

“ตรายเพอร์ส” บุกตลาดปรับโฉมใหม่สู่สากล เผยแบ รด์ แอมบาสาซาเดอร์ครั้งแรกพร้อมเดิมเกมส์เพิ่ม แซร์อย่างต่อเนื่อง

เอสซีเอ ไฮยีน (ประเทศไทย) ตอกย้ำผู้นำด้านผลิตภัณฑ์เพื่อสุขอนามัยระดับโลก ทุ่มงบการตลาดเพื่อเปิดตัวโฉมใหม่ผ้าอ้อมตรายเพอร์ส ปรับปรุงคุณภาพและแพ็คเกจให้น่ารักโดดเด่นเป็นสากล ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์คุณแม่ยุคใหม่ สร้างการรับรู้ผ่านแบรนด์ แอมบาสาซาเดอร์คนแรกของ ตรายเพอร์ส “ปีเตอร์ คอร์ป ไดเรนดัล” นักร้องหนุ่มคุณแม่พ่อบ้ายแดง พร้อมเปิดตัวภาพยนตร์โฆษณาชุดใหม่ เอาใจหนูน้อยวัยตั้งแต่แรกเกิด ตั้งเป้าหมาย 2557 รักษาตำแหน่งผู้นำอันดับ 3 พร้อมเดินทางสร้างฐานลูกค้าใหม่ๆ เพิ่มส่วนแบ่งการตลาด

มร.อุลริค ลาร์เซ่น ผู้อำนวยการฝ่ายขายและฝ่ายการตลาด บริษัท เอสซีเอ ไฮยีน (ประเทศไทย) จำกัด ผู้นำเข้าและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าอ้อมเด็กยอเดนิยม “ตรายเพอร์ส” เปิดเผยว่า อัตราการเติบโตของตลาดผ้าอ้อมเด็กในประเทศไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีมูลค่าตลาดรวม 1 หมื่นล้านบาท แบ่งเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ระดับพรีเมียม, เบสิค และอีโคโนมี ตามราคาขายในตลาด และหากเปรียบเทียบการเติบโตของตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าอ้อมเด็กของไทย กับประเทศอื่นๆในภูมิภาคเดียวกัน จัดว่าประเทศไทยมีแนวโน้มทางการตลาดที่เติบโตได้อย่างต่อเนื่อง ภาพรวมตลาดมีโอกาสเติบโตเพิ่มขึ้น ทั้งในด้านยอดขายและปริมาณ โดยตลาดใหญ่อย่างผ้าอ้อมกางเกง จะมีส่วนแบ่ง 70% ตลาดผ้าอ้อมแบบเทป 30% ดังนั้นบริษัทฯ จึงได้มีการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ออกสู่ตลาดควบคู่ไปกับการเจาะตลาดเพิ่มช่องทางการขาย เพื่อเข้ามาเพิ่มแซร์ตลาดผ้าอ้อมในประเทศไทยมากขึ้น แม้การแข่งขันในตลาดจะสูงแต่ก็มั่นใจในจุดแข็งของบริษัทซึ่งเป็นหนึ่งในผู้นำผลิตภัณฑ์สุขอนามัยระดับโลกที่มีผ้าอ้อมเด็กวางจำหน่ายอยู่ทั่วโลกเช่นกัน และมีแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยมุ่งมั่นตอบสนองให้ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด จึงได้นำมาสู่ ตรายเพอร์สโฉมใหม่ ที่สุดแห่งความสบาย เพื่อตอกย้ำความมั่นใจว่า คุณแม่ที่เลือกใช้ตรายเพอร์สจะได้ใช้ผ้าอ้อมที่มีคุณภาพในระดับสากล และได้มอบการดูแลที่ดีที่สุดให้กับเจ้าตัวน้อย

มิสโจน เลอ ผู้จัดการฝ่ายการตลาด กล่าวเสริมว่าในปี 2557 บริษัทฯ ได้ทุ่มงบประมาณทางการตลาดพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการดูแลลูกน้อยที่ดียิ่งขึ้น โดยได้เปิดตัวโฉมใหม่ผ้าอ้อมตรายเพอร์ส ครั้งสำคัญ ทั้งปรับปรุงคุณภาพและแพ็คเกจให้น่ารักโดดเด่นเป็นสากล ชูนวัตกรรมแอกทีฟคอล์ และชั้นซึมซับแอกทีฟเพื่อการซึมซับและความแห้ง

สบายสมกับชื่อแบรนด์ “ตราเพชร” ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์คุณแม่ยุคใหม่ ซึ่งมีลูกในวัยผ้าอ้อม โดยผลิตภัณฑ์ตราเพชรจะประกอบด้วย ตราเพชร ตราเพชรแพนทีส กางเกงผ้าอ้อม และตราเพชร วีวีตราเพชร ผ้าอ้อมแบบเทพ ครอบคลุมตั้งแต่เจ้าตัวน้อยวัยแรกเกิดจนถึงไซส์ XXL พร้อมดึงดารานักร้องหนุ่มคุณแม่ป้ายแดงสุดฮอต “ปีเตอร์ คอร์ป ไดเรนดัล” มาเป็น แรนด์ แอมบาสซาเดอร์คนแรกของตราเพชร เพื่อเป็นตัวแทนครอบครัวยุคใหม่ เน้นการสื่อสารถึงความมั่นใจในการเลือกใช้ตราเพชร เพื่อมอบการดูแลที่ดีที่สุดให้กับลูกน้อย และสร้างความแปลกใหม่ให้กับตลาดด้วยการเลือกใช้แอมบาสซาเดอร์ผู้ชาย เพื่อแสดงถึงครอบครัวสมัยใหม่ที่คุณแม่เข้ามามีบทบาทในการดูแลลูกน้อยมากขึ้น และเป็นการบอกเล่าเรื่องราวที่น่ารักๆ ในอีกแง่มุมหนึ่งของครอบครัว ตราเพชรพร้อมรุกตลาดทั้งปีโลว์เดอะไลน์และอะโบฟเดอะไลน์ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย เน้นการทำกิจกรรมเป็นหลัก และการใช้สื่อดิจิทัลออนไลน์ในการเข้าถึงลูกค้า มีการจัดทำเฟซบุ๊กแฟนเพจ การทำไวรัล และจัดทำภาพยนตร์โฆษณาชุดใหม่

นอกจากนี้ ยังได้มีการปรับปรุงการจัดจำหน่ายและช่องทางการขาย เพื่อเพิ่มการเข้าถึงผู้บริโภค มั่นใจตราเพชรเป็นสินค้ามีคุณภาพสูงประกอบด้วยรูปแบบแพ็คเกจจิ้งที่น่ารักโดดเด่น คุณสมบัติของสินค้าที่ซึมซับได้ดีแห้งเร็วกว่าเดิม สามารถป้องกันการไหลย้อนกลับได้ดียิ่งขึ้น ทำให้ผิวลูกน้อยแห้งสบาย มีสารสกัดจากธรรมชาติ 4 ชนิด ช่วยบำรุงให้ผิวมีสุขภาพดี ขอบเอวและขอบขากระชับและยืดหยุ่นพอดีกับรูปร่างลูกน้อย ให้ลูกเคลื่อนไหวได้อย่างอิสระและสบายตัวยิ่งขึ้น จะสามารถสู้กับคู่แข่งได้ไม่ยาก

ปัจจุบันตลาดรวมมีแบรนด์ หลักๆ 3 แบรนด์ คือ มามี โฟโค, เบบีเลิฟและตราเพชร โดยปีนี้ได้มีการกลับมาของแบรนด์ อีก็ส์ด้วยเช่นกัน แม้การแข่งขันจะดุเดือด ด้วยการทำการตลาดที่แตกต่าง ตราเพชรก็ตั้งเป้าไว้ว่าจะสามารถรักษาตำแหน่งแบรนด์ผู้นำอันดับ 3 พร้อมขยายฐานลูกค้าให้มีส่วนแบ่งตลาดมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อเตรียมพร้อมที่จะชิงตำแหน่งผู้นำอันดับ 2 ของผ้าอ้อมเด็กกลับมาอีกด้วย ผู้จัดการฝ่ายการตลาดกล่าวทิ้งท้าย