

## ผลิตภัณฑ์ BSC



### The Market

ตั้งแต่ถือกำเนิดในปี 1998 BSC เติบโตอย่างไม่หยุดยั้ง ทั้งด้านการขยายสายผลิตภัณฑ์ และการเติบโตในส่วนแบ่งตลาดของผลิตภัณฑ์ ปัจจุบัน BSC ผลิตสินค้าหลายหมวด คือ เสื้อผ้าสตรีภายใต้ brand BSC และ BSC Wearever, เสื้อผ้าบุรุษ BSC EX, เสื้อผ้าวัยรุ่น BSC 2001, เสื้อผ้ากีฬา BSC Active, เครื่องสำอาง Arty Professional by BSC และ BSC Pure Care, ชุดเด็ก, กระเป๋า, รองเท้า, ชุดชั้นในชาย, ชุดชั้นในสตรี, ชุดว่ายน้ำ, ผ้าขนหนู และผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในครัวเรือน

BSC มีจุดจำหน่ายในประเทศทั่วทุกภาค และได้ขยายตลาดไปยังประเทศสิงคโปร์ และประเทศอิหร่าน และมีความมุ่งหมายจะขยายตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง

### Commitment

BSC มุ่งเน้นให้รูปแบบสินค้าทันสมัย คุณภาพดี เพื่อให้ผู้ซื้อได้ผลิตภัณฑ์ที่คุ้มค่าเกินราคา

BSC เป็น Brand ที่มุ่งสนองลูกค้าหนุ่ม - สาว ในกลุ่มวัยทำงาน มีความหลากหลายในการดำเนินชีวิต และคาดหวังว่า BSC จะเติบโตเคียงคู่ไปกับกลุ่มบุคคลเหล่านี้ ในขณะที่เดียวกันก็ไม่หยุดยั้งที่จะศึกษาและพัฒนาสินค้าเพื่อตอบสนองกลุ่มลูกค้ารุ่นใหม่ต่อไป

คุณภาพ รูปแบบสินค้า การพัฒนาอย่างไม่หยุดยั้ง และการบริการที่ดีเยี่ยมยังคงเป็นหัวใจสำคัญเพื่อสนองตอบความต้องการของลูกค้าและ BSC ยังคงยึดถือเป็นปรัชญาการทำงานอย่างเหนียวแน่น

### Promotion

เพื่อให้ BSC Brand เป็นที่รู้จักกว้างขวางยิ่งขึ้น และสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าที่มีอยู่ในปัจจุบัน BSC ทำการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง ในรูปแบบของ Corporate Image ด้วยการสนับสนุนการประกวดนางสาวไทยยุคใหม่ การประกวด Elite Model Thailand และการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ที่มีคุณภาพทั้งหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ และแมกกาซีนชั้นนำต่างๆ กิจกรรมส่งเสริมการขายต่างๆ และโปรแกรมสะสมยอดซื้อรวมในทุกหมวดสินค้า BSC เพื่อแนะนำให้ลูกค้า BSC ได้รู้จักสินค้าต่างๆ ของ BSC หลากหลายมากขึ้น

ในปี 2004 นี้ BSC จะเพิ่มการ Promotion สินค้าในภาพรวมมากขึ้น โดยจะจัดพื้นที่ขายรวมทุกผลิตภัณฑ์ในห้างสรรพสินค้าชั้นนำในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด ซึ่งมีผลิตภัณฑ์ BSC จำหน่ายอยู่ ควบคู่กับรายการชิงโชคใหญ่

เพื่อสนองนโยบายของรัฐบาลที่จะส่งเสริมให้สินค้าไทยที่มีตราสินค้าเป็นของตนเองเป็นที่รู้จักในตลาดต่างประเทศ และให้สินค้า Namebrand มีโอกาสขยายตลาดไปต่างประเทศได้มากกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ตามโครงการ "Bangkok Fashion City" ซึ่งเริ่มต้นในปี 2004 BSC ได้เป็นหนึ่งในกลุ่มสินค้ากลุ่มแรกที่จะได้ร่วมกับภาครัฐบาลในโครงการนี้ โดยร่วมกับสินค้า Namebrand อื่นๆ ในงาน Bangkok Fashion City Extravaganza 2004 ในเดือนกุมภาพันธ์ ซึ่งจะมีการประชาสัมพันธ์โดยสื่อต่างประเทศทั่วโลก และโครงการต่อเนื่องทั้งในระยะสั้นและระยะยาว เช่น การจัดแสดงสินค้าในต่างประเทศ และอื่นๆ ทั้งนี้จะทำให้ BSC ขยายตลาดไปในต่างประเทศได้รวดเร็วยิ่งขึ้น



## The Market

Since its establishment in 1998, BSC has grown consistently, expanding its product lines and product market share. Currently, BSC is the manufacturer of many product categories: ladies' wear under the BSC brand and BSC Wearever, BSC EX men's wear, BSC 2001 teen wear, BSC Active sports wear, Arty Professional by BSC cosmetics, and BSC Pure Care, including children's wear, handbags, footwear, men's underwear, lingerie, swimwear, towels, linen and household products.

BSC has nationwide points of sale in all regions, and has expanded its market to Singapore and Iran and is constantly aiming to expand its market domestically and internationally.

## Commitment

BSC aims for modern and trendy product design and good product quality in order to give consumers the best value for price.

BSC is a brand that aims to serve young working consumers with a variety of lifestyles. It is expected that BSC will grow side by side with those target consumers, and in the meantime, will carry on its research and development continuously to respond to the needs of the new generations to come.

Quality, product design, constant product development and excellent service are key attributes in the response to consumer needs, which BSC upholds as our unfailing corporate philosophy.

## Promotion

In order to make the BSC brand wider known and give more confidence to its current customers, BSC has regularly undertaken publicity and advertising campaigns appropriate to the corporate image, by sponsoring the newera Miss Thailand Pageant, the Elite Model Thailand Contest and advertising in the media of newspapers, television and leading Fashion magazines, as well as a variety of sale promotions and accumulated sales campaigns under all BSC product categories, with the aim of exposing BSC products to more consumer awareness.

In 2004, BSC is looking to increase its overall product promotion by setting up central displays to sell the full range products at leading department stores that already carry BSC in Bangkok and upcountry, in conjunction with campaigns for winning big prizes.

In response to the government's policy to promote national brand name products on the international market and to give a better opportunity to national brand name products to expand in the international market, under the Bangkok Fashion City Campaign, which was launched in early 2004, BSC is among the pioneer products that have joined hands with the Government in this campaign by displaying its brand name products at the Bangkok Fashion City Extravaganza 2004 which was held in February. The campaign was widely also be covered and publicized by the foreign media, together with ongoing short-term and long-term campaigns, such as overseas trade fairs and exhibitions, etc. These will expedite BSC's expansion into overseas markets.

