

ปีที่ 31 ฉบับ 10819 วันจันทร์ที่ 7 พฤษภาคม พ.ศ. 2561 หน้า 24

แผนธุรกิจ+เทคโนโลยี

● สาสินี กับพิลา
กรุงเทพธุรกิจ

วิถีคัดห้วกะทิ

15 ปีที่ผ่านมา “ลอรีอัล แบรินส์สตอร์ม” เวทีการแข่งขันวางแผนการตลาดระดับเยาวชนทั่วโลก กลายเป็นหนึ่งช่องทางในการ “คัดสรร” บุคลากรห้วกะทิเข้าร่วมองค์กรระดับโลกอย่างลอรีอัล ล่าสุดทีมเบรนส์ตรอง 3 สาวผู้ชนะเลิศปี 2561 กับการใช้เทคโนโลยีและดิจิทัลเสริมศักยภาพธุรกิจชาลอน พร้อมลุยแข่งที่ฝรั่งเศสมุ่งคว้าใบเบิกทางสู่องค์กรในฝัน

ช่องทางมองหา ‘กาแล็กซี่’

“หากมองเทรนด์การใช้เวทีพีชชิงเพื่อคัดคนเข้าร่วมงานที่หลายองค์กรขนาดใหญ่ทำนั้น สำหรับเวทีลอรีอัลแบรินส์สตอร์ม ผู้เข้าแข่งขันรอบชิงชนะเลิศที่ผลงานโดดเด่นจะได้รับสิทธิในการพิจารณาเข้าโครงการ Management Trainee (ผู้จัดการฝึกหัด) ก้าวสู่การเป็นพนักงานของลอรีอัล ธนยศ ครูฑระเบียบ ผู้อำนวยการฝ่ายทรัพยากรบุคคล บริษัท ลอรีอัล (ประเทศไทย) จำกัดกล่าวและว่า นักศึกษาหลายคนจากเวทีแบรินส์สตอร์มได้รับโอกาสทำงานและประสบความสำเร็จในเส้นทางการทำงานที่ต้องการทั้งในลอรีอัลสาขาประเทศไทยและประเทศอื่นๆ

“รูปแบบในการหาคนเข้ามาอยู่ในครอบครัวลอรีอัลนั้น เรายังคงเน้นวิธีการดั้งเดิมเป็นหลัก แต่ความเป็นองค์กรที่มีความหลากหลายในผลิตภัณฑ์และบุคลากรทั้งเพศอายุ เชื้อชาติ ชนชั้นทางสังคม ทำให้การคัดเลือกคนรุ่นใหม่ผ่านเวทีประกวดแผนธุรกิจหรือพีชชิงเพิ่มสัดส่วนเป็น 15% จากเดิม 10% ของตำแหน่งงานทั้งหมด”

ปัจจุบันเป็นโลกของสตาร์ทอัพและเด็กรุ่นใหม่ที่ยากจะทำธุรกิจของตนเอง เวทีประกวดแผนธุรกิจหรือสตาร์ทอัพต่างๆ เป็นแบบฝึกหัดให้เด็กได้ฝึกคิด วางแผน และ

แก้ปัญหา ในขณะเดียวกันก็เป็นโอกาสที่จะทำให้องค์กรได้เจอคนที่มี “ทาเลนท์” จากแต่ละสถานศึกษามาเป็น “ลอรีอัล เบบี้ บอร์น” (L’Oréal Baby Born) ที่ซึมซับวัฒนธรรมองค์กร และลดการเทิร์นโอเวอร์ตัวผลิตภัณฑ์ “เหมือนดังทีมชนะเลิศในปีนี้ ที่มีการผสมผสานนวัตกรรมที่ตอบสนองความต้องการของทุกส่วนที่เกี่ยวข้อง” ธนยศ กล่าว

นวัตกรรมเสริมธุรกิจความงาม

เบมิกา มาศอาภา, ภัณฑิลา จินดาสถาพร และณัชชา รีย์ นิธิพรธรรัตน์ ชั้นปีที่ 4 คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี (หลักสูตรนานาชาติ) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ จากทีมเบรนส์ตรองควีนรางวัลชนะเลิศ ด้วยการค้นคว้าหาปัญหา (Pain Point) และนวัตกรรมที่จะมาช่วยแก้ปัญหาได้ตรงจุดพบว่าลูกค้าที่มาใช้บริการชาลอนยังไม่ได้ในสิ่งที่คาดหวังไว้เหมือนตอนแรกที่เข้าร้านทำผม จึงคิดพัฒนาโซลูชันเพื่อช่วยสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า

เริ่มจากค้นหาทรงผมที่เหมาะสมกับรูปหน้าผ่านเทคโนโลยีเสมือนจริงหรือเออาร์ ซึ่งช่วยให้ช่างผมสามารถให้คำแนะนำได้ทันทีจากภาพเสมือนจริง หลังจากนั้นก็ตรวจสอบภาพเส้นผมด้วยเครื่องสแกนวิเคราะห์สภาพเส้นผมโดยละเอียด เพื่อจะนำไปสู่ขั้นตอนสุดท้ายก่อนการลงมือทำผมด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้มา เพื่อหาทรงผมสูตรสารเคมีที่ต้องใช้ และระยะเวลาในการทำผมที่เหมาะสมด้วยการเปรียบเทียบกับฐานข้อมูลขนาดใหญ่หรือ “บิ๊กดาต้า” ที่เก็บข้อมูลที่เป็นต่อการวิเคราะห์สภาพเส้นผมจากผู้เชี่ยวชาญไว้ในที่เดียวกัน



สมาชิกทีมแบรนด์สตรอง ม.ธรรมศาสตร์ ได้รับรางวัลชนะเลิศปี 2561 เวทีแข่งขันนำเสนอแผนธุรกิจของลอรีอัล

ทั้งหมดนี้จะช่วยสร้างความมั่นใจให้ลูกค้าว่า จะได้ทรงผมที่ต้องการและเหมาะกับสภาพเส้นผมของตัวเองมากที่สุด ในขณะที่เดียวกันก็ช่วยยกระดับมาตรฐานการให้บริการของช่างผมแบบมืออาชีพ ทั้งยังได้เก็บฐานข้อมูลของลูกค้าที่มีประโยชน์ เพื่อใช้พัฒนาการให้บริการในอนาคตได้ต่อไป พร้อมปรับปรุงแอปพลิเคชัน Style My Hair ให้ช่วยบันทึกประวัติการทำผมของตัวเอง และค้นหาแบบทรงผมที่ต้องการ

ทั้งยังสามารถจองเวลาทำผมล่วงหน้า ให้คะแนนคุณภาพของช่างและร้านทำผม และแนะนำร้านทำผมให้กับผู้ใช้คนอื่นๆ โดยลูกค้าสามารถนำคะแนนสะสมที่ได้รับจากการทำกิจกรรมผ่านแอปพลิเคชัน มาแลกเปลี่ยนเป็นส่วนลดพิเศษต่างๆ ได้อีกด้วย

“เราเลือกใช้เทคโนโลยีที่เริ่มจะใช้กันแพร่หลาย จึงประยุกต์ใช้ได้เลยโดยลงทุนไม่สูงมาก แต่ยังคงเตรียมตัวสำหรับการแข่งขันระดับโลก โดยเฉพาะข้อมูลการตลาดที่ปัจจุบันใช้ข้อมูลของไทยเป็นหลัก ก็ต้องปรับให้เป็นภาพของตลาดโลก รวมถึงปรับกลยุทธ์การตลาดที่ต้องตอบโจทย์ให้ได้มากที่สุด ถูกใจกรรมการมากที่สุด” สมาชิกทีมแบรนด์สตรอง กล่าว

ทั้ง 3 สาวจะได้รับโอกาสไปแข่งขันต่อระดับโลก ณ กรุงปารีส ฝรั่งเศส ในวันที่ 16-17 พ.ค. นี้ เพื่อแข่งขันกับตัวแทนจาก 60 ประเทศทั่วโลก ซึ่งรางวัลชนะเลิศ 3 ประเภท ได้แก่ แบรินด์ เทคโนโลยี และซีเอสอาร์ เงินรางวัลรวมมูลค่ากว่า 3 หมื่นยูโร (ประมาณ 1.1 ล้านบาท)