

บิกโคล่าและอาเจ่วมกัน คิดให้ใหญ่...ไปให้สุด ในงานประชุมเครื่องดื่มระดับโลก



เนื้อหาการประชุมนำเสนอโดย มร.ชอเก้ โลเปซ ดอริกา ประธานเจ้าหน้าที่บริหารฝ่ายการตลาด บริษัท อาเจ กรุ๊ป ในงานประชุมอินโนเบฟ โกลเบิล ซอฟดริงค์ ครั้งที่ 10 (10th InnoBev Global Soft Drinks Congress) งานประชุมเกี่ยวกับเครื่องดื่มระดับโลก ณ เมืองลิสบอน ประเทศโปรตุเกส สิ่งหนึ่งที่ถือเป็นไฮไลต์ของงานคือการรวมตัวกันของผู้นำในวงการอุตสาหกรรมเครื่องดื่ม ผู้ผลิตสินค้า และนักวิเคราะห์ เพื่อพูดคุยแลกเปลี่ยนข้อมูลในด้านต่างๆ และรับทราบเกี่ยวกับแนวโน้มล่าสุดในภาคอุตสาหกรรมเครื่องดื่ม



กรุงเทพฯ 23 เมษายน 2557-มร.ชอเก้ โลเปซ ดอริกา จากบริษัท อาเจ ได้กระตุ้นความคิดและสร้างแรงบันดาลใจในงานการประชุม โดยได้มีการแบ่งปันเรื่องราวความสำเร็จของบริษัท อาเจ รวมถึงบอกเล่าเรื่องราวอันน่าสนใจของบริษัทซึ่งถือเป็นน้องใหม่จากละตินอเมริกาที่ได้ก้าวเข้ามาเป็นผู้ผลิตเครื่องดื่มน้ำอัดลมที่ใหญ่เป็นอันดับ 4 ของโลก ในระยะเวลาไม่ถึง 15 ปี

มร. ชอเก้ สะกดผู้ฟังให้คล้อยตามด้วยการยกตัวอย่างสิ่งที่เป็นรูปธรรมในเรื่องของ อาเจ ทำอย่างไรในการสร้างแบรนด์เครื่องดื่มบิกโคล่าให้ประสบความสำเร็จ และสามารถครองตลาดเครื่องดื่มในหลายประเทศแถบละตินอเมริกาและเอเชีย โดยมีการเข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มใหม่ในตลาดที่เกิดขึ้นใหม่และได้สร้างแรงบันดาลใจให้ผู้บริโภคได้ Think BIGตามสโลแกน “คิดให้ใหญ่...ไปให้สุด”

โดยเฉพาะอย่างยิ่ง แคมเปญล่าสุดของบิกโคล่า “พาบินไปเลี้ยงยี

ราฟ”(<https://drive.google.com/file/d/0B3vw3tZ1KGNldmdSNHhwd0RaQmM/edit?usp=sharing>)ที่ มร.

ชอเก้ ได้ทำการแบ่งปันเรื่องราวให้กับผู้ร่วมการประชุมฟัง มีการพูดคุยโดยตรงกับผู้บริโภคกลุ่ม “เจน ซี

(Generation C)”ซึ่งเป็นกลุ่มที่จะกำหนดทิศทางของเครื่องดื่มในปัจจุบันและเป็นกลุ่มที่ใส่ใจในเรื่องของการสร้าง

สรรค์ การเปิดเผยข้อมูล การเชื่อมต่อและการสื่อสาร โดยร้อยละ 72 ของผู้บริโภคกลุ่ม “เจน ซี (Generation

C)”ให้ความสำคัญกับแบรนด์ต่างๆในเรื่องของความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และมีความเกี่ยวข้องที่สอดคล้องกับความ

สนใจของพวกเขา ณ จุดนี้ทำให้บิกโคล่าได้สร้างสรรค์แคมเปญเพื่อเซอร์ไพรส์นำพาความฝันของผู้บริโภคให้เป็นจุด

สนใจในการกำหนดโปรโมชัน ยกตัวอย่างเช่น การพาพวกเขาบินไปเลี้ยงยีราฟที่ประเทศแอฟริกา หรือบินไปเล่น

ฟุตบอลที่สนามแคมป์ของสโมสรฟุตบอลบาร์เซโลนาซึ่งถือเป็นหนึ่งในทีมเก่งที่สุดในโลกทีมหนึ่ง

นอกจากแคมเปญทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพมากแล้ว ความสำเร็จของบริษัทอาเจ นั้นยังมาจากรูปแบบธุรกิจที่ไม่เหมือนใครโดยยึดความมุ่งมั่นในด้าน “ความเท่าเทียมกันในการบริโภค” เป็นหลัก ด้วยการเข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มใหม่ และมอบสินค้าที่มีคุณภาพในราคายุติธรรมแก่พวกเขา **มร.ฆอเก้ โลเปซ ดอริกา** เน้นย้ำว่า “ที่อาเจ เราให้ความสำคัญกับคนรุ่นใหม่ทั้งจากกลุ่มคนชั้นกลางและกลุ่มคนที่มีฐานะทางเศรษฐกิจและกลุ่มคนที่ด้อยโอกาสในสังคมในตลาดเกิดใหม่ ซึ่งมีจำนวนถึงร้อยละ 70 ของจำนวนประชากรในประเทศเหล่านี้ ถือเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพที่ดีสำหรับการเจริญเติบโต”

เกี่ยวกับบริษัท อาเจ กรุ๊ป

อาเจ เป็นหนึ่งในบริษัทผลิตเครื่องดื่มระหว่างประเทศที่ใหญ่ที่สุด ปัจจุบันครอบคลุมในกว่า 20 ประเทศในแถบละตินอเมริกา เอเชียและแอฟริกา ร่วมด้วยพนักงานโดยรวมจำนวน 15,000 คน อาเจเป็นบริษัทผู้ผลิตน้ำอัดลมที่มียอดขายสูงเป็นอันดับ 10 และใหญ่ที่สุดเป็นอันดับ 4 ของโลก (ข้อมูลจาก: ยูโร มอนิเตอร์, พ.ศ.2554) ด้วยความมุ่งมั่นในด้าน “ความเท่าเทียมกันในการบริโภค” อาเจ ได้ขยายเข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มใหม่ และนำเสนอสินค้าที่มีคุณภาพสูงในราคายุติธรรม นอกจากนี้จะมี “บิกโคล่า” เป็นแบรนด์หลักแล้ว อาเจ กรุ๊ปยังมีผลิตภัณฑ์ในกลุ่มของน้ำดื่มภายใต้ชื่อแบรนด์ เซียโล่ (Cielo) และกลุ่มน้ำผลไม้อย่าง ซิฟรุต (Cifrut) และพัลพ์ (Pulp) รวมถึงเครื่องดื่มเกลือแร่สปอเรท (Sporade) และเครื่องดื่มชูกำลังโวลท์ (Volt) วิสัยทัศน์ของบริษัท อาเจ กรุ๊ป คือการเป็นหนึ่งใน 20 อันดับของบริษัทข้ามชาติในปี พ.ศ.2563 ข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาเยี่ยมชมที่ www.ajegroup.com/
www.facebook.com/global.bigcola