

'โลจitech'ปรับโฉมรุกเกมเมอร์ เล็งเปิดแบรนด์ซื้อปัมโต30%

โลจitechซึ่งภาวะเศรษฐกิจไม่กระทบตลาดเกมมิ่ง ยังโตทะลุเป้าเดิมกว่า 50% ต่อเนื่อง ทั้งในและต่างประเทศ เตรียมปรับโฉมผลิตภัณฑ์กลุ่ม "โลจitech จี" ให้โลจitechเจาะใจลูกค้า พร้อมเปิดแบรนด์ซื้อปัมปีหน้า มั่นใจปี'60 ปีมียอดขายเพิ่มได้อีก 30% เล็งขยับสัดส่วนรายได้บริษัทจากเกมมิ่งให้กลายเป็น 50%

นางสาวศิริภาณี วุฒิมกาดาร ผู้จัดการประจำประเทศไทย บริษัทโลจitech เปิดเผยว่า ในปี 2560 บริษัทยังเดินหน้าเจาะตลาดเกมมิ่งเป็นหลัก โดยอาจจะมีการปรับโฉมและโลโก้ของผลิตภัณฑ์กลุ่มเกม "โลจitech จี" (Logitech G) ที่เปิดตัวมาประมาณ 4 ปีแล้วให้สอดคล้องกับตลาดมากขึ้น เนื่องจากในยุคนั้นตลาดเกมมิ่งยังไม่ได้ตื่นตัวมากนักขนาดนี้

สำหรับตลาดอุปกรณ์เกมทั้งในไทยและตลาดโลกในปีที่ผ่านมาเติบโตมากกว่า 50% ไม่ได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจ ขณะที่บรรดาผู้เล่นเกมก็เริ่มหารายได้จากธุรกิจนี้ได้มาก อาทิ จากการแข่งขันในรูปแบบอีสปอร์ต หรือการรับรีวิวเกม-อุปกรณ์ ทำให้ตลาดคึกคักมากขึ้นอีก แต่ละแบรนด์โอทีจีจึงหันมาให้ความสำคัญกับตลาดนี้มากขึ้น ทั้งในไทยเองไม่ใช่แค่แบรนด์สินค้าที่เข้ามาสนับสนุน แต่ในปีหน้ายังมีหลายโครงการที่หน่วยงานอื่น ๆ ก็เข้ามากระตุ้นตลาด อาทิ การเปิดหลักสูตรอีสปอร์ตในสถาบันการศึกษา ซึ่งในปีหน้าโลจitechเองก็มีแผนจะเข้าไปร่วมมือกับมหาวิทยาลัยในส่วนนี้

ปัจจุบันผลิตภัณฑ์กลุ่มเกมมิ่งสร้างรายได้ให้บริษัทในไทยราว 40% และมีแนวโน้มจะเพิ่มขึ้นถึง 50% ซึ่งเป็นแนวโน้มที่เกิดขึ้นกับทั้งบริษัทในไทยและทั่วโลก โดยในปีหน้าโลจitechตั้งเป้ารายได้ในไทยไว้ที่ 20 ล้านดอลลาร์ เพิ่มขึ้นจากปีนี้ 30%

สำหรับการรับมือกับการแข่งขันในปีนี้จะเน้นการพัฒนาเทคโนโลยีให้มากขึ้น โดยร่วมมือกับผู้ผลิตเกม รวมถึงการสนับสนุนการแข่งขันอีสปอร์ต การสร้างประสบการณ์



ศิริภาณี วุฒิมกาดาร

ให้กับบรรดาเกมเมอร์ได้ลองใช้งานผลิตภัณฑ์ให้มากขึ้น เช่น การนำอุปกรณ์ไปให้ร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ หรือในการจัดแข่งเกมได้ใช้งาน

"เกมเมอร์ไม่ได้ดูที่ราคา แต่เลือกผลิตภัณฑ์ที่ตอบรับกับเกมได้ดี โลจitechจึงเน้นออกแบบมาทั้งที่เป็นอุปกรณ์กลางใช้ได้กับทุกเกม และกลุ่มที่ตอบรับกับเกมใหม่ ๆ ได้ดี รวมถึงการใช้โซเชียลมีเดีย ซึ่งมีผลกับลูกค้ามาก เพราะเป็นตลาดเฉพาะกลุ่ม กิจกรรมของลูกค้า 100% อยู่บนออนไลน์ และแต่ละคนก็จะมีบล็อกเกอร์หรือนักแคชเกมในใจ ซึ่งก็มีแผนจะเชิญลูกค้าที่ใช้แบรนด์โลจitechให้มีกิจกรรมร่วมกัน เป็นกลุ่มโลจitechแฟน เช่น จัดแคมป์ทำ CSR โดยงบบุแต่ละไตรมาสเตรียมงบฯ การตลาดไว้ราว 500,000 เหรียญสหรัฐฯ และเพิ่มได้ตามยอดขาย"

ทั้งยังเตรียมเปิดหน้าร้านที่เป็นแบรนด์โลจitechเองในปีหน้า 1 สาขา หลังจากที่มีการเปิดแบรนด์ซื้อปัมที่สิงคโปร์และมาเลเซียแล้ว นอกเหนือจากปัจจุบันที่มีโชว์เคสที่โอที ซีดี 15 สาขาในกรุงเทพฯ และกำลังทยอยจัดโซนที่ร้าน J.I.B. แต่ยังไม่มีการขยายผ่านช่องทางออนไลน์ด้วย

ตัวเอง เนื่องจากมี 3 ดิสทริบิวเตอร์ที่นำเข้ามาอยู่แล้ว ได้แก่ ซินเน็ค เอสไอเอส และบันเลื่อง รวมถึงขายตรงกับโอที ซีดี จึงจะใช้ช่องทางออนไลน์ของพาร์ตเนอร์แทน แต่ช่องทางจำหน่ายหลักที่ให้ความสำคัญยังอยู่ที่ตามร้านค้า เนื่องจากลูกค้ามีพฤติกรรมอยากลองใช้สินค้าก่อนซื้อ

ส่วนในปีหน้าอุปกรณ์เกมมิ่งที่น่าจะเริ่มมีอัตราการเติบโตสูงจะเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ไร้สาย อาทิ เมาส์ คีย์บอร์ด หูฟัง ที่ใช้เทคโนโลยีบลูทูธ รวมถึงอุปกรณ์เสริมสำหรับสมาร์ตโฟน อาทิ คีย์บอร์ด

โดยล่าสุดได้ออกผลิตภัณฑ์กลุ่มใหม่โปรดิจี้ ซีรีส์ (Prodigy Series) สำหรับเจาะตลาดผู้เล่นเกมมือใหม่ที่อยากลองใช้งาน เนื่องจากปัจจุบันมีเด็กรุ่นใหม่หันมาเล่นเกมมากขึ้น