



ข่าวประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

๑๑๔ สุขุมวิท ๒๓ แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ ๑๐๑๑๐ โทรศัพท์ ๐-๒๖๔๙-๕๐๐๐
ภายใน ๑-๕๖๖๖ โทรศัพท์/โทรสาร ๐-๒๒๕๔-๐๓๑๑

ข่าวจากหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ ฉบับประจำวันที ๑ เดือนเมษายน พ.ศ.๒๕๕๔ หน้า ๙ มูลค่าข่าว ๔๖๐,๕๘๖.-

ศูนย์สารสนเทศและการประชาสัมพันธ์ ได้จัดระบบข่าวสื่อสิ่งพิมพ์ สนใจดูได้ที่ <http://news.swu.ac.th/newsclips/>



design

"ยักษ์ยิ้ม" แบรนด์เครื่องแต่งกายสำหรับผู้ชายไซส์ใหญ่ที่สวมใส่แล้วดูหล่อเพียว

'ยักษ์ยิ้ม' แฟชั่นไซส์ใหญ่

• บุชร กุศล

ขนาดที่ให้กับแบรนด์ "ยักษ์ยิ้ม" เป็นมากกว่าเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายสำหรับผู้ชายเจ้าเนื้อ แต่จะเป็นสิ่งศูนย์รวมสิ่งของเครื่องใช้และผลิตภัณฑ์สำหรับลูกค้ากลุ่มนี้ผ่านช่องทางออนไลน์ ฉีกเทรนด์ตลาดแฟชั่นบิ๊กไซส์ที่ส่วนใหญ่พุ่งเป้าไปที่ผู้หญิง อีกทั้งดีไซน์ตอบโจทย์ทั้งความสวยงาม สวมใส่สบายและดูเพียวกระชับ ซึ่งต่างแบ่งจากเสื้อผ้าคนอ้วนที่นำเข้ามาจากจีน ฮองกง ญี่ปุ่นและเกาหลี ซึ่งกระแสรุ่งสุด



ดิไซน์แก้ปัญหาหนุ่มบิกไซส์

พรพรรณ ธนสารสุทธิพงษ์ ใช้เวลา 3 ปีพัฒนาเสื้อผ้าสำหรับผู้ชายไซส์ใหญ่ซึ่งนับวันจะเพิ่มจำนวนขึ้น โดยนำเสนอผ่านสื่อออนไลน์กระทั่งมีแฟนเพจหลักหมื่น และเริ่มทำกำไรพอที่ขยายไลน์สินค้าให้ครอบคลุมความต้องการของลูกค้าเป้าหมายมากขึ้น

“ผู้ชายที่มีรูปร่างใหญ่หรืออ้วนต้องการเสื้อผ้าที่สวมใส่สบายและดูดี ไม่นั่นเกาะเทรนด์แฟชั่น แต่ปัญหาคลาสสิกคือในตลาดไม่มีไซส์สำหรับพวกเขา จึงต้องสั่งตัด ซึ่งราคาค่อนข้างแพง ขณะที่แบบดูเป็นทางการ”

ยักษ์ยืมจึงเป็นคำตอบของปัญหา แต่กว่าจะได้รับการตอบรับที่ดี เธอต้องลองผิดลองถูกเกือบ 2 ปี เนื่องจากไม่มีประสบการณ์ความรู้ในเรื่องของธุรกิจ โดยเริ่มจากสั่งโรงงานตัดเสื้อผ้าให้ตามขนาดที่ต้องการ ปรากฏว่า ขายไม่ เพราะแบบเสื้อเหมือนกับเสื้อโหล ทำให้สินค้าค้างสต็อก

จากนั้นเปลี่ยนมาใช้วิธีรับซื้อเสื้อจากโรงงานมาขาย แต่ก็ไม่ประสบความสำเร็จ เนื่องจากขนาดไม่ได้มาตรฐาน เนื้อผ้าด้อยคุณภาพ เธอพยายามค้นหาโรงงานรับจ้างผลิตแต่ไม่มีใครรับจ้างทำ เนื่องจากขนาดตลาดไม่ใหญ่ ไม่คุ้มกับค่าจ้าง กระทั่งได้ออกสื่อโทรทัศน์รายการหนึ่ง จึงเกิดความรู้สึกมุ่งมั่นที่จะสู้อีกครั้งในการเสาะหาผู้ผลิตเสื้อผ้าที่ตอบโจทย์ได้ทั้งเรื่องของขนาด ลวดลาย คุณภาพเนื้อผ้าและจำนวนการผลิต

“ความสำเร็จนี้ส่วนหนึ่งต้องขอบคุณลูกค้าที่แนะนำเทคนิค สำหรับการดิไซน์เสื้อให้หนุ่มบิกไซส์ดูหุ่นเพรียวขึ้น เช่น แบบเสื้อต้องพอดีตัว แขนเสื้อ

ควรพอดีกับข้อศอก ตัวเสื้อยาวคลุมช่วงสะโพก เป็นต้น เราค่อยๆ เรียนรู้ไปกับลูกค้า เพราะเราเอง เรียนจบคณะวิทยาศาสตร์ มศว ประธานมิตร แล้วทำงานโรงงานมานาน 18 ปี กระทั่งรู้สึกอึดอัดจึงลาออกมาทำธุรกิจ โดยไม่ได้มีพื้นฐานทางด้าน การออกแบบและการตลาด”

ยักษ์ยืมเน้นเรื่องดิไซน์ที่ดูดี สวมใส่สะดวกสบาย อิงเทรนด์แฟชั่น ตอบโจทย์ลูกค้าในการสวมใส่เสื้อผ้าได้อย่างมั่นใจ ส่งผลให้เกิดความเชื่อมั่นในแบรนด์และกลายเป็นลูกค้าประจำในที่สุด ซึ่งปัจจุบันมีสัดส่วนมากถึง 50% โดยครั้งแรกจะสั่งซื้อเป็นจำนวนมาก หลังจากนั้นจำนวนการสั่งซื้อจะลดลงแต่ความถี่เพิ่มขึ้น เนื่องจากมั่นใจในขนาดและคุณภาพของสินค้า

เจาะตลาดช้อปปิ้งออนไลน์

พรพรรณ กล่าวว่า โจทย์ยากและท้าทายในการทำธุรกิจยุคนี้คือ วิธีสร้างการรับรู้ให้แบรนด์เป็นที่รู้จักผ่านโซเชียลมีเดีย ในฐานะผู้ประกอบการขนาดเล็กมองว่าช่องทางขายออนไลน์ เป็นทางเลือกที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ลดต้นทุนความเสี่ยงมากที่สุด

“เราคงไม่ลงทุนเปิดหน้าร้าน เพื่อหลีกเลี่ยงภาระต้นทุนค่าเช่า ที่สำคัญกลุ่มเป้าหมายไม่นิยมเดินทางเพื่อซื้อสินค้าบ่อยๆ ข้อดีของตลาดนิชมาร์เก็ตก็คือ ไม่ต้องทุ่มงบประมาณไปโฆษณาเหมือนกันสินค้าแมส แต่เราสามารถใส่สื่อออนไลน์ให้เป็นประโยชน์ด้วยการให้ข้อมูลสินค้า เขียนแนะนำสินค้า เปิดพื้นที่พูดคุยแลกเปลี่ยนกับลูกค้า”

นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญกับการอัปเดตข้อมูลในโซเชียลมีเดียอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้แบรนด์ยักษ์ยืมเป็นที่รู้จักในวงกว้าง รวมถึงการขยายและแตกไลน์ผลิตภัณฑ์ จากเสื้อเชิ้ต กางเกง เพิ่มเสื้อสูท ชุดชั้นใน ผ้าผันคอ เข็มขัดและรองเท้า ให้ครอบคลุมความต้องการและไลฟ์สไตล์ของผู้ชายกลุ่มนี้ครบวงจร

“การขายสินค้าออนไลน์ไม่ใช่เรื่องยากแต่ไม่ใช่เรื่องง่าย สิ่งสำคัญคือคุณภาพต้องได้มาตรฐาน ทำให้ลูกค้าเชื่อถือและสั่งซื้อซ้ำ อนาคตเราพยายามครีเอทคอลเลคชันให้มากขึ้น รวมทั้งทำเป็นหนังสือแฟชั่นและการจัดกิจกรรมที่สร้างการรับรู้ในแบรนด์ เช่น การเดินแบบ เช่นเดียวกับแฟชั่นเสื้อผ้าไซส์ปกติ” เจ้าของยักษ์ยืมกล่าวทิ้งท้าย