

ทำไม 7-Eleven ต้องเปิด Concept Store ที่ Cloud 11 เมื่อร้านสะดวกซื้อกำลังแข่งกันเป็น “พื้นที่สร้างประสบการณ์”

คำตอบส่วนหนึ่งอยู่ที่ลักษณะของพื้นที่ Cloud 11 ถูกวางแนวคิดให้เป็น Creative Ecosystem ซึ่งรวมคนทำงานสายศิลปะ ครีเอเตอร์ อินฟลูเอนเซอร์ และธุรกิจนวัตกรรมสร้างสรรค์เข้าด้วยกัน เมื่อผู้ใช้งานพื้นที่ไม่ได้เข้ามาเพียงเพื่อจับจ่าย แต่ยังมาใช้ชีวิต ทำงาน พบปะ และผลิตคอนเทนต์ รูปแบบของร้านค้าภายในโครงการจึงต้องสอดคล้องกับพฤติกรรมเหล่านี้ 7-Eleven สาขา Cloud 11 จึงไม่ได้ออกแบบบนสมมติฐานเดิมว่า “คนเข้าร้านเพราะต้องการซื้อของ” เพียงอย่างเดียว แต่ขยับไปสู่โจทย์ใหม่ที่ จะทำอะไรให้คนอยากเข้ามาใช้เวลา มีส่วนร่วม และหยิบประสบการณ์ในร้านไปเล่าต่อบนโลกออนไลน์

จากตู้แช่สินค้า สูลแลนด์มาร์คถ่ายคอนเทนต์ หนึ่งในองค์ประกอบที่เห็นชัดที่สุดคือ “INFINITUU” หรือตู้เย็นอินฟินิตี้ ซึ่งออกแบบตู้แช่ให้สูงต่อเนื่องขึ้นไปจนเกิดภาพคล้ายไร้จุดสิ้นสุด ในเชิงฟังก์ชัน ตู้แช่ยังคงทำหน้าที่เก็บสินค้าเช่นเดิม แต่ในเชิงการตลาด องค์ประกอบดังกล่าวถูกเปลี่ยนให้เป็น Visual Asset ของร้าน พื้นที่หลังตู้แช่จึงไม่ได้มีค่าเพียงจากจำนวนสินค้าที่วางขาย แต่มีค่าในฐานะฉากถ่ายภาพ ถ่ายวิดีโอ และสร้าง User-generated Content นี่เป็นวิธีคิดแบบเดียวกับร้านแฟลคชิปหรือคาเฟ่ที่ออกแบบ “มุมต้องถ่าย” ไว้ล่วงหน้า เพราะทุกครั้งที่ถูกคำโพสต์ภาพลงโซเชียล ร้านจะได้อะไร Media Value เพิ่มขึ้นโดยไม่ต้องซื้อสื่อในทุกครั้ง สำหรับแบรนด์ค้าปลีกที่มีสาขาจำนวนมาก ความท้าทายคือแต่ละร้านมักมีหน้าตาใกล้เคียงกันจนขาดเหตุผลให้ผู้บริโภคพูดถึงเป็นรายสาขา การสร้างเอกลักษณ์เฉพาะพื้นที่จึงช่วยให้สาขา Cloud 11 กลายเป็นจุดหมายปลายทาง มากกว่าร้านที่ถูกค้าเลือกเข้าเพราะอยู่ใกล้ที่สุด

เปลี่ยนผู้ซื้อให้เป็นผู้สร้าง อีกหนึ่งพื้นที่สำคัญคือ D.I.Y RAL ซึ่งเปิดให้ลูกค้านำสินค้าภายในร้านมา믹ซ์แอนด์แมตช์เป็นเมนูของตัวเอง ทั้งบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป เครื่องดื่ม Slurpee หรืออาหารว่างต่าง ๆ ซึ่งรวมไปถึงบะหมี่เผ็ดเกาหลีชื่อดังอย่าง Samyang (ซมยั้ง) ที่มีให้เลือกหลายรสชาติ แล้วยังสามารถหยิบมาครีเอทเป็นเมนูที่ชอบเองได้ด้วย เช่นเดียวกับกระแสวิรัลในอินเทอร์เน็ต รวมไปถึงรายละเอียดที่ดูเล็กรายละเอียดระบบสแกนบาร์โค้ดบนไมโครเวฟ ซึ่งสามารถตั้งเวลาอุ่นสินค้าให้โดยอัตโนมัติ ก็ช่วยลดความยุ่งยากในจังหวะที่ลูกค้าต้องลงมือทำด้วยตัวเอง แนวคิดของโซนนี้สะท้อนการเปลี่ยนบทบาทของร้านค้าจากพื้นที่ Transaction ไปสู่ Participation แทนที่แบรนด์จะเป็นผู้กำหนดประสบการณ์ทั้งหมด ลูกค้าได้รับพื้นที่ให้ทดลอง ปรุง ผสม และออกแบบเมนูในแบบของตัวเอง สิ่งที่เกิดขึ้นจึงไม่ได้จบแค่การบริโภค แต่มีโอกาสต่อยอดเป็นคอนเทนต์ รีวิว สู่อินฟลูเอนเซอร์ หรือชาเลนจ์บนแพลตฟอร์มโซเชียล ชื่อ D.I.Y RAL เองก็สื่อเจตนาอย่างตรงไปตรงมา ด้วยการผสมระหว่างคำว่า DIY และ Viral กลยุทธ์ลักษณะนี้ตอบโจทย์ผู้บริโภครุ่นใหม่ที่ต้องการเข้าไปมีบทบาทกับแบรนด์มากกว่ารับสารหรือซื้อสินค้าตามรูปแบบที่ถูกกำหนดไว้แล้ว เมื่อประสบการณ์เปิดให้ปรับแต่งได้ สินค้าธรรมดาในร้านก็มีโอกาสถูกมองใหม่ และอาจกระตุ้นการซื้อสินค้าหลายรายการในหนึ่งครั้งผ่านการจับคู่เมนู

(ที่มา : MarketingOops!)

AL

บริษัท เอ แอล ปาล์ม จำกัด (สำนักงานใหญ่)
A L PALM CO., LTD. (HEAD OFFICE)
87 อาคารเดอะ แอส วานอินทรา ห้องเลขที่ JS2RTK207 ถนนลาดพร้าว แขวงอนุสาวรีย์
เขตบางเขน กรุงเทพมหานคร 10220

วันที่ 1 สิงหาคม 2569

เรื่อง ขอลงบัญชีเงินฝากบัญชีออมทรัพย์ ครั้งที่ 3/2569

เรียน ท่านผู้ถือหุ้น

บริษัท เอ แอล ปาล์ม จำกัด

สิ่งที่ส่งมาด้วย 1. สำเนาการขออนุมัติจากคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 2/2569

2. หนังสือมอบอำนาจ

ด้วยบริษัท เอ แอล ปาล์ม จำกัด “บริษัท” มีกิจที่ต้องได้รับการพิจารณาจากท่านผู้ถือหุ้น จึงเห็นสมควรให้มีการประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 3/2569 ขึ้นในวันที่ 17 สิงหาคม 2569 เวลา 10.00 น. ณ ห้องประชุมของ บริษัท กลุ่มสต็อก จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ เลขที่ 119/1 หมู่ที่ 10 ตำบลประจักษ์ อำเภอกาญจน จัหวัดสุราษฎร์ธานี 84170 และ/หรือ ท่านผู้ถือหุ้นสามารถแจ้งประชุมโดยการประชุมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Microsoft Team Meeting) เพื่อพิจารณาเรื่องต่าง ๆ ตามระเบียบวาระต่อไปนี้

วาระที่ 1

พิจารณาการรับรายงานการปฏิบัติงานของผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 2/2569

วาระที่ 2

พิจารณาเพิ่มทุนของบริษัท สอดคล้องกับสัญญา (200,000,000) โดยการออกหุ้นสามัญใหม่ จำนวน สดงล้านบาท (2,000,000) มูลค่าหุ้นละ หนึ่งร้อยบาท (100) และพิจารณาเรื่องการเรียกเก็บค่าหุ้นที่ออกเกินในคราวแรก

วาระที่ 3

พิจารณาแก้ไขเพิ่มเติมหนังสือมอบอำนาจ ข้อ 5. เป็นดังนี้

ข้อ 5. อนุมัติบริษัทกำหนดได้เป็นจำนวน สามร้อยแปดสิบล้านบาท (380,000,000) แบ่งออกเป็น สามล้านแปดแสนหุ้น (3,800,000) มูลค่าหุ้นละ หนึ่งร้อยบาท (100)

วาระที่ 4

พิจารณาเรื่องอื่น ๆ (ถ้ามี)

ขอแสดงความนับถือ

AL

นายดิพลพัช พงมลา

ประธานกรรมการบริษัท



แบบ พ.๒

หนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียน
ตามพระราชบัญญัติจดทะเบียน พุทธศักราช ๒๕๕๐

เลขทะเบียน ๘๘๘๕๖๒๘๖๐

หนังสือสำคัญนี้ออกให้ไว้เพื่อแสดงว่า บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด โดย นางสาววรรณ เดชานวัตร์
เลขประจำตัวประชาชน ๓ ๑๐๐๘ ๐๐๖๖๔ ๔๓ ๖ เชื้อชาติ ไทย สัญชาติ ไทย อายุ ๓๕ ปี อาชีพ นักธุรกิจ
ถิ่นที่อยู่บ้านเลขที่ ๔๖๗/๔ หมู่ที่ - ซอย - ถนน บางแวก
แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานคร
เป็น เจ้าของ หนังสือพิมพ์ชื่อ Prakard365 ประกาศ365

มีวัตถุประสงค์ เพื่อเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับ ด้านเศรษฐกิจ ธุรกิจ บัญชี สังคม และลงประกาศ

ภาษาที่หนังสือพิมพ์จะออก ภาษาไทย

ชนิดของหนังสือพิมพ์ที่ออก เป็นแผ่น

ระยะเวลาที่ออกหนังสือพิมพ์ รายวัน

ชื่อสำนักงานของหนังสือพิมพ์ บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด

ตั้งอยู่ ณ ที่ - เลขที่ ๔๖๗/๑ หมู่ที่ - ซอย -

ถนน บางแวก แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานคร

ชื่อสำนักงานของผู้โฆษณา บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด

ตั้งอยู่ ณ ที่ - เลขที่ ๔๖๗/๑ หมู่ที่ - ซอย -

ถนน บางแวก แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานคร

ชื่อโรงพิมพ์ที่พิมพ์ บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด

ตั้งอยู่ ณ ที่ - เลขที่ ๔๖๗/๑ หมู่ที่ - ซอย -

ถนน บางแวก แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานคร

หนังสือพิมพ์ฉบับนี้ นางสาววรรณ เดชานวัตร์ เป็นผู้พิมพ์
นางสาววรรณ เดชานวัตร์ เป็นผู้โฆษณา
นางสาววรรณ เดชานวัตร์ เป็นบรรณาธิการ
บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด เป็นเจ้าของกิจการหนังสือพิมพ์

ออกให้ตั้งแต่ วันที่ ๑๒ เดือน พฤษภาคม พุทธศักราช ๒๕๖๐

(ลงชื่อ)

(นางสาวกนกกร ศักดาเดช)

ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดแห่งชาติ

พนักงานเจ้าหน้าที่จดทะเบียนสำหรับจังหวัด กรุงเทพมหานคร

