

ซิมมอนส์ จัดงาน “ลิฟวิ่ง ไลฟ์ ฟูลลี ชาร์จ” รุกตลาด เจาะกลุ่มไฮเอนด์ ส่งท้ายปี “งูเล็ก”



วันที่ 28 พฤศจิกายน 2556 กรุงเทพฯ: ซิมมอนส์ เครื่องนอนพรีเมียมระดับโลก มุ่งสร้างแบรนด์ให้เข้มแข็ง เตรียมพร้อมรับการขยายตัวสู่ประชาคมอาเซียน มั่นใจตลาดเครื่องนอนจะเติบโตควบคู่กับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ โดยตั้งเป้ายอดขายขยายเติบโตต่อเนื่องปีละ 30% เร่งจัดกิจกรรมส่งเสริมตลาด “ซิมมอนส์ ลิฟวิ่ง ไลฟ์ ฟูลลี ชาร์จ” [Simmons Living Life Fully Charged] เจาะกลุ่มลูกค้าไฮเอนด์และนักธุรกิจข้ามชาติ ผลักดันยอดขายส่งท้ายปีเก่า...ต้อนรับปีใหม่ พร้อมมอบส่วนลดมากกว่า 50% ณ ศูนย์การค้าดิเอ็มโพเรียม ระหว่างวันที่ 28 พฤศจิกายน – 11 ธันวาคม 2556 นี้



นายเคซี เทห์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท ซิมมอนส์ เครื่องนอนและเฟอร์นิเจอร์ (ไทยแลนด์) จำกัด เปิดเผยว่า ซิมมอนส์ แรนด์เครื่องนอน พรีเมียมระดับโลก ที่ได้รับการยอมรับมายาวนานกว่า 143 ปี จากประเทศสหรัฐอเมริกา ได้เข้ามาเปิดแฟลกชิพสโตร์แห่งแรกในไทย ที่บริเวณชั้น 5 ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ ด้วยงบลงทุนกว่า 5 ล้านบาท โดยตลอดระยะเวลา 3 ปี ที่ผ่านมา ได้รับการตอบรับจากลูกค้ากลุ่มระดับไฮเอนด์ทั้งชาวไทยและต่างประเทศเป็นอย่างดี ส่งผลให้มียอดขายเพิ่มขึ้น 10% ทุกปี ทั้งนี้ เพื่อเป็นการรุกตลาดอย่างต่อเนื่อง ได้เตรียมจัดแคมเปญ “ซิมมอนส์ ลิฟวิ่ง ไลฟ์ ฟูลลี ชาร์จ” [Simmons Living Life Fully Charged] ขึ้นที่ New Arrival Hall บริเวณชั้น 5 ศูนย์การค้าดิเอ็มโพเรียม ระหว่างวันที่ 28 พฤศจิกายน – 11 ธันวาคม 2556 นี้ เพื่อสร้างแบรนด์ให้เข้มแข็งเป็นที่รู้จักของกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น พร้อมกับช่วยผลักดันยอดขายให้เพิ่มขึ้นในปลายปี โดยตั้งเป้ายอดขายให้เพิ่มขึ้นเป็น 30% ต่อปี

การจัดแคมเปญ “ซิมมอนส์ ลิฟวิ่ง ไลฟ์ ฟูลลี ชาร์จ” [Simmons Living Life Fully Charged] ในครั้งนี้ ซิมมอนส์ มุ่งที่สร้างแบรนด์ให้เข้มแข็งในฐานะเครื่องนอนพรีเมียมระดับโลก เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น โดยจะมุ่งเน้นการสื่อสารให้กลุ่มเป้าหมาย ได้รับรู้ถึงเทคโนโลยีในการผลิตที่วิวัฒนาการมายาวนานนับร้อยปี โดยใช้วัสดุคอยล์สปริง (Coil spring) ที่มีความละเอียดสูงเช่นเดียวกับสปริงที่ใช้ยึดสะพานแขวน และใช้เทคโนโลยี Negative ION มาช่วยสร้างความสดชื่นภายหลังการตื่นนอน เหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการพักผ่อนนอนหลับอย่างมีความสุข ที่สำคัญคือ ช่วยให้คุณภาพชีวิตในการดำเนินธุรกิจดียิ่งขึ้น ทั้งนี้ ในการจัด “ซิมมอนส์ ลิฟวิ่ง ไลฟ์ ฟูลลี ชาร์จ” [Simmons Living Life Fully Charged] จะนำที่นอนรุ่นต่างๆ อาทิ รุ่น บิวตี้เรส แคลิฟอร์เนีย

คลาสสิก [Beautyrest California Classic] ราคา 79,000 บาท, รุ่นบีวีดีเรส แคลิฟอร์เนีย เอ็กซ์เซลเลนส์ [Beautyrest California Excellent] ราคา 89,000 บาท, รุ่นบีวีดีเรส แคลิฟอร์เนีย ลักซ์ชัวรี่ [Beautyrest California Luxury] ราคา 99,000 บาท และ รุ่นแบ็คแคร์ 4 ออริจินัล อีไอออน [BackCare 4 Original E-Ion] ราคา 259,000 บาท เป็นต้น ไปจำหน่ายและจัดแสดงให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้สัมผัส พร้อมจัดโปรโมชั่นพิเศษ มอบส่วนลดสูงสุด 50% สำหรับ ผู้ถือบัตร “แพลตินั่ม เอ็มการ์ด” [Platinum M Card] รับส่วนลดเพิ่ม 10% ยิ่งไปกว่านั้น ลูกค้า 5 ท่านแรก ยังจะได้รับหมอน “ดีฟสลีฟ” [Deepsleep] มูลค่า 10,000 บาท เป็นของกำนัล “ฟรี”ทันที นายเคซี กล่าวและเพิ่มเติมว่า

กิจกรรมที่พิเศษไปกว่านั้น ชิมมอนส์ ยังจะให้มีการจัดแสดง “ไลฟ์วิง ไลฟ์ ฟูลลี ชาร์ต แพชั่นโชว์” จากเหล่านายแบบ-นางแบบ ระดับชั้นนำ ซึ่งพร้อมใจกันมานำเสนอไลฟ์สไตล์การนอนของคนรุ่นใหม่ และพบกับ “ลิเดีย” ในการแสดงมินิคอนเสิร์ต โดยจะมีเซเลบิตี้แถวหน้า และศิลปินดารามากมาย อาทิ ทาทา ยัง, [อาร์ต] วิฑูวัฒน์ อังสนานนท์, [ป๊อบ ดิโอว์] วรารุช เลหาพงศ์ชนะ, และ [แพร์] กันต์ดล อากาศาน เป็นต้น มาร่วมงานกันมากมาย ในวันที่ 28 พฤศจิกายน 2556 ระหว่างเวลา 17.00 – 20.00 นาฬิกา

สำหรับแนวทางการรุกตลาดเครื่องนอนในระยะยาว ชิมมอนส์ มุ่งที่จะสร้างแบรนด์ให้เข้มแข็งและเป็นที่รู้จักของกลุ่มเป้าหมายให้มากยิ่งขึ้น โดยจะเน้นกลยุทธ์การจัดกิจกรรมในรูปแบบ “บีโลว์ เดอะ ไลน์” ได้แก่ ทั้งการจัดอีเวนท์ในพื้นที่กลุ่มเป้าหมาย, การจัดไรด์โชว์ ในศูนย์การค้าระดับไฮเอนท์ต่างๆ ด้วยบส่งเสริมการตลาด จำนวน 25% จากเป้าหมายยอดขายแต่ละปี โดยจะเน้นการส่งเสริมความรู้ในด้านสุขภาพการนอนหลับอย่างมีคุณภาพ และประชาสัมพันธ์คุณสมบัติโดดเด่นของ ชิมมอนส์ ที่สืบทอดเทคโนโลยีและมีวิวัฒนาการมายาวนานกว่า 100 ปี ทั้งนี้ เชื่อว่าจะช่วยผลักดันให้ เครื่องนอนชิมมอนส์ ได้รับการยอมรับมากขึ้นอย่างแน่นอน ในขณะที่เดียวกัน ชิมมอนส์ ยังมองเห็นโอกาสที่มาพร้อมกับการก้าวสู่ประชาคมอาเซียน ซึ่งจะผลักดันให้เศรษฐกิจเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ไม่ว่าจะเป็น บ้านเดี่ยว, ทาวน์เฮ้าส์, ทาวน์โฮม, คอนโดมิเนียม และอพาร์ทเมนท์ เป็นต้น ซึ่งจะส่งผลให้ตลาดเครื่องนอนเติบโตควบคู่กันไปด้วย ทั้งนี้ ตั้งเป้าหมายว่า ชิมมอนส์ จะมียอดขายเพิ่มขึ้นปีละ 30 % อย่างต่อเนื่อง นายเคซี กล่าวสรุปในที่สุด