้เครื่องสำอางทีมีคุณสมบัติพิเศษ

หนึ่งในบรรดาเครื่องสำอางทีมีการพูดถึงกันอย่างมากมายในช่วงเวลา 2-3 ปีทีผ่านมา ก็คือ ผลิตภัณฑ์เสริมความงามแบบพลิกโฉมหน้าสาว ๆ ทีเรียกว่า บีบี ครีม หรือ BB Cream จนในทุกวันนี้ แทบไม่มีใครไม่รู้จักครีมทีว่านี้

เจ้าผลิตภัณฑ์ทีขึ้นชื่อว่า บีบี ครีมนี้ ย่อมาจากคำเต็มว่า Blemish balm ซึ่งหมายถึงครีมทีลบรอยฝ้า ความไม่สดใสบนใบหน้า เป็นครีมทีผลิตขึ้นมาเพื่อใช้กับคนใช้ทีหลังการทำศัลยกรรมเลเซอร์ เป็นครีมทีมีเนื้อนุ่ม ประสิทธิภาพ after treatment cream เพื่อให้ผิวหน้าทีหลังการทำศัลยกรรมฟื้นตัวได้อย่างรวดเร็ว แต่เมื่อได้ผลดีในกรณีของคนทีไม่ได้ผ่านการทำศัลยกรรมเลเซอร์ด้วย จึงทำให้เกิดความแพร่

SKIN79 with Starmania



หลาย และยังเป็นทีนิยมในเหล่าสาว ๆ วงการสังคมชั้นสูงทีเรียกว่า เซเลบริตี้ ก็เลยกลายเป็นพฤติกรรมการตลาดแบบการบริโภคในวงกว้างตามไปด้วย

ความโด่งดังและค่าเล่าลือของบีบี ครีม ในตลาดระดับเอเชียและระดับโลกก็คือ ความเชื่อทีว่าครีมชนิดนี้เป็นครีมมหัศจรรย์ ทีมีสรรพคุณพิเศษกว่าครีมทั่วไป หรือสารพัดนึก ซึ่งก็คงจะมาจากผลดีเกินคาดของครีมในการฟื้นฟูผิวหน้าจนออกมาเกลี้ยงเกลาแบบไม่น่าเชื่อ

สิ่งทีหลายคนอาจไม่รู้มาก่อนก็คือ บีบีครีม ไม่ได้เป็นผลิตภัณฑ์ทีมีต้นกำเนิดจริงๆ มาจากเกาหลีใต้ หากแต่มาจากบริษัทผู้ผลิตในเยอรมนี ซึ่งบรรดาสาวไฮโซของเกาหลีได้นำเข้าไปจากเยอรมนี และเมื่อสรรพคุณออกมาได้ผลจึงเป็นที่แพร่หลายออกไปอย่างรวดเร็ว จนมาถึงสาวเอเชีย

บทบาทของงานการตลาดทีน่าสนใจใน



กรณีของ บีบี ครีม จนกระทั่งนำมาสู่วันที่ประสบความสำเร็จมีหลายประการ ได้แก่ ประการแรก ส่วนผสมในครีมมาจากสารทีสกัดจากวัสดุจากธรรมชาติทั้งหมด และคุณสมบัติในการดูแลผิวพรรณมีมากกว่า 3 อย่างขึ้นไป จนถึง 6 อย่างด้วยซ้ำ โดยคุณสมบัติหลักทีเหมือนกันไม่ว่าจะเป็นบีบีครีมของแบรนด์เนมยี่ห้อไหนก็ตาม คือ การทำหน้าทีเป็นมอยส์เจอร์ไรเซอร์ ซันสกรีนทีช่วยกันแสงแดด และเป็นครีมรองพื้นหรือพื้นฐานของการเมกอัพ

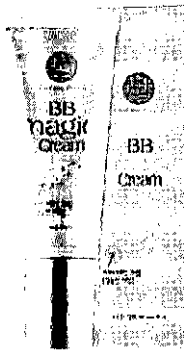
ในขณะที่คุณสมบัติด้านอื่นก็มีหลากหลาย เช่น เป็นเทนนิ่ง ชะลอรอยย่น ตีนกา เป็นสกินโทน และหน้าทีอ่อนใสและดูอ่อนเยาว์

ประการทีสอง สาวเกาหลีทีเป็นนักแสดง เป็นกลุ่มทีมีอิทธิพลต่อการเติบโตของตลาดบีบีครีมอย่างมาก เพราะเป็นกลุ่มทีทำให้สาว ๆ ในประเทศอื่น ๆ ใช้เป็นต้นแบบและมีพฤติกรรมตาม

ประการทีสาม บีบี ครีม เป็นของขวัญของ



BB
Cream



ฝากที่นักท่องเที่ยวจากประเทศต่างๆ ที่มีโอกาสเดินทางเข้าท่องเที่ยวในเกาหลีใต้ จะต้องหาซื้อฝากเพื่อนและคนในครอบครัว จนทำให้บีบีครีม พลิกโฉมจนกลายเป็นหนึ่งในรายได้หลักของธุรกิจเครื่องสำอางในเกาหลีใต้

ประการที่สี่ ผลของการคลั่งไคล้ในบีบีครีมที่ว่านี้ ได้ส่งผลกระทบต่อแบรนด์เนมของเครื่องสำอางในเกาหลีที่เป็นกลุ่มมีชื่อเสียงอื่นๆ ที่มีชื่อเสียงกระจายออกไปในระดับตลาดโลกอยู่ก่อนหน้านี้แล้ว

อย่างเช่น Missha หรือแบรนด์ The Face Shop แบรินด์ skinfood แบรินด์ Dr.Jart และ Innisfree ไม่อาจยอมให้โอกาส



9 : Jadilla J Skinguard BB Plus

ทางธุรกิจในส่วนนี้ข้ามผ่านเลยไปได้ และยอมจำนนต่อความโด่งดังแบบพลิกießไม่ได้ของบีบีครีม ที่มีต่อกลุ่มลูกค้าในตลาดระดับโลก

จึงปรากฏว่าแบรนด์ต่างๆ ที่เหลืออีกจำนวนมากมาย ได้ออกเครื่องสำอางที่เรียกว่าบีบีครีม ภายใต้แบรนด์ของตนออกมามากมาย ซึ่งหนึ่งในแบรนด์เนมที่ผลิตบีบีครีม

ออกมาจำหน่ายแล้วเป็นที่ยอมรับและมีผลตอบรับที่ดีอย่างมากคือ แบรินด์ Dr.Jart ที่การผลิตอยู่ภายใต้การควบคุมทางด้านเวชสำอางอย่างเข้มงวด โดยใช้ชื่อว่า blemish base cream ด้วยการใช้นวัตกรรมหลายแบบเช่น ฉลากดำ เขียว เงิน และทอง

ประการที่ห้า แบรินด์เนมของบีบีครีมที่ผลิตออกมาจำหน่าย มีความแตกต่างของหน้าที่หลักของครีมแตกต่างกันออกไป แสดงถึงความตั้งใจที่จะทำการตลาดแบบนิชมาร์เกต (niche market)

ประการที่หก การแข่งขันของครีม บีบี ใน

ตลาดเครื่องสำอาง ยึดกลยุทธ์การจำหน่ายในราคาที่ถูกค้ำยอรับภาระได้ คือ ทำให้ราคาของบีบีครีม ต่ำกว่าราคาของเครื่องสำอางแบรินด์เนมจากเอเชียอื่นๆ โดยเฉพาะญี่ปุ่น และแบรินด์เนมจากประเทศทางตะวันตกที่ครองส่วนแบ่งทางการตลาดที่สูงมาก่อนหน้านี้แล้ว

ประการที่เจ็ด ช่องทางการจำหน่ายของเครื่องสำอางจากเกาหลีเหล่านี้ ใช้ช่องทางต่างๆ ทางตรงๆ ด้วยการส่งตรงจากสำนักงานใหญ่ให้กับเอเจต์เลตที่จัดจำหน่ายโดยตรง ทำให้ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานการตลาดต่ำ และยังสามารถทำกำไรจากการจำหน่ายได้ แม้ว่าระดับราคาขายต่อหน่วยจะต่ำกว่าแบรินด์เนมอื่นๆ ก็ตาม

การเติบโตของตลาดเครื่องสำอางของเกาหลียิ่งถือว่าเป็นเพียงระยะเริ่มต้นในตลาดโลกเท่านั้น แม้ว่าจะเริ่มมีจำนวนผู้ประกอบการที่เพิ่มขึ้น และพร้อมรับความท้าทายของผลกำไรและส่วนต่างที่ยังสูงมากในธุรกิจนี้

ดูได้จากมูลค่าทางการตลาดของธุรกิจเครื่องสำอางเกาหลีในปีที่แล้ว ที่มีอัตราการเติบโตถึง 12.5% จนมีมูลค่ากว่า 6,400 ล้านดอลลาร์

ความสำเร็จอย่างแรงของธุรกิจเครื่องสำอางในกลุ่ม บีบีครีม ของเกาหลีใต้ในขณะนี้ ดูเหมือนว่าจะไม่ได้จำกัดอยู่แต่เฉพาะในเอเชียอีกต่อไป หากแต่เริ่มมีการแพร่กระจายออกไปยังประเทศทางตะวันตก และเรื่องการขบปึงในร้านเสริมความงาม เป็นกิจกรรมที่ไม่มีสาวไต้หวันเมื่อยหรือบ่นเหนื่อยกันอยู่แล้ว

ในมุมที่กว้างกว่านั้น อิทธิพลทางวัฒนธรรมของเกาหลีใต้ ที่มีต่อความสำเร็จทางการตลาดไม่ใช่จะหยุดอยู่ที่เครื่องสำอางเท่านั้น หากแต่ยังมีแรงสนับสนุนและเสริมความแข็งแกร่งทางธุรกิจจากธุรกิจแฟชั่นแฮร์สโตลล์