

กิลาโรช เปิดตัวชุดชั้นใน และชุดว่ายน้ำสตรี อัลด 20 ล้าน ทำพีอาร์ดันยอดขายเติบโต 20 %

กิลา โรช (Guy Laroche) แปรนดต์ดังจากฝรั่งเศส ภายใต้การดูแลของ บมจ.โอซีซีเผยทุ่มงบ 20 ล้าน ทำตลาด ชุดชั้นใน และชุดว่ายน้ำสำหรับผู้หญิง ตั้งเป้าหมายเติบโต 20 % พร้อมจัดแพชั่นโชว์ the Romantic journey เปิดตัวชุดชั้นใน และชุดว่ายน้ำคอลเลคชั่นใหม่อย่างตระการตาต้อนรับซัมเมอร์ 2013 ณ บริเวณ ชั้น 3 ศูนย์การค้าสยามพารากอน



ธีรดา อัมพันวงษ์ CEO และประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บมจ. โอซีซี เปิดเผยว่า “ชุดชั้นใน และชุดว่ายน้ำสตรี กิลาโรช คือ แปรนดต์สินค้าคุณภาพสูงจากฝรั่งเศส และได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากผู้บริโภคมาโดยตลอด อายุของ แปรนดต์ก้าวล่วงเข้าสู่ปีที่ 92 แล้ว ในอุตสาหกรรมชุดชั้นใน และชุดว่ายน้ำฝั่งยุโรป สำหรับประเทศไทย กิลาโรช วางจำหน่ายมายาวนานกว่า 35 ปี ปัจจุบัน แซร์สัด ส่วนในสนามแข่งขันชุดชั้นใน อยู่ที่ 18% และชุดว่ายน้ำ อยู่ที่ 15% ของตลาด มั่นใจว่าคุณภาพของสินค้าที่อยู่ในระดับ Premium ซึ่งสร้างสรรค์ภายใต้แนวคิดที่ได้มาตรฐานจาก ฝรั่งเศส และดีไซน์ที่มีความเรียบโก้ ล้ำสมัย ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของแปรนดต์คือ จุดแข็งที่ทำให้ชุดชั้นใน และชุดว่ายน้ำของ กิลาโรช ทำตัวเลขเติบโตสูงขึ้นตามเป้าหมายมาโดยตลอด สำหรับปี 2013 กิลาโรช ได้วางกลยุทธ์ทางการตลาดไว้อย่างแข็งแกร่ง นำนโยบายของท่านประธานเครือสหพัฒน์ ที่ชี้แนะให้เตรียมความพร้อมทุกด้านเพื่อรองรับเออีซีที่จะเปิดในปี 2015 มาเป็นแนวทาง โดยศึกษาแนวโน้มของตลาด เพื่อวางแผนเชิงรุก มีการพัฒนา และปรับเปลี่ยนรูปแบบของสินค้าให้เหมาะสมกับผู้หญิงเอเชีย และสภาพอากาศในบ้านเรา เพิ่มไลน์สินค้าเอาใจสาววัยรุ่น และนักท่องเที่ยว เพื่อขยายฐานลูกค้ากลุ่มใหม่ โดยคอนเซ็ปต์ทั้งชุดชั้นใน และชุดว่ายน้ำในปีนี้เป็นคือ ‘The Romantic journey’ ซึ่งได้รับแรงบันดาลใจมาจากความงดงามอันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ที่ได้รับการจัดอันดับว่าโรแมนติกที่สุดในโลก เรามองว่าทั้งชุดชั้นใน และชุดว่ายน้ำเป็นสินค้าที่ไม่มี Seasons สามารถสวมใส่ได้ตลอดเวลา โดยเฉพาะชุดว่ายน้ำสำหรับเมืองร้อนอย่างบ้านเรา สาวๆ ก็ไม่ได้ใส่เพื่อต้องการจะว่ายน้ำเพียงอย่างเดียว แต่ยังใส่เพื่อให้ร่างกายรู้สึกสบายในโอกาสที่ไปพักผ่อนริมชายหาดด้วย โดยในเดือนมกราคม และ กุมภาพันธ์ ที่ผ่านมา กิลาโรช ได้ปล่อยชุดชั้นใน และชุดว่ายน้ำคอลเลคชั่น ‘Venice’ ออกสู่ตลาด ดึงความสวยงามของสถาปัตยกรรมเมืองเวนิส ความอ่อนหวานของดอกกุหลาบเมืองหนาว และลวดลายกราฟิกที่เป็นเอกลักษณ์ของ กิลาโรช ฝรั่งเศส มาสร้างสรรค์ชุดชั้นใน 20 รูปแบบ และชุดว่ายน้ำ 30 รูปแบบ ในคอลเลคชั่นนี้ แบ่งกลุ่มสินค้าออกเป็น 3 เซ็กเมนต์ตอบโจทย์ Life Style ที่แตกต่างของลูกค้า 3 กลุ่ม คือ The Original ซึ่งเป็นรูปแบบ Signature ของแปรนดต์ มีดีไซน์ที่เรียบโก้ หูหระ และทันสมัย The Basic เป็นดีไซน์ที่มีความคลาสสิก สามารถใช้ได้ทุกโอกาส

และ The Fabulous ดีไซน์ที่ผสมผสานความเช็กซี เทรนด์แฟชั่น ความสนุกสนานของสีสนัและลวดลายไว้ด้วยกัน
อย่างลงตัวซึ่งในปีนี้ กิลาโรซตั้งใจคอลเลคชั่นค้าออกสู่ตลาดถึง 8คอลเลคชั่น คาดว่าจะสามารถ
แชร์ส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นได้อีก 10 % และดันตัวเลขยอดขายรวมของทั้งปีให้สูงขึ้นอีก 20%

“สำหรับซัมเมอร์ 2013 นี้ กิลาโรซได้เปิดตัวคอลเลคชั่นใหม่คือ ‘Maldives’ ที่ทั้งชุดชั้นใน และชุดว่ายน้ำในคอ
ลเลคชั่นนี้จะมีความโมเดิร์นและเช็กซีเป็นพิเศษ เพื่อให้สอดคล้องกับความร้อนแรงของฤดูกาลซัมเมอร์ในบ้านเรา
ด้วยสีสนัและดีไซน์ที่มีกลิ่นไอของท้องทะเลที่เต็มไปด้วยมนต์เสน่ห์อย่างมัลดีฟชุดชั้นในสร้างสรรค์ไว้ถึง 20 รูปแบบ
เน้นการใช้ผ้าซาตินคุณภาพสูงที่ช่วยให้สวมใส่เย็นสบาย ตกแต่งด้วยผ้าลูกไม้หลากลวดลายจากฝรั่งเศส เพิ่มสีสนัที่
มีความโดดเด่นอย่างสีม่วงเข้ม และสีฟ้าน้ำทะเลไว้ในคอลเลคชั่นนี้ด้วย ส่วนชุดว่ายน้ำสร้างสรรค์ไว้ถึง 30 รูปแบบ
ทั้งวันพีช และทูพีชเนื้อผ้ามีความพิเศษคือด้านทานความร้อนดี ส่งผลให้ร่างกายรู้สึกผ่อนคลายทุกครั้งทีสวมใส่
ที่สำคัญดีไซน์ในคอลเลคชั่นนี้สามารถนำมา Mix & Match เพื่อค้นหาสไตล์ในแบบที่ลูกค้านชอบได้อย่าง
สนุกสนานโดยสินค้าทั้งสองกลุ่มได้เพิ่มความมั่นใจให้กับหญิงสาวด้วย mold Push Up นวัตกรรมล่าสุดจากฝรั่งเศส
แผ่นฟองน้ำที่แตกต่างจากฟองน้ำทั่วไป เพราะมีความยืดหยุ่นสูงกว่า ระบายอากาศได้ดี แนบสนิทไปกับเนื้อผ้าโดยไร้
ร่องรอยมีประสิทธิภาพในการยกกระชับทรงอกให้แลดูชิด และอวบอิมขึ้นได้จริง พร้อมกันนี้ยังได้จัดงานแฟชั่น
โชว์**the Romantic journey** นำนางแบบกว่า 10 ชีวิต ร่วมเปิดตัวชุดชั้นใน และชุดว่ายน้ำคอลเลคชั่น
‘Maldives’ เพื่อต้อนรับซัมเมอร์นี้อย่างเป็นทางการ ณ ศูนย์การค้าสยามพารากอนซึ่งทั้งชุดว่ายน้ำและชุดชั้นในยัง
คงยึดแนวทางการดีไซน์ที่ตอบสนองผู้บริโภคทั้ง 3 กลุ่มเช่นเดิมโดยจะวางจำหน่ายคอลเลคชั่นดังกล่าวครบทุกจุด
ขายปลายเดือนมีนาคมนี้ ซึ่งปัจจุบันกิลาโรซมีจุดขายสำหรับชุดชั้นในอยู่ 80 จุด และชุดว่ายน้ำ 55 จุด ทั่วประเทศ
และมีแผนที่จะขยายช่องทางการจำหน่ายเพิ่มอีก 8 จุดเน้นพื้นที่ในห้างสรรพสินค้าเขตหัวเมืองใหญ่เพื่อรองรับ
กลุ่มลูกค้าในพื้นที่และนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาพักผ่อนอาทิ อุตรธานี อยุธยา และกาญจนบุรี เป็นต้น

“ในส่วนของงบประมาณทางการตลาดปีนี้กิลาโรซวางตัวเลขไว้ 20ล้านบาท เพื่อทำการตลาดเชิงรุก พัฒนาสินค้า
ออกมาอย่างต่อเนื่องมีแผนการทำสื่อโฆษณา-ประชาสัมพันธ์ทุกช่องทางครอบคลุมทั้ง Above The Line และ
Below The Line ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ อาทิหนังสือพิมพ์ นิตยสารชั้นนำLeaflet และ Brochure รวมถึงสื่อออนไลน์ซึ่งถือ
เป็นช่องทางสำคัญที่เข้าถึงผู้บริโภคได้มากที่สุดอีกช่องทางหนึ่งตอนนี้ รายการโทรทัศน์ที่นำเสนอสาระด้านแฟชั่น
และความงาม โดยโฆษณาสินค้าในรูปแบบ Tie-in และร่วมสนับสนุนกิจกรรมการประกวดระดับประเทศอาทิเวทีมี
สไทยแลนด์เวิร์ลทางช่อง 3 และมีสแกรนด์ ไทยแลนด์ ทางช่อง 7 เป็นต้นนอกจากนี้ยังจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย
เพื่อสร้างการรับรู้และกระตุ้น ยอดขายให้เติบโต โดยล๊อปไปกับทุกคอลเลคชั่นของสินค้า อาทิในคอลเลคชั่นล่าสุด
‘Maldives’ซึ่งคาดว่าจะวางจำหน่ายอยู่ในระยะเวลา 3 เดือน(มี.ค - พ.ค)กิลาโรซจัดรายการสมนาคุณพิเศษคือซื้อ
สินค้าครบ 1,500 บาท รับฟรีโลชั่นบำรุงผิว กิลาโรซ จากฝรั่งเศส มูลค่า 300 บาท หรือซื้อสินค้าครบ 2,500 บาท
รับฟรีกระเป๋า Summer Bag หลากสีสนัมูลค่า 690 บาท หรือซื้อสินค้าครบ 3,000 บาทลดทันที 30% เป็นต้น
นอกจากนี้เรายังปันรายได้ 10 % จากการจำหน่ายชุดชั้นใน และชุดว่ายน้ำคอลเลคชั่นดังกล่าว มอบให้กับ บ้านพัก

ถูกเงินหญิง โดยสมาคมส่งเสริมสถานภาพสตรี ในพระอุปถัมภ์ พระเจ้าวรวงศ์เธอ พระองค์เจ้า โสมสวลี พระวรรา
ชาทิหนักตามาตุอีกด้วย” คุณธีรดา กล่าว