

“เลอลุคซ์ ฟรานซ์” ปลื้ม ยอดขายทะลุ 200 ล.

เตรียมเซ็นสินค้าใหม่ทำตลาดเจาะกลุ่มสมุนไพร



ประสบความสำเร็จอย่างงดงาม สำหรับ แบรนต์ เลอลุคซ์ ฟรานซ์ ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าของ เล็ก-เจษฎา รุ่งสาคร อดีตนักแสดงช่อง 7 ที่ผันตัวมาเป็นผู้บริหาร ซีอีโอ ประธานบริหาร บริษัท ภัฏฐ์นิธิ จำกัด ผู้ผลิตสินค้า เลอลุคซ์ ฟรานซ์ ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวที่ถูกคิดค้นขึ้นมาเพื่อบำรุงผิวหน้าไม่ว่าจะเป็นปัญหา สิว ริ้วรอยแห่งวัย พร้อมดูแลปัญหาสภาพผิวที่ดูไม่แน่นอนกระชับ หย่อนคล้อยตลอดจนปัญหาผิวหมองคล้ำ สีผิวไม่สม่ำเสมอ ให้กลับมาดูเรียบเนียน กระจ่างใส อ่อนกว่าวัย ที่ทำยอดขายในปีที่ผ่านมาทะลุ 200 ล้านบาท

ล่าสุด เล็ก-เจษฎา รุ่งสาคร เปิดเผยว่า “จากความสำเร็จดังกล่าวปีนี้บริษัทจึงได้เตรียมเปิดตัวแบรนด์ใหม่ Earth Tone ผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากสมุนไพร นอกจากนั้นแล้วยังขยายธุรกิจบริการ รับหน้าที่โบรกเกอร์นำสินค้าทุกชนิด ทุกแบรนด์เข้าไปขายในรายการทีวีช้อปปิ้งทั่วประเทศ สื่อออนไลน์และโซเชียลมีเดีย ซึ่งขณะนี้ได้ดำเนินการไปแล้วหลายราย เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางธุรกิจ และคาดว่าจะทำให้ผลกำไรในปีนี้ได้ขึ้นอีก 100 เปอร์เซ็นต์”

“ปี 2559 ยอดขาย เลอลุคซ์ ฟรานซ์ อยู่ที่ 100 ล้านบาท จากการทำตลาดและประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องทำให้ปี 2560 มียอดขายเพิ่มขึ้นเป็น 200 ล้านบาท โดยเติบโตในสัดส่วนของครีม 70% สบู่ 20% และกันแดด 10% และในปีนี้จะทำให้เราจะเปิดตัวสินค้าใหม่ขึ้นมาอีกชื่อ Earth Tone เป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นธรรมชาติและสมุนไพร โดยจะเริ่มที่ยาสียันและสบู่สมุนไพร ซึ่งยาสียันจะมีสองสูตรคือ DENTEA ช่วยลดอาการเสียวฟัน และสูตร CHARGLOW ขจัดคราบฝังลึกเพื่อฟันขาวสดใส และสบู่สมุนไพรที่ผสมคุณค่าถึง 10 ชนิด เรียกได้ว่าเป็นครั้งแรกในประเทศไทยที่มีส่วนผสมถึง 10 ชนิดนี้”

อย่างไรก็ตาม สำหรับในปี 2561 บริษัทยังวางแผนขยายธุรกิจไปให้บริการสินค้าอื่นๆ เข้ามาขายในรายการทีวีช้อปปิ้ง สื่อออนไลน์และโซเชียลมีเดีย โดยขณะนี้ได้ดำเนินการไปแล้วมีสินค้าเข้ามาแล้วหลายราย ตรงนี้จะเป็นช่องทางในการเพิ่มกำไรของบริษัท ทำให้คาดว่าปีนี้จะเติบโตขึ้นอีก 100%