

“จ็อกกี้” ชวนแฟนทั่วโลกโชว์ความมั่นใจเมื่อใส่ชุด ชั้นในสุดโปรด เปิดตัวโกลบอลแคมเปญ “Show You’re Jockey” ผ่านแพลตฟอร์มโชว์สุดซิค ที่ประเทศ ไทย เป็นครั้งแรกในเอเชีย

“จ็อกกี้” แแบรนด์ชั้นในชายสัญชาติอเมริกันเปิดตัวโกลบอลแบรนด์แคมเปญ “Show You’re Jockey” ชวนแฟนพันธุ์แท้จ็อกกี้ทั่วโลกโชว์ความมั่นใจเมื่อสวมใส่ผลิตภัณฑ์ชุดชั้นในสุดโปรด สะท้อนความเป็นตัว
ของตัวเองผ่านสโลแกนใหม่ที่ว่า “Show You’re Jockey” เปิดตัวอย่างมีสีสันที่ประเทศไทยเป็น ครั้ง
แรกในเอเชียผ่านแพลตฟอร์มโชว์สุดซิค โดยมีอัม อธิชาติ ชุมนานนท์ ญาญ่าอุ้ม รฐา โพธิ์งาม และบรรดาเหล่า
นายแบบนางแบบระดับอินเตอร์อีกคับคั่งมาร่วมเผยความมั่นใจเมื่อใส่จ็อกกี้ ณ เอเทรียม 2 ชั้น 1 ห้าง
สรรพสินค้าเซ็นทรัลเวิลด์



คุณวิสิฐ ผรณชาติ ผู้อำนวยการอาวุโส เซ็นทรัล มาร์เก็ตติ้ง กรุ๊ป เล่าถึงที่มาของแคมเปญระดับโลกว่า “แรงบันดาลใจของแคมเปญ “Show You’re Jockey” นั้น ได้เริ่มต้นมาจากแคมเปญ “Let ‘Em Know You’re Jockey”
ที่ประสบความสำเร็จอย่างล้นหลามและได้รับความสนใจจากผู้คนทั่วโลกในยุค 90’s ณ ประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่ง
แคมเปญอันเป็นตำนานนี้ได้ถ่ายทอดความภาคภูมิใจของกลุ่มคนจากหลากหลายสาขาอาชีพ ไม่ว่าจะเป็น แพทย์
นักดับเพลิง นักกีฬา ฯลฯ ที่แสดงให้เห็นว่าคุณภายนอกรับรู้ว่าคุณสวมใส่ชุดชั้นในจ็อกกี้ เพราะ จ็อกกี้ไม่เพียงแต่จะ
สามารถสะท้อนตัวตน และสไตล์ของผู้ที่สวมใส่เท่านั้น แต่ยังบ่งบอกถึงความเป็นผู้นำผ่านประวัติศาสตร์อันยาวนาน
ของแบรนด์อีกด้วย”

ตั้งแต่เริ่มก่อตั้งแบรนด์จ็อกกี้ขึ้นมาในปี 1876 จ็อกกี้ได้มีการคิดค้นนวัตกรรมใหม่ๆ ขึ้นมาอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็น
ในปี 1934 ที่จ็อกกี้ได้ผลิตกางเกงในขาว่า หรือที่เรียกว่า ‘Brief’ ขึ้นเป็นรายแรก รวมถึงการเป็นรายแรกที่นำตรา
ยี่ห้อมาประทับที่ขอบเอวกางเกงเพื่อสร้างเอกลักษณ์อันโดดเด่นให้กับแบรนด์ และในปี 1935 ซึ่งเป็นอีกปีแห่ง
การสร้างประวัติศาสตร์หน้าใหม่อีกครั้ง ด้วยการที่จ็อกกี้นำเสนอกางเกงในขาว่าที่เรียกว่า “Y-Front® Briefs”

ขึ้นเป็นครั้งแรกของโลก จนทำให้จ็อกกี้ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางในฐานะแบรนด์เครื่องแต่งกาย
ระดับโลกที่เปี่ยมด้วยนวัตกรรมล้ำสมัยและนั่นเป็นอีกหนึ่งระดับของการสร้างบรรทัดฐานด้านคุณภาพของแบรนด์

ด์Jockey® อย่างแท้จริง อีกทั้งยังสร้างคุณค่า และความภาคภูมิใจให้บรรดาแฟนพันธุ์แท้ของจ็อกกี้ทั่วโลก

แคมเปญ 'Show You're Jockey' เป็นการต่อยอดความสำเร็จของแคมเปญ "Let 'Em Know You're Jockey" ให้ดูทันสมัยมากขึ้น และได้รับการสร้างสรรค์ขึ้นเพื่อเป็นต้นแบบอันคลาสสิกของจ็อกกี้ที่แสดงถึงความกล้า และการก้าวข้ามขีดจำกัดในศตวรรษนี้ การสื่อสารโดยใช้ภาพถ่ายและหญิงที่หยอกเย้าเล่นกันอย่างสนุกสนาน มีการตั้งเสื้อผ้าที่สวมใส่ภายนอกออกเพียงเล็กน้อย หรือแม้กระทั่งการเผยให้เห็นถึงขอบกางเกงชั้นใน และ ทรายี่ห่อจ็อกกี้ นั้น ถือเป็นการสื่อให้เห็นถึงความเป็นตัวตนของแบรนด์ที่เต็มไปด้วยการมองโลกในแง่บวก กระตือรือร้น และเปี่ยมล้นไปด้วยความเป็นอัตลักษณ์แบบจ็อกกี้ซึ่งเป็นแบรนด์ชั้นนำในชายส์อุตสาหกรรมอเมริกันอย่างแท้จริง โดยแคมเปญนี้จะเชื่อมโยงผู้คนทั่วโลกเข้าด้วยกันด้วยสโลแกนใหม่ที่ว่า 'Show You're Jockey' ซึ่งเป็นการแสดงถึงความภาคภูมิใจให้เห็นว่าตนสวมใส่ผลิตภัณฑ์ชุดชั้นในจ็อกกี้ ซึ่งสำหรับการเปิดตัวแคมเปญดังกล่าว Jockey International, Inc. เจ้าของลิขสิทธิ์อุตสาหกรรมอเมริกัน ได้เลือกประเทศไทย เป็นประเทศแรก และเป็นประเทศต้นแบบในการเปิดตัวแคมเปญระดับโลกนี้ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ด้วยเล็งเห็นถึงศักยภาพของตลาด ชุดชั้นใน อีกทั้งประเทศไทยมีฐานแฟนจ็อกกี้ที่อยู่เป็นจำนวนมาก

ในงานแฟชั่นโชว์เปิดตัวแคมเปญ "Show You're Jockey" นี้ ทางบริษัทฯ ได้เตรียมนำเสนอผลิตภัณฑ์จ็อกกี้ที่มีตำนานมาอย่างยาวนาน ถ่ายทอดผ่านยุคต่างๆ โดยเริ่มตั้งแต่ ยุค 60's ที่จ็อกกี้ได้คิดค้นชุดชั้นในชายให้กับองค์การนาซาร์ (N.A.S.A's Apollo program) เพื่อให้ นีล อาร์มสตรองใส่ชั้นในจ็อกกี้ขึ้นยานอพอลโล่ไปสำรวจดวงจันทร์ ในยุค 70's จ็อกกี้ได้นำนักกีฬามาเป็นนายแบบเป็นครั้งแรกในวงการ และในยุค 80's จ็อกกี้ได้เพิ่มผลิตภัณฑ์ชุดชั้นในสำหรับคุณผู้หญิง เรียกว่า "Jockey for Her" ตามด้วย ยุค 90's จวบจนถึงปัจจุบัน พร้อม พบกับ อัม อธิชาติ ชุมนานนท์ ญาญาญิง รฐา โพธิ์งาม และบรรดาเหล่านายแบบนางแบบระดับอินเตอร์อีกคับคั่งมาร่วมเผยความมั่นใจ และความภาคภูมิใจเมื่อใส่จ็อกกี้

ร่วมสัมผัสความมั่นใจกับการสวมใส่ชุดชั้นในจ็อกกี้ได้ ณ แผนกชุดชั้นใน ห้างสรรพสินค้าชั้นนำทั่วประเทศ