

พรีมาโกลด์ พรีมาไดมอนด์ ตอกย้ำผู้นำตลาดเครื่องประดับ จับ สนูปปี้ ใส่คอลเลคชั่นเพชรทองครั้งแรกของประเทศไทย



บริษัท พรีมาโกลด์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ปลุกกระแสตลาดเพชรและทองให้กลับมาคึกคักอีกครั้ง ใส่ความสนุกจับ Character & Lifestyle ใส่คอลเลคชั่นพิเศษ “พรีมาโกลด์ X สนูปปี้” (Prima Gold X Snoopy) และ “พรีมาไดมอนด์ X สนูปปี้” (Prima Diamond X snoopy)

ชลวิชา ฤกษ์วิฑูรกุล กรรมการผู้จัดการ บริษัท พรีมาโกลด์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด เปิดเผยว่า เนื่องจากตลาดเพชรและทองเติบโตต่อเนื่อง ตลอดครึ่งปี 2561 ที่ผ่านมา กลุ่มพรีมา จึงได้ใช้กลยุทธ์การขยายตลาดและขยายกลุ่มลูกค้า โดยการจับมือกับพันธมิตร Co - Branding ออกคอลเลคชั่นพิเศษ สนูปปี้ ในครั้งนี้ เพื่อกระตุ้นยอดขาย และเพื่อขยายกลุ่มสินค้าไปยังเป้าหมายใหม่ เจาะวัยเริ่มทำงานมากขึ้น รวมทั้งกลุ่มนักสะสมสนูปปี้และกลุ่มนักสะสมสินค้าคาแรคเตอร์ โดยสินค้าเริ่มออกสู่ตลาดเมื่อต้นเดือน ก.ค. ที่ผ่านมา การตอบรับได้ผลดีกว่าที่คาดไว้

โดยปกติทุกๆ ปี พรีมาโกลด์ จะมีสินค้าคาแรคเตอร์ออกมาสู่ท้องตลาดปีละครั้ง เช่น สินค้าคอลเลคชั่น คิตตี้ เป็นต้น มาในปีี้ พรีมาจับมือกับทางคาแรคเตอร์สนูปปี้ นับเป็นครั้งแรกของวงการเครื่องประดับเพชร-ทอง แห่งที่ออกคอลเลคชั่น สนูปปี้ ออกสู่ตลาดเมืองไทย

สำหรับประเทศไทย กลุ่มนักสะสม สินค้าคาแรคเตอร์ มีกำลังซื้ออยู่จำนวนมากพอสมควร เพียงแต่รอว่าสินค้าใดที่ออกมาแล้ว ควรค่าแก่การซื้อและสะสม หากน่าสนใจ ก็พร้อมจะสะสม สำหรับปีต่อไป พรีมา ยังคงเดินหน้า หาคาแรคเตอร์ตัวการ์ตูนที่เหมาะสมและน่าสนใจของนักสะสมคนไทย เพื่อผลิตออกมาสู่ตลาดอีกอย่างแน่นอนทุกปี

ส่วนภาพรวมของตลาดเครื่องประดับทองคำ 99.9% พรีมาโกลด์ ยังคงเป็นผู้นำตลาด มีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยแบ่งเป็นลูกค้ำปัจจุบัน 40% และ ลูกค้ำใหม่ 60% การออกคอลเลคชั่นใหม่ทุกๆ ไตรมาส ยังมีลูกค้ำกลุ่มเหนียวแน่น ติดตามและรอคอยเสมอ และยังมีสินค้าที่ออกแบบมาเพื่อสำหรับกลุ่มวัยทำงาน อายุ 25-3 ปี เพิ่มมากขึ้นด้วย อาทิ Mono Chic Collection รวมทั้งสินค้าสำหรับเด็กแรกเกิดอย่าง Baby Collection อีกด้วย เพราะเราต้องการให้ทองคำบริสุทธิ์ 99.9% เป็นเครื่องประดับคุณภาพชิ้นแรกของทุกวัย และขึ้นต่อๆ ไปของทุกช่วงวัยเช่นกัน

ส่วนเครื่องประดับเพชร พรีมาไดมอนด์ มีการเติบโตเช่นเดียวกันในปีี้ ซึ่งถือว่าอยู่ในเกณฑ์ดี สำหรับช่วงปลายปี

เป็นช่วงเทศกาลเฉลิมฉลองเทศกาลของขวัญ และฤดูกาลจัดงานแต่งงาน ตลาดเพชรน่าจะมียอดกระเตื้องขึ้นกว่า
ต้นปี สำหรับคอลเลคชันใหม่ นวัตกรรมใหม่ๆ ดีไซน์ใหม่ๆ ทางเพชร พรีเม่าไทมอนด์นั้น ออกคอลเลคชันใหม่ทุก
ๆไตรมาส The Radiance Collection, Prestige Collection และ Elite Collection ทุกๆปี เช่นกัน เพราะมีลูกค้า
กลุ่มประจำที่รอคอยการเป็นเจ้าของ

มาถึงวันนี้ มองว่าตลาดเครื่องประดับทองและเพชร ในอนาคต นอกจากเรื่องดีไซน์ที่ตอบโจทย์ นวัตกรรมในการ
ผลิต มาตรฐานของแบรนด์แล้ว การทำตลาดเจาะกลุ่มลูกค้าใหม่ ที่ต้องการใส่เครื่องประดับเพชรแต่คุณภาพใน
ราคาที่เอื้อมถึง กลุ่มลูกค้าเริ่มวัยทำงานที่เริ่มมองหาเครื่องประดับเพชร ที่สามารถใส่ได้ทุกวันเพื่อเสริมบุคลิกภาพ
หรือซื้อเพื่อลงทุน ซึ่งการทำตลาดเจาะกลุ่มลูกค้าใหม่นี้ ก็เป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ที่มีความสำคัญ พอๆกับการรักษากลุ่ม
ลูกค้าเดิมที่มีความมั่นใจในแบรนด์ ให้อยู่กับแบรนด์ตลอดไป การทุ่มงบการตลาดจึงเน้นไปที่ การพัฒนาออกแบบ
ใหม่ๆ และการใช้นวัตกรรมใหม่ๆ อาทิ Impression Collection และ UNO Collection

และปัจจุบันพรีเม่าใช้สื่อออนไลน์ 70% ในด้านการสื่อสารกับลูกค้าทั้งกลุ่มใหม่และลูกค้าเดิม ทั้งในช่องทางของทาง
แบรนด์เองและช่องทางของพันธมิตร อาทิ ห้างสรรพสินค้าออนไลน์ บัตรเครดิตต่างๆ และค่ายมือถือต่างๆ รวมทั้ง
ใช้ Influencer หรือ KOL ต่างๆ ส่วนอีก 30 % เป็นการร่วมกิจกรรมกับทางห้างสรรพสินค้า และกิจกรรมที่เราจัด
ขึ้นมาเอง อาทิ CRM ให้ลูกค้าทั้งในกรุงเทพและต่างจังหวัด ทั้งนี้ด้วยพรีเม่าโกลด์ และพรีเม่าไทมอนด์ ต้องการส่งต่อ
ความสุข ความภาคภูมิใจในสินค้าไทยมาตรฐานระดับโลกของทั้ง 2 แบรนด์ สู่ลูกค้าแบบต่อเนื่อง ผ่านกิจกรรมรูป
แบบต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ

Prima Gold

Fan Page: Primagoldthailand / IG: Primagoldth / Line Official: @primagold / Website:
www.primagold.co.th

Prima Diamond

Fan Page: Primadiamondthailand / IG: Primadiamondthailand / Line Official: @primadiamond
/Website: www.primadiamond.co.th