



**“คอสมีค คอนคอร์ด์ คอร์ป”
ผู้นำด้านวัตถุดิบยา-อาหารเสริม
เกาะตลาดขายตรงขาขึ้น
ชูจุดขาย “เป็นที่ปรึกษาด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารเสริม”**



หากเอ่ยชื่อ “บริษัท คอสมีค คอนคอร์ด์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด” หรือ “3C” ในวงการขายตรงหลายคนคงยังไม่คุ้นหูแต่ “3C” คือผู้อยู่เบื้องหลังความสำเร็จของสินค้าคุณภาพของอาหารเสริมสุขภาพไทยหลากหลายแบรนด์ที่ได้ไว้วางใจให้ 3C เป็นผู้จัดหาวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตสินค้าคุณภาพ

โดยเบื้องหลังความสำเร็จของผลิตภัณฑ์คุณภาพหลายๆแบรนด์ ปฏิเสธไม่ได้ว่า “3C” มีส่วนช่วยให้ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการเกิดความประทับใจและบุคคลที่มีบทบาทสำคัญในการช่วยวางแผนกลยุทธ์ด้านการตลาดของคอสมีคให้ประสบความสำเร็จได้ทุกวันนี้ นั่นคือ “ภก.ณัฐพล สงพรประเสริฐ” ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาด บริษัท คอสมีค คอนคอร์ด์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด(3C)

3C เกาะกระแสธุรกิจขายตรงบูม

“ภก.ณัฐพล” เปิดใจให้สัมภาษณ์พิเศษผ่าน “นิตยสาร ลิตเตอร์ไทย” ระบุว่า ตลอดระยะเวลากว่า 30 ปีที่บริษัทคร่ำหวอดอยู่ในวงการด้านวัตถุดิบด้านยาและอาหารเสริม โดยในช่วงเริ่มต้นบริษัทเป็นผู้นำเข้าวัตถุดิบประเภทเคมีภัณฑ์ แต่ต่อมาเมื่อช่วง 10 ปีที่ผ่านมาบริษัทเริ่มหันมาธุรกิจตลาดด้านวัตถุดิบยาและอาหารเสริมมากขึ้น โดยสินค้าที่สร้างชื่อให้กับบริษัทมากที่สุดคือ วิตามินซี และ แอลคาร์นิทีน ซึ่ง 3C ถือเป็นหนึ่งในผู้นำเข้าวิตามินซี และแอลคาร์นิทีน รายใหญ่ที่สุดในประเทศ นอกจากนี้ยังมีผลิตภัณฑ์ที่ 3C ป้อนให้กับตลาดอาหารเสริม อย่างแพร่หลายยังมี Collagen Peptide จากอลาสก้า (Collaska) ที่ช่วยเรื่องผิวพรรณ แอลกลูต้าไธโอน จากสวีเดนที่ช่วยเรื่องความขาว CoQ10 จากญี่ปุ่น ซึ่งช่วยชะลอความเสื่อมของเซลล์ผิว สารสกัดจากชาเขียว เมล็ดองุ่น โสม เปลือกสน ฯลฯ

โดยปัจจุบัน 3C แบ่งทีมทำงานออกเป็น 5 ทีม ซึ่งแต่ละทีมทำงานเชื่อมโยงกันแบบครบวงจรได้แก่ (1) ทีมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (2) ทีมที่ปรึกษาด้านการทำตลาด (3) ทีมให้คำปรึกษาการขึ้นทะเบียน (4) ทีมต่างประเทศ และ (5) ทีมการจัดเก็บสต็อกสินค้าให้กับลูกค้า

“หลังจากที่เราได้อยู่ในตลาดอาหารเสริมมานาน ทำให้เราเห็นช่องทางในการทำตลาดมากขึ้นจากการที่ปัจจุบันผู้บริโภคหันมาใส่ใจในเรื่องสุขภาพมากขึ้น ซึ่งในอดีตที่ผ่านมาประเทศไทยจะนำเข้าผลิตภัณฑ์ประเภทดังกล่าวจากต่างประเทศแต่ปัจจุบันผลิตภัณฑ์ดังกล่าวเริ่มมีผลิตในประเทศเพิ่มมากขึ้นโดยเฉพาะบริษัทขายตรงสัญชาติไทยที่ขายสินค้าเกี่ยวกับสุขภาพมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัดสังเกตได้จากทุกวันนี้โรงงานผลิตยานอกจากจะผลิตยาเพียงอย่างเดียวก็เริ่มแตกไลน์หันมาผลิตผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมากขึ้น”

“ในช่วงที่ผ่านมาเราได้หันมาธุรกิจขายตรงเพิ่มขึ้น เพราะดูจากอัตราการเติบโตของธุรกิจขายตรงแล้วมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นสิ่งที่บริษัทขายตรงส่วนใหญ่ให้ความสำคัญมากที่สุด คือ การพัฒนานวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการที่มากขึ้นของผู้บริโภค 3Cเองในฐานะที่เราเป็นซัพพลายเออร์ (supplier) ผู้คัดเลือกวัตถุดิบเพื่อใช้ในการผลิตอาหารเสริม จึงได้มีการพัฒนานโยบายในการคัดเลือกสินค้าเพื่อนำเสนอสิ่งที่แตกต่างจากที่มีอยู่ทั่วไปในตลาดให้เป็นทางเลือกของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้นเช่น คอลลาเจนซึ่งมีอยู่แล้วในตลาดหลายยี่ห้อ ทาง 3C ก็มีคอลลาเจนซึ่งเป็นนวัตกรรมใหม่เหนือคอลลาเจนทั่วไปโดยใช้ชื่อแบรนด์ว่า HACP ซึ่งเป็นคอลลาเจนที่ผลิตจากญี่ปุ่น”



โดยใช้เทคโนโลยีที่เป็นลิขสิทธิ์ในการทำให้โมเลกุล คอลลาเจนที่ได้มีขนาดเล็กระดับ Tripeptide ซึ่งเป็นระดับที่สามารถดูดซึมเข้าร่างกายได้ทันที ทำให้มีประสิทธิภาพเหนือกว่า คอลลาเจนทั่วไปถึง 4 เท่า ซึ่งเป็นตัวอย่างวัตถุดิบซึ่งสามารถช่วยลูกค้าในการทำตลาดในรูปแบบพรีเมียมและสร้างความแตกต่างให้กับตัวธุรกิจได้ดี นอกจากนี้บริษัทมองว่าการทำงานที่ผ่านมาไม่สามารถสื่อสารโดยตรงกับเจ้าของบริษัทขายตรงได้ทำให้ลูกค้าไม่ได้รับข้อมูลที่ถูกต้องและชัดเจนเท่าที่ควรดังนั้นกลยุทธ์ของบริษัทซึ่งเป็นผู้คัดสรรวัตถุดิบอาหารเสริม หลังจากนี้ไปจะเน้นทำงานร่วมกันระหว่างเรากับลูกค้าซึ่งเป็นบริษัทขายตรงมากขึ้น

**ชูจุดขาย “เป็นที่ปรึกษา
ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารเสริม”**

นอกจาก 3C จะเป็นตัวกลางในการนำเข้าวัตถุดิบในการผลิตสินค้าแล้ว จากประสบการณ์อันยาวนานและ network ในวงการบริษัทยังทำหน้าที่เป็นที่ปรึกษาทางด้านวัตถุดิบ และสามารถแนะนำโรงงานรับจ้างผลิตทั้งในประเทศและต่างประเทศเช่น หากลูกค้าต้องการผลิตสินค้าเหมือนกับสินค้าที่มาจากต่างประเทศ แต่ไม่มั่นใจว่าจะใช้วัตถุดิบอะไรบ้างในฐานะที่บริษัทเป็นที่ปรึกษาทางด้านนี้ก็จะเป็นผู้ที่คัดเลือกวัตถุดิบมาให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า



“เรามีทีมงานที่มีความชำนาญไม่ว่าจะเป็น เกษษกร นักวิทยาศาสตร์ที่เชี่ยวชาญทางด้านเทคโนโลยี ทางด้านวิจัยและพัฒนาที่คอยให้การสนับสนุน และเรามีทีมปรึกษาที่เป็นมืออาชีพให้กับลูกค้า ทั้งการพัฒนาลิขสิทธิ์ และการตลาด ซึ่งสามารถให้คำแนะนำเบื้องต้นไว้ให้กับลูกค้า นอกจากนี้จะมี 3C เป็น partner ในประเทศแล้ว ทาง 3C ยังมีทีมต่างประเทศซึ่งคอยติดต่ออย่างใกล้ชิดกับผู้ผลิตในต่างประเทศได้อีกด้วย ซึ่งการติดต่อกับโรงงานในต่างประเทศ หากไม่ใช่ทีมงานที่มีความเชี่ยวชาญ ทางด้านนี้โดยตรงก็จะถือเป็นเรื่องลำบาก”

ฟันธง!! ตลาดอาหารเสริมยังแรงต่อ

สำหรับอัตราการเติบโตของสินค้าในกลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภท ความสวยความงามในอาหารเสริมนั้น วัดได้จากอัตราการเติบโตของ ลูกค้าในกลุ่มบริษัทขายตรงที่เป็นผู้ประกอบการรายใหญ่ในประเทศ ซึ่งในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมากระแสการเติบโตสูงมาก บวกกับความตื่นตัวในเรื่องของการดูแลสุขภาพของคนไทย



“ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมาเราเริ่มขยายฐานลูกค้าเข้ามาที่ตลาดขายตรง เพื่อตอบใจลูกค้าที่ต้องการสินค้าแบบใหม่ๆ ซึ่งล่าสุดวัตถุดิบที่เราภูมิใจนำเสนอคือ “อาซาอิ เบอร์รี่” ซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักที่อยู่ในสินค้าของบริษัทขายตรงค่ายักษ์ใหญ่จากอเมริกาที่กำลังเข้ามาทำตลาดในประเทศไทย ซึ่งตัวอาซาอิ เบอร์รี่ที่เรานำเข้ามาจากประเทศนิวซีแลนด์ ซึ่งเก็บเกี่ยววัตถุดิบมาจากลุ่มน้ำอะเมซอนในบราซิลภายใต้แบรนด์ “Nu Acai” ดังนั้นหากลูกค้าอยากมีผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมของอาซาอิ เบอร์รี่ก็สามารถติดต่อ 3C ได้เลย เพื่อให้เราเข้าไปนำเสนอได้ทุกเมื่อ”

อย่างไรก็ดี นอกจากวัตถุดิบที่บริษัทนำเข้ามาแล้ว บริษัทยังมีการพัฒนาสินค้าร่วมกับกับลูกค้า โดยทาง 3C มีทีมที่ปรึกษาทางด้านการตลาด เช่น ลูกค้าจะต้องทำอะไรในช่วงเริ่มต้น สินค้าตัวนี้จะเริ่มการทำตลาดอย่างไร และวางตำแหน่งการขายอย่างไร ลูกค้าเพียงแคบอกว่าต้องการแบบไหนเท่านั้น

“เรามีทีมงานที่มีความชำนาญไม่ว่าจะเป็น เกษษกร นักวิทยาศาสตร์ที่เชี่ยวชาญทางด้านเทคโนโลยี ทางด้านวิจัยและพัฒนา ที่คอยให้การสนับสนุน และเรามีทีมปรึกษาที่เป็นมืออาชีพให้กับลูกค้า ทั้งการพัฒนาลิขสิทธิ์ และการตลาด ซึ่งสามารถให้คำแนะนำเบื้องต้น ไว้ให้กับลูกค้า นอกจากนี้จะมี 3C เป็น partner ในประเทศแล้ว ทาง 3C ยังมีทีมต่างประเทศซึ่งคอยติดต่ออย่างใกล้ชิดกับผู้ผลิตในต่างประเทศได้อีกด้วย ซึ่งการติดต่อกับโรงงานในต่างประเทศหากไม่ใช่ทีมงานที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านนี้โดยตรงก็จะถือเป็นเรื่องลำบาก”



อาซาอิ (Euterpe oleracea)

“ความจริงสินค้าที่ผลิตในประเทศมีข้อได้เปรียบสินค้าที่นำเข้าจากต่างประเทศมาก เพราะจุดขายของสินค้าที่ผลิตในต่างประเทศก็ผลิตเพื่อตอบใจความต้องการของประชากรในประเทศนั้นๆ ซึ่งไม่ได้เหมาะกับบ้านเรา นอกจากนี้กฎระเบียบในประเทศไทยแตกต่างจากกลุ่มประเทศในยุโรป ญี่ปุ่นหรือสหรัฐอเมริกาค่อนข้างเยอะ ทำให้สูตรที่ขายในประเทศไม่สามารถนำมาขายในประเทศไทยได้”

อย่างไรก็ดี ทางบริษัทยอมรับว่า country of origin มีผลต่อผู้บริโภคในกลุ่มอาหารเสริมมาก เพราะผู้บริโภคยังให้การยอมรับและยอมจ่ายในราคาที่สูงขึ้น หากผลิตภัณฑ์อาหารเสริมนั้น ผลิตมาจากต่างประเทศ ดังนั้นทาง 3C จึงขยายการบริการให้กับลูกค้าโดยทาง 3C มี partner ในอเมริกาซึ่งเป็นโรงงานรับจ้างผลิตที่ได้มาตรฐาน และสามารถพัฒนาสูตรให้ตรงความต้องการของลูกค้าในตลาดประเทศไทย พร้อมทั้งยังอยู่ในกรอบของกฎหมายของอย.ไทย เพื่อสามารถนำมาจัดจำหน่ายในประเทศไทยได้อย่างไม่มีปัญหา

ภก.ณัฐพลยังเสริมอีกว่า “เรากลัวพูดได้ว่าเราพร้อมเป็นที่ปรึกษาให้กับลูกค้าในการพัฒนาอาหารเสริมที่ต้องการผลิตภัณฑ์ที่ตรงความต้องการ ภายใต้แบรนด์ของลูกค้าเอง ไม่ว่าจะเป็นผลิตในประเทศไทย หรือผลิตตามมาตรฐานจากประเทศอเมริกา”

จับมือขายตรงค่ายใหญ่เน้นทำงานเป็นทีม

ส่วนกลยุทธ์ในการรุกตลาดขายตรงนั้น “ภก.ณัฐพล” กล่าวอีกว่า เน้นการเข้าไปทำงานร่วมกับลูกค้าในการพัฒนาสินค้าตั้งแต่เริ่มต้นโดยเฉพาะการร่วมกันพัฒนาสินค้ากับเจ้าของบริษัทขายตรง

รายใหญ่แต่หากให้ 3C เป็นที่ปรึกษาซึ่งเราเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในด้านนี้จะทำให้การยื่นขอจดทะเบียนต่างๆ ทำได้เร็วขึ้น

“ภก.ณัฐพล” กล่าวว่า จุดแข็งของ 3C คือ การมีทีมงานที่สามารถร่วมพัฒนากับผู้ผลิตอาหารเสริมสัญชาติไทยให้สามารถสู้กับบริษัทต่างประเทศได้ ซึ่งเป้าหมายของ 3C คือ ช่วยเหลือและสนับสนุนให้ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการของเราประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ เพราะหากลูกค้ามีอัตราการเจริญเติบโต ก็จะส่งผลให้บริษัทเติบโตตามลูกค้าไปด้วย

“สิ่งที่เราให้ความสำคัญอย่างมากในการทำงานร่วมกับลูกค้าคือการเก็บความลับของลูกค้าแต่ละรายไว้ ซึ่งการรักษาความลับของลูกค้าถือเป็นหัวใจหลักในการทำงานของเราและนั่นคือเหตุผลว่าเหตุใด 3C จึงสามารถยื่นหยัดในวงการมานานกว่า 30 ปี

***การันตีสินปียอดขายแตะ 350 ล้านบาท**

ภก.ณัฐพล บอกอีกว่า “ปีนี้เราตั้งเป้ายอดขาย 350 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อนที่มียอดขาย 300 ล้านบาท ซึ่งอัตราการเติบโตในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาเฉลี่ยอยู่ที่ 10% ต่อปี โดยในปีนี้ 3C เน้นการนำเสนอนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ให้กับตลาดอาหารเสริม เพื่อให้ทันกระแสเทรนด์อาหารเสริมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและความต้องการมองหาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ของลูกค้า นอกจากนี้การให้บริการสินค้าซึ่งผลิตจากประเทศอเมริกาภายใต้แบรนด์ของลูกค้าเองก็เป็นอีกหนึ่งทางเลือกของลูกค้า ซึ่งคาดว่าจะได้รับความนิยมจากตลาดเป็นอย่างดี” L