

ชฟโรเลต เดินหน้าสร้างยอดขายอันแข็งแกร่งใน เดือนกุมภาพันธ์ 2556

- ยอดขายเซฟโรเลต สองเดือนแรกของปีนี้เติบโต 31 เปอร์เซ็นต์จากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่แล้ว
- โซนิก ได้รับความนิยมจากลูกค้าชาวไทยอย่างต่อเนื่องนับตั้งแต่เปิดตัว
- เตรียมเปิดศูนย์ผู้แทนจำหน่ายแห่งใหม่ในกัมพูชาตามแผนการขยายตัวในระดับภูมิภาค



กรุงเทพฯ – บริษัท เซฟโรเลต เซลส์ (ประเทศไทย) จำกัด เดินหน้าสร้างการเติบโตด้านยอดขายอย่างต่อเนื่องด้วยการทุบสถิติยอดขายสูงสุดในเดือนกุมภาพันธ์ด้วยตัวเลข 5,806 คันเพิ่มขึ้น 11 เปอร์เซ็นต์จากเดือนกุมภาพันธ์ปีที่แล้วซึ่งทำได้ 5,216 คัน ขณะที่ยอดขายสะสมสองเดือนแรกของปีนี้อยู่ที่ 11,845 คัน เติบโต 31 เปอร์เซ็นต์จากช่วงเวลาเดียวกันของปี 2555 ที่ทำได้ 9,001 คัน

รถกระบะเซฟโรเลต โคลราโด นำยอดขายสูงสุดในประเทศไทยด้วยตัวเลข 2,592 คันในเดือนกุมภาพันธ์ที่ผ่านมา ส่วนรถขับเคลื่อนสี่ล้ออย่างโซนิก ที่ออกตลาดอย่างเต็มตัวในปีนี้มียอดขาย 1,327 คันในเดือนที่แล้ว ขณะที่ในเดือนมกราคม 2556 โซนิก ได้พิสูจน์การเป็นรถยอดนิยมในประเทศไทย ด้วยการทำยอดขายสูงสุดเป็นอันดับสี่ของยอดขายรถโซนิก ในระดับโลก ต่อจากสหรัฐอเมริกา จีนและเม็กซิโก โดยมียอดขายมากกว่าตลาดใหญ่อย่างรัสเซีย บราซิล อาร์เจนตินา และอิตาลี แสดงให้เห็นถึงเสียงตอบรับอย่างดีเยี่ยมของลูกค้าชาวไทยที่มีต่อโซนิก

รถเซฟโรเลต ที่มียอดขายดีที่สุดในอันดับสามในเดือนกุมภาพันธ์ คือเทรลเบลเซอร์ มีตัวเลข 677 คัน ถึงแม้จะต้องทำตลาดรถอเนกประสงค์ที่มีการแข่งขันกันสูง แต่เทรลเบลเซอร์ สามารถคว้ารางวัล ‘Top Buy’ ในกลุ่มรถเอสยูวีขนาดใหญ่ของนิตยสารคาร์ (CAR Magazine ในแอฟริกาใต้) ซึ่งจัดอันดับรถที่น่าจับจ้อง 12 รุ่นประจำปี 2556 (Top 12 Best Buys for 2013) โดยนิตยสารคาร์ จัดอันดับรถที่น่าจับจ้องแบ่งออกเป็น 12 กลุ่ม ซึ่งเทรลเบลเซอร์ ได้รับยกย่องในความโดดเด่นด้านการใช้งานอเนกประสงค์ของโครงสร้างห้องโดยสารเจ็ดที่นั่ง รวมถึงจุดเด่นเชิงเทคนิคและศักยภาพการขับเคลื่อนบนถนนออฟโรด

นอกจากนี้ รถเซฟโรเลต รุ่นอื่นๆ ที่ทำยอดขายได้นำพึงพอใจ ได้แก่แครุษ (597 คัน) แคปติวา (572 คัน) และอาวีโอ ซีเอ็นจี (41 คัน) ซึ่งอาวีโอ ซีเอ็นจี เป็นรถสำหรับผู้ที่ต้องการความประหยัดและการใช้งานได้เต็มที่ในแบบรถซีดาน

มร. กุสตาโว โคลอซซี รองประธานฝ่ายขาย การตลาด และบริการหลังการขาย ประจำประเทศไทยและเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ บริษัท เจนเนอรัล มอเตอร์ส (ประเทศไทย) จำกัด และ บริษัท เซฟโรเลต เซลส์ (ประเทศไทย) จำกัด กล่าวว่า “นอกจากผลิตภัณฑ์อันยอดเยี่ยมแล้ว ความสำเร็จดังกล่าวเป็นผลมาจากเครือข่ายผู้แทนจำหน่ายของเราที่กำลังขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ซึ่งต่างมุ่งมั่นทุ่มเทสร้างการเติบโต ขณะเดียวกัน คุณภาพด้านการขายและแคมเปญ การดูแลลูกค้าของเรายังเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยกระตุ้นยอดขายอีกด้วย”

มร.โคลอซซี กล่าวว่าว่าแคมเปญต่างๆ ที่เซฟโรเลต เดินหน้าสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าทั้งการรับประกันค่าบำรุงรักษาโคโลราโด และเทรลเบลเซอร์ แคมเปญมอบสิทธิพิเศษให้ลูกค้าอย่างเซฟวี พลัส และแคมเปญ ‘ซื้อเซฟโรเลต ได้ทอง’ ล้วนเป็นปัจจัยสำคัญทั้งสิ้น ทั้งนี้ แคมเปญ ‘ซื้อเซฟโรเลต ได้ทอง’ ซึ่งได้เสียงตอบรับดีเยี่ยมได้ถูกขยายระยะเวลาไปถึงวันที่ 31 มีนาคมนี้ เซฟโรเลต สร้างสรรค์แคมเปญนี้เพื่อตอบแทนลูกค้า โดยผู้ซื้อแคปติวา หรือ โคโลราโด จะได้รับทองคำหนักหนึ่งบาท (ยกเว้นรุ่น 2.5 ลิตร ครูว์แค็บ LS1) ส่วนผู้ซื้อเทรลเบลเซอร์ จะได้รับทองคำหนักสองบาท และผู้ซื้อแครุษ จะได้ทองคำหนักสามบาท (ยกเว้นรุ่น 1.6 ลิตร MT)

การเติบโตด้านยอดขายของเซฟโรเลต ยังครอบคลุมทั่วทั้งภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ด้วยตัวเลขรวม 7,331 คันในเดือนกุมภาพันธ์ 2556 ขยายตัวเพิ่มขึ้น 16 เปอร์เซ็นต์เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อนหน้า นอกจากนี้ ยอดขายสองเดือนแรกของทุกประเทศในภูมิภาคนี้ก็เติบโตขึ้นเช่นกัน โดยอินโดนีเซียมียอดขาย 920 คัน เติบโต 36 เปอร์เซ็นต์ ฟิลิปปินส์มียอดขาย 752 คันเพิ่มขึ้น 31 เปอร์เซ็นต์ และมาเลเซียมียอดขาย 265 คัน ขยายตัว 26 เปอร์เซ็นต์

“นอกจากการเติบโตด้านยอดขายแล้ว เรายังมีแผนการสร้างการแข่งขันแกร่งให้แก่แบรนด์และผลิตภัณฑ์ทั้งในประเทศไทยและเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เรากำลังดำเนินการขยายตลาดใหม่ โดยจะเปิดศูนย์ผู้แทนจำหน่ายในประเทศกัมพูชาเร็วๆ นี้ เราจะขยายฐานลูกค้าเพื่อให้สัมผัสกับผลิตภัณฑ์ของเราเพิ่มมากขึ้นทั่วทั้งภูมิภาค” มร.โคลอซซี กล่าว

สำหรับการเปิดศูนย์ผู้แทนจำหน่ายชั้นนำในกรุงเทพมหานครของกัมพูชา เซฟโรเลต จะจับมือเป็นพันธมิตรทางธุรกิจกับ

บริษัท ยูไนเต็ด ออโต้ เทรดดิ้ง (United Auto Trading) ซึ่งเป็นบริษัทในเครือกู๊ดวิลล์ เทรดดิ้ง (Goodwill Trading) ที่มีประสบการณ์ในอุตสาหกรรมยานยนต์กัมพูชามายาวนานกว่า 14 ปี และเป็นหนึ่งในบริษัทผู้นำเข้าและจัดจำหน่ายรถยนต์รายใหญ่ที่สุดของกัมพูชา ศูนย์ผู้แทนจำหน่ายแห่งใหม่มีพื้นที่โชว์รูม 950 ตารางเมตรและพื้นที่ศูนย์บริการ 1,050 ตารางเมตร ประกอบด้วย 10 ช่องซ่อมและลิฟท์ยกเจ็ดตัว ลูกค้าชาวกัมพูชาจะได้สัมผัสกับรถเซฟโรเลต คุณภาพเยี่ยมทั้งแคปติวา โคโลราโด ครูซ สปาร์ก และทาโฮ

“ในขณะที่เรามุ่งเน้นการเติบโตและแผนการขยายธุรกิจ เรายังมุ่งมั่นที่จะนำเสนอผลิตภัณฑ์อันเปี่ยมด้วยคุณภาพ และการส่งมอบถึงผู้แทนจำหน่ายและลูกค้า เรายึดมั่นในเป้าหมายเหล่านี้และจะเดินหน้าร่งมือทำต่อเนื่องเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการผลิตภัณฑ์ของเราที่เพิ่มขึ้น” มร.โคลอซซี กล่าว