



คุณธีรวัธ สุภาพันธุ์กัญญา
General Manager

บริษัท บราเดอร์ คอมเมอร์เชียล (ประเทศไทย) จำกัด

Brother รุกขยายตลาดและเพิ่มช่องทาง การจัดจำหน่ายพร้อมตั้งเป้าเพิ่มส่วนแบ่ง ทางการตลาด

คุณธีรวัธ สุภาพันธุ์กัญญา กับตำแหน่งผู้จัดการทั่วไป ฝ่ายการขายและการตลาด ของ Brother โดยดูแลในส่วนการวางกลยุทธ์ทางการขายและการตลาดทั้งหมดให้กับสินค้าทุกตัวที่ทาง Brother จัดจำหน่าย โดยสินค้าของที่ทาง Brother มีการแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มคือ Consumer ซึ่งเป็นอุปกรณ์สำหรับผู้ใช้ตามบ้านและ Home Office ซึ่งเป็นสินค้าในกลุ่ม Inkjet Multifunction ต่างๆ กลุ่มที่ 2 สำหรับกลุ่มสำนักงานขนาดใหญ่จะเรียกว่า Corporate ซึ่งจะเป็นผลิตภัณฑ์ด้าน Laser Printer และ Laser Multifunction ทั้งสีและขาวดำ ส่วนกลุ่มที่ 3 เป็นกลุ่มสินค้าประเภทเครื่องพิมพ์ฉลากและจักรเย็บผ้า โดยผลิตภัณฑ์ในกลุ่มที่ 3 นี้เป็นสินค้าที่ทาง Brother มุ่งเน้นในเรื่องการรับรู้ในตัวสินค้าเนื่องจากจักรเย็บผ้าเป็นผลิตภัณฑ์ที่เพิ่งจะนำเข้ามาทำตลาดในประเทศไทยได้ไม่นานมานี้

นโยบายในการทำตลาดของผลิตภัณฑ์ Brother นั้นได้มาจากการสำรวจตลาดและเก็บข้อมูลว่ากลุ่มลูกค้าของทาง Brother เป็นกลุ่มใดและมีความต้องการใช้งานอย่างไรบ้าง และช่องทางการจัดจำหน่ายของ Brother รองรับลูกค้ากลุ่มไหนบ้าง ทำให้เราได้ทราบข้อมูลและนำมาใช้ในการทำตลาดโดยผลิตภัณฑ์ของทาง Brother จะมีจุดแข็งในกลุ่มตลาด SOHO (Small Office, Home Office) และ SME

กลยุทธ์ในการทำตลาดของทาง Brother ในช่วงปีนี้จะทำการขยายฐานลูกค้าให้มากขึ้น โดยจะเน้นการทำตลาดไปสู่กลุ่ม Corporate และ Government ไม่เพียงเท่านั้นยังจะทำการขยายตลาดลงมาสู่ตลาดที่เป็น Consumer ให้มากขึ้นด้วย

กลยุทธ์อีกด้านหนึ่งก็คือการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายในส่วนของ Dealer ให้มากขึ้น โดยตลาดของ Brother ในปัจจุบันมีจุดแข็งในช่องทางของ Modern Trade ซึ่งเมื่อมีการขยายตลาด Dealer ให้มากขึ้นจะทำให้ Brother สามารถขยายฐานลูกค้าไปสู่กลุ่มใหม่ๆ ที่กว้างขึ้น

ส่วนกลยุทธ์ที่สามจะเน้นไปที่ตัวแบรนด์ของทาง Brother โดยจะมีปรับรูปลักษณะของแบรนด์ให้ดูมีความทันสมัยมากขึ้น เพื่อที่จะตอบสนองกับกลุ่มตลาดให้มากขึ้นซึ่งจะสอดคล้องกับการที่ทาง Brother จะบุกตลาดในส่วนของคนชุมเมอร์ด้วย

ส่วนที่ทำให้เกิดความมั่นใจได้ว่าตลาดของทาง Brother จะสามารถโตได้อีกก็คือ แม้ว่าส่วนแบ่งทางการของตลาดของ Brother ในหมวดสินค้า Inkjet Multifunction จะอยู่ในอันดับ 3-4 แต่จากแนวโน้มยอดขาย เรายังมีโอกาสที่จะขยับขึ้นไป อีกทั้งในกลุ่มของ Laser Multifunction เอง Brother สามารถครองยอดขายเป็นอันดับหนึ่งมากกว่า 2 ปีซ้อน ซึ่งก็เป็นอีกจุดหนึ่งที่แสดงถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ของ Brother ซึ่งก็มีผลไปสู่การสร้างความสำเร็จของลูกค้าต่อสินค้าในหมวดอื่นๆ อีกด้วย

ในส่วนของการขยายตลาดทางด้าน Corporate และ Government ทาง Brother ได้มีการปรับทีมงานในกลุ่มที่รองรับลูกค้าตลาดนี้ให้มีความแข็งแกร่ง และมีความพร้อมในการทำงานร่วมกับตัวแทนจำหน่าย (SI) ทั้งการให้ข้อมูลสินค้าและการขายเพื่อที่จะบุกตลาด Government ไปด้วยเช่นกัน

นอกจากนี้ Brother เองก็มีจุดแข็งในด้านการให้บริการ เนื่องจากเรามีศูนย์บริการแต่งตั้งที่ได้รับการรับรองมาตรฐานอยู่ถึง 135 สาขา ครอบคลุมทั่วประเทศ รวมทั้งมีการรับประกันการซ่อมที่ใช้เวลาไม่เกิน 2 วันและ Brother ยังพยายามปรับปรุงมาตรฐานให้สามารถให้บริการลูกค้าได้ในระยะเวลาที่รวดเร็วขึ้นอีกด้วย ซึ่งในจุดนี้ Brother เองก็ได้รับ Feed back ที่ดีจากลูกค้าเช่นกัน