

“ดาต้า เพาเวอร์” เตรียมทุ่ม 30 ล้านบาท รีแบรนด์



“ดาต้า เพาเวอร์” เตรียมทุ่ม 30 ล้านบาท

รีแบรนด์ มุ่งสู่ตลาดโลก พร้อมเปิดตัวผู้บริหารรุ่นใหม่

ดาต้า เพาเวอร์ ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายปลั๊กไฟมายาวนานกว่า 25 ปี เตรียมทุ่มงบกว่า 30 ล้านบาทเพื่อดำเนินการรีแบรนด์แบรนด์ใหม่ให้มีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น ภายใต้สโลแกน DATA Trusted Power และเตรียมความพร้อมในการบุกตลาดอาเซียน ก่อนขยายไปจำหน่ายทั่วโลก ภายใน 5 ปีข้างหน้า พร้อมเปิดตัวคณะผู้บริหารรุ่นใหม่ เจเนอเรชัน 2

นายอภิสิทธิ์ นิรุชทรัพย์รดา กรรมการผู้จัดการ บริษัท ดาต้า เพาเวอร์ จำกัด เปิดเผยว่า ในปีนี้ บริษัทฯ ได้เตรียมทุ่มงบจำนวนกว่า 30 ล้านบาท รีแบรนด์ปรับปรุงภาพลักษณ์องค์กรครั้งใหญ่ในรอบ 25 ปี เพื่อมุ่งสู่ตลาดอาเซียน และก้าวต่อไปยังตลาดโลก โดยมีการปรับอัตลักษณ์ขององค์กร (Corporate Identity) ตราสินค้า (Logo) รวมถึงมีการดีไซน์ผลิตภัณฑ์ใหม่ทั้งหมด เพิ่มนวัตกรรม ปรับแผนการตลาด เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย เพื่อเป้าหมายยอดขายที่ตั้งใจไว้ที่ 500 ล้านบาทในปีนี้ และมีการเปิดตัวผู้บริหารรุ่นใหม่ที่จะเข้ามารับช่วงในการบริหารธุรกิจต่อจากรุ่นแรก โดยจะผสานแนวคิดของคนรุ่นใหม่เข้ากับการบริหารจัดการในยุคปัจจุบัน พร้อมกับวางทิศทางการดำเนินงานของบริษัท ให้สอดคล้องกับพลวัตของธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป หลังจากได้ดำเนินการศึกษาภาวะตลาดปัจจุบัน และแนวโน้มที่จะเกิดขึ้นในอนาคต บริษัทฯ จึงได้มีแนวคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ภายใต้สโลแกน “DATA Trusted Power” หรือ “คุณภาพความปลอดภัยที่เชื่อถือได้” โดยแบรนด์ DATA ใหม่เน้นมีที่มาจาก

D (Durability) หมายถึง สินค้ามีคุณภาพดี ทนทาน พร้อมรับการใช้งานทุกประเภท อีกทั้งมีระบบดูแลผู้บริโภคหลังการขายทุกชิ้น

A (Anywhere) หมายถึง สินค้าสามารถใช้ได้กับทุกสถานที่ ไม่ว่าจะเป็นบ้าน ที่ทำงาน บนยานพาหนะ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

T (Technology) หมายถึง สินค้าต้องประกอบด้วยนวัตกรรมที่สอดคล้องกับการใช้งานของผู้บริโภคในทุกกลุ่ม

A (Anytime) หมายถึง สินค้าสามารถตอบสนองกับความต้องการของผู้บริโภคในทุกๆ ช่วงเวลาของชีวิต ตั้งแต่เริ่มวันจนจบวัน

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้เตรียมเปิดตัวสินค้านวัตกรรมใหม่ ที่สามารถสั่งงานผ่านโทรศัพท์มือถือ และอุปกรณ์พกพา โดยลูกค้าสามารถสั่งงานอุปกรณ์ผ่านแอปพลิเคชันได้ เพื่อเพิ่มความสะดวกสบายในการใช้งานให้แก่ผู้บริโภค

ทั้งนี้ ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมาสินค้าภายใต้แบรนด์ “ดาต้า” ได้เข้าไปสู่ตลาดในกลุ่มประเทศเออีซี มาแล้วเช่น พม่า ลาว กัมพูชา อินโดนีเซีย มาเลเซีย โดยได้รับผลตอบรับเป็นที่น่าพอใจ จึงเป็นที่มาของการลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือพันธมิตรทางการค้ากับคู่ค้าอีกจำนวน 10 ประเทศในภูมิภาคเอเชีย รวมถึงข้อตกลงที่จะผลิตสินค้าในกลุ่มอื่นนอกเหนือจากกลุ่มปลั๊กไฟให้กับประเทศเหล่านี้ สำหรับตลาดในประเทศไทย ดาต้า เป็นพันธมิตรทางธุรกิจที่ดีกับกลุ่มผู้ค้าปลีก และผู้ค้าส่งระดับประเทศ อาทิ แม็คโคร โลตัส บิ๊กซี เซเว่นอีเลฟเว่น รวมถึงร้านค้าส่ง และค้าปลีกทั่วประเทศ ที่ช่วยกระจายสินค้าของ ดาต้า ไปสู่มือผู้บริโภค เพื่อตอบโจทย์กับไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน

ด้านแผนการตลาด ดาต้า เพาเวอร์ ได้เตรียมงบประมาณกว่า 30 ล้านบาท สำหรับการรีแบรนด์ในครั้งนี้ โดยได้มีการผลิตภาพยนตร์โฆษณาต่างๆ รวมถึงการจัดแคมเปญโฆษณาอย่างต่อเนื่อง และการวางแผนงานประชาสัมพันธ์แบรนด์ผ่านทุกช่องทาง ทั้งช่องทางออนไลน์ และออฟไลน์ เพื่อรักษาความเป็นผู้นำตลาดในการผลิต และจัดจำหน่ายปลั๊กไฟอันดับหนึ่งในประเทศไทยต่อไป