



DIY Purse for Unique Ladies

Situation Analysis

- Social Factors
- Population Factors
- Economic Factors
- Law & Regulation Factors



Social Factors

Education



Buying Decision



Family

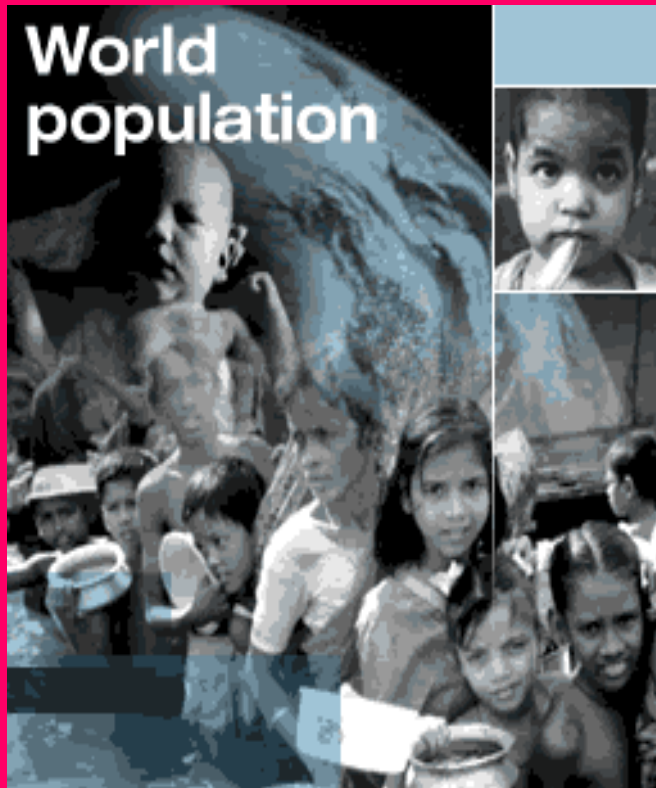


Culture



Population Factors

Population Growth



Age of Distribution



Economics Factors

Income Growth



Interest Rate



Law & Regulation Factors

Product Liability



Product Warranties



Why U-me?



- You may
- Umay เทพเจ้าแห่งความอุดมสมบูรณ์ และการให้ชีวิต และเป็นเทพเจ้าที่เป็นเพศหญิง
- คำภาษาญี่ปุ่น “U may” ซึ่งมีความหมายตรงกับคำว่า ความฝัน

Brand Personality

Excitement

U-me' ให้ความรู้สึกสนุกสนาน มีสีสัน มีเอกลักษณ์โดดเด่น มีชีวิตชีวา กระตือรือร้น สดใส เปิดเผย ขี้เล่น หลากหลาย มีจินตนาการ ความฝัน ไม่ซ้ำใครแต่เข้าใจทุกคน





STP

Targeting



Shopping spree



confidence energetic

Targeting

New experience, **Fresh idea!**

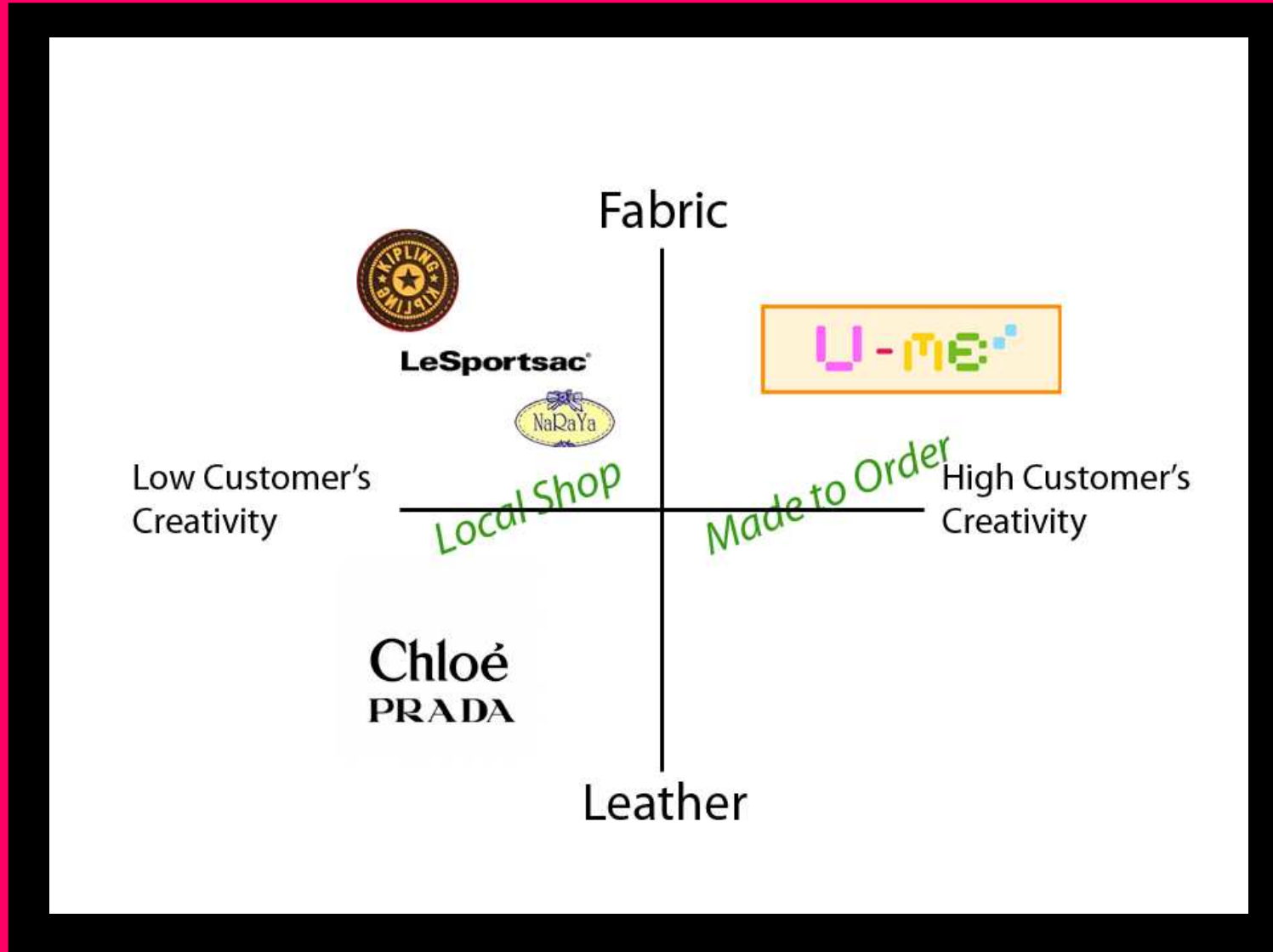


Fashionista



Socialize-Party girl

Positioning





4Ps

Product



From ordinary, mass production purses

Product



To be the DIY Purse for Unique Ladies



Service Offered by U-me'

- การรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต
- สาธิตการตกแต่งกระเป๋าด้วยตนเอง
- จัดแสดงสินค้าตัวอย่าง
- พนักงานให้คำปรึกษาในการเลือกซื้อ

Price-Captive product pricing

- **สินค้าหลัก** คือ กระเป๋าถือ ซึ่งจะตั้งราคาอยู่ในช่วง 100-500 บาท ขึ้นอยู่กับชนิดของกระเป๋า
- **Captive Product** คือ เครื่องตกแต่งกระเป๋า จะตั้งราคาแบ่งออกเป็น 2 ส่วนดังนี้

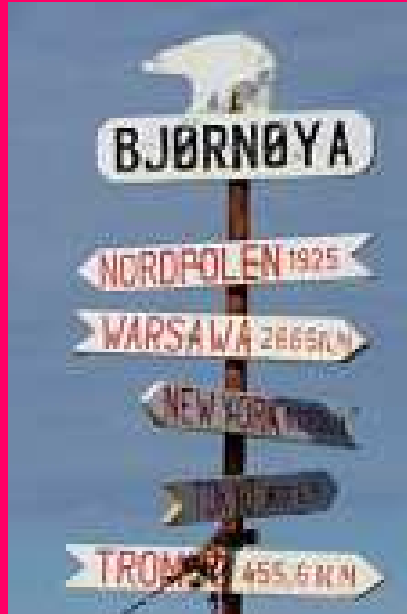


- เครื่องตกแต่งที่กำหนดเป็นชุด
- เครื่องตกแต่งที่แยกจำหน่าย โดยจะตั้งราคาตามจำนวนที่กำหนดไว้ เช่น ลูกบิด 100 เม็ด, ริปปิ้น 5 เส้น ฯลฯ

Place



Retail Site Selection



กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

Outshoppers ที่มีความนิยมซื้อสินค้าเป็นของฝาก โดยจะซื้อในปริมาณมากต่อการซื้อหนึ่งครั้ง การซื้อสินค้า **U-Me** เป็นของฝากก็จะสามารถแสดงตัวตนของผู้ซื้อ ด้วยเพราะจะเป็นผู้เลือกวัสดุตกแต่งเอง และเป็นสินค้าที่แสดงออกถึงความเป็นไทย เพราะใช้ผ้าไหมไทย



ทัศนคติของผู้บริโภคต่อการช้อปปิ้ง (Attitudes Towards Shopping)

- Shopping Enjoyment
- Attitudes toward Shopping Time
- Shifting Feeling About Retailing
- Why People Buy or Not on a Shopping Trip
- Attitudes by Market Segment



สินค้า **U-Me** จะกระตุ้นให้เกิดการซื้อจากการวาง
สินค้าโชว์หน้าร้าน และให้พนักงานขายมาช่วย
แนะนำสินค้า ทำให้ลูกค้าเกิดการซื้อโดยไม่ตั้งใจ
(**Completely unplanned**) โดยการ
จับตลาดลูกค้าเฉพาะกลุ่ม (**Concentrated
Marketing**)



Planned Shopping Centers

- มีโรงแรมชั้นนำอยู่บริเวณดังกล่าวเป็นจำนวนมาก



- อยู่ใจกลางเมือง มีการคมนาคมที่สะดวกสบาย



- มีพื้นที่จอดรถที่มีคุณภาพด้านความปลอดภัย

และมีจำนวนมากเพียงพอ



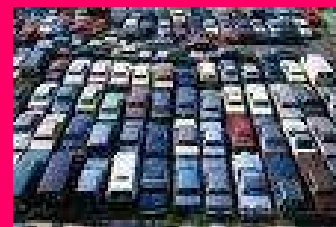
- เป็นสถานที่ที่สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับร้าน **U-Me**

ZEN



One-hundred Percent Location

- Pedestrian Traffic
- Vehicular Traffic
- Parking facilities



- Transportation



- Store Composition



- Specific Site

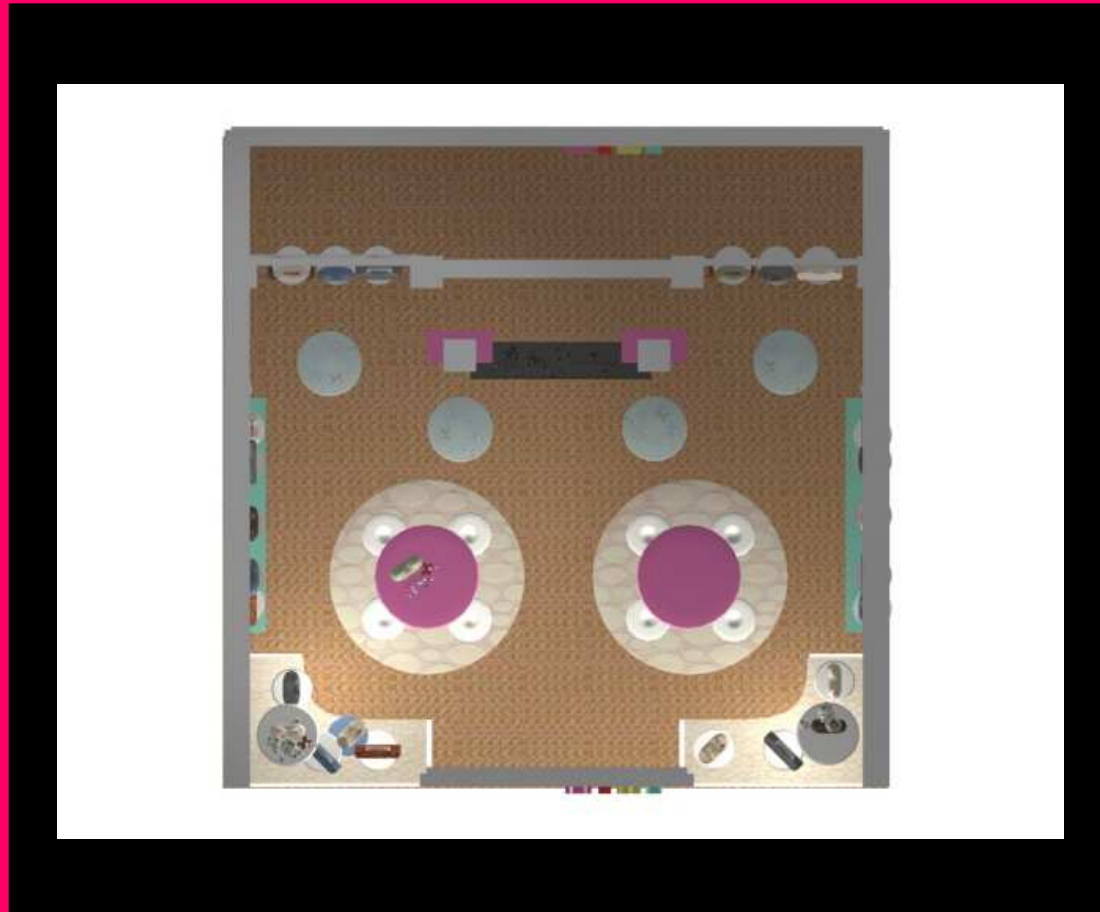


- Term of Occupancy



Store Layout & Design/Visual Merchandising

- **Store Plan**



Store Layout

- Purse selves



Store Layout

- Accessories selves



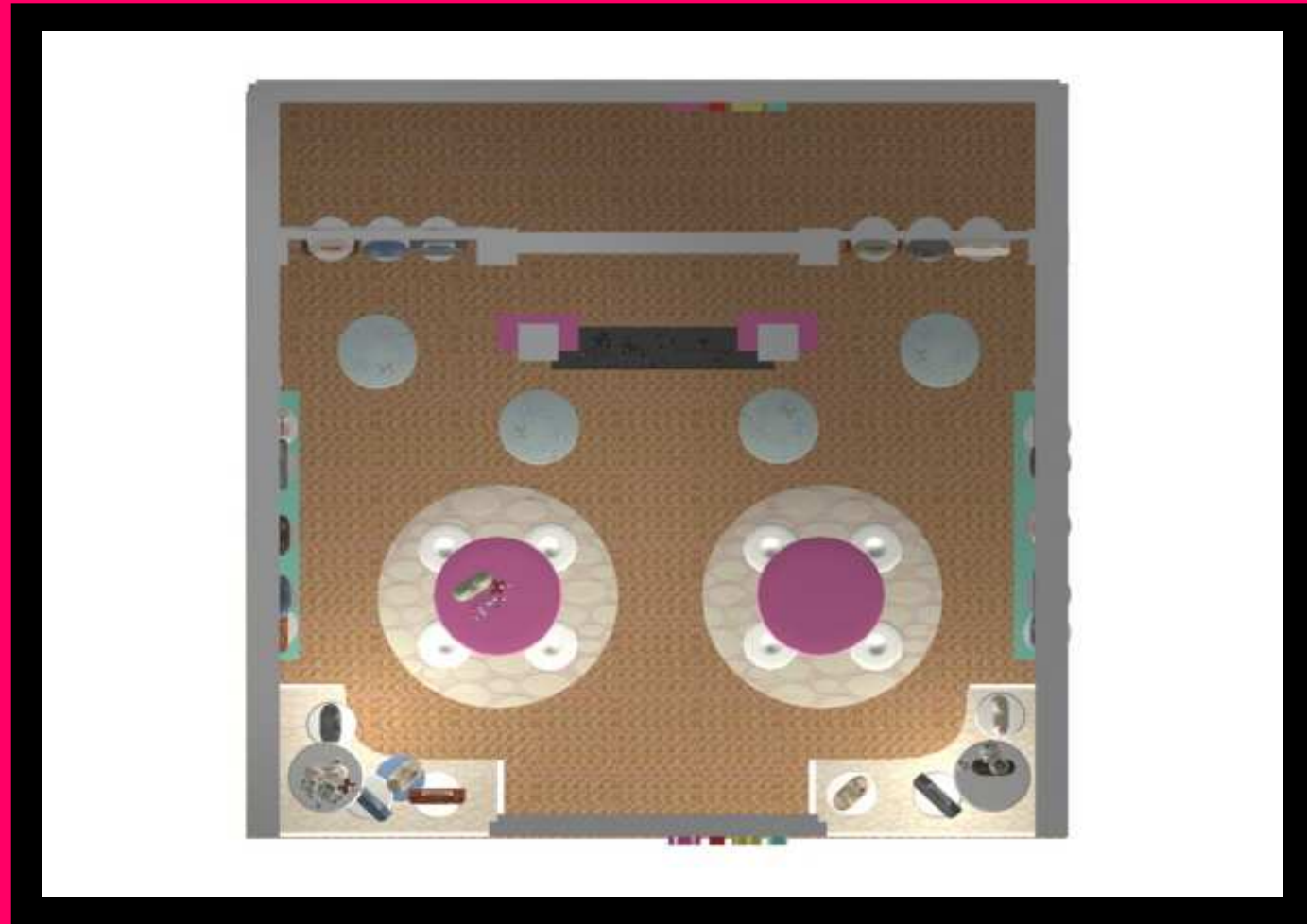
Store Layout

- **DIY private zone**



Store Layout

- Circulation



Fixture and Merchandise Presentation



Visual Merchandising



Store Design

Store Front



Store Design

Interior Design



Store Design

Sounds ,Smells ,Atmospherics



Branding Strategy : **Sensory Branding**

- Visual Identity
 - Package
 - Store Layout & Design
- Olfactory Identity
- Sonic Identity
- Unique Touch



Promotions/IMC

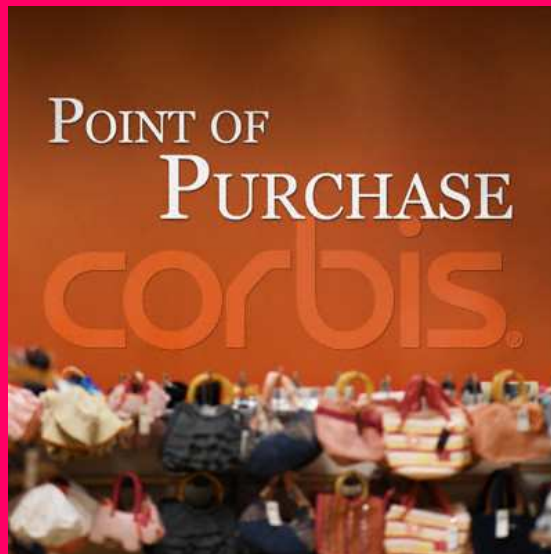
Store Layout and Design

Salesperson

Website; www.u-me.com

Mini magazine; “U-me Variety”

POP



Loyalty program



Sales promotions

Merchandise Planning

Bottom-Up approach

Advantages:

- Brand concept
- Contact point-salesperson
- Response to customers changes and trends
- Selective distribution channel



Merchandise Planning

Bottom-Up approach

CRM forms enable salesperson to plan merchandising effectively

ข้อมูลส่วนตัวลูกค้า			
ชื่อ			
เพศ			
อายุ			
เชื้อชาติ	ไทย	ประเทศ ต่างชาติ	
ที่อยู่			
Email			

CRM form con't

สีที่ชอบ						
แฟชั่นอินเทอร์เน็ต						
ข้อมูลการซื้อสินค้า	การซื้อครั้งที่					
กระเป๋า	สไตล์/รุ่น	สี	ขนาด/ทรง	ลาย/พื้น	จำนวน	
เครื่องตกแต่ง	สไตล์/รุ่น	สี	ขนาด/ทรง	ลาย/พื้น	จำนวน	
					รวมเงิน	
รายละเอียดอื่น	(ดูการเลือกของ)					
รสนิยมการซื้อ						

Assortment Planning

กระเป๋าสถิติคุณภาพสตรี 5 แบบ แบบละ 3 สี (15 SKUs)

แบบกระเป๋า	สี			ราคา
1.	ขาว	ดำ	เทา	100
2.	ชมพู	ม่วง	ครีม	200
3.	เหลือง	เขียว	ส้ม	300
4.	แดง	ทอง	ดำ	400
5.	ฟ้า	น้ำตาล	น้ำเงิน	500

Assortment Planning

เครื่องตกแต่งกระเป๋า ประเภทแยกจำหน่าย : ลูกบิด 10 เม็ด (40 SKUs)

แบบที่	1	2	3	4	5
สี	ขาว	ขาว	ขาว	ขาว	ขาว
	ดำ	ดำ	ดำ	ดำ	ดำ
	เขียว	เขียว	เขียว	เขียว	เขียว
	ชมพู	ชมพู	ชมพู	ชมพู	ชมพู
	ม่วง	ม่วง	ม่วง	ม่วง	ม่วง
	ส้ม	ส้ม	ส้ม	ส้ม	ส้ม
	ทอง	ทอง	ทอง	ทอง	ทอง
	แดง	แดง	แดง	แดง	แดง

Assortment Planning

ประเภทชุดสำเร็จ 5 แบบ (40 SKUs)

ชุดที่	1	2	3	4	5
สี	ขาว	ขาว	ขาว	ขาว	ขาว
	ดำ	ดำ	ดำ	ดำ	ดำ
	เขียว	เขียว	เขียว	เขียว	เขียว
	ชมพู	ชมพู	ชมพู	ชมพู	ชมพู
	ม่วง	ม่วง	ม่วง	ม่วง	ม่วง
	ส้ม	ส้ม	ส้ม	ส้ม	ส้ม
	ทอง	ทอง	ทอง	ทอง	ทอง
	แดง	แดง	แดง	แดง	แดง



Sales Forecast



Characteristics:

- Sales over many seasons Yes
- Sales of a specific style over many seasons No
- Sales vary dramatically from one season to the next Yes

Merchandise Budget Analysis

- Assumption

Average sales
per item



500



300

Total

800

The number of item

sold per phase(6 month)

1000

Cost per item

300

Parameters	P1	P2	P3	P4	Total
Sales	1000.00	2000.00	1500.00	2000.00	6500.00
BOM inventory		1500.00	2500.00	4000.00	8000.00
Inventory/Sales	0.00	0.75	1.67	2.00	
Markdown	80.00	140.00	110.00	120.00	450.00
MD to sales%	8.00	7.00	7.33	6.00	28.33
Other reduction	10.00	20.00	30.00	20.00	80.00
Initial markup	40.00	36.00	40.00	50.00	
planned purchase	1090.00	3020.00	3030.00	6020.00	13160.00
On-order	500.00	1000.00	1000.00	1000.00	3500.00
open to buy	590.00	1000.00	500.00	1000.00	3090.00

	P1	P2	P3	P4
Price per item	800	800	800	800
Item Sold	1000	2000	1500	2000
Sales	800,000	1,600,000	1,200,000	1,600,000
Cost of Goods Sold	300,000	600,000	450,000	600,000
Gross Margin	500,000	1,000,000	750,000	1,000,000
GMROI	1.111111	1.333333333	0.625	1.33333333
Average Inventory at cost	450000	750000	1200000	750000
Stock Turnover	0.666667	0.8	0.375	0.8
Stock on hand EOM	1500.00	2500.00	4000.00	2500
Stock -to - Sales Turnover	1.5	1.25	2.6666667	1.25

Information Technology

CRM ใช้เทคโนโลยีมาช่วยจัดการ

เก็บข้อมูลจากการพูดคุยกับ
ลูกค้าเกี่ยวกับการซื้อสินค้า
ภายในร้าน, รสนิยมการแต่งตัว,
และข้อมูลส่วนตัว โดยข้อมูล
ทั้งหมดจะอ้างอิงคู่กับข้อมูลการ
ซื้อสินค้าของลูกค้าในฝ่ายชำระ
เงิน

EPOS; Barcode



- Category management
- Payment
- Merchandise planning

Control Procedure

- In-store merchandise planning
- Space productivity & Return on space
- Check materials from suppliers



Ladies!



Thank you for shopping at

