ข่าวเรื่องกาแฟ_7/2553

ดังกิ้นฯปรับภาพลักษณ์ ชูร้านขายกาแฟคู่โดนัท

หนังสือพิมพ์แนวหน้า -- อังคารที่ 31 สิงหาคม 2553 06:55:33 น.

นายนาดิม ซาเวียร์ ซาลฮานี่ กรรมการผู้จัดการ บริษัท โกลเด้น โดนัท (ประเทศไทย) จำกัด ผู้บริหารร้าน"ดังกิ้น โดนัท" เปิดเผยว่า บริษัทจะมีการรุกธุรกิจมากขึ้น โดยได้ทุ่มงบประมาณกว่า 30 ล้านบาท เพื่อปรับภาพลักษณ์ใหม่ ให้เป็นผู้ให้บริการเครื่องกาแฟระดับบนควบคู่กับโดนัทหรือ ดังกิ้น คอฟฟี่ พร้อมเปิดตัวภาพยนตร์โฆษณาชุดใหม่เป็นครั้งแรกในรอบ 8 ปี พร้อมดึงนักแสดงเกาหลี "ลีมินโฮ"มาเป็นพรีเซ็นเตอร์

ทั้งนี้บริษัทได้ทดลองเปิดบริการดังกิ้น คอฟฟี่แล้วตั้งแต่เดือนมิถุนายนที่ผ่านมา และทยอยเปิดให้บริการในสาขาต่างๆของร้านดังกิ้น โดนัทไปแล้ว 150 สาขา เมื่อวันที่ 15 กรกฎาคมที่ผ่านมา จากปัจจุบันมีสาขาทั้งสิ้น 190 สาขา ภายใต้งบลงทุนกว่า 75 ล้านบาท คาดว่าสิ้นปี 2553 จะขยายร้านดังกิ้น โดนัทได้ครบ 200 สาขา ภายใต้งบลงทุนสาขาละ 2 ล้านบาท และปี 2554 จะขยายอีก 20 สาขา อย่างไรก็ตามแม้จะวางตำแหน่งดังกิ้น คอฟฟี่อยู่ในระดับบน แต่มีราคาต่ำกว่าคู่แข่ง 20-35%

นอกจากนี้บริษัทยังได้ทดลองขายเมล็ดกาแฟคั่วบดนำเข้าจากเกาหลี ภายใต้แบรนด์ "ดังกิ้น โดนัท" โดยมี 2 สูตร คือ ดังกิ้น ออริจินัล เบลนด์ ขนาด 250 กรัม ราคาถุงละ 275 บาท และดังกิ้น เอสเพรสโซ เบลนด์ ขนาด 250 กรัม ราคาถุงละ 350 บาท เพื่อสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง โดยตั้งเป้ายอดขายในส่วนของกาแฟสิ้นปี 2553 ที่ 50 ล้านบาท หรือมีสัดส่วน 16-17% ของยอดขายรวม และในปี 2554 คาดว่าจะเพิ่มเป็น 30%

แหล่งที่มา http://www.ryt9.com/s/nnd/974115 วันที่ 1 กันยายน 2553