

โรบินสัน เปิดเกมรุก ปลุกตลาดชุดชั้นในครึ่งปีหลัง 2561 คึกคัก
ผนักกำลังกว่า 70 พันธมิตรแบรนด์ชุดชั้นในชั้นนำ
เปิดแคมเปญแห่งปี 'ROBINSON LINGERIE'
ย้ำความเป็น 'ผู้นำตลาดชุดชั้นใน' ในกลุ่มห้างสรรพสินค้า
คาดกระตุ้นยอดกลุ่มสินค้าชุดชั้นในโตกว่า 7%

นางสาวคณินหา แซ่ตัน ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ สายบริหารสินค้า บริษัท โรบินสัน จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า ตลาดชุดชั้นในของไทยเป็นตลาดที่ค่อนข้างใหญ่ ซึ่งประกอบด้วยสินค้าประเภทชุดชั้นใน 90% สินค้าประเภทชุดว่ายน้ำ 8% และสินค้าประเภทชุดนอน 2% โดยมีมูลค่าการตลาดรวมประมาณ 30,000 ล้านบาทต่อปี และมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องประมาณ 6-7% ต่อปี สำหรับในช่วงครึ่งปีแรก 2561 (มกราคม - มิถุนายน 2561) ภาพรวมตลาดชุดชั้นในของไทยมีอัตราการเติบโตที่สูงกว่า 4.5% และมีการแข่งขันที่ค่อนข้างสูง ทั้งในแง่ของตัวสินค้า อีเว้นท์มาร์เก็ตติ้ง และโปรโมชั่นอย่างต่อเนื่อง

สำหรับโรบินสัน ธุรกิจกลุ่มสินค้าชุดชั้นใน นับเป็น 1 ใน 5 กลุ่มสินค้าที่ติดอันดับการมียอดขายการจำหน่ายสูงสุดมาโดยตลอด ซึ่งประกอบด้วยสินค้าหลัก 3 ประเภท ได้แก่ 1) สินค้าชุดชั้นในทั่วไป 90% ที่เน้นในส่วนฟังก์ชันการใช้งาน และแฟชั่นความสวยงาม (Daywear & Outerwear) 2) สินค้าชุดนอน 2% ที่ครอบคลุมตั้งแต่ชุดนอนที่ใช้เพื่อการนอน และชุดนอนที่สามารถใส่ออกนอกบ้านได้ในวันสบายๆ (Loungewear) และ 3) สินค้าชุดว่ายน้ำและชุดออกกำลังกาย 8% ที่เน้นในส่วนฟังก์ชันการใช้งาน และแฟชั่นความสวยงามเช่นกัน (Activewear) ทั้งนี้ ในช่วงครึ่งปีแรก 2561 ภาพรวมของธุรกิจกลุ่มสินค้าชุดชั้นในยังคงเป็นไปในทิศทางบวกสอดคล้องกับภาพรวมตลาดชุดชั้นในของไทย โดยมีอัตราการเติบโตของธุรกิจราว 4% และมียอดขายคิดเป็น 7% จากยอดขายรวมทั้งหมด รวมทั้งยังคงครองความเป็น 'ผู้นำตลาดชุดชั้นใน' (NO.1 LINGERIE DESTINATION) ด้วยส่วนแบ่งตลาดชุดชั้นในในกลุ่มห้างสรรพสินค้าถึง 40% และจำนวนพันธมิตรแบรนด์ชุดชั้นในทั้งไทยและเทศกว่า 80 แบรนด์ บนพื้นที่ขายรวมกว่า 18,000 ตารางเมตร โดยแบ่งกลุ่มนักช้อปออกเป็นกรุงเทพฯ 40% และต่างจังหวัด 60% ซึ่งมีพฤติกรรมการช้อปปิ้งชุดชั้นในเฉลี่ย 3 ครั้งต่อปี และมียอดซื้อเฉลี่ยที่ประมาณ 2,000 บาท ต่อใบเสร็จ

ซึ่งความสำเร็จของธุรกิจกลุ่มสินค้าชุดชั้นในของโรบินสันในช่วงครึ่งปีแรก 2561 ดังกล่าวข้างต้น เป็นผลมาจากการดำเนินงานที่สำคัญ ได้แก่ 1) การเพิ่มความหลากหลายของสินค้าชุดชั้นใน เพื่อตอบโจทย์ความต้องการและไลฟ์สไตล์ของนักช้อปยุคใหม่ ที่เทรนด์ชุดชั้นในไม่ใช่แค่การสวมใส่อยู่ข้างในอย่างมิดชิด โดยมุ่งเน้นที่ การเพิ่มสินค้านวัตกรรม (Innovation), สินค้าคอลเลกชันใหม่, สินค้าที่อยู่ในเทรนด์ความนิยม เช่น ในปัจจุบันที่เทรนด์รักสุขภาพมาแรง ก็จะมีการเพิ่มชุดชั้นในประเภทชุดออกกำลังกาย (Active ware) มากขึ้น โดยเฉพาะกับแบรนด์เอฟ.โอ.เอฟ (F.O.F) ซึ่งเป็นแบรนด์ที่จำหน่ายเฉพาะที่ห้างสรรพสินค้าโรบินสัน รวมทั้งมีการคัดสรรแบรนด์พันธมิตรชุดชั้นในใหม่ๆ ทั้งหญิงและชาย เพื่อขยายฐานลูกค้าให้มากขึ้น 2) การปรับโฉมของแผนกสินค้าชุดชั้นใน ซึ่งโรบินสันได้พัฒนาทั้งในแง่ของสินค้าให้ครอบคลุมชีวิตประจำวันของนักช้อปทุกรูปแบบตั้งแต่ในนอนจนถึงเข้านอน และพัฒนาการบริการ ด้วยการอบรมพนักงานขายเพื่อให้เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านสรีระทรงอก ที่สามารถวัดไซส์และให้คำแนะนำการเลือก ดูแลรักษา รวมทั้งอ็อปเททเทรนด์ชุดชั้นในแบบมีออาชีพ (Bra Advisor) ซึ่งได้รับการตอบรับที่ดีจากนักช้อป

เป็นอย่างมาก 3) **การจัดโปรโมชั่น และอีเว้นท์มาร์เก็ตติ้ง** ทั้งในและนอกพื้นที่ขายอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งมีการจัดโปรโมชั่นร่วมกับแผนกสินค้าอื่นๆ (Cross Promotion) และการจัดโปรโมชั่นพิเศษสำหรับนักช้อปปิ้งสมาชิก 'บัตรเดอะวัน' ซึ่งสามารถกระตุ้นการจับจ่ายของนักช้อปได้เป็นอย่างดี

สำหรับในช่วงครึ่งปีหลัง 2561 โรบินสันยังคงเล่นเกมรุกบุกตลาดชุดชั้นในอย่างต่อเนื่อง ประเดิมด้วยการชูบิ๊กอีเว้นท์มาร์เก็ตติ้ง ที่ใช้งบประมาณกว่า 30,000,000 บาท (จากงบประมาณทั้งปีกว่า 50,000,000 บาท) เปิดแคมเปญ 'ROBINSON LINGERIE' (โรบินสัน ลองจาเร) งานแฟร์ชุดชั้นในแห่งปีที่นักช้อปรอคอย ซึ่งจัดมาอย่างต่อเนื่องเป็นปีที่ 10 โดยได้รับการตอบรับที่ดีมาจากนักช้อปมาโดยตลอด และสำหรับในปีี้แคมเปญ 'ROBINSON LINGERIE' จัดขึ้นภายใต้คอนเซ็ปต์ 'We Love Shocking' ตั้งแต่วันที่ 21 สิงหาคม - 2 กันยายน 2561 รวม 13 วัน ที่ชั้น 1 เซ็นเตอร์ คอร์ท ศูนย์การค้าแฟชั่นไอส์แลนด์

'ROBINSON LINGERIE' มาพร้อมกับเซอร์ไพรส์สุดพิเศษที่จะมอบแก่นักช้อป เพื่อให้เป็นไปตามคอนเซ็ปต์ 'We Love Shocking' ทั้งในส่วนของสินค้า ที่โรบินสันได้ผนึกกำลังกับพันธมิตรแบรนด์ชุดชั้นในชั้นนำทั้งไทยและต่างประเทศ อาทิ วาโก้ (Wacoal), ซาบีน่า (Sabina), ไทรอัมพ์ (Triumph), เซอรัล่อน (Cherilon), กีลาโรช (Guy Laroche) และแบรนด์ที่จำหน่ายเฉพาะที่ห้างสรรพสินค้าโรบินสันอย่างแบรนด์ เอฟ.โอ.เอฟ (F.O.F) รวมทั้งแบรนด์สินค้าชุดนอน ชุดว่ายน้ำ และชุดออกกำลังกายที่เข้าร่วมแคมเปญฯ กว่า 70 แบรนด์ เพื่อนำเสนอสินค้าคอลเล็คชั่นใหม่, สินค้านวัตกรรม, และสินค้าที่อยู่ในเทรนด์ความนิยม เป็นต้น อีกทั้งในส่วนของโปรโมชั่น สุดช็อค ไม่ว่าจะเป็น...

- **ลด สูงสุด 70%** กับสินค้าชุดชั้นใน ชุดนอน ชุดว่ายน้ำและชุดออกกำลังกายแบรนด์ดัง
- **รับฟรีบัตรของขวัญโรบินสัน สูงสุด 600 บาท**
- **รับของสมนาคุณ** จากแบรนด์ชั้นนำ
- **พิเศษ** พบกับ **สินค้านาฬิกาทองทุกวัน** และ **สินค้าที่จำหน่ายเฉพาะที่โรบินสัน**

และอีกหนึ่งเซอร์ไพรส์สุดพิเศษที่จะสร้างประสบการณ์ที่มากกว่าการช้อปปิ้งแก่นักช้อป กับ **งานแฟชั่นโชว์** สุดอลังการในธีม 'Pink Planet' ที่จะพีชเชนตีให้ถึงจักรวาลสีชมพูของผู้หญิงยุคใหม่ที่จะพร้อมจะทำกิจกรรมต่างๆ ในชีวิตประจำวันได้อย่างมั่นใจ และเป็นตัวของตัวเองมากที่สุด กับชุดชั้นในคอลเล็คชั่นใหม่ โดยทัพศิลปิน ดารานักแสดงชั้นนำ ร่วมด้วยเหล่านางแบบ – นายแบบ นำโดย มารี เบิร์นเนอร์ ชิน – ชินวุฒิ และ Chitswift – เดอะ แร็ปเปอร์ ในวันพฤหัสบดีที่ 23 สิงหาคม 2561 เวลา 17.00 – 18.00 น. ที่ชั้น 1 เซ็นเตอร์ คอร์ท ศูนย์การค้าแฟชั่นไอส์แลนด์

'โรบินสัน หวังว่าแคมเปญ 'ROBINSON LINGERIE' จะได้รับการตอบรับจากนักช้อปเป็นอย่างดี และคาดว่าจะด้วยความพิเศษของแคมเปญทั้งในส่วนของสินค้า โปรโมชั่น และงานแฟชั่นโชว์ ที่โรบินสันเตรียมไว้ จะช่วยกระตุ้นยอดขายกลุ่มสินค้าชุดชั้นในของโรบินสันให้โตกว่า 7% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา อีกทั้งโรบินสันมีแผนที่จะจัดแคมเปญฯ ดังกล่าวในสาขาหัวเมืองต่างจังหวัด อีกกว่า 20 จังหวัด อาทิ จังหวัดอุดรธานี ระยอง พิษณุโลก และตรัง โดยผนึกกำลังกับพันธมิตรแบรนด์สินค้าชุดชั้นในต่างๆ เพื่อเข้าถึงกลุ่มนักช้อปในต่างจังหวัด ซึ่งเป็นฐานลูกค้าใหญ่ที่มีกำลังซื้อที่ดี ดอกย้ำความเป็น NO.1 LINGERIE DESTINATION ของกลุ่มห้างสรรพสินค้า และสร้างความคึกคักแก่ตลาดชุดชั้นในในช่วงครึ่งปีหลัง 2561 อย่างต่อเนื่อง" นางสาวคณิงกา กล่าวสรุป