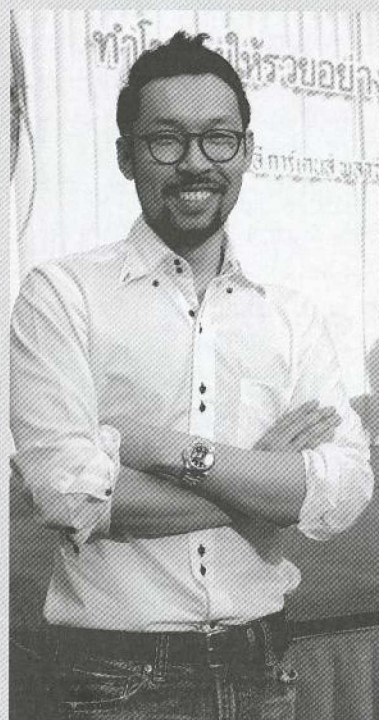


Headline
Date
MediaTitle
Section
Journalist
Frequency
Circ / Read

Sappe Beauty Drink a miracle of functional drinking (3 to 6 July)
03 Jul 2010
Siam Turakij (Wed,Sat)
Economy
N/A
Bi-Weekly
90,000 / 120,000

Language
Page No
Article Size
Color
ADValue
PRValue

Thai
29
384 cm²
Black/white
41,573
124,718



อดิศักดิ์ รักอริยะพงษ์

นาที่นี้เอ่ยถึงเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ และความงามที่กำลังเป็นที่นิยมอย่างแบรนด์ “เซ็ปเป้ บิวตี้ ดริงค์” คงไม่มีใครไม่รู้จัก โดยเฉพาะสาวๆ ทั้งสาวน้อยสาวใหญ่ที่อยากสวย อยากขาว หุ่นดี ทั้งหลาย คงต้องรู้จักกันเป็นอย่างดีแน่นอน

ปัจจุบันสินค้าเครื่องดื่มแบรนด์ดังกล่าวได้รับความนิยมจากผู้บริโภคอย่างกว้างขวาง มียอดขายเติบโตแบบก้าวกระโดด เห็นว่าเครื่องดื่มสุขภาพแบรนด์ดังยี่ห้ออื่น ที่อยู่ในตลาดมาก่อนไปได้หลาย

‘เซ็ปเป้ บิวตี้ ดริงค์’ มหัศจรรย์เครื่องดื่มฟังก์ชันนัล

ช่วงตัวในช่วงระยะเวลาไม่นาน

ทั้งนี้ สินค้าเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพและความงามแบรนด์ “เซ็ปเป้ บิวตี้ ดริงค์” ภายใต้อำนวยการงานของนักธุรกิจหนุ่มรุ่นใหม่ อย่าง “อดิศักดิ์ รักอริยะพงษ์” หรือ คุณ ก้อง ซึ่งหากมองจากบุคลิกภายนอกคงไม่อยากจะเชื่อเลยว่าหนุ่มมาดเซอร์ ไว้หนวดเครา สไตลิสต์ป็น จะมาทำธุรกิจเกี่ยวกับความสวย ความงามได้ประสบความสำเร็จขนาดนี้

โดย อดิศักดิ์ รักอริยะพงษ์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท ทรัพย์อนันต์ เชนเนอรัลฟู้ด จำกัด เจ้าของผลิตภัณฑ์ เครื่องดื่มเซ็ปเป้ บิวตี้ ดริงค์ ได้บอกถึงที่มาที่ไปของการทำธุรกิจดังกล่าวว่า เริ่มจากการที่บริษัทต้องการจะทำการแตกไลน์เครื่องดื่มออกมาวางจำหน่าย จึงคิดว่าหากจะต้องทำเครื่องดื่มใหม่ ต้องให้ เป็นตัวเลือกใหม่ และตอบสนองความต้องการให้กับผู้บริโภค นอกจากเครื่องดื่มที่มีอยู่ในตลาด อย่างพวกน้ำ น้ำอัดลมต่างๆ

จึงเริ่มมีไอเดียมาจากการทำในฐานะ เป็นผู้ชาย แล้วได้พบเจอกับผู้หญิง จึงเห็นว่าผู้หญิงส่วนใหญ่ชอบมองว่าตัวเองอ้วน ตลอด ทั้งๆ ที่หุ่นผอมเพียว จึงเกิดความคิดของผู้หญิงในเรื่องรูปร่าง จึงเริ่มมีโจทย์ในใจแล้วว่าถ้าคิดจะทำเครื่องดื่มอะไรที่ดื่มแล้ว สามารถเพิ่มความสวยและทำให้ผอมได้ น่าจะขายดีจึงเป็นที่มาของการออกสินค้าเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพและความงามภายใต้ แบรนด์ “เซ็ปเป้ บิวตี้ ดริงค์” 2 ตัวแรก คือ คอลลาเจนและไฟเบอร์

“การเกิดไอเดียทำธุรกิจนั้น เรามองว่าทุกวันนี้มันเป็นโอกาสที่เราจะเจอโอกาส

เพราะธุรกิจสามารถ เกิดขึ้นได้จากจุดเล็ก จากสิ่งแวดล้อมใกล้ตัว ซึ่งถ้าเรานำสิ่งนั้นมา ทำให้มันสนุก และพลิกแพลงมันให้ เกิด ไอเดีย นี่แหละคือจุดที่เป็นที่มาของธุรกิจผม”

ในปีแรกที่เริ่มวางจำหน่ายสินค้าวางขาย ที่เซเว่นฯ แต่กลับขายไม่ได้ทำให้โดนลดพื้นที่ ขายทุกสาขา เหลือเพียงไม่กี่ร้อยสาขา จึงเข้าไปคุยกับทางเซเว่นฯ ว่าจะปรับสินค้าใหม่ แต่ถ้าทำแล้วต้องให้สินค้าวางทั่วประเทศเหมือน เดิม ทางเซเว่นฯ ตกลงจึงเริ่มปรับแพ็คเกจจิ้งใหม่ จากเดิมที่ดูทึบก็ปรับให้เป็นฉลากแบบใส แล้วปรับรสชาติเล็กน้อย แต่ยังคงใช้ขวดและชื่อแบรนด์เดิม หลังจากปรับแล้ว ออกมาวางขายใหม่ก็ขายดีมากยอดขายค่อยๆ เติบโตขึ้น

“สินค้าของเราจะมีคนมองว่าขาย ความเชื่อว่ามันจะสวย จะขาว จะผอม เราอยากบอกว่าถ้าเราทำธุรกิจแบบนี้เราจะ อยู่ได้ไม่นาน เพราะถือว่าสินค้าไม่มีคุณภาพ หลอกหลวงผู้บริโภค แต่การทำธุรกิจ”

ถ้าขายสินค้าก็ควรที่จะเน้นคุณภาพ ถ้าทำบริการก็ควรที่จะเน้นบริการ แต่สำหรับเรา ทำเครื่องดื่มก็ต้องเน้นคุณภาพ เป็นหัวใจ และสำคัญที่สุดในการทำธุรกิจ

ทั้งนี้ สินค้าข้างต้นไม่ได้เกิดมาจากการทำโฆษณาเพราะในช่วงประมาณ 3-4 ปี แรก บริษัทไม่มีงบการตลาด ไม่มีงบโฆษณา จึงไม่ได้กู้ธนาคาร เงินกำไรที่ได้มาก็มาลงทุนในสายการผลิตหมด พัฒนาเครื่องจักร และการวิจัยสินค้าใหม่ๆ แต่ที่สินค้าเกิดได้ เพราะคุณภาพ เป็นการบริโภคของลูกค้าแล้ว ได้ผล จึงเกิด Word of Mouth หรือการ

Headline	Sappe Beauty Drink a miracle of functional drinking (3 to 6 July)	Language	Thai
Date	03 Jul 2010	Page No	29
MediaTitle	Siam Turakij (Wed,Sat)	Article Size	384 cm²
Section	Economy	Color	Black/white
Journalist	N/A	ADValue	41,573
Frequency	Bi-Weekly	PRValue	124,718
Circ / Read	90,000 / 120,000		



บอกปากต่อปาก

สำหรับแนวคิดหลักในการทำธุรกิจของเขา สิ่งแรกคือเน้นคุณภาพของสินค้าเป็นหลัก และควบคุมคุณภาพให้อยู่ในมาตรฐานได้อย่างยาวนาน เพราะสินค้าไม่ตีจะขายไม่ได้ และอีกสิ่งหนึ่งคือคิดอะไรที่แตกต่าง หาจุดขายให้กับสินค้าตัวเองให้เหนือกว่าคู่แข่งให้ได้ จึงจะสามารถขายอยู่ในธุรกิจได้

อดิศักดิ์ รักอริยะพงศ์ บอกปิด

ท้ายถึงสิ่งที่ทำให้ธุรกิจสินค้าแบรนด์ “เซ็ปเป้ บิวตี้ ดริงค์” ประสบความสำเร็จได้นั้น ว่า การมองอะไรที่แตกต่าง เพื่อทำให้เกิดความคิดในการนำนวัตกรรมใหม่ๆ ที่แตกต่างออกไป ให้แปลกๆ แหวกแนว ไม่เหมือนใครและสามารถนำมาปรับให้มันเป็นจริงได้

“การทำธุรกิจคือการไม่วางแผน ไม่มีแผน คิดแผนวันต่อวันตามสถานการณ์ และไม่ตั้งเป้า แต่ทำให้ดีที่สุดเท่านั้น” อดิศักดิ์ พูดเน้นย้ำ แต่หนักแน่น