

ขายออนไลน์ได้อยู่แล้ว ทำไมแบรนด์ที่เกิดบนออนไลน์ยังลงทุนเปิด Physical Store ให้มีบทบาทมากกว่าพื้นที่ขายสินค้า

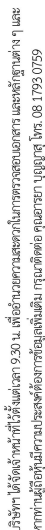
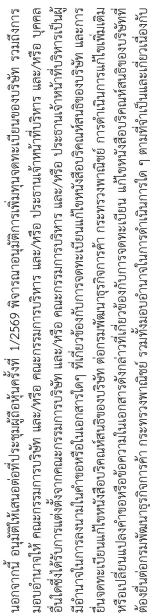
ช่วงที่ E-commerce และแบรนด์ Direct-to-Consumer เติบโตเร็ว หนึ่งในข้อได้เปรียบที่ถูกพูดถึงบ่อยคือการขายสินค้าโดยไม่ต้องมีหน้าร้านจำนวนมาก แบรนด์สามารถเปิดเว็บไซต์ ยิ่งโฆษณาบน Social Media ส่งสินค้าถึงบ้าน โดยไม่ต้องแบกค่าเช่า พนักงาน และต้นทุนของเครือข่ายสาขาแบบ Retail ดั้งเดิม หลายปีผ่านไป แบรนด์ที่เกิดและเติบโตบนออนไลน์จำนวนหนึ่งกลับลงทุนเปิดร้านจริงมากขึ้น Adore Beauty ธุรกิจ Beauty E-commerce รายใหญ่ของออสเตรเลียกำลังเร่งขยายเครือข่ายร้าน หลังเปิดสาขาแรกในปี 2025 Warby Parker แบรนด์แว่นตาจากสหรัฐอเมริกา ที่เคยเป็นหนึ่งในตัวแทนสำคัญของยุค Direct-to-Consumer มีร้านมากกว่า 300 แห่ง และยังมีแผนเปิดเพิ่มอีกหลายสิบแห่งในปีนี้ คำถามจึงอยู่ที่ว่า ในเมื่อขายออนไลน์ได้อยู่แล้ว ทำไมแบรนด์เหล่านี้ยังต้องลงทุนกับหน้าร้าน? คำตอบส่วนหนึ่งอาจอยู่ในบทบาทของ Physical Store ที่ถูกใช้เพื่อหาลูกค้าใหม่ ช่วยให้คนทดลองสินค้า และเพิ่มโอกาสที่ลูกค้าจะกลับมาซื้ออีก

Adore Beauty กับตัวเลขที่ทำให้หน้าร้านน่าสนใจขึ้น Adore Beauty เริ่มต้นธุรกิจตั้งแต่ปี 2000 ด้วยการขาย Beauty Product ทางออนไลน์ และเติบโตมาโดยมี E-commerce เป็นธุรกิจหลัก ปี 2025 บริษัทเริ่มเปิด Physical Store ก่อนขยายอย่างจริงจังในปีต่อมา ผลประกอบการ FY2026 ระบุว่า Adore Beauty Group เปิดร้านเพิ่ม 13 แห่ง ทำให้เครือข่ายของกลุ่มมีทั้งหมด 20 ร้าน ขณะที่รายได้รวมอยู่ที่ 207.3 ล้านดอลลาร์ออสเตรเลีย เพิ่มขึ้น 4.3% สิ่งที่น่าสนใจกว่าจำนวนร้านคือ ลูกค้าที่ร้านเหล่านี้พาเข้ามา ตลอด FY2026 เครือข่ายร้านของ Adore Beauty ช่วยหาลูกค้าใหม่ได้ 114,244 คน คิดเป็น 26% ของลูกค้าใหม่ทั้งหมดของบริษัท เทียบกับเพียง 3% ในปีก่อนหน้า จำนวนลูกค้าโดยรวมเพิ่มขึ้น 14.4%

ขณะที่ต้นทุนเฉลี่ยในการหาลูกค้าใหม่ลดลง 37.4% ตัวเลขเหล่านี้ทำให้หน้าร้านมีบทบาทมากกว่าพื้นที่ส่งของยอดขาย เพราะยังช่วยพาคนเข้ามารู้จัก ทดลอง และเริ่มซื้อสินค้ากับแบรนด์ สำหรับธุรกิจออนไลน์ที่ต้องแข่งขันซื้อโฆษณาเพื่อเข้าถึงลูกค้า ร้านจึงกลายเป็นอีกช่องทางสำหรับสร้างฐานลูกค้า ลูกค้าที่ซื้อทั้งออนไลน์และหน้าร้านมีมูลค่าสูงกว่า Adore Beauty ยังเปิดเผยข้อมูลอีกชุดที่น่าสนใจ ลูกค้าที่ซื้อสินค้าทั้งออนไลน์และหน้าร้านมี Lifetime Value หรือมูลค่าที่ลูกค้าสร้างให้ธุรกิจตลอดช่วงที่เป็นลูกค้า สูงกว่าคนที่ใช้ช่องทางเดียว 2.5 เท่า ตัวเลขดังกล่าวเพิ่มเป็น 3.4 เท่า สำหรับลูกค้าที่เริ่มซื้อครั้งแรกภายในร้าน ปัจจุบันลูกค้ากลุ่มนี้สร้างรายได้ประมาณ 9.6% ของบริษัท และสัดส่วนเพิ่มขึ้นเป็น 11.9% ในช่วงครึ่งหลังของปี เหตุผลหนึ่งคือ Journey การซื้อสินค้าของคนไม่ได้เกิดอยู่ในที่เดียว ลูกค้าอาจเห็นสินค้าบน Social Media ค้นหาข้อมูลบนเว็บไซต์ เดินเข้าไปทดลองที่ร้าน แล้วกลับมาสั่งซื้อออนไลน์ในครั้งต่อไป โดยเฉพาะ Beauty ซึ่งสี กลิ่น เนื้อสัมผัส และคำแนะนำจากพนักงานมีผลต่อการตัดสินใจ เมื่อแบรนด์เชื่อมประสบการณ์เหล่านี้เข้าด้วยกัน ลูกค้าก็มีโอกาสกลับมาซื้อผ่านหลายช่องทางและอยู่กับแบรนด์นานขึ้น

(ที่มา : MarketingOops!)

ประกาศเลิกจ้างหุ้นส่วนจำกัด พีเอ็ม เทคดิง ทะเบียนเลขที่ 0103565006560 ขอประกาศให้ทราบโดยทั่วกันว่าที่ประชุมผู้ถือหุ้นส่วน ของ พีเอ็ม เทคดิง ได้ตกลงให้เลิกจ้างหุ้นส่วนนี้ ตั้งแต่วันที่ 31 สิงหาคม 2569 เป็นต้นไป จึงประกาศให้บรรดาลูกหนี้และเจ้าหนี้ทั้งหลายของห้างหุ้นส่วนฯ นี้ ได้โปรดติดต่อชำระหนี้ หรือยื่นคำทวงหนี้ต่อข้าพเจ้า ณ สำนักงานของผู้ชำระบัญชีเลขที่ 8 ซอยเสียบคลองภาษีเจริญฝั่งใต้5/4 แขวงหนองแขม เขตหนองแขม กรุงเทพฯ 10160 ภายในกำหนด 7 วัน นับแต่วันประกาศเป็นต้นไป ประกาศ ณ วันที่ 03 กันยายน 2569 (นางสาว ธรรมธร สีนวล) ผู้ชำระบัญชี	บริษัท วิชั่นยอชท์ 2010 จำกัด วันที่ 03 กันยายน 2569 เรื่อง ขอเชิญประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2569 เรียน ท่านผู้ถือหุ้นของบริษัท ด้วยคณะกรรมการของบริษัทได้มีมติให้เรียกประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2569 ในวันที่ 11 กันยายน 2569 เวลา 10:00 น. ณ 141/2 หมู่ที่ 2 ตำบลไม้ขาว อำเภอถลาง จังหวัดภูเก็ต เพื่อพิจารณาเรื่องต่างๆ ตามระเบียบวาระดังต่อไปนี้ 1. รับรองรายงานการประชุมครั้งที่ผ่านมา 2. พิจารณาการอนุมัติการจ่ายเงินปันผลของบริษัท 3. พิจารณาเรื่องอื่นๆ (ถ้ามี) ดังนั้น จึงขอเรียนเชิญท่านผู้ถือหุ้นไปประชุมตามวันเวลา และสถานที่ดังกล่าวข้างต้น โดยพร้อมเพรียง กันด้วย จักขอบพระคุณยิ่ง ขอแสดงความนับถือ (นางสาว ทรงสะอาด สระภู) กรรมการผู้มีอำนาจลงนาม





แบบ พ.๒

หนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียน
ตามพระราชบัญญัติจดทะเบียน พุทธศักราช ๒๕๕๐

เลขทะเบียน ๘๘๘๕๖๒๘๖๐

หนังสือสำคัญนี้ออกให้ไว้เพื่อแสดงว่า บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด โดย นางสาวพรรณ เดชานวัตร
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

นางสาวพรรณ เดชานวัตร

เป็นผู้พิมพ์

นางสาวพรรณ เดชานวัตร

เป็นผู้โฆษณา

นางสาวพรรณ เดชานวัตร

เป็นบรรณาธิการ

บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด

เป็นเจ้าของกิจการหนังสือพิมพ์

ออกให้ตั้งแต่ วันที่ ๑๒ เดือน พฤษภาคม พุทธศักราช ๒๕๖๐

(ลงชื่อ)

(นางสาวกนกกร ศักดาเดช)

ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดแห่งชาติ

พนักงานเจ้าหน้าที่จดทะเบียนสำหรับจังหวัด กรุงเทพมหานคร

