

“ตรายเพอร์ส” ทุ่มงบกว่า 100 ล. ปั่นยอดบุกตลาด ครบเครื่อง พร้อมออกภาพยนตร์โฆษณาชุดใหม่ ตอกย้ำความมั่นใจพ่อแม่ยุคใหม่



เมื่อเร็วๆ นี้ เอสซีเอ ไฮยีน (ประเทศไทย) ผู้นำด้านผลิตภัณฑ์เพื่อสุขอนามัยระดับโลก โดย มร.อุลริค ลาร์เซน ผู้อำนวยการฝ่ายขายและฝ่ายการตลาด เปิดเผยว่า บริษัทฯ ได้ทุ่มงบการตลาดเปิดตัวโฉมใหม่ผ้าอ้อมตรายเพอร์ส ที่สุดแห่งความสบาย พร้อมรุกตลาดทั้งบีโรว์เดอะไลน์และอะโอบีเดอะไลน์ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย เน้นการทำกิจกรรมเป็นหลักและการใช้สื่อดิจิทัลออนไลน์ในการเข้าถึงลูกค้า ทั้งยังจัดทำเพชบุ๊คแฟนเพจ การทำไวรัล พร้อมออกภาพยนตร์โฆษณาชุดใหม่ “ได้เวลาเปลี่ยน ได้เวลาตรายเพอร์ส” ชูนวัตกรรมแอคทีฟคอล์ร์ และชั้นซิมซัพแอคทีฟ เพื่อการซิมซัพและความแห้งสบายสมกับชื่อแบรนด์ “ตรายเพอร์ส” ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์คุณแม่ยุคใหม่ โดยดึง “ปีเตอร์ คอร์ป ไดเรนดัล” เป็นแบรนด์ แอมบาสซาเดอร์ เน้นคอนเซ็ปต์สื่อให้ผู้ชมอยากกลัวที่จะเปลี่ยนเพื่อเปิดรับสิ่งใหม่ๆ ผ่านข้อความหลัก “ได้เวลาเปลี่ยน ได้เวลาตรายเพอร์ส” ความยาว 15 วินาที บอกเล่าเรื่องราวของปีเตอร์และตรายเพอร์ส ที่ได้ผ่านการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญ เพื่อก้าวไปสู่สิ่งที่ดีกว่า ซึ่งภาพยนตร์โฆษณานี้ แสดงให้เห็นการเปลี่ยนแปลงในบทบาทของชีวิตจากร็อคเกอร์หนุ่ม มาเป็นคุณพ่อป้ายแดงที่ยังคงความเป็นตัวของตัวเองในแบบฉบับปีเตอร์ คอร์ป ไดเรนดัล เช่นการชီးฮาร์เลย์ในขณะเดียวกัน ตัวตนของปีเตอร์ที่เป็นคุณพ่อป้ายแดงก็อยากจะทำสิ่งที่ดีที่สุดให้กับลูก จึงได้เลือก ตรายเพอร์สให้ลูกใช้ โดยภาพยนตร์โฆษณาดังกล่าวให้ตัวแทนโฆษณา บริษัท บีบลีซี (ประเทศไทย) จำกัด และโปรดักชั่น แฮาส์ชื่อตัวอย่าง Haus Guang



ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้มุ่งเน้นการสื่อสารถึงความมั่นใจในการเลือกใช้ตรายเพอร์ส เพื่อมอบการดูแลที่ดีที่สุดให้กับลูกน้อย และสร้างความแปลกใหม่ให้กับตลาดด้วยการเลือกใช้แอมบาสซาเดอร์ผู้ชาย แสดงถึงครอบครัวสมัยใหม่ที่คุณพ่อเข้ามามีบทบาทในการดูแลลูกน้อยมากขึ้น และเป็นการนำเสนอความน่ารักๆ ในอีกแง่มุมหนึ่งของครอบครัวตรายเพอร์ส ในปี 2557 เน้นรักษาตำแหน่งผู้นำอันดับ 3 ด้วยส่วนแบ่งการตลาด 20% จาก 8% ในปีที่ผ่านมา ในแง่ของรายได้มองว่าน่าจะสามารถเติบโตกว่าเท่าตัว จากปัจจุบันมูลค่าตลาดรวม 10,000 ล้านบาท เติบโตเฉลี่ย 10% ต่อปี โดยแบ่งเป็นกลุ่มระดับพรีเมียม, เบสิค และอีโคโนมี ตามราคาขายในตลาด ซึ่งตลาดใหญ่อย่างผ้าอ้อมกางเกงจะมีส่วนแบ่ง 70% ตลาดผ้าอ้อมแบบเทป 30% จากการเข้ามารุกตลาดในประเทศอย่างจริงจัง ด้วยงบการตลาดกว่า 100 ล้านบาท ซึ่งเป็นงบที่สูงที่สุดหลังจากเข้ามาทำตลาดในประเทศไทยกว่า 10 ปี เน้นอนว่า ตรายเพอร์ส พร้อมเดินหน้ารุกตลาดเต็มที่ เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดทางคืนผู้นำอันดับ 2 จากที่ช่วง 2-3 ปีก่อนสามารถครองอันดับ 2 ใน

ตลาดผ้าอ้อมเด็ก”