

October-November 2007 No.01 Page.01

**CHIANG MAI MAGAZINE**  
BUSINESS MARKETING & LIFE STYLE  
OCTOBER-NOVEMBER 2007  
Volume 01 No.09

**Hot issue - life style Chiang mai = Plaza ?**  
พาซ่า/ไลฟ์สไตล์/ชียงใหม่ - ใช้จริงหรือ ?

**Exclusive People**  
4 working women ที่น่าจับตา

**Talk of the town**

Marisa Aesthetic clinic  
คลินิกเสริมความงามมาริสสา

20-21

**Movement**

- อบรมสัมมนาเชิงปฏิบัติการตามมือ  
- ฝึกอบรมบุคลากรศูนย์สุขภาพจิต  
- สัมมนาจัดเลี้ยง ปลูกฝังหัวใจ สอนให้ 7  
- สัมมนาอบรมผู้บริหารมืออาชีพ

22-25

**Focus Biz**

Barter card  
แลกเปลี่ยนของ [แลกเปลี่ยนเงินตรา]

40-41

**Voice**

มุมมองผู้บริหารใหญ่

42-43

**Strategy hub**

CRM line 7 เทคนิคการขายที่ดี Attitude

44-45

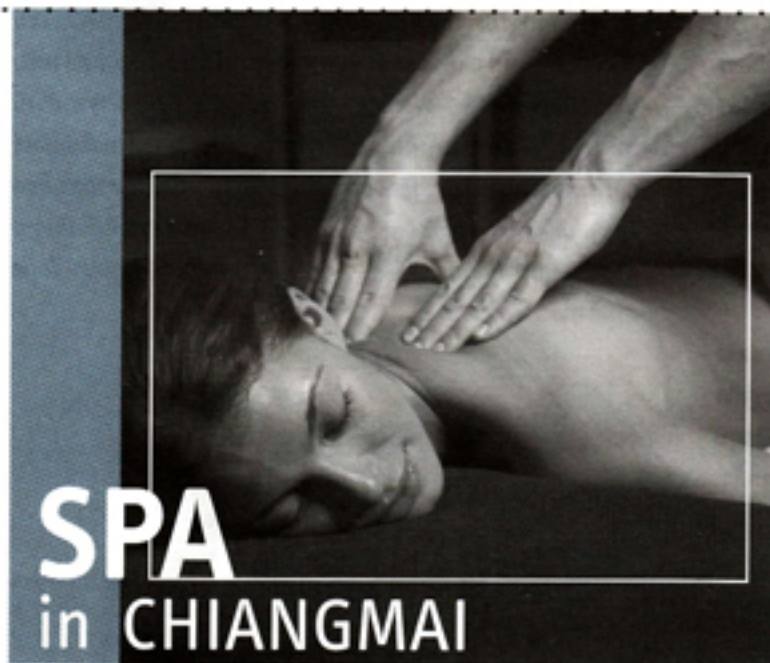
**Lanna history**

3 มหัศจรรย์เมือง  
เชียงใหม่ 3 วัน 3 คืน

48-49

## สปาเชียงใหม่กับการตลาดเชิงรุก ในยามท่องเที่ยวชงชง

คงไม่อาจปฏิเสธได้ว่าธุรกิจสปาทั้งในจังหวัดเชียงใหม่และทั่วประเทศนั้นอิงอยู่กับการท่องเที่ยวเป็นส่วนใหญ่ ด้วยเม็ดเงินที่สะพัดในระบบกว่า 50,000 ล้านบาท แต่ปัจจุบันในช่วงที่การเติบโตของนักท่องเที่ยวชะลอตัว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เป็นลูกค้าหลัก ยังคงไม่มั่นใจกับสถานการณ์ในบ้านเรา สปาแทบทุกแห่งจึงอยู่ในสภาวะไม่ต่างกันคือ การตั้งรับและรอ



ภาพรวมของธุรกิจสปาในไทยนั้นได้รับการยอมรับ จากสาลกว่าเป็นสปาที่มีคุณภาพดีที่สุดในโลกแห่งหนึ่ง โดยเฉพาะในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีสปากระดับโลกอยู่หลายแห่ง เพราะมีจุดแข็งในเรื่องของภูมิประเทศ การบริการ ความมีอัธยาศัยและภูมิปัญญาที่ผสมผสานอยู่ ไม่ว่าจะเป็นสมุนไพรไทย การนวดแผนไทย ฯลฯ อีกทั้งยังมีความหลากหลายของประเภทสปา แต่ปัจจุบันนับตั้งแต่ ปี 2548 ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติหายไปจำนวนมาก ทำให้สปาหลายๆ แห่งในจังหวัดเชียงใหม่ต้องมีการปรับตัวให้เข้ากับยุคที่การท่องเที่ยวชงชงแบบนี้ เช่น การเปิดเป็นสถานสปา เช่น จีรัง สปา อคาเดมี่ ของ จีรัง เฮลท์แอนด์รีสอร์ท

“ในส่วนของจีรัง เฮลท์แอนด์รีสอร์ทนั้น ตอนนี่เราแบ่งการดำเนินงานออกเป็นสี่ส่วนนะ ก็คือในส่วนของจีรังสปา, ห้องอาหารเรือนไม้หอม เป็นห้องอาหารที่เกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพหลังจากที่ลูกค้าเข้ามาใช้บริการ, ส่วนที่สามคือ บริษัท Good For You ใน ส่วนนี้จะเป็นการดูแลในเรื่องของผลิตภัณฑ์และสุดท้ายคือ จีรัง สปา อคาเดมี่ เป็นโรงเรียนสปาสำหรับผู้สนใจในเรื่องของการนวด การบำบัดและการทำสปาได้ เพราะที่นี้มีใบประกาศสำหรับผู้จบคอร์สแล้ว แต่คอร์สที่ได้รับความนิยมอีกประเภท คือ คอร์สระยะสั้นสำหรับคนที่ต้องการทำสปาที่บ้านคะ” คุณนิภาพร พิณีจ Marketing Coordinator Jirung Health & Resort กล่าว

นอกจากนี้การใช้คุณภาพผลิตภัณฑ์เข้ามาเป็นตัวหลักในการทำการตลาด ก็เป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ที่สปานำมาใช้ อย่าง ชิดาสปา ในเครือ สุกันหารา รีสอร์ทสวยกลางขุนเขา อ.แมริม เปิดเจ้าเล่ห์ใหม่สำหรับจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในแบรนด์ของชิดา กำลังเริ่มได้รับความนิยมในคูโบ ในโครงการนิมิตตี้ ซึ่งภายในโครงการมีห้างเกิดกรุป กลุ่มตั้งแต่ระดับกลางถึงไฮเอนด์เข้าออกตลอดเวลา ซึ่งนอกจากจะจำหน่ายผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสุขภาพและการทำสปาแล้ว ยังมีรถรับส่งผู้ที่สนใจจะทำสปาถึง อ.แมริมฟรีเลยทีเดียว

“ด้วยใจเข้ช้น ต้องยอมรับคะว่า ชิดานั้นอยู่ไกล จึงต้องการสถานที่ที่อยู่ในบริเวณที่ลูกค้ากลุ่มทัวร์ก็ตกกรุ๊ปของเราเดินอยู่ แทนที่เข้ช้นจะเดินขึ้นไปหาเรา กลายเป็นเราเดินเข้ามาหาเขา คือเราจะไม่รอโอกาสแต่เราจะต้องไปหาโอกาสโดยการยื่นสิ่งดี ๆ ให้กับลูกค้าแทนสำหรับธุรกิจสปานั่น ถ้าต้องการให้แบรนด์มีความแข็งแรง เราต้องมีโปรดักส์เป็นของเราเอง เพื่อให้ลูกค้ามีความเชื่อถือว่า เรามีความรู้ เราจึงสามารถทำผลิตภัณฑ์ขึ้นมาใช้เองได้ และทำให้เกิดการกระจายของแบรนด์เป็นที่รู้จักมากขึ้น

ซึ่งเราก็ได้ลูกค้าจากเจ้าที่เล่ห์ตรงนี้พอสมควร เพราะว่ามีโปรดักส์ให้เข้ช้น มีการ Educate ลูกค้าว่าสปาเป็นอย่างไร และทำให้ลูกค้าได้รู้จักเรามากขึ้น คอนเซ็ปต์ของเราตรงใจกับที่ลูกค้าต้องการ เข้ช้นก็ใช้บริการ จากที่ไม่รู้จักเลยว่าชิดาเป็นอย่างไร ก็เริ่มรู้จัก ซึ่งผลตอบรับ ณ เศรษฐกิจแบบนี้ ถือว่าน่าพอใจคะ” คุณจิรพรรณ สุกันคิด แห่ง Chida Spa เล่าให้เราฟัง

ไม่เพียงแต่ในธุรกิจสปาเท่านั้นที่มีทางออก ในความมืดย่อมมีแสงสว่าง ท่ามกลางวิกฤติย่อมต้องมีโอกาส ทว่าคุณคือหนึ่งในไม่กี่คนที่มองเห็นสิ่งที่คนอื่นมองไม่เห็นหรือไม่ ถ้าคุณมองเห็นความสำเร็จนั้น ไม่ไกลเกินเอื้อมเลย