

เอกสารนำเสนอโครงการประกวดนวัตกรรมฉบับเต็ม
“โครงการประกวดนวัตกรรมเครื่องสพพัฒน์ 2562” (ครั้งที่ 15)

ชื่อนวัตกรรม “ ขายให้ปัง มีอัตราเติบโตแบบก้าวกระโดด และเป็นที่ 1 ใน LAZADA ”

ประเภทนวัตกรรม Sales & Marketing

บริษัทเจ้าของนวัตกรรม คือ บริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน)

ผู้สร้างนวัตกรรม คือ ชัดฉา ภิสุสาสุกิจ

สถานที่ติดต่อ บริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) 530 ซ.สาธุประดิษฐ์ 58 แขวงบาง
โพธิ์พวง เขตยานนาวา กรุงเทพฯ 10120

โทรศัพท์ 0-2293-9000 ต่อ 439 มือถือ 091-4695399

โทรสาร 0-2294- 3024 E-mail chatcha.pit@icc.co.th

ลงชื่อ.....

.....ผู้อนุมัติ

(.....)

กรรมการผู้จัดการ หรือ ผู้รับมอบอำนาจ

.....

1. ประเภทของนวัตกรรมที่ท่านส่งเข้าประกวด

กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ หน้าประเภทนวัตกรรมของท่าน

- ☐ Product: ผลิตภัณฑ์
- ☐ Production: กระบวนการผลิต
- ☐ System & Process: ระบบและกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับวิธีการทำงาน ไม่เกี่ยวกับเครื่องจักรหรือการผลิตโดยตรง
- ☒ Sales & Marketing: วิธีการขาย หรือ กิจกรรมการตลาดที่สร้างสรรค์ขึ้นทั้งระบบ
- ☐ Services & Personality: กระบวนการให้บริการหรือความสามารถส่วนบุคคลที่สร้างสรรค์ขึ้น
- ☐ Energy Saving & Global Warming & Environment: สิ่งที่มีประโยชน์ต่อองค์กรในด้านการประหยัดพลังงาน การลดภาวะโลกร้อน และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างเห็นได้ชัดเจน
- ☐ Corporate Social Responsibility (CSR): โครงการที่มีวัตถุประสงค์ให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชน สังคม สิ่งแวดล้อม และประเทศชาติ โดยดำเนินการหรือมีแผนดำเนินการอย่างต่อเนื่อง และมีการวัดผลสำเร็จของโครงการอย่างชัดเจน
- ☐ Petty Award: นวัตกรรมที่ไม่ได้ส่งผลทางธุรกิจโดยตรง หรือ ไม่มีผลที่ชัดเจนในการเกิดประโยชน์ทางธุรกิจ และไม่อาจวัดผลชัดเจน แต่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อ การทำงาน สะดวก รวดเร็วขึ้น ได้แก่ การปรับปรุงหน้างาน การปรับปรุงสายงาน ขวัญกำลังใจ เป็นต้น

2. บทคัดย่อ

- ที่มา/ปัญหา

เนื่องจากปัจจุบันพฤติกรรมของผู้บริโภคส่วนหนึ่ง ได้หันไปให้ความสนใจและนิยมการสั่งซื้อสินค้าผ่านทาง ONLINE เพิ่มมากขึ้นได้ กอปรกับมีธุรกิจซื้อขายผ่าน ONLINE ที่เพิ่มมากขึ้น หนึ่งในนั้นคือ LAZADA ซึ่งฝ่ายเครื่องสำอางได้เล็งเห็นโอกาสในการเพิ่มยอดขาย กำไร รวมถึงการสร้าง Brand Awareness ผ่านช่องทางดังกล่าวเช่นเดียวกัน จึงได้เริ่มต้นธุรกิจผ่านช่องทาง LAZADA ตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2560 ภายใต้ร้านค้าทางการชื่อ BSC Official Store ซึ่งได้รับความร่วมมือจากทุกแบรนด์ ฝ่ายบัญชี ฝ่าย IT รวมถึงการสนับสนุนเป็นอย่างดีจากบริษัท ILC โดยในปี 2560 ทางฝ่ายเครื่องสำอางสามารถทำยอดขายได้ทั้งหมด 17 ล้านบาท และในปี 2561 ฝ่ายฯ จึงได้มีการตั้งเป้าหมายยอดขายให้เกิดอัตราเติบโตแบบก้าวกระโดดที่ 50 ล้านบาท และเป็นร้านค้าทางการที่มียอดขายอันดับ 1 ใน LAZADA และยังสามารถขยายธุรกิจเครื่องสำอางไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน

- รายละเอียด (วิธีการพัฒนา / ปรับปรุง)

ทางฝ่ายเครื่องสำอางได้นำผลการดำเนินงานผ่านช่องทาง LAZADA รวมถึงปัญหาและอุปสรรคมาพัฒนาและปรับปรุงแก้ไข มีการประชุมร่วมกับ แบรนด์ ฝ่ายบัญชี ฝ่าย IT และบริษัท ILC เพื่อเตรียมความพร้อมทั้งในเรื่องสินค้า แผนการตลาด ระบบการเคลียร์บัญชี รวมถึงระบบ Support งานขายอื่นๆ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าว นอกจากนี้ทางฝ่ายเครื่องสำอางได้มีการประชุมร่วมกับทาง LAZADA เพื่อเข้าร่วม Campaign ต่างๆ ที่ทาง LAZADA ได้จัดขึ้นในทุกๆ เดือน รวมถึงได้เสนอแผนการตลาดและขอทำแคมเปญใหญ่ Brand of the week ของ BSC Official Store เช่นเดียวกัน โดยมีเป้าหมายขายเกินล้านในวันเดียว ซึ่งทาง LAZADA ตอบรับข้อเสนอดังกล่าว เพราะมีความเชื่อมั่นใน BSC Official Store จากผลการดำเนินงานที่มียอดขายเติบโตอย่างต่อเนื่อง และเชื่อมั่นว่า BSC สามารถทำยอดขายได้ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้

- บทสรุป (ผลที่ได้)

จากความมุ่งมั่นและมีเป้าหมายเดียวกันของฝ่ายเครื่องสำอางบริษัท ICC และความร่วมมือกันเป็นอย่างดี กับบริษัท ILC ทำให้ยอดขายใน LAZADA ปี 2561 ทำยอดขายรวม 46 ล้านบาท และต่อ ยอดแคมเปญ Brand of the week ให้กับฝ่ายต่างๆ และบริษัทในเครือ สหพัฒน์

- คำสำคัญ...ขาย ONLINE ให้ปัง และมีกำไร

3. นวัตกรรมที่ส่งเข้าประกวดเคยได้รับ.....

☐ ลิขสิทธิ์ เลขที่.....

☐ อนุสิทธิบัตร เลขที่.....

☐ รออนุมัติสิทธิบัตร / อนุสิทธิบัตร

☒ ยังไม่ได้จดสิทธิบัตร / อนุสิทธิบัตร

☐ อื่นๆ (ระบุ).....