

## เอกสารโครงการนวัตกรรมเครือข่ายพัฒนา ประจำปี 2566 (ปีที่ 19) (ฉบับเต็ม)

ชื่อนวัตกรรม Freedom อิสระที่ไม่มีนิยาม

ประเภทนวัตกรรม

- ☐ Product    ☐ Production    ☐ System & Process    ☒ Sales & Marketing  
☐ Services & Personality    ☐ Energy Saving & Global Warming & Environment  
☐ Corporate Social Responsibility (CSR)  
☐ Petty Award

บริษัทเจ้าของนวัตกรรม คือ บริษัท ไทยวาโก้ จำกัด (มหาชน)

ผู้สร้างนวัตกรรม

- 1) คุณชนิษฐา สังขทัต ตำแหน่ง Assistant Manager แผนก Digital Innovation
- 2) คุณวันวิมล บุญเวชธนวงศ์ ตำแหน่ง Digital Innovation Officer แผนก Digital Innovation
- 3) คุณกษมา ธนาปริบูรณ์ ตำแหน่ง Marketing Communication Officer

สถานที่ติดต่อ บริษัท ไทยวาโก้ จำกัด (มหาชน)

โทรศัพท์ 02 289-3100 ต่อ 531มือถือ (ต้องระบุ) 0943912642

E-mail 93037@wacoal.co.th

(\*\*ต้องมีลายเซ็นทุกครั้ง\*\*)

ลงชื่อ.....ผู้อนุมัติ

(.....)

กรรมการผู้จัดการ หรือ ผู้รับมอบอำนาจ

กรุณาดูตรวจสอบสถานะโครงการนวัตกรรมของท่าน ดังหัวข้อต่อไปนี้

1. นวัตกรรมที่ส่งเข้าประกวดเคยได้รับ.....

- ☐ สิทธิบัตร เลขที่..... ☐ อนุสิทธิบัตร เลขที่.....  
☐ รออนุมัติสิทธิบัตร / อนุสิทธิบัตร ☒ ยังไม่ได้จดสิทธิบัตร / อนุสิทธิบัตร  
☐ รางวัลอื่นๆ (ระบุ).....

2. นวัตกรรมที่ส่งเข้าประกวดเคยริเริ่มในบริษัทมาก่อนหรือไม่

- ☒ มีการริเริ่มมาก่อน ☐ ไม่เคยริเริ่มมาก่อน  
☐ นำมาพัฒนาต่อยอดมาจาก (กรุณาเลือกตอบ)  
☐ นวัตกรรมเดิมของบริษัทที่เคยคิดค้นด้วยตนเอง (โปรดระบุ)  
.....  
☐ นวัตกรรมที่มีการคิดค้นจากภายนอก (โปรดระบุ)  
.....

3. สถานะของนวัตกรรมที่ส่งเข้าประกวด

- ☐ กำลังทดลองใช้ ☐ ยังไม่วางตลาด  
☐ นำมาใช้จริง ตั้งแต่..... ☒ วางตลาด ตั้งแต่ ตุลาคม 2564

## บทคัดย่อ

### ที่มา/ความสำคัญ/วัตถุประสงค์

LGBT (Lesbian, Gay, Bisexual and Transgender) หรือที่เรียกว่ากลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ถือเป็นตลาดเฉพาะกลุ่มใหม่ที่กำลังเติบโตและมีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจเป็นอย่างมากแนวทางการเจาะตลาดเฉพาะกลุ่ม LGBT โดยได้นำเอากลยุทธ์ค้ำปลีกทั้ง 6 ด้านมาประยุกต์ใช้ได้แก่ ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านความหลากหลายของประเภทสินค้า ด้านนโยบายราคา ด้านส่วนประสมการสื่อสารการตลาด ด้านการออกแบบร้านและการจัดแสดงสินค้า และด้านการบริการลูกค้า นอกจากกลยุทธ์ค้ำปลีกดังที่ได้กล่าวมาแล้วนั้น ผู้ประกอบการจำเป็นต้องคิดหาและพัฒนานวัตกรรมทางสิ่งประดิษฐ์ หรือนวัตกรรมทางความคิด เข้ามาใช้ในทุก ๆ ด้าน เนื่องจากลูกค้ากลุ่ม LGBT ขึ้นชื่อว่าเป็นกลุ่มที่มีการติดตามและนิยมสินค้าหรือบริการที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีมากกว่าโลกยุคปัจจุบันเปิดกว้างให้ผู้คนในสังคมมีสิทธิเท่าเทียมมีทางเลือกหลากหลายมากขึ้น ดังนั้น บริษัท ไทยวาโก้ จำกัด(มหาชน) จึงมีนโยบายต่อยอดการขายสินค้าให้กับกลุ่มลูกค้า LGBT ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อตอบสนองความต้องการลูกค้ากลุ่มนี้ รวมทั้งพัฒนาสินค้าเพื่อแก้ปัญหา Pain Point ของลูกค้า

### รายละเอียด (หลักคิด/วิธีการพัฒนา / ปรับปรุง )

สำหรับสินค้า Freedom อีกระยะที่ไม่มีนิยาม นั้น ทางวาโก้ได้เริ่มทำการวิจัยกับลูกค้ากลุ่ม LGBT เพื่อทราบถึง Pain Point ของลูกค้าด้านสินค้าและบริการ เช่น ไม่มีสินค้าที่มี Size ที่ตรงกับสรีระของลูกค้า หรือฟังก์ชันสินค้าที่ช่วยแก้ปัญหาของกลุ่มหญิงข้ามเพศและกลุ่มชายข้ามเพศ รวมถึง Material ของสินค้าที่พัฒนามาพร้อมกับฟังก์ชันของสินค้า นอกจากนี้ในส่วนที่เป็นบริการ เช่น ช่องทางการขาย หรือการสื่อสารทางการตลาดให้ตรงกับกลุ่มลูกค้า Freedom ทางวาโก้จะเริ่มจากช่องทางการขายออนไลน์เป็นอันดับแรก และพัฒนาต่อยอดการขายไปที่หน้าร้านค้า(ออฟไลน์) รวมทั้งมีสื่อ Support ทั้งหน้าร้านและบนเว็บไซต์เพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ทางวาโก้อย่างมีสินค้าแบบ Tailor-made(บริการสั่งตัด) ให้สำหรับลูกค้า Freedom ที่อาจจะปัญหาสรีระที่ไม่สามารถใส่สินค้าที่มีขายตามท้องตลาดได้ เช่น ไช้เล็กไปหรือใหญ่ไป

### บทสรุป (ผลลัพธ์ที่ได้)

ทางวาโก้ได้เริ่มการสื่อสารทางการตลาด และวางจำหน่ายสินค้า Freedom ผ่านช่องทางออนไลน์ตั้งแต่ ปี 2564 ซึ่งทำให้เกิดยอดขาย และมีการพูดบอกต่อในกลุ่มลูกค้า Freedom มากขึ้น จนต้องมีการขยายช่องทางต่อไปยังช่องทางออฟไลน์(ห้างสรรพสินค้า) เพื่อเพิ่มยอดขายและประชาสัมพันธ์สินค้าให้เป็นที่รู้จักอย่างต่อเนื่อง

คำสำคัญ : LGBT , Freedom , ช่องทางการขายสินค้าออนไลน์ ออฟไลน์