

ห้าง Marks & Spencer ปรับการขาย นำแบรนด์ดังมาเปิดในห้าง



ห้าง Marks & Spencer (M&S) จะนำร้านของเล่นชื่อดังแบรนด์ Early Learning Centre (ELC) มาเปิดในห้าง M&S จำนวน 10 สาขา ภายในสิ้นเดือนมีนาคมนี้ โดยก่อนหน้านี้ห้าง M&S ได้มีการทดลองจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากแบรนด์ ELC บนเว็บไซต์ของห้างฯ นอกจากนี้ เมื่อเดือนมีนาคม 2564 ที่ผ่านมามีห้าง M&S ได้เริ่มจำหน่ายแบรนด์สินค้าสำหรับเด็กชื่อดัง เช่น รองเท้าแบรนด์ Clarks และ อุปกรณ์เครื่องเขียนแบรนด์ Smiggle ตลอดจน ได้เริ่มนำเสื้อผ้าสตรีแบรนด์ดัง ได้แก่ Seasalt, Nobody's Child, Ben Sherman, Joules, Hobbs และ Jigsaw มาจำหน่ายบนเว็บไซต์และในห้าง M&S จำนวน 15 สาขา อีกด้วย ซึ่งขณะนี้ห้าง M&S มีการจำหน่ายสินค้าแบรนด์อื่นที่ไม่ใช่แบรนด์ของห้าง (Third-party brand) กว่า 35 แบรนด์

ห้าง M&S ได้ให้สัมภาษณ์ว่า ลูกค้าน่าสนใจต้องการซื้อเสื้อผ้าและของเล่นเด็ก ให้กับครอบครัวและเพื่อนฝูง ดังนั้น การนำแบรนด์ ELC มาเปิดในห้างฯ จะเป็นการเพิ่มประสบการณ์ในการจับจ่ายของลูกค้า นอกจากนี้ การนำแบรนด์เสื้อผ้าอื่นๆ มาจำหน่ายในห้างฯ จะสามารถช่วยดึงดูดลูกค้าให้มาจับจ่ายสินค้าในห้างฯ ได้มากขึ้น และยังช่วยปรับทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อห้างฯ อีกด้วย นอกเหนือจากประโยชน์ในเชิงพาณิชย์แล้ว ห้างฯ เห็นว่า ยังเป็นการนำลูกค้าเข้าสู่ระบบนิเวศของห้างฯ ซึ่งจะช่วยส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์อื่นของห้างฯ อีกด้วย ปัจจุบันห้าง M&S มียอดขายสินค้า Third-party brand คิดเป็นร้อยละ 3.5 ของยอดขายออนไลน์ของห้างฯ

ห้าง M&S มีแผนที่จะนำ Third-party brand ทั้งเสื้อผ้าและของเล่นอย่างน้อย 1 แบรนด์ วางจำหน่ายในห้าง M&S อีก 27 สาขา จากจำนวนทั้งหมด 284 สาขา นอกจากนี้ ห้าง M&S ยังจะนำเสื้อผ้าแบรนด์ Jaeger ซึ่งเป็นแบรนด์เสื้อผ้าสตรีชื่อดังที่ M&S ซื้อกิจการเมื่อปี 2564 ไปวางจำหน่ายในห้าง M&S ในสาขาต่างประเทศอีกด้วย

ที่มา: The Guardian, Drapers Online และ Retail Gazette

นโยบายภาครัฐ

เศรษฐกิจการลงทุน

แนวโน้มการตลาด

รายงานสินค้าและบริการ

อื่นๆ

Call Center 1169
www.ditp.go.th
www.thaitrade.com

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
563 ถนนนันทบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง
จังหวัดนนทบุรี 11000

ต่างประเทศ ณ กรุงลอนดอน
11 Hertford Street, Mayfair,
London W1J 7RN

e-Mail :
info@thaitradelondon.com

สำนักงานส่งเสริมการค้าใน

Phone : +44 207 4935749

ข้อมูลเพิ่มเติม/ ความเห็น สคต.

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมายอดขายเสื้อผ้าของห้าง M&S ลดลง ส่งผลให้ห้างฯ ต้องปิดกิจการร้านจำหน่ายเสื้อผ้าหลายสาขา โดยห้างฯ มีความพยายามอย่างมากในการเพิ่มยอดขายในช่องทางออนไลน์ เนื่องจากยังคงตามหลังคู่แข่งห้างค้าปลีกรายอื่นที่เชี่ยวชาญในเรื่องการจำหน่ายหลายช่องทาง (multichannel) ทั้งหน้าร้านและออนไลน์ เช่น Next และ John Lewis ดังนั้น ตั้งแต่ปี 2563 เป็นต้นมาห้าง M&S จึงมีการปรับกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ ได้แก่ (1.) การนำเสื้อผ้าจาก Third-party brand มาจำหน่าย เพื่อให้ห้างฯ เป็น online destination สำหรับลูกค้าวัย 40 ปีขึ้นไป (2.) การทำ M&S Live stream เพื่อให้ลูกค้าสามารถรับชมการแนะนำสินค้าใหม่และสามารถขอคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญในระหว่างการ live stream (3.) การพัฒนาระบบคลังสินค้าให้มีความสม่ำเสมอของสินค้า และมีความรวดเร็วในการขนส่ง ซึ่งจากการปรับกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของห้างฯ ดังกล่าวได้ส่งผลให้ยอดขายเสื้อผ้าในเว็บไซต์ของห้างฯ เพิ่มขึ้น

ถึงแม้ว่าผู้บริโภคในสหราชอาณาจักรจะกลับมาจับจ่ายสินค้าในร้านค้าเหมือนช่วงก่อนการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 แล้วก็ตาม แต่ห้างค้าปลีกต้องปรับกลยุทธ์โดยการปรับการใช้พื้นที่ของร้านในการจัดแสดงสินค้าและเพิ่มประสบการณ์จับจ่ายสินค้าให้กับผู้บริโภค ควบคู่ไปกับการพัฒนาระบบการจำหน่ายสินค้าออนไลน์ รวมทั้ง จำหน่ายสินค้าที่หลากหลายมากขึ้น เพื่อดึงลูกค้าเข้าสู่ระบบนิเวศน์ของตน ซึ่ง สคต. เห็นว่าเป็นโอกาสของสินค้าไทยในการขยายตลาดในสหราชอาณาจักร อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการควรที่จะพัฒนาเว็บไซต์ให้มีความทันสมัยและน่าสนใจ เพื่อรองรับต่อรูปแบบการดำเนินธุรกิจช่องทางออนไลน์ที่ได้รับความนิยมในปัจจุบัน ตลอดจนติดตามสถานการณ์ตลาดอย่างใกล้ชิด เพื่อปรับตัวรองรับการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมของผู้บริโภค

สรุปโดย สคต. ลอนดอน