

คริสตินา รุกหนักตลาด AEC ย้ำจุดแข็งสร้างตามใจลูกค้า

สุภภัณฑ์คริสตินา รุกหนัก AEC หลังร่วมสร้างคอนเนกชันประเทศเพื่อนบ้าน ปรับสัดส่วนตลาด 50:50 ส่วนในประเทศเดินหน้าเจาะกลุ่มลูกค้า GEN ME ตอบโจทย์ด้วยจุดแข็งสร้างตามใจ ทั้งจัดประกวด CRISTINA DESIGN AWARDS 2015 บันสถาปนิกที่มีไอเดียสู่นาคคต ด้านสิ่งแวดล้อม+นวัตกรรมนิสิตม.ขอนแก่น ชิวแชมป์

นายพาสศักดิ์ ชาติเมธากุล กรรมการผู้จัดการ บริษัท สุภภัณฑ์คริสตินา (ประเทศไทย) จำกัด เปิดเผยถึงแผนการดำเนินงานของคริสตินา ในโอกาสก้าวสู่ทศวรรษที่ 3 ว่ายังคงให้ความสำคัญกับการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งาน

ดังนั้นปี 2559 นี้จะเน้นขยายตลาด AEC มากขึ้นหลังจากที่ได้สร้างสัมพันธ์ภาพกับตัวแทนจำหน่ายในประเทศเพื่อนบ้าน ก่อนที่จะเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) อาทิ มาเลเซียเริ่มทำตลาดมา 4-5 ปีปัจจุบันตลาดเติบโตมากขึ้น ฟิลิปปินส์ เน้นกลุ่มโรงแรม กัมพูชา และสปป.ลาว เน้นบ้านขนาดใหญ่ โดยจะเน้นเสนอเรื่องห้องน้ำอนาคต โดยตั้งเป้าเพิ่มสัดส่วนการส่งออกจาก 30:70 เป็นส่งออกและขายในประเทศ 50:50 คิดเป็นยอดขายจากส่งออกราว 100-200 ล้านบาทและยอดขายในประเทศราว 100-200 ล้านบาท และคาดว่าจะเติบโตประมาณ 5-7%

“ที่ผ่านมาคนมักนึกถึงลูกค้ากลุ่ม GEN X,Y แต่เรานึกถึงลูกค้า GEN ME เป็นกลุ่มที่ไม่ตามใครเป็นตัวของตัวเอง ดังนั้นสินค้าเราสามารถตอบโจทย์ลูกค้าได้เพราะมีแบบให้เลือก 200-300 แบบ ทำให้เลือกได้ตามใจตัวเอง ส่วนงานโครงการจุดแข็งของบริษัทคือการทำตามแบบที่ลูกค้าต้องการ (Customize) จึงเน้นงานโครงการบ้าน คอนโดมิเนียม โรงแรมระดับกลางขึ้นไป และการสั่งตามแบบที่ต้องการจะช่วยให้โครงการเหล่านั้นมีอัตลักษณ์เป็นของตัวเอง ส่วนตลาด

ในประเทศยังคงทำตลาดต่อเนื่องแต่จะไม่เน้นตลาดแมส จึงมองตลาดคอนโดมิเนียมระดับกลางขึ้นไปเช่นกัน”

นอกจากนี้ได้จัดโครงการประกวด CRISTINA DESIGN AWARDS 2015 ภายใต้แนวคิด “Futuristic Bathroom ห้องน้ำแห่งอนาคต” จัดขึ้นเป็นครั้งแรก เพราะเล็งเห็นถึงความสำคัญในการสนับสนุนความรู้ด้านการออกแบบของนักศึกษารุ่นใหม่ และกระตุ้นให้นักศึกษาในคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ได้แสดงความสามารถในสายวิชาชีพ เป้าหมายที่สำคัญคือการพัฒนา ส่งเสริมศักยภาพของนักศึกษาพัฒนาองค์ความรู้และประสบการณ์ใหม่ๆ ตระหนักถึงความสำคัญของการต่อยอดด้านนวัตกรรมให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค และถือเป็นการสร้างแบรนด์ “คริสตินา” ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างมากยิ่งขึ้น ตอกย้ำความเป็นแบรนด์สุภภัณฑ์ที่ให้ความสำคัญทั้งด้านนวัตกรรมและดีไซน์

ซึ่งที่ผ่านมา นับเป็นผู้บุกเบิกเทคโนโลยีและนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง เช่น การริเริ่มเทคโนโลยี Cristina Hybrid Pump การสร้างแรงดันน้ำเพิ่มในอ่างน้ำวน โดยไม่สร้างเสียงรบกวน และประหยัดพลังงาน เป็นต้น ดังนั้นแนวคิดการงานประกวดจึงเน้นไอเดียสู่นาคคตคือมีทั้งเทคโนโลยีผสมกับสิ่งแวดล้อม โดยผู้ชนะเลิศอันดับ 1 ได้แก่ นายปาริชาติ หินหมื่นไว จากมหาวิทยาลัยขอนแก่น ในชื่อผลงาน “SPACE” ภายใต้แนวคิดและแรงบันดาลใจจากธรรมชาติของความมืด ดวงดาว และอวกาศ เป็นห้องน้ำที่ไม่แสดงขอบเขตของการมีอยู่ รองชนะเลิศอันดับ 1 ได้แก่ MOOD of FUTURISTIC โดยนายคุณากรณ์ คชรินทร์ จากสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง รองชนะเลิศอันดับ 2 ได้แก่ SOAR SKY SPACE โดยนางสาวกนกพรรณ ตริมงคลโชค จากสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง