

Highlights >>



Brand lover

อีริน สุขกระสานต์

23

Brand Lover อีริน สุขกระสานต์

เมื่อนาฬิกาไม่ได้เป็นแค่เครื่องบอกเวลา แต่กลายเป็นเครื่องประดับ และแฟชั่น ที่บ่งบอกถึงไลฟ์สไตล์ และสะท้อนภาพลักษณ์ของผู้บริโภค โดยเฉพาะกลุ่มคนสมัยใหม่ ทำให้ตลาดนาฬิกาแฟชั่นยังโตได้อีกมาก ด้วยความนิยมที่เพิ่มมากขึ้น

“เอ.ดี.โทม์” ถือเป็นผู้เล่นอีกรายที่อยู่ในตลาดดังกล่าว แม้ว่าจะไม่นานมาก เมื่อเทียบกับคู่แข่ง เพราะเริ่มออกสตาร์ทเมื่อ 2 ปีที่แล้วนี้เอง

อีริน สุขกระสานต์ ผู้จัดการฝ่ายขายและการตลาด บริษัท เอ.ดี.โทม์ (ไทยแลนด์) จำกัด บอกว่า บริษัทแม่อยู่ที่ประเทศมาเลเซีย แต่เข้ามาลงทุนในเมืองไทยเมื่อปีที่แล้ว โดยนาฬิกาที่นำเข้ามาจำหน่ายจะเน้นแฟชั่นเป็นหลัก ซึ่งแต่ละแบรนด์จะมีบุคลิกเป็นของตัวเอง โดยเราได้รับการตอบรับที่ดีมาก

ปัจจุบัน เรานำเข้ามาทำตลาดในเมืองไทยกว่า 10 แบรนด์ อาทิ โอดีเอ็ม, สิวายส์, เอสปรี, โบนีย์, ร็อคซี่, ควิกซิลเวอร์, เอ็ด ฮาร์ดี, รีเฟลย์, อะเลน เดอลอง และอินวิคต้า จากปีแรกที่นำเข้ามา 5 แบรนด์ ขณะที่บริษัทแม่มีกว่า 30 แบรนด์

โดยปีหน้าเตรียมจะนำเข้ามาทำตลาดอีกประมาณ 2-3 แบรนด์ และยังคงเป็นแบรนด์แฟชั่นเหมือนเดิม

แบรนด์ที่สร้างยอดขายหลัก จะเป็นเอสปรี กับโอดีเอ็ม เนื่องจากมีความเป็นแมสมากกว่าแบรนด์อื่น ส่วนระดับราคาที่ดี จะเป็นที่ราคาหลักพัน เพราะนาฬิกาของเอ.ดี.โทม์จะเฉลี่ยอยู่ที่ 1,800-50,000 บาท

และเราได้มีการปรับโลโก้ใหม่ เพื่อให้สอดคล้องกับเทรนด์และนาฬิกาที่จำหน่าย โดยจะเปิดตัวในงานนาฬิกา ขณะที่ประเทศอื่นได้มีการปรับโลโก้ใหม่ไปหมดแล้ว

อีริน บอกว่า ปีหน้ามีแผนจะเปิดชื่อของตัวเอง เพื่อสร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น โดยจะเปิดราวๆ 10 แห่ง ใช้งบลงทุนราวๆ 5 ล้านบาทต่อสาขา โดยตอนนี้จะจำหน่ายผ่านร้านค้า และห้างสรรพสินค้าเป็นหลัก

“ที่มาเลเซียจะเปิดชื่อป ภายใต้ชื่อ MAD Timing ส่วนนาฬิกาที่จำหน่ายจะมีทั้งแบรนด์แฟชั่นและลักซ์วรีแบรนด์”

การขายสาขาจะเน้นไปที่ต่างจังหวัดเป็นหลัก เพื่อให้จุดจำหน่ายครอบคลุม เพราะปัจจุบันยังไม่ครอบคลุมมากนัก

การแข่งขันของนาฬิกาแฟชั่น อีรินบอกว่า จะแข่งกันด้วยราคา ดีไซน์ และแบรนด์ อย่างแบรนด์โอดีเอ็มลูกค้าจะชอบดีไซน์แปลกๆ ไม่เหมือนใคร ล้ำๆ เป็นลักษณะลิมิเต็ด เอดิชั่น ส่วนตลาดนาฬิกาแฟชั่น มีมูลค่าราวๆ 3,000 ล้านบาท โดยเอ.ดี.โทม์ มีส่วนแบ่งราวๆ 15-20%

“
ปีหน้าจะเป็นปีที่เรานุกตลาด
อย่างจริงจัง
ทั้งเปิดชื่อป ทำอีอาร์เอ็ม
และเปิดตัวคอลเล็กชั่นใหม่ๆ



“จุดจำหน่ายปัจจุบัน จะมีกว่า 200 จุดทั่วประเทศ แบ่งเป็นในห้างสรรพสินค้า 50 จุด และผ่านดีลเลอร์ 150 ราย ปีหน้าจะเปิดเพิ่มอีก 100 จุด โดยเฉพาะในต่างจังหวัด ซึ่งเราจะใช้แบรนด์หลักๆ เจาะเข้าไปก่อน แต่ทั้งนี้ก็จะขยายไปด้วยกันทั้งห้างสรรพสินค้าและดีลเลอร์”

อีรินบอกว่า ปีหน้าจะเป็นปีที่เรานุกตลาดอย่างจริงจัง ทำให้จะใช้งบไม่ต่ำกว่า 30 ล้านบาท รวมซื้อปีที่เปิด และการทำซีอาร์เอ็มกับลูกค้า พร้อมกับเปิดตัวคอลเล็กชันใหม่ๆที่เน้นรูปลักษณ์ดีไซน์ทันสมัยเอาใจคนรุ่นใหม่ ในรุ่นพิเศษ หรือลิมิเต็ด เอ디션 เพราะมองว่าปีหน้าตลาดยังไปได้ดีอยู่

เพราะเราต้องเร่งทำแบรนด์ให้ติดตลาด ด้วยการโปรโมตแบรนด์ และซื้อป เนื่องจากการแข่งขันในตลาดนาฬิกาแฟชั่น ส่วนใหญ่จะชูจุดขายที่แบรนด์ และภาพลักษณ์ผ่านตัวนาฬิกา

และปีหน้าจะเน้นไปที่แบรนด์ที่ไม่ได้ไฟก์สมมากนัก อย่างแบรนด์รีเพลย์

ที่ยอดขาย 10 เดือนของเราที่ผ่านมา ไม่ได้ตกลงไป เป็นเพราะการตั้งราคาแบบสมเหตุสมผล เพื่อดึงดูดลูกค้า ประกอบกับนาฬิกากลายเป็นเครื่องประดับ ไม่ได้เป็นแค่เครื่องชอว์เวลา และสามารถเปลี่ยนไปได้เรื่อยๆ สามารถซื้อเป็นของขวัญเพราะราคาเริ่มต้นที่หลักพันเท่านั้น

จากการเก็บข้อมูลของลูกค้าพบว่าจะมีการชื้อนาฬิกาเฉลี่ยเดือนละ 1 เรือน เมื่อเวลาที่มีสินค้าออกใหม่ โดยเฉพาะแบรนด์ เลิฟเวอร์ ทำให้ปีหน้าจะมีกิจกรรม อย่างเมมเบอร์เดย์ อย่างตอนนี้ก็เริ่มเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อทำซีอาร์เอ็ม

เพราะไทยถือเป็นประเทศแฟชั่นมากกว่า เมื่อเทียบกับประเทศในแถบนี้ ทำให้ปีหน้าต้องนุกตลาดอย่างจริงจัง โดยเฉพาะการจัดแคมเปญการตลาดเชิงรุก ผ่านช่องทางต่างๆ อาทิ เว็บไซต์, เฟซบุ๊ก และอีเวนต์ เป็นต้น เน้นสร้างคอมมูนิตี้ให้ลูกค้าได้มีส่วนร่วม และสัมผัสแบรนด์อย่างใกล้ชิด

