

กิฟฟารีน ทุ่มงบกว่า 100 ล้านบาท รักษาแชมป์ MLM สัญชาติไทยอันดับ 1 พร้อมขยายฐานลูกค้าสู่ คนรุ่นใหม่

(17 มิถุนายน 2556; ศูนย์ธุรกิจกิฟฟารีน สาขาพหลโยธิน) บริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด ทุ่มงบการตลาดกว่า 100 ล้านบาท รุกตลาดครึ่งปีหลัง เปิดตัวภาพยนตร์โฆษณาชุดใหม่ 3 เรื่อง เพื่อต่อยอดภาพลักษณ์ทางธุรกิจ พร้อมก้าวเข้าสู่ปีที่ 18 อย่างมั่นคง หวังกลุ่มเป้าหมายใหม่และการขยายเครือข่ายไปสู่คนรุ่นใหม่ พร้อมกระตุ้นผู้สมัครใหม่ให้ใช้สินค้าอย่างต่อเนื่องด้วยโปรโมชั่นและแคมเปญต่างๆ ตั้งเป้ายอดขายสิ้นปี 6,500 ล้านบาท เพิ่ม 10% คืนผู้นำธุรกิจกิฟฟารีน 45%



แพทย์หญิงนลินี ไพบูลย์ ประธานกรรมการ บริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด เปิดเผยว่า “ตลอดเวลา 17 ปี ที่กิฟฟารีนได้ดำเนินธุรกิจเครือข่ายหลายชั้น และมอบโอกาสทางธุรกิจให้แก่คนไทยหลายแสนครอบครัว และมีผู้ที่ประสบความสำเร็จจนสามารถพลิกชีวิตสู่ความสุข ความมั่งคั่งจากธุรกิจ กิฟฟารีนได้เป็นจำนวนมาก อีกทั้งยังเป็นธุรกิจเครือข่ายของคนไทยที่มียอดจำหน่ายสูงสุดและเป็นบริษัทเอ็มแอลเอ็มสัญชาติไทยหนึ่งเดียวในโลกที่ติดอันดับ 56 ใน ท็อป 100 ของสมาพันธ์การขายตรงโลก (WFDSA) ประจำปี 2011 และได้รับการันตีด้วยการโหวตให้เป็นสุดยอดแบรนด์ (Superbrands Award) ถึง 4 ปีซ้อน พร้อมให้ผลตอบแทนคืนกลับสู่สมาชิกกิฟฟารีนที่สูงที่สุดในประเทศไทย จากยอดจำหน่ายรวมถึงปัจจุบัน 52,000 ล้านบาท มอบให้นักธุรกิจ 24,000 ล้านบาท

ความสำเร็จของนักธุรกิจกิฟฟารีนทุกคน และการนำเสนอผลิตภัณฑ์คุณภาพสู่ผู้บริโภคนับล้าน คือ บทพิสูจน์แห่งความภาคภูมิใจของกิฟฟารีนที่ได้เป็นส่วนหนึ่งในการสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้แก่คนไทย ด้วยผลิตภัณฑ์คุณภาพหลากหลาย ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เพื่อความงามและของใช้ส่วนตัว ผลิตภัณฑ์สำหรับเด็กและทารก ผลิตภัณฑ์ของใช้ในบ้านทั่วไป ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและคุณภาพชีวิต และผลิตภัณฑ์อาหาร รวมทั้งสิ้นกว่า 2,000 รายการ ที่สามารถเข้าไปเติมเต็มชีวิตประจำวันของสมาชิกผู้บริโภคกว่า 6.5 ล้านรหัส ปัจจุบันกิฟฟารีนมีศูนย์ธุรกิจตั้งอยู่ในประเทศไทย รวม 113 สาขา และต่างประเทศมากกว่า 30 สาขา พร้อมทั้งมีบริการเดลิเวอรี่ส่งสินค้าถึงมือผู้บริโภคในทุกภูมิภาคทั่วประเทศ”

คุณพงศ์พสุ อุณาพรหม ผู้อำนวยการใหญ่สายงานการตลาด บริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด เผยว่า “สำหรับทิศทางการตลาดโดยรวมในปี 2556 นี้ กิฟฟารีนได้ตั้งเป้ายอดขายไว้ที่ 6,500 ล้านบาท โดยทุ่มงบการตลาดถึง 100 ล้านบาท ผ่านภาพยนตร์โฆษณาซีรีส์ 3 ชุด เรื่อง “WE” “TRUST” และ “SUPPORT” ภายใต้

แนวคิด ความตั้งใจจริงของธุรกิจที่ดำเนินมานานกว่า 17 ปี พร้อมสัญญาว่าจะทำให้ทุกท่านได้มีโอกาสเป็นเจ้าของในสิ่งที่ตัวเองสร้าง และมีโอกาสสร้างในสิ่งที่ตัวเองเป็นเจ้าของ โดยบริษัทมีความพร้อมที่จะสนับสนุนสมาชิกทุกท่านให้ประสบความสำเร็จได้อย่างง่ายดาย และใช้เวลาไม่นาน โดยภาพยนตร์โฆษณาทั้ง 3 เรื่อง เน้นในเรื่องการสร้างภาพลักษณ์ทางธุรกิจ ผ่านเครื่องมือทางการตลาดแบบครบวงจร ทั้ง Above the line และ Below the line โดยเฉพาะ “กิฟฟารีน แชนแนล” ที่พร้อมออนไลน์ตลอด 24 ชั่วโมง ทางอินเทอร์เน็ต เพื่อแสวงหากลุ่มเป้าหมายใหม่และการขยายเครือข่ายไปสู่คนรุ่นใหม่ พร้อมทั้งกระตุ้นผู้สมัครใหม่ให้ใช้สินค้าอย่างต่อเนื่องด้วยโปรโมชั่นและแคมเปญต่างๆ ตลอดจนการตอบแทนผลกำไรคืนสู่สมาชิกในรูปแบบใหม่ๆ

พร้อมกันนี้ยังแนะนำผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่น และสามารถครองใจผู้บริโภคตลอดมา ได้แก่ กิฟฟารีนอะบาโลน คอลลาเจน กิฟฟารีน อะบาโลน คอลลาเจน โกลด์ กิฟฟารีน กลูต้า เคอร์คิวมา ซี-อี กิฟฟารีน อะบาโลน เฟล็กซ์ ดริงค์ และชุดผลิตภัณฑ์เอดดัลไวส์ซีรี่ส์