

กิ๊ กิ๊ ลาโรช ชุกलयุทธ์การตลาด เอาใจหนุ่มวัย เทรนต์ดี สร้างจุดเด่นและความแตกต่าง พร้อมขยาย ฐานลูกค้าให้กับ กิ๊ กิ๊ ลาโรช



Guy Guy Laroche (กิ๊ กิ๊ ลาโรช) หนึ่งในกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายชายชั้นนำจากประเทศฝรั่งเศส ได้เตรียมจัดการประกวด **U-Guy (ยู-กิ๊) ปี 3** กับก้าวอันสำคัญสู่การเป็น ‘*แบรนด์ฟรีเซ็นเตอร์*’ ให้กับ **กิ๊ กิ๊ ลาโรช** ผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายชายสำหรับหนุ่มรุ่นใหม่วัยเทรนต์ดีภายใต้แบรนด์ **Guy Laroche (กิ๊ ลาโรช)** พร้อมแจ้งเกิดในวงการนายแบบอาชีพไทย

สืบเนื่องจากผลตอบรับและความสำเร็จจากการประกวดใน 2 ปีที่ผ่านมา **การประกวด ยู-กิ๊** ถือเป็นหนึ่งในการแคมเปญสำคัญที่ทาง **กิ๊ กิ๊ ลาโรช** ได้พัฒนาจากโครงการนำร่องให้เป็นงานประกวดประจำปี โดยเปิดโอกาสให้นักศึกษาจากทั่วประเทศ อายุระหว่าง 18 – 25 ปี ที่มีบุคลิกดี มีสไตล์ มีความสามารถ และกล้าที่จะก้าวสู่วัยทำงานเป็นครั้งแรกในชีวิต หรือ ‘*First Jobbers*’ ให้เข้ามาประกวด เพื่อค้นหาประสบการณ์

โดยทางแบรนด์ฯ จะทำการคัดเลือกจาก สถาบันการศึกษาจากทุกภูมิภาคทั่วประเทศจนได้ผู้เข้ารอบ 12 คนสุดท้าย ซึ่งใช้เวลานานถึง 4 เดือน (*เริ่มตั้งแต่เดือนกันยายน*) คัดเลือกสุดยอดนายแบบจากทั้ง 5 ภูมิภาค เพื่อเข้าชิง-รอบตัดสินในกรุงเทพฯ ในเดือนมกราคม 2556 โดยผู้ชนะเลิศปีนี้ จะได้รับรางวัลเงินสดและรางวัลอื่น ๆ จากผู้สนับสนุนหลัก อาทิ *ทีรักสตูดิโอ, เมเจอร์ซีเน็คเพค ฯลฯ* ซึ่งมีมูลค่ารวมกว่า **แปดแสนบาท** พร้อมได้รับโอกาสถ่ายแบบลงนิตยสารแฟชั่นชั้นนำของไทย

เพื่อให้ลูกค้าของแบรนด์ดั้งและเหล่า “*แฟชั่นนิสต้า*” ที่หลงใหลในวงการแฟชั่น ได้มีส่วนร่วมในการประกวดในปีนี ทางผู้จัดฯ ได้เตรียมจัดกิจกรรมเสริมพิเศษในช่วงเดือนธันวาคม ศกนี้ โดยเปิดโอกาสให้ประชาชนทั่วไปสามารถลงคะแนนโหวตให้กับ 12 หนุ่มหล่อในดวงใจที่เข้ารอบสุดท้ายผ่านทางเว็บไซต์ www.metro-society.com ซึ่งเป็นหนึ่งในผู้สนับสนุนหลักในการประกวด **U-Guy** โดยนายแบบที่ได้รับผลโหวตมากที่สุดจะได้รับตำแหน่ง ‘*Popular Vote*’ หรือ “*ขวัญใจมหาชน*” พร้อมรางวัลเงินสดและรางวัลต่าง ๆ มากมายมูลค่า 20,000.00 บาทไปครอง โดยผลโหวตที่ได้รับจะคิดเป็นอัตราส่วน 10 เปอร์เซ็นต์ของคะแนนทั้งหมด ส่วนทุกท่านที่ได้ร่วมกิจกรรมฯ พิเศษนี้ ยังได้รับสิทธิ์ลุ้นรางวัลต่าง ๆ รวมถึง Gift Voucher มูลค่า 2,000.00 บาท จาก ผลิตภัณฑ์ **กิ๊ กิ๊ ลาโรช**

นางกิตยาภรณ์ ชัยถาวรเสถียร ผู้อำนวยการฝ่าย D กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายชาย **กิ๊ ลาโรช** บริษัท ไอ.ซี.ซี.

อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) เผยว่า ‘ในช่วง 1 – 2 ปีนี้ต่อจากนี้ เราจะเห็นภาพลักษณ์และความเคลื่อนไหวของกลุ่มผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ **Guy Laroche** ที่ชัดเจนมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการเปิดแฟลกชิพสโตร์ (Flagship Store) ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ **Guy Laroche** เป็นแห่งแรกในประเทศไทย ณ ศูนย์การค้าเมกา บางนา ซึ่งเป็นห้างสรรพสินค้าที่ใหญ่ที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ในช่วงเดือนพฤษภาคมที่ผ่านมา’

คุณสุชาติ ลายลักษณ์ศิริ ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่าย D กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายชาย **กิ ลาโรช** ได้กล่าวเสริมเกี่ยวกับแผนการขับเคลื่อนทางการตลาดในทิศทางเชิงรุกว่า ‘ในปีนี้ เราได้วางแนวทางการตลาดให้ครอบคลุมทั้งด้านผลิตภัณฑ์ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย กิจกรรมทางการตลาดและกิจกรรมเพื่อสังคม โดยกลยุทธ์ทางด้านผลิตภัณฑ์ แคมเปญการประกวดหนุ่ม **U-Guy by Guy Guy Laroche** จะมีจัดอย่างต่อเนื่อง เพื่อเฟ้นหา “แบรนด์พรีเซ็นเตอร์” ให้กับสินค้าแบรนด์ **กิ ลาโรช** ผลิตภัณฑ์ที่ทำคนรุ่นใหม่ให้กล้าค้นหาประสบการณ์ใหม่ให้กับชีวิต พร้อมสานฝันของตัวเองให้เป็นจริง ในส่วนของการยกระดับการประกวด **ยู-กิ** สู่มหาวิทยาลัยเพื่อนบ้านนั้น ทางแบรนด์ฯ ได้มีการเจรจากับพันธมิตรคู่ค้าถึงความเป็นไปได้และเงื่อนไขในการดำเนินการประกวด **U-Guy** ในแต่ละประเทศ

โดยหลังจากการประกวดในรอบชิงชนะเลิศในเดือนมกราคม 2566 ทางแบรนด์ดังจากประเทศฝรั่งเศสได้เตรียมส่งแคมเปญย่อย เพื่อต่อยอดและต่อยอดความพิเศษของแคมเปญการประกวด **ยู-กิ**

- แคมเปญ **U-Guy Collection** คือการออกคอลเลกชันชุดพิเศษ เพื่อให้ตรงกับความต้องการและรสนิยมของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่เป็นนักศึกษาในมหาวิทยาลัย พร้อมส่งเสริมภาพลักษณ์ของแบรนด์และสินค้าให้มีความชัดเจนมากขึ้น โดยผ่านแบรนด์พรีเซ็นเตอร์คนใหม่
- แคมเปญ **The First Jobber** เพื่อเจาะกลุ่มลูกค้านักศึกษาในระดับมหาวิทยาลัยที่เรียนจบใหม่และกำลังเข้าสู่การทำงานเป็นครั้งแรก ภายใต้คอนเซ็ปต์ ‘How to dress for success as a first jobber?’ โดยทางแบรนด์ฯ จะให้คำแนะนำและสอนเทคนิคการแต่งตัวให้ดูดี พร้อมเริ่มต้นชีวิตวัยทำงานด้วยความมั่นใจขึ้น

นอกจากแผนการตลาดเชิงรุกข้างต้น ผู้บริหารยังเล็งเห็นถึงความสำคัญของการสร้างความแข็งแกร่งทางธุรกิจด้วยการขยายความร่วมมือกับพันธมิตรในกลุ่ม โดยคาดว่าจะทำให้กลุ่มผลิตภัณฑ์ **กิ ลาโรช** มีฐานลูกค้าที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องต่อไป