

ไอซีซีบูม70แบรนต์

ชดเชยทองเที่ยวทบยอด60% กระตุ้น'ลาคอส/วาโก้'ท้ายปี

โพสต์ทูเดย์ — ไอ.ซี.ซี.ฯ เเทงหมดหน้าตัก บุกแฟชั่นแบรนต์เนมครึ่งปีหลัง แก้นักท่องเที่ยวหด ดุดยอดรวม 60% ลุ้นสิ้นปีโตคงที่ 1.3 หมื่นล้าน นายธรรมรัตน์ โชควัฒนา กรรมการผู้ช่วยผู้อำนวยการ บริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล ผู้ทำตลาดสินค้าอุปโภคบริโภคเนม เปิดเผยว่า แผนธุรกิจปีครึ่งนี้ บริษัทเตรียมชิงบตลาดที่เหลือมากกว่า 70% จากบทั้งปี หรือ สัดส่วน 20% ของรายได้รวมบริษัท เพื่อทำตลาดสินค้าแฟชั่นแบรนต์ เนมหลักของบริษัทอย่างต่อเนื่องที่มีอยู่กว่า 70 แบรนต์ โดยเฉพาะแบรนต์ลาคอส วาโก้ แอร์โรวี บีเอสซี คอสเมโทโลจี เป็นต้น

สำหรับแผนแบรนต์หลักอย่าง ลาคอส และวาโก้ เตรียมชิงบมากกว่า 200 ล้านบาท จากงบรวมทั้งปี 300-400 ล้านบาท กระตุ้นยอดขายให้มีอัตราเติบโตเพิ่มขึ้น จากกำลังซื้อในประเทศ หลังสินค้าแบรนต์ดังกล่าวมียอดขายลดลงไปกว่า 60-70% ในช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมาเทียบกับช่วงปกติ ซึ่งการเติบโตของรายได้ที่ลดลงเป็นผลจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังประเทศไทยลดลงจากเหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมืองที่เกิดขึ้นในประเทศ และภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว ขณะที่สินค้าแฟชั่นแบรนต์เนมลาคอส และชุดชั้นใน

วาโก้ เป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาพักผ่อนในประเทศไทย

อย่างไรก็ตาม ในครึ่งปีหลังนี้ซึ่งเข้าสู่ฤดูกาลท่องเที่ยว และคาดว่า จะมีนักท่องเที่ยวกลับมาเพิ่มขึ้น รวมถึงแผนการทำตลาดอย่างหนัก ในครึ่งปีหลังนี้จะทำให้บริษัทมีรายได้เติบโตคงที่เท่ากับปีที่ผ่านมาราว 1.3 หมื่นล้านบาท หรือเติบโต 5% จากปีที่ผ่านมา

“รายได้รวมของบริษัทในช่วงครึ่งปีแรกที่ผ่านมายังเติบโตชะลอตัว ซึ่งในกลุ่มสินค้าที่มีอัตราการเติบโตที่ดียังคงเป็นกลุ่มสินค้าสำหรับผู้หญิง และกลุ่มสินค้าสำหรับเด็ก เนื่องจากปัจจุบันครอบครัวคนไทยมีลูกน้อยลง และต้องการเลือกซื้อสินค้าที่ดีให้กับลูกมากขึ้น ส่วนสินค้าสำหรับผู้ชายมีอัตราการเติบโตค่อนข้างชะลอตัว” นายธรรมรัตน์ กล่าว

ล่าสุดบริษัทเปิดตัวสินค้าสำหรับเด็กแบรนต์แอ็ปซอพพามสม คอลลาเจนเข้าทำตลาดเพื่อเพิ่มทางเลือกให้กับลูกค้า หลังจากบริษัทได้เปิดตัวสินค้าดังกล่าวทำตลาด คาดว่าจะมียอดขายเพิ่มขึ้นจากปกติไม่ต่ำกว่า 20% และทำให้สินค้าแบรนต์ดังกล่าวสิ้นปีมีรายได้ราว 130 ล้านบาท และเตรียมทดลองทำตลาดต่อเนื่อง 3 เดือนนับจากนี้ ทั้งนี้ หากได้รับผลการตอบรับที่ดี

บริษัทมีแผนที่จะนำสินค้าดังกล่าวเป็นจุดขายหลักในการสร้างแบรนต์แอ็ปซอพพามาในอนาคตด้วยเช่นกัน เพื่อสร้างความแตกต่างในการทำตลาดไปจากสินค้าเสื้อผ้าเด็กแรกเกิดถึงอายุ 5 ปี ที่จำหน่ายผ่านช่องทางห้างสรรพสินค้า มูลค่ารวมกว่า 1,000 ล้านบาท ซึ่งจะเน้นการทำตลาดสินค้ากลุ่มเครื่องแต่งกาย ○