

ONLINE 2020

ปณิณ โอ้โห

ศิรินทรา เล็งสิน





.....ณคินทร ศิริดสิตาวงศ์.....

เธอคือใคร?

.....





มีทีมงานเกือบ 200 คน







OHO vs ปณท

โลจิสติกส์แบบบูรณาการ คิดใหม่แต่ใช้ของเก่า

จังหวัดพิษณุโลกเป็นจังหวัดที่มียอดส่งพัสดุดอันดับหนึ่งของ ปณท ภาคเหนือ นี่ไม่ใช่เรื่องปกติที่จังหวัดรองจะแข่งหน้าจังหวัดในอันดับสองของประเทศไทยอย่างเชียงใหม่ เมื่อสแกนลงไปหาสาเหตุก็พบที่มาของธุรกิจที่เป็นต้นเหตุ ซึ่งมีความน่าสนใจหลายด้าน เป็นกรณีศึกษาที่แสดงให้เห็นว่าการบริหารจัดการระบบขนส่งสินค้า คือหัวใจสำคัญที่มีผลต่อยอดขายและการทำตลาดของบริษัทวางแผนจะเติบโตอีกเป็นพันล้านบาทของบริษัทแห่งนี้

บริษัท ไอ้โฮ บายปูนิม จำกัด คือบริษัทที่พูดถึงเป็นบริษัทที่ทำการจำหน่ายสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์อาหารเสริมประเภทต่างๆ ที่เติบโตมาจากการทำตลาดโซเชียลคอมเมิร์ซหรือพูดชัดๆ ว่าทำรายได้ยอดขายจากเฟซบุ๊กล้วนๆ ไม่มีแม้กระทั่งเว็บไซต์ของตัวเอง ดำเนินงานโดยตัวเจ้าของบริษัทเอง คือ ปูนิม - ศิริธรพร เล่งสิน ประธานเจ้าหน้าที่บริหารบริษัท สามารถสร้างยอดขายนับพันล้านบาท มีตัวเลขรายได้ล่าสุดของบริษัทในปี 2558 อยู่ราว 2,000 ล้านบาท ทั้งที่ไม่เคยมีหน้าร้านของตัวเองไม่ว่าจะในรูปแบบใด แต่ใช้วิธีคอนนิ่งทีมงานขึ้นมาบุกตลาดผ่านโซเชียลเน็ตเวิร์คจนกลายเป็นบริษัทที่สร้างการเติบโตให้กับเศรษฐกิจของจังหวัดพิษณุโลก เป็นที่น่าจับตาและนำศึกษาในหลายๆ ด้าน

ในปีนี เมื่อบริษัทจัดระบบโครงสร้างธุรกิจใหม่เพื่อขยายช่องทางการตลาดเพิ่มทั้งในส่วนออนไลน์โดยจะหันมาพัฒนาเว็บไซต์ของตัวเองอย่างจริงจัง และออฟไลน์อีกหลายรูปแบบ หรือเป็น Omni-Channel ที่ผสม



ช่องทางทั้งหมดของธุรกิจเข้าด้วยกัน พร้อมกับวางระบบขนส่งสินค้าโดยรวมเป็นพันธมิตรกับบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด (ปณท) บริษัทที่ประกาศอย่างมั่นใจว่าจะสามารถทำยอดขายเพิ่มจากเดิมได้อีก 1 พันล้านบาท รวมเป็นเป้าหมายรายได้ทั้งปีของบริษัทอย่างน้อย 3,000 ล้านบาท

แต่ทว่า ทั้งหมดที่พูดมานี้บริษัทไม่มีแผนที่จะลงทุนระบบโลจิสติกส์ของตัวเองแต่อย่างใด เพียงแต่ใช้การบริหารโลจิสติกส์และใช้จุดแข็งจากบริการที่มีอยู่ในตลาดของ ปณท ซึ่งบริษัทมองว่าตอบโจทย์เรื่องการส่งสินค้าทั่วประเทศได้ดีที่สุด มาเป็นอีกองค์ประกอบสำคัญหนึ่งควบคู่กับการขยายช่องทางการขายใหม่ๆ ที่เพิ่มขึ้น

ธนินทร์ ศิริดุสิตวงศ์ กรรมการผู้จัดการส่วนการตลาด บริษัท ไอ้โฮ บายปูนิม จำกัด เล่าว่า บริษัท และ ปณท เริ่มติดต่อพูดคุยกันระดับผู้บริหารเมื่อต้นปีที่ผ่านมามาในงานของ ปณท ศูนย์พิษณุโลก ซึ่งกลายเป็นจังหวัดที่มียอดจำหน่ายพัสดุดอันดับหนึ่งของภาคเหนือ ทำให้ซีอีโอ ปณท (สมร เทิดธรรมพิบูล) ได้มีโอกาสพบกับผู้บริหารบริษัทในงานที่จังหวัดพิษณุโลก จนนำไปสู่การพัฒนาแบบโลจิสติกส์ร่วมกัน โดย ไอ้โฮฯ เป็นลูกค้ารายแรกที่เชื่อมต่อระบบหลังบ้านกับ ปณท และคิดที่เกิดขึ้นนี้ ไม่เพียงแต่ทำให้ธุรกิจของไอ้โฮเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดส่งสินค้าเท่านั้น แต่ธนินทร์ บอกว่ายังเห็นโอกาสและวางแผนพัฒนาเป็นธุรกิจใหม่ของบริษัทเพิ่มขึ้นด้วย

“เราไม่ได้คิดจะทำระบบโลจิสติกส์นะ แล้วเราก็ไม่ได้ลงทุนเรื่องนี้ ปณท ทำได้ดีอยู่แล้ว ทำมาตั้งแต่แข่งกับเขา แต่มันเกิดจากที่เราเข้าไปเพื่อแก้ปัญหาว่าจะทำอะไรทำให้ของเราส่งถึงลูกค้าเร็วขึ้น ให้ส่งได้ภายในหนึ่งวันจริงๆ เลยมีโอกาสได้เข้าไปศึกษาการทำงานของ ปณท ในส่วนที่เราไม่เคยเห็น รู้ว่าเขาทำงานอย่างไร มีศูนย์กระจายสินค้าที่ไหน แล้วเราก็หาวิธีข้อดีบางอย่างในการให้บริการเพื่อให้ได้ตามโจทย์ที่เราต้องการก็คือส่งสินค้าให้ลูกค้าได้ภายใน 1 วัน”



ธนินทร์ ศิริดุสิตวงศ์
กรรมการผู้จัดการส่วนการตลาด
บริษัท ไอ้โฮ บายปูนิม จำกัด

ทุกวันนี้ไอ้โฮฯ ยังเป็นรายแรกที่เป็นผู้เช่าศูนย์กระจายการจำหน่ายของไปรษณีย์ใน 5 จังหวัดแก่นครราชสีมา พิษณุโลก สุราษฎร์ธานี อ.ศรีนครินทร์ และศูนย์ ปณท หลักสี่ ซึ่งจนถึงวันนี้ จ.ปณท ยังอยู่ระหว่างพิจารณาและไม่พร้อมจะเป็นผู้เช่ารายอื่นซึ่งเริ่มมีความต้องการเข้ามาเช่าใช้อีกหลายราย

ธนินทร์ เล่าว่า วิธีการที่เขาทำกับ ปณท เริ่มจากศึกษาพื้นฐานเดิมของโลจิสติกส์ว่ามีอะไรอยู่ แล้วบริษัทจะเข้าไปช่วยเสริมตรงจุดไหน ต่อมาอย่างไร เรียกว่าแค่เข้าไป “บูรณาการ” ให้ระบบ

SPOTLIGHT

ผู้เขียน : กฤษณาพร วงศ์ชัย



ศิริธรพร เล่งสิน
ประธานบริษัท ไอ้โฮ บายปูนิม

รหัสลับพันล้าน “OHO”

ในวันที่ตลาดอาหารเสริมไม่โต

นับว่าเป็นปีที่น่าตื่นเต้นสำหรับธุรกิจผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร OHO by punim กับโมเดลธุรกิจใหม่ในการก้าวข้ามคำว่าแม่ค้าออนไลน์สู่ธุรกิจออนไลน์ กับเป้าหมาย 3,000 ล้านบาท

OHO by punim ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพและความงาม ที่สร้างรายได้ทะลุ 1,000 ล้านบาทในเวลาเพียง 5 ปี ผ่านช่องทางอีคอมเมิร์ซเพียงช่องทางเดียว และการก้าวอย่างเข้าสู่ปีที่ 6 นับเป็นความท้าทายผู้บริหารอย่างยิ่ง เพราะการเข้ามาของผู้เล่นรายใหม่จำนวนมากสวนทางกลับกลุ่มผู้บริโภคที่เท่าเดิมนั้นหมายความว่าโอกาสที่ส่วนแบ่งการตลาดจะถูกแย่งไปได้ทุกเมื่อ

งานนี้ Business+ มีโอกาสคุยกับ ธนินทร์ ศิริดุสิตวงศ์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท ไอ้โฮ บายปูนิม จำกัด ที่มาเผยโมเดลธุรกิจใหม่ที่จะมาเสริมความมั่นคง และขยายธุรกิจให้เติบโตท่ามกลางสถานการณ์ตลาดที่ไม่น่าไว้วางใจ

สิ่งที่ทีมผู้บริหารวางแผนวางไว้นั้นคือ การผสมผสานทั้งออนไลน์และออฟไลน์ ซึ่งที่ผ่านมา OHO by punim มีรายได้จากการขายผ่านออนไลน์ 100% ซึ่งในปี 2559 จะมีการขยายในรูปแบบช่องทางในห้างสรรพสินค้า โดยตั้งเป้า 10 สาขา ลงทุนขอละ 500,000 บาท รวมทั้งขยายแฟรนไชส์รายย่อยให้ได้ 1,000 สาขาทั่วประเทศ

รวมทั้งการทำระบบโลจิสติกส์ถึงมือลูกค้าภายใน 12 ชั่วโมง โดยการขยายศูนย์กระจายสินค้าและจับมือกับพันธมิตรด้านโลจิสติกส์และการประกันภัยสินค้าในกรณีสินค้าหาย ชำรุด หรือส่งเกินเวลา พร้อมระบบติดตามสินค้าแบบเรียลไทม์ ซึ่งคาดว่าจะสามารถเปิดบริการเต็มรูปแบบในเดือนมิถุนายนนี้ นอกจากนี้ยังมีการเพิ่มสินค้าเข้าไปในระบบโดยการคัดเลือกจากแบรนด์ที่น่าเชื่อถือ ซึ่งนำร่องไปแล้ว 6 แบรนด์ และตั้งเป้า 30 แบรนด์ภายในสิ้นปี

“ตลาดซื้อขายออนไลน์มีแนวโน้มจะไม่โตไปกว่าที่เป็น หากผู้ประกอบการยังมีการค้าขายแบบเดิม เพราะผู้บริโภคมีเท่าเดิม ในขณะที่ตลาดกลางและตลาดล่างมีการแข่งขันรุนแรง ผู้บริโภคพร้อมที่จะเปลี่ยนแบรนด์ได้ทุกเมื่อ แต่เรามีความแข็งแกร่งในแบรนด์เป็นทุนเดิม และการทำโฆษณาที่ต่างจากแบรนด์อื่นนั้นเป็นผลมาจากการที่เราซื้อสื่อต่อลูกค้า

เมื่อมองย้อนไปปลายปี 2557 ธุรกิจเราถูกโจมตีเรื่องสารปนเปื้อน ตอนนั้นสิ่งที่เราทำไม่ใช่การออกสื่อเพื่อแก้ข่าว แต่เราเคลียร์ลูกค้าด้วยการโอนเงินคืนลูกค้าที่มียอดสั่งซื้อ ณ เวลานั้น ซึ่งวิกฤตครั้งนั้นทำให้บริษัทขาดทุนกว่า 200 ล้านบาท หลังจากนั้นเรามีการเพิ่มมาตรการการตรวจสอบสินค้าซ้ำ รวมทั้งทำประกันภัยสินค้า นั่นทำให้ลูกค้ามั่นใจและกลับมาหาเราทันที ส่งผลให้ยอดขายเติบโตมากกว่า 30% จนรายได้ทะลุ 1,000 ล้านบาทในปีที่ผ่านมา ถ้าปีที่แล้วเป็นปีของการแก้ไข ปีนี้ก็คือเวลาดีแห่งการรุกตลาด ด้วยโมเดลธุรกิจใหม่ จะทำให้ปี 2559 OHO by punim ปิดรายได้ที่ 3,000 ล้านบาท” ธนินทร์ ปิดท้ายอย่างน่าสนใจ B+



ธนินทร์ ศิริดุสิตวงศ์
กรรมการผู้จัดการ
บริษัท ไอ้โฮ บายปูนิม จำกัด

ปัญหาออนไลน์

“ความน่าเชื่อถือ”



ความน่าเชื่อถือ

- กลัวไม่ได้สินค้า
- สินค้าไม่ตรงปก
- สินค้าไม่ดีจริง

“จันทก”



จ๊นบูก

- ราคาถูก
- สินค้าไม่ดี
- เยอะมาก ทุกหมวด



“ใครคือลูกค้า”



ลูกค้าเราคือใคร

- กลุ่มเป้าหมายชัดเจน
- สินค้าตรงความต้องการ
- คนซื้อเยอะมาก



“การสื่อสารของแบรนด์”



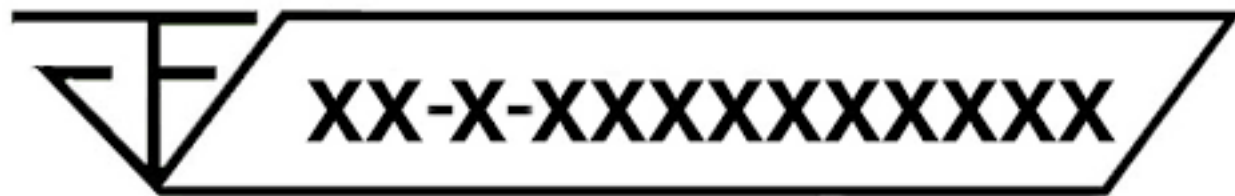
การสื่อสาร

- ตรงประเด็น
- ชัดเจน
- ไม่เยอะ
- สื่อสารได้หลายกลุ่ม

“มาตรฐานสินค้า”

มาตรฐานต้องมี

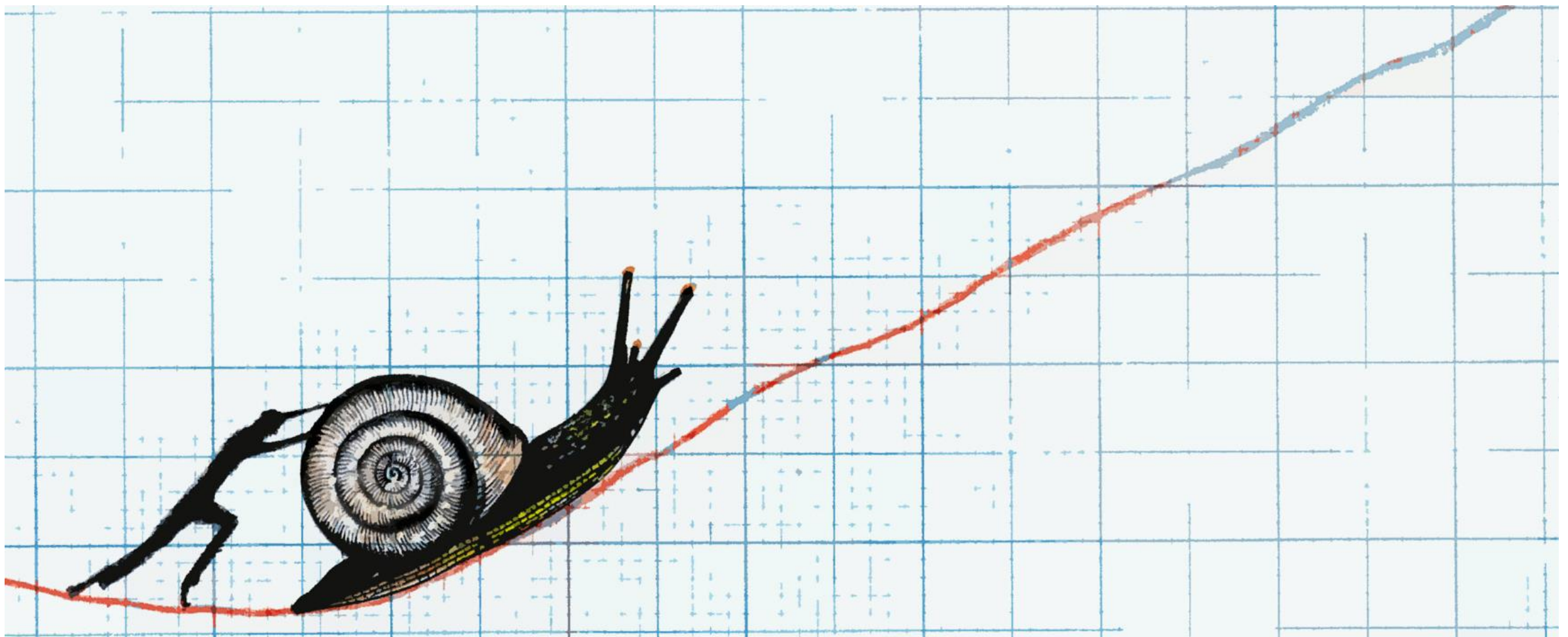
- ตรงรับรองต่างๆ
- สถานที่ผลิต

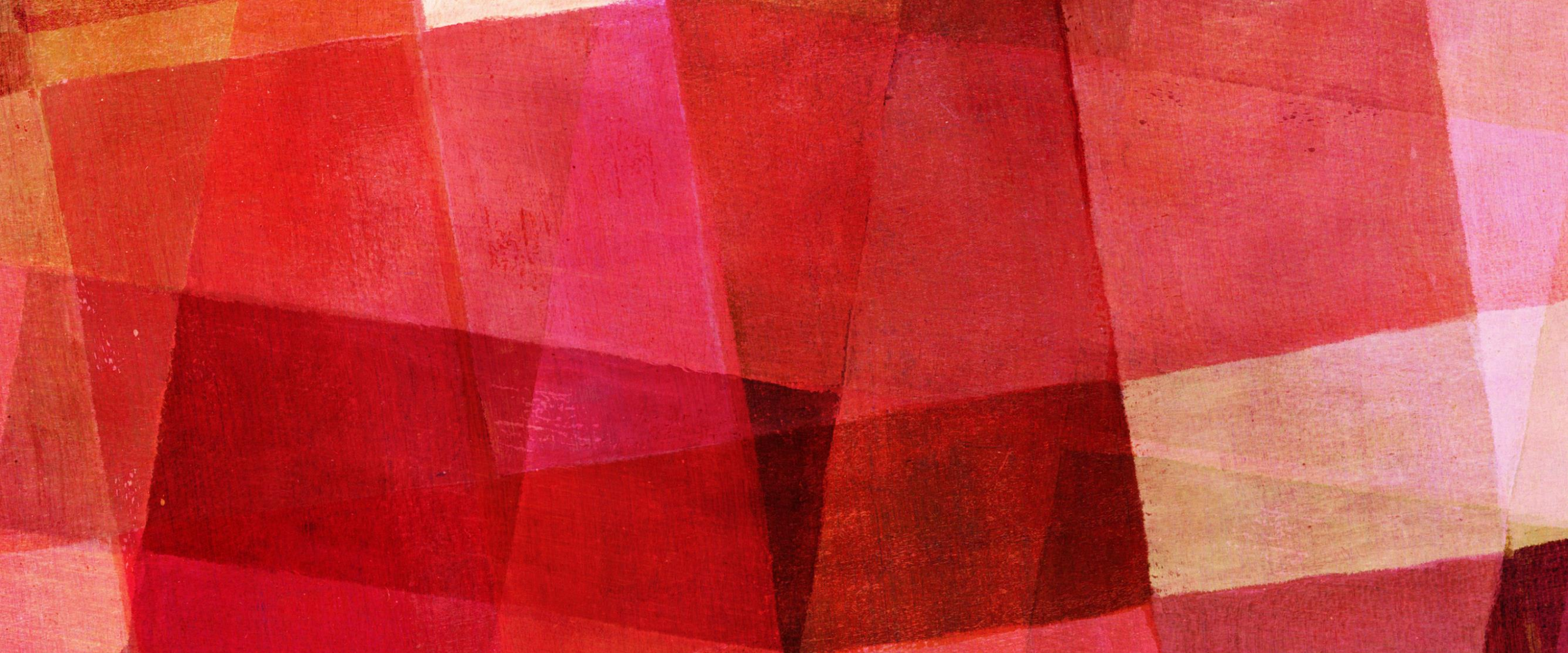


“ไม่ได้วางแผนที่จะโต”

ไม่คิดว่าจะโต

- ทำกันในครอบครัว
- ตั้งราคาผิด
- ลืมคิดค่าใช้จ่ายต่างๆ
- เงินธุรกิจคือเงินเรา





ปรับตัวอย่างไร 2020



BRAND = สิ่งสำคัญ

BRANDING เป็นสิ่งสำคัญ

- ทำให้คนจำได้
- ลูกค้ารู้ว่าเราทำอะไร
- มั่นใจที่จะซื้อสินค้า
- เติบโตได้ง่าย

วางแผนการเงิน

วางแผนการเงิน

- การกำหนดราคาขาย
- รับรู้ต้นทุนทั้งหมด
- วางแผนการใช้เงิน
- อะไรที่ใช้เงินก็ต้องใช้
- เงินของธุรกิจ ไม่ใช่ของเรา

ช่องทางจำหน่าย

SALE CHANNEL

- Online. - Offline
- กรุงเทพฯ ไม่ใช้ประเทศไทย
- รอบข้างยังมี CLMV (กัมพูชา,ลาว,พม่า,เวียดนาม)
- Logistic Partner

แก้ปัญหาคืออะไร



ขายอะไรดี?

อะไรที่เราชอบ

อะไรที่เราถนัด

“

เราจะเล่นเกมสัที่เราชนะเท่านั้น

THANK YOU.