



ขายยัง King Power เเทใจให้ชั้น

พ่อค้าแม่ขาย SME ไทย จำนวนไม่น้อยที่ให้ความสนใจและมีกลุ่มเป้าหมายหลักเป็น “ชาวจีน” และหากทำการบ้านก็จะทราบว่านักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่มักจะเผื่อเวลาช้อปปิ้งก่อนขึ้นเครื่องที่ King Power ซึ่งแน่นอนว่าผู้ผลิตสินค้าต่างๆ มีความสนใจที่จะนำสินค้าไปเสนอที่ King Power จำนวนมหาศาล แล้ว King Power นี่สิ มีหลักเกณฑ์เงื่อนไขอย่างไร

หลักเกณฑ์การขายสินค้ากับ King Power มีหลักๆ ที่ควรรู้ 4 ข้อ

1. ไม่มีค่าธรรมเนียมแรกเข้า
2. Supplier ปกติจะมีเงื่อนไขการซื้อขายแบบฝากขาย (Consignment) 45 วัน ส่วนสินค้า OTOP ใช้ระบบ Credit Term ซึ่งมีพื้นที่จำกัดในการจำหน่าย กรณีที่ Supplier OTOP แข็งแรงแล้ว อีกทั้งสินค้าตรงกับกลุ่มเป้าหมายของ King Power ทาง Supplier ต้องมาเป็น Supplier ปกติและเข้าสู่เงื่อนไขการซื้อขายแบบ Supplier ปกติต่อไป
3. ผู้ประกอบการจะเป็นผู้ส่งสินค้าเข้าตามคลังที่ King Power กำหนด โดยทาง King Power จะเป็นผู้กระจายสินค้าไปตามจุดจำหน่ายต่างๆ
4. สินค้าที่จะได้รับคัดเลือกมาวางจำหน่ายในพื้นที่ของ King Power จะต้องเป็นสินค้าที่ตรงกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย สินค้าจะต้องมีจุดเด่นจุดแข็งหรือมีเอกลักษณ์ของตนเอง และไม่ซ้ำกับสินค้าที่มีจำหน่ายในพื้นที่ของ King Power

อันเรื่องมาแล้วกับ 4 ข้อกำหนดตายตัว มาต่อด้วยหนทางความสำเร็จในการทำธุรกิจกับ King Power ทำอย่างไรสินค้าถึงสามารถครองชั้นวางได้นานหรือตลอดไป หลังจากผ่านอันดับแรกเบื้องต้นพื้นฐานการศึกษารายละเอียดกฎกติกาอย่างละเอียดแล้ว ก็เชื่อว่าจะจบเซ็นสัญญาค้าขายกับ King Power ได้อย่างราบรื่น ก็มีอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่ SME มักจะตกม้าตายเอาที่ด่านนี้ นั่นก็คือเสน่ห์ของสินค้าที่มาจากตัวสินค้า บรรจุภัณฑ์ หรือแม้กระทั่งความพร้อมของบริษัท เพราะฉะนั้นการเตรียมตัวล่วงหน้าให้พร้อมให้โดนใจผู้ซื้อจึงเป็นหัวใจสำคัญที่ผู้ขายห้ามพลาด

1. ออกแบบเฉยๆ ลูกค้านองเลยไม่ Shop

ปฏิเสธไม่ได้ว่าสินค้าบางตัวสรรพคุณดีเลิศ รูปร่างภายในสวยงามน่าชมน่าใช้ แต่ไม่เป็นที่นิยมหรือแทบไม่มีผู้บริโภคจะต้องสินค้าเลย ก็เพราะว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังใส่ใจกับภาพลักษณ์ที่สวยงามและน่าเชื่อถืออยู่ การทำบรรจุภัณฑ์ที่สื่อสารและดึงดูดให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายควักเงินออกมาจากกระเป๋าเพื่อซื้อสินค้า การออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้องสื่อให้ลูกค้ารู้ได้ทันทีและไม่เข้าใจคลาดเคลื่อน เช่น การใช้รูปภาพสื่อถึงการใช้งาน การมีข้อความที่บอกถึงประโยชน์การใช้งานได้ภายในหนึ่งประโยค หรือการจดจำข้อความบนบรรจุภัณฑ์ได้ในระยะเวลา 2 นาที



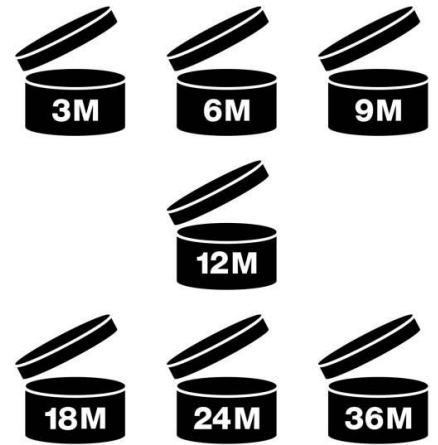
2. Big ไป ทิวไม่ไหวไม่ซื้อ

นักท่องเที่ยวเมื่อพอใจ ถูกใจ ต้องใจต้องการซื้อก็จะซื้อ แต่ผู้ประกอบการก็ต้องเข้าใจข้อจำกัดของลูกค้าด้วยเช่นกัน ในเรื่องของขนาดกระเป๋าและน้ำหนักของขึ้นเครื่องบิน ที่เป็นปัญหาจุกจิกจนอาจทำให้สินค้าหลายชิ้นต้องปลิวออกจากกระเป๋าไม่ได้กลับบ้านไปพร้อมนักท่องเที่ยว โดนปล่อยทิ้งไว้ที่สนามบิน ขนาดของบรรจุภัณฑ์จึงต้องไม่ใหญ่เกินไป น้ำหนักเกินไป ขนาดกะทัดรัดพอเหมาะ เพื่อความสะดวกต่อการนำกลับของนักท่องเที่ยว อีกทั้งบรรจุภัณฑ์ต้องปลอดภัยไม่ทำให้สินค้าเสียหายระหว่างทางโดยมีสาเหตุมาจากตัวสินค้าเอง



3. Shelf life ยาว มาตรฐานครบถ้วน

หากสินค้าที่ขายเป็นสินค้ากลุ่มอาหารหรือเครื่องดื่ม ต้องมีอายุมากกว่า 6 เดือน เพราะการนำสินค้าขึ้นบนชั้นวางสินค้า ต้องคำนึงถึงระยะเวลาที่สินค้าจะอยู่บนชั้นวางสินค้าด้วย สินค้าบางอย่างอาจวางปุ๊บเกลี้ยงปั๊บ แต่ก็มีสินค้าบางอย่างที่อยู่ค้างหรือขายออกช้ากินระยะเวลาบนชั้นวางสินค้าหลายเดือน อีกทั้งต้องคำนวณเวลาถึงจุดหมายที่นักท่องเที่ยวซื้อกลับไปฝากด้วย สินค้าต้องไม่หมดอายุก่อนถึงมือผู้บริโภค ตัวจริงที่เปิดสินค้า และสินค้าจะต้องได้รับการรับรองจากองค์การอาหารและยา (อย.) พร้อมระบุวันผลิตและวันหมดอายุให้ชัดเจนตามกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือให้แก่สินค้ามากยิ่งขึ้น



4. สื่อชัดเอกลักษณ์ไทย



ไทยเป็นชาติที่ของที่ระลึกหลายอย่างมีชื่อเสียง ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบของใช้หรือของกิน ซึ่งสิ่งที่ทั่วโลกจดจำไทยได้ก็คือ การดีไซน์บรรจุภัณฑ์ที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์มองแวบแรกก็รู้ว่ามาจากประเทศไทย โดยอาจจะสื่อสารด้วยสัญลักษณ์ประจำชาติที่มีความเหมาะสมกับสินค้าหรือข้อความ หรือใช้ทั้งภาพและตัวอักษรช่วยบ่งบอกถึงความเป็นไทย ตราสินค้าและคำแนะนำก็ควรเป็นภาษาไทย เพื่อสื่อเป็นเอกลักษณ์ของประเทศไทย โดยใช้ควบคู่กับภาษาอังกฤษและภาษาอื่นๆ เพื่ออำนวยความสะดวกด้านการสื่อสารให้แก่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย



5. ส่งทันรับประกัน Confirm

ประการสุดท้ายที่สำคัญไม่แพ้ข้ออื่นๆ และมักจะเป็นปัญหาที่ถูกร้องเรียนจากผู้ซื้ออย่างการส่งของให้ทันเวลา และถูกต้องครบถ้วนตามออเดอร์เงื่อนไขที่ตกลงกัน ผู้ผลิตที่มีศักยภาพในการผลิตสินค้าจะต้องไม่มีประวัติเสียหายในเรื่องของการส่งสินค้าผิดจากที่ตกลงกัน หรือการส่งช้าผิดเวลาที่นัดหมาย เพราะนั่นย่อมหมายถึงความน่าเชื่อถือของสินค้าและร้านค้าที่ลดลงเพราะความผิดพลาด ทั้งนี้การรับประกันการส่งจากผู้ผลิตมาถึง King Power เป็นการสร้างความเชื่อมั่นและสร้างภาพลักษณ์โดยไม่ต้องเสียเงินเพิ่ม และจะทำให้บริษัทได้รับการสั่งซื้ออย่างต่อเนื่อง

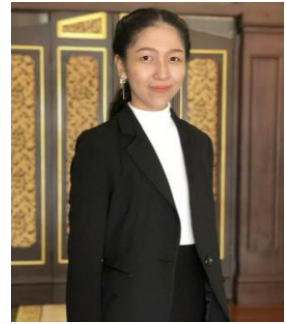


เป็นอันว่าผู้ประกอบการจะขายใคร ขายที่ไหน ต้องศึกษาตลาดให้ละเอียด รสนิยม ความชื่นชอบ สไตล์การจับจ่ายใช้สอย ลักษณะและเงื่อนไขของสถานที่ที่จะวางจำหน่ายสินค้า ซึ่งสำหรับที่ King Power สินค้าที่มีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง และบ่งบอกถึงความเป็นไทย เช่น อาหารไทย ผลไม้ไทย เครื่องประดับ เครื่องแต่งกายที่สวยงาม ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก

เพราะฉะนั้นจำให้ขึ้นใจสำหรับใครที่อยากให้สินค้าตัวเองเข้าไปวางเด่นยอดขายถล่มทลายใน King Power ก็ต้องท่องเคล็ดลับที่กลุ่มโมเดลสรุปจากการไปยืนฟังคอมเมนต์เพียงสั้น ๆ ว่า “สวยดึงดูด แพ้คไม่ใหญ่ สินค้าปลอดภัย สื่อความเป็นไทย ผลิตเร็วทันใจ ส่งไวคอนเฟิร์ม” ถ้าทำได้ ทำครบ รับรองความสำเร็จในการขายสินค้ากับ King Power ก็เปิดประตูอยู่ตรงหน้าคุณแล้ว



นางสาวชโลธร เงาปัดชา
นักวิชาการอุตสาหกรรม
กลุ่มศึกษาและพัฒนากระบวนการส่งเสริมอุตสาหกรรม (โมเดล)
กองยุทธศาสตร์และแผนงาน กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม



ที่มา : กิจกรรมเจรจาจับคู่ธุรกิจ (Business Matching) ภายใต้โครงการเพิ่มประสิทธิภาพ
การผลิตและบริหารธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป วันที่ 19 กันยายน 2561
ณ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา จังหวัดชลบุรี