

TOTO มุ่งงบบกว่า 3 ล้านบาท ขยายธุรกิจในประเทศไทย-เวสต์วายเป็น

สุภกันท์ TOTO เดินหน้าทำตลาดเชิงกลยุทธ์ ชูจุดแข็งสุภกันท์คุณภาพระดับโลกที่ตอบสนองทุกไลฟ์สไตล์ในสังคม มุ่งงบบกว่า 3 ล้านบาท ขยายธุรกิจตลาดเวสต์วายเป็นและประเทศไทย อัดกิจกรรมทางการตลาดแบบ 360 องศา พร้อมทั้งออกคอลเลคชั่นใหม่ล่าสุด

นายเชษ่า โอตาจิมา ผู้จัดการทั่วไป สำนักงานผู้แทน โตโต้ ลิมิเต็ด เปิดเผยถึงแผนกลยุทธ์การตลาดของสุภกันท์ TOTO ในปี 2553 เพื่อก้าว

▶ อ่านต่อหน้า 4

TOTO

ไปสู่การเป็นผู้นำแบรนด์สุภกันท์ระดับโลกในตลาดเวสต์วายเป็น และตลาดในประเทศไทย สำหรับตลาดเวสต์วายเป็น บริษัท โตโต้ จำกัด ได้จัดร่าง "TOTO V-Plan 2017" ขึ้น เพื่อวางเค้าโครงสร้างเป้าหมายของบริษัทในโอกาสที่ก้าวเข้าสู่การครบรอบ 100 ปีแห่งการก่อตั้งบริษัท ด้วยกรอบแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์ไว้ซึ่งแผน TOTO V- Plan 2017 นี้จะถูกดำเนินการในกลุ่มธุรกิจต่างๆ ของบริษัทอย่างจริงจังตามลำดับขั้นของแผนงานและต่อเนื่อง เพื่อผลักดันให้บรรลุถึงเป้าหมายที่วางไว้ภายในปี 2560

สิ่งที่บริษัทมุ่งหวังดำเนินการเพื่อให้ถึงเป้าหมายที่วางไว้เพื่อการเป็นแบรนด์สุภกันท์ระดับโลกที่ตอบสนองทุกไลฟ์สไตล์ลูกค้าในสังคม ที่พร้อมหยิบยื่นประสบการณ์ที่แปลกใหม่ในชีวิตประจำวันให้แก่ลูกค้าที่อยู่ในทุกมุมโลกอย่างต่อเนื่อง ในการดำเนินงานดังกล่าว บริษัทได้วางแผนดำเนินงานไว้ 3 ส่วนหลักด้วยกัน คือการสร้างควมลึกในธุรกิจภายในประเทศ การขยายการดำเนินการในต่างประเทศและสุดท้ายการสร้างธุรกิจใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของธุรกิจในกลุ่ม TOTO ที่ตั้งเป้าภายในปี 2560 คือ

- ท้ายยอดขายสุทธิให้ถึง 222.0 พันล้านบาท (ปีงบประมาณ 2551 อยู่ที่ 172.0 พันล้านบาท)

- กำไรจากการดำเนินงานที่ 18.0 พันล้านบาท (ปีงบประมาณ 2551 อยู่ที่ 2.3 พันล้านบาท)



- อัตราส่วนกำไรจากการดำเนินงานต่อการขายสุทธิเพิ่มขึ้น 10% (ปีงบประมาณ 2551 อยู่ที่ 1.7%)

ในส่วนของการดำเนินการธุรกิจในประเทศทางบริษัทตั้งเป้าการขายสุทธิที่ 55.5 พันล้านบาท (ปีงบประมาณ 2551 อยู่ที่ 22.0 พันล้านบาท) กำไรจากการดำเนินงาน ที่ 6.6 พันล้านบาท ซึ่งเป้าหมายที่ตั้งไว้ทั้งหมดนี้ยังคงสานต่อความมุ่งมั่นของสุภกันท์ TOTO ที่จะผลิตสุภกันท์ ที่มีคุณภาพ ความสะอาดสบาย และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมพร้อมด้วยระบบเทคโนโลยี Washlets Hydrotect ระบบฟารองนั่งเปิด-ปิดอัจฉริยะ และสุภกันท์ประหยัดน้ำสูงสุดเพื่อมอบไลฟ์สไตล์ที่ดีกว่าและประสบการณ์ที่แตกต่างให้แก่ลูกค้าของบริษัทในประเทศต่างๆ อย่างต่อเนื่อง

สุภกันท์ TOTO ในตลาดต่างประเทศ อาทิ ตลาดในประเทศจีน สุภกันท์ TOTO ยังครอง

ดอกเบียธุรกิจ

Dokbia Turakij

Circulation: 135,000

Section: First Section/Real Estate

วันที่: จันทร์ 5 - อาทิตย์ 11 เมษายน 2553

ปีที่: 18

ฉบับที่: 896

หน้า: 3 (ล่าง), 4

Col.Inch: 62.75 Ad Value: 81,575

PRValue (x3): 244,725

คลิป: สี่สี่

หัวข้อข่าว: TOTO ทุ่มงกว่า 3 ล้านบาทขยายธุรกิจในประเทศไทย-เว็ลด์วายด์

แชมป์การเป็นผู้นำตลาดด้วยยอดขายสุทธิสูงสุดอย่างต่อเนื่อง ส่งผลจากการขยายตัวเมืองใหม่ของประเทศจีนที่เพิ่มขึ้น และตลาดในอเมริกาสุกกัน TOTO ยังคงมีส่วนแบ่งทางการตลาดเป็นอันดับ 1 ในกลุ่มลูกค้าระดับกลางจนถึงระดับบน นอกจากนี้ สุกกัน TOTO เริ่มที่จะเจาะเข้าสู่ตลาดใหม่อื่นๆ เพิ่มมากขึ้นอีก อย่างเช่นตลาดใหม่ในอเมริกาใต้ ส่วนในของตลาดเอเชีย สุกกัน TOTO การดำเนินธุรกิจเติบโตด้วยการเพิ่มฐานการผลิตให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นในประเทศอินเดีย และขยายกำลังการผลิตในประเทศไทย และอินโดนีเซีย ส่วนในยุโรปนั้น บริษัทจะเร่งการเติบโตทางธุรกิจเป็นหลักสำคัญ

นายเขย่า กล่าวเสริมถึงทิศทางการเติบโตของสุกกัน TOTO ในตลาดซูเปอร์ไฮเอนด์ว่า บริษัทเชื่อว่าด้วยผลิตภัณฑ์และคุณค่าที่ดีกว่าของสุกกัน TOTO สามารถเติบโตอยู่ในตลาดซูเปอร์ไฮเอนด์ได้อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะปัจจุบันตลาดให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม การนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ประหยัดพลังงานด้วยเทคโนโลยีก้าวหน้าและการออกแบบที่ยอดเยี่ยมของสุกกัน TOTO อย่างต่อเนื่อง จะสามารถสนองตอบความต้องการของลูกค้าและขยายตลาดให้เติบโตเพิ่มมากขึ้นต่อไป และจากการวิจัยพบว่า ราคาต่อหน่วยของสุกกันจะมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ผลจากปี 2552 ราคาสุกกันเพิ่มสูงขึ้นตามลำดับ ซึ่งนับว่าเป็นข่าวดีสำหรับสุกกัน TOTO ที่อยู่ในตลาดระดับบนอย่างตลาดซูเปอร์ไฮเอนด์

ส่วนแผนการตลาดระยะยาวของสุกกัน TOTO เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในธุรกิจ ด้วยแผนการขยายช่องทางจัดจำหน่ายสู่ตลาดต่างประเทศโดยมีประเทศไทยเป็นฐานการผลิตกลางในเอเชียแปซิฟิก ซึ่งมีแผนการลงทุนใหม่ในประเทศไทยคือการสร้างโรงงานแห่งใหม่ที่สระบุรี โดยเริ่มเปิดดำเนินการต้นปี 2555 พร้อมทั้งใช้วีรุมแห่งใหม่ที่กรุงเทพฯ ที่วางแผนจะย้ายในปี 2555 ●