



'เซ็ปเป้ บิวตี้ ดริงค์'

มหัศจรรย์เครื่องดื่มฟังก์ชันนัล



"สินค้าของเราจะมีคนมองว่าขายความเชื่อวากินแล้วจะสวย จะขาว จะผอม เราอยากบอกว่าถ้าเราทำธุรกิจแบบนั้นเราจะอยู่ได้ไม่นาน เพราะถือว่าสินค้าไม่มีคุณภาพ หลอกหลวงผู้บริโภค แต่การทำธุรกิจ"

ถ้าขายสินค้าก็ควรจะเน้นคุณภาพ ถ้าทำบริการก็ควรจะเน้นบริการ แต่สำหรับเราทำเครื่องดื่มก็ต้องเน้นคุณภาพ เป็นหัวใจและสำคัญที่สุดในการทำธุรกิจ

ทั้งนี้ สินค้าข้างต้นไม่ได้เกิดมาจากการทำโฆษณาเพราะในช่วงประมาณ 3-4 ปีแรก บริษัทไม่มีงบการตลาด ไม่มีงบโฆษณา จึงไม่ได้ถูกธนาคาร เงินกำไรที่ได้มาก็นำมาลงทุนในสายการผลิตหมด พัฒนาเครื่องจักรและการวิจัยสินค้าใหม่ๆ แต่ที่สินค้าเกิดได้เพราะคุณภาพ เป็นการบริโภคของลูกค้าแล้วได้ผล จึงเกิด Word of Mouth หรือการบอกปากต่อปาก

สำหรับแนวคิดหลักในการทำธุรกิจของเขา สิ่งแรกคือเน้นคุณภาพของสินค้าเป็นหลัก และควบคุมคุณภาพให้อยู่ในมาตรฐานได้อย่างยาวนาน เพราะสินค้าไม่ตีจะขายไม่ได้ และอีกสิ่งหนึ่งคือคิดอะไรที่แตกต่างหาจุดขายให้กับสินค้าตัวเองให้เหนือกว่าคู่แข่งให้ได้ จึงจะสามารถขายอยู่ในธุรกิจได้

อดิศักดิ์ รักอริยะพงศ์ บอกปิดท้ายถึงสิ่งที่ทำให้ธุรกิจสินค้าแบรนด์ "เซ็ปเป้ บิวตี้ ดริงค์" ประสบความสำเร็จได้ นั่นคือการมองอะไรที่แตกต่าง เพื่อทำให้เกิดความคิดในการนำนวัตกรรมใหม่ๆ ที่แตกต่างออกไป ให้แปลกๆ แหวกแนวไม่เหมือนใครและสามารถนำมาปรับให้มันเป็นจริงได้

"การทำธุรกิจคือการไม่วางแผน ไม่มีแผน คิดแผนวันต่อวันตามสถานการณ์ และไม่ตั้งเป้า แต่ทำให้ดีที่สุดเท่านั้น" อดิศักดิ์ พุดเน้นย้ำ แต่หนักแน่น

กล่าวว่า เริ่มจากการที่บริษัทต้องการจะทำการแตกไลน์เครื่องดื่มออกมาวางจำหน่าย จึงคิดว่าหากจะต้องทำเครื่องดื่มใหม่ ต้องให้เป็นตัวเลือกใหม่ และตอบสนองความต้องการให้กับผู้บริโภค นอกจากเครื่องดื่มที่มีอยู่ในตลาด อย่างพวกน้ำ น้ำอัดลมต่างๆ

จึงเริ่มมีไอเดียมาจากการที่ในฐานะเป็นผู้ขาย แล้วได้พบเจอกับผู้หญิง จึงเห็นว่าผู้หญิงส่วนใหญ่ชอบมองว่าตัวเองอ้วนตลอด ทั้งๆ ที่หุ่นผอมเพรียว จึงเกิดความคิดของผู้หญิงในเรื่องรูปร่าง จึงเริ่มมีไอเดียในใจแล้วว่าถ้าคิดจะทำเครื่องดื่มอะไรที่ดื่มแล้วสามารถเพิ่มความสวยและทำให้ผอมได้ น่าจะขายดีจึงเป็นที่มาของการออกสินค้าเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพและความงามภายใต้แบรนด์ "เซ็ปเป้ บิวตี้ ดริงค์" 2 ตัวแรก คือ คอลลาเจนและไฟเบอร์

"การเกิดไอเดียทำธุรกิจนั้น เรามองว่าทุกวันนี้มันเป็นโอกาสที่เราจะเจอโอกาส เพราะธุรกิจสามารถ เกิดขึ้นได้จากจุดเล็กจากสิ่งแวดล้อมใกล้ตัว ซึ่งถ้าเรานำสิ่งนั้นมาทำให้มันสนุก และพลิกแพลงมันให้เกิดไอเดีย นี่แหละคือจุดที่เป็นที่มาของธุรกิจผม"

ในปีแรกที่เริ่มวางจำหน่ายสินค้าวางขายที่เซเว่นฯ แต่กลับขายไม่ได้ทำให้โดนลดพื้นที่ขายทุกสาขา เหลือเพียงไม่กี่ร้อยสาขา จึงเข้าไปคุยกับทางเซเว่นฯ ว่าจะปรับสินค้าใหม่ แต่ถ้าทำแล้วต้องให้สินค้าวางทั่วประเทศเหมือนเดิม ทางเซเว่นฯ ตกลงจึงเริ่มปรับแพ็คเกจจิ้งใหม่ จากเดิมที่ดูทึบก็ปรับให้เป็นฉลากแบบใส แล้วปรับรสชาติเล็กน้อย แต่ยังใช้ขวดและชื่อแบรนด์เดิม หลังจากปรับแล้วออกมาวางขายใหม่ที่ขายดีมากยอดขายค่อยๆ เติบโตขึ้น

นาที่นี้เอ่ยถึงเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพและความงามที่กำลังเป็นที่นิยมอย่างแบรนด์ "เซ็ปเป้ บิวตี้ ดริงค์" คงไม่มีใครไม่รู้จัก โดยเฉพาะสาวๆ ทั้งสาวน้อยสาวใหญ่ที่อยากสวย อยากขาว ฟูมดี ทั้งหลายคงต้องรู้จักกันเป็นอย่างดีแน่นอน

ปัจจุบันสินค้าเครื่องดื่มแบรนด์ดังกล่าวได้รับความนิยมจากผู้บริโภคอย่างกว้างขวาง มียอดขายเติบโตแบบก้าวกระโดด เห็นว่าเครื่องดื่มสุขภาพแบรนด์ดังยี่ห้ออื่น ที่อยู่ในตลาดมาก่อนไปได้หลายช่วงตัวในช่วงระยะเวลาไม่นาน

ทั้งนี้ สินค้าเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพและความงามแบรนด์ "เซ็ปเป้ บิวตี้ ดริงค์" ภายใต้อาการบริหารงานของนักธุรกิจหนุ่มรุ่นใหม่ อย่าง "อดิศักดิ์ รักอริยะพงศ์" หรือ คุณก้อง ซึ่งหากมองจากบุคลิกภายนอกคงไม่อยากจะเชื่อเลยว่าหนุ่มมาดเซอร์ ไว้หนวดเคราสีดำลึกลับนั้น จะมาทำธุรกิจเกี่ยวกับความสวย ความงามได้ประสบความสำเร็จขนาดนี้

โดย อดิศักดิ์ รักอริยะพงศ์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท ทรัพย์อนันต์ เยนเนอริลฟู้ด จำกัด เจ้าของผลิตภัณฑ์ เครื่องดื่มเซ็ปเป้ บิวตี้ ดริงค์ ได้บอกถึงที่มาที่ไปของการทำธุรกิจดัง