

Source :

ผู้จัดการรายวัน

Date :

๒1 S.A. 2560

Page :

5

No :

60412456

‘ศรีเทพไทย’ปรับกลยุทธ์รับอุตสาหกรรม 4.0

5

ผู้จัดการรายวัน 360 - นายณัฐพงศ์ อัครทองกุล ผู้อำนวยการธุรกิจน้ำมันหล่อลื่น บริษัท ศรีเทพไทย มาร์เก็ตติ้ง จำกัด กล่าวว่า เพื่อปรับตัวเข้าสู่ยุคอุตสาหกรรม 4.0 บริษัทฯ ได้ปรับแผนกลยุทธ์การทำตลาดในช่วง 3 ปีแรก มุ่งทำตลาดเชิงรุก เน้นสร้างแบรนด์สินค้า “โมตุลเทค” ให้สินค้าเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย เน้นให้ลูกค้ามีโอกาสใช้ผลิตภัณฑ์ และการเพิ่ม Product Range นำผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เข้ามาทำตลาด เช่น น้ำมันตัดกลึงโลหะใช้ในภาคอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ล่าสุดได้เปิดตัวน้ำมันตัดกลึงโลหะในงานไทย เมทลเล็กซ์ 2017 ที่ผ่านมา ขณะที่ดี้านบริการได้จัดทำในรูปแบบ Total Solution Services ให้ลูกค้าได้สัมผัสประสบการณ์ตรง จากทีมงานมืออาชีพ ทั้งที่วิศวกรที่ปรึกษาให้คำแนะนำ และองค์ความรู้ด้านเทคนิค รวมถึงทีมบริการจัดเก็บสินค้าและการจัดส่งที่รวดเร็ว

“นอกจากนี้ ยังได้จัดแคมเปญภายใต้ชื่อแคมเปญ “ช่างไฮโดรลิคพันธุ์ฮีด” ส่งเสริมการตลาดเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย โดยให้ลูกค้าที่ใช้ น้ำมันหล่อลื่น Rubric HM ส่งทีมผู้เข้า

แข่งขันมาวัดประสิทธิภาพของน้ำมันไฮดรอลิก Rubric HM ที่มีการใช้งานในเครื่องจักรไม่เกิน 1 ปี ซึ่งเงินรางวัลรวมมูลค่ากว่า 60,000 บาท”

สำหรับประเทศไทยมีศักยภาพเป็นฐานการผลิตอุตสาหกรรมสำคัญหลายรายการ ทั้ง ยานยนต์ อาหาร การขนส่ง การก่อสร้าง ทำให้การเติบโตของตลาดขยายตัวตาม GDP โดยปัจจุบันมีมูลค่าการสั่งซื้อสูงถึง 650 ล้านลิตรต่อปี แบ่งเป็นน้ำมันหล่อลื่นอุตสาหกรรม 200 ล้านลิตร น้ำมันตัดกลึงโลหะ 33 ล้านลิตร น้ำมันเครื่องรถใหญ่ 100 ล้านลิตร และน้ำมันเครื่องรถยนต์ส่วนบุคคล 320 ล้านลิตร ส่งผลให้ปี 60 สามารถทำยอดขายทะลุเป้า

ส่วนในปี 61 คาดการณ์การเติบโตด้านยอดขายของบริษัทจะเพิ่มขึ้นอีกเท่าตัว เมื่อเปรียบเทียบกับแนวโน้มการเติบโตของตลาดน้ำมันหล่อลื่นในปีหน้า ซึ่งถือว่าบริษัทฯ สามารถเติบโตสูงกว่าตลาดรวมเป็นสิบเท่าตัว เป็นการเติบโตแบบก้าวกระโดด ทำให้บริษัทฯ ได้รับความไว้วางใจจาก โมตุลเทค ประเทศฝรั่งเศสแต่งตั้งให้เป็นผู้จัดจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทย.